



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก
ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ก.1

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก
จากผู้ประกอบการค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามชุดที่ ก _____

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท สาขา วิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามชุดนี้ใช้เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก จากผู้ประกอบการค้า ผลิตภัณฑ์เซรามิก เนื้อหาแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ผู้ศึกษาใคร่ขอเรียนให้ทราบว่า ในข้อคำถามของแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วนนี้ “ผลิตภัณฑ์เซรามิก” ในที่นี้จะหมายถึง ผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่งซึ่งได้แก่ ของชำร่วย ของที่ระลึก แจกัน กระถาง ออมสิน แก้วกาแฟ ชุดกาน้ำชา ของตกแต่งบ้านและสวน ผลิตภัณฑ์สปา และเครื่องประดับเซรามิก เป็นต้น ซึ่งท่านได้ซื้อจากโรงงานหรือผู้ขาย เพื่อมาจำหน่ายให้แก่ลูกค้าของท่าน

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษา ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปวิเคราะห์และสรุปผลในลักษณะภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นของกิจการใด ดังนั้นจึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือท่านผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทั้ง 3 ส่วน และขอขอบพระคุณที่ได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อความหรือระบุข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. รูปแบบหรือประเภทการจดทะเบียนของกิจการ

- ☐ บุคคลธรรมดา ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ☐ บริษัทจำกัด
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของท่าน

- ☐ ร้านค้าส่ง ☐ ร้านค้าปลีก ☐ ร้านค้าส่งและปลีก
☐ ผู้ค้าส่ง (ไม่มีร้านค้า) ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

3. สถานที่ตั้งของกิจการ (โปรดระบุ อำเภอ / จังหวัด) _____

4. กิจการของท่านดำเนินงานมาเป็นระยะเวลากี่ปี

- ☐ 0 - 5 ปี ☐ 6 - 10 ปี ☐ 11 - 15 ปี
☐ มากกว่า 15 ปี

5. ยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ น้อยกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001 – 50,000 บาท
☐ 50,001 – 100,000 บาท ☐ 100,001 – 150,000 บาท
☐ 150,001 – 200,000 บาท ☐ มากกว่า 200,000 บาท

6. ท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากโรงงานเซรามิก / ผู้จำหน่าย ทั้งหมดกี่ราย

- ☐ น้อยกว่า 5 ราย ☐ 5 - 10 ราย ☐ มากกว่า 10 ราย

7. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากแหล่งที่ท่านซื้อคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณภาพดี ☐ ราคาเหมาะสม
☐ สะดวกในการสั่งซื้อและส่งมอบผลิตภัณฑ์ ☐ การบริการดี
☐ มีการส่งเสริมการตลาด ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

8. กิจการของท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้างต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ แจกัน ☐ ชุดคาน้ำชา ☐ แก้วกาแฟ
☐ กระถาง ☐ ออมสิน, ตุ๊กตา ☐ ผลิตภัณฑ์สปา
☐ ของชำร่วย ของที่ระลึก ☐ ของตกแต่งบ้าน ☐ ของตกแต่งสวน
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความสำคัญ				
			น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
คุณลักษณะ ด้าน ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ และ ประโยชน์ ใช้สอย	พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่ ๆ หลากหลาย					
		สีสันทสวยงาม					
		ลวดลายน่าสนใจ					
		ขนาดเหมาะสม/หลาย ขนาด					
		น้ำหนักเหมาะสม					
		ผลิตภัณฑ์คุณภาพตรง ตามที่ตกลง					
		ผลิตภัณฑ์ทนทานต่อการ ใช้งาน					
	คุณภาพ ผลิตภัณฑ์	คุณภาพสินค้า และตำหนิ เซรามิก					
		สามารถสั่งผลิตได้ ถูกต้อง รวดเร็ว					
บรรจุภัณฑ์		เพิ่มมูลค่าสินค้า					
		แข็งแรง					
		พกพาสะดวก					
การตลาด	ราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
		ส่วนลดปริมาณและ ส่วนลดเงินสด					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความสำคัญ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
การตลาด (ต่อ)	ราคา (ต่อ)	การชำระเงินระบบเครดิตได้					
		การรับประกันของเสียหาย					
		การรับเปลี่ยน-คืนสินค้า					
	ช่องทางจัดจำหน่าย และ ส่งเสริมการขาย	สถานที่จัดจำหน่ายที่เหมาะสม					
		พนักงานที่ดี					
		บริการจัดส่ง					
		อินเทอร์เน็ต ไปรษณีย์					
		แคตตาล็อกสินค้า					
		การติดต่อสื่อสารสะดวก แฟกซ์/อีเมล					
		การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่ดี					
		ให้ข่าวสารแก่ลูกค้าอย่าง ต่อเนื่อง					
		ส่งเสริมการขายและกลยุทธ์การตลาด					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก		ระดับความสำคัญ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
		1	2	3	4	5
ความน่าเชื่อถือ	ส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด					
	สินค้าถูกต้องทั้งรูปแบบหรือจำนวน					
	กำลังการผลิตของโรงงาน					
	การติดต่อโรงงานทำได้สะดวก					
	มีตราสินค้าของตัวเอง					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ				
			น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
คุณลักษณะ ด้าน ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ และ ประโยชน์ ใช้สอย	พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่ ๆ หลากหลาย					
		สีสันทสวยงาม					
		ลวดลายน่าสนใจ					
		ขนาดเหมาะสม/หลาย ขนาด					
		น้ำหนักเหมาะสม					
		ผลิตภัณฑ์คุณภาพตรง ตามที่ตกลง					
		ผลิตภัณฑ์ทนทานต่อการ ใช้งาน					
	คุณภาพ ผลิตภัณฑ์	คุณภาพสินค้า และตำหนิ เซรามิก					
		สามารถสั่งผลิตได้ ถูกต้อง รวดเร็ว					
บรรจุภัณฑ์		เพิ่มมูลค่าสินค้า					
		แข็งแรง					
		พกพาสะดวก					
การตลาด	ราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
		ส่วนลดปริมาณและ ส่วนลดเงินสด					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
การตลาด (ต่อ)	ราคา (ต่อ)	การชำระเงินระบบเครดิต ได้					
		การรับประกันของเสียหาย					
		การรับเปลี่ยน-คืนสินค้า					
	ช่องทางจัด จำหน่าย และ ส่งเสริม การขาย	สถานที่จัดจำหน่ายที่ เหมาะสม					
		พนักงานที่ดี					
		บริการจัดส่ง					
		อินเทอร์เน็ต ไปสั่งซื้อทาง ไปรษณีย์					
		แอดดาสลอคสินค้า					
		การติดต่อสื่อสารสะดวก แฟกซ์/อีเมล					
		การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่ดี					
		ให้ข่าวสารแก่ลูกค้าอย่าง ต่อเนื่อง					
		ส่งเสริมการขายและกล ยุทธ์การตลาด					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก		ระดับความสำคัญ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
		1	2	3	4	5
ความน่าเชื่อถือ	ส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด					
	สินค้าถูกต้องทั้งรูปแบบหรือจำนวน					
	กำลังการผลิตของโรงงาน					
	การติดต่อโรงงานทำได้สะดวก					
	มีตราสินค้าของตัวเอง					



ภาคผนวก ก.2

**แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก
จากผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถามชุดที่ ข _____

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท สาขา วิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามชุดนี้ใช้เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิกจากผู้บริโภคสินค้าเซรามิก เนื้อหาแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการใช้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก ผู้ศึกษาใคร่ขอเรียนให้ทราบว่า ในข้อคำถามของแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วนนี้ “ผลิตภัณฑ์เซรามิก” ในที่นี้จะหมายถึง ผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำระและของประดับตกแต่งซึ่งได้แก่ ของชำระ ของที่ระลึก แจกัน กระจก ออมสิน แก้วกาแฟ ชุดกาน้ำชา ของตกแต่งบ้านและสวน ผลิตภัณฑ์สปา และเครื่องประดับเซรามิก เป็นต้น ซึ่งท่านได้ซื้อจากร้านค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษา ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปวิเคราะห์และสรุปผลในลักษณะภาพรวม ดังนั้นจึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือท่านผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทั้ง 3 ส่วน และขอขอบพระคุณที่ได้กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อความหรือระบุข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ไม่เกิน 20 ปี

☐ 21 - 30 ปี

☐ 31 - 40 ปี

☐ 41 - 50 ปี

☐ 51 - 60 ปี

☐ มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หย่าร้าง / หม้าย

4. วุฒิการศึกษาสูงสุด

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. หรือปวส.

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

5. อาชีพหลัก

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ รับราชการ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ รับจ้าง

☐ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 5,000 บาท

☐ 5,001 – 10,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท

☐ 20,001 – 30,000 บาท

☐ 30,001 – 40,000 บาท

☐ มากกว่า 40,000 บาท

7. ภูมิลำเนา ปัจจุบัน

☐ กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล

☐ ภาคกลาง

☐ ภาคเหนือ

☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐ ภาคใต้

☐ อื่นๆ (ระบุ) _____

8. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ใช้ในชีวิตประจำวัน

☐ ของขวัญ/ของฝาก

☐ ขายต่อ

☐ ใช้ในการประกอบกิจการ

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

9. กรณีท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|---|---------------------------------------|
| ☐ แจกัน | ☐ ชุดกาน้ำชา | ☐ แก้วกาแฟ |
| ☐ กระถาง | ☐ ออมสิน, ตุ๊กตา | ☐ ผลิตภัณฑ์สปา |
| ☐ ของชำร่วย ของที่ระลึก | ☐ ของตกแต่งบ้าน | ☐ ของตกแต่งสวน |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | | |

10. โดยปกติท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกเนื่องในโอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| ☐ เทศกาลต่างๆ | ☐ ใช้เป็นของตกแต่ง | ☐ ให้เป็นของขวัญ |
| ☐ ไม่แน่นอน | ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

11. ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ซื้อครั้งละกี่ชิ้น

- | | | |
|-------------------------------------|---|---|
| ☐ 1 - 3 ชิ้น | ☐ 4 - 5 ชิ้น | ☐ มากกว่า 5 ชิ้น |
| ☐ ไม่แน่นอน | ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

12. ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกแต่ละครั้งมีมูลค่าการซื้อต่อครั้งโดยเฉลี่ยประมาณเท่าใด

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 500 บาท | ☐ 501 – 1,000 บาท | ☐ 1,001 – 1,500 บาท |
| ☐ 1,501 – 2,000 บาท | ☐ มากกว่า 2,000 บาท | |

13. ท่านต้องการให้ทำการส่งเสริมการขายโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|---------------------------------|---|
| ☐ 쿠폰สะสมแลกซื้อ | ☐ ลดราคา | ☐ แลกซื้อราคาพิเศษ |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | | |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความสำคัญ				
			น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
คุณลักษณะ ด้าน ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ และ ประโยชน์ ใช้สอย	พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่ ๆ หลากหลาย					
		สีสันทสวยงาม					
		ลวดลายน่าสนใจ					
		ขนาดเหมาะสม/หลาย ขนาด					
		น้ำหนักเหมาะสม					
		ผลิตภัณฑ์คุณภาพตรง ตามที่ตกลง					
		ผลิตภัณฑ์ทนทานต่อการ ใช้งาน					
	คุณภาพ ผลิตภัณฑ์	คุณภาพสินค้า และตำหนิ เซรามิก					
		สามารถสั่งผลิตได้ ถูกต้อง รวดเร็ว					
บรรจุภัณฑ์		เพิ่มมูลค่าสินค้า					
		แข็งแรง					
		พกพาสะดวก					
การตลาด	ราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
		ส่วนลดปริมาณและ ส่วนลดเงินสด					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความสำคัญ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
การตลาด (ต่อ)	ราคา (ต่อ)	การชำระเงินระบบเครดิตได้					
		การรับประกันของเสียหาย					
		การรับเปลี่ยน-คืนสินค้า					
	ช่องทางจัดจำหน่าย และ ส่งเสริมการขาย	สถานที่จัดจำหน่ายที่เหมาะสม					
		พนักงานที่ดี					
		บริการจัดส่ง					
		อินเทอร์เน็ต ไปรษณีย์					
		แคตตาล็อกสินค้า					
		การติดต่อสื่อสารสะดวก แฟกซ์/อีเมล					
		การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่ดี					
		ให้ข่าวสารแก่ลูกค้าอย่าง ต่อเนื่อง					
		ส่งเสริมการขายและกลยุทธ์การตลาด					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)
 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก		ระดับความสำคัญ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
		1	2	3	4	5
ความน่าเชื่อถือ	ส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด					
	สินค้าถูกต้องทั้งรูปแบบหรือจำนวน					
	กำลังการผลิตของโรงงาน					
	การติดต่อโรงงานทำได้สะดวก					
	มีตราสินค้าของตัวเอง					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
คุณลักษณะ ด้าน ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ และ ประโยชน์ ใช้สอย	พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ใหม่ ๆ หลากหลาย					
		สีทันสวยงาม					
		ลวดลายน่าสนใจ					
		ขนาดเหมาะสม/หลาย ขนาด					
		น้ำหนักเหมาะสม					
		ผลิตภัณฑ์คุณภาพตรง ตามที่ตกลง					
		ผลิตภัณฑ์ทนทานต่อการ ใช้งาน					
	คุณภาพ ผลิตภัณฑ์	คุณภาพสินค้า และตำหนิ เซรามิก					
		สามารถสั่งผลิตได้ ถูกต้อง รวดเร็ว					
บรรจุภัณฑ์	เพิ่มมูลค่าสินค้า						
	แข็งแรง						
	พกพาสะดวก						
การตลาด	ราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
		ส่วนลดปริมาณและ ส่วนลดเงินสด					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
การตลาด (ต่อ)	ราคา (ต่อ)	การชำระเงินระบบเครดิต ได้					
		การรับประกันของเสียหาย					
		การรับเปลี่ยน-คืนสินค้า					
	ช่องทางจัด จำหน่าย และ ส่งเสริม การขาย	สถานที่จัดจำหน่ายที่ เหมาะสม					
		พนักงานที่ดี					
		บริการจัดส่ง					
		อินเทอร์เน็ต ไปสั่งซื้อทาง ไปรษณีย์					
		แอดดาสลอคสินค้า					
		การติดต่อสื่อสารสะดวก แฟกซ์/อีเมล					
		การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่ดี					
		ให้ข่าวสารแก่ลูกค้าอย่าง ต่อเนื่อง					
		ส่งเสริมการขายและกล ยุทธ์การตลาด					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก		ระดับความสำคัญ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
		1	2	3	4	5
ความน่าเชื่อถือ	ส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด					
	สินค้าถูกต้องทั้งรูปแบบหรือจำนวน					
	กำลังการผลิตของโรงงาน					
	การติดต่อโรงงานทำได้สะดวก					
	มีตราสินค้าของตัวเอง					



ภาคผนวก ก.3

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก
จากผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์เซรามิก ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามชุดที่ ค _____

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท สาขา วิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามชุดนี้ใช้เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิกจากผู้ประกอบการ พ่อค้าคนกลาง ผู้ทรงคุณวุฒิ เกี่ยวกับสินค้าเซรามิก เนื้อหาแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับความสำคัญ จุดขาย ความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละ ปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ผู้ศึกษาใคร่ขอเรียนให้ทราบว่า ในข้อคำถามของแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วนนี้ “ผลิตภัณฑ์เซรามิก” ในที่นี้จะหมายถึง ผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่งซึ่งได้แก่ ของชำร่วย ของที่ระลึก แจกัน กระถาง ออมสิน แก้วกาแฟ ชุดกาน้ำชา ของตกแต่งบ้านและสวน ผลิตภัณฑ์สปา และเครื่องประดับเซรามิก เป็นต้น ซึ่งท่านได้ซื้อจากร้านค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษา ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปวิเคราะห์และสรุปผลในลักษณะภาพรวม ดังนั้นจึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือท่านผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทั้ง 2 ส่วน และขอขอบพระคุณที่ได้กรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อความหรือระบุข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ไม่เกิน 20 ปี

☐ 21 – 30 ปี

☐ 31 - 40 ปี

☐ 41 - 50 ปี

☐ 51 - 60 ปี

☐ มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หย่าร้าง / หม้าย

4. วุฒิการศึกษาสูงสุด

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. หรือปวส.

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

5. ลักษณะงาน / อาชีพ

☐ ผู้ประกอบการค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก

☐ ผู้ผลิตสินค้าเซรามิก

☐ ลูกจ้างในอุตสาหกรรมเซรามิก

☐ ผู้เชี่ยวชาญ / นักวิชาการเซรามิก

☐ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญ จุดขาย ความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิกตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ					จุดขาย		
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่ใช้	ปานกลาง	มาก
			1	2	3	4	5	1	1.2	1.5
คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์	รูปแบบและประโยชน์ใช้สอย	พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หลากหลาย								
		สีสันทสวยงาม								
		ลวดลายน่าสนใจ								
		ขนาดเหมาะสม/หลายขนาด								
		น้ำหนักเหมาะสม								
		ผลิตภัณฑ์คุณภาพตรงตามที่ตกลง								
		ผลิตภัณฑ์ทนทานต่อการใช้งาน								

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญ จุดขาย ความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิกตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ					จุดขาย		
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่ใช้	ปานกลาง	มาก
			1	2	3	4	5	1	1.2	1.5
คุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)	คุณภาพผลิตภัณฑ์	คุณภาพสินค้าและตำหนิเซรามิก								
		สามารถสั่งผลิตได้ถูกต้องรวดเร็ว								
บรรจุภัณฑ์		เพิ่มมูลค่าสินค้า								
		แข็งแรง								
		พกพาสะดวก								
การตลาด	ราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ								
		ส่วนลดปริมาณและส่วนลดเงินสด								
		การชำระเงินระบบเครดิตได้								

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญ จุดขาย ความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิกตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ					จุดขาย		
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่ใช้	ปานกลาง	มาก
			1	2	3	4	5	1	1.2	1.5
การตลาด (ต่อ)	ราคา (ต่อ)	การรับประกันของเสียหาย								
		การรับเปลี่ยน-คืนสินค้า								
		สถานที่จัดจำหน่ายที่เหมาะสม								
		พนักงานที่ดี								
		บริการจัดส่ง								
		อินเทอร์เน็ตใบสั่งซื้อทางไปรษณีย์								
		แถมตาล็อคสินค้า								
		การติดต่อสื่อสารสะดวก แฟกซ์/อีเมล								

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญ จุดขาย ความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิกตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ					จุดขาย		
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่ใช้	ปานกลาง	มาก
			1	2	3	4	5	1	1.2	1.5
การตลาด (ต่อ)	ราคา (ต่อ)	การ ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่ดี								
		ให้ข่าวสารแก่ ลูกค้าอย่าง ต่อเนื่อง								
		ส่งเสริมการ ขายและกล ยุทธ์การตลาด								
ความน่าเชื่อถือ		ส่งสินค้าตรง ตามเวลาที่ กำหนด								
		สินค้าถูกต้อง ทั้งรูปแบบ หรือจำนวน								
		กำลังการผลิต ของโรงงาน								
		การติดต่อ โรงงานทำได้ สะดวก								

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญ จุดขาย ความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิกตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก		ระดับความพึงพอใจ					จุดขาย		
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ไม่ใช้	ปานกลาง	มาก
		1	2	3	4	5	1	1.2	1.5
ความน่าเชื่อถือ (ต่อ)	มีตราสินค้า ของตัวเอง								

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ขอขอบคุณที่กรุณากรอกแบบสอบถาม
ผู้จัดทำการค้นคว้าแบบอิสระ



ภาคผนวก ข

ผลวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เซรามิก ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ข.1

ผลวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เซรามิกจากผู้ประกอบการค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. ผลการวิเคราะห์ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. รูปแบบหรือประเภทการจดทะเบียนของกิจการ

1. บุคคลธรรมดา	88%	2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	12%
3. บริษัทจำกัด	0%		

2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของท่าน

1. ร้านค้าส่ง	0%	2. ร้านค้าปลีก	26%
3. ร้านค้าส่งและปลีก	74%	4. ผู้ค้าส่ง (ไม่มีร้านค้า)	0%

3. สถานที่ตั้งของกิจการ (โปรดระบุ อำเภอ / จังหวัด)

1. สงขลา	16%	2. ชุมพร	12%
3. สุราษฎร์ธานี	8%	4. กระบี่	8%
5. ตรัง	8%	6. นครศรีธรรมราช	8%
7. ประจวบคีรีขันธ์	6%	8. พังงา	10%
9. พัทลุง	6%	10. ภูเก็ต	12%
11. ระนอง	4%	12. สตูล	2%

4. กิจการของท่านดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาที่ปี

1. 0 - 5 ปี	16%	2. 6 - 10 ปี	34%
3. 11 - 15 ปี	40%	4. มากกว่า 15 ปี	10%

5. ยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 10,000 บาท	0%	2. 10,001 – 50,000 บาท	20%
3. 50,001 - 100,000 บาท	40%	4. 100,001 – 150,000 บาท	18%
5. 150,001 - 200,000 บาท	10%	6. มากกว่า 200,000 บาท	12%

6. ท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากโรงงานเซรามิก / ผู้จำหน่าย ทั้งหมดกี่ราย

1. น้อยกว่า 5 ราย	88%	2. 5 - 10 ราย	12%
3. มากกว่า 10 ราย	0%		

7. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากแหล่งที่ท่านซื้อคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณภาพดี	24%	2. ราคาเหมาะสม	24%
3. สะดวกในการสั่งซื้อและส่งมอบผลิตภัณฑ์	21%	4. การบริการดี	16%
5. มีการส่งเสริมการตลาด	16%		

8. กิจกรรมของท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. แจกัน	14%	2. ชุดกาน้ำชา	14%
3. แก้วกาแฟ	14%	4. กระจก	4%
5. ออมสิน, ตุ๊กตา	14%	6. ผลิตภัณฑ์สปา	12%
7. ของชำร่วย ของที่ระลึก	14%	8. ของตกแต่งบ้าน	12%
9. ของตกแต่งสวน	4%		

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก

ปัจจัย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เฉลี่ย	4.44	4.86	4.80	4.10	3.14	3.34	3.14	4.66	4.54	4.02	3.02	3.02	3.40	3.88	3.94	3.22	3.22	3.04	3.04	4.14	3.10	3.94	3.16	3.12	3.12	3.68	3.56	3.56	3.24	3.10	2.28
ผู้ตอบแบบสอบถาม	1	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
	2	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	3	3	5	5	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3
	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
	4	5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	3	3	5	5	5	4	4	3	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3
	5	5	5	5	4	3	5	3	5	5	3	3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3
	6	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	3
	7	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
	8	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	9	5	5	5	4	3	4	3	5	5	4	3	3	5	5	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
	10	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2
	11	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3
	12	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2
	13	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	14	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2
	15	4	5	5	4	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2
	16	5	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2
	17	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
	18	4	5	5	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2
	19	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	20	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	21	5	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	2	1
	22	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	3	3	2	2	1
	23	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	1
	24	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	1
	25	5	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2
	26	4	5	5	5	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2
	27	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	28	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	29	5	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	30	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	31	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
	32	5	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
	33	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
	34	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	35	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
	36	5	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2
	37	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2
	38	4	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
	39	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3
	40	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	1
	41	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3
	42	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	43	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	44	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2
	45	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

แบบสอบถามผู้	46	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2
	47	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	48	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
	49	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	50	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ปัจจัย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เฉลี่ย	2.78	3.04	3.02	2.74	2.96	3.00	3.00	2.62	1.36	1.44	1.88	1.88	3.00	2.88	2.02	1.82	1.82	2.98	2.98	3.06	2.02	1.78	2.60	2.72	2.72	2.96	3.02	3.02	2.38	2.34	1.40
ผู้ตอบแบบสอบถาม	1	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2
	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2
	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2
	4	3	3	3	2	2	3	2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	2
	5	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	2	2	2	3	3	3	2	3	2
	6	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2
	7	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2
	8	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	3	3	1	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2
	9	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	3	1	1	1	2	2	3	3	3	2	2	1
	10	3	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
	11	3	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2
	12	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
	13	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	1

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	14	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	1	1	2	2	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	1	
	15	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	3	1	
	16	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	1	
	17	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	1
	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1
	19	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	1
	20	2	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1
	21	2	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	3	3	1	1	2	2	2	3	3	3	2	2	1
	22	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	23	3	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1
	24	3	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	25	2	3	3	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1
	26	3	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	27	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	2	1	1	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2	2	1
	28	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	29	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	30	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	
	31	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1
	32	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	33	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1
	34	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
	35	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
	36	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	1
	37	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	38	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	39	3	4	4	4	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	40	3	4	4	3	3	3	3	3	2	1	1	1	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	41	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
	42	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
	43	2	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	44	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	45	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

แบบสอบถามผู้	46	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1
	47	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1
	48	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
	49	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2
	50	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2

ภาคผนวก ข.2

ผลวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เซรามิกจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เซรามิก ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. ผลการวิเคราะห์ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย	54%	2. หญิง	46%
--------	-----	---------	-----

2. อายุ

1. ไม่เกิน 20 ปี	2%	2. 21 - 30 ปี	22%
3. 31 - 40 ปี	28%	4. 41 - 50	28%
4. 51 - 60 ปี	18%	5. มากกว่า 60 ปี	0%

3. สถานภาพ

1. โสด	24%	2. สมรส	70%	3. หย่าร้าง/หม้าย	6%
--------	-----	---------	-----	-------------------	----

4. วุฒิกการศึกษาสูงสุด

1. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	4%	2. ปริญญาตรี	58%
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. หรือปวส.	38%	4. สูงกว่าปริญญาตรี	0%

5. อาชีพหลัก

1. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14%	2. รับราชการ	14%
3. พนักงานบริษัทเอกชน	20%	4. รับจ้าง	4%
5. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	32%	6. นักเรียน/นักศึกษา	14%
7. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	2%		

6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 5,000 บาท	16%	2. 5,001 – 10,000 บาท	4%
3. 10,001 - 20,000 บาท	20%	4. 20,001 – 30,000 บาท	16%
5. 30,001 - 40,000 บาท	32%	6. มากกว่า 40,000 บาท	12%

7. ภูมิภาคไหน ปัจจุบัน

1. กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	0%	2. ภาคกลาง	18%
3. ภาคเหนือ	2%	4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0%
5. ภาคใต้	80%		

8. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ใช้ในชีวิตประจำวัน	45%	2. ของขวัญ/ของฝาก	49%
3. ขายต่อ	2%	4. ใช้ในการประกอบกิจการ	3%

9. กรณีท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. แจกัน	16%	2. ชุดน้ำชา	3%
3. แก้วกาแฟ	17%	4. กระถาง	3%
5. ออมสิน, ตุ๊กตา	7%	6. ผลิตภัณฑ์สปา	14%
7. ของชำร่วย ของที่ระลึก	17%	8. ของตกแต่งบ้าน	17%
9. ของตกแต่งสวน	6%		

10. โดยปกติท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกเนื่องในโอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เทศกาลต่างๆ	1%	2. ใช้เป็นของตกแต่ง	28%
3. ให้เป็นของขวัญ	31%	4. ไม่แน่นอน	40%

11. ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ซื้อครั้งละกี่ชิ้น

1. 1 - 3 ชิ้น	2%	2. 4 - 5 ชิ้น	46%
3. มากกว่า 5 ชิ้น	0%	4. ไม่แน่นอน	15%

12. ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกแต่ละครั้งมีมูลค่าการซื้อต่อครั้งโดยเฉลี่ยประมาณเท่าใด

1. น้อยกว่า 500 บาท	52%	2. 501 - 1,000 บาท	46%
3. 1,001 - 1,500 บาท	0%	4. 1,501 - 2,000 บาท	0%
5. มากกว่า 2,000 บาท	2%		

13. ท่านต้องการให้ทำการส่งเสริมการขายโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. 쿠폰สะสมแลกซื้อ	0%	2. ลดราคา	100%
3. แลกซื้อราคาพิเศษ	0%		

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก

ปัจจัย		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เฉลี่ย		4.48	4.78	4.74	3.82	3.42	3.24	3.18	4.84	4.66	4.30	3.22	3.22	4.10	3.96	2.86	3.02	3.02	3.14	3.18	4.44	3.06	3.06	3.06	3.10	2.86	4.28	3.02	3.02	2.70	2.64	2.92
ผู้ตอบแบบสอบถาม	1	4	5	5	5	3	3	3	5	5	4	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	2	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	3	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3
	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3
	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3	3	5	5	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	6	5	4	4	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3
	8	5	5	5	3	3	3	3	5	5	4	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
	9	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	10	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	11	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	12	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	13	4	4	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ประเภทเกมเกอร์	14	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	1	1	3
	15	5	5	5	5	3	3	3	5	5	4	3	3	5	3	2	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
	16	4	5	5	4	3	3	3	5	4	5	3	3	5	3	2	3	3	4	4	5	3	3	3	1	5	3	3	3	3
	17	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3	3
	18	4	5	5	3	3	3	3	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	5	3	3	1	1
	19	4	5	5	3	3	3	3	5	4	5	3	4	5	4	1	3	3	3	3	5	3	3	3	1	5	3	3	1	1
	20	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	3	1	3	3	3	3	5	3	3	3	2	5	3	3	2	2
	21	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	2	5	3	3	1	1
	22	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	4	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	2	5	3	3	2	2
	23	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	2	5	3	3	1	1
	24	4	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3
	25	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	2	2
	26	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	1	3	3	5	5	5	3	3	3	3	5	4	4	3	3
	27	4	5	5	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
	28	4	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
	29	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	30	4	5	5	3	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
	31	4	5	5	3	3	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	32	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
	33	4	5	5	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	34	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
	35	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	36	5	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	37	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3
	38	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	1	1
	39	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2
	40	5	5	5	3	3	3	3	5	5	4	3	3	4	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
	41	4	5	5	3	3	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	42	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	43	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	44	5	5	4	4	4	3	3	5	5	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	45	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	46	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	47	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	48	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	49	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	50	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ปัจจัย		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เฉลี่ย		2.74	2.88	2.78	2.82	2.96	2.86	2.92	2.38	1.16	1.16	1.22	1.20	2.96	2.90	1.10	1.10	1.12	2.96	3.00	1.18	1.16	1.20	1.46	2.72	2.06	3.02	1.98	1.96	1.44	1.42	1.28
ผู้ตอบแบบสอบถาม	1	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1
	2	3	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1
	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1
	4	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1
	5	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1
	6	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	2	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	1	1	1	1
	7	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	3
	8	3	2	2	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1
	9	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3
	10	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	3
	11	3	3	2	2	3	2	2	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1
	12	3	3	2	3	3	2	2	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1
	13	3	3	3	3	3	1	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	14	3	3	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	3	2	2	1	1	1		
	15	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	3	3	3	3	3	3		
	16	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	3	1	1	3	2	2	1	1	1	
	17	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	
	18	2	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	3	4	1	1	3	2	1	3	1	1	1	1	1	
	19	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	
	20	3	3	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	
	21	3	3	3	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	
	22	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	
	23	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	
	24	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	
	25	2	3	3	2	3	2	3	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	1	1	1	1	1	
	26	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	
	27	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1
	28	3	3	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1
	29	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	30	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1
	31	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	2	3	2	2	1	1	1
	32	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1
	33	3	2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1
	34	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	2	2	1	1	1
	35	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	4	2	2	1	1	1
	36	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	4	1	1	1	1	3	3	4	3	3	3	1	1
	37	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	2	3	3	3	1	1	1
	38	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	1	2	1
	39	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	1
	40	3	2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	1
	41	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	1	1	1	1
	42	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	3	1	3	3	3	1	1	1
	43	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	2	3	3	2	3	2	3	1	1	1
	44	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	3	1	1	1	3	3	1	1	2	3	3	3	3	2	2	1	1	1
	45	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	1	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	46	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2
	47	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2
	48	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	1	2
	49	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2
	50	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2

ภาคผนวก ข.3

ผลวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เซรามิกจากผู้ประกอบการ พ่อค้าคนกลาง ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านผลิตภัณฑ์เซรา
มิก ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. ผลการวิเคราะห์ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย

60%

2. หญิง

40%

2. อายุ

1. ไม่เกิน 20 ปี

0%

2. 21 - 30 ปี

0%

3. 31 - 40 ปี

38%

4. 41 - 50

56%

4. 51 - 60 ปี

6%

5. มากกว่า 60 ปี

0%

3. สถานภาพ

1. โสด

6%

2. สมรส

88%

3. หย่าร้าง/หม้าย

6%

4. วุฒิการศึกษาสูงสุด

1. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า

6%

2. ปริญญาตรี

31%

3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. หรือปวส.

63%

4. สูงกว่าปริญญาตรี

0%

5. อาชีพหลัก

1. ผู้ประกอบการค้า

56%

2. ผู้ผลิตสินค้าเซรามิก

38%

3. ลูกจ้างในอุตสาหกรรมเซรามิก

6%

4. ผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการเซรามิก

0%

5. ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เซรามิก

0%

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญ จุดขาย ความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

เซรามิกตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิกคู่แข่ง

ปัจจัย		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เฉลี่ย		4.00	4.06	4.06	3.44	3.19	3.13	3.00	3.88	2.94	2.38	2.19	2.25	3.19	3.00	2.50	2.13	2.19	2.94	2.81	3.38	2.88	2.38	3.00	2.63	2.69	3.50	3.13	3.06	3.06	3.13	3.44
ผู้ตอบแบบสอบถาม	1	5	4	4	3	3	3	3	2	2	1	1	1	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	1
	2	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	3	4	1	4	3	2	2	3	3	4	4	5
	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3
	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
	6	4	4	4	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	4
	7	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	8	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4
	9	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	2	2	3	3	1	1	1	4	3	3	1	1	3	2	2	4	3	3	4	4	4
	10	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	1	3	2	2	3	3	3	3	4	4
	11	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	12	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญ จุดขาย ความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

เซรามิกตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์เซรามิกคู่แข่ง (ต่อ)

ผู้ตอบ แบบสอบถาม	13	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
	14	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
	15	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	1	1	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3
	16	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	4	2	2	2	3	3	4	4	3	3	2	2	4	3	3	4	4	4

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับจุดขายของผลิตภัณฑ์เซรามิกคู่แข่ง

ปัจจัย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เฉลี่ย	1.50	1.48	1.50	1.36	1.18	1.17	1.03	1.44	1.10	1.16	1.00	1.01	1.21	1.15	1.08	1.06	1.05	1.01	1.00	1.14	1.15	1.15	1.11	1.11	1.11	1.37	1.08	1.06	1.00	1.00	1.13
ผู้ตอบแบบสอบถาม	1	1.5	1.5	1.5	1.2	1.0	1.2	1.0	1.5	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
	2	1.5	1.2	1.5	1.2	1.0	1.2	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
	3	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.2	1.0	1.5	1.2	1.2	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2
	4	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.5	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2
	5	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.2	1.0	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1.5	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2
	6	1.5	1.5	1.5	2.0	1.0	1.0	1.0	1.5	1.0	1.2	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.5	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2
	7	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.2	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2
	8	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.2	1.0	1.5	1.0	1.2	1.0	1.2	1.5	1.2	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0
	9	1.5	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.2	1.5	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0
	10	1.5	1.5	1.5	1.2	1.0	1.2	1.0	1.2	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
	11	1.5	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.0	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2
	12	1.5	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.0	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2
	13	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2
	14	1.5	1.5	1.5	1.5	1.5	1.2	1.0	1.5	1.2	1.2	1.0	1.0	1.2	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.5	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับจุดขายของผลิตภัณฑ์เซรามิกคู่แข่ง (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม																																
	15	1.5	1.5	1.5	1.5	1.2	1.2	1.0	1.5	1.0	1.2	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0
	16	1.5	1.5	1.5	1.2	1.0	1.0	1.0	1.5	1.0	1.2	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2	1.0	1.0	1.0	1.0	1.2



ภาคผนวก ค

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก
หลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก ค.1

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก
จากผู้ประกอบการค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก หลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามชุดที่ ง _____

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามชุดนี้ใช้เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก จากผู้ประกอบการค้า ผลิตภัณฑ์เซรามิก เนื้อหาแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ผู้ศึกษาใคร่ขอเรียนให้ทราบว่า ในข้อคำถามของแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วนนี้ “ผลิตภัณฑ์เซรามิก” ในที่นี้จะหมายถึง ผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่งซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดินแบบ ดังตัวอย่าง และ/หรือ รูปถ่าย ซึ่งท่านได้ชมจากผู้สำรวจแบบสอบถาม ซึ่งเป็นต้นแบบที่ได้รับการปรับปรุงพัฒนาขึ้นมาโดยใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษา ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปวิเคราะห์และสรุปผลในลักษณะภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นของกิจการใด ดังนั้นจึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือท่านผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทั้ง 2 ส่วน และขอขอบพระคุณที่ได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อความหรือระบุข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. รูปแบบหรือประเภทการจดทะเบียนของกิจการ

- ☐ บุคคลธรรมดา ☐ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ☐ บริษัทจำกัด

2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของท่าน

- ☐ ร้านค้าส่ง ☐ ร้านค้าปลีก ☐ ร้านค้าส่งและปลีก
☐ ผู้ค้าส่ง (ไม่มีร้านค้า) ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

3. สถานที่ตั้งของกิจการ (โปรดระบุ อำเภอ / จังหวัด) _____

4. กิจการของท่านดำเนินงานมาเป็นระยะเวลากี่ปี

- ☐ 0 - 5 ปี ☐ 6 - 10 ปี ☐ 11 - 15 ปี
☐ มากกว่า 15 ปี

5. ยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ น้อยกว่า 10,000 บาท ☐ 10,001 – 50,000 บาท
☐ 50,001 – 100,000 บาท ☐ 100,001 – 150,000 บาท
☐ 150,001 – 200,000 บาท ☐ มากกว่า 200,000 บาท

6. ท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากโรงงานเซรามิก / ผู้จำหน่าย ทั้งหมดกี่ราย

- ☐ น้อยกว่า 5 ราย ☐ 5 - 10 ราย ☐ มากกว่า 10 ราย

7. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากแหล่งที่ท่านซื้อคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณภาพดี ☐ ราคาเหมาะสม
☐ สะดวกในการสั่งซื้อและส่งมอบผลิตภัณฑ์ ☐ การบริการดี
☐ มีการส่งเสริมการตลาด ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

8. กิจการของท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ แจกัน ☐ ชุดกาน้ำชา ☐ แก้วกาแฟ
☐ กระจก ☐ ออมสิน, ตุ๊กตา ☐ ผลิตภัณฑ์สปา
☐ ของชำร่วย ของที่ระลึก ☐ ของตกแต่งบ้าน ☐ ของตกแต่งสวน
☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

9. จากตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ท่านมีความสนใจหรือไม่?

- ☐ สนใจ ☐ ไม่สนใจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
คุณลักษณะ ด้าน ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ และ ประโยชน์ ใช้สอย	รูปแบบผลิตภัณฑ์แปลก ใหม่					
		สีทันสวยงาม					
		ลวดลายน่าสนใจ					
		ขนาดเหมาะสม/หลาย ขนาด					
		น้ำหนักเหมาะสม					
		ผลิตภัณฑ์คุณภาพตรง ตามที่ต้องการ					
		ผลิตภัณฑ์มีลักษณะ แข็งแรง					
	คุณภาพ ผลิตภัณฑ์	คุณภาพสินค้า และตำหนิ เซรามิก					
บรรจุภัณฑ์		สามารถสั่งผลิตได้					
		เพิ่มมูลค่าสินค้า					
		แข็งแรง					
การตลาด	ราคา	พกพาสะดวก					
		ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
		ส่วนลดปริมาณและ ส่วนลดเงินสด					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
การตลาด (ต่อ)	ราคา (ต่อ)	การชำระเงินระบบเครดิต ได้					
		การรับประกันของเสียหาย					
		การรับเปลี่ยน-คืนสินค้า					
	ช่องทางจัด จำหน่าย และ ส่งเสริม การขาย	สถานที่จัดจำหน่ายที่ เหมาะสม					
		พนักงานที่ดี					
		บริการจัดส่ง					
		อินเทอร์เน็ต ไปสั่งซื้อทาง ไปรษณีย์					
		แอดดาสื่อออนไลน์					
		การติดต่อสื่อสารสะดวก แฟกซ์/อีเมล					
		การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่ดี					
		ให้ข่าวสารแก่ลูกค้าอย่าง ต่อเนื่อง					
		ส่งเสริมการขายและกล ยุทธ์การตลาด					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก		ระดับความสำคัญ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
		1	2	3	4	5
ความน่าเชื่อถือ	ส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด					
	สินค้าถูกต้องทั้งรูปแบบหรือจำนวน					
	กำลังการผลิตของโรงงาน					
	การติดต่อโรงงานทำได้สะดวก					
	มีตราสินค้า					



ภาคผนวก ค.2

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก
จากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เซรามิก หลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถามชุดที่ จ _____

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ

เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เซรามิก โดยใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถามชุดนี้ใช้เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เซรามิก จาก**ผู้บริโภค**สินค้าเซรามิก เนื้อหาแบบสอบถามประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจและปัญหาในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก ผู้ศึกษาใคร่ขอเรียนให้ทราบว่า ในข้อคำถามของแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วนนี้ “ผลิตภัณฑ์เซรามิก” ในที่นี้จะหมายถึง ผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่งซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดินแบบ ดั้งตัวอย่าง และ/หรือ รูปถ่าย ซึ่งท่านได้ชมจากผู้สำรวจแบบสอบถาม ซึ่งเป็นต้นแบบที่ได้รับการปรับปรุงพัฒนาขึ้นมาโดยใช้เทคนิคการกระจายหน้าที่เชิงคุณภาพ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษา ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปวิเคราะห์และสรุปผลในลักษณะภาพรวม ดังนั้นจึงเรียนมาเพื่อขอความร่วมมือท่านผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงให้ครบทั้ง 2 ส่วน และขอขอบพระคุณที่ได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อความหรือระบุข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ ไม่เกิน 20 ปี

☐ 21 - 30 ปี

☐ 31 - 40 ปี

☐ 41 - 50 ปี

☐ 51 - 60 ปี

☐ มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หย่าร้าง / หม้าย

4. วุฒิการศึกษาสูงสุด

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. หรือปวส.

☐ ปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

5. อาชีพหลัก

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ รับราชการ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ รับจ้าง

☐ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 5,000 บาท

☐ 5,001 – 10,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท

☐ 20,001 – 30,000 บาท

☐ 30,001 – 40,000 บาท

☐ มากกว่า 40,000 บาท

7. ภูมิลำเนา ปัจจุบัน

☐ กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล

☐ ภาคกลาง

☐ ภาคเหนือ

☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

☐ ภาคใต้

☐ อื่นๆ (ระบุ) _____

8. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ใช้ในชีวิตประจำวัน

☐ ของขวัญ/ของฝาก

☐ ขายต่อ

☐ ใช้ในการประกอบกิจการ

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

9. กรณีท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|---|---------------------------------------|
| ☐ แจกัน | ☐ ชุดกาน้ำชา | ☐ แก้วกาแฟ |
| ☐ กระจก | ☐ ออมสิน, ตุ๊กตา | ☐ ผลิตภัณฑ์สปา |
| ☐ ของชำร่วย ของที่ระลึก | ☐ ของตกแต่งบ้าน | ☐ ของตกแต่งสวน |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | | |

10. โดยปกติท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกเนื่องในโอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--------------------------------------|---|---|
| ☐ เทศกาลต่างๆ | ☐ ใช้เป็นของตกแต่ง | ☐ ให้เป็นของขวัญ |
| ☐ ไม่แน่นอน | ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

11. ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ซื้อครั้งละกี่ชิ้น

- | | | |
|-------------------------------------|---|---|
| ☐ 1 - 3 ชิ้น | ☐ 4 - 5 ชิ้น | ☐ มากกว่า 5 ชิ้น |
| ☐ ไม่แน่นอน | ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | |

12. ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกแต่ละครั้งมีมูลค่าการซื้อต่อครั้งโดยเฉลี่ยประมาณเท่าใด

- | | | |
|--|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 500 บาท | ☐ 501 – 1,000 บาท | ☐ 1,001 – 1,500 บาท |
| ☐ 1,501 – 2,000 บาท | ☐ มากกว่า 2,000 บาท | |

13. ท่านต้องการให้ทำการส่งเสริมการขายโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|---|---------------------------------|---|
| ☐ 쿠폰สะสมแลกซื้อ | ☐ ลดราคา | ☐ แลกซื้อราคาพิเศษ |
| ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) _____ | | |

14. จากตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ท่านมีความสนใจหรือไม่?

- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| ☐ สนใจ | ☐ ไม่สนใจ |
|-------------------------------|----------------------------------|

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
คุณลักษณะ ด้าน ผลิตภัณฑ์	รูปแบบ และ ประโยชน์ ใช้สอย	รูปแบบผลิตภัณฑ์แปลก ใหม่					
		สีทันสวยงาม					
		ลวดลายน่าสนใจ					
		ขนาดเหมาะสม/หลาย ขนาด					
		น้ำหนักเหมาะสม					
		ผลิตภัณฑ์คุณภาพตรง ตามที่ต้องการ					
		ผลิตภัณฑ์มีลักษณะ แข็งแรง					
	คุณภาพ ผลิตภัณฑ์	คุณภาพสินค้า และตำหนิ เซรามิก					
		สามารถสั่งผลิตได้					
บรรจุภัณฑ์	เพิ่มมูลค่าสินค้า						
	แข็งแรง						
	พกพาสะดวก						
การตลาด	ราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ					
		ส่วนลดปริมาณและ ส่วนลดเงินสด					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ความพึงพอใจที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก			ระดับความพึงพอใจ				
			น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
			1	2	3	4	5
การตลาด (ต่อ)	ราคา (ต่อ)	การชำระเงินระบบเครดิต ได้					
		การรับประกันของเสียหาย					
		การรับเปลี่ยน-คืนสินค้า					
	ช่องทางจัด จำหน่าย และ ส่งเสริม การขาย	สถานที่จัดจำหน่ายที่ เหมาะสม					
		พนักงานที่ดี					
		บริการจัดส่ง					
		อินเทอร์เน็ต ไปสั่งซื้อทาง ไปรษณีย์					
		แอดดาสื่อออนไลน์					
		การติดต่อสื่อสารสะดวก แฟกซ์/อีเมล					
		การประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ที่ดี					
		ให้ข่าวสารแก่ลูกค้าอย่าง ต่อเนื่อง					
		ส่งเสริมการขายและกล ยุทธ์การตลาด					

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความพึงพอใจที่ท่านพิจารณา โดยให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ

ปัจจัยความต้องการที่มีผลต่อคุณลักษณะ ของผลิตภัณฑ์เซรามิก		ระดับความสำคัญ				
		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
		1	2	3	4	5
ความน่าเชื่อถือ	ส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด					
	สินค้าถูกต้องทั้งรูปแบบหรือจำนวน					
	กำลังการผลิตของโรงงาน					
	การติดต่อโรงงานทำได้สะดวก					
	มีตราสินค้า					



ภาคผนวก ง

ผลวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เซรามิก หลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ง.1

ผลวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เซรามิกจากผู้ประกอบการค้าผลิตภัณฑ์เซรามิก หลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. ผลการวิเคราะห์ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. รูปแบบหรือประเภทการจดทะเบียนของกิจการ

1. บุคคลธรรมดา	82%	2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด	18%
3. บริษัทจำกัด	0%		

2. ลักษณะการดำเนินงานธุรกิจของท่าน

1. ร้านค้าส่ง	0%	2. ร้านค้าปลีก	4%
3. ร้านค้าส่งและปลีก	96%	4. ผู้ค้าส่ง (ไม่มีร้านค้า)	0%

3. สถานที่ตั้งของกิจการ (ไปรษณีย์ อำเภอ / จังหวัด)

1. สงขลา	10%	2. ชุมพร	10%
3. สุราษฎร์ธานี	6%	4. กระบี่	6%
5. ตรัง	10%	6. นครศรีธรรมราช	8%
7. ประจวบคีรีขันธ์	8%	8. พังงา	6%
9. พัทลุง	8%	10. ภูเก็ต	12%
11. ระนอง	8%	12. สตูล	8%

4. กิจการของท่านดำเนินงานมาเป็นระยะเวลากี่ปี

1. 0 - 5 ปี	8%	2. 6 - 10 ปี	34%
3. 11 - 15 ปี	42%	4. มากกว่า 15 ปี	16%

5. ยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกของกิจการ โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 10,000 บาท	0%	2. 10,001 – 50,000 บาท	8%
3. 50,001 - 100,000 บาท	30%	4. 100,001 – 150,000 บาท	58%
5. 150,001 - 200,000 บาท	4%	6. มากกว่า 200,000 บาท	0%

6. ท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากโรงงานเซรามิก / ผู้จำหน่าย ทั้งหมดกี่ราย

1. น้อยกว่า 5 ราย	58%	2. 5 - 10 ราย	42%
3. มากกว่า 10 ราย	0%		

7. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกจากแหล่งที่ท่านซื้อคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณภาพดี	20%	2. ราคาเหมาะสม	20%
3. สะดวกในการสั่งซื้อและส่งมอบผลิตภัณฑ์	20%	4. การบริการดี	20%
5. มีการส่งเสริมการตลาด	20%		

8. กิจกรรมของท่านสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. แจกัน	11%	2. ชุดกาน้ำชา	11%
3. แก้วกาแฟ	11%	4. กระจก	11%
5. ออมสิน, ตุ๊กตา	11%	6. ผลิตภัณฑ์สปา	11%
7. ของชำร่วย ของที่ระลึก	11%	8. ของตกแต่งบ้าน	11%
9. ของตกแต่งสวน	1%		

9. จากตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ท่านมีความสนใจหรือไม่?

1. สนใจ	100%	2. ไม่สนใจ	0%
---------	------	------------	----

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ปัจจัย		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เฉลี่ย		4.64	4.80	4.86	4.66	4.52	4.60	4.84	4.14	4.84	4.60	4.44	3.78	4.32	4.22	4.12	4.84	4.84	4.58	4.88	4.94	4.08	4.06	4.06	4.78	4.86	4.96	4.44	4.62	4.40	4.52	4.80
ผู้ตอบแบบสอบถาม	1	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	3	4	3	4	5
	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5
	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	6	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
	7	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	3	5	5	5	3	4	4	4	4
	8	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	9	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4
	10	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5
	11	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
	12	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5
	13	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	14	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5
	15	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5
	16	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	17	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4
	18	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5
	19	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5
	20	4	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	3	4	4	5	3	5	4	4	5
	21	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5
	22	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	23	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	25	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	28	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	29	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	30	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5
	31	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
	34	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
	35	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
	36	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
	37	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
	38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
	39	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4
	40	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
	41	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	42	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
	43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	44	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	47	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
	48	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
	49	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3
	50	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4

ภาคผนวก ง.2

ผลวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์เซรามิกจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เซรามิก หลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. ผลการวิเคราะห์ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย	54%	2. หญิง	46%
--------	-----	---------	-----

2. อายุ

1. ไม่เกิน 20 ปี	4%	2. 21 - 30 ปี	30%
3. 31 - 40 ปี	18%	4. 41 - 50	22%
4. 51 - 60 ปี	22%	5. มากกว่า 60 ปี	4%

3. สถานภาพ

1. โสด	26%	2. สมรส	66%	3. หย่าร้าง/หม้าย	8%
--------	-----	---------	-----	-------------------	----

4. วุฒิการศึกษาสูงสุด

1. มัธยมศึกษาตอนต้น หรือต่ำกว่า	2%	2. ปริญญาตรี	64%
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. หรือปวส.	32%	4. สูงกว่าปริญญาตรี	2%

5. อาชีพหลัก

1. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18%	2. รับราชการ	16%
3. พนักงานบริษัทเอกชน	20%	4. รับจ้าง	2%
5. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	22%	6. นักเรียน/นักศึกษา	18%
7. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4%		

6. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

1. น้อยกว่า 5,000 บาท	22%	2. 5,001 – 10,000 บาท	0%
3. 10,001 - 20,000 บาท	16%	4. 20,001 – 30,000 บาท	24%
5. 30,001 - 40,000 บาท	18%	6. มากกว่า 40,000 บาท	20%

7. ภูมิภาคไหน ปัจจุบัน

1. กรุงเทพฯ หรือปริมณฑล	14%	2. ภาคกลาง	24%
3. ภาคเหนือ	0%	4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0%
5. ภาคใต้	62%		

8. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกเพื่อวัตถุประสงค์ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ใช้ในชีวิตประจำวัน	48%	2. ของขวัญ/ของฝาก	51%
3. ขายต่อ	0%	4. ใช้ในการประกอบกิจการ	1%

9. กรณีท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้างต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. แจกัน	17%	2. ชุดน้ำชา	5%
3. แก้วกาแฟ	15%	4. กระถาง	3%
5. ออมสิน, ตุ๊กตา	2%	6. ผลิตภัณฑ์สปา	15%
7. ของชำร่วย ของที่ระลึก	17%	8. ของตกแต่งบ้าน	17%
9. ของตกแต่งสวน	7%		

10. โดยปกติท่านซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกเนื่องในโอกาสใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. เทศกาลต่างๆ	3%	2. ใช้เป็นของตกแต่ง	34%
3. ให้เป็นของขวัญ	34%	4. ไม่แน่นอน	29%

11. ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกแต่ละครั้งโดยเฉลี่ย ซื้อครั้งละกี่ชิ้น

1. 1 - 3 ชิ้น	24%	2. 4 - 5 ชิ้น	76%
3. มากกว่า 5 ชิ้น	0%	4. ไม่แน่นอน	0%

12. ในการซื้อผลิตภัณฑ์เซรามิกแต่ละครั้งมีมูลค่าการซื้อต่อครั้งโดยเฉลี่ยประมาณเท่าใด

1. น้อยกว่า 500 บาท	86%	2. 501 - 1,000 บาท	14%
3. 1,001 - 1,500 บาท	0%	4. 1,501 - 2,000 บาท	0%
5. มากกว่า 2,000 บาท	0%		

13. ท่านต้องการให้ทำการส่งเสริมการขายโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. 쿠폰สะสมแลกซื้อ	0%	2. ลดราคา	100%
3. แลกซื้อราคาพิเศษ	0%		

14. จากตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ท่านมีความสนใจหรือไม่?

1. สนใจ	100%	2. ไม่สนใจ	0%
---------	------	------------	----

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก

ปัจจัย		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เฉลี่ย		4.68	4.94	5.00	4.82	4.84	4.96	4.96	4.70	4.92	4.90	4.74	4.14	4.46	4.64	4.36	4.06	4.04	4.92	4.96	4.96	4.28	4.44	4.26	4.84	4.32	5.00	4.54	4.58	4.48	4.52	4.74
ผู้ตอบแบบสอบถาม	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5
	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	5	3	3	4	4	4	5	3	3	3	3	3
	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5
	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
	9	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	10	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5
	11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	3	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5
	12	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	13	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	14	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5		
	15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	
	16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	
	17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	
	18	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	
	19	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	2	2	4	
	20	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	
	21	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	
	22	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	
	24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
	25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
	27	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	28	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	29	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	30	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5
	32	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	3
	33	4	4	5	5	5	4	5	5	3	4	3	4	5	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	4
	34	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
	35	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	36	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	37	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
	42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
	44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในแต่ละปัจจัยที่มีต่อผลิตภัณฑ์เซรามิก (ต่อ)

ผู้ตอบแบบสอบถาม	46	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5
	48	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
	49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล

นายภาณุวัฒน์ อ้อยหวาน

วัน เดือน ปี เกิด

17 มีนาคม 2521

ประวัติการศึกษา

- สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
แผนกวิชาช่างไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ สาขาช่างอิเล็กทรอนิกส์
วิทยาลัยเทคนิคลำปาง จังหวัดลำปาง ปีการศึกษา 2541
- สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิชา
วิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
ปีการศึกษา 2544

ประสบการณ์

2552 – ปัจจุบัน

ตำแหน่ง หัวหน้าแผนกวางแผนความต้องการวัสดุ
บริษัท โซยา กลาส ดิสค์ (ประเทศไทย) จำกัด

2546 – 2552

ตำแหน่ง หัวหน้าแผนกวิศวกรรมการผลิต
บริษัท โซยา กลาส ดิสค์ (ประเทศไทย) จำกัด

2545 – 2546

ตำแหน่ง วิศวกร
บริษัท เพาเวอร์อิเล็กทรอนิกส์ ออฟ มินิแบ จำกัด