

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	แผนการดำเนินงานวิจัย.....	4
2.1	ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของนักวิจัยหลายๆ ท่าน ที่ผ่านมา.....	22
2.2	วัตถุประสงค์ และดัชนีวัดผลงานหลักตามแนวความคิดเชิงสมดุล (BSC)	33
2.3	ตัวชี้วัดความสามารถของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของนักวิจัย หลายๆ ท่านที่ผ่านมา	36
3.1	รายชื่อจังหวัดแบ่งตามภาคของประเทศไทย ข้อมูล ณ สิ้นปี 2548.....	41
3.2	พื้นที่อุตสาหกรรม และจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำการศึกษา.....	43
3.3	แสดงจำนวน และค่าร้อยละของแบบสอบถามที่ส่งออกไป และได้รับกลับ คืนมา.....	49
3.4	แสดงจำนวน และค่าร้อยละของแบบสอบถามลักษณะทางธุรกิจเกี่ยวกับ กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์	50
3.5	แสดงหัวข้อการวิจัย และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	52
4.1	สภาพทั่วไปของกลุ่มอุตสาหกรรมเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์	58
4.2	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประเภทธุรกิจอุตสาหกรรม.....	61
4.3	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ ($X \geq 3$) และ บริษัทที่ไม่ประสบความสำเร็จ ($X < 3$) และจำนวนแบบสอบถามที่ตอบ ไม่ครบเพียงพอต่อการวิจัย	62
4.4	การเปรียบเทียบปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ และบริษัทที่ไม่ประสบ ความสำเร็จของกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์.....	64
4.5	การเปรียบเทียบปัจจัยสู่ความสำเร็จในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ และบริษัทที่ไม่ประสบ ความสำเร็จของกลุ่มอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์.....	65
4.6	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วย ANOVA ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้ง 6 ขั้นตอน	70

4.7	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วย ANOVA ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาความเป็นไปได้.....	71
4.8	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วย ANOVA ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์	72
4.9	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วย ANOVA ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 3 การวางแผนผลิตภัณฑ์	73
4.10	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วย ANOVA ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 4 วิศวกรรมกระบวนการ และผลิตภัณฑ์	74
4.11	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วย ANOVA ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบตลาด	75
4.12	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้วย ANOVA ของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 6 การปล่อยผลิตภัณฑ์ลงสู่ตลาด.....	76
4.13	ปัจจัยสู่ความสำเร็จที่มีความสำคัญของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์	77
4.14	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแรงกดดันทั้ง 5 และกระบวนการพัฒนา ผลิตภัณฑ์.....	85