

ภาคผนวก

ผนวก ก

แบบสอบถามสำหรับหาน้ำหนักของปัจจัยแห่งความสำเร็จ

ตาราง ก

แบบสอบถามสำหรับหาน้ำหนักของปัจจัยแห่งความสำเร็จ

แบบสอบถามเรื่อง การประเมินปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้รับจ้างช่วง
อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ (EMS) ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงปัจจัยสำคัญแห่งความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้รับจ้างช่วงอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย และจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสามารถใช้เป็นแนวทางให้กับธุรกิจ EMS ที่คล้ายคลึงกันในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	ชาย	หญิง

อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	25 – 30 ปี	31 – 35 ปี	36 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปี

การศึกษาสูงสุด	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก

อายุการทำงาน	ต่ำกว่า 2 ปี	2 – 5 ปี	6 – 10 ปี	11 – 15 ปี	มากกว่า 15 ปี

ตำแหน่งงาน	Supervisor / Staff officer	Engineer/ Sr. Engineer	Section Manager / Manager	Sr. Manager / Director	Sr. Director / Above Director

ส่วน / ฝ่าย	Purchasing / Marketing	Production / Prod. Control	Process / Test / QRA / FA / IE	Project & Development	Operation	Above Operation

ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม

ตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม และความหมาย :

การเปรียบเทียบระดับความสำคัญระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้รับจ้างช่วงอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

คะแนน	ความหมาย	
1	สำคัญเท่ากัน	โดยทั้ง 2 ตัวเลือกมีความสำคัญต่อวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้เท่า ๆ กัน
3	สำคัญกว่าปานกลาง	ตัวเลือกหนึ่งมีความสำคัญมากกว่าอีกตัวเลือกหนึ่งปานกลาง
5	สำคัญกว่ามาก	ตัวเลือกหนึ่งมีความสำคัญมากกว่าอีกตัวเลือกหนึ่งอย่างเห็นได้ชัด
7	สำคัญกว่ามากที่สุด	ตัวเลือกหนึ่งมีอิทธิพลเหนือกว่าอีกตัวเลือกหนึ่งอย่างเห็นได้ชัด
9	สำคัญกว่าสูงสุด	ตัวเลือกหนึ่งมีความสำคัญมากกว่าอีกตัวเลือกหนึ่งในระดับสูงสุด
2,4,6,8	สำหรับในกรณีประเมินเพื่อลดช่องว่างระหว่างสเกลที่ติดกัน	กรณีที่ตัวเลือกมีความสำคัญในลักษณะก้ำกึ่งกัน

เลือกเปรียบเทียบปัจจัยทางด้านขวามือกับด้านซ้ายโดย ทำเครื่องหมายใดก็ได้เช่น ■ ✓ ○ ✕

ปัจจัยเหล่านี้ มีความสำคัญ	มากกว่า	เท่ากัน	น้อยกว่า	ปัจจัยเหล่านี้
1). การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์	9 8 7 6 5 4 3 2 1	1	9 8 7 6 5 4 3 2 1	การจัดการโครงสร้างขององค์กร
2). การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์	9 8 7 6 5 4 3 2 1	1	9 8 7 6 5 4 3 2 1	วัฒนธรรม และบรรยากาศการทำงานของบริษัทที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์
3). การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์	9 8 7 6 5 4 3 2 1	1	9 8 7 6 5 4 3 2 1	การให้ความสำคัญกับการวางแผนและการคัดเลือกโครงการ
4). การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์	9 8 7 6 5 4 3 2 1	1	9 8 7 6 5 4 3 2 1	แนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากรในกลุ่มงานพัฒนาผลิตภัณฑ์
5). การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์	9 8 7 6 5 4 3 2 1	1	9 8 7 6 5 4 3 2 1	การประสานเชื่อมโยงระหว่างบุคลากรภายใน และภายนอกองค์กร

ความหมาย

- การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญมากกว่า การจัดการโครงสร้างขององค์กร เล็กน้อย
- การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญน้อยกว่า วัฒนธรรม และบรรยากาศการทำงานของบริษัทที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปานกลาง
- การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญมากกว่า การให้ความสำคัญกับการวางแผนและการคัดเลือกโครงการ
ปานกลาง
- การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญเท่ากับ แนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากรในกลุ่มงานพัฒนาผลิตภัณฑ์
- การวางกลยุทธ์ หรือวัตถุประสงค์ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญมากกว่า การประสานเชื่อมโยงระหว่างบุคลากรภายใน และภายนอก
องค์กร มากแบบก้ำกึ่งกัน

ปัจจัยรอง : วัฒนธรรม และบรรยากาศการทำงานของบริษัทที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์

[illegible]

