

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การกำเนิดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นผลิตภัณฑ์ของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ตอบสนองความต้องการเร่งด่วนของการควบคุมคุณภาพและการควบคุมผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องตรวจจับเหล่านี้มักผลิตโดยผู้ผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์ระดับมืออาชีพและการวิจัยและพัฒนาเป็นผลมาจากการข้ามสาขาวิชาซึ่งรวมถึงวิศวกรรมอิเล็กทรอนิกส์วัสดุศาสตร์และการวิเคราะห์ข้อมูลประเทศจีนเป็นประเทศผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญมีองค์กรและสถาบันวิจัยหลายแห่งที่มีความสามารถในการวิจัยและพัฒนามีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนาและการผลิตเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์

เครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญในการประกันคุณภาพการรักษาความปลอดภัยและการควบคุมค่าใช้จ่ายด้วยชุดของการตรวจสอบที่แม่นยำเครื่องมือเหล่านี้สามารถระบุคุณสมบัติทางกายภาพและทางไฟฟ้าของผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้แน่ใจว่าสอดคล้องกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและมาตรฐานคุณภาพสากล ในการค้าระหว่างประเทศและการปฏิบัติตามกฎระเบียบเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ช่วยให้ผู้ประกอบการจีนสามารถตอบสนองความต้องการด้านคุณภาพและความปลอดภัยของตลาดเป้าหมายที่แตกต่างกันและได้รับการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการพัฒนาที่ดีของอุตสาหกรรม

ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ที่สุดของโลกประเทศจีนมีความต้องการเครื่องตรวจจับคุณภาพของผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมากอย่างไรก็ตามเนื่องจากขาดกลไกการจัดการคุณภาพและการกำกับดูแลที่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ได้มาตรฐานบางอย่างจึงเกิดขึ้นเป็นครั้งคราวก่อให้เกิดความสูญเสียที่ไม่จำเป็นและอันตรายด้านความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

การศึกษานี้เลือกหัวข้อ “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีน” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจวิธีการเพิ่มการรับรู้และส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์จากมุมมองของการสื่อสารการตลาดเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์การปกป้องสิทธิผู้บริโภคและการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ดีอย่างไรก็ตามปัจจุบันส่วนแบ่งการตลาดและการรับรู้ของเครื่องตรวจจับคุณภาพสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศค่อนข้างต่ำส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความไม่เพียงพอในการสื่อสารการตลาด

โดยการวิจัยเชิงลึกของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนสามารถให้การอ้างอิงที่เป็นประโยชน์และข้อเสนอแนะแก่ธุรกิจและผู้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องแต่ยังช่วยส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอย่าง

ต่อเนื่องให้การสนับสนุนที่แข็งแกร่งสำหรับการแข่งขันของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนในตลาดระหว่างประเทศ

เพื่อให้เข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันและความต้องการของตลาดเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์อย่างครอบคลุมการศึกษานี้จะใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การทบทวนวรรณกรรมการวิจัยภาคสนามและการสำรวจแบบสอบถาม จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2562 (ค.ศ. 2019) ปริมาณการผลิตและการส่งออกสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ของจีนยังคงครองอันดับหนึ่งของโลกอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันอัตราการเกิดขึ้นของสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ไม่ได้มาตรฐานก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกันทำให้ทรัพย์สินและความปลอดภัยของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 5% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 (ค.ศ. 2018) นอกจากนี้ แม้ความต้องการเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์จะเพิ่มขึ้นแต่ส่วนแบ่งการตลาดและการรับรู้ก็ยังอยู่ในระดับต่ำและส่วนแบ่งการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศในปี 2562 (ค.ศ. 2018) มีเพียง 25% ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศที่พัฒนาแล้วมาก

จากข้อมูลข้างต้นนั้น การวิเคราะห์เชิงลึกของตลาดการศึกษานี้จะนำเสนอชุดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและลักษณะการสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนรวมถึงการเพิ่มการรับรู้การสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์และการขยายตลาดเพื่อส่งเสริมการขายและส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์และส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น งานวิจัยนี้จะเน้นการวิจัยกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนเพื่อสำรวจวิธีการส่งเสริมการขายและส่วนแบ่งการตลาดของผลิตภัณฑ์โดยการเพิ่มการรับรู้การสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์การขยายตลาด ฯลฯ บทความนี้จะดำเนินการทบทวนวรรณกรรมสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนโดยใช้ระบบการปฏิบัติและความเป็นไปได้เป็นจุดเริ่มต้นเพื่อเสนอกฎกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและลักษณะการสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีน

1.2 ปัญหาวิจัย

1. วิธีการพัฒนากลยุทธ์การแบ่งส่วนตลาดที่มีประสิทธิภาพและกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่กำหนดเป้าหมายตามลักษณะและความต้องการของตลาดจีน
2. การใช้สื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มโซเชียลเพื่อการสร้างแบรนด์และเผยแพร่เครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์
3. วิธีการสร้างช่องทางการขายที่มีประสิทธิภาพและความร่วมมือในการปรับปรุงส่วนแบ่งของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในตลาดจีน

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของตลาดของอุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศจีน
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดของอุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของจีน
3. เพื่อศึกษาการพัฒนาสื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดของอุปกรณ์ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศจีน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร
โดยศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้เครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จำนวน 300 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและปัญหาการสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์
2. ขอบเขตด้านพื้นที่
กลุ่มผู้ใช้เครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องใน เมืองเซินเจิ้น มณฑล กวางตุ้ง ประเทศจีน
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา
ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศจีน
4. ขอบเขตด้านเวลา
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาและเก็บข้อมูลครั้งนี้ใช้เวลาในการเตรียมข้อมูล จัดลำดับข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ระยะเวลาในการวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน กรกฎาคม 2567 - กันยายน 2568

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงตลาดและความต้องการของสินค้าเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์จีน
2. ทราบถึงวิธีการใช้สื่อใหม่ในการส่งเสริมการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์จีน
3. ทราบถึงกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของเครื่องตรวจจับคุณภาพผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์จีน

1.6 นิยามศัพท์

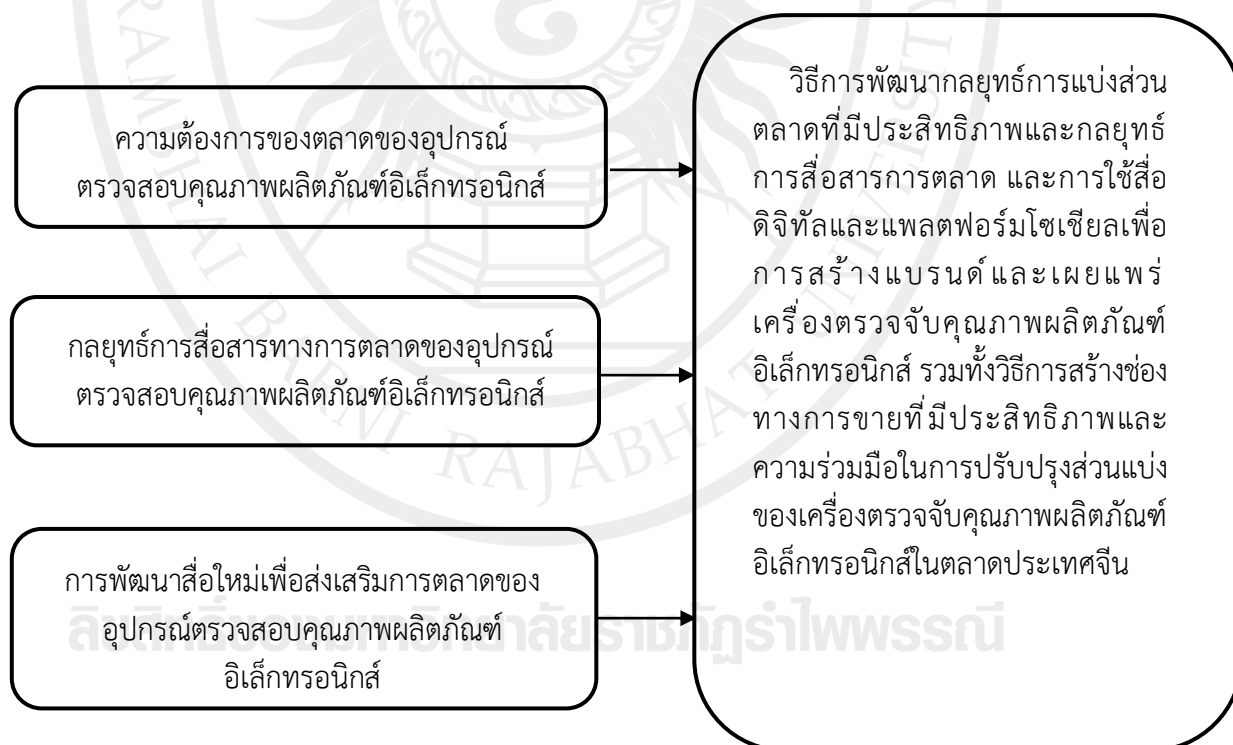
อุปกรณ์ทดสอบ หมายถึง อุปกรณ์ กลไก อิเล็กทรอนิกส์ หรือคอมพิวเตอร์ที่ใช้ในการประเมิน วัด วิเคราะห์ และตรวจสอบลักษณะ ประสิทธิภาพ คุณภาพ หรือการปฏิบัติตามข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ อิเล็กทรอนิกส์ อุปกรณ์เหล่านี้รวมถึงเครื่องทดสอบวงจร ออสซิลโลสโคป มัลติมิเตอร์ เครื่องวิเคราะห์

สเปกตรัม และกล้องถ่ายภาพความร้อน เพื่อให้มั่นใจในความน่าเชื่อถือ ความปลอดภัย และการปฏิบัติตามมาตรฐานที่เกี่ยวข้องโดยการวัดกระแส แรงดันไฟฟ้า อิมพีแดนซ์ ความถี่ และอุณหภูมิ ตลอดจนการตรวจสอบโครงสร้างทางกายภาพและคุณสมบัติทางไฟฟ้าของผลิตภัณฑ์

ผู้ผลิต หมายถึง องค์กรหรือองค์กรที่มีส่วนร่วมในการออกแบบการผลิตและผลิผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องตรวจจับ ผู้ผลิตมีหน้าที่รับผิดชอบในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ การวิจัยตลาด การควบคุมคุณภาพ กลยุทธ์การขาย และบริการหลังการขาย โดยอาศัยเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง และระบบควบคุมคุณภาพ เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ของตนสามารถตอบสนองความต้องการในอุตสาหกรรมและความคาดหวังของลูกค้าได้มาตรฐานสูง

ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง อุปกรณ์และอุปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และวงจรรวมเพื่อให้ได้ฟังก์ชันเฉพาะ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ใช้กันอย่างแพร่หลายในการสื่อสารคอมพิวเตอร์อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภครถยนต์และระบบอัตโนมัติทางอุตสาหกรรมและสาขาอื่น ๆ และคุณภาพและประสิทธิภาพจำเป็นต้องได้รับการทดสอบและตรวจสอบอย่างเต็มที่โดยอุปกรณ์ทดสอบเฉพาะทางเพื่อให้มั่นใจถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาดและความปลอดภัยของผู้ใช้

1.7. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย