

ชื่อเรื่อง การวิเคราะห์ตลาดผลิตภัณฑ์แอลอีดีในชุมชน
ชื่อผู้วิจัย จิตติมา สิงหธรรม, นงนุช วงษ์สุวรรณ, และ บุชรา บรรจงการ
หน่วยงาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
ปีงบประมาณ 2560

บทคัดย่อภาษาไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อหาคุณลักษณะหรือรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีแอลอีดี ภายใต้แผนงานวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนด้วยเทคโนโลยีแอลอีดี เป็นวิจัยแบบผสมผสานทั้งงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นบุคคลทั่วไป จากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวนแนวคิดผลิตภัณฑ์ละ 30 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้ในงานวิจัยได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ โดยการศึกษาเริ่มจากการอธิบายแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ ตู้ครอบพระพร้อมแสง แสงสว่างปลอดภัยในห้องน้ำ และเครื่องวัดแสงด้วยแอลอีดีแก่กลุ่มตัวอย่าง และจำแนกข้อมูลในสองมิติ ได้แก่ ผลประโยชน์ด้านหน้าที่ผลิตภัณฑ์และด้านอารมณ์ความรู้สึก เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบชุมชนด้วยเทคโนโลยีแอลอีดี วิธีนี้ช่วยให้การออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถเลือกแนวคิดใหม่ที่น่าเสนอจากกลุ่มตัวอย่างก่อนพัฒนาต้นแบบจริง รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาส่วนประสมการตลาด

คำสำคัญ: แนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่, การทดสอบแนวคิด, การวิเคราะห์ตลาดผลิตภัณฑ์แอลอีดี,

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Title Market analysis of the LED lighting products in community
ชื่อผู้วิจัย Jittima Singhatam, Nongnuch Wongsuwan, and Budsara Bunjongkarn
หน่วยงาน Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University
ปีงบประมาณ 2017

Abstract

The objective of the study is to find new product attributes and features contributing from potential users under the development of LED lighting products in community research plan. The concept testing is a critical step in new product development before developing physical prototypes. This research combines both quantitative research and qualitative research. The data were collected by questionnaires and in-depth interviews. Statistics used in the research are frequency and percentage. In this article, the authors first describe a product concept testing method which is allow design teams to select several new concepts to improve the three new LED lighting product in community, LED light box for sitting Buddha image, LED bathroom lighting, and Portable LED light meter. This research investigates the possibility of two dimensions: utilitarian and hedonic value of the three new LED lighting product for improving product prototype including provide useful input to other phases of a development effort and marketing mixes strategy.

Keywords: New product concept, Concept testing, Market analysis of the LED lighting products

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี