# บันทึกข้อความ

**ส่วนราชการ** สำนักธุรกิจการตลาด (ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด) โทร. 142

**ที่** ทส 1407/ 1549 **วันที่** 26 พฤศจิกายน 2562

**เรื่อง** จัดส่งบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง อ.อ.ป. กับ หน่วยงาน ประจำปี 2562

เรียน ผู้อำนวยการ

ตามบันทึกสารบรรณกลาง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ที่ ทส 1401/ว 1224 ลงวันที่ 3 เมษายน 2562 เรื่อง จัดส่งบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง อ.อ.ป. กับ หน่วยงาน ประจำปี 2562 สำเนาบันทึกสั่งการผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ลงวันที่ 2 เมษายน 2562 เรื่องเดียวกัน เห็นชอบตาม ข้อ 1. และ ข้อ 3. ลงนามตามข้อ 2. นั้น

สำนักธุรกิจการตลาด ขอเรียนว่าได้ดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง อ.อ.ป. กับ หน่วยงานประจำปี 2562 โดยการวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานเป็นรูปเล่ม พร้อมสรุปผลการวิเคราะห์แบบสำรวจโดยย่อเป็นร้อยละ แนบมาพร้อมนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา และเห็นควรให้ ① ส.นผ. เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง และให้ ② ออป.เหนือบน และ ③ ออป.กลาง เพื่อทราบเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป

(นายชนุดม เพชรสังข์)
ผู้อำนวยการสำนัก (ระดับ ๙)
สำนักธุรกิจการตลาด

26 พ.ย. 62

(นายประสิทธิ์ เกิดโต)
รองผู้อำนวยการ
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

- ดำเนินการตามเสนอ
- ส.ธก. ใช้เป็นข้อมูลวิเคราะห์ และจัดทำ กลยุทธ์ การตลาด เข้าสู่ การ รวมทั้ง เป็นข้อมูลในการ พัฒนา ผลิตภัณฑ์ รูปแบบใหม่ ต่อไป

26 พ.ย. 62

(นางพรเพ็ญ วรวิลาวัณย์)
ผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

(นายไพรัตน์ ครุฑวิสัย)
ตัวหน้าฝ่าย (ระดับ ส) ฝ่ายยุทธศาสตร์และพัฒนาธุรกิจการตลาด สำนักธุรกิจการตลาด

27 พ.ย. 62

(นายชนุดม เพชรสังข์)
ผู้อำนวยการสำนัก (ระดับ ๙)
สำนักธุรกิจการตลาด

รับที่ 12968/ 26 พย. 2562 ส 48701 26 พ.ย. 62 4361/น 14.36 น 21 พ.ย 62 17.26 น. 2/9.55

# รายงาน

# โครงการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมไม้

# กิจกรรมการสำรวจความต้องการและ

# ประเมินความพึงพอใจลูกค้า

# ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2562


สำนักธุรกิจการตลาด องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

โทรศัพท์ 0 2282 3243 – 7 โทรสาร 0 2282 4197

Email : Market1417@hotmail.com

# คำนำ

โครงการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมป่าไม้ กิจกรรมการสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจลูกค้า ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2562 ได้รับความร่วมมือจากงานแปรรูปไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ร้องกวาง งานแปรรูปไม้และผลิตภัณฑ์ไม้แม่เมาะ ส่วนพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมไม้ สังกัดองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือบน ส่วนอุตสาหกรรมไม้บางโพ ส่วนอุตสาหกรรมไม้วังน้อย ส่วนอุตสาหกรรมไม้อยุธยา สังกัดองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคกลาง ในการส่งแบบการสำรวจความต้องการและแบบประเมินความพึงพอใจ ให้ลูกค้ากรอกข้อมูลในการซื้อไม้สักสวนป่าแปรรูป ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนไม้สัก และผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน พร้อมทั้งรวบรวมส่งคืนให้สำนักธุรกิจการตลาด วิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานสรุปผลการสำรวจความต้องการ และประเมินความพึงพอใจลูกค้า สินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2562 เสร็จสมบูรณ์ และที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสำรวจครั้งนี้ สำนักธุรกิจการตลาด ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสำรวจทุกท่านไว้ ณ ที่นี้ด้วย

สำนักธุรกิจการตลาด
องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้
พฤศจิกายน 2562

# สารบัญ


| | หน้า |
|---|---|
| สถานการณ์ทั่วไป | 1 |
| วัตถุประสงค์ | 1 |
| ผลที่คาดว่าจะได้รับ | 1 |
| ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ | 1 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ | 2 |
| วิธีการเก็บข้อมูล | 2 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 3 |
| การนำเสนอข้อมูล | 4 |
| สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป. | 4 |
| สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน อ.อ.ป. | 10 |
| สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป อ.อ.ป. | 15 |
| ปัญหาและข้อเสนอแนะกิจกรรมการสำรวจความต้องการของลูกค้า อ.อ.ป. | 20 |
| สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป. | 21 |
| สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน อ.อ.ป. | 27 |
| สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป อ.อ.ป. | 33 |
| ปัญหาและข้อเสนอแนะกิจกรรมประเมินความพึงพอใจของลูกค้า อ.อ.ป. | 39 |

# รายงานการสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจลูกค้าขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2562

---

**สถานการณ์ทั่วไป**

องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (อ.อ.ป.) ดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมป่าไม้ ทั้งระบบครอบคลุมตั้งแต่การเลือกสายพันธุ์ไม้ การปลูก และการนำไม้มาใช้ประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นผู้ปลูกสวนป่าเศรษฐกิจ และผลิตวัตถุดิบไม้รายใหญ่สุดของประเทศโดยเฉพาะไม้สัก นอกจากจำหน่ายเป็นไม้ท่อนองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ยังนำไม้สักส่งเข้าโรงเลื่อยโรงงาน แปรรูปไม้ ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ เครื่องเรือนและครุภัณฑ์ จำหน่ายแข่งขันกับภาคเอกชน

ดังนั้น การตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ จึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เป็นอย่างยิ่ง การสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ จึงเป็นการนำข้อมูลจากแบบสำรวจมาวิเคราะห์กำหนดมาตรฐาน การผลิต การขายสินค้าและบริการ ตอบสนองความคาดหวัง ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ครั้งต่อไป

**วัตถุประสงค์**

เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจของลูกค้าซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน, ผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน และผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป มาดำเนินการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

**ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

แนวทางปรับปรุงผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการผลิต การจำหน่าย และการให้บริการลูกค้าด้านอุตสาหกรรมไม้ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ครั้งต่อไป

**ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ**

ประชากรที่ใช้ในการสำรวจความต้องการ และประเมินความพึงพอใจ คือ ลูกค้าทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน, ผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน และผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ที่วางจำหน่าย

ประเมิน.../

ประเมินความพึงพอใจ

- ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน จำนวน 321 ฉบับ
- ผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน จำนวน 102 ฉบับ
- ผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป จำนวน 238 ฉบับ

สำรวจความต้องการ

- ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน จำนวน 315 ฉบับ
- ผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน จำนวน 99 ฉบับ
- ผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป จำนวน 230 ฉบับ

**เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ**

แบบสำรวจความต้องการ และแบบประเมินความพึงพอใจมีลักษณะเป็นคำถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ เช่น เพศ อายุ อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากสื่อใด และต้องการให้ อ.อ.ป. ติดต่อหรือส่งข่าวสารไปที่ใด แบบสำรวจเป็นการเลือกตอบ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นการเลือกตอบให้ตรงกับความต้องการของผู้ทำการตอบแบบสำรวจ และเป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นการเลือกตอบให้ตรงกับระดับความพึงพอใจของผู้ทำการตอบแบบสำรวจ

| | |
|---|---|
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 1.00 – 1.50 | แปลความได้ว่าอยู่ในระดับน้อยที่สุด |
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 1.51 – 2.50 | แปลความได้ว่าอยู่ในระดับน้อย |
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 2.51 – 3.50 | แปลความได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 3.51 – 4.50 | แปลความได้ว่าอยู่ในระดับมาก |
| ค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง 4.51 – 5.00 | แปลความได้ว่าอยู่ในระดับมากที่สุด |

ตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ

**วิธีการเก็บข้อมูล**

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการแจกแบบสำรวจให้กลุ่มตัวอย่างที่เข้าซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน, ผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน และ ผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้วนำมาวิเคราะห์ โดยนำหลักการคำนวณมาช่วยในการวิเคราะห์ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์เป็นค่าร้อยละ

สูตร $P = \frac{n \times 100}{N}$

เมื่อ P = แทนค่าร้อยละ

n = จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ

N = จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด

ตอนที่ 2 การสำรวจความต้องการ วิเคราะห์เป็นค่าร้อยละ

สูตร $P = \frac{n \times 100}{N}$

เมื่อ P = แทนค่าร้อยละ

n = จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจ

N = จำนวนผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด

และ การสำรวจความพึงพอใจวิเคราะห์เป็นค่าเฉลี่ย (Mean)

สูตร $\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$

เมื่อ $\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

fx = ผลคูณระหว่างคะแนนกับความถี่ของคะแนนนั้น

N = จำนวนข้อมูลในกลุ่มประชากร

สูตร $S.D. = \sqrt{\frac{\sum f(X - \bar{X}i)^2}{N}}$

เมื่อ S.D. = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มประชากร

x = ค่าของข้อมูลแต่ละตัวหรือค่าของจุดกึ่งกลางชั้นแต่ละชั้น

$\bar{X}$ i = ค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร

N = จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มประชากร

$\sum f$ = ผลรวมความถี่ของข้อมูลแต่ละชั้น

ตอนที่ 3 เป็นการรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การนำเสนอ.../

**การนำเสนอข้อมูล**

นำเสนอโดยการใช้ตารางประกอบคำบรรยาย

---

**สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป.**

จากการสำรวจ ความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป. จากการสุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 315 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ**

**ตารางที่ 1** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

| **เพศ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ชาย | 159 | 50.48 |
| หญิง | 156 | 49.52 |
| **รวม** | **315** | **100** |

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 50.48 และเป็นเพศหญิง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 49.52

**ตารางที่ 2** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

| **อายุ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| 20 – 30 ปี | 48 | 15.24 |
| 31 – 40 ปี | 89 | 28.25 |
| 41 – 50 ปี | 108 | 34.29 |
| มากกว่า 51 ปี ขึ้นไป | 70 | 22.22 |
| **รวม** | **315** | **100** |

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมาอายุมากกว่า 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 15.24

ตารางที่ 3.../

**ตารางที่ 3** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

| **อาชีพ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ข้าราชการ | 78 | 24.76 |
| รัฐวิสาหกิจ | 51 | 16.19 |
| พนักงานองค์กรเอกชน | 58 | 18.41 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 107 | 33.97 |
| อื่น ๆ | 21 | 6.67 |
| **รวม** | **315** | **100** |

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 33.97 รองลงมาข้าราชการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 24.76 รองลงมาพนักงานองค์กรเอกชน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 18.41 รองลงมารัฐวิสาหกิจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 16.19 และ อื่น ๆ (แม่บ้าน, เกษียณอายุราชการ) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

**ตารางที่ 4** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะที่อยู่อาศัย

| **ลักษณะที่อยู่อาศัย** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| บ้านเดี่ยว | 173 | 54.92 |
| บ้านแฝด | 43 | 13.65 |
| ทาวน์เฮ้าส์ | 46 | 14.60 |
| คอนโดมิเนียม | 33 | 10.48 |
| อื่น ๆ | 20 | 6.35 |
| **รวม** | **315** | **100** |

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 54.92 รองลงมาทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 รองลงมาบ้านแฝด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.65 รองลงมาคอนโดมิเนียม จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.48 และ อื่น ๆ (ห้องเช่า และบ้านพักสวัสดิการ) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.35

ตารางที่ 5.../

**ตารางที่ 5** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รู้จักผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป. จากสื่อใด

| **รู้จักผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป. จาก** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| เว็ปไซต์ อ.อ.ป. | 89 | 28.25 |
| คนรู้จักแนะนำ | 132 | 41.90 |
| ใบปลิว / แผ่นพับ | 16 | 5.08 |
| วารสาร | 6 | 1.90 |
| นิตยสาร | 57 | 18.10 |
| อื่น ๆ | 15 | 4.77 |
| **รวม** | **315** | **100** |

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างรู้จักผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป. จากคนรู้จักแนะนำมากที่สุด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90 รองลงมาเว็ปไซต์ อ.อ.ป. จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 รองลงมานิตยสาร จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 รองลงมาใบปลิว / แผ่นพับ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08 รองลงมาอื่น ๆ (Facebook line เดินผ่าน) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.77 และวารสาร จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

**ตอนที่ 2 ความต้องการของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน**

**ตารางที่ 6** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ท่านคำนึงถึงปัจจัยใดมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องเรือน

| **ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ความสะดวกในการซื้อ | 77 | 19.20 |
| ราคา | 69 | 17.21 |
| รูปแบบ / ความสวยงาม | 68 | 16.96 |
| ประโยชน์ในการใช้งาน | 93 | 23.19 |
| ความคงทน | 93 | 23.19 |
| อื่น ๆ | 1 | 0.25 |
| **รวม** | **401** | **100** |

จากตารางที่ 6.../

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้งาน และความคงทนมากที่สุด จำนวน 93 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.19 รองลงมาราคา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.21 รองลงมารูปแบบ/ความสวยงาม จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 16.96 รองลงมาความสะดวกในการซื้อ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 และ อื่น ๆ (ความชอบส่วนตัว) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

**ตารางที่ 7** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ท่านต้องการเครื่องเรือนเป็นไม้ประเภทใด

| **ต้องการเครื่องเรือนเป็นไม้ประเภทใด** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ไม้สักสวนป่า | 255 | 79.44 |
| ไม้ยางพารา | 28 | 8.72 |
| ไม้กระยาเลย (ไม้เนื้อแข็ง) | 33 | 10.28 |
| อื่น ๆ | 5 | 1.56 |
| **รวม** | **321** | **100** |

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างต้องการเครื่องเรือนเป็นไม้สักสวนป่า มากที่สุด จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 79.44 รองลงมาไม้กระยาเลย (ไม้เนื้อแข็ง) จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.28 รองลงมาไม้ยางพารา จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.72 และไม้ อื่น ๆ (ไม้พยุง, ไม้สน) จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56

**ตารางที่ 8** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ท่านต้องการให้มีการปรับปรุงรูปแบบการผลิตไม้สักสวนป่าของ อ.อ.ป. แบบใด

| **ต้องการให้มีการปรับปรุงรูปแบบการผลิตไม้สักสวนป่าของ อ.อ.ป. แบบใด** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| แบบถอดประกอบ (Knockdown) | 108 | 31.58 |
| ผสมผสานกับโลหะ | 92 | 26.90 |
| เครื่องเรือนไม้แกะสลัก | 42 | 12.28 |
| แบบสำเร็จรูป เช่น ชุดห้องครัว ฯลฯ | 100 | 29.24 |
| **รวม** | **342** | **100** |

จากตารางที่ 8.../

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีการปรับปรุงรูปแบบการผลิตไม้สักเป็นแบบถอดประกอบ (Knockdown) มากที่สุด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 31.58 รองลงมาแบบสำเร็จรูป เช่น ชุดห้องครัว ฯลฯ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 29.24 รองลงมาผสมผสานกับโลหะ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 และเครื่องเรือนไม้แกะสลัก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12.28

**ตารางที่ 9** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ท่านชอบผลิตภัณฑ์ไม้ที่ทำพื้นผิวอย่างไร

| **ผลิตภัณฑ์ไม้ที่ทำพื้นผิว** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| สีธรรมชาติไม่เคลือบ | 75 | 21.93 |
| สีธรรมชาติเคลือบเงา | 127 | 37.13 |
| สีรักษาเนื้อไม้ | 83 | 24.27 |
| สีน้ำมัน | 14 | 4.10 |
| สีโอ๊ค | 42 | 12.28 |
| อื่น ๆ | 1 | 0.29 |
| **รวม** | **342** | **100** |

จากตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างต้องการผลิตภัณฑ์ไม้ที่ทำพื้นผิว สีธรรมชาติเคลือบเงา จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 37.13 รองลงมาสีรักษาเนื้อไม้ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 24.27 รองลงมาสีธรรมชาติไม่เคลือบ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 21.93 รองลงมาสีโอ๊ค จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12.28 รองลงมาสีน้ำมัน จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.10 และ อื่น ๆ (ลงสีวาดลวดลายสำหรับเด็ก) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.29

ตารางที่ 10.../

**ตารางที่ 10** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ประเภทเครื่องเรือนที่ท่านต้องการ

| **ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน** | **จำนวน** (ชิ้น) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ตู้โชว์ | 80 | 8.49 |
| ตู้เสื้อผ้า | 107 | 11.36 |
| ตู้วางโทรทัศน์ | 83 | 8.81 |
| เก้าอี้ | 65 | 6.90 |
| ตู้แขวงลอย | 26 | 2.76 |
| ตู้รองเท้า | 68 | 7.22 |
| ตู้ข้างเตียง | 63 | 6.69 |
| โต๊ะอาหาร | 84 | 8.92 |
| โซฟา | 32 | 3.40 |
| โต๊ะสนาม | 16 | 1.70 |
| เตียงนอน | 83 | 8.81 |
| โต๊ะคอมพิวเตอร์ | 60 | 6.37 |
| โต๊ะเครื่องแป้ง | 36 | 3.82 |
| ชิงช้า | 12 | 1.27 |
| ชุดโต๊ะหมู่บูชา | 28 | 2.97 |
| ชุดรับแขก | 37 | 3.93 |
| ชุดห้องนอน | 32 | 3.40 |
| ชุดห้องครัว | 24 | 2.55 |
| อื่น ๆ | 6 | 0.63 |
| **รวม** | **942** | **100** |

จากตารางที่ 10 กลุ่มตัวอย่างใน 5 ลำดับแรก ต้องการตู้เสื้อผ้ามากที่สุด จำนวน 107 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 11.36 รองลงมาโต๊ะอาหาร จำนวน 84 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.92 รองลงมาตู้วางโทรทัศน์และเตียงนอน เท่ากัน จำนวนละ 83 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.81 รองลงมาตู้โชว์ จำนวน 80 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 8.49 และตู้รองเท้า จำนวน 68 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 7.22

ตอนที่ 3.../

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ**

- อยากให้ทำรูปทรง Modern ทันสมัย
- การจัดโปรโมชั่น ควรจัดให้เหมือนกันทุกที่
- ปรับปรุงโบชัวร์ใส่ภาพ และขนาดของเครื่องเรือนให้ตรงและครบตามที่โชว์มากที่สุด

---

## สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน อ.อ.ป.

จากการสำรวจ ความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน อ.อ.ป. จากการสุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 99 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ**

**ตารางที่ 1** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

| **เพศ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ชาย | 58 | 58.59 |
| หญิง | 41 | 41.41 |
| **รวม** | **99** | **100** |

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58.59 และเป็นเพศหญิง จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.41

ตารางที่ 2.../

**ตารางที่ 2** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

| **อายุ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| 20 – 30 ปี | 5 | 5.05 |
| 31 – 40 ปี | 24 | 24.25 |
| 41 – 50 ปี | 39 | 39.39 |
| มากกว่า 51 ปี ขึ้นไป | 31 | 31.31 |
| **รวม** | **99** | **100** |

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39.39 รองลงมาอายุมากกว่า 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31.31 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.05

**ตารางที่ 3** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

| **อาชีพ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ข้าราชการ | 18 | 18.18 |
| รัฐวิสาหกิจ | 12 | 12.12 |
| ผลิตเฟอร์นิเจอร์ | 36 | 36.36 |
| พนักงานบริษัท | 19 | 19.20 |
| อื่น ๆ | 14 | 14.14 |
| **รวม** | **99** | **100** |

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพผลิตเฟอร์นิเจอร์ มากที่สุด จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาพนักงานบริษัท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 รองลงมาข้าราชการ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 รองลงมาอื่น ๆ (ลูกจ้าง เกษียณอายุราชการ ธุรกิจส่วนตัว) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.14 และรัฐวิสาหกิจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12.12

ตอนที่ 2.../

**ตอนที่ 2 ความต้องการไม้ประสาน**

**ตารางที่ 4** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ต้องการไม้ประสานรูปแบบใด

| **ต้องการไม้ประสานรูปแบบใด** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ไม้โครง | 8 | 8.08 |
| ไม้แผ่น | 20 | 20.20 |
| ไม้พื้น | 7 | 7.07 |
| ทั้ง 3 ชนิด | 64 | 64.65 |
| **รวม** | **99** | **100** |

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างต้องการรูปแบบของไม้ประสานทั้ง 3 ชนิด (ไม้โครง ไม้แผ่น และไม้พื้น) มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64.65 รองลงมาไม้แผ่น จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20.20 รองลงมาไม้โครง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.08 และไม้พื้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.07

**ตารางที่ 5** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ต้องการไม้ประสาน เป็นไม้ชนิดใด

| **ต้องการไม้ประสาน เป็นไม้ชนิดใด** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ไม้สัก | 75 | 75.76 |
| ไม้ยางพารา | 7 | 7.07 |
| อื่น ๆ | 17 | 17.17 |
| **รวม** | **99** | **100** |

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างต้องการไม้ประสาน เป็นไม้สักมากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75.76 รองลงมาไม้อื่น ๆ (ไม้เนื้อแข็ง) จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17.17 และไม้ยางพารา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.07

ตารางที่ 6.../

**ตารางที่ 6** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ต้องการไม้ประสาน ไม้โครง ขนาดใด

| **ต้องการไม้ประสาน ไม้โครง ขนาดใด** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ขนาดหนา 17 มม. หน้ากว้าง 45 มม. ยาว 2.50 ม. | 29 | 32.58 |
| ขนาดหนา 17 มม. หน้ากว้าง 35 มม. ยาว 2.50 ม. | 35 | 39.33 |
| ขนาดหนา 23 มม. หน้ากว้าง 45 มม. ยาว 2.50 ม. | 25 | 28.09 |
| ขนาดอื่น ๆ | 0 | 0.00 |
| **รวม** | **89** | **100** |

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างต้องการไม้ประสานแบบไม้โครง ขนาด 17 มม. หน้ากว้าง 35 มม. ยาว 2.50 ม. มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 39.33 รองลงมาขนาดหนา 17 มม. หน้ากว้าง 45 มม. ยาว 2.50 ม. จำนวนละ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 32.58 และขนาดหนา 23 มม. หน้ากว้าง 45 มม. ยาว 2.50 ม. จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 28.09

**ตารางที่ 7** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ต้องการไม้ประสาน ไม้แผ่น ขนาดใด

| **ต้องการไม้ประสาน ไม้แผ่น ขนาดใด** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ขนาดหนา 1.0 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. | 6 | 5.66 |
| ขนาดหนา 1.2 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. | 32 | 30.19 |
| ขนาดหนา 1.4 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. | 13 | 12.26 |
| ขนาดหนา 1.6 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. | 30 | 28.30 |
| ขนาดหนา 2.0 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. | 11 | 10.38 |
| ขนาดหนา 2.2 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. | 14 | 13.21 |
| ขนาดอื่น ๆ | 0 | 0.00 |
| **รวม** | 106 | 100 |

จากตารางที่ 7.../

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างต้องการไม้ประสานแบบไม้แผ่น ขนาดหนา 1.2 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. มากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 30.19 รองลงมาขนาดหนา 1.6 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 รองลงมาขนาดหนา 2.2 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.21 รองลงมาขนาดหนา 1.4 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.26 รองลงมาขนาดหนา 2.0 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.38 และขนาดหนา 1.0 มม. หน้ากว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.66

**ตารางที่ 8** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ต้องการไม้ประสาน ไม้พื้น ขนาดใด

| **ต้องการไม้ประสาน ไม้พื้น ขนาดใด** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ขนาดหนา 1 นิ้ว กว้าง 4 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 30 | 38.96 |
| ขนาดหนา 1 นิ้ว กว้าง 6 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 23 | 29.87 |
| ขนาดหนา 1 นิ้ว กว้าง 8 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 20 | 25.97 |
| ขนาดหนา 1½ นิ้ว กว้าง 5 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 1 | 1.30 |
| ขนาดหนา 1½ นิ้ว กว้าง 6 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 3 | 3.90 |
| ขนาดหนา 1½ นิ้ว กว้าง 8 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 0 | 0.00 |
| ขนาดหนา 2 นิ้ว กว้าง 5 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 0 | 0.00 |
| ขนาดหนา 2 นิ้ว กว้าง 6 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 0 | 0.00 |
| ขนาดหนา 2 นิ้ว กว้าง 8 นิ้ว ยาว 3 เมตร | 0 | 0.00 |
| ขนาดอื่น ๆ | 0 | 0.00 |
| **รวม** | **77** | **100** |

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างต้องการไม้ประสานแบบไม้พื้นขนาดหนา 1 นิ้ว กว้าง 4 นิ้ว ยาว 3 เมตร มากที่สุด จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 38.96 รองลงมาขนาดหนา 1 นิ้ว กว้าง 6 นิ้ว ยาว 3 เมตร จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 รองลงมาขนาดหนา 1 นิ้ว กว้าง 8 นิ้ว ยาว 3 เมตร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 25.97 รองลงมาขนาดหนา 1½ นิ้ว กว้าง 6 นิ้ว ยาว 3 เมตร จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และขนาดหนา 1½ นิ้ว กว้าง 5 นิ้ว ยาว 3 เมตร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30

ตอนที่ 3.../

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ**

– ไม่มีข้อเสนอแนะ

---

**สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป อ.อ.ป.**

จากการสำรวจ ความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป อ.อ.ป. จากการสุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 230 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ**

**ตารางที่ 1** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

| **เพศ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ชาย | 140 | 60.87 |
| หญิง | 90 | 39.13 |
| **รวม** | **230** | **100** |

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 60.87 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 39.13

**ตารางที่ 2** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

| **อายุ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| 20 – 30 ปี | 30 | 13.04 |
| 31 – 40 ปี | 68 | 29.57 |
| 41 – 50 ปี | 94 | 40.87 |
| มากกว่า 51 ปี ขึ้นไป | 38 | 16.52 |
| **รวม** | **230** | **100** |

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 40.87 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 29.57 รองลงมาอายุมากกว่า 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 16.52 และอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04

ตารางที่ 3.../

**ตารางที่ 3** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

| **อาชีพ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ข้าราชการ | 50 | 21.74 |
| รัฐวิสาหกิจ | 32 | 13.91 |
| ผลิตเฟอร์นิเจอร์ | 55 | 23.92 |
| โรงงานแปรรูปไม้ | 7 | 3.04 |
| พนักงานบริษัท | 29 | 12.61 |
| อื่น ๆ | 57 | 24.78 |
| **รวม** | **230** | **100** |

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพอื่น ๆ (ลูกจ้าง เกษียณอายุราชการ และธุรกิจส่วนตัว) มากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 24.78 รองลงมาผลิตเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 23.92 รองลงมาข้าราชการ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.74 รองลงมารัฐวิสาหกิจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.91 รองลงมาพนักงานบริษัท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61 และโรงงานแปรรูปไม้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.04

**ตารางที่ 4** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากสื่อใด

| **รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากสื่อใด** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| เว็บไซต์ อ.อ.ป. | 75 | 32.61 |
| คนรู้จักแนะนำ | 138 | 60.00 |
| อื่น ๆ | 17 | 7.39 |
| **รวม** | **230** | **100** |

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างรู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากคนรู้จักแนะนำ มากที่สุด จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาเว็บไซต์ อ.อ.ป. จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 32.61 และอื่น ๆ เช่น Line และป้ายประกาศ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.39

ตอนที่ 2.../

**ตอนที่ 2 ความต้องการไม้แปรรูป**

**ตารางที่ 5** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ขนาดของไม้สักแปรรูปที่ท่านต้องการ

| **ขนาดของไม้สักแปรรูปที่ต้องการ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 3.5 ฟุต | 55 | 21.07 |
| ขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 5 ฟุต | 68 | 26.05 |
| ขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 7 ฟุต | 85 | 32.58 |
| ขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 8.5 ฟุต | 27 | 10.34 |
| ขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 9 ฟุต | 26 | 9.96 |
| **รวม** | **261** | **100** |

จากตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างต้องการขนาดของไม้สักแปรรูปขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 7 ฟุต มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 32.58 รองลงมาขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 5 ฟุต จำนวนละ 68 คน คิดเป็นร้อยละ 26.05 รองลงมาขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 3.5 ฟุต จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 21.07 รองลงมาขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 8.5 ฟุต จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 10.34 และขนาดกว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 9 ฟุต จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.96

**ตารางที่ 6** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ปริมาณการใช้ไม้สักแปรรูปต่อปีที่ท่านต้องการ

| **ปริมาณการใช้ไม้สักแปรรูปต่อปี** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ต่ำกว่า 5,000 ลบ.ฟ. | 159 | 68.83 |
| 5,000 ลบ.ฟ. – 10,000 ลบ.ฟ. | 31 | 13.42 |
| 10,000 ลบ.ฟ. – 20,000 ลบ.ฟ. | 37 | 16.02 |
| 20,000 ลบ.ฟ. ขึ้นไป | 4 | 1.73 |
| **รวม** | **231** | **100** |

จากตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างต้องการปริมาณการใช้ไม้สักแปรรูปต่อปี ต่ำกว่า 5,000 ลบ.ฟ. มากที่สุด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 68.83 รองลงมาปริมาณ 10,000 ลบ.ฟ. – 20,000 ลบ.ฟ. จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.02 รองลงมาปริมาณ 5,000 ลบ.ฟ. – 10,000 ลบ.ฟ. จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.42 และปริมาณ 20,000 ลบ.ฟ. ขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.73

ตารางที่ 7.../

**ตารางที่ 7** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ระดับความต้องการไม้เหลากลม

| **ระดับความต้องการไม้แปรรูปเหลากลม** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| มีความต้องการมาก | 44 | 19.13 |
| มีความต้องการน้อย | 186 | 80.87 |
| **รวม** | **230** | **100** |

จากตารางที่ 7 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการไม้เหลากลมอยู่ในระดับ มีความต้องการน้อย จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 80.87 และมีความต้องการมาก จำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.13

**ตารางที่ 8** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ขนาดของไม้สักเหลากลมที่ท่านต้องการ

| **ขนาดของไม้สักเหลากลมที่ต้องการ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.50 นิ้ว (6 ซ.ม.) | 39 | 15.85 |
| ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 นิ้ว (7.50 ซ.ม.) | 53 | 21.54 |
| ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 4 นิ้ว (10 ซ.ม.) | 53 | 21.54 |
| ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 นิ้ว (12.50 ซ.ม.) | 35 | 14.23 |
| ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 6 นิ้ว (15 ซ.ม.) | 36 | 14.63 |
| ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 7 นิ้ว (17.50 ซ.ม.) | 14 | 5.69 |
| ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 8 นิ้ว (20 ซ.ม.) | 16 | 6.52 |
| **รวม** | **246** | **100** |

จากตารางที่ 8 กลุ่มตัวอย่างต้องการขนาดของไม้สักเหลากลมเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 นิ้ว (7.50 ซ.ม.) และขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 4 นิ้ว (10 ซ.ม.) เท่ากัน จำนวนละ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 21.54 รองลงมาขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.25 นิ้ว (6 ซ.ม.) จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.85 รองลงมาขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 6 นิ้ว (15 ซ.ม.) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 14.63 รองลงมาขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 นิ้ว (12.50 ซ.ม.) จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 14.23 รองลงมาขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 8 นิ้ว (20 ซ.ม.) จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.52 และขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 7 นิ้ว (17.50 ซ.ม.) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.69

ตารางที่ 9.../

**ตารางที่ 9** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ปริมาณการใช้ไม้สักเหลากลมต่อปีที่ท่านต้องการ

| **ปริมาณการใช้ไม้สักเหลากลมต่อปี** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ต่ำกว่า 5,000 ลบ.ฟ. | 135 | 58.70 |
| 5,000 ลบ.ฟ. – 10,000 ลบ.ฟ. | 56 | 24.35 |
| 10,000 ลบ.ฟ. – 20,000 ลบ.ฟ. | 25 | 10.87 |
| 20,000 ลบ.ฟ. ขึ้นไป | 14 | 6.08 |
| **รวม** | **230** | **100** |

จากตารางที่ 9 กลุ่มตัวอย่างต้องการปริมาณการใช้ไม้สักเหลากลมต่อปี ต่ำกว่า 5,000 ลบ.ฟ. มากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70 รองลงมาปริมาณ 5,000 ลบ.ฟ.–10,000 ลบ.ฟ. จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 24.35 รองลงมาปริมาณ 10,000 ลบ.ฟ.–20,000 ลบ.ฟ. จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.87 และปริมาณ 20,000 ลบ.ฟ. ขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.08

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ**

- ไม่มีขนาดไม้ที่ต้องการ
- ควรมีขนาดไม้หลากหลายให้เลือก
- ไม่มีประเภทไม้ที่ต้องการ
- ควรทำทางเข้า – ออก เพื่อให้สะดวกในการใช้บริการ

ปัญหา.../

**ปัญหาและข้อเสนอแนะ**
**การดำเนินงานกิจกรรมสำรวจความต้องการของลูกค้า อ.อ.ป.**

ปัญหาและอุปสรรค

อุตสาหกรรมไม้ของ อ.อ.ป. ยังขาดกระบวนการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ อาทิเช่น เครื่องเรือน ไม้ประสาน และไม้แปรรูป โรงเลื่อยแปรรูปไม้ และโรงงานผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคไม่ทันสมัย ซึ่งเป็นปัญหาและอุปสรรคในกระบวนการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ให้ตรงกับความต้องการหรือสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าของ อ.อ.ป. ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ ทำให้สินค้าผลิตภัณฑ์ไม้บางประเภท และบางชนิด ค้างสต๊อก เสื่อมคุณภาพ ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด

ข้อเสนอแนะ

อ.อ.ป. ต้องจัดลำดับความสำคัญตามความต้องการของลูกค้า โดยนำข้อมูลไปดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้แต่ละประเภท รวมถึงการตั้งราคา ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละประเภทสินค้าให้มากที่สุด ซึ่งจะทำให้การสต๊อกสินค้า และการเสื่อมสภาพของสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ของ อ.อ.ป. ลดลง

---

สรุปผล.../

**สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป.**

จากการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน อ.อ.ป. จากการสุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 321 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ**

**ตารางที่ 1** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

| **เพศ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ชาย | 155 | 48.29 |
| หญิง | 166 | 51.71 |
| **รวม** | **321** | **100** |

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 51.71 และเป็นเพศชาย จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 48.29

**ตารางที่ 2** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

| **อายุ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| 20 – 30 ปี | 42 | 13.08 |
| 31 – 40 ปี | 91 | 28.36 |
| 41 – 50 ปี | 113 | 35.20 |
| มากกว่า 51 ปี | 75 | 23.36 |
| **รวม** | **321** | **100** |

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 35.20 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.36 รองลงมาอายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23.36 และอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.08

ตารางที่ 3.../

**ตารางที่ 3** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

| **อาชีพ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ราชการ | 75 | 23.36 |
| รัฐวิสาหกิจ | 43 | 13.40 |
| เอกชน | 71 | 22.12 |
| ธุรกิจส่วนตัว | 118 | 36.76 |
| อื่น ๆ | 14 | 4.36 |
| **รวม** | **321** | **100** |

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 36.76 รองลงมารับราชการ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 23.36 รองลงมาเอกชน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.12 รองลงมารัฐวิสาหกิจ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.40 และอื่น ๆ (เกษียณอายุราชการ) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.36

**ตารางที่ 4** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม ลักษณะที่อยู่อาศัย

| **ลักษณะที่อยู่อาศัย** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| บ้านเดี่ยว | 184 | 57.32 |
| บ้านแฝด | 39 | 12.15 |
| ทาวน์เฮ้าส์ | 47 | 14.64 |
| คอนโดมิเนียม | 24 | 7.48 |
| อพาร์ทเม้นท์ | 15 | 4.67 |
| อื่น ๆ | 12 | 3.74 |
| **รวม** | **321** | **100** |

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวมากที่สุด จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 57.32 รองลงมาทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 14.64 รองลงมาบ้านแฝด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 12.15 รองลงมาคอนโดมิเนียม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.48 รองลงมาอพาร์ทเม้นท์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และอื่น ๆ (ห้องเช่า, บ้านพักสวัสดิการ) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.74

ตอนที่ 2.../

**ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า**

**ตารางที่ 5** ด้านคุณภาพสินค้า

| ด้านคุณภาพสินค้า | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. ความแนบเนียนของโครงสร้าง รอยต่อ | 0 | 0 | 49 | 181 | 91 | 321 | 4.13 | 0.65 | มาก |
| 2. ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน (ไม่เบี้ยวหรือบิดเอียง) | 0 | 0 | 52 | 191 | 78 | 321 | 4.08 | 0.63 | มาก |
| 3. ความประณีตของผลิตภัณฑ์ | 0 | 0 | 70 | 174 | 77 | 321 | 4.02 | 0.68 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **4.07** | **0.65** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=4.07, S.D.=0.65) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า
ความแนบเนียนของโครงสร้าง รอยต่อ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.13, S.D.=0.65)
ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน (ไม่เบี้ยวหรือบิดเอียง) มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.08, S.D.=0.63)
ความประณีตของผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.02, S.D.=0.68)

ตารางที่ 6.../

**ตารางที่ 6** ด้านการบริการ

| ด้านการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **น้อยที่สุด (1)** | **น้อย (2)** | **ปานกลาง (3)** | **มาก (4)** | **มากที่สุด (5)** | **รวม** | $\overline{X}$ | **S.D.** | **แปลผล** |
| 1. ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี | 0 | 0 | 30 | 128 | 163 | 321 | 4.41 | 0.66 | มาก |
| 2. ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ | 0 | 0 | 40 | 137 | 144 | 321 | 4.32 | 0.68 | มาก |
| 3. ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี | 0 | 1 | 37 | 154 | 129 | 321 | 4.28 | 0.67 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **4.33** | **0.67** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=4.33, S.D.=0.67) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า
ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.41, S.D.=0.66)
ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.32, S.D.=0.68)
ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.28, S.D.=0.67)

ตารางที่ 7.../

**ตารางที่ 7** ด้านรูปแบบ

| ด้านรูปแบบ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. ประโยชน์ใช้สอย | 0 | 1 | 43 | 180 | 97 | 321 | 4.16 | 0.65 | มาก |
| 2. รูปแบบทันสมัย | 1 | 5 | 74 | 177 | 64 | 321 | 3.93 | 0.72 | มาก |
| 3. การออกแบบสวยงาม | 0 | 6 | 80 | 177 | 58 | 321 | 3.89 | 0.70 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **3.99** | **0.69** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านรูปแบบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=3.99, S.D.=0.69) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

ประโยชน์ใช้สอย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.16, S.D.=0.65)

รูปแบบทันสมัย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.93, S.D.=0.72)

การออกแบบสวยงาม มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.89, S.D.=0.70)

ตารางที่ 8.../

**ตารางที่ 8** ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย

| ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. การลดราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย | 5 | 18 | 86 | 137 | 75 | 321 | 3.81 | 0.91 | มาก |
| 2. ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา | 3 | 6 | 85 | 160 | 67 | 321 | 3.88 | 0.79 | มาก |
| 3. การจัดเรียงและป้ายราคาง่ายต่อการหาซื้อสินค้า | 5 | 9 | 84 | 153 | 70 | 321 | 3.85 | 0.78 | มาก |
| 4. แผ่นพับ/โบรชัวร์/ใบปลิว | 8 | 20 | 112 | 115 | 66 | 321 | 3.66 | 0.95 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **3.80** | **0.85** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=3.80, S.D.=0.85) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า การลดราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.81, S.D.=0.91) ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.88, S.D.=0.79) การจัดเรียงและป้ายราคาง่ายต่อการหาซื้อสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.85, S.D.=0.78) แผ่นพับ / โบรชัวร์ / ใบปลิว มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.66, S.D.=0.95)

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ**

– ต้องการให้ลดราคาลงอีก เพราะราคาค่อนข้างสูง

– ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ช่วยให้ผลิตภัณฑ์น่าซื้อมากขึ้น

– ควรมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า เมื่อมีการลดราคา

.....

สรุปผล .../

**สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน อ.อ.ป.**

จากการสำรวจ ความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน อ.อ.ป. จากการสุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 102 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ**

**ตารางที่ 1** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

| **เพศ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ชาย | 60 | 58.82 |
| หญิง | 42 | 41.18 |
| **รวม** | **102** | **100** |

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 58.82 และเป็นเพศหญิง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 41.18

**ตารางที่ 2** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

| **อายุ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| 20 – 30 ปี | 6 | 5.88 |
| 31 – 40 ปี | 23 | 22.55 |
| 41 – 50 ปี | 45 | 44.12 |
| มากกว่า 51 ปี | 28 | 27.45 |
| **รวม** | **102** | **100** |

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 44.12 รองลงมาอายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 27.45 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 22.55 และอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.88

ตารางที่ 3.../

**ตารางที่ 3** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

| **อาชีพ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ราชการ | 9 | 8.82 |
| รัฐวิสาหกิจ | 22 | 21.57 |
| ผลิตเฟอร์นิเจอร์ | 25 | 24.51 |
| โรงงานแปรรูปไม้ | 7 | 6.86 |
| พนักงานบริษัท | 24 | 23.53 |
| อื่น ๆ | 15 | 14.71 |
| **รวม** | **102** | **100** |

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพผลิตเฟอร์นิเจอร์ มากที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 24.51 รองลงมาพนักงานบริษัท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 รองลงมารัฐวิสาหกิจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 21.57 รองลงมาอื่น ๆ (เกษียณอายุราชการ) จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 14.71 รองลงมาราชการ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.82 และโรงงานแปรรูปไม้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.86

**ตารางที่ 4** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากสื่อใด

| **รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป.จากสื่อ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| เว็บไซต์ อ.อ.ป. | 21 | 20.59 |
| คนรู้จักแนะนำ | 69 | 67.65 |
| อื่น ๆ | 12 | 11.76 |
| **รวม** | **102** | **100** |

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างรู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากคนรู้จักแนะนำมากที่สุด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 67.65 รองลงมาเว็บไซต์ อ.อ.ป. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.59 และอื่น ๆ (Facebook line) จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76

ตอนที่ 2.../

**ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า**

**ตารางที่ 5** ด้านคุณภาพสินค้า

| ด้านคุณภาพสินค้า | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. ไม้ไม่เบี้ยว หรือบิดเอียง | 0 | 0 | 32 | 48 | 22 | 102 | 3.90 | 0.72 | มาก |
| 2. ขนาดไม้ได้มาตรฐาน | 0 | 0 | 31 | 49 | 22 | 102 | 3.91 | 0.72 | มาก |
| 3. ไม้ประสานกันได้สนิท | 0 | 0 | 33 | 46 | 23 | 102 | 3.90 | 0.73 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **3.90** | **0.72** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=3.90, S.D.=0.72) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

ไม้ไม่เบี้ยว หรือบิดเอียง มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.90, S.D.=0.72)

ขนาดไม้ได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.91, S.D.=0.72)

ไม้ประสานกันได้สนิท มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.90, S.D.=0.73)

ตารางที่ 6.../

**ตารางที่ 6** ด้านการบริการ

| ด้านการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี | 0 | 0 | 25 | 46 | 31 | 102 | 4.06 | 0.74 | มาก |
| 2. ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ | 0 | 1 | 26 | 43 | 32 | 102 | 4.04 | 0.78 | มาก |
| 3. ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี | 0 | 1 | 22 | 52 | 27 | 102 | 4.03 | 0.72 | มาก |
| 4. ความรวดเร็วในการให้บริการ | 0 | 0 | 23 | 52 | 27 | 102 | 4.04 | 0.70 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **4.04** | **0.73** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=4.04, S.D.=0.73) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.06, S.D.=0.74)

ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.04, S.D.=0.78)

ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.03, S.D.=0.72)

ความรวดเร็วในการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.04, S.D.=0.70)

ตารางที่ 7.../

**ตารางที่ 7** ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. ป้ายบอกจุดให้บริการ | 0 | 0 | 41 | 47 | 14 | 102 | 3.74 | 0.68 | มาก |
| 2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 0 | 0 | 35 | 53 | 14 | 102 | 3.79 | 0.66 | มาก |
| 3. มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อการใช้งาน | 0 | 1 | 33 | 57 | 11 | 102 | 3.76 | 0.64 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **3.76** | **0.66** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=3.76, S.D.=0.66) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

ป้ายบอกจุดให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.74, S.D.=0.68)

มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.79, S.D.=0.66)

มีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อการใช้งาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.76, S.D.=0.64)

ตารางที่ 8.../

**ตารางที่ 8** ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย

| ด้านราคา/ การส่งเสริม การจำหน่าย | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา | 0 | 1 | 25 | 63 | 13 | 102 | 3.86 | 0.63 | มาก |
| 2. การจัดเรียงกองไม้ง่ายต่อการพิจารณาสินค้า | 0 | 1 | 34 | 55 | 12 | 102 | 3.76 | 0.67 | มาก |
| 3. แผ่นพับ / โบโชวร์ / ใบปลิว | 0 | 3 | 52 | 43 | 4 | 102 | 3.47 | 0.62 | ปานกลาง |
| **รวม** | | | | | | | **3.69** | **0.64** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=3.69, S.D.=0.64) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า
ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.86, S.D.=0.63)
การจัดเรียงกองไม้ง่ายต่อการพิจารณาสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.76, S.D.=0.67)
แผ่นพับ / โบชัวร์ / ใบปลิว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ($\overline{x}$=3.47, S.D.=0.62)

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ**

– ไม่มีผู้ให้ข้อเสนอแนะ

.....

สรุปผล.../

**สรุปผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป อ.อ.ป.**

จากการสำรวจ ความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป อ.อ.ป. จากการสุ่มตัวอย่างกลุ่มลูกค้าทั้งหมด 238 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**ตารางที่ 1** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม เพศ

| **เพศ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ชาย | 147 | 61.76 |
| หญิง | 91 | 38.24 |
| **รวม** | **238** | **100** |

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 61.76 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 38.24

**ตารางที่ 2** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อายุ

| **อายุ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| 20 – 30 ปี | 28 | 11.76 |
| 31 – 40 ปี | 66 | 27.73 |
| 41 – 50 ปี | 99 | 41.60 |
| มากกว่า 51 ปี | 45 | 18.91 |
| **รวม** | **238** | **100** |

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี มากที่สุด จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 41.60 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 27.73 รองลงมาอายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 18.91 และอายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.76

ตารางที่ 3.../

**ตารางที่ 3** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม อาชีพ

| **อาชีพ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| ราชการ | 42 | 17.65 |
| รัฐวิสาหกิจ | 31 | 13.03 |
| ผลิตเฟอร์นิเจอร์ | 47 | 19.74 |
| โรงงานแปรรูปไม้ | 17 | 7.14 |
| พนักงานบริษัท | 30 | 12.61 |
| อื่น ๆ | 71 | 29.83 |
| **รวม** | **238** | **100** |

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพอื่น ๆ (เกษียณ, ธุรกิจส่วนตัว) มากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 29.83 รองลงมาผลิตเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 19.74 รองลงมารับราชการ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 17.65 รองลงมารัฐวิสาหกิจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 13.03 รองลงมาพนักงานบริษัท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 12.61 และโรงงานแปรรูปไม้ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14

**ตารางที่ 4** จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากสื่อ

| **รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากสื่อ** | **จำนวน** (คน) | **ร้อยละ** |
|---|---|---|
| เว็บไซต์ อ.อ.ป. | 60 | 25.21 |
| คนรู้จักแนะนำ | 155 | 65.13 |
| อื่น ๆ | 23 | 9.66 |
| **รวม** | **238** | **100** |

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างรู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. จากคนรู้จักแนะนำมากที่สุด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 65.13 รองลงมาเว็บไซต์ อ.อ.ป. จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 25.21 และอื่น ๆ (Facebook) จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.66

ตอนที่ 2.../

**ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้า**

**ตารางที่ 5** ด้านคุณภาพสินค้า

| ด้านคุณภาพสินค้า | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. ไม้ไม่เบี้ยว หรือบิดเอียง | 1 | 16 | 70 | 80 | 71 | 238 | 3.86 | 0.94 | มาก |
| 2. ขนาดไม้ได้มาตรฐาน | 1 | 9 | 45 | 109 | 74 | 238 | 4.03 | 0.83 | มาก |
| 3. ไม้ไม่มีตำหนิหรือมีตาไม้น้อย | 1 | 17 | 82 | 86 | 52 | 238 | 3.72 | 0.90 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **3.87** | **0.89** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=3.87, S.D.=0.89) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

ไม้ไม่เบี้ยว หรือบิดเอียง มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.86, S.D.=0.94)

ขนาดไม้ได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.03, S.D.=0.83)

ไม้ไม่มีตำหนิ หรือมีตาไม้น้อย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=3.72, S.D.=0.90)

ตารางที่ 6.../

**ตารางที่ 6** ด้านการบริการ

| ด้านการบริการ | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **น้อยที่สุด (1)** | **น้อย (2)** | **ปานกลาง (3)** | **มาก (4)** | **มากที่สุด (5)** | **รวม** | $\overline{X}$ | **S.D.** | **แปลผล** |
| 1. ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี | 0 | 0 | 34 | 100 | 104 | 238 | 4.29 | 0.70 | มาก |
| 2. ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ | 0 | 0 | 27 | 112 | 99 | 238 | 4.30 | 0.66 | มาก |
| 3. ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี | 0 | 0 | 24 | 112 | 102 | 238 | 4.33 | 0.65 | มาก |
| 4. ความรวดเร็วในการให้บริการ | 0 | 1 | 25 | 132 | 80 | 238 | 4.22 | 0.64 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **4.28** | **0.66** | **มาก** |

$\overline{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{x}$=4.28, S.D.=0.66) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.29, S.D.=0.70)

ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.30, S.D.=0.66)

ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.33, S.D.=0.65)

ความรวดเร็วในการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\overline{x}$=4.22, S.D.=0.64)

ตารางที่ 7.../

**ตารางที่ 7** ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. ป้ายบอกจุดให้บริการ | 0 | 3 | 59 | 115 | 61 | 238 | 3.98 | 0.74 | มาก |
| 2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ | 0 | 3 | 34 | 127 | 74 | 238 | 4.14 | 0.70 | มาก |
| 3. มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อการใช้งาน | 2 | 8 | 48 | 127 | 53 | 238 | 3.93 | 0.79 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **4.01** | **0.74** | **มาก** |

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของคะแนน

S.D = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากตารางที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=4.01, S.D.=0.74) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า

ป้ายบอกจุดให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}$=3.98, S.D.=0.74)

มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}$=4.14, S.D.=0.70)

มีห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อการใช้งาน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}$=3.93, S.D.=0.79)

ตารางที่ 8.../

**ตารางที่ 8** ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย

| ด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย | ระดับความพึงพอใจ | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด (1) | น้อย (2) | ปานกลาง (3) | มาก (4) | มากที่สุด (5) | รวม | $\overline{X}$ | S.D. | แปลผล |
| 1. การลดราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย | 3 | 13 | 86 | 73 | 63 | 238 | 3.76 | 0.95 | มาก |
| 2. ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา | 0 | 11 | 79 | 86 | 62 | 238 | 3.84 | 0.87 | มาก |
| 3. การจัดเรียงกองไม้ง่ายต่อการพิจารณาสินค้า | 0 | 8 | 72 | 95 | 63 | 238 | 3.89 | 0.86 | มาก |
| 4. แผ่นพับ / โบชัวร์ / ใบปลิว | 2 | 32 | 74 | 92 | 38 | 238 | 3.55 | 0.94 | มาก |
| **รวม** | | | | | | | **3.76** | **0.90** | **มาก** |

จากตารางที่ 8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$=3.76, S.D.=0.90) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า
การลดราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}$=3.76, S.D.=0.95)
ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}$=3.84, S.D.=0.87)
การจัดเรียงกองไม้ง่ายต่อการพิจารณาสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}$=3.89, S.D.=0.86)
แผ่นพับ / โบชัวร์ / ใบปลิว มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{x}$=3.55, S.D.=0.94)

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ**

– ขนาดไม้ที่ต้องการมีน้อย

.....

**ปัญหา และข้อเสนอแนะ**

**การดำเนินการสำรวจความพึงพอใจสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ของ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้**

ปัญหา และอุปสรรค

ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านการวิจัยฯ สินค้าและบริการของ อ.อ.ป.

ข้อเสนอแนะ

ควรรับสมัครผู้มีความรู้สาขาการวิจัยตลาดเพื่อให้การออกแบบวิจัยหรือแบบสำรวจมีข้อมูลเชิงลึกในการส่งเสริมหรือแก้ไขปัญหาด้านการตลาดสินค้าและบริการของ อ.อ.ป.

# บันทึกข้อความ

**ส่วนราชการ** สำนักธุรกิจการตลาด (ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด) โทร. 142

**ที่** ทส 1407/ **วันที่** พฤศจิกายน 2562

**เรื่อง** จัดส่งบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง อ.อ.ป. กับ หน่วยงาน ประจำปี 2562

เรียน ผู้อำนวยการ

ตามบันทึกสารบรรณกลาง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ที่ ทส 1401/ว 1224 ลงวันที่ 3 เมษายน 2562 เรื่อง จัดส่งบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง อ.อ.ป. กับ หน่วยงาน ประจำปี 2562 สำเนาบันทึกสั่งการผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ลงวันที่ 2 เมษายน 2562 เรื่องเดียวกัน เห็นชอบตาม ข้อ 1. และ ข้อ 3. ลงนามตามข้อ 2. นั้น

สำนักธุรกิจการตลาด ขอเรียนว่าได้ดำเนินการตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานระหว่าง อ.อ.ป. กับ หน่วยงานประจำปี 2562 โดยการวิเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานเป็นรูปเล่ม พร้อมสรุปผลการวิเคราะห์แบบสำรวจโดยย่อเป็นร้อยละ แนบมาพร้อมนี้แล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา และเห็นควรให้ ส.นผ. เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง และให้ ออป.เหนือบน และ ออป.กลาง เพื่อทราบเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป

**สรุปผลการวิเคราะห์แบบสำรวจความต้องการ และประเมินความพึงพอใจของลูกค้าปี 2562**

สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน (กลุ่มตัวอย่าง 315 คน)

1. เพศ ชาย 159 คน ร้อยละ 50.48 หญิง 156 คน ร้อยละ 49.52
2. อายุ 41–50 ปี 108 คน ร้อยละ 34.29 31–40 ปี 89 คน ร้อยละ 28.25
   51 ปี ขึ้นไป 70 คน ร้อยละ 22.22
3. อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว 107 คน ร้อยละ 33.97 ข้าราชการ 78 คน ร้อยละ 24.76
   พนักงานองค์กรเอกชน 58 คน ร้อยละ 18.41
4. ที่อยู่อาศัย บ้านเดี่ยว 173 คน ร้อยละ 54.92 ทาวน์เฮ้าส์ 46 คน ร้อยละ 14.60
   บ้านแฝด 43 คน ร้อยละ 13.65
5. รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. คนรู้จักแนะนำ 132 คน ร้อยละ 41.90
   เว็ปไซต์ อ.อ.ป. 89 คน ร้อยละ 28.25 นิตยสาร 57 คน ร้อยละ 18.10
6. การตัดสินใจซื้อ ประโยชน์ใช้งาน และความคงทน อย่างละ 93 คน ร้อยละ 23.19
   ความสะดวกในการซื้อ 77 คน ร้อยละ 19.20 ราคา 69 คน ร้อยละ 17.21
7. ต้องการไม้ประเภท ไม้สักสวนป่า 255 คน ร้อยละ 79.44 ไม้กระยาเลย 33 คน ร้อยละ 10.28
   ไม้ยางพารา 28 คน ร้อยละ 8.72
8. ปรับปรุงรูปแบบ Knockdown 108 คน ร้อยละ 31.58 แบบสำเร็จรูป 100 คน ร้อยละ 29.24
   ผสานกับโลหะ 92 คน ร้อยละ 26.90
9. ไม้ที่ทำพื้นผิว สีธรรมชาติเคลือบเงา 127 คน ร้อยละ 37.13
   สีรักษาเนื้อไม้ 83 คน ร้อยละ 24.27
   สีธรรมชาติไม่เคลือบ 75 คน ร้อยละ 21.93
10. เครื่องเรือนที่ต้องการ (5 ลำดับ)
   ตู้เสื้อผ้า 107 คน ร้อยละ 11.36 โต๊ะอาหาร 84 คน ร้อยละ 8.92
   ตู้วางโทรทัศน์ และเตียงนอน อย่างละ 83 ร้อยละ 8.81
   ตู้โชว์ 80 คน ร้อยละ 8.49 ตู้รองเท้า 68 คน ร้อยละ 7.22

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

- อยากให้ทำรูปทรง Modern ทันสมัย
- การจัดโปรโมชั่น ควรจัดให้เหมือนกันทุกที่
- ปรับปรุงโบชัวร์สินค้าใส่ภาพ และขนาดของเครื่องเรือนให้ตรงและครบตามที่โชว์ให้มากที่สุด

.....

สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน (กลุ่มตัวอย่าง 99 คน)

1. เพศ ชาย 58 คน ร้อยละ 58.59 หญิง 41 คน ร้อยละ 41.41

2. อายุ 41–50 ปี 39 คน ร้อยละ 39.39 51 ปี ขึ้นไป 31 คน ร้อยละ 31.31

31–40 ปี 24 คน ร้อยละ 24.25

3. อาชีพ ผลิตเฟอร์นิเจอร์ 36 คน ร้อยละ 36.36 พนักงานบริษัท 19 คน ร้อยละ 19.20

ข้าราชการ 18 คน ร้อยละ 18.18

4. ต้องการไม้ประสานรูปแบบ ทั้ง 3 ชนิด ไม้โครงสร้าง, ไม้แผ่น และไม้พื้น 64 คน ร้อยละ 64.65

ไม้แผ่น 20 คน ร้อยละ 20.20 ไม้โครง 8 คน ร้อยละ 8.08

5. ต้องการไม้ประสานเป็นไม้ ไม้สักสวนป่า 75 คน ร้อยละ 75.76

อื่น ๆ (ไม้เนื้อแข็ง) 17 คน ร้อยละ 17.17 ไม้ยางพารา 7 คน ร้อยละ 7.07

6. ต้องการไม้ประสาน ไม้โครงสร้างขนาด

หนา 17 มม. กว้าง 35 มม. ยาว 2.50 ม. 35 คน ร้อยละ 39.33

หนา 17 มม. กว้าง 45 มม. ยาว 2.50 ม. 29 คน ร้อยละ 32.58

หนา 23 มม. กว้าง 45 มม. ยาว 2.50 ม. 25 คน ร้อยละ 28.09

7. ต้องการไม้ประสาน ไม้แผ่น ขนาด

หนา 1.2 มม. กว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. 32 คน ร้อยละ 30.19

หนา 1.6 มม. กว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. 30 คน ร้อยละ 28.30

หนา 2.2 มม. กว้าง 60 มม. ยาว 2.50 ม. 14 คน ร้อยละ 13.21

8. ต้องการไม้ประสาน ไม้พื้น ขนาด

หนา 1 นิ้ว กว้าง 4 นิ้ว ยาว 3 เมตร 30 คน ร้อยละ 38.96

หนา 1 นิ้ว กว้าง 6 นิ้ว ยาว 3 เมตร 23 คน ร้อยละ 29.87

หนา 1 นิ้ว กว้าง 8 นิ้ว ยาว 3 เมตร 20 คน ร้อยละ 25.97

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ไม่มี

.....

สรุปผลการสำรวจความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป (กลุ่มตัวอย่าง 230 คน)

1. เพศ ชาย 140 คน ร้อยละ 60.87 หญิง 90 คน ร้อยละ 39.13

2. อายุ 41–50 ปี 94 คน ร้อยละ 40.87 31–40 ปี 68 คน ร้อยละ 29.57

51 ปี ขึ้นไป 38 คน ร้อยละ 16.52 20–30 ปี 30 คน ร้อยละ 13.04

3. อาชีพ อื่น ๆ ลูกจ้าง, เกษียณ และทำธุรกิจส่วนตัว 57 คน ร้อยละ 24.78

ผลิตเฟอร์นิเจอร์ 55 คน ร้อยละ 23.92 ข้าราชการ 50 คน ร้อยละ 21.74

รัฐวิสาหกิจ 32 คน ร้อยละ 13.91 พนักงานบริษัท 29 คน ร้อยละ 12.61

โรงงานแปรรูปไม้ 7 คน ร้อยละ 3.04

4. รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. คนรู้จักแนะนำ 138 คน ร้อยละ 60.00

เว็ปไซต์ อ.อ.ป. 75 คน ร้อยละ 32.61 อื่นๆ Line ป้ายประกาศ 17 คน ร้อยละ 7.39

5. ขนาดของไม้สักแปรรูป

กว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 7 ฟุต 85 คน ร้อยละ 32.58

กว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 5 ฟุต 68 คน ร้อยละ 26.05

กว้าง 7.5 นิ้ว หนา 1.125 นิ้ว ยาว 3.5 ฟุต 55 คน ร้อยละ 21.07

6. ปริมาณการใช้ไม้สักแปรรูปต่อปี

ต่ำกว่า 5,000 ลบ.ฟ. 159 คน ร้อยละ 68.83

10,000 ลบ.ฟ. – 20,000 ลบ.ฟ. 37 คน ร้อยละ 16.02

5,000 ลบ.ฟ. – 10,000 ลบ.ฟ. 31 คน ร้อยละ 13.42

7. ระดับความต้องการไม้เหลากลม

ต้องการน้อย 186 คน ร้อยละ 80.87 ต้องการมาก 44 คน ร้อยละ 19.13

8. ขนาดของไม้สักเหลากลมที่ต้องการ

ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 3 นิ้ว (7.5 ซ.ม.) และขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 4 นิ้ว (10 ซ.ม.) 53 คน เท่ากัน ร้อยละ 21.54

ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 2.50 นิ้ว (6 ซ.ม.) 39 คน ร้อยละ 15.85

ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 6 นิ้ว (15 ซ.ม.) 36 คน ร้อยละ 14.63

9. ปริมาณการใช้ไม้สักเหลากลมต่อปี

ต่ำกว่า 5,000 ลบ.ฟ. 135 คน ร้อยละ 58.70

5,000 ลบ.ฟ. – 10,000 ลบ.ฟ. 56 คน ร้อยละ 24.35

10,000 ลบ.ฟ. – 20,000 ลบ.ฟ. 25 คน ร้อยละ 10.87

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

- ไม่มีขนาดไม้ที่ต้องการ
- ควรมีขนาดไม้หลากหลายให้เลือก
- ไม่มีประเภทไม้ที่ต้องการ
- ควรทำทางเข้า – ออก เพื่อให้สะดวกในการใช้บริการ

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน (กลุ่มตัวอย่าง 321 คน)

| | | |
|---|---|---|
| 1. เพศ | หญิง 166 คน ร้อยละ 51.71 | ชาย 155 คน ร้อยละ 48.29 |
| 2. อายุ | 41–50 ปี 113 คน ร้อยละ 35.20 | 31–40 ปี 91 คน ร้อยละ 28.36 |
| | 51 ปี ขึ้นไป 75 คน ร้อยละ 23.36 | 20–30 ปี 42 คน ร้อยละ 13.08 |
| 3. อาชีพ | ธุรกิจส่วนตัว 118 คน ร้อยละ 36.76 | ราชการ 75 คน ร้อยละ 23.36 |
| | เอกชน 71 คน ร้อยละ 22.12 | รัฐวิสาหกิจ 43 คน ร้อยละ 13.40 |
| | อื่น ๆ เกษียณ 14 คน ร้อยละ 4.36 | |
| 4. ที่อยู่อาศัย | บ้านเดี่ยว 184 คน ร้อยละ 57.32 | ทาวน์เฮ้าส์ 47 คน ร้อยละ 14.64 |
| | บ้านแฝด 39 คน ร้อยละ 12.15 | |

5. ความพึงพอใจด้านคุณภาพสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 4.07)
   - ความแนบเนียนของโครงสร้าง รอยต่อ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.13)
   - ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน (ไม่เบี้ยวหรือบิดเอียง) มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.08)
   - ความประณีตของผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.02)
6. ความพึงพอใจด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 4.33)
   - ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.41)
   - ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.32)
   - ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.28)
7. ความพึงพอใจในด้านรูปแบบ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.99)
   - ประโยชน์ใช้สอย มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.16)
   - รูปแบบทันสมัย มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.93)
   - การออกแบบสวยงาม มีความพึงพอใจในระดับมาก ( เฉลี่ย 3.89)
8. ความพึงพอใจในด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.80)
   - การลดราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.81)
   - ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.88)
   - การจัดเรียงและป้ายราคาง่ายต่อการหาซื้อสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.85)
   - แผ่นพับ / โบรชัวร์ / ใบปลิว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (เฉลี่ย 3.66)

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ
   - ต้องการให้ลดราคาลงอีก เพราะราคาค่อนข้างสูง
   - ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ช่วยให้ผลิตภัณฑ์น่าซื้อมากขึ้น
   - ควรมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า เมื่อมีการลดราคา

.....

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน (กลุ่มตัวอย่าง 102 คน)

1. เพศ ชาย 60 คน ร้อยละ 58.82 หญิง 42 คน ร้อยละ 41.18
2. อายุ 41–50 ปี 45 คน ร้อยละ 44.12 51 ปี ขึ้นไป 28 คน ร้อยละ 27.45
   31–40 ปี 23 คน ร้อยละ 22.55 20–30 ปี 6 คน ร้อยละ 5.88
3. อาชีพ ผลิตเฟอร์นิเจอร์ 25 คน ร้อยละ 24.51 พนักงานบริษัท 24 คน ร้อยละ 23.53
   รัฐวิสาหกิจ 22 คน ร้อยละ 21.57 อื่น ๆ เกษียณ 15 คน ร้อยละ 14.71
4. รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. คนรู้จักแนะนำ 69 คน ร้อยละ 67.65
   เว็บไซต์ อ.อ.ป. 21 คน ร้อยละ 20.59 อื่นๆ Line Facebook 12 คน ร้อยละ 11.76
5. ความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.90)
   - ไม้ไม่เบี้ยว หรือบิดเอียง มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.90)
   - ขนาดไม้ได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.91)
   - ไม้ประสานกันได้สนิท มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.90)
6. ความพึงพอใจในด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 4.04)
   - ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.06)
   - ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.04)
   - ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.03)
   - ความรวดเร็วในการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.04)
7. ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.76)
   - ป้ายบอกจุดให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.74)
   - สถานที่จอดรถเพียงพอ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.79)
   - ห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อการใช้งาน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (เฉลี่ย 3.76)
8. ความพึงพอใจในด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.69)
   - ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.86)
   - การจัดเรียงกองไม้ง่ายต่อการพิจารณาสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.76)
   - แผ่นพับ / โบชัวร์ / ใบปลิว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง (เฉลี่ย 3.47)

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ไม่มี

.....

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม้แปรรูป (กลุ่มตัวอย่าง 238 คน)

1. เพศ ชาย 147 คน ร้อยละ 61.76 หญิง 91 คน ร้อยละ 38.24
2. อายุ 41–50 ปี 99 คน ร้อยละ 41.60 31–40 ปี 66 คน ร้อยละ 27.73
   51 ปี ขึ้นไป 45 คน ร้อยละ 18.91 20–30 ปี 28 คน ร้อยละ 11.76
3. อาชีพ อื่น ๆ เกษียณ, ธุรกิจส่วนตัว 71 คน ร้อยละ 29.83
   ผลิตเฟอร์นิเจอร์ 47 คน ร้อยละ 19.74 ราชการ 42 คน ร้อยละ 17.65
   รัฐวิสาหกิจ 31 คน ร้อยละ 13.03 พนักงานบริษัท 30 คน ร้อยละ 12.61
   โรงงานแปรรูปไม้ 17 คน ร้อยละ 7.14
4. รู้จักผลิตภัณฑ์ อ.อ.ป. คนรู้จักแนะนำ 155 คน ร้อยละ 65.13
   เว็บไซต์ อ.อ.ป. 60 คน ร้อยละ 25.21 อื่นๆ Facebook 23 คน ร้อยละ 9.66
5. ความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.87)
   - ไม้ไม่เบี้ยว หรือบิดเอียง มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.86)
   - ขนาดไม้ได้มาตรฐาน มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.03)
   - ไม้ไม่มีตำหนิ หรือมีตาไม้น้อย มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.72)
6. ความพึงพอใจในด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 4.28)
   - ให้บริการด้วยความสุภาพมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.29)
   - ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.30)
   - ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.33)
   - ความรวดเร็วในการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.22)
7. ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 4.01)
   - ป้ายบอกจุดให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.98)
   - สถานที่จอดรถเพียงพอ มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 4.14)
   - ห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอต่อการใช้งาน มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.93)
8. ความพึงพอใจในด้านราคา/การส่งเสริมการจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.76)
   - การลดราคาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.76)
   - ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.84)
   - การจัดเรียงกองไม้ง่ายต่อการพิจารณาสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.89)
   - แผ่นพับ / โบรชัวร์ / ใบปลิว มีความพึงพอใจในระดับมาก (เฉลี่ย 3.55)

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

- ขนาดไม้ที่ต้องการมีน้อย

.....

# บันทึกข้อความ

**ส่วนราชการ** สำนักธุรกิจการตลาด (ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด) โทร. 142

**ที่** ทส 1407/ **วันที่** พฤศจิกายน 2562

**เรื่อง** ร่างบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานของ อ.อ.ป. ประจำปีบัญชี 2562

เรียน ผู้อำนวยการ

1. <u>เรื่องเดิม</u>

1.1 ตามบันทึกสารบรรณกลาง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ที่ ทส 1401/ว ลงวันที่ 20 มีนาคม 2560 เรื่อง รายงานการประชุมคณะกรรมการประเมินผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 1/2560 ส่งสำเนาบันทึกสั่งการรองผู้อำนวยการ (นายพิชัย รุจิโรจน์สุวรรณ) รักษาการแทนผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ลงวันที่ 17 มีนาคม 2560 ท้ายบันทึกสำนักนโยบายแผนและงบประมาณ ที่ ทส 1406.3/255 ลงวันที่ 13 มีนาคม 2560 เรื่องเดียวกัน แจ้งทุกหน่วยงานดำเนินการที่เกี่ยวข้อง

1.2 ตามบันทึกสั่งการรองผู้อำนวยการ (นายพิชัย รุจิโรจน์สุวรรณ) รักษาการแทนผู้อำนวยการองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ลงวันที่ 5 เมษายน 2560 ท้ายบันทึก ส.ธต. ที่ ทส 1417/449 ลงวันที่ 5 เมษายน 2560 เรื่อง รายงานการประชุมคณะกรรมการประเมินผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 1/2560 โดยอนุมัติแผนปฏิบัติการตามรายงานการประชุมคณะกรรมการประเมินผลการดำเนินงาน ครั้งที่ 1/2560 เกณฑ์วัดผลการดำเนินงาน ตัวชี้วัดที่ 5 การสำรวจความพึงพอใจในสินค้าและผลิตภัณฑ์ไม้ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย ไม้สักสวนป่าแปรรูป, ผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนไม้สัก และผลิตภัณฑ์ไม้ประสาน นั้น

2. <u>การดำเนินงาน</u>

สำนักธุรกิจการตลาด ได้ดำเนินการออกแบบสำรวจความพึงพอใจสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ปี 2560 และจัดส่งให้ ออป.เหนือบน และ ออป.กลาง (ส.อก. เดิม) ให้ลูกค้ากรอกแบบสำรวจและส่งคืนให้ ส.ธต. วิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำรายงานเสร็จเรียบร้อยแล้วตามเอกสารแนบ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบและพิจารณา และเห็นควรให้ ส.นผ. เพื่อทราบและดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง และให้ ออป.เหนือบน และ ออป.กลาง เพื่อทราบเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป