ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

เลขที่.....

แบบสอบถามเพื่อการค้นคว้าแบบอิสระ
เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
จากโรงงานเซรามิก ในจังหวัดลำปาง

••••••••••••••••••••••••••••••••••••

<u>คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม</u>

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (สำหรับผู้บริหาร) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานเซรามิก ในจังหวัดลำปาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปาง

ผู้ศึกษาใคร่ขอเรียนให้ทราบว่า ในข้อคำถามของแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วนนี้ **"ผลิตภัณฑ์"** ในที่นี้ จะหมายถึง สินค้าเซรามิกประเภท<u>ของชำร่วยและของประดับตกแต่ง</u> ซึ่งได้แก่ ของชำร่วย, ของที่ระลึก, แจกัน, กระถาง, ออมสิน, แก้วกาแฟ, ชุดกาน้ำชา, ของตกแต่งบ้าน, ของตกแต่งสวน, ผลิตภัณฑ์สปา, เครื่องประดับเซรามิก เป็นต้น ซึ่งท่านได้ซื้อจากโรงงานหรือผู้ขายเพื่อนำมาจำหน่ายให้กับลูกค้าของท่าน

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดนี้จะใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปวิเคราะห์และสรุปเสนอในลักษณะภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นของกิจการใด ดังนั้นผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณที่ได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม มา ณ ที่นี้ด้วย

กรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ให้ครบทั้ง 3 ส่วน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ○ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

1. รูปแบบหรือประเภทการจดทะเบียนของกิจการ

○1. บุคคลธรรมดา ○2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด

○3. บริษัทจำกัด ○4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

2. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของท่าน

○1. ร้านค้าส่ง ○2. ร้านค้าปลีก

○3. ร้านค้าส่งและปลีก ○4. ผู้ค้าส่งเซรามิก (ไม่มีร้านค้า)

○5. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

3. สถานที่ตั้งของกิจการ (โปรดระบุจังหวัด).....

○1. ภาคเหนือ ○2. ภาคใต้

○3. ภาคตะวันออก ○4. ภาคตะวันตก

○5. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ○6. ภาคกลาง

○7. กรุงเทพมหานคร

4. กิจการของท่านดำเนินงานมาเป็นระยะเวลากี่ปี

○1. ไม่เกิน 5 ปี ○2. 6-10 ปี

○3. 11-15 ปี ○4. มากกว่า 15 ปี

5. ผู้ที่กำหนดคุณลักษณะของสินค้าเซรามิกและแหล่งที่จะซื้อคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○1. เจ้าของกิจการ ○2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ

○3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ○4. ลูกค้า

○5. อื่นๆ(โปรดระบุ) .....

6. ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อขั้นสุดท้ายได้แก่

○1. เจ้าของกิจการ ○2. ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ

○3. ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ○4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

7. ยอดสั่งซื้อสินค้าเซรามิกของกิจการโดยเฉลี่ยต่อเดือน

○1. ไม่เกิน 10,000 บาท ○2. 10,001-50,000 บาท

○3. 50,001-100,000 บาท ○4. 100,001-150,000 บาท

○5. 150,001-200,000 บาท ○6. มากกว่า 200,000 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

8. กิจการของท่านสั่งซื้อสินค้าเซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง ชนิดใดบ้าง ต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○1. แจกัน ○2. กระถาง ○3. ออมสิน
○4. ของที่ระลึก ○5. ของชำร่วย ○6. ตุ๊กตา
○7. ของตกแต่งบ้าน ○8. ของตกแต่งสวน ○9. แก้วกาแฟ
○10. ผลิตภัณฑ์สปา ○11. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. ท่านสั่งซื้อสินค้าเซรามิกจากโรงงานเซรามิก/ผู้จำหน่าย ทั้งหมดกี่ราย

○1. ไม่เกิน 5 ราย ○2. 6-10 ราย
○3. 11-20 ราย ○4. มากกว่า 20 ราย

10. ท่านสั่งซื้อสินค้าเซรามิกจากแหล่งจำหน่ายใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○1. โรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปาง
○2. ผู้ค้าส่งเซรามิก (ไม่มีร้านค้า)
○3. ร้านค้าส่งเซรามิกในจังหวัดต่างๆ (โปรดระบุจังชื่อหวัด).....
○4. โรงงานเซรามิกในจังหวัดอื่นๆ (โปรดระบุจังชื่อหวัด).....
○5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อสินค้าเซรามิกจากแหล่งที่ท่านซื้อคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○1. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณภาพดี ○2. ราคาเหมาะสม
○3. สถานที่จำหน่ายสะดวก / หาง่าย ○4. พนักงานขายมีการบริการที่ดี
○5. มีการส่งเสริมการตลาดสม่ำเสมอและเหมาะสม

12. โดยส่วนใหญ่กิจการของท่านมีลักษณะการสั่งซื้อ สินค้าเซรามิกในรูปแบบใด

○1. สั่งผลิตตามรูปแบบของกิจการเอง ○2. สั่งผลิตตามรูปแบบของลูกค้าของกิจการ
○3. สั่งซื้อตามรูปแบบของโรงงานที่มีอยู่ ○4. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

13. ท่านรู้จักโรงงานเซรามิกได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○1. โรงงานติดต่อเข้ามาที่กิจการเอง ○2. จากงานแสดงสินค้า
○3. จากอินเตอร์เน็ต / เวปไซต์ ○4. จากสมาคม/การรวมกลุ่มของของโรงงาน
○5. ผู้อื่นแนะนำ ○6. จากโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ของโรงงาน
○7. จากการตระเวนหา ○8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. โดยส่วนใหญ่ท่านทำการสั่งซื้อสินค้าเซรามิกเมื่อใด

○1. เมื่อสินค้าหมด ○2. เมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อ
○3. เมื่อถึงกำหนดปริมาณที่ควรสั่งซื้อ ○4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

15. กิจการของท่านมีนโยบายในการจัดซื้อสินค้าเซรามิกชนิดต่างๆอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○1. ซื้อตามคู่แข่ง ○2. ตามกระแสนิยม

○3. ลูกค้าต้องการ ○4. สินค้ารูปแบบเดิม

○5. สินค้ารูปแบบใหม่ๆ ○6. คาดว่าจะเป็นที่นิยมของลูกค้าในอนาคต

○7. กำไรต่อหน่วยสูง ○8. อื่นๆ(โปรดระบุ).....

16. ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการจัดซื้อสินค้าเซรามิก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

○1. ระดับความต้องการซื้อของลูกค้า ○2. ภาวะเศรษฐกิจ

○3. ภาวะสังคม การเมือง ○4. การแข่งขันในธุรกิจ

○5. อัตราดอกเบี้ย ○6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

17. ปัจจัยภายในกิจการของท่านที่มีผลต่อการจัดซื้อสินค้าเซรามิก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ))

○1. วัตถุประสงค์ของกิจการ ○2. นโยบายในการจัดซื้อ

○3. ขั้นตอนการจัดซื้อ ○4. ความต้องการของเจ้าของกิจการ

○5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานเซรามิก ในจังหวัดลำปาง

<u>คำชี้แจง</u> ในการซื้อ**<u>เซรามิกประเภทของชำร่วยและของประดับตกแต่ง</u>** จาก**<u>โรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปาง</u>**ของกิจการของท่าน ปัจจัยในข้อต่างๆมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
1) รูปแบบสินค้า					
2) สีสัน สีเคลือบ					
3) ลวดลาย					
4) ชนิดของเนื้อดิน					
5) ประโยชน์ใช้สอย					
6) คุณภาพชิ้นงาน					
7) ความแข็งแรง คงทน					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8) น้ำหนักเบา					
9) มียี่ห้อ (Brand)					
10) มีความปราณีตในการผลิต					
11) มีเอกลักษณ์					
12) เป็นงานฝีมือ					
13) มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย					
14) มีการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ๆเสมอ					
15) มีกล่องบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า					
16) มีการบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัย					
17) สามารถสั่งผลิตตามรูปแบบที่ต้องการได้					
18) โรงงานมีชื่อเสียง					
19) โรงงานมีความน่าเชื่อถือ					
20) เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต					
21) กำลังการผลิตของโรงงาน					
22) การกำหนดจำนวนสั่งขั้นต่ำ (Minimum Order)					
23) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
2. ด้านราคา					
1) ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ					
2) มีรายการราคาสินค้าแสดงชัดเจน					
3) ราคาถูกกว่าเจ้าอื่น					
4) ราคาสินค้ามีความคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย					
5) สามารถต่อรองราคาได้					
6) มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก					
7) มีส่วนลดเมื่อซื้อด้วยเงินสด					
8) ให้เครดิตในการชำระเงิน					
9) ชำระเงินผ่านบัตรเครดิตได้					
10) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1) สถานที่ตั้งของโรงงาน					
2) สถานที่จอดรถสะดวก					
3) มีโชว์รูมแสดงสินค้า					
4) มีเวปไซด์					
5) มีแคตตาล็อคสินค้า					
6) มีบริการส่งสินค้าถึงที่					
7) มีบริการจัดส่งผ่านบริษัทขนส่งโดยสะดวก					
8) การสั่งซื้อทำได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว					
9) สามารถติดต่อสะดวกผ่านทางแฟกซ์/อีเมล					
10) มีสต็อคสินค้าเพียงพอต่อการสั่งซื้อทันที					
11) ความรวดเร็วในการได้รับสินค้าที่สั่ง					
12) การส่งสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด					
13) การส่งสินค้าถูกต้องตามรูปแบบและจำนวนที่สั่ง					
14) จำนวนตัวแทนขายมีน้อยราย					
15) การรู้จัก มีความคุ้นเคยกับโรงงาน					
16) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1) พนักงานขายมีความชำนาญ ให้ข้อมูลสินค้าได้ถูกต้อง					
2) มารยาทและการบริการของพนักงานขาย					
3) การติดต่อให้ข่าวสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง					
4) การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ					
5) การรับประกันสินค้าเสียหาย					
6) การรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า					
7) มีส่วนลดพิเศษในกรณีเป็นลูกค้าประจำ					
8) มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม					
9) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการจัดซื้อผลิตภัณฑ์จากโรงงานเซรามิกใน จังหวัดลำปาง

<u>คำชี้แจง</u> ในการซื้อสินค้าจาก**<u>โรงงานเซรามิกในจังหวัดลำปาง</u>** กิจการของท่านพบปัญหาในการจัดซื้อในแต่ละข้ออยู่ในระดับใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ

ปัญหาที่พบในการจัดซื้อ	ระดับปัญหาที่พบในการจัดซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
1) รูปแบบสินค้าไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้า					
2) สินค้ามีให้เลือกน้อยชนิด					
3) รูปแบบของสินค้าไม่หลากหลาย					
4) ขาดการพัฒนาสินค้ารูปแบบใหม่ๆ					
5) ชิ้นงานมีตำหนิมาก					
6) สินค้าไม่ได้คุณภาพตามที่ตกลง					
7) สินค้าแตกหักง่าย ไม่ทนทานต่อการใช้งาน					
8) สินค้ามีน้ำหนักมากเกินไป					
9) ขาดบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า					
10) การบรรจุไม่สะดวกปลอดภัยต่อการขนส่งและจัดเก็บ					
11) สินค้าแตกหัก เสียหายจากการขนส่ง					
12) ไม่สามารถสั่งผลิตตามแบบที่ต้องการได้					
13) กำลังการผลิตของโรงงานไม่เพียงพอต่อการสั่งซื้อ					
14) มีการกำหนดจำนวนสั่งขั้นต่ำที่สูง					
15) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
2. ด้านราคา					
1) ราคาสินค้าไม่เหมาะสมกับคุณภาพ					
2) ราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงบ่อย					
3) ไม่มีการแจ้งเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า					
4) ระยะเวลาการให้เครดิตชำระเงินสั้น					
5) ไม่มีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมากหรือซื้อเงินสด					
6) ไม่สามารถชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต					
7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับปัญหาที่พบในการจัดซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1) สถานที่ตั้งโรงงานอยู่ไกล เข้าถึงได้ยาก					
2) ไม่มีโชว์รูมแสดงสินค้า					
3) การเลือกสินค้าทำได้ยาก เนื่องจากระยะทางไกลและไม่สามารถดูรูปแบบจากเวปไซด์หรือแคตตาล็อคสินค้าได้					
4) ไม่สามารถจัดส่งสินค้าให้ถึงสถานที่ที่ต้องการได้					
5) ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้ายุ่งยาก ขั้นตอนมาก					
6) การติดต่อกับโรงงานไม่สะดวก					
7) ไม่สามารถติดต่อโรงงานผ่านทางแฟกซ์ อีเมลได้					
8) ต้องรอนานกว่าจะได้รับสินค้าที่สั่งซื้อ					
9) การส่งมอบสินค้าไม่ตรงตามเวลาที่ตกลง					
10) สินค้าที่ได้รับไม่ตรงตามจำนวนหรือรูปแบบที่สั่งซื้อ					
11) จำนวนตัวแทนขายสินค้ามีมาก เกิดการตัดราคากัน					
12) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1) พนักงานขายไม่สามารถให้ข้อมูลสินค้าได้ถูกต้อง					
2) การบริการของพนักงานขายไม่ดี					
3) ไม่มีแจ้งข่าวสารข้อมูลต่างๆให้กับลูกค้า					
4) ไม่มีการรับประกันสินค้าเมื่อเกิดความเสียหาย					
5) ไม่สามารถคืนหรือเปลี่ยนสินค้าได้					
6) ไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม					
7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ข้อเสนอแนะอื่นๆ.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านที่ได้กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ข

กลุ่มลำปางเซราคลัสเตอร์

ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2549 เป็นการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเซรามิกและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ในระดับต้นน้ำถึงปลายน้ำ โดยศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเซรามิก จังหวัดลำปาง ได้ให้การสนับสนุนกำกับ ดูแล และให้ความช่วยเหลือ ในระหว่างปีงบประมาณ 2549 - 2551 มีจำนวนสมาชิกก่อตั้ง 30 ราย ประกอบด้วย

ธุรกิจหลัก ได้แก่ กลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมเซรามิก 17 ราย

ธุรกิจสนับสนุน ได้แก่ เหมืองแร่ดินขาว โรงแต่งแร่ ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ สีและเคมีภัณฑ์ บริษัทรับ-ส่งสินค้า ผู้ผลิตเชือกฟางและยางรัดของ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้และอื่นๆ รวมอีก 17 ราย

วิสัยทัศน์

"กลุ่มลำปางเซราคลัสเตอร์ มุ่งพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์เซรามิกและไม้ที่มีคุณภาพ มีนวัตกรรม มีรูปแบบการผลิตและตราสินค้า ให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสากล"

พันธกิจ

1. พัฒนาการรวมกลุ่มและสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายและเชื่อมโยงธุรกิจให้มีพลวัตรและยั่งยืน

2. พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน และมีนวัตกรรม รูปแบบผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเป็นที่ยอมรับของตลาดสากล

3. ส่งเสริมและสร้างโอกาสทางการตลาดสำหรับสมาชิก พัฒนาการตลาด สร้างองค์ความรู้และพัฒนาสมาชิกกลุ่ม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวพิมลรัตน์ ลิมป์ไพบูลย์	
วัน เดือน ปี เกิด	21 มิถุนายน 2520	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย จังหวัดลำปาง ปีการศึกษา 2537	
	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี วิศวกรรมอุตสาหการ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2541	
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2542 - 2543	วิศวกร บริษัท โฮยากลาสดิสก์ จำกัด จังหวัดลำพูน
	พ.ศ. 2544 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยผู้จัดการ บริษัท ไทยเจริญเซรามิก จำกัด จังหวัดลำปาง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved