

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในระดับต่างๆ ของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์.....	8
2.2 วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ (Product Life Cycle)	9
2.3 วิวัฒนาการของการจัดซื้อ หรือจัดจ้างการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์.....	11
2.4 การแบ่งส่วนการตลาดของผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์.....	14
2.5 ห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์.....	15
2.6 แสดงมูลค่าการส่งออก 5 อันดับแรกของอุตสาหกรรมภายในประเทศไทย.....	17
2.7 แสดงมูลค่าประมาณร้อยละของการส่งออกของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์...	17
2.8 แรงกดดันทั้ง 5 ประการ (Five Competitive Forces).....	20
2.9 แบบจำลองสำหรับบริษัทผลิตของเล่น ซึ่งเป็นรูปในการปฏิบัติงานแบบขนานหรือคาบเกี่ยวกันในระยะต่างๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	24
2.10 แบบจำลองแสดงความเชื่อมโยงกันระหว่าง การประเมินความต้องการของลูกค้า (Customer need assessment) กับกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development processes) และกับกระบวนการวางแผนด้านกลยุทธ์ (Strategic planning processes).....	25
2.11 บรรยากาศในการผลิตภายในห้อง 10K ของบริษัทสตาร์ส.....	40
2.12 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทสตาร์สในปัจจุบัน.....	46
2.13 แบบสอบถามที่ใช้วัดความพึงพอใจจากแต่ละลูกค้าของบริษัทตัวอย่าง.....	51
2.14 กราฟแสดงคะแนนที่ได้จากการวัดความพึงพอใจจากแต่ละลูกค้า.....	53
2.15 กราฟแสดงการเปรียบเทียบคะแนนจากแต่ละลูกค้าที่ได้จากการวัดความพึงพอใจในมุมมองของลูกค้า โดยให้เปรียบเทียบกับ บริษัทอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันแต่ผลิตภัณฑ์ไม่เหมือนกัน (Industry) และอุตสาหกรรมเดียวกันผลิตภัณฑ์เหมือนกัน (Competitor).....	54
4.1 ปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ให้บริการการผลิตชิ้นส่วนทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.....	80

4.2	แผนภูมิแท่งการเปรียบเทียบสัดส่วนคะแนนของปัจจัยหลัก ของกลุ่มกำหนดกลยุทธ์.....	85
4.3	แผนภูมิแท่งการจัดลำดับ (Pareto Diagram) ปัจจัยรองทั้งหมด ที่เป็นปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประชากร กลุ่มกำหนดกลยุทธ์.....	89
4.4	แผนภูมิแท่งการเปรียบเทียบสัดส่วนคะแนนของปัจจัยหลัก ของกลุ่มทำกลยุทธ์ให้สำเร็จ.....	94
4.5	แผนภูมิแท่งการจัดลำดับ (Pareto Diagram) ปัจจัยรองทั้งหมด ที่เป็นปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประชากร กลุ่มทำกลยุทธ์ให้สำเร็จ.....	98
4.6	แผนภูมิแท่งการเปรียบเทียบสัดส่วนคะแนนของปัจจัยหลัก ของกลุ่มภาคปฏิบัติงาน.....	103
4.7	แผนภูมิแท่งการจัดลำดับ (Pareto Diagram) ปัจจัยรองทั้งหมด ที่เป็นปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประชากร กลุ่มภาคปฏิบัติงาน.....	107
4.8	แผนภูมิแท่งการเปรียบเทียบสัดส่วนคะแนนของปัจจัยหลักของ บริษัทสตาร์ส ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด.....	112
4.9	แผนภูมิแท่งการจัดลำดับ (Pareto Diagram) ปัจจัยรองทั้งหมด ที่เป็นปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทสตาร์ส.....	116
5.1	สรุปน้ำหนักความสำคัญปัจจัยหลักและปัจจัยรองของความสำเร็จ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ให้บริการการผลิตชิ้นส่วนทางด้าน อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.....	126
5.2	แบบจำลองทางแนวคิด (Conceptual Model) คำนวณน้ำหนักความสำคัญของ ปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ให้บริการการผลิต ชิ้นส่วนทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย.....	127