

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนา มีการเจริญเติบโตในภาคอุตสาหกรรมต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี ตามนโยบายของภาครัฐ และจากความช่วยเหลือของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Board of Investment-BOI) ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวสู่โลกการค้าเสรี จึงทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ผลิตทั้งภายในและภายนอก การแข่งขันเป็นหัวใจที่สำคัญไม่เฉพาะทางด้านราคา, คุณภาพ และการส่งมอบ แต่รวมถึงเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ เนื่องจากอุตสาหกรรมในประเทศไทยส่วนใหญ่มีสภาพเป็นฐานการผลิตให้กับบริษัทขนาดใหญ่ ทั้งใน และต่างประเทศด้วยเป็นแหล่งทรัพยากร และแรงงานราคาถูก อย่างไรก็ตามประเทศไทยในภูมิภาคใกล้เคียงก็มีการพัฒนาเช่นกัน ส่งผลให้อุตสาหกรรมไทยอาจสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันไป อุตสาหกรรมไทยจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพการแข่งขันดังกล่าว กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่สร้างความใหม่ ความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ ถือเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน นำไปสู่ความอยู่รอดของกลุ่มอุตสาหกรรมในประเทศไทย มีหลายบทความหรืองานวิจัยหรือกรณีศึกษามากมายที่น่าเสนอกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ทั้งใน และต่างประเทศ (ตั้งแต่กระบวนการรวบรวม และสรุปความต้องการของลูกค้า ผสมผสานกับการคาดการณ์ขององค์กรเอง นำมาออกแบบเตรียมทรัพยากรต่างๆ ที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ใหม่ จากนั้นทดลองกระบวนการเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพที่น่าเสนอ แล้วจึงเข้าสู่กระบวนการในการทำงานปกติ) มีการวิเคราะห์รูปแบบใหม่ๆ ขึ้นมา ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ แต่สำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมทั่วไปรวมไปถึงกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ยังไม่ได้มีการศึกษาชี้ให้เห็นถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จ ซึ่งบทบาทของกลุ่มอุตสาหกรรมเหล่านั้น เป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระดับชาติ การศึกษาในลักษณะนี้ได้นำมาวิเคราะห์จนประสบความสำเร็จแล้วในอเมริกาเหนือ ยุโรป และญี่ปุ่น กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมต่างๆ ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ได้ให้ความสำคัญกับกลุ่มอุตสาหกรรม SMEs เป็นอย่างยิ่ง แต่ผลปรากฏขึ้นดังกล่าวไม่ได้นำมาใช้กับประเทศอื่นๆ อย่างไรก็ตามการพิจารณา

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมในประเทศไทย อาจไม่สามารถนำรูปแบบของอเมริกา ยุโรป หรือญี่ปุ่นมาใช้ได้ทั้งหมด เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์ให้เห็นถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับ กลุ่มอุตสาหกรรมในประเทศไทย โดยพิจารณาสภาพความเป็นจริงในปัจจุบัน และสะท้อนให้เห็น ถึงความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อให้กลุ่มอุตสาหกรรมเกิดความ ตระหนักถึงความสำคัญของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะช่วยให้องค์กร สามารถอยู่รอด และยั่งยืนต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์

1.2.2 เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง สิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไขของกลุ่มอุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย

1.2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางที่นำไปสู่ความสำเร็จในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์ในประเทศไทย โดยสำรวจตัวอย่างบริษัทหรือโรงงาน อุตสาหกรรมในประเทศไทย ที่มีกระบวนการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต กระบวนการทางการตลาด และมีขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

1.3.1 การสำรวจสภาพความเป็นจริงถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมตัวอย่างในประเทศไทยโดยเน้นผู้ให้บริการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และ คอมพิวเตอร์ (Electronics Manufacturing Service Providers – EMS)

1.3.2 กลุ่มตัวอย่างบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศไทย มีกิจกรรมการผลิต และการตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยมีการใช้เทคโนโลยีแบบเดิมๆ (Traditional technology) หรือเป็น เทคโนโลยีแบบขั้นต่ำ (Low technology) จนถึงเทคโนโลยีแบบขั้นสูง (High technology)

1.3.3 ผลลัพธ์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีข้อจำกัดกับกลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมในประเทศไทย ไม่ประยุกต์ใช้กับกรณีอื่นๆ

1.4 วิธีการวิจัย

1.4.1 กำหนดขอบเขตการวิจัย

1.4.2 ดำเนินการรวบรวมข้อมูล ศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยหรือตัวแปรที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ ผลกระทบจากการใช้เทคนิคการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อความสำเร็จ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการนำปัจจัยต่างๆ ไปประยุกต์ใช้

1.4.3 กำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้นำมา

1.4.4 ออกแบบ สร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีความเป็นไปได้

1.4.5 ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศที่ได้คัดเลือกไว้จากการสำรวจ เป็นการทดสอบแบบสอบถามล่วงหน้า (Pilot survey) ถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีความเข้าใจ และสามารถตอบแบบสอบถามได้ รวมทั้งขอคำแนะนำเล็กๆ น้อยๆ สำหรับการปรับปรุง เพื่อความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

1.4.6 จัดทำแบบสอบถามขั้นตอนสุดท้ายสมบูรณ์แบบ

1.4.7 ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรม

1.4.8 ติดตามผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมที่ได้ส่งแบบสอบถามไป และรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบกลับมา

1.4.9 จำแนกกลุ่มอุตสาหกรรมแต่ละประเภท และนำข้อมูลเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์มาใช้ในการวิจัย

1.4.10 วิเคราะห์ผลการวิจัย โดยใช้วิธีการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Test) และทำการวิเคราะห์ข้อมูล

1.4.11 สรุปผลการดำเนินการวิจัย และข้อเสนอแนะ

1.5 แผนการดำเนินงานวิจัย

ตารางที่ 1.1 แผนการดำเนินงานวิจัย

ลำดับ	กิจกรรม	ปี 2548								ปี 2549											
		พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1	สำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง																				
2	กำหนดขั้นตอนกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์																				
3	กำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จ																				
4	กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ																				
5	สร้างแบบสอบถาม																				
6	ส่งแบบสอบถาม																				
7	รวบรวมและจำแนกข้อมูลที่ได้รับ																				
8	จัดทำข้อมูลบันทึกลงในคอมพิวเตอร์																				
9	วิเคราะห์ข้อมูล																				
10	สรุปผลการวิจัย																				

1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะเป็นตัวชี้แนะองค์กรให้ก้าวไปอย่างมีจุดหมาย ช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนล่วงหน้า จัดสรรทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ทั้งยังลดความเสี่ยงในการดำเนินงาน นอกจากนี้จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ให้บริการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์ (EMS) ได้