

## ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การสำรวจทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาดในการใช้ระบบข้อมูล  
การบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (อี ที เอ็ม เอส)  
ของบริษัทฯ : กรณีศึกษาบริษัทเบอริงเกอร์ อินเทลไฮม์ (ไทย) จำกัด  
นายอังกร ว่องอนนท์จินดา  
สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ

## ชื่อผู้เขียน

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

## คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์นันทนา คำนวน	ประธานกรรมการ
อาจารย์นิตยา วัฒนคุณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรช มณีสงฆ์	กรรมการ

## บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติของพนักงานฝ่ายการตลาดของบริษัท  
เบอริงเกอร์ อินเทลไฮม์ (ไทย) จำกัด เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงเมื่อจะมีการนำระบบข้อมูลการบริหารเขตการ  
ทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (อี ที เอ็ม เอส) มาใช้

กลุ่มประชากรที่ศึกษาได้แก่พนักงานฝ่ายการตลาด จำนวนทั้งหมด 60 คนของ บริษัท เบอริงเกอร์  
อินเทลไฮม์ (ไทย) จำกัด โดยประกอบด้วย พนักงานฝ่ายการตลาดระดับบริหารจำนวน 19 คน และพนักงานฝ่าย  
การตลาดระดับปฏิบัติการจำนวน 41 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งเนื้อหาประกอบด้วย  
ข้อมูลสถานภาพทั่วไป ข้อมูลความรู้ความเข้าใจ ข้อมูลความคิดเห็นและความรู้สึก ข้อมูลความพร้อมที่จะปฏิบัติ  
งาน ของพนักงานฝ่ายการตลาด ต่อระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์  
(อี ที เอ็ม เอส) และนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าทางสถิติได้แก่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษามีดังต่อไปนี้

1. ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่าพนักงานฝ่ายการตลาด มีความรู้ความเข้าใจโดยรวม ต่อระบบข้อมูล  
การบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (อี ที เอ็ม เอส) คิดเป็นร้อยละ 69.7 โดยมีความรู้  
ความเข้าใจ ต่อประโยชน์ของระบบข้อมูล ต่อการเตรียมความพร้อมในระยะแรกก่อนนำระบบข้อมูลมาใช้ และ  
ต่อตัวระบบข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 74.5 , 71.6 และ 62.9 ตามลำดับ

2. ด้านความคิดเห็น และความรู้สึก พบว่า พนักงานฝ่ายการตลาด มีความคิดเห็นและรู้สึก ต่อระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (อี ที เอ็ม เอส) โดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก และเห็นว่าเป็นระบบข้อมูลที่ดีกว่าระบบข้อมูลที่ใช้อยู่ในปัจจุบันโดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก

3. ด้านความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานฝ่ายการตลาด มีระดับความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน ต่อระบบข้อมูลการบริหารเขตการทำงานโดยใช้เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (อี ที เอ็ม เอส) โดยรวมอยู่ในระดับ พร้อมมาก และสอดคล้องกับระดับความกังวล ซึ่งพบว่าพนักงานฝ่ายการตลาด มีระดับความกังวลที่จะปฏิบัติงานต่อระบบข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับ กังวลน้อย

<b>Independent Study Title</b>	The Attitude Survey of Marketing Staffs for the Electronic Territory Management System (ETMS) of the Medical Company : A Case Study of Boehringer Ingelheim ( Thai) Ltd.	
<b>Author</b>	Mr. Aungkul Vonganonchinda	
<b>M.B.A.</b>	Business Administration	
<b>Examining Committee</b>	Lecturer Nantana Kumnuan	Chairman
	Lecturer Nitaya Watanakun	Member
	Asst. Prof. Orachorn Maneesong	Member

### ABSTRACT

The propose of this independent study was to study the attitude of marketing staffs of Boehringer Ingelheim (Thai) Ltd. toward The Electronic Territory Management System (ETMS).

The population in this study were 60 marketing staffs of Boehringer Ingellheim (Thai) Ltd. The population consisted of nineteen persons in management level and forty-one persons in functional level. The data were collected by using questionnaires which were divided into 4 parts: personal data, knowledge and understanding data, opinions and feeling data and readiness to conform data of the marketing staffs toward The Electronic Territory Management System (ETMS). These data were analyzed by the statistical methods including percentage and arithmetic means.

The results of this study were as follow;

**1. Cognitive Component** : It was revealed that total knowledge and understanding of marketing staffs toward The Electronic Territory Management System (ETMS) was 69.7%. For the knowledge and understanding of marketing staffs toward 3 components: the benefits of the ETMS, the first step readiness preparing before implementation, and the system itself were the percentages of 74.5%, 71.6% and 62.9% respectively.

**2. Affective Component :** It was revealed that the opinions and feeling of marketing staffs toward The Electronic Territory Management System (ETMS) were rated at high level and they thought it was better than the existing data system.

**3. Behavioral Component :** It was revealed that the readiness to conform toward The Electronic Territory Management System (ETMS) of the marketing staffs was rated at high level and the anxiety to conform toward The Electronic Territory Management System (ETMS) was rated at low level.