

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การให้ความสำคัญเรื่องการบริหารคุณภาพในการผลิต และส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงกลิ้งในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราและนครนายก โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงกลิ้งในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราและจังหวัดนครนายก จำนวน 55 กิจการ สามารถ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผล

การศึกษาเรื่อง การให้ความสำคัญเรื่องการบริหารคุณภาพในการผลิต และส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงกลิ้งในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดนครนายก ใช้แบบการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเป็นการศึกษาแบบตัดขวางโดยวัดครั้งเดียว ณ เวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกิจการ แบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย, แบบสอบถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญเรื่องการบริหารคุณภาพในการผลิต ได้แก่ ด้านความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ด้านกระบวนการและผลลัพธ์ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านภาวะผู้นำ ด้านการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และข้อเสนอแนะ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพื้นฐาน จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงกลิ้ง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และนครนายก พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของบริษัทจำกัด มีระยะเวลาการดำเนินงาน 7-10 ปี ทุนจดทะเบียน 5,000,001 บาท ขึ้นไป จำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน และเป็นประเภทรับจ้างผลิต

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงกลิ้ง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดนครนายก ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพโดยรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงกลึง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และ นครนายก ได้แก่ด้านความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ด้านกระบวนการและผลลัพธ์ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านภาวะผู้นำ และด้านการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านกระบวนการและผลลัพธ์

การวิเคราะห์เปรียบเทียบ การให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงกลึง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และ จังหวัดนครนายก ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามลักษณะของกิจการ ระยะเวลาการดำเนินงาน ทุนจดทะเบียนขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน) และประเภทของการผลิต พบว่า

1. ด้านลักษณะของกิจการที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด โดยกิจการแบบเจ้าของคนเดียวมีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8449 และกิจการแบบบริษัทมีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.4000
2. ด้านระยะเวลาการดำเนินการที่มีระยะเวลาการดำเนินการแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินการ 3-7 ปี มีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6540 และกิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินการ 7-10 ปี มีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5724
3. ด้านทุนจดทะเบียน กิจการที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยกิจการที่มีทุนจดทะเบียนมากกว่า 100,000 - 500,000 บาท มีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8067 และกิจการที่มีทุนจดทะเบียนน้อยกว่า 1,000,000 - 5,00,000 บาท มีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.4392
4. ด้านขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน) ที่มีขนาดแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกิจการที่มีจำนวนพนักงาน 51-100 คน มีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7794 และกิจการที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดน้อยที่สุดมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5918

5. ด้านประเภทของการผลิตที่แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกิจการประเภทงานผลิตของตัวเอง มีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3529 และกิจการประเภทรับจ้างผลิต มีการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5959

การวิเคราะห์เปรียบเทียบการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท โรงกลึง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และ นครนายก ได้แก่ด้านความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ด้านกระบวนการและผลลัพธ์ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านภาวะผู้นำ และด้านการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง จำแนกตามลักษณะของกิจการ ระยะเวลาการดำเนินงาน กิจการ หุนจัตหะเบียน ขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน) และประเภทของการผลิต พบว่า

1. ด้านลักษณะของกิจการที่มีลักษณะกิจการแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกิจการแบบห้างหุ้นส่วนมีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.500 และกิจการแบบบริษัทมีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวม น้อยที่สุด 3.7600

2. ด้านระยะเวลาการดำเนินการที่แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินการ 3 -7 ปี มีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0980 และกิจการที่มีระยะเวลาการดำเนินการมากกว่า 10 ปี มีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวม น้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0111

3. ด้านหุนจัตหะเบียน กิจการที่มีหุนจัตหะเบียนแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกิจการที่มีหุนจัตหะเบียน น้อยกว่า 100,000 – 500,000 บาท มีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2238 และกิจการที่มีหุนจัตหะเบียน 1,000,000 – 5,000,000 บาท มีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวม น้อยที่สุด 3.9333

4. ด้านขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน) กิจการที่มีจำนวนแตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกิจการที่มีจำนวนพนักงาน 51- 100 คนมีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.2667 และกิจการที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 101 - 200 คน มีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวม น้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.8333

5. ด้านประเภทของการผลิตที่แตกต่างกันให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพ โดยรวมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกิจการประเภทงานผลิตของตนเอง มีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพโดยรวมมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.7333 และกิจการประเภทรับจ้างผลิต มีการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพโดยรวมน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0654

อภิปรายผล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการให้ความสำคัญเรื่องการบริหารคุณภาพในการผลิต และส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงกลึง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดนครนายก ซึ่งได้ศึกษาด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านประชากรศาสตร์ การให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม การให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด เพื่อศึกษาว่าการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม และการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาด ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงกลึง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดนครนายก จากผลการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยมีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงกลึง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดนครนายกในภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลางถึงมากที่สุด ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญต้องการให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพมาตรฐานเชื่อถือได้ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรา วณิชพิสิฐพันธ์ (2544 , หน้า 21-22) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรกโดยเห็นว่าผลิตภัณฑ์ควรมีคุณภาพดี ระบุวันหมดอายุไว้ มีบรรจุภัณฑ์คุณภาพดี ปลอดภัยมีเครื่องหมาย “อ.ย.” มีฉลากผลิตภัณฑ์กำกับ และมีรายละเอียดกับกับสินค้า ปัจจัยสำคัญอันดับที่สองคือ ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย โดยผู้บริโภคต้องการให้ร้านค้าที่มีที่จอดรถสะดวก ปัจจัยสำคัญอันดับที่สามคือ ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญมากเช่นกันซึ่งผู้บริโภคชอบซื้อสินค้าราคาที่เหมาะสมผล และมีป้ายราคากำหนดไว้ ส่วนปัจจัยอันดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการ

ส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญปานกลาง นอกจากนี้ยังได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจิต นันทาโนทยาน (2543, หน้า 43) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถปิกอัพขับเคลื่อนสี่ล้อของคน กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถปิกอัพขับเคลื่อนสี่ล้อของคน กรุงเทพมหานครมากที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านราคา ปัจจัยทางด้านสถานที่ และปัจจัยทางด้านส่งเสริมทางการตลาด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงกลึง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา และ นครนายก ได้แก่ด้านความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ด้านกระบวนการและผลลัพธ์ ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านภาวะผู้นำ และด้านการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง พบว่าในด้านลักษณะของกิจการ ระยะเวลาการดำเนินงาน ทุนจดทะเบียน ขนาดของกิจการ (จำนวนพนักงาน) และประเภทของการผลิต ในภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านการบริหารคุณภาพโดยรวม อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ามากที่สุดเป็นอันดับที่หนึ่ง ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญใน ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงมี การตอบสนองต่อการร้องขอของลูกค้าอย่างรวดเร็ว อาทิเช่น การส่งมอบสินค้าได้ตรงตามเวลา และส่งสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานตรงตามความต้องการของลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างความ น่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าของผู้ประกอบการ ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวความคิดของกับแนวความคิดของ วิฑูรย์ สิมะ โสภคิ (2541, หน้า 140) ที่กล่าวว่าการบริหารคุณภาพโดยรวม เป็นการบริหาร หรือ เทคนิคการบริหารที่เหมาะสมสำหรับองค์กรทุกขนาดไม่ว่าใหญ่หรือเล็ก ที่เชื่อมั่นว่าคุณภาพคือความ อยู่รอด และยังได้สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ เมห์ราบานี (Mehrabani, 1998) ศึกษา การใช้หลักการบริหารคุณภาพโดยรวมของผู้จัดการ/ผู้บริหารด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใน สหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า ผู้จัดการผู้บริหารมีความเห็นว่าการสร้างความพึงพอใจให้กับ ลูกค้า และการยอมรับร่วมมือกันคือหลักการที่สำคัญที่สุด หลักการบริหารคุณภาพโดยรวมมี ส่วนมากต่อการสร้างทีมงาน ขวัญกำลังใจ ความพอใจในงาน และการสร้างความพึงพอใจให้แก่ ลูกค้า คือปัจจัยหลักที่สามารถส่งเสริมและทำลายวัฒนธรรมแห่งการบริหารคุณภาพได้ และ งานวิจัยของ ลีทซ์ (Laetz, 1993) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “Total Management Implementation: The Effect of Forces for Change on Organization Development Change Tactics” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษากระบวนการนำคุณภาพไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาองค์กร โดยวิเคราะห์เนื้อหาจากการ

สัมพันธภาพเกี่ยวกับการใช้โครงการคุณภาพใน 6 มิติ คือ 1. ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค 2. พลังงานที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3. กิจกรรมการบริหารคุณภาพโดยรวม 4. การทำนายการเปลี่ยนแปลง 5. การประเมินความสำเร็จ และ 6. กลยุทธ์การนำการบริหารคุณภาพโดยรวมไปใช้ ผลการวิจัยพบว่า การนำโครงการบริหารคุณภาพ โดยรวมไปใช้สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ จึงเป็นสิ่งจูงใจให้บริษัทต่าง ๆ พัฒนาองค์การ โดยการใช้ความรู้เกี่ยวกับคุณภาพ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งนี้

ผลการวิจัยสามารถนำไปบริหารปรับปรุงในกิจการ โรงกลิ้ง โดยเฉพาะควรมีการควบคุมคุณภาพในด้านการผลิตที่ดีมีมาตรฐาน เพราะจะช่วยลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์อันเนื่องมาจากการกลิ้งโลหะ จะเป็นการช่วยลดต้นทุนในการผลิตและกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของการควบคุมคุณภาพซึ่งจากการที่ผู้ประกอบการมีกระบวนการในด้านการคุณภาพที่ดีแล้ว สินค้าที่ผลิตออกมาสู่ผู้บริโภคก็จะเป็นที่ยอมรับ และเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทโรงกลิ้ง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราและนครนายก
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทโรงกลิ้ง ในเขตจังหวัดใกล้เคียง
3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทโรงกลิ้ง ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราและนครนายก
4. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทโรงกลิ้ง ในเขตจังหวัดใกล้เคียง