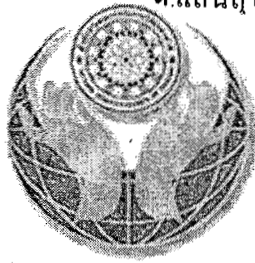


สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

ด.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131



การบูรณาการข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

The Integration of the research on One Tambon One Product (OTOP) and Small and
Medium Enterprises (SMEs) management in Thailand

ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย สุนทรสมัย

อาจารย์ศรีหทัย ไหม่มงคล

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา

21 ส.ค. 2551

234360

ทุนอุดหนุนการวิจัยโดย

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ISBN 978-974-384-370-9

พุทธศักราช 2550

เริ่มบริการ

- 8 ก.ย. 2551

ประกาศคุณูปการ

การวิจัยการบูรณาการข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยสำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ ศาสตราจารย์ ดร. สุชาติ อุปถัมภ์ อธิการบดี ศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ พันธุ์วัฒนา รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จรัส ฉกรรจ์แดง คณบดี และผู้ช่วย-ศาสตราจารย์ พัทธนี นนทศักดิ์ หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่เปิดโอกาสและสนับสนุนทุนในการทำวิจัยครั้งนี้และขอขอบคุณหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ให้ความร่วมมือแก่คณะผู้วิจัยอย่างยิ่ง

ขอขอบคุณผู้ประกอบธุรกิจทุกท่าน ตลอดจนชาวชุมชนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ห้องสมุดของสถาบันต่างๆ ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และดูแลคณะผู้วิจัยในขณะที่เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของ บิดา มารดา รวมถึงครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของคณะผู้วิจัยทุกท่าน

รองศาสตราจารย์ ดร. วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ

คณะผู้วิจัย

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การบูรณาการข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลตลอดจน วิเคราะห์ สังเคราะห์ และบูรณาการงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ งานวิจัยที่ได้พิมพ์เผยแพร่เป็นรูปเล่มสมบูรณ์ใน พ.ศ. 2544-2548 เกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้พิมพ์เผยแพร่เป็นรูปเล่มใน พ.ศ. 2538-2548 โดยวิธีการเลือกตัวอย่าง คือ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 31 เล่ม และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 36 เล่ม ที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกรงานวิจัยด้วยแบบประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและแบบบันทึกเนื้อหาและรายงานการวิจัย

ผลการศึกษา สามารถสรุป คือ ส่วนใหญ่ศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด ใน พ.ศ. 2547 เป็นปริญญาานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท เนื้อหาที่ทำวิจัย คือ การวิจัยและพัฒนาและการตลาดและการขาย มุ่งประเด็นที่ทำวิจัยคือ ด้านนโยบายและวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ ศึกษาที่ ภาคกลาง ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาจากผู้ประกอบการ ไม่มีการสุ่มตัวอย่างและไม่มีการตั้งสมมติฐาน ใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามและสถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ งานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ศึกษาใน พ.ศ. 2548 เป็นปริญญาานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท ศึกษาในเนื้อหาที่ทำวิจัย ด้านการวิจัยและพัฒนา และการจัดการทั่วๆ ไป มุ่งประเด็นที่ทำวิจัยคือ กลยุทธ์การจัดการ ศึกษาที่ภาคกลาง ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาจากผู้ประกอบการ ไม่มีการสุ่มตัวอย่างและไม่มีการตั้งสมมติฐาน ใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถามและใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ

การสังเคราะห์เชิงบูรณาการนี้จะพิจารณา 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ การตั้งโจทย์การวิจัย การสร้างความเป็นเจ้าของงานและการวิจัยในฐานะเครื่องมือการเรียนรู้ โดยมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ผู้ประกอบการ การบริหารจัดการ และผู้มีส่วนได้เสีย ภายใต้เงื่อนไข 3 ระบบ ได้แก่ ระบบการส่งเสริมของภาครัฐ ระบบการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม และระบบการสร้าง ความสัมพันธ์แบบห่วงโซ่มูลค่า โดยมีสมมติฐานว่าในอดีตเคยมีอยู่ แต่อาจจะอ่อนแอไปด้วยเหตุผลต่าง ๆ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้นักวิจัยต้องเริ่มตั้งคำถามในแง่ต่าง ๆ ศักยภาพของ ผู้ประกอบการ ควรใช้โอกาสที่สำคัญของการพัฒนาผู้ประกอบการตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็งและรวมกันเป็นกลุ่มก้อน (Cluster) หรือ เครือข่ายธุรกิจ และทำอย่างไรให้ปัจจัยภายนอกได้แก่ ความรู้ เทคโนโลยี และโครงการพัฒนาต่าง ๆ ที่ “คนนอก” พยายามนำเข้าไปใส่ให้ผู้ประกอบการในภูมิภาค สามารถสร้างให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อศักยภาพของผู้ประกอบการระดับภูมิภาคที่อยู่บนฐานต่าง ๆ ทั้งฐานทรัพยากร ฐานเครือข่ายทางสังคม ฐานระบบความรู้ และฐานระบบคุณค่าและความเชื่อ หรือการพัฒนาเกิดจากกระบวนการสร้างแรงผลักดันและเติบโตจากภายใน ที่เป็นแสดงถึงความเป็น “เจ้าของ” งานพัฒนามากขึ้น และการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ โดยอาจจะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการวิจัยในฐานะเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้มากขึ้น โดยหวังผลให้การวิจัยสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนั้นเกี่ยวข้องโดยตรงกับท่าที ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด ความเข้าใจ หรือการสร้างวิธีคิดใหม่ของคนในภูมินาณนั้น

ผลการสังเคราะห์เนื้อหางานวิจัยยังพบจุดอ่อนที่สำคัญคือ ถึงแม้ทางภาครัฐจะได้กำหนดนโยบายช่วยสนับสนุนวิสาหกิจเหล่านั้นแล้วก็ตาม แต่ทางผู้ประกอบการวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่ก็ยังขาดความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการขาดความเข้าใจสภาพแวดล้อมด้านการจัดการที่ดีพอ จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดการและการวางแผนกลยุทธ์ทางการจัดการในด้านต่าง ๆ ตลอดจนเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสมตามสภาพแวดล้อมทางการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา จำเป็นต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาอย่างรู้จริงภายใต้สังคมแห่งฐานความรู้(Knowledge-based Society) ทั้งนี้ข้อเสนอแนะการวิจัยเชิงบูรณาการได้แก่ การขยายเครือข่ายทางสังคมวิจัยและร่วมมือของนักวิชาการและผู้บริหารงานให้กว้างขึ้น ซึ่งช่วยทำให้พลังในการพัฒนาการประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระดับภูมิภาคและระดับประเทศจากมาตรการส่งเสริมที่เข้มแข็งขึ้นด้วยนั่นเอง

Abstract

The Integrated Study on the Management of One Tambon One Product (OTOP) and Small and Medium Enterprises (SMEs) Research in Thailand investigates and analyzes, synthesizes and integrates the research on the management of One Tambon On Product (OTOP) and Small and Medium Enterprises (SMEs) Research conducted in Thailand. This study collected the secondary data:- full-text research publications from public, private library and the institutional information and database centers across the country. The 31 research works of OTOP management published during 2001 to 2005 and 36 research works of SMEs management published during 1995 to 2005 were collected through a structural designated form evaluated by experts. The instrument evidenced adequate validity and high reliability.

The study found that most research works on management of OTOP as well as SMEs are in the forms of theses or independent studies with focusing on research and development type of research and aiming at the areas of policy and planning. According to the research process, these research works, were mainly studied a sample located in the central part of Thailand, stated that a survey research design, a sample of entrepreneur, questionnaire form, and descriptive statistics through a percentage were mostly performed with a selected or purposive sampling and no hypotheses testing.

The synthesis through an integrated approach that addresses the various concerns of the entrepreneurs will declare the core concept of OTOP and SMEs management not only as an interchanging of 3 parts: problem definition, problem- based sense of belongings, and research as a tool for innovative learning but also as a enlightening 3 components:- entrepreneur, management, and the stakeholders with supported by the government support system, the research and innovative development system, and the value creation and relationship through the supply chain management. Majority of existing research works are dealing with the traditional problem identifications which lead to study the weakness of the existing entrepreneurs. Instead of doing this, the entrepreneur's tremendous potential as a weapon in the fight against its competitors through the cluster and network development, efficiently external factor scanning, equitable distribution of knowledge and technology management, and dispersal of positive

economical value creation from an “internal” growth and driven has in fact the OTOP and SMEs entrepreneurs to develop their own problems from the beginning of the problem discovery stage.

It is heartening to note that these findings will not only serve as a venue for the inspiration of learning process among OTOP and SMEs owners in a various industries in their experiences of implementing the policy and planning for promoting OTOP and SMEs products, but also as a change agent in the lights of creative thinking, competitive concerns, and globalization and liberalization considerations.

Likewise, the synthesis recognized that local community development of entrepreneurs is not an easy issue, as they have limited human, capital and financial resources, innovation, and knowledge on environmental change and sophisticated management. It is essential that every efforts from every key players: entrepreneurs themselves, suppliers, customers, community, media, government, and competitors through a master and comprehensive management plan addressed and agreed under the knowledge-based society that mutual cooperation among them is crucial to strengthen the network in order to implementing and sustaining their corporations at the regional and national level. Such a scheme in Thailand sought to draw upon the local knowledge and ingenuity of Thai villages, regions, and the entire nation at large.

As one of the mechanisms for reaching this goal, we have recommended the concept of integrated research approach on OTOP and SMEs management that would study in order for fostering the continuous development of local economy and global reach.

สารบัญ

	หน้า
ประกาศคุณูปการ.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตของโครงการ.....	4
ทฤษฎี สมมุติฐาน หรือกรอบแนวคิดของโครงการ.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
บทบาทและความสำคัญของของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจไทย.....	14
บทบาทและความสำคัญของวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อระบบเศรษฐกิจไทย.....	18
3 วิธีดำเนินงานวิจัย.....	83
รูปแบบการวิจัย.....	83
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	83
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	83

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
ข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	87
ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	168
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	247
สรุปผล.....	247
อภิปรายผล.....	257
ข้อเสนอแนะ.....	266
บรรณานุกรม.....	269
ภาคผนวก.....	280
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	314

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 การจัดประเภท วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	19
2.2 แสดงอัตราการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	21
2.3 ลักษณะแบบเดิมและแบบใหม่ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	22
2.4 จำนวนสถานประกอบการ จำแนกตามขนาดและลักษณะวิสาหกิจ.....	23
2.5 สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ปี 2545.....	27
2.6 จำนวนเงินลงทุน การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม ประเภทผลิตภัณฑ์ ปี 2545.....	28
2.7 จำนวนนิติบุคคลที่ตั้งใหม่และเลิกกิจการ ปี 2541-2545.....	30
2.8 หน่วยงานและสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ด้านการเงิน.....	63
2.9 เป้าหมายและผลการดำเนินการของสถาบันการเงินเฉพาะกิจปี 2542-2546.....	64
2.10 โครงการอนุมัติแยกตามประเภทอุตสาหกรรม สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม.....	66
2.11 โครงการอนุมัติแยกตามประเภทกิจการสำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม.....	66
4.1 งานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระหว่างปี 2544-2548.....	87
4.2 ประเภทหน่วยงานที่ศึกษาวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	88
4.3 เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	88
4.4 ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	89
4.5 ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	89
4.6 การออกแบบการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	90
4.7 การเลือกกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	90
4.8 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง กรณีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นของการวิจัย การจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	91
4.9 สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์...	91
4.10 การตั้งสมมติฐานการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	92
4.11 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	92
4.12 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	93
4.14 สถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	94
4.15 เนื้อหาที่ท้าววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเด็นที่ท้าววิจัย	95
4.16 เนื้อหาที่ท้าววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาค.....	98
4.17 เนื้อหาที่ท้าววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของ การวิจัย.....	101
4.18 เนื้อหาที่ท้าววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	104
4.19 เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น.....	107
4.20 เนื้อหาที่ท้าววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสังกัดของ ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง.....	109
4.21 เนื้อหาที่ท้าววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการตั้ง สมมติฐาน.....	111
4.22 เนื้อหาที่ท้าววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ ในการวิจัย.....	112
4.23 เนื้อหาที่ท้าววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกการตรวจสอบ คุณภาพเครื่องมือ.....	115
4.24 เนื้อหาที่ท้าววิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถิติเชิงพรรณนา.....	117
4.25 เนื้อหาที่ท้าววิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถิติเชิงอ้างอิง.....	120
4.26 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาค ที่ศึกษา.....	123
4.27 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม การวิจัย.....	126
4.28 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเลือก กลุ่มตัวอย่าง.....	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.29 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเลือก กลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น.....	132
4.30 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสังกัด กลุ่มประชากร/ตัวอย่าง.....	134
4.31 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการตั้ง ตั้งสมมติฐาน.....	136
4.32 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	138
4.33 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	141
4.34 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถิติเชิง พรรณนา.....	143
4.35 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถิติ เชิงอ้างอิง.....	146
4.36 งานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระหว่างปี 2538-2548.....	168
4.37 ประเภทหน่วยงานที่ศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	169
4.38 เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	169
4.39 ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	170
4.40 ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	171
4.41 การออกแบบการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	171
4.42 การเลือกกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	172
4.43 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง กรณีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นของการวิจัย การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	172
4.44 สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม.....	173
4.45 การตั้งสมมติฐานการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	173
4.46 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	174

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.47 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม	174
4.48 สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	175
4.49 สถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	175
4.50 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม ประเด็นที่ทำวิจัย	177
4.51 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม ภูมิภาค	181
4.52 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม การออกแบบการวิจัย	184
4.53 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	186
4.54 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น	188
4.55 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามสังกัด ของประชากร/กลุ่มตัวอย่าง	190
4.56 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม การตั้งสมมติฐาน	192
4.57 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามเครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย	194
4.58 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกการตรวจ- สอบคุณภาพเครื่องมือ	196
4.59 เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามสถิติ เชิงพรรณนา	198
4.60 เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนก สถิติเชิงอ้างอิง	201

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.61 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม ภูมิภาคที่ศึกษา.....	204
4.62 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม การออกแบบการวิจัย.....	208
4.63 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	210
4.64 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น.....	214
4.65 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม สังกัดกลุ่มประชากร/ตัวอย่าง.....	216
4.66 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามการ ตั้งสมมติฐาน.....	219
4.67 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	222
4.68 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	225
4.69 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม สถิติเชิงพรรณนา.....	228
4.70 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม สถิติเชิงอ้างอิง.....	231

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดเพื่อการพัฒนางานวิจัยแบบบูรณาการ.....	5
2.1 การเชื่อมโยงระหว่างนโยบายของรัฐบาลกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชนและเกษตรกร	71
2.2 โครงสร้างเครือข่ายพันธมิตรของ ITAP.....	79
4.1 กรอบแนวคิดเพื่อการพัฒนางานวิจัยแบบบูรณาการ.....	262
5.1 กรอบแนวคิดเพื่อการพัฒนางานวิจัยแบบบูรณาการ	235

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ผลิตภัณฑ์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product) สร้างรายได้สู่ท้องถิ่นทำให้คนในชุมชนรู้สึกตื่นตัวและสามารถสร้างจุดสนใจให้กับพื้นที่โดยการนำวิถีชีวิต วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนมาใช้เป็นจุดขาย เกิดจากการผลักดันและส่งเสริมจากภาครัฐเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและคนในชุมชน อีกทั้งเพื่อดำรงรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยให้คงอยู่ จากการผลิตภายในครัวเรือนมาสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางก้าวไกลไปในตลาดโลกพัฒนาสู่हतอุตสาหกรรมต่อไป

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่นโยบายของภาครัฐจนเกิดเป็นปรัชญาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนี้ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" เป็นแนวทางการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการเชิงพัฒนาที่มุ่งเน้นไปที่กลุ่ม “รากแก้ว” ประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยอาศัยระบบการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นร่วมกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทยครอบคลุมถึงวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่างตามพื้นที่ สินค้า OTOP หลายชนิดกลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐานของการจัดการและพัฒนาสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

3 ประการ คือ

- 1) นำเสนอคุณค่าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global)
- 2) ชุมชนมีการพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)
- 3) เป็นการบริหารจัดการที่มุ่งสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ในห้วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชนทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้าคือปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น

สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ และได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตผ ซึ่ง ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้ รองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตผ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของ ตำบลรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตาม นโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บทอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลิตภัณฑ์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมีจุดขาย ที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลกจึงจำเป็นต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างรากฐานที่มั่นคงอันนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน

สำหรับประเทศไทยกว่าร้อยละ 95 ของธุรกิจเอกชนเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นฐานรากที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นในโลกยุคปัจจุบัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องมีศักยภาพพร้อมรับการปรับตัวภายใต้บริบทของ โลกาภิวัตน์ และแนวคิดของเครือข่ายท้องถิ่นเข้าสู่สากล ซึ่งต้องการปัจจัย 3 ด้าน คือ การมีทุน ดำเนินงานที่เพียงพอ การมีวิธีการบริหารจัดการที่ดี และการมีตลาดรองรับสินค้าและบริการที่ผลิตได้ แต่ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่วนใหญ่ ยังมีปัญหาและข้อจำกัดใน ความเพียงพอ และปัญหาการขาดประสิทธิภาพของปัจจัยหลักทั้ง 3 ด้าน ขาดการบริหารจัดการและการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ขาดความรู้ด้านการตลาด และที่สำคัญคือการเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2548) ดังนั้น เพื่อความสำเร็จและความอยู่รอดของธุรกิจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงมีบทบาทในการดำเนินงาน ทั้งด้านการบริหาร การวางแผนดำเนินงาน

การแสวงหาและติดต่อลูกค้า การจัดหาวัตถุดิบ การจัดสรรทรัพยากร การควบคุมการผลิต ตลอดจนร่วมกิจกรรมด้านการขายและการประชาสัมพันธ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงจำเป็นต้องมีความชำนาญในการปฏิบัติงานเกือบทุกหน้าที่

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดขึ้นมากมายในทุกชุมชนของประเทศ มีเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผลิตรายงานจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้า ความเป็นมาของสินค้า การจัดจำหน่าย หาดตลาด ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ เป็นต้น งานวิจัยต่าง ๆ ยังกระจัดกระจายและแยกย่อย หากนำมาบูรณาการ วิเคราะห์และสังเคราะห์ถึงกระบวนการจัดการ ภูมิปัญญาและเทคโนโลยีการผลิต เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและชี้เฉพาะมากยิ่งขึ้นจะได้ข้อมูลพื้นฐานและภาพการจัดการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ส่งผลให้การวางแผน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ถูกทิศทาง และผลการดำเนินการก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ตลอดจนส่งผลให้มีการใช้ข้อมูลให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนา สร้างรายได้สู่ชุมชน ผสานร่วมภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีผ่านระบบการวิจัยที่มุ่งสร้างองค์ความรู้และนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อดำรงวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ก้าวไกลไปกับโลกไร้พรมแดนในทุกวันนี้ได้อย่างสอดคล้องกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และบูรณาการงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการศึกษามาสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. ได้ข้อมูลที่นำไปใช้ประโยชน์ต่อการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
 - 2.1 ภาครัฐนำข้อมูลที่ได้ไปใช้เพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2 ชุมชนนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาสินค้าเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3. สำหรับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน นำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อวิจัยและพัฒนา หรือเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้กว้างขวางลึกซึ้งยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดการพัฒนาการจัดการให้ดียิ่งขึ้น

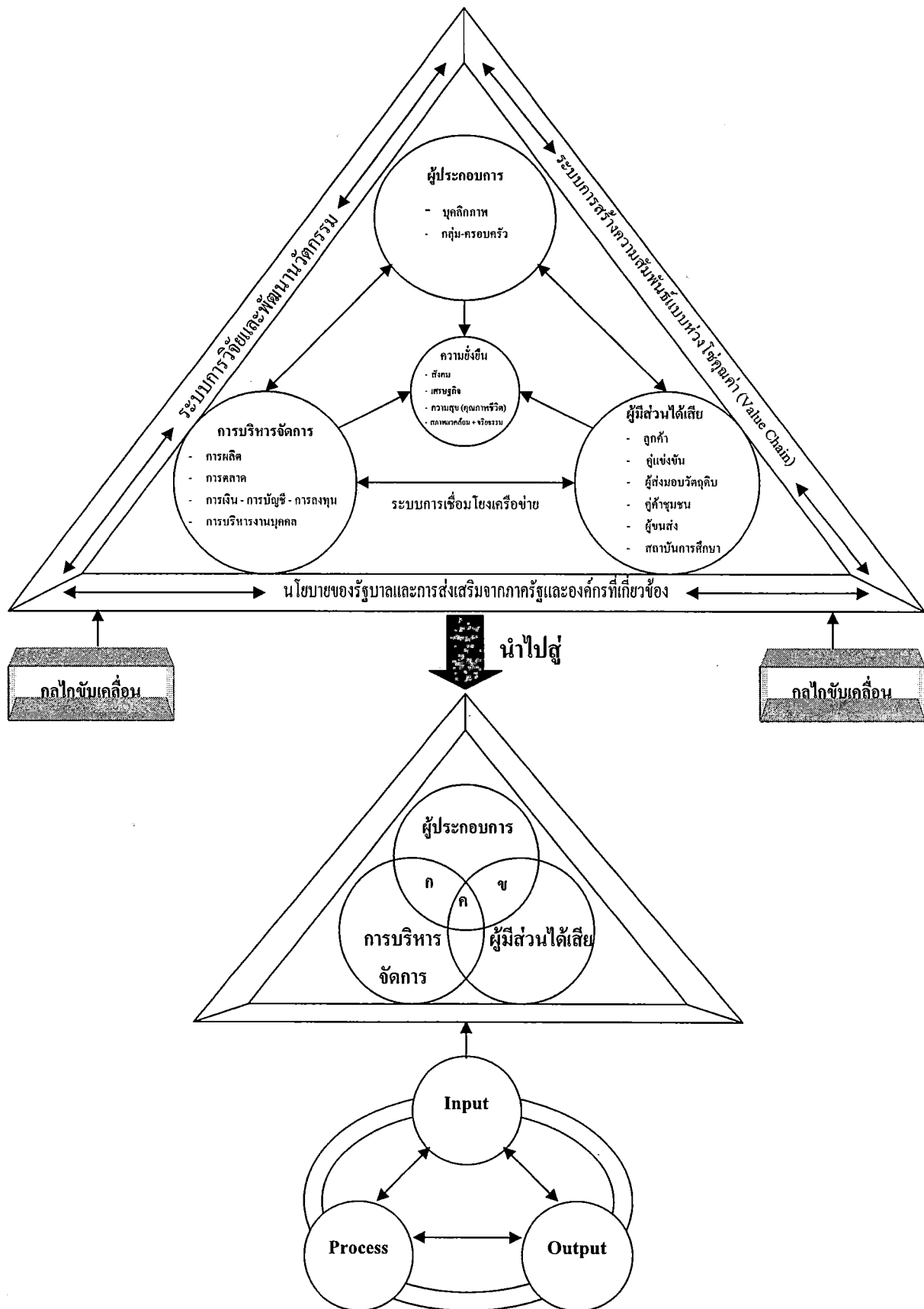
4. นำข้อมูลของการวิเคราะห์และการสังเคราะห์งานวิจัยนี้ไปศึกษา และก่อให้เกิดเจตคติที่ดีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ขอบเขตของโครงการวิจัย

การศึกษานี้ดำเนินการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในประเทศทั้งหมด โดยนำงานวิจัยที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกมาวิเคราะห์และสังเคราะห์งานวิจัย

ทฤษฎี สมมติฐาน หรือกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

ตัวแปรต้นและตัวแปรตามเป็นไปตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับด้านการจัดการและยุทธศาสตร์การบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แนวความคิดการจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่เน้นด้านการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง เพื่อการบูรณาการงานวิจัยด้านการจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดเพื่อการพัฒนางานวิจัยแบบบูรณาการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ดำเนินการภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีการใช้เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง และมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักและสืบสานภูมิปัญญาไทยและท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2. การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง กิจการที่อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 4 และมาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 อันเป็นพระราชบัญญัติที่มีบทบัญญัติบางประการเกี่ยวกับการจำกัดสิทธิและเสรีภาพของบุคคล ซึ่งมาตรา 29 ประกอบกับมาตรา 31 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย บัญญัติให้กระทำได้โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมออกกฎกระทรวงไว้ ดังต่อไปนี้

2.1 วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

2.1.1 กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินห้าสิบล้านบาท

2.1.2 กิจการให้บริการที่มีจำนวนการจ้างไม่เกินห้าสิบคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินห้าสิบล้านบาท

2.1.3 กิจการค้าส่งที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินยี่สิบห้าคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินห้าสิบล้านบาท

2.1.4 กิจการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินสิบห้าคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกินสามสิบล้านบาท

2.2 วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

2.2.1 กิจการผลิตสินค้า ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสองร้อยล้านบาท

2.2.2 กิจการให้บริการ ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสองร้อยล้านบาท

2.2.3 กิจการค้าส่ง ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่ายี่สิบห้าคนแต่ไม่เกินห้าสิบคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท

2.2.4 กิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าสิบห้าคนแต่ไม่เกินสามสิบคนหรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่าสามสิบล้านบาทแต่ไม่เกินหกสิบล้านบาท

2.3 ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมแต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางหรือจำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางแต่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม ให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวرن้อยกว่าเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

2.4 จำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรตามข้อ 1 และข้อ 2 ให้พิจารณาจากหลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

2.4.1 จำนวนการจ้างงาน ให้พิจารณาจากหลักฐานแสดงจำนวนการจ้างงานที่ได้จัดทำขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด

2.4.2 มูลค่าสินทรัพย์ถาวร ให้พิจารณาจาก

(ก) มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิซึ่งไม่รวมที่ดิน ตามที่ปรากฏในงบการเงินล่าสุดของกิจการที่ได้จัดทำขึ้นโดยผู้ทำบัญชีของผู้มีหน้าที่จัดทำบัญชีหรืองบการเงินล่าสุดของกิจการที่ได้รับการตรวจสอบและแสดงความเห็นโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแล้ว ทั้งนี้ตามกฎหมายว่าด้วยการบัญชี

(ข) มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิซึ่งไม่รวมที่ดิน ตามที่ได้รับการประเมินจากสถาบันการเงินหรือบริษัทที่ปรึกษาทางการเงินที่น่าเชื่อถือ

ในกรณีที่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรสุทธิตาม (ก) และ (ข) ต่างกัน ให้ถือจำนวนที่น้อยกว่าเป็นมูลค่าสินทรัพย์ถาวร (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2547)

3. การสังเคราะห์งานวิจัย หมายถึง ระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เพื่อตอบปัญหาวิจัยเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยการรวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหานั้น ๆ มาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติหรือวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอข้อสรุปอย่างมีระบบให้ได้คำตอบปัญหาวิจัยที่ต้องการ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542 หน้า 33)

4. ภูมิปัญญาไทย หมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถ และทักษะของคนไทยอันเกิดจากการ สังสมประสบการณ์ ที่ผ่านมากระบวนการเลือกสรร เรียนรู้ ประยุกต์พัฒนา และถ่ายทอดสืบต่อกันมา เพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตของคนไทยให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และเหมาะสมกับยุคสมัย

5. เนื้อหาที่ทำวิจัย หมายถึง กลุ่มวิชาหรือสาขาวิชาที่แสดงถึงความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านการจัดการธุรกิจ ได้แก่ การเจริญเติบโต การขยายกิจการ กำไร ยอดขาย ความพึงพอใจของลูกค้า และผู้ที่เกี่ยวข้อง เนื้อหาที่ทำวิจัยประกอบด้วย

5.1 การตลาดและการขาย หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนำเสนอสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองตามความต้องการของกิจการ ประกอบด้วย การนำเสนอกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ นโยบายและการกำหนดเสนอราคา การกำหนดช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด

5.2 การเงิน การจัดการการเงิน การลงทุน หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแหล่งของเงินทุนและการใช้เงินทุนรวมทั้งการจัดการด้านสภาพคล่อง เงินสด เงินทุนหมุนเวียน และการดำเนินงานด้านการลงทุนและการจัดการการเงิน โดยรวมและเฉพาะด้านของกิจการ

5.3 การวิจัยและพัฒนา หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาเป็นการศึกษาค้นคว้าผลิตภัณฑ์ใหม่และเพื่อพัฒนาระบบการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.4 การบัญชี หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิธีการรวบรวมการบันทึก และตรวจสอบด้านการบัญชี รายการทางบัญชี การจัดทำและวิเคราะห์การดำเนินงานของกิจการในรูปงบดุล งบกำไรขาดทุน

5.5 การผลิต - โรงงาน หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการแปลงสภาพวัตถุดิบผ่านกระบวนการแปลงสภาพเพื่อให้ได้มาซึ่งผลผลิตตามแผนการแปลงสภาพ

5.6 การจัดการทั่ว ๆ ไป หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการและวิธีการจัดการและการบริหารงานด้านต่าง ๆ ที่สนับสนุนหน้าที่หลักทางธุรกิจ ได้แก่ การจัดซื้อ การจัดการสินค้าคงคลัง

5.7 การบริหารงานบุคคล หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคนให้ปฏิบัติงาน การจูงใจ การฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล การสรรหาคัดเลือก บรรจุแต่งตั้ง ผลงานรวมทั้งกฎระเบียบในการดำเนินงานด้านแรงงานและบุคคล

5.8 การจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ หมายถึง การรวบรวมข้อมูลเนื้อหาข้อมูลด้านเศรษฐกิจ สังคม สภาพการณ์ประกอบการธุรกิจตลอดจนสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงและใช้ประกอบการในการตัดสินใจทางธุรกิจ

6. ประเด็นที่ทำวิจัย หมายถึง หัวข้อ หรือหัวเรื่อง หรือวิธีการตลอดจนแนวทางในการศึกษา ประเด็นที่ทำวิจัยจำแนกได้เป็น 9 ด้าน คือ

6.1 ด้านนโยบายและการวางแผน หมายถึง หัวข้อหรือหัวเรื่องที่ศึกษาด้านสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการเพื่อใช้กำหนดนโยบายและวางแผนในอนาคต

6.2 กลยุทธ์การจัดการ หมายถึง หัวข้อหรือหัวเรื่องที่ศึกษาด้านเครื่องมือหรือแนวทางในการใช้ทรัพยากรของกิจการให้ปรับยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงและสามารถแข่งขันได้

6.3 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี หมายถึง หัวข้อหรือหัวเรื่องที่มีการศึกษานำเทคโนโลยีหรือเครื่องมือสมัยใหม่หรือที่เหมาะสมมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ

6.4 การสร้าง คัดค้าน ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม หมายถึง หัวข้อหรือหัวเรื่องที่มุ่งสร้าง สืบเสาะ สร้างสรรค์ พัฒนานวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์ เพื่อใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ

6.5 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ หมายถึง หัวข้อหรือหัวเรื่องที่ศึกษาด้านบุคลิกภาพ วิธีการ จิตความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ตลอดจนสภาพการปกครอง อำนาจการ สั่งการ ตลอดจนตัดสินใจ การจูงใจผู้ได้บังคับบัญชา

6.6 เครื่องมือ แนวทางการจัดการประสิทธิภาพของเครื่องมือ หมายถึง หัวข้อหรือหัวเรื่องที่มุ่งกำหนดวิธีการสร้างและดำเนินการนำเครื่องมือการจัดการไปใช้ให้บรรลุเป้าหมายด้วยต้นทุนที่ประหยัด

6.7 ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง หัวข้อหรือหัวเรื่องที่ศึกษาด้านความสามารถในการต่อสู้และสร้างความได้เปรียบของกิจการให้แตกต่างจากคู่แข่งและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า

6.8 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม หมายถึง หัวข้อหรือหัวเรื่องที่ศึกษาด้านอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมภายในธุรกิจ คือ ทรัพยากรของกิจการ และสิ่งแวดล้อมภายนอก คือ คู่แข่งขัน ชุมชน เทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจและสังคม การเมือง กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับต่อการดำเนินกิจการ

6.9 นโยบายของรัฐบาลและการส่งเสริมของภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง หมายถึง มาตรการหรือวิธีการในการพัฒนาผู้ประกอบการด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว

7. ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัย หมายถึง พื้นที่ที่หน่วยที่ศึกษา หรือหน่วยงาน หรือกลุ่มบุคคล หรือบุคคลที่ให้ข้อมูลอาศัยอยู่ หรือปฏิบัติงานอยู่ในขณะที่เก็บรวบรวมข้อมูล โดยจำแนกภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยเป็น 6 ภาค คือ

7.1 ภาคเหนือ ประกอบด้วยจังหวัด 17 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน พะเยา ลำพูน ลำปาง น่าน แพร่ ตาก สุโขทัย พิษณุโลก อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ พิจิตร กำแพงเพชร และอุทัยธานี

7.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วยจังหวัด 19 จังหวัด ได้แก่ อุตรธานี หนองบัวลำภู หนองคาย เลย มุกดาหาร สกลนคร นครพนม กาฬสินธุ์ ขอนแก่น มหาสารคาม ร้อยเอ็ด นครราชสีมา ชัยภูมิ สุรินทร์ บุรีรัมย์ ยโสธร ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี

7.3 ภาคกลาง ประกอบด้วยจังหวัด 11 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ชัยนาท ลพบุรี สระบุรี สิงห์บุรี ฉะเชิงเทรา และสมุทรปราการ

7.4 ภาคใต้ ประกอบด้วยจังหวัด 14 จังหวัด ได้แก่ สุราษฎร์ธานี ระนอง ชุมพร นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง กระบี่ พังงา ภูเก็ต ปัตตานี ยะลา นราธิวาส สงขลา และสตูล

7.5 ภาคตะวันออก ประกอบด้วยจังหวัด 7 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ปราจีนบุรี สระแก้ว และนครนายก

7.6 ภาคตะวันตก ประกอบด้วยจังหวัด 8 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม กาญจนบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

8. การออกแบบการวิจัย หมายถึง วิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริง วิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ซึ่งเป็นคำตอบเพื่อการตัดสินใจ

8.1 การวิจัยเชิงปริมาณ หมายถึง การวิจัยที่ให้ความสำคัญกับการจัดการในเรื่องตัวเลข มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาหลายตัว มีรูปแบบการรวบรวมข้อมูลที่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสืบอ้าง (Generalize) ไปสู่ประชากรได้ด้วยเครื่องมือหลายประเภท มีการสร้างมาตรวัดประเภทต่าง ๆ ในการสำรวจขนาดใหญ่จะอาศัยการวิเคราะห์ทางสถิติ และมีการสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรต่าง ๆ

8.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ หมายถึง การวิจัยที่พรรณนาปรากฏการณ์อันใดอันหนึ่ง เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ โดยใช้ปรากฏการณ์นั้นเป็นคุณแจ้งไขลักษณะรวมของทั้งระบบ โดยมีการศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์หนึ่ง ๆ และสภาพแวดล้อมทั้งหมดทำให้มีตัวแปรเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก โดยมีการวิเคราะห์เป็นตัวเลขบ้าง แต่เน้นการเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ สถานการณ์ และเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย การวิจัยจึงต้องทำเป็นกลุ่มขนาดเล็ก ศึกษาเป็นกรณีหน่วยศึกษาอาจเป็นกลุ่มบุคคลเดียวและมักใช้ระยะเวลาในการศึกษา

8.3 การวิจัยเชิงสำรวจ หมายถึง การวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลในปัจจุบัน เพื่อตีความอธิบาย ประเมินผล และเปรียบเทียบเหตุการณ์ในปัจจุบัน มีจุดประสงค์เพื่อสร้างข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจแก้ไขปัญหา และวางแผนงานในอนาคต

8.4 การวิจัยเชิงทดลอง หมายถึง การวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างตัวแปรสองตัวขึ้นไป เป็นการศึกษาผลจากการให้สิ่งทดลองหรือสิ่งกระตุ้น (Treatment) หรือสิ่งที่เป็นตัวการและคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

8.5 การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ หมายถึง การวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ ความเป็นเหตุเป็นผลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เพื่อพยากรณ์ตัวแปรต่าง ๆ จากการรู้ค่าความสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคทางสถิติสหสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ แล้วแต่ระดับและธรรมชาติของข้อมูล

8.6 การวิจัยเชิงพรรณนา หมายถึง การวิจัยเพื่ออธิบายลักษณะประชากรหรือกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจว่าเป็นอย่างไร ศึกษาสภาพปัจจุบัน ความสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเสนอแนะและปรับปรุงนำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจ

9. วิธีการเลือกตัวอย่าง หมายถึง การกำหนดรูปแบบในการเลือกตัวอย่าง เพื่อการศึกษาวิเคราะห์ โดยกำหนดว่าจะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็นหรือใช้การเลือกตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น

9.1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย หมายถึง เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ทุกหน่วยของประชากรที่ศึกษามีโอกาสได้รับเลือกเท่า ๆ กัน กล่าวคือ การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีนี้ ต้องมีบัญชีรายชื่อของประชากรที่สมบูรณ์ และกำหนดหมายเลขให้กับรายชื่อสมาชิกและค่าสังเกตแต่ละหน่วย หลังจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายได้ด้วยวิธีการจับสลากหรือใช้ตารางเลขสุ่ม

9.2 การสุ่มอย่างมีระบบ หมายถึง วิธีที่สุ่มตัวอย่างที่สะดวก และเหมาะสมกับประชากรที่มีจำนวนหรือขอบเขตที่แน่นอน ได้ทำการจัดเรียงและให้ลำดับที่ไว้แล้ว เพื่อทำการสุ่มเลือกตัวแทนจากลำดับที่กำหนด และเว้นช่วงตามแบบแผนที่กำหนดไว้

9.3 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ หมายถึง การสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยตามลักษณะที่เด่นชัด โดยประชากรในกลุ่มเดียวกันจะต้องมีลักษณะคล้ายคลึงกันมากที่สุด และประชากรแต่ละกลุ่มจะต้องมีความแตกต่างระหว่างกันมากที่สุด การจัดแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มอาจแบ่งตาม รายได้ สถานภาพ อายุ เพศ อาชีพ ตำแหน่ง และขนาดครอบครัว

9.4 การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม หมายถึง การสุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามพื้นที่ เขต อำเภอ หมู่บ้าน จังหวัด ภายในกลุ่มจะมีคุณลักษณะของประชากรทุกลักษณะแตกต่างกันมากและสมาชิกแต่ละกลุ่มจะมีความคล้ายคลึงกัน เมื่อต้องการเลือกกลุ่มตัวอย่างจะเลือกมาเพียงบางกลุ่ม เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรและถ้าเก็บข้อมูลจากทุกหน่วยงานภายในกลุ่มที่เป็นตัวแทน จะเรียกการสุ่มแบบนี้ว่า การสุ่มขั้นตอนเดียว แต่ถ้าหากมีการสุ่มตัวอย่างจากตัวแทนจากกลุ่มที่เลือกสุ่มมาอีกครั้งจะเรียกว่า การสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน

9.5 การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน หมายถึง การสุ่มตัวอย่างประชากรโดยแบ่งประชากรออกเป็นลำดับขั้นต่าง ๆ เช่น ภาค จังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน เป็นต้น โดยทำการสุ่มประชากรจากหน่วยหรือลำดับขั้นที่มากที่สุดก่อน จากนั้นสุ่มได้ก็ทำการสุ่มหน่วยที่มีลำดับรองลงไปทีละขั้น ๆ จนถึงกลุ่มตัวอย่างในขั้นที่ต้องการ การสุ่มแบบนี้จึงมีลักษณะการกระจายเป็นร่างแหที่ขยายออกไปจนถึงหน่วยที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูล

9.6 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง หมายถึง การเลือกตัวอย่างโดยใช้ดุลยพินิจของผู้วิจัยในการกำหนดสมาชิกของกลุ่มประชากรที่จะมาเป็นสมาชิกในกลุ่ม การสุ่มตัวอย่างประเภทนี้มีโอกาสที่จะพลาดได้เสมอเพราะอาจไม่คุ้นเคยกับประชากรทั้งหมดพอที่จะสุ่มตัวอย่างออกมาเป็นตัวแทนได้ นอกจากนั้นอาจจะลำเอียงหรืออคติในการเลือก ข้อบกพร่องเหล่านี้สามารถแก้ไขได้โดยการตั้งกฎเกณฑ์เชิงวัตถุวิสัยขึ้นมาเพื่อใช้เป็นหลักในการตัดสินใจ การตัดสินใจหากทำด้วยบุคคลหลายคนจะลดความลำเอียงลงได้อีก การสร้างความคุ้นเคยโดยการออกสำรวจพื้นที่รอบแรกเพื่อแสวงหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจ จะทำให้ตัวอย่างที่ได้รับการเลือกใกล้เคียงพอที่จะเป็นตัวแทนของประชากรได้ดีขึ้น

9.7 การสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก หมายถึง การเลือกตัวอย่างตามสะดวกของผู้วิจัยและเจ้าหน้าที่ภาคสนามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเลือกแบบนี้เป็นการเลือกตัวอย่างโดยบังเอิญ

9.8 การเลือกตัวอย่างแบบอาสาสมัคร หมายถึง การเลือกสมาชิกโดยที่ผู้ศึกษาอาจไม่ทราบกรอบประชากร ใช้สมาชิกที่ยินดีจะให้ข้อมูลมาเป็นตัวอย่าง

9.9 การเลือกตัวอย่างแบบโควตา หมายถึง การกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันไว้ล่วงหน้าตามเกณฑ์ที่สนใจ

9.10 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสำมะโน หมายถึง เป็นการศึกษาที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากทุก ๆ หน่วยของประชากร

10. สมมติฐาน หมายถึง ข้อความหรือข้อสมมติซึ่งผู้วิจัยคาดไว้เกี่ยวกับคุณลักษณะของตัวแปรหรือความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรขึ้นไป เป็นการพิสูจน์ผลลัพธ์ที่เป็นไปได้หรือเป็นไปได้ซึ่งจะช่วยอธิบายข้อเท็จจริง เหตุการณ์ และยืนยันคำตอบที่เหมาะสมสำหรับคำถามการวิจัย

11. สถิติเชิงพรรณนา หมายถึง วิธีการทางสถิติที่ใช้เพื่อคำนวณหาดัชนีซึ่งสรุปหรือบรรยายลักษณะของกลุ่มข้อมูลขนาดต่าง ๆ โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ การแปลงกลุ่มข้อมูลขนาดใหญ่ให้อยู่ในรูปแบบฟอร์มที่สะดวกและง่ายต่อการทำความเข้าใจ และการตีความ

12. สถิติเชิงอ้างอิง หมายถึง วิธีการทางสถิติที่เปิดโอกาสให้สามารถกระจายลักษณะของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างไปสู่ประชากรที่มีขนาดใหญ่กว่าซึ่งเรียกว่า การอ้างอิงหรือการอนุมาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง จุดมุ่งหมายของการอ้างอิงทางสถิติ เพื่อแสวงหาความรู้เกี่ยวกับค่าประชากรหรือ

ลักษณะของประชากร โดยอาศัยค่าสถิติหรือลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ความถูกต้องของการอ้างอิง
ย่อมขึ้นอยู่กับว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเป็นตัวแทนของประชากรหรือไม่เพียงใด ด้วยเหตุนี้ การสุ่ม
ตัวอย่างจึงจำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น เพื่อสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการบริหารงานข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยนี้ได้รวบรวมเอกสารและแนวคิดที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. บทบาทและความสำคัญของวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อระบบเศรษฐกิจไทย
2. บทบาทและความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจไทย

บทบาทและความสำคัญของวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อระบบเศรษฐกิจไทย

การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกระทรวงพาณิชย์

ความเป็นมาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ในช่วงเวลาที่ประเทศชาติ กำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ และประชาชน ทุกระดับ ประสบปัญหาต่าง ๆ ปัญหาหนึ่งที่ประชาชนระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศถูกรุมเร้า คือ ปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้าโดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้า เครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศและได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย คณะกรรมการ อำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ พ.ศ. 2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการ อำนวยการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตผ ซึ่ง ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตผ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและ หลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงาน เป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพ

ปรัชญาของ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ คือ

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global)
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity)
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

ผลิตภัณฑ์ ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียวแต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จากนโยบายของรัฐบาล ที่แถลงต่อรัฐสภา และตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. สร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว ทรัพยากรที่มีอยู่ในภูมิภาคนี้ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมถึงการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ทั้งนี้เนื่องจากพื้นฐานของทรัพยากรทั้งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมมีอยู่อย่างมากมาย มีความพร้อมที่จะพัฒนาไปสู่ความโดดเด่นของการท่องเที่ยวตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ และหากมุ่งเน้นในการพัฒนาไปที่ศักยภาพของทรัพยากรในชุมชน การเพิ่มความเข้มแข็งและการเน้นความยั่งยืนให้แก่การ

ท่องเที่ยวในชุมชน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ก็จะมีความสำคัญและตอบสนองนโยบายของประเทศได้เป็นอย่างดี

1. ยุทธศาสตร์การตลาด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กระทรวงพาณิชย์

แนวทางและเป้าหมายการดำเนินงานตาม โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกระทรวงพาณิชย์ ในภาพรวม 2 ประเด็น คือ

- (1) สร้าง Valued Chain เพื่อให้ตกถึงเศรษฐกิจฐานราก และมีกระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืน
- (2) ผลักดันสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สู่อุตสาหกรรมต่างประเทศ เพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ แผนนโยบายการดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของกระทรวงพาณิชย์ ได้เสนอแนวทางให้พิจารณาจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งเป็น Project Manager เช่น จังหวัดลำปาง ให้เป็นศูนย์กลางในการพัฒนาเซรามิก และมีเครือข่ายในจังหวัดอื่นที่มีการผลิตเซรามิก ดำเนินการคัดเลือกสินค้า พัฒนาผู้ประกอบการ โดยการจ้าง Designer (นักออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบ สี สัน บรรจุภัณฑ์ การตลาด) และพัฒนาให้สามารถได้รับ Brand ส่งออก แนวคิดคือ ควรให้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเป็นหน่วยงานหลักในการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้า และกลุ่มผู้ผลิต โดยคัดเลือกสินค้า แบ่งกลุ่มและจัดลำดับความสำคัญ 3 กลุ่ม ได้แก่

- (1) สินค้าที่ยังต้องพัฒนาด้านต่าง ๆ
- (2) สินค้าที่มีการพัฒนาเชิงพาณิชย์ ควรสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานต่าง ๆ เช่น อบ. มอก. ผลักดันให้สามารถนำไปวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าได้อย่างถาวร จัดนิทรรศการครบวงจร เพื่อส่งเสริมตลาดภายในประเทศ
- (3) สินค้าที่พัฒนาแล้ว มีศักยภาพถึงขั้นส่งออก มอบ สอ. ดำเนินการดังนี้ ควรแยกประเภทสินค้า โดยมีรายละเอียดว่า เป็นสินค้าที่ผลิตแบบดั้งเดิม (พื้นบ้าน) หรือผลิตแบบสมัยใหม่

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้แจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ร่วมกับสำนักงานปลัดกระทรวงฯ กำหนดการออกไปคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิต และสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2546 เพื่อนำเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่ สอ. จะจัดขึ้นในช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน 2546 ได้แก่ งาน BIG, อาหาร, Health and Beauty

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดนิทรรศการ เป็นการสร้างเครือข่ายการตลาด ในลักษณะ B to B และ B to C จึงควรมีผู้ผลิตสินค้าที่ผ่านการอบรมให้มีความรู้เรื่องการตลาด สามารถเจรจาธุรกิจได้ และเพื่อทดสอบตลาด ควรจัดแสดงสินค้าโดยแยกจุดจำหน่าย

สินค้าทั้ง 3 กลุ่ม เมื่อผ่านการทดสอบตลาดแล้ว จะสร้าง Brand ให้สำหรับอบรมกลุ่มผู้ผลิตก่อน นำเข้าร่วมงาน ควรจัดจ้างนักการตลาดมืออาชีพดำเนินการ นอกจากนี้ ควรพัฒนาระบบ E-Commerce กรณีส่งออกตลาดต่างประเทศ สอ. ดำเนินการจัดทำทั้งภาษาไทยและอังกฤษ ส่วนระบบ E-Commerce สำหรับตลาดภายในประเทศ มอบกรมที่เกี่ยวข้องดำเนินการ

- 2. การคัดเลือกและพัฒนาผลิตภัณฑ์** หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกระทรวงพาณิชย์ให้ ศักยภาพสู่การส่งออกกองบริหารพาณิชย์ภูมิภาค ได้นำแนวความคิดเห็นในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้เชี่ยวชาญฯ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ดังนี้
- (1) กลยุทธ์สินค้า โดยจัดหาสินค้าในจังหวัด ต้องมีความสามารถเบื้องต้นในการ คัดเลือกและพัฒนาสินค้า หน่วยงานรับผิดชอบ ได้แก่ สป. คน. พค. และ สอ.
 - (2) กลยุทธ์ด้านผู้ประกอบการ ให้ความรู้เรื่องการกำหนดราคาสินค้า การคำนวณ ต้นทุน การจัดทำบัญชี การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการบริหารจัดการ หน่วยงานรับผิดชอบ ได้แก่ พค. สป. และ คน.
 - (3) กลยุทธ์การจัดจำหน่าย โดยการจัดหาสถานที่ สร้างเครือข่ายการจัดจำหน่าย และหาช่องทางส่งออกต่างประเทศ หน่วยงานรับผิดชอบ ได้แก่ สป. พค. และ สอ.
 - (4) กลยุทธ์โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ สินค้าคุณภาพดี การสร้างชื่อสินค้า และการจดทะเบียนสิทธิบัตร หน่วยงานรับผิดชอบ ได้แก่ สป. คน. พค. ทป. และ สอ.

การพัฒนา/ขยายตลาดผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การจัดอบรมเชิง ปฏิบัติการ การพัฒนาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์และคุณภาพมาตรฐาน จัดแสดงนิทรรศการ/สาธิต จัดประกวดผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่ายสินค้า การสนับสนุนสถานที่จำหน่ายสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ให้กระจายตัวในภูมิภาคต่าง ๆ

สำนักงานประสานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

กองบริหารพาณิชย์ภูมิภาค ได้แจ้งให้ที่ประชุมทราบว่า จากการประชุมคณะกรรมการ อำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ) เสนอให้จัดตั้งสำนักงานประสาน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ขึ้น สถานที่ปฏิบัติงาน คือ สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยมีปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นประธานคณะกรรมการประสานการอำนวยการ ผู้แทน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นรองประธานฯ ได้แก่ อธิบดีกรมการพัฒนาชุมชน อธิบดีกรมส่งเสริม

อุตสาหกรรม รองปลัดกระทรวงพาณิชย์ รองปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งสำนักงานดังกล่าวจะทำหน้าที่ประสานการดำเนินงานกับคณะกรรมการทุกชุด

บทบาทและความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจไทย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างยิ่ง อีกทั้งมีส่วนช่วยบรรเทาปัญหาความแออัดจากการเติบโตของสังคมเมือง กระจายความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาคและเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้นอีกด้วย เมื่อกล่าวถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในช่วง 4 - 5 ปี ที่ผ่านมามีบทบาทนี้อาจจะไม่คุ้นเคยของบุคคลทั่วไป มากนัก ถึงแม้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะมีบทบาทในสังคมธุรกิจของไทยมาตั้งแต่อดีต แต่กลับเพิ่งเริ่มมีความโดดเด่น และเป็นที่รู้จักของคนไทยหลังจากประเทศประสบกับภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการทุกขนาดไม่สามารถที่จะดำเนินการทางธุรกิจต่อไปได้เป็นจำนวนมาก

ในช่วงที่ผ่านมาภาครัฐได้ออกนโยบายและมาตรการเพื่อปกป้องวิกฤติเศรษฐกิจหลากหลายมาตรการและมาตรการหนึ่งในนั้น ก็คือ การส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงได้รับความสำคัญในฐานะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม และเป็นกลุ่มพลังที่ใหญ่ที่สุดของภาคธุรกิจที่น่าจะมีบทบาทในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของชาติให้แข็งแกร่งขึ้นได้อีกครั้ง

นิยามของความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อกล่าวถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แล้ว บางครั้งยังมีความสับสนในความหมายอยู่ ดังนั้นกระทรวงอุตสาหกรรมโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม จึงร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้า บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร ธนาคารออมสินและบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางย่อม ได้มาระดมสมองและพิจารณาให้ความหมายของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นคำย่อจากภาษาอังกฤษว่า Small and Medium Enterprises หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประกอบไปด้วยกิจการการผลิต กิจการค้าและกิจการบริการ โดยได้กำหนดคุณลักษณะของวิสาหกิจที่จะเป็น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยแบ่งเป็นกลุ่มประเภทของกิจการ 4 ประเภท ได้แก่

1. กิจการผลิตสินค้า (Manufacturing Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คนหรือ
ทรัพย์สินถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงาน
ตั้งแต่ 51- 200 คน หรือทรัพย์สินถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็น
วิสาหกิจขนาดกลาง

2. กิจการบริการ (Service Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวร
ไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อมและจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 51-200 คน
หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินไม่เกิน 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาด
กลาง

3. กิจการการค้าส่ง (Wholesale Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือสินทรัพย์
ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 26-50
คน หรือสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดินมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจ
ขนาดกลาง

4. กิจการการค้าปลีก (Retail Sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือสินทรัพย์
ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 30 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดย่อมและจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 16-30
ล้านบาท หรือสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดินไม่เกิน 60 ล้านบาท เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง

ตารางที่ 2.1 การจัดประเภท วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภท	ขนาดย่อม	ขนาดกลางและขนาดย่อม
การผลิต	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 200 ล้านบาท
การบริการ	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 200 ล้านบาท
การค้าส่ง	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 200 ล้านบาท
การค้าปลีก	ไม่เกิน 30 ล้านบาท	ไม่เกิน 60 ล้านบาท

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากรัฐเริ่มให้
ความสนใจกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น อีกทั้งกระทรวงอุตสาหกรรมก็มีนโยบายที่จะ
ส่งเสริมและสนับสนุนกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างชัดเจนเพราะเห็นว่าเป็นกำลังสำคัญใน
การพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมโดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมรับผิดชอบอยู่
ทั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยจึงไม่ใช่กิจการในลักษณะเดิม แต่จะต้องมีลักษณะ
ใหม่ ดังนี้

1. เป็นธุรกิจที่สามารถขายได้ในบาทโซนและดอลลาร์โซน
2. ต้องเป็น วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ผลิตมีดีไซน์และมีคุณภาพที่ตลาดโลกต้องการและยอมรับได้
3. มีความสัมพันธ์ทางการบริหาร การออกแบบ และการผลิตที่เป็นสากล โดยมีหุ้นส่วนผู้บริหารมาจากที่ใดก็ได้ของโลกที่มีทักษะเทคโนโลยีมาถ่ายทอดและร่วมเป็นเจ้าของร่วมเสี่ยง
4. จะต้องมีความเข้าใจตลาดของตนอย่างแท้จริง
5. จะต้องมีการปรับผลผลิตให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาด
6. จะต้องลดต้นทุนการผลิตให้ถูกที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยจะต้องไม่มองหา แหล่งเงินทุนในประเทศเท่านั้น

ความสำคัญของวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ

สาระสำคัญของวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมมีดังนี้

1. วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นแหล่งรองรับการจ้างงานขนาดใหญ่และกระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งนี้เพราะวิชากิจต่าง ๆ ได้เกิดอยู่ในทุกชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่กันเป็นจำนวนมาก ในปี 2545 มีการประมาณการว่า วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถรองรับในการจ้างงานได้ถึง 5 ล้านคนคิดเป็นร้อยละ 69 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ
2. วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้ารวมทั้งยังทำรายได้นำเงินตราต่างประเทศ จากการส่งออกและยังสามารถผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า อันทำให้ประเทศสามารถประหยัดเงินตราต่างประเทศได้จำนวนมากในแต่ละปี
3. วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นแหล่งสร้างเสริมประสบการณ์บริการแก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือนักลงทุนหน้าใหม่ จากธุรกิจเล็ก ๆ และพัฒนาจนเติบโตในที่สุด
4. วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นหน่วยผลิตที่สนับสนุนและเชื่อมโยงไปสู่กิจการต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลางและกิจการขนาดย่อมด้วยกันเองในรูปแบบของการผลิตเป็นสินค้า วัตถุดิบขั้นต้น ขั้นกลางด้วยวิธีการว่าจ้างผลิต หรือการรับช่วงการผลิต (Subcontracting)
5. วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ภาคการเกษตร ภาคการบริการขนส่ง ภาคการก่อสร้าง และภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก

6. การเกิดขึ้นของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ
เท่ากับเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค อันเป็นหนึ่งของการกระจายรายได้ที่ดีทางหนึ่ง

บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

ในปี 2545 วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมทุกประเภททั่วประเทศได้ทำการผลิตสินค้าและบริการให้กับระบบเศรษฐกิจเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เท่ากับ 2,112,934 ล้านบาทเทียบกับ GDP รวมของประเทศ 5,430,455 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.91 เทียบกับปี 2544 ซึ่งผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่า 2,016,754 ล้านบาท หรือร้อยละ 39.36 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งหมด

สาขาเศรษฐกิจที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าการผลิตสูงที่สุดคือ สาขาการบริการซึ่งครอบคลุมถึงบริการทุกประเภทที่ผลิตโดยวิสาหกิจเอกชน ไม่รวมบริการของภาครัฐ เป็นการบริหารประเทศการศึกษาสาธารณสุข เป็นต้น โดยมีมูลค่า GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาบริการปี 2545 เท่ากับ 724,934 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.35 ต่อ GDP รวมทั้งหมด รองลงมาคือ สาขาการค้าส่งและปลีก 665,448 ล้านบาท หรือร้อยละ 12.25 ต่อ GDP รวม สำหรับภาคการผลิตมูลค่า GDP ของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีค่าเท่ากับ 537,072 ล้านบาท เทียบเป็นร้อยละ 9.89 ต่อ GDP รวม อย่างไรก็ตาม ในการผลิตภาคการเกษตรที่มีมูลค่า GDP 544,877 ล้านบาทนั้น ในจำนวนนี้ส่วนหนึ่งประมาณ 72,000 ล้านบาท เป็นผลผลิตการแปรรูปผลผลิตเกษตรอย่างง่าย ซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมอยู่ด้วย แต่ในระบบการประมวลบัญชีประชาชาติของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ถือว่ารวมอยู่ในภาคเกษตรของประเทศ

อัตราการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 2.2 แสดงอัตราการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปี ประเภทวิสาหกิจ	2541	2544	ผลต่างระหว่างปี	อัตราส่วน (%)
การผลิต	90,122	157,363	67,241	74.60
การค้า (ค้าส่ง , ค้าปลีก)	134,171	286,246	152,075	113.30
การบริการ	87,225	224,300	152,075	157.11
รวม	311,518	667,909		

ลักษณะของตลาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเข้าสู่ธุรกิจสามารถทำได้ง่ายใช้ทุนน้อย ใช้วัตถุดิบในประเทศ

- มีความคล่องตัวในการจัดการ
- มีความยืดหยุ่นสูงในการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็ว
- ใช้ทักษะในการผลิต
- ผลิตสินค้าคุณภาพ มีดีไซน์ ตามตลาดโลก
- สร้างความชำนาญเฉพาะอย่างเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ
- ผู้ประกอบการใช้ประสบการณ์ชีวิตในอดีตมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิต
- กิจการเป็นหนึ่งของชุมชน
- มีความสัมพันธ์ทางการบริหาร การออกแบบ และการผลิตที่สากล
- ปรับการผลิตให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด ลดต้นทุนการผลิตให้ถูกที่สุด

หาแหล่งเงินทุนหลากหลาย และมุ่งความได้เปรียบทางขนาดของการผลิต (Economy of Scale)

ตารางที่ 2.3 ลักษณะแบบเดิมและแบบใหม่ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เดิม	ใหม่
ผลิตของถูกเลียนแบบ	ผลิตได้มากแบบรวดเร็ว
ค่าแรงถูก	ผลผลิตสูง คุณภาพดี เทคนิคดี
มุ่งตัวสินค้า	มุ่งทั้งสินค้าและบริการเสริม
จัดการแบบครอบครัว	จัดการแบบมืออาชีพ
มุ่งธุรกิจเฉพาะตน	มุ่งสร้างผู้ร่วมธุรกิจและรวมกลุ่ม

บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเศรษฐกิจและสังคมไทย

1. สร้างมูลค่าแก่ระบบเศรษฐกิจ
2. สร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกต่อธุรกรรมทางเศรษฐกิจ
3. เป็นจุดกำเนิดของผู้ประกอบการรายใหม่ ที่จะเจริญเติบโตเป็นขุมพลังในการพัฒนาประเทศ
4. เป็นแหล่งฝึกฝนและพัฒนาทักษะของแรงงาน
5. เชื่อมโยงกิจการขนาดใหญ่หรือธุรกิจประเภทอื่น ในลักษณะรับช่วงการผลิต
6. ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศของการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจ

สถานการณ์และแนวโน้มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไทย

จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ในปี 2545 วิสาหกิจรวมทั้งหมดของประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 1,645,530 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2540 จำนวน 842,329 ราย หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10.23 ต่อปี ในจำนวนนี้เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1,639,427 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.63 ของวิสาหกิจรวมทั้งประเทศเพิ่มขึ้น 840,394 ราย จากปี 2540 ซึ่งจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งสิ้นจำนวน 799,033 ราย สำหรับวิสาหกิจขนาดใหญ่ในปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 6,103 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 0.37 ของวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ เพิ่มขึ้น จากปี 2540 ซึ่งจำนวน 4,168 ราย

ตาราง 2.4 จำนวนสถานประกอบการ จำแนกตามขนาดและลักษณะวิสาหกิจ

หน่วย : ราย

	2540				2545				ขยายตัวเฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)			
	ย่อม	กลาง	SMEs	ใหญ่	ย่อม	กลาง	SMEs	ใหญ่	ย่อม	กลาง	SMEs	ใหญ่
ผลิต	186,471	4,985	291,456	2,414	351,207	5,599	356,806	1,396	4.5	2.5	4.5	-8.4
ค้า	300,174	3,171	303,345	1,497	776,297	5,354	781,651	2,286	31.7	13.8	31.5	10.5
บริการ	202,987	1,245	204,232	2,57	498,701	2,269	500,970	387	29.1	16.4	29.1	10.1
รวม	789,632	9,401	799,033	4,168	1,626,205	13,222	1,659,427	4,069	21.2	8.1	21.0	0.5

จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำแนกตามลักษณะของวิสาหกิจ

ในปี 2545 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการค้าปลีกเป็นวิสาหกิจที่จำนวนมากที่สุดมีจำนวนทั้งสิ้น 732,593 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.69 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด รองลงมาเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการบริการ มีจำนวนทั้งสิ้น 500,970 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.56 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต และวิสาหกิจภาคการค้าส่ง มีจำนวน 356,806 ราย และ 49,058 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.76 และ 2.99 ตามลำดับ

การกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามภูมิภาค

ในด้านการกระจายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามภูมิภาคในปี 2545 ปรากฏว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดจำนวน 511,245 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 31.07 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งประเทศ อันดับรองลงมาเป็นกรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 347,827 ราย (ร้อยละ 21.14) ภาคเหนือ จำนวน

338, 642

๑๘๖๖ ก

ณ. 2

234360

278,101 ราย (ร้อยละ 16.9) ภาคใต้ จำนวน 224,120 ราย (ร้อยละ 13.62) ภาคกลาง จำนวน 201,481 ราย (ร้อยละ 12.24) และ ภาคตะวันออก จำนวน 76,653 ราย (ร้อยละ 4.66) ตามลำดับ

โครงสร้างจำแนกตามประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือแตกต่างไปจากภาคอื่น ๆ กล่าวคือ ในภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก และกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีโครงสร้างเป็นไปในลักษณะเดียว กล่าวคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าปลีกเป็นวิสาหกิจที่มีจำนวนการประกอบการสูงสุด รองลงมา ได้แก่ วิสาหกิจภาคการบริการ การผลิต และการค้าส่ง ตามลำดับ แต่สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าปลีกยังมีจำนวนสูงสุด โดยมีจำนวน 215,431 ราย คิดเป็นร้อยละ 42 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แต่ลำดับรองลงมา กลับเป็นวิสาหกิจภาคการผลิต โดยที่จำนวน 169,930 ราย (ร้อยละ 33) วิสาหกิจภาคการบริการจำนวน 117,855 ราย (ร้อยละ 23) และวิสาหกิจภาคการค้าส่ง จำนวน 8,029 ราย (ร้อยละ 2) ตามลำดับ

ในปี 2545 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนทั้งสิ้น 1,639,427 ราย จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม ในจังหวัดที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากที่สุดจำนวน 10 จังหวัดแรกของประเทศ ซึ่งมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมกันเป็นจำนวน 550,331 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.57 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงสุดจำนวน 244,349 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.90 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งประเทศ รองลงมาเป็นจังหวัดขอนแก่นจำนวน 50,824 ราย (ร้อยละ 3.1) เชียงใหม่ จำนวน 41,405 ราย (ร้อยละ 2.53) ศรีสะเกษ จำนวน 35,394 ราย (ร้อยละ 2.16) ร้อยเอ็ด จำนวน 34,199 ราย (ร้อยละ 2.09) นครราชสีมา จำนวน 32,221 ราย (ร้อยละ 1.97) สมุทรปราการ จำนวน 31,403 ราย (ร้อยละ 1.96) สงขลา จำนวน 27,732 ราย (ร้อยละ 1.69) ชลบุรี จำนวน 26,555 ราย (ร้อยละ 1.62) และกาฬสินธุ์ จำนวน 26,249 ราย (ร้อยละ 1.60) ตามลำดับ

จำนวนวิสาหกิจ ภาคการผลิต ปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 359,552 ราย ในจำนวนนี้ ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 356,806 ราย และวิสาหกิจขนาดใหญ่ จำนวน 2,746 ราย จากตารางที่ 2.1 จำแนกประเภทอุตสาหกรรม 23 ประเภท อุตสาหกรรมเรียงลำดับตามจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอยู่ในแต่ละประเภทอุตสาหกรรม ประกอบด้วยอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 99,659 รายคิดเป็นร้อยละ 27.93 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมในภาคการผลิต รองลงมาเป็นอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย จำนวน 70,261 ราย (ร้อยละ 19.69) อุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวน 58,385 ราย (ร้อยละ 16.36)

อุตสาหกรรม ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้จำนวน 44,764 ราย (ร้อยละ 12.55) อุตสาหกรรม โลหะ
ประดิษฐ์ จำนวน 25,416 ราย (ร้อยละ 7.12) ตามลำดับ

จำนวนวิสาหกิจภาคบริการปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 501,418 รายในจำนวนนี้
ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 500,970 ราย และวิสาหกิจขนาดใหญ่
จำนวน 448 ราย จากตารางที่ 2.2 ได้จำแนกประเภทธุรกิจเป็น 6 ประเภท เรียงลำดับตามจำนวน
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอยู่ในแต่ละประเภท ประกอบด้วย ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม
ภัตตาคาร จำนวน 180,148 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.96 ของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวม
ในภาคการบริการ รองลงมาเป็นธุรกิจ บริการด้านอื่น ๆ จำนวน 128,791 ราย (ร้อยละ 25.71) ธุรกิจ
บริการการขนส่ง จำนวน 81,893 ราย (ร้อยละ 16.35) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 46,890 ราย
(ร้อยละ 9.36) ตามลำดับ

การจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปี 2545 วิสาหกิจรวมทั้งหมดของประเทศไทยมีจำนวนการจ้างงานรวมทั้งสิ้น
7,234,022 คน เป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 4,990,217 คน หรือคิด
เป็นร้อยละ 68.96 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ เทียบกับปี 2540 ที่มีจำนวนการจ้างงานรวม
5,313,370 คน โดยเป็นการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4,057,595 คน การจ้าง
งานโดยรวมเพิ่มขึ้น 1,920,652 คน การจ้างงานโดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มขึ้น
932,622 คน สำหรับวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในปี 2545 มีจำนวนการจ้างงานทั้งสิ้น 2,245,805 คน
หรือคิดเป็นร้อยละ 31.02 ของการจ้างงานรวมของวิสาหกิจรวมทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นจำนวน 988,050
คน จากปี 2540

การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามลักษณะวิสาหกิจ เมื่อ
เปรียบเทียบการจ้างงานในปี 2545 กับปี 2540 ตามลักษณะวิสาหกิจแล้ว พบว่าการจ้างงานในภาค
การผลิตที่มีจำนวนลดลง ในขณะที่ภาคการค้าและบริการมีจำนวนเพิ่มขึ้น กล่าวคือ การจ้าง
งานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต ปี 2545 ซึ่งเป็นภาคที่มีจำนวนการจ้างงาน
มากที่สุดจำนวนทั้งสิ้น 1,668,303 คน คิดเป็นร้อยละ 33.43 ของการจ้างงานในวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อม ทั้งหมด ลดลง 184,388 คน ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้า
ปลีก ซึ่งมีการจ้างงานในลำดับรองลงมาจำนวน 1,563,221 คน (ร้อยละ 31.33) ภาคการบริการ
จำนวน 1,502,050 คน (ร้อยละ 30.10) และภาคการค้าส่ง จำนวน 256,643 คน (ร้อยละ 5.14) เทียบ
กับปี 2540 ที่มีจำนวนการจ้างงาน 1,033,116 ในภาคการค้าปลีก 988,725 คน ในภาคการบริการ
183,063 คน ในภาคการค้าส่งตามลำดับ

การทำงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต จำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจภาคการผลิตในปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 3,398,753 คน ในจำนวนนี้ประกอบด้วยการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1,668,303 คน คิดเป็นร้อยละ 49.09 ของการจ้างงานรวมในภาคการผลิต และวิสาหกิจขนาดใหญ่ จำนวน 1,730,449 คน จากตาราง 2.4 จำแนกประเภท อุตสาหกรรมเป็น 23 ประเภท จำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเรียงตามลำดับที่มีอยู่ในแต่ละประเภทอุตสาหกรรมประกอบด้วย อุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม จำนวน 330,538 คน คิดเป็นร้อยละ 19.81 ของจำนวนการจ้างงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมในภาคการผลิต รองลงมาเป็นอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย จำนวน 210,397 คน (ร้อยละ 12.61) อุตสาหกรรมสิ่งทอ จำนวน 176,671 คน (ร้อยละ 10.59) อุตสาหกรรมโลหะประดิษฐ์ จำนวน 151,411 คน (ร้อยละ 9.08) อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ จำนวน 141,835 คน (ร้อยละ 8.50) ตามลำดับ

การทำงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการ จำนวนการจ้างงานรวมในวิสาหกิจภาคบริการปี 2545 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,713,590 คน ประกอบด้วยการจ้างงาน ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1,503,050 คน คิดเป็นร้อยละ 87.66 ของการจ้างงานรวมภาคบริการ และวิสาหกิจขนาดใหญ่ จำนวน 211,540 คน จากตารางที่ 2.5 จำแนกประเภทธุรกิจบริการเป็น 6 ประเภทธุรกิจ เรียงลำดับตามจำนวนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอยู่ในแต่ละประเภทประกอบด้วย ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร จำนวน 602,298 คน คิดเป็นร้อยละ 40.01 ของการจ้างงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมในภาคบริการ รองลงมาเป็นธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ จำนวน 348,537 คน (ร้อยละ 23.20) ธุรกิจบริการ จำนวน 196,928 คน (ร้อยละ 13.11) ธุรกิจบริการการขนส่งจำนวน 149,332 คน (ร้อยละ 9.94) ตามลำดับ

การทำงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเกษตรกรรม และผลผลิตทางการเกษตรมีการจ้างงานสูงสุด จำนวน 9,490 คน รองลงมาได้แก่กิจการประเภทผลิตภัณฑ์โลหะเครื่องจักร และอุปกรณ์มีการจ้างงานจำนวน 9,159 คน และกิจการประเภทอิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องใช้ไฟฟ้ามีการจ้างงานจำนวน 6,975 คน ตามลำดับ โดยกิจการประเภทเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นพื้นฐาน มีการจ้างงานน้อยที่สุดจำนวน 683 คน จากการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทุกประเภทผลิตภัณฑ์จำนวน 35,492 คน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจ

หลังจากการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการเพิ่มการใช้ยานยนต์ส่วนบุคคลในรูปแบบของสินเชื่อรายย่อยของสถาบันการเงิน ได้ประสบความสำเร็จอย่างสูง โดยการแข่งขันในปัจจุบันได้เป็นไปได้

อย่างเสรีและเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตาม การเติบโตของเศรษฐกิจที่แท้จริงจะเกิดขึ้นไม่ได้ หากการลงทุนภาคเอกชนยังอยู่ในระดับที่ต่ำ ดังนั้นภาครัฐจึงให้ความสำคัญต่อสินเชื่อที่ส่งเสริมการลงทุน โดยเฉพาะแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นส่วนประกอบที่ใหญ่ที่สุดของภาคการผลิตและการลงทุน จะสามารถก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มและเติบโตของเศรษฐกิจโดยรวมได้ในที่สุด

แต่จากความยากลำบากในการหาแหล่งเงินทุน การขาดประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญทางธุรกิจ การขาดการจัดการอย่างเป็นระบบ ฯลฯ ได้ทำให้การเติบโตของกลุ่มธุรกิจนี้เป็นไปอย่างจำกัด ทางภาครัฐจึงได้เข้ามาช่วยเหลือผ่านการสนับสนุนเงินทุน ผลักดันให้สินเชื่อผ่านสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐและธนาคารพาณิชย์ของรัฐ ในขณะที่ธนาคารพาณิชย์เอกชนก็ได้ให้ความสำคัญต่อการปล่อยสินเชื่อ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเข้ามาในตลาดนี้อย่างจริงจังในช่วงที่ผ่านมา

การส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตารางที่ 2.5 สรุปสถิติการส่งเสริมการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2545

การออกบัตรส่งเสริม การลงทุน	วิสาหกิจขนาดย่อม	วิสาหกิจขนาดกลาง	SMEs
จำนวนราย	264	309	573
โครงการคนไทยถือหุ้น 100% (ราย)	79	88	79
โครงการต่างชาติถือหุ้น 100% (ราย)	119	22	211
โครงการร่วมทุนไทยและต่างชาติ (ราย)	119	84	211
เงินลงทุน (ล้านบาท)	66,640	2,494	91,582
การจ้างงาน (คน)	27,565	7,927	35,492

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ประมวลโดย: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากตารางที่ 2.5 แสดงให้เห็นถึงสถิติการส่งเสริมการลงทุน ปี 2545 โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการออกบัตรส่งเสริมการลงทุนจำนวน 573 ราย ซึ่งแบ่งเป็นโครงการที่มีคนไทยถือหุ้น 100 % จำนวน 167 ราย โครงการต่างชาติถือหุ้น 100 % จำนวน 211 ราย และ

โครงการร่วมทุนระหว่างไทยและต่างชาติ จำนวน 195 ราย โดยมีเงินทุนรวมทั้งสิ้น 91,582 ล้านบาท และมีการจ้างงานรวม 35,492 คน

ตารางที่ 2.6 จำนวนเงินลงทุน การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ปี 2545

ประเภทผลิตภัณฑ์	จำนวนราย			เงินลงทุน (ล้านบาท)			การจ้างงาน (คน)		
	ย่อม	กลาง	SMEs	ย่อม	กลาง	SMEs	ย่อม	กลาง	SMEs
เกษตรกรรมและผลิตผลทางการเกษตร	41	75	116	3,955	14,547	18,502	1,317	8,173	9,490
เหมืองแร่ เซรามิก และ โลหะขั้นพื้นฐาน	3	5	8	273	1,357	1,630	83	600	683
อุตสาหกรรมเบา	14	19	33	744	1,068	1,812	350	2,234	2,584
ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และ อุปกรณ์	86	69	155	6,074	12,529	18,603	2,344	6,815	9,159
อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า	54	52	106	2,341	7,843	10,184	1,459	5,516	6,975
ผลิตภัณฑ์กระดาษและพลาสติก	31	28	59	1,490	14,428	15,918	766	2,457	3,223
บริการและสาธารณูปโภค	80	16	96	10,065	14,867	24,932	1,608	1,770	3,378
รวม	309	264	570	24,941	66,640	91,581	7,927	27,565	35,492

จากตารางที่ 2.6 จำแนกตามประเภทกิจการ แสดงให้เห็นว่า มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกประเภทผลิตภัณฑ์จำนวน 570 ราย โดยมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเภทกิจการผลิตโลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ได้รับการออกบัตรมากที่สุดจำนวน 155 ราย รองลงมา ได้แก่ กิจการประเภทเกษตรกรรมและผลิตผลทางการเกษตรจำนวน 166 ราย และกิจการประเภทอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าจำนวน 106 ราย ตามลำดับ โดยมีกิจการประเภทเหมืองแร่ เซรามิก และ โลหะขั้นพื้นฐาน มีจำนวนการออกบัตรน้อยที่สุดเป็นจำนวน 8 ราย

เงินลงทุนในการประกอบผลิตภัณฑ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการลงทุนในทุกกิจการรวมทั้งสิ้นจำนวน 91,581 ล้านบาท โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกิจการบริการและสาธารณูปโภคมีเงินลงทุนสูงสุดจำนวน 24,932 ล้านบาท รองมา ได้แก่ กิจการประเภทผลิตโลหะเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีเงินลงทุนจำนวน 18,603 ล้านบาท และกิจการประเภทเกษตรกรรมและผลิตผลทางการเกษตรมีการลงทุนรองลงมาเป็นลำดับที่ 3 ด้วยเงินจำนวน 18,502 ล้านบาท

โดยกิจการประเภทเหมืองแร่ เชรามิก และโลหะขั้นพื้นฐาน มีเงินลงทุนน้อยที่สุด จำนวน 1,068 ล้านบาท

ด้านการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเกษตรกรรมและผลผลิตมีการจ้างงานสูงสุด จำนวน 9,490 คน รองลงมาได้แก่กิจการประเภทผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ มีการจ้างงาน จำนวน 9,159 คน และกิจการประเภทอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้ามีการจ้างงานจำนวน 6,975 คน ตามลำดับ โดยกิจการประเภทเหมืองแร่ เชรามิก และโลหะขั้นพื้นฐานมีการจ้างงานน้อยที่สุดจำนวน 683 คน จากการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทุกประเภทผลิตภัณฑ์จำนวน 35,492 คน

มูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2545 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีมูลค่าประมาณ 1,209,303 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.22 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมรวม แม้ว่าสัดส่วนปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับร้อยละ 39.47 ในปี 2544 แต่มูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีมูลค่าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าการส่งออก 2545 จำนวน 1,209,303 ล้านบาทเทียบกับปี 2544 จำนวน 793,760 ล้านบาทและปี 2543 จำนวน 754,787 ล้านบาท ตามลำดับ

มูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต ในปี 2545 สินค้าส่งออกที่สำคัญของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 5 อันดับแรก ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกรวมกันมากเป็นสัดส่วนร้อยละ 53.85 ของสินค้าอุตสาหกรรมรวม หรือประมาณ 651,288 ล้านบาท ประกอบด้วยอุตสาหกรรมประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ มีมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งประมาณ 209,091 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.29 ของมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมอันดับที่สอง ได้แก่ อุตสาหกรรมสิ่งทอมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 16,596 ล้านบาท (ร้อยละ 13.78) อันดับสาม ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์พลาสติก มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 95,504 ล้านบาท (ร้อยละ 7.90) อันดับสี่ ได้แก่ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 92,416 ล้านบาท(ร้อยละ 7.64) และอันดับที่ห้า ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 87,676 ล้านบาท (ร้อยละ 7.25)

การจัดตั้งและเลิกกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เนื่องจากสถิติข้อมูลด้านการจัดตั้งใหม่และล้มเลิกกิจการของกรมทะเบียนการค้ามิได้มีการจัดแบ่งเป็น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น วงจรชีวิตของสถานประกอบการจึง

สามารถพิจารณาได้เพียงแต่ภาพรวมเท่านั้น ซึ่งผลปรากฏว่า การจัดตั้งใหม่ของสถานประกอบการในทุกลักษณะวิสาหกิจมีแนวโน้มในการเกิดใหม่สูงขึ้น โดยการแสดงการจัดตั้งและเลิกกิจการของสถานประกอบการที่นิติบุคคลสามารถพิจารณาได้เพียงภาพรวม จากตารางการจัดตั้งใหม่ของสถานประกอบการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยปี 2545 มีสถานประกอบการใหม่ที่จดทะเบียนเกิดขึ้น 33,381 ราย จำนวน 3,624 ราย และมีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 11.41

ตารางที่ 2.7 จำนวนนิติบุคคลที่จัดใหม่และเลิกกิจการ ปี 2541-2545

ปีที่จดทะเบียน	ปี 2541	ปี 2542	ปี 2541	ปี 2541	ปี 2542
จัดตั้งใหม่	20,371	25,818	29,1483	31,757	35,381
		(26.74)	(12.90)	(8.95)	(11.41)
เลิกกิจการ	12,278	6,833	24,817	19,233	24,397

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บคืออัตราการขยายตัว (ร้อยละ)

เนื่องจากข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคล ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ไม่สามารถจัดแบ่งขนาดของสถานประกอบการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ดังนั้น การแสดงการจัดตั้งและเลิกกิจการของสถานประกอบการที่เป็นนิติบุคคล สามารถพิจารณาได้เพียงภาพรวมจากตารางที่ 2.9 การจัดตั้งใหม่ของสถานประกอบการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดย ปี 2545 มีสถานประกอบการใหม่ที่จดทะเบียนเกิดขึ้น 35,381 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2544 จำนวน 3,624 ราย และมีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 11.41 ตารางที่ 2.7 จำนวนนิติบุคคลที่จัดใหม่ และเลิกกิจการ ปี 2541-2545

ผลกระทบจากข้อตกลงระหว่างประเทศต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สถานการณ์การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศจะส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ เพื่อให้การค้า การลงทุนระหว่างประเทศสมาชิกสูงขึ้น และลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศสมาชิก การตกลงจึงเป็นการให้สิทธิพิเศษทางการค้า (Preferential Trade Agreement : PTA) แก่ประเทศสมาชิกเหนือเหนือประเทศอื่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิก โดยควรจะให้ความสนใจในการทำข้อตกลงทางการค้าของไทยในระดับต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไทยโดยรวมและมีแนวโน้มที่จะรุนแรงมากขึ้น

ประเทศส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิกในความตกลงลักษณะเขตการค้าเสรี โดยประเทศไทยได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำความตกลงทางการค้าทั้งในระดับพหุภาคี (เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ องค์การการค้าโลก หรือ WTO) ภูมิภาคและทวีปมาเป็นระยะเวลานานพอสมควร ในส่วนของการทำความตกลงระดับภูมิภาคได้มีการขยายขอบเขตมากขึ้นในปัจจุบันทั้งในด้านจำนวนสมาชิกในกลุ่ม และสร้างความลึกในความสัมพันธ์ โดยมีการเจรจาในด้านอื่น ๆ เช่น การอำนวยความสะดวกทางการค้า การลงทุน การเปิดตลาดการค้า การบริการ มาตรฐานการศุลกากร มาตรฐาน กฎเกณฑ์เกี่ยวกับการตอบโต้การทุ่มตลาด การร่วมมือ หรือให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ (Technical Assistance)

ประเทศไทยใช้การค้าระหว่างประเทศเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ นับตั้งแต่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 1 ในปี 2504 เป็นต้นมา โดยมีการส่งออกเป็น กลไกสำคัญในการก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศ ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนของการส่งออกเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ หรือ GDP ที่อยู่ในระดับสูง ได้แก่

- การทำความตกลงทางการค้าในระดับพหุภาคี ได้แก่ เข้าร่วมเป็นสมาชิกของ WTO และความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชียแปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation : APEC)
- การทำความตกลงทางการค้าในระดับภูมิภาค และพหุภาคี ได้แก่ เขตการค้าเสรี ASEAN (ASEAN Free Trade Area : AFTA) และเขตการค้าเสรี ASEAN – China Free Trade Area : ASEAN+China)

- การทำความตกลงทางการค้าในระดับทวีปก็ได้แก่ การทำความตกลงการค้าไทย-จีน การทำความตกลงภายใต้กรอบความร่วมมือขั้วตัน โดยการลดมาตรการกีดกันทางการค้า ทั้ง มาตรการภาษีและมาตรการที่มีใช้ภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสมาชิกเป็นประโยชน์นั้น ควรพิจารณาโดยดูจากบทบาทความสำคัญของกรอบการค้าต่างๆ ทั้งต่อการค้าโลกและต่อประเทศไทย เช่น โดยจะเห็นได้ว่ามูลค่าการค้าระหว่างประเทศสมาชิก WTO ด้วยกันนั้น คิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 97% ของการค้าโลก โดยประเทศไทยมีการค้ากับประเทศสมาชิก WTO เป็นมูลค่ากว่า 2.5 ล้านล้านบาท ในปี 2544 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนที่สูงถึง 90.3% ของมูลค่าการค้ารวมของไทย และประโยชน์ที่ประเทศไทยจะได้รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก ผลของการร่วมเป็นสมาชิก การค้าในระดับต่าง ๆ จะมีผลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

1. จะทำให้บรรยากาศการค้าเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น เนื่องจากมีเกณฑ์การค้าที่เข้มแข็งขึ้น ประเทศสมาชิกจะต้องถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ทำให้ประเทศที่มีพลังทางเศรษฐกิจมหาศาล ดำเนินมาตรการที่มีผลเป็นการบิดเบือนการค้า หรือดำเนินนโยบายทางการค้าที่ไม่เป็นธรรมได้น้อยลง

2. เศรษฐกิจโลกขยายตัว : ระเบียบเศรษฐกิจการค้าภายใต้กรอบการค้า นอกจากจะเป็นพันธกรณี หรือ ข้อผูกพันที่สมาชิกจะต้องถือปฏิบัติแล้ว ยังเป็นการให้สิทธิประโยชน์ระหว่างกันด้วย เนื่องจากผลประโยชน์ที่ประเทศหนึ่งจะได้รับจะเกิดขึ้นเมื่อประเทศอื่น ๆ ปฏิบัติตามพันธกรณีในภาพรวม ผลการเจรจา จึงทำให้เศรษฐกิจโลกขยายตัวขึ้น

3. ผู้ผลิตและผู้บริโภค ได้ประโยชน์มากขึ้น : วิชาทกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยได้ประโยชน์จากการลดภาษีของประเทศอื่น คือ การลดภาษีจะทำให้ราคาสินค้าต่ำลง เป็นการลดภาระเงินเพื่อ และเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค และในฐานะผู้ผลิต การลดภาษีจะช่วยทำให้ราคาวัตถุดิบลดลง ช่วยลดต้นทุนการส่งออกของไทย ทำให้ฐานะการแข่งขันดีขึ้น และเป็นการบังคับให้อุตสาหกรรมภายในประเทศต้องปรับปรุงประสิทธิภาพในการผลิต ไม่เป็นภาระของสังคมส่งผลให้เศรษฐกิจเคลื่อนไหว ปรับตัวเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค

4. การค้ามีความเป็นธรรมมากขึ้น : กฎเกณฑ์ของกรอบการค้าระหว่างประเทศ ที่มีการปรับปรุงให้เข้มแข็งขึ้นทั้งในด้านการนำเข้า การส่งออก สุขอนามัย มาตรฐานสินค้า แหล่งกำเนิดสินค้า การทุ่มตลาด การอุดหนุน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ฯลฯ ทำให้การค้าโลกอยู่บนพื้นฐานของความเป็นธรรมมากขึ้น ซึ่งจะมีผลดีต่อการยกระดับรายได้ การลงทุนและการจ้างงานของวิชาทกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5. มีกลไกการค้าที่ถูกต้องและเป็นธรรม : ไทยสามารถใช้กลไกทบทวนนโยบายการค้าของประเทศสมาชิกในการตรวจสอบว่าประเทศสมาชิกได้มีการแก้ไข เปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าในทางที่ถูกต้องตามพันธกรณี หรือไม่ ซึ่งหากไม่ถูกต้อง ก็สามารถร้องเรียนให้เกิดการดำเนินให้ถูกต้องได้

6. การค้าและการลงทุนขยายตัว : ระยะเวลา 5 ปี กว่าที่ผ่านมหลังจากที่ไทยเข้าเป็นสมาชิก WTO และสนับสนุน แนวทางการค้าเสรี ทำให้การส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 1,406.3 พันล้านบาท ในปี 2538 เป็น 2,777.7 พันล้านบาทในปี 2543 และดุลการค้าเปลี่ยนจากที่เคยขาดดุลการค้าถึง 357.3 พันล้านบาทในปี 2538 เป็นได้เปรียบดุลการค้าถึง 283.6 พันล้านบาท ในปี 2544 นอกจากนั้นมูลค่าการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 4,919 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2538 เป็น 5,863 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2543

7. ผลกระทบกลับกันในส่วนที่ประเทศไทยจะได้รับจากการที่ประเทศไทยไม่ได้เข้าเป็นสมาชิกข้อตกลงทางการค้ากลุ่มอื่นก็จะทำให้ประเทศไทยถูกกีดกันได้

ดังนั้นวิชาทกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีจำนวนกว่าร้อยละ 99 ของวิชาทกิจทั้งหมดในประเทศควรที่จะตระหนักถึงผลของการเจรจาการค้าในแต่ละด้าน เพื่อให้พร้อมในการปรับตัวให้ทันกับกระแสโลกาภิวัตน์ที่กำลังมีบทบาทอย่างมากในระบบเศรษฐกิจโลก นอกจากนั้น

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถที่จะใช้ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้เป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการรับรู้ในประเด็นทางด้านผลประโยชน์ที่จะได้รับจากผลการเจรจา และเตรียมความพร้อมในประเด็นที่ไทยจะตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบได้ด้วยเช่นกัน

สถานการณ์และปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สถานการณ์และปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวม

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและการเมืองโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีด้านข่าวสาร และโทรคมนาคม (Information and Communication Technology : ICT) อิทธิพลของ ICT ทำให้โลกมีพลวัตสูงมาก การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว วงจรชีวิตของสินค้าและบริการจะสั้น ซึ่งเป็นได้ทั้งวิกฤตและโอกาส ถ้าปรับตัวไม่ทันปล่อยให้โอกาสผ่านไปก็อาจกลายเป็นวิกฤตได้ สภาพแวดล้อมภายนอกหลายประการจะมีผลกระทบอย่างสำคัญต่อการก้าวเข้าสู่การค้าในระดับนานาชาติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย อาทิ ความล่าช้าในการดำเนินการขององค์การการค้าโลก (WTO) ทำให้ความร่วมมือในรูปแบบภูมิภาคนิยม เช่น NAFTA, AFTA, EU และความร่วมมือหรือข้อตกลงแบบทวิภาคีของประเทศต่าง ๆ มีบทบาทมากขึ้น ข้อตกลงทางการผลิต การค้า และการเมืองเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันในระดับสูง ซึ่งมีผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศของไทย และนับวันจะเป็นประเด็นสำคัญมากขึ้น ระบบการค้าและการลงทุนเสรีถูกใช้ควบคุม และนำหน้าระบบการปกป้องทางการค้าซึ่งต้องการกลยุทธ์ ทั้งในระดับประเทศต่อประเทศ กลุ่มประเทศ องค์การและเวทีต่าง ๆ รวมถึงการสร้างความรู้ความเชี่ยวชาญด้านกฎระเบียบ และการเจรจาระหว่างประเทศ ปัญหาเรื่องกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษีรูปแบบใหม่ ๆ มีความรุนแรงมากขึ้น ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องสร้างความพร้อมในระบบการหาข้อมูลในเชิงยุทธศาสตร์และมีแนวโน้มที่จะมีผู้มีบทบาทใหม่ในเศรษฐกิจโลกเพิ่มขึ้น เช่น บรรษัทข้ามชาติ องค์การเอกชน นอกจากนี้กระแสธรรมชาติได้ส่งผลกระทบต่อการค้าและการผลิตของไทยอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมการผลิตของไทยถูกกำหนดและกดดันด้วยข้อกำหนดต่าง ๆ ด้านคุณภาพ ต้นทุน การส่งมอบ และมาตรฐานระดับโลก สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นทางเลือกสำหรับผู้ผลิตสินค้าแต่เป็นเส้นทางที่ต้องเดินตามข้อบังคับของลูกค้า และถึงแม้ว่าจะดำเนินการได้ครบตามข้อกำหนดต่าง ๆ ก็ยังไม่เพียงพอสำหรับการแข่งขัน

ธุรกิจต่าง ๆ ในยุคเศรษฐกิจใหม่มีแนวคิดและกระบวนการทัศน์ในการทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัดโดย

- เกิดการแข่งขันที่ต้องใช้ความเร็ว (Speed-based Competition) เข้าแทนที่การแข่งขันในเชิงขนาด (Scale-based Competition)

- การผลิตที่อาศัยความรู้ ทักษะ และเทคโนโลยี แทนที่การผลิตโดยอาศัยสินทรัพย์ทางกายภาพเช่นในอดีต

- การเข้าถึงเครือข่าย การสร้างความเชื่อมโยง มีความสำคัญมากกว่าการเป็นเจ้าของ

- ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และทรัพยากรทางปัญญา มีค่าและความสำคัญกว่าการเติบโตด้วยทุน(Capital)

- ให้ความสำคัญต่อผู้บริโภค (Consumption base) มากกว่าการมุ่งผลิต (Production base)

การปรับโครงสร้างการผลิตและการค้าในระดับสากลที่กำลังดำเนินอยู่อย่างกว้างขวางเกิดจากกลยุทธ์มุ่งสร้างความชำนาญเฉพาะด้านของกิจการ การใช้กลยุทธ์ในการขยายการจัดซื้อจากภายนอก แทนการผลิตเองและการเติบโตของเครือข่ายธุรกิจการตลาดที่มุ่งการเข้าถึงรสนิยมของผู้บริโภคในเชิงปัจเจกชนมากขึ้น เป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจทุกขนาดต้องปรับโครงสร้างของกิจการให้เหมาะสมมากขึ้น แนวโน้มของกิจการจะเล็กลงและเน้นเฉพาะธุรกิจที่ตนมีความเก่ง (Core competency) ควบคู่ไปกับการเพิ่มพันธมิตร หรือการสร้างเครือข่ายธุรกิจกับหุ้นส่วนและพันธมิตรในต่างประเทศ ปัจจัยเหล่านี้เป็นแนวโน้มที่เปิดโอกาสให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถก้าวสู่ตลาดต่างประเทศได้ โดยเฉพาะวิสาหกิจที่มีทรัพย์สินทางปัญญาเป็นฐาน เช่น สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะตลาด (Niche Product) สินค้าที่ใช้เทคโนโลยี ซึ่งสามารถก้าวเป็นผู้ผลิตที่มีความชำนาญเฉพาะทำการผลิตเพื่อจำหน่ายในเครือข่ายธุรกิจในระดับโลกระดับความเป็นสากลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะแตกต่างกันออกไป ตามสาขาของอุตสาหกรรมและกลุ่มกิจการ ในขณะที่ธุรกิจขนาดเล็กบางส่วนยังพอใจในการผลิตเพื่อขายในตลาดในประเทศ แต่จะมีธุรกิจอีกกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีฐานความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน ได้มีโอกาสก้าวเข้าสู่เครือข่ายการค้าโลกในทศวรรษ 1990 มีธุรกิจขนาดใหญ่ในระดับนานาชาติถึง 2,400 ราย ที่มีเครือข่ายการทำธุรกิจกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วโลก โดยส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายในสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ บริการคอมพิวเตอร์และธุรกิจบริการต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อใช้ความชำนาญเฉพาะด้านของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นช่องทางในการเข้าถึงตลาดในระดับภูมิภาคและความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น

นโยบายการจัดซื้อของบริษัทข้ามชาติเป็นอีกแรงหนึ่งที่ตั้งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้าสู่การค้าไร้พรมแดน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

ผลักดันให้ผู้ผลิตชิ้นส่วนทั่วโลกต้องก้าวเข้าสู่เครือข่ายการค้าระหว่างประเทศ ในขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านเทคโนโลยีเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเข้าสู่การค้า นานาชาติได้หลายรูปแบบ ทั้งนี้อาศัยการสื่อสารถึงกันที่ง่ายขึ้น เครื่องมือการสื่อสารแบบใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต ช่วยลดต้นทุนในการติดต่อและสร้างเครือข่าย รวมถึงความสะดวกสบายในการเข้าถึง ธุรกิจที่มีศักยภาพที่จะเป็นพันธมิตรอย่างไร้อุปสรรคทางภูมิศาสตร์อย่างสิ้นเชิง ในขณะเดียวกันก็ เป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการเผยแพร่สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะตลาด ทั้งทางผลิตภัณฑ์และ เทคโนโลยีสู่ตลาดสากล และเป็นช่องทางให้เกิดความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา ระหว่าง กิจกรรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ภูมิภาคต่างกันความซับซ้อนทางเทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้นทำให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องการความร่วมมือระหว่างสาขาอุตสาหกรรมที่ต่างสาขากันมากขึ้น แม้กิจการขนาดใหญ่ก็ไม่สามารถมีความเชี่ยวชาญได้ในทุกสาขาความสำเร็จในนวัตกรรมต่าง ๆ ต้องการเรียนรู้ร่วมกันผ่าน เครือข่ายความร่วมมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดเล็กที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ หรือเป็นวิสาหกิจ ขนาดกลางขนาดย่อมที่มีพื้นฐานด้านเทคโนโลยี ในขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงทาง เทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้สินค้าต่าง ๆ มีวงจรชีวิตสั้นลงเชื่อมต่อวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีขีดความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นของตลาดเฉพาะ และสามารถพัฒนา ผลิตภัณฑ์ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วได้ดีกว่ากิจการขนาดใหญ่

ปัญหาอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่

1. ความสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไทยที่ผ่านมามีข้อได้เปรียบทางด้านแรงงาน และทรัพยากรมากกว่าความเข้มแข็งทางเทคโนโลยี ธุรกิจอุตสาหกรรมหลายประเภทเติบโตจากการนำเข้าโรงงานเครื่องจักรอุปกรณ์ ความรู้ในการผลิตและการจัดการต่างประเทศ รวมถึงการ เติบโตครั้งใหญ่ของภาคอุตสาหกรรมที่เกิดจากการย้ายฐานการผลิตของประเทศญี่ปุ่นและประเทศ อุตสาหกรรมใหม่ เพื่อหาความได้เปรียบจากแรงงานราคาถูก ในขณะเดียวกันภาคอุตสาหกรรมไทย ยังก็ยังไม่สามารถก้าวสู่การแข่งขันกับประเทศผู้นำในการผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มได้ หากการ เปรียบเทียบสถานะของอุตสาหกรรมไทยกับประเทศอื่น ในด้านระดับเทคโนโลยี การออกแบบ ต้นทุนในการผลิตและการสร้างความหลากหลายของสินค้าและบริการ พบว่า อุตสาหกรรมหลาย ประเภทของไทยต้องเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า แรงกดดันสองทาง (Nut-crackers Effect) คือ ติดอยู่ ตรงกลางระหว่างประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุนราคาถูก เช่น จีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย กับประเทศที่เป็นผู้นำในการสร้างความแตกต่างของมูลค่าเพิ่มสูง แรงงานมีทักษะ มีผลิตภาพสูง มี สินค้าที่มีคุณภาพดี เช่น ประเทศอิตาลี ญี่ปุ่น หรือไต้หวัน จากการทบทวนงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สามารถสรุปจากสถานะภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเด็นขีดความสามารถในการแข่งขันด้านต่าง ๆ ที่สำคัญได้ดังนี้

1. ความสามารถเชิงเทคโนโลยี

1.1 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียงส่วนน้อยที่นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการออกแบบ (Computer Aided Design : CAD) ในการผลิต (Computer Aided Manufacturing : CAM) และช่วยในการวิเคราะห์ระบบ (Computer Aided Engineering : CAE) โดยอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีการนำ CAE เข้ามาใช้งานมากที่สุด แต่ยังคงมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 19 เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนทั้งหมดในอุตสาหกรรมดังกล่าว

1.2 ความสามารถในการดัดแปลงเทคโนโลยีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากกว่าครึ่งหนึ่งรายงานว่า รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักรที่ออกใหม่และเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในอุตสาหกรรมของตนและแหล่งข้อมูลหลักที่ทำให้เกิดการนำเทคโนโลยีมาใช้ได้จากความสามารถในการออกแบบเทคโนโลยีเองภายในบริษัท ข้อมูล และคำแนะนำจากลูกค้า สิ่งพิมพ์/นิตยสาร ผู้ขายอุปกรณ์ ผู้ผลิตวัตถุดิบและส่วนประกอบ และงานนิทรรศการตามลำดับ

2. ความสามารถในการพัฒนานวัตกรรม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่วนใหญ่ยังมีความสามารถในการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดยิ่งขึ้นหรือการดัดแปลงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ไม่มากนัก อย่างไรก็ตามวิสาหกิจบางส่วนมีความสามารถในการดัดแปลงผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตดีขึ้นหรือสูงขึ้นให้แตกต่างไปจากเดิม เช่น สามารถทำให้ผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ในหน้าที่ใหม่ซึ่งไม่มีในผลิตภัณฑ์เดิม เป็นต้น แต่วิสาหกิจที่สำรวจทั้งหมดยังขาดความสามารถในการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่

ในอดีตที่ผ่านมา นโยบายเศรษฐกิจของประเศมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมการลงทุน เพื่อการส่งออก โดยใช้ปัจจัยแรงงานและทรัพยากรเป็นหลัก มิได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของคนไทยหรือสร้างเงื่อนไขให้การส่งเสริมการลงทุนนำไปสู่การถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศคนไทยเท่าที่ควร

ระบบการศึกษาและวิธีการเรียนการสอนของประเทศไทยยังมุ่งเน้นการสอนแบบท่องจำมากกว่ากระตุ้นให้นักเรียน หรือนักศึกษา คิดในเชิงวิเคราะห์นักเรียนจำนวนมากขาดทักษะในการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยไม่สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงานไม่ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้อุปสรรคต่อการพัฒนานวัตกรรม

ระบบและกิจกรรมการวิจัยและพัฒนาในประเทศไทยส่วนใหญ่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ ส่วนกิจกรรมวิจัยและพัฒนาในมหาวิทยาลัยยังไม่ค่อยมีการเชื่อมโยงกับภาคเอกชน และถึงแม้รัฐจะมีมาตรการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาให้แก่บริษัทเอกชนและนักวิจัยในหลายรูปแบบ ทั้งมาตรการด้านภาษี ด้านการเงิน หรือ การส่งเสริมการลงทุน แต่ก็ยังไม่ส่งผลให้เห็นชัดเจนนัก ภาคเอกชนยังให้ความสนใจกับกิจกรรมวิจัยและพัฒนาไม่มากนัก นอกจากนี้การขาดแคลนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาที่เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ไม่สามารถผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพให้มีปริมาณมากขึ้น บริษัทของไทยยังต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากต่างประเทศ แต่บริษัทต่างประเทศมักจะถ่ายทอดเฉพาะความรู้ด้านการจัดการหรือความรู้ในการผลิตขั้นพื้นฐานให้แก่คนไทย

3. ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ทำการผลิตชิ้นส่วนตามการเขียนแบบของลูกค้าได้ทำสินค้าตัวอย่างได้ สามารถออกแบบได้จากภาพหรือแคตตาล็อกและสามารถเขียนแบบตามคุณลักษณะที่ลูกค้ากำหนดได้ตามลำดับ แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ในขั้นที่สูงขึ้น เช่น การทำสินค้าต้นแบบ (Prototype part) มีวิสาหกิจจำนวนต่ำกว่าครึ่งหนึ่งที่มีความสามารถทำได้ในขณะเดียวกันการใช้บริการการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตจากภายนอกเพิ่มเติมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังมีน้อยและจำกัดอยู่ในวงจำกัด ขณะเดียวกันวิสาหกิจจำนวนมากไม่ได้มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาเป็นของตนเอง จึงทำให้ขาดความสามารถในการพัฒนางานวิจัย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานที่ดีขึ้น

4. ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือในการทำธุรกิจแต่ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) และไม่ได้ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์และยังไม่มีแผนจะใช้ในอนาคตอันใกล้ ซึ่งในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทำธุรกิจ ส่วนใหญ่จะใช้โปรแกรมการควบคุมการจัดการทั่วไปเป็นหลัก เช่น โปรแกรมระบบบัญชีและการเงิน แต่ยังใช้โปรแกรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบจัดการด้านการผลิตและการขายผลิตภัณฑ์โดยตรงค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปมีแผนที่จะใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์และมีหลายรายที่มีแผนการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลทางธุรกิจ การหาตลาดใหม่ การหาผู้ขายและการลงโฆษณาสินค้า

การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไทยไม่ได้มีการพัฒนาหรือนำเทคโนโลยีมาใช้ในการองค์กรเท่าใดนัก สืบเนื่องมาจากปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ภายในองค์กรเป็นไปอย่างล่าช้าอีกทั้งพนักงานส่วนใหญ่ยังคงมีความคุ้นเคยกับวิธีการทำงานแบบเดิม ทำให้มักเกิดกระแสต่อต้านในการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้

- ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีการดึงข้อมูลข่าวสารน้อยส่วนมากมักจะใช้ข้อมูลแวดล้อมภายในที่ใกล้ชิดจากลูกค้าและผู้ป้อนวัตถุดิบเป็นหลัก ผู้ประกอบการไม่ค่อยให้ความสนใจต่อข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่สะท้อนให้เห็นภาพรวมของระบบในด้านต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก ยังคงล้าหลังทางด้านข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี อีกทั้งไม่รู้แนวโน้มของธุรกิจในประเทศและต่างประเทศ เป็นอย่างไรหรือควรวางกลยุทธ์การดำเนินงานของตนเองอย่างไร

- ปัญหาการขาดความรู้และความเข้าใจในเทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิเช่น ความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบันผู้ประกอบการรวมทั้งบุคคลทั่วไปยังไม่มี ความเข้าใจเกี่ยวกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ดีพอ อีกทั้งจะเห็นได้ว่าข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ในเว็บไซต์ส่วนใหญ่ยังไม่มีระบบการจัดการที่ดีทำให้ข้อมูลกระจัดกระจายและค้นหาได้ยากทั้งนี้สืบเนื่องจากการไม่มีระบบขั้นตอนที่ชัดเจนในการค้นหา

- ปัญหาด้านการสร้างความเชื่อมั่นของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การที่ผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าและบริการไม่ได้ทำการค้าโดยพบปะกันเช่นเดียวกับการค้าทั่วไป และยังไม่สามารถระบุตำแหน่งที่ตั้งของแต่ละฝ่ายอย่างถูกต้องได้โดยง่ายนั้นทำให้เกิดโอกาสในการ โกงเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การซื้อสินค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีปัญหาที่ไม่ได้เห็นสินค้าโดยตรง ทำให้อาจไม่ได้สินค้าที่ต้องการอย่างแท้จริง รวมทั้งการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ยังอาจทำให้เกิดปัญหาที่ข้อมูลส่วนตัวของผู้บริโภคถูกนำไปใช้ทางที่ไม่เหมาะสม เช่น การพยายามขายสินค้าอื่น ๆ ในลักษณะที่อาจเป็นการรบกวนผู้บริโภค เป็นต้น ปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ปริมาณธุรกรรมโดยผ่านช่องทางการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีไม่มากนัก

- ขาดทิศทางการพัฒนาเทคโนโลยีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ชัดเจนและเป็นระบบเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม

- ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายรองรับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ถึงแม้ว่าจะมีการร่างกฎหมายเกี่ยวกับการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กฎหมายเกี่ยวกับลายมือชื่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และกฎหมายเกี่ยวกับการโอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ขึ้นแล้วก็ตาม แต่เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลทำให้กฎหมายดังกล่าวอยู่ในระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการ

วิสามัญ ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ผู้บริโภคยังไม่มีความเชื่อมั่นอย่างเต็มที่ในการซื้อสินค้าหรือบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต

- คุณภาพของระบบโครงสร้างพื้นฐานทางการสื่อสารยังไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ยังมีต้นทุนค่าใช้จ่ายบริการค่อนข้างสูง

5. ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการตลาด

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่จะใช้วิธีการทำตลาดเองหรือมีบริษัทในเครือทำตลาดให้มีเพียงส่วนน้อยที่จ้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาดโดยตรงและส่วนใหญ่ยังขาดหน่วยงานการตลาดที่มีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดเป็นอย่างดี ขาดการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญเป็นลายลักษณ์อักษรและยังไม่มีกำหนดแผนการตลาดสำหรับแต่ละตัวรวมทั้งยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสำรวจความพอใจของลูกค้าเป็นทางการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากกว่าครึ่ง ทำการผลิตสินค้าภายใต้ตราสินค้าของผู้จ้างผลิตและมีความสามารถในการขายสินค้าสู่ผู้บริโภคปลายทางน้อย ส่วนใหญ่จะจำหน่ายให้ผู้ค้าส่งหรือตัวแทนการค้ามากกว่า

ปัจจัยภายใน

- วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดการผลิตสินค้าที่มุ่งเน้นความต้องการของตลาด ขาดการค้นคว้าวิจัย สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และออกแบบอย่างมีอาชีพ ขาดความรู้ในด้านการตลาด ด้านคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการ รวมถึงด้านบรรจุภัณฑ์ที่ดี จึงนำไปสู่การตลาดไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร

- ผู้ประกอบการกิจการส่วนใหญ่ยังไม่มี การดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการขนาดย่อม ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากการขาดความรู้ในการตลาดในด้านการวิจัยตลาด มีบุคลากรน้อย และไม่มีบุคลากรสำหรับทำกิจกรรมด้านการตลาดโดยเฉพาะ

- ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีปัญหาในด้านการขาดความรู้ความชำนาญในการติดต่อหาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะช่องทางในด้านการส่งออกสินค้า ทำให้การประกอบกิจการของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงเป็นเพียงเพื่อสนองความต้องการของตลาดหรือลูกค้าในท้องถิ่นเป็นส่วนมาก

- การคมนาคมขนส่งที่ต้องอาศัยคนกลางหลายทอด ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนให้กับสินค้า ทำให้ลดขีดความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าอื่น ส่งผลให้บางกรณีต้องเสียโอกาสในการขยายตลาดและพัฒนาสินค้าที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดส่งออกให้ดียิ่งขึ้น

ปัจจัยภายนอก

- การเปิดเสรีทางการค้า ทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้นทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยังไม่แข็งแกร่งพอ ในด้านเงินทุน คุณภาพ บุคลากร และการบริหารจัดการเสียเปรียบผู้ประกอบการรายใหญ่ รวมถึงผู้ประกอบการจากต่างประเทศ ซึ่งมีความได้เปรียบในปัจจัยดังกล่าวเกือบทุกด้าน

- การกีดกันทางการค้าโดยใช้มาตรการด้านภาษีของประเทศพัฒนาได้เปลี่ยนไปสู่มาตรการที่ใช้มาตรการทางภาษี (Non-tariff Barriers) มากขึ้น ซึ่งการกำหนดระเบียบมาตรฐานของประเทศผู้นำเข้าเหล่านี้นับวันจะทวีความเข้มงวดมากขึ้น รวมทั้งมีรายละเอียดที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศทำให้การผลิตสินค้า เพื่อให้สามารถส่งออกได้ มีความซับซ้อนและส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตเพิ่มสูงขึ้นยากที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะปรับตัวได้ทัน

- การจ้างงานแรงงานไทยปรับตัวสูงขึ้นและสูงกว่าประเทศคู่แข่งบางรายในสินค้าระดับเดียวกัน ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาลดลง

6. ประสิทธิภาพการผลิต

ประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีแนวโน้มที่ต่ำลง ค่าผลิตภาพการผลิตรวม (Total Factor Productivity) และผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) มีแนวโน้มลดลงจากการศึกษาของผู้เชี่ยวชาญประเทศญี่ปุ่น (JICA) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผลจากการที่มีประสิทธิภาพค่อนข้างต่ำดังกล่าวนี้ หลังจากเกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจเมื่อปี 2540 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างรุนแรง โดยประมาณร้อยละ 79 มีการผลิตลดลง และยังพบว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นดังกล่าววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับผลกระทบที่รุนแรงกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่

7. ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์

ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีข้อจำกัดอยู่มาก จนเป็นปัญหารากฐานที่สำคัญที่ส่งผลกระทบในระยะยาวต่อภาควิสาหกิจทั้งระบบ ปัญหาที่เป็นอุปสรรคมาก ได้แก่ การขาดช่างเทคนิคที่มีความสามารถ แรงงานไทยโดยเฉลี่ยมีการศึกษาต่ำ ยังไม่มีการพัฒนาช่างเทคนิคที่ตรงกับความต้องการในการสร้างสินค้าประเภทใหม่ ปัญหาการขาดวิสัยทัศน์ของช่างเทคนิคที่จะทำหน้าที่ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งปัญหาของการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

8. ความไม่พร้อมต่อการเปิดเสรีของตลาดสินค้า ตลาดทุน และตลาดเงิน

เนื่องจากมีข้ออ่อนด้อยในหลาย ๆ เรื่อง ทำให้ประสบกับปัญหาสำคัญ คือ การแข่งขันจากต่างประเทศ โดยภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงในปัจจุบัน คือ ภาคการค้าปลีกที่ไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ได้เนื่องจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ดังกล่าวมีข้อได้เปรียบในเรื่องเงินทุนและการบริหารจัดการที่ดีกว่า

2. ความจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนได้ เนื่องจากระบบการบริหารจัดการยังขาดความพร้อมที่จะระดมทุนเพิ่มหรือชักนำให้เกิดการร่วมทุนได้ ประกอบกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีความประสงค์ที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจเองโดยทั้งหมด

2. การกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินมีปัญหาที่ไม่สามารถเข้าถึงได้เนื่องจากการขาดมาตรฐานด้านการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังไม่มีการจัดทำบัญชีธุรกิจที่ได้มาตรฐานทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีโอกาสดำเนินการด้านสินเชื่อ ได้รับสินเชื่อไม่เพียงพอ รวมทั้งปัญหาที่ต้นทุนการกู้ยืมสูง มีค่าการวิเคราะห์ต้นทุนเทียบต่อยอดสินเชื่อที่สูงกว่าสินเชื่อขนาดใหญ่ และต้นทุนอัตราดอกเบี้ยที่สูงกว่าเนื่องจากมีอัตราเสี่ยงสูงกว่า นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีปัญหานี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ค่อนข้างมากภายหลังเมื่อเกิดวิกฤติการณ์ด้านการเงินเมื่อกลางปี 2540 ซึ่งที่ผ่านมายังมิได้รับการจัดการแก้ไขให้หลุดลงไปมากนัก

3. ข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มีข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาลทั้งในเรื่องของความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และความเสมอภาค จึงเป็นผลทำให้มีความอ่อนด้อยและเสียเปรียบวิสาหกิจขนาดใหญ่ การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนไม่น้อยเป็นธุรกิจครอบครัวมีผลให้การตัดสินใจทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ ดำเนินการโดยเจ้าของธุรกิจเพียงบุคคลเดียวหรือกลุ่มเดียว มีการใช้ข้อมูลที่เป็นระบบในการบริหารจัดการค่อนข้างจำกัด ขาดระบบงานที่ชัดเจนรวมทั้งยังขาดแนวคิดในการสร้างจิตสำนึกของบุคลากรในองค์กรที่จะนำแนวคิดด้านธรรมาภิบาลมาใช้

4. ระบบการบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การบริหารจัดการของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมายังขาดการจัดการที่เป็นระบบ แม้ว่าในแต่ละเรื่องจะมีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ เช่น ภาคการผลิตมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักรวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ภาคการค้ามีกระทรวงพาณิชย์ส่วนภาคบริการมีหน่วยงานหลายแห่งร่วมรับผิดชอบ อุปสรรคสำคัญ คือ ยังขาดการประสานงาน ยังไม่มีการกำหนดแผนส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ทั้งระบบ แผนปฏิบัติการที่ดำเนินการอยู่ขณะนี้เป็นการดำเนินงานที่เป็นอิสระของแต่ละหน่วยงาน ยังไม่มีการปรับปรุงแผนให้สอดคล้องกันทั้งในเรื่องเป้าหมายและขั้นตอนการปฏิบัติงาน ขาดการติดตามและประเมินผลที่เชื่อมโยงทั้งระบบด้วยกัน

สถานการณ์และปัญหาของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไป (Local SMEs)

สภาพโดยรวมของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไป

ในด้านการผลิตกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปยังมีการผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) เพื่อลดต้นทุนทางด้านการผลิต นอกจากนั้นยังเป็นการผลิตแบบรับช่วงการผลิตทำให้ส่งผลเชื่อมโยงไปถึงทางด้านการตลาดที่ไม่สามารถรับรู้ความต้องการของตลาดที่แท้จริง ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากการผลิตแบบรับช่วงการผลิตนั้นเป็นการผลิตตามคำสั่งเป็นหลัก ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจทั่วไปจึงขาดการพัฒนาทางด้านการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถสร้างฐานความรู้ด้านรสนิยมที่แท้จริงของผู้บริโภค

ปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจทั่วไป

1) ปัญหาทางการเงิน เป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการส่วนมากประสบอยู่ คือ ขาดหลักทรัพย์ ในการค้ำประกันสินเชื่อ ขาดเงินทุนในการเริ่มกิจการใหม่และขยายธุรกิจ ทั้งนี้ปัญหาเหล่านี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการขาดบริหารจัดการที่ดี ขาดการจัดทำระบบบัญชีที่ดี ขาดความโปร่งใสในการทำงาน ทำให้สถาบันการเงินต่างๆ ขาดความเชื่อถือในการปล่อยสินเชื่อ เป็นเหตุให้วิสาหกิจต้องพึ่งพาเงินกู้ยืมในระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูง จึงเป็นข้อจำกัดของการปรับปรุงกิจการหรือการเพิ่มประสิทธิภาพ การลงทุน รวมไปถึงการก่อให้เกิดปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ที่ยังเป็นอุปสรรคสำคัญของการเข้าถึงเงินกู้ในระบบธนาคารในปัจจุบัน

2) ปัญหาด้านตัวผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการประกอบธุรกิจทั้งทางด้านการจัดการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์และขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาที่ดีขาดคุณสมบัติของความเป็นผู้ประกอบการ เช่น ความกล้าเสี่ยง กระตือรือร้น รักการเรียนรู้ ทะเยอทะยาน รักความท้าทาย มีความเป็นผู้นำ การควบคุมตนเอง เป็นต้น

3) ปัญหาด้านเทคโนโลยี ขาดการพัฒนาเทคโนโลยีให้สูงขึ้น ส่วนใหญ่ยังใช้เทคโนโลยีดั้งเดิม ไม่ซับซ้อน เนื่องจากลงทุนต่ำ จึงทำให้การผลิตของวิสาหกิจมีประสิทธิภาพการผลิตต่ำ เสียเปรียบคู่แข่งขึ้นทั้งนี้เพราะการใช้เครื่องจักรเก่า มีเทคโนโลยีที่ล้าสมัย ทำให้กระบวนการผลิตมีปัญหาและส่งผลกระทบต่อไปถึงความสามารถในการแข่งขันด้านการตลาดลดลง

4) ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของรัฐ กลุ่มวิสาหกิจทั่วไปจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น เป็นโรงงานห้องแถว ไม่มีการจดทะเบียนโรงงาน ดังนั้นกิจการหรือโรงงานเหล่านี้ จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้การบริการของรัฐ หรือแม้กิจการจดทะเบียนถูกต้อง ก็มักไม่ค่อยจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพแวดล้อม และขาดข้อมูลด้านการเข้าถึงการบริการของรัฐ เช่น ไม่รู้แหล่งที่ตั้ง ขาดความรู้เรื่องกฎระเบียบราชการ รวมทั้งมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อระบบราชการ

5) ปัญหาทางด้านการตลาด กลุ่มวิสาหกิจทั่วไปประสบปัญหาทางด้านการตลาดที่สำคัญคือ ขาดความรู้ในการพัฒนาช่องทางการตลาด เนื่องจากวิสาหกิจทั่วไปใช้ช่องทางการตลาดแบบเดิมๆ ทำให้ยากต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ปัจจุบันมีความซับซ้อนและหลากหลายยิ่งขึ้น ทำให้วิสาหกิจทั่วไปสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขัน อีกทั้งยังเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ทำให้ไม่ทันกับยุคสมัยการเปิดเสรีทางการค้า

6) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบปัญหาสำคัญ ดังนี้

- ปัญหาการขาดการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน ทำให้มาตรฐานของสินค้าและบริการของกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด
- ปัญหาการขาดการพัฒนา รูปแบบสินค้าใหม่ๆ ทำให้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปไม่สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

7) ปัญหาด้านปัจจัยการผลิต ประกอบด้วยปัญหาสำคัญ ดังนี้

- ปัญหาด้านวัตถุดิบ โดยกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปมีการใช้วัตถุดิบที่ไม่มีคุณภาพขาดการพัฒนาวัตถุดิบ รวมทั้งไม่รู้แหล่งของวัตถุดิบ มีผลทำให้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจทั่วไปไม่มีคุณภาพและมีต้นทุนในการผลิตที่สูง
- ปัญหาด้านแรงงาน วิสาหกิจมีการใช้แรงงานที่มีพื้นฐานการศึกษาน้อย มีการโยกย้ายสูง ทำให้การพัฒนาแรงงานไม่มีความต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสินค้าและประสิทธิภาพการผลิต

กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อม (Exporter)

สถานการณ์ของผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อม

การแข่งขันด้านการส่งออกในปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนรูปแบบจากการรับจ้างการผลิตไปสู่การผลิตเพื่อสนองความต้องการโดยตรงของผู้บริโภค ดังนั้นรูปแบบการผลิตแบบเก่าที่เน้นหนักใน

ทางการผลิตเป็นจำนวนมากเพื่อลดต้นทุนการผลิตจะต้องมีการปรับเปลี่ยนไปสู่การผลิตที่ มุ่งเน้นในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคโดยตรง

นอกจากนั้นสิ่งที่ผู้ประกอบการส่งออกกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันก็คือ การรักษาระดับ คุณภาพมาตรฐานในการผลิตให้ทุกชิ้นผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพมาตรฐานเท่าเทียมกัน เนื่องจาก สินค้าไทยมีปัญหาอย่างมากในการรักษาระดับคุณภาพและมาตรฐาน ดังนั้นบ่อยครั้งจึงมักจะถูก ยกเลิกใบสั่งสินค้า โดยเฉพาะหมวดอุตสาหกรรมอาหาร เช่น กุ้งแช่แข็ง ไก่แช่แข็ง และหมวดสินค้า หัตถกรรม เป็นต้น

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของกลุ่มผู้ประกอบการส่งออก

ขีดความสามารถของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมยัง ขีดความสามารถในการกำหนดวิสัยทัศน์ของการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมของ การแข่งขันรูปแบบใหม่ ขาดความรู้และทักษะในการประกอบการ อาทิเช่น ความสามารถด้านทาง ภาษาที่ใช้ในการติดต่อกับลูกค้าในต่างประเทศ ความรู้ด้านข้อกฎหมายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำ การค้าต่างประเทศ ความสามารถในการบริหารการเงินสมัยใหม่ เป็นต้น

1) ขีดความสามารถทางเทคโนโลยี ขีดความสามารถทางเทคโนโลยีนับเป็นปัญหาที่ สำคัญที่ส่งผลถึงขีดความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของ ลูกค้าและการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจ ปัญหาที่สำคัญทางด้านเทคโนโลยี คือ การ ขาดความสามารถในการเข้าถึงเทคโนโลยีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอันเนื่องมาจาก ปัญหาทางด้านลิขสิทธิ์ รวมถึงการขาดการถ่ายโอนความรู้ทางด้านเทคโนโลยีจากเจ้าของ เทคโนโลยีมาสู่องค์กรทำให้ไม่มีการพัฒนาทางด้านความรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ

2) ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ผู้ประกอบการส่งออกจำนวนมากที่มีคำสั่งซื้อจากลูกค้า ในต่างประเทศแล้ว แต่ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนสำหรับการผลิตได้ เนื่องจากสถาบันการเงินเพื่อ ความระมัดระวังในการปล่อยสินเชื่อให้แก่หน่วยธุรกิจมากขึ้น ปัญหาการเป็นลูกค้าที่มีหนี้ที่ไม่ ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) และความไม่เชื่อมั่นในสถานะภาพของผู้ซื้อในต่างประเทศ ทำให้ผู้ส่งออก รายเล็กไม่ได้รับสินเชื่อตามความต้องการ

3) การไม่สามารถเข้าถึงบริการด้านต่างๆ จากภาครัฐและอุปสรรคที่เกิดกฎระเบียบของรัฐ ผู้ประกอบการส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมมักเข้าไม่ถึงบริการจากภาครัฐทั้งสาเหตุจากการ ขาดข้อมูลที่จะรับรู้ว่ารัฐให้บริการที่ใดและสามารถติดต่อเข้ารับบริการได้อย่างไร หรือปัญหาจาก ข้อจำกัดในการให้บริการโดยเฉพาะบริการด้านกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศที่เป็นผู้ส่งออกที่มี ศักยภาพสูง ทำให้ผู้ส่งออกรายย่อยซึ่งมีความพร้อมน้อยไม่ได้รับโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรม

4) ปัญหาด้านขีดความสามารถการตลาด ผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นผู้ส่งออกตามคำสั่งซื้อขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้ใช้สินค้าโดยตรง ทำให้ขาดความสามารถที่จะพัฒนาแบบและคุณภาพของสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เอง ส่งผลให้ข้อจำกัดที่จะขยายช่องทางเข้าสู่ตลาดใหม่หรือเชื่อมโยงธุรกิจเข้าสู่เครือข่ายการตลาดระดับนานาชาติ

กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur)

สถานภาพของผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur) และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ ผู้ประกอบการใหม่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีทักษะ พรสวรรค์และนวัตกรรมจะเป็นตัวจักรสำคัญในการเพิ่มความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในปี 2544 ประเทศไทยมีผู้ประกอบการทั้งสิ้นทั้งที่จดทะเบียนและไม่จดทะเบียน ประมาณ 1.6 ล้านราย หรือ ประมาณ 1:40 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับระบบเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งจะมีอัตราส่วนของผู้ประกอบการต่อประชากรประมาณ 1 : 20 จึงจำเป็นต้องเพิ่มของจำนวนผู้ประกอบการใหม่ในแต่ละปีให้สูงขึ้นกว่าเดิม โดยในปี 2544 มีจำนวนผู้ประกอบการใหม่ที่มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจกับกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ 19675 รายเทียบกับ 16549 รายในปี 2543 เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.9

ดังนั้นเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีทักษะ พรสวรรค์และนวัตกรรม รวมทั้งการปรับเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจจากเศรษฐกิจที่พึ่งพิงทรัพยากรทางกายภาพไปสู่เศรษฐกิจที่อาศัยความรู้ ทักษะและเทคโนโลยี แนวคิดด้านเศรษฐกิจบนฐานความรู้ใหม่ (New Economy) จึงได้รับความสนใจในการเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยที่แนวคิดเศรษฐกิจบนพื้นฐานความรู้ใหม่ คือเศรษฐกิจของสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ โดยมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology : ICT) รวมถึงเทคโนโลยีชีวภาพและพันธุวิศวกรรมศาสตร์เป็นแรงขับเคลื่อนก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ ในระบบเศรษฐกิจและสังคมอันเป็นผลต่อการดำรงอยู่ของประเทศต่างๆ ในโลกที่แตกต่างจากอดีตอย่างมากซึ่งจากแนวคิดอันนี้เองที่มีผลต่อเนื่องไปถึงการเกิดเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ที่เรียกว่าเศรษฐกิจแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีศักยภาพสูง ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยอาศัยจุดแข็งและความเด่นของประเทศไทยในหลายด้าน เช่น

- โครงสร้างพื้นฐานด้านทางหลวงดีเยี่ยมอันดับที่ 14 ของโลก
- เป็นฐานการผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อันดับ 2 ของโลก
- เป็นผู้ส่งออกอุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับที่ 14 ของโลก
- ประเทศไทยส่งออกอุปกรณ์และชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เป็นอันดับที่ 12 ของโลก
- ประเทศไทยส่งออกอุปกรณ์สำนักงานและวัสดุสำนักงานเป็นอันดับที่ 15 ของโลก
- ประเทศไทยมีการสูญเสียกำลังสมองด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมต่ำเป็นอันดับที่ 17

ของโลก

- ประเทศไทยมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการจัดตั้งบริษัท อันดับที่ 19 ของโลก
- ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวของการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เร็วเป็นอันดับที่ 15

ของโลก

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมต่างๆ เอื้อให้ผู้ประกอบการ ICT ที่อยู่ในเศรษฐกิจฐานความรู้ใหม่มีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้มากขึ้น กล่าวคือ ในปี 2542 ขนาดของกลุ่มอุตสาหกรรม ICT ในประเทศคิดเป็นมูลค่าประมาณ 30000 ล้านบาท หรือ ร้อยละ 1 ของ GDP คาดประมาณการมูลค่าของกลุ่มอุตสาหกรรม ICT ใน 5 ปี ข้างหน้าเท่ากับ 90,000-100,000 ล้านบาท และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงถึงร้อยละ 90 ในขณะที่มีการส่งออกไม่ถึงร้อยละ 5 อันเนื่องมาจากความต้องการภายในประเทศยังคงอยู่ในระดับสูงและอยู่ใกล้ฐานลูกค้าสามารถที่จะมีการเจริญเติบโตได้โดยไม่มีพรมแดน

ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการใหม่

1. ขาดประสบการณ์ในการประกอบกิจการ มักประสบปัญหาการดำเนินงานธุรกิจจริงที่ไม่เป็นไปตามแผนธุรกิจที่ตั้งไว้ หรือเกิดปัญหาการลงทุนสูงเกินไปจนประสบปัญหาด้านกระแสเงินสดและบริหารการเงิน
2. ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน ผู้ประกอบการใหม่ส่วนใหญ่จะประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ เนื่องจากเพิ่งเริ่มกิจการยังไม่มีผลการประกอบการในอดีตที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สถาบันการเงิน ทำให้สถาบันการเงินไม่กล้าเสี่ยงที่จะให้สินเชื่อหรือต้องการหลักประกันในอัตราสูง
3. ปัญหาทางด้านการตลาด ผู้ประกอบการใหม่ประสบปัญหาด้านการเข้าถึงช่องทางและเครือข่ายการตลาดขาดกลยุทธ์และแผนการตลาดที่เหมาะสม รวมทั้งบางรายยังขาดความสามารถในการบริหารการตลาดด้วยทำให้ต้องสูญเสียคำสั่งซื้อไปได้ง่าย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprises)

จำนวนและผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน

ประเทศไทยมีจำนวนครัวเรือนที่ประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือน ประมาณ 1,186,000 ครัวเรือน มีแหล่งที่ตั้งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณร้อยละ 45 อยู่ในภาคเหนือและภาคใต้ ร้อยละ 20 และ 22 ตามลำดับ และอยู่ในภาคกลางประมาณร้อยละ 12 อุตสาหกรรมในครัวเรือน ส่วนใหญ่เป็นการประกอบอาชีพผลิตสิ่งทอ สิ่งถัก เครื่องแต่งกายและหนังสือพิมพ์ ประมาณร้อยละ 38.1 นอกจากนี้จะเป็นการผลิตเคมีภัณฑ์ ยางและพลาสติก ไม้ และผลิตภัณฑ์จากไม้ อาหาร เครื่องดื่มและยาสูบ และการผลิตอื่นๆ

ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1. ปัญหาด้านขีดความสามารถของผู้ประกอบการ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในรูปแบบเดิมๆ ที่เคยดำเนินมาในอดีตขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาการที่ทันสมัย และยังขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด

2. ข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ในการบริหารจัดการที่ดี ไม่สามารถคิดต้นทุนที่ถูกต้องหรือบริหารต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขาดกลยุทธ์และความรู้ในการตั้งราคาขายสินค้าที่สอดคล้องกับต้นทุนและสภาพการณ์ในตลาด ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะการขายโดยขาดทุนหรือการขายไม่ออกขาดการจัดทำระบบบัญชีพื้นฐานที่ดีของธุรกิจ

3. ปัญหาทางด้านเทคโนโลยี โดยทั่วไปวิสาหกิจชุมชนใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบดั้งเดิม ไม่ซับซ้อนและเป็นเทคโนโลยีที่เกิดจากภูมิปัญญามีอยู่ในท้องถิ่นสืบเนื่องมายาวนาน มีข้อได้เปรียบ คือ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีต้นทุนต่ำ แต่ขณะเดียวกันก็มีจุดอ่อนที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงประสิทธิภาพการผลิตและมาตรฐานในตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นปัญหาที่ไม่สามารถผลิตได้ในจำนวนมากตามคำสั่งซื้อ ผู้ประกอบการชุมชนบางส่วนยังขาดความรู้ในการดูแลรักษาเครื่องมือ เครื่องจักร และวัตถุดิบและขาดแนวคิดในการพัฒนาระดับเทคโนโลยี

4. ปัญหาทางการเงิน วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ขาดแคลนเงินทุนในการลงทุนและการดำเนินการและขาดสินเชื่อเพื่อการบริหารงานในระยะเวลาที่ให้เครดิตแก่ลูกค้าต้องใช้เงินทุนนอกระบบที่มีอัตราดอกเบี้ยสูง

5. ปัญหาทางการตลาด เป็นปัญหาหลักของการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากส่วนใหญ่ทำการผลิตบนพื้นฐานปัจจัยการผลิตและความชำนาญที่ตนมีอยู่ขาดความเข้าใจในกระแสความนิยมหรือ พฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาดทำให้แบบผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการ

ของตลาดการทำวิจัยและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดมีน้อยมากในขณะเดียวกันก็มีข้อจำกัดด้านสถานที่จำหน่ายสินค้า

6. ปัญหาทางด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทพื้นบ้านและของที่ระลึก มีผลิตภัณฑ์บางส่วนที่มีรูปแบบซ้ำๆ กันไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และไม่สามารถตอบสนองต่อสนิยมและความต้องการของตลาดได้ นอกจากนี้ยังมีปัญหาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น ไม่ทันสมัยและไม่เป็นที่ดึงดูดใจของท้องตลาด

นโยบายและมาตรการภาครัฐในการให้สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการเชิงนโยบาย (Policy Measures)

การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

มาตรการเชิงนโยบายกำหนดขึ้นภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งได้แบ่งเป็นยุทธศาสตร์หลัก เพื่อการส่งเสริมโดยรวมและยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ วิสาหกิจกลุ่มส่งออก วิสาหกิจกลุ่มผู้ประกอบการใหม่ และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ (New Economy หรือ ICT) และวิสาหกิจชุมชน โดยการแบ่งมาตรการดำเนินงานออกเป็น มาตรการเฉพาะหน้าเร่งด่วน ที่ต้องเร่งดำเนินการภายในระยะ 1-2 ปี เพื่อแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย เช่น ปัญหาหนี้เสีย (NPL) ปัญหาสถาบันการเงินไม่ปล่อยสินเชื่อ ปัญหาการแข่งขัน ปัญหาด้านการส่งออก ปัญหาการขาดโอกาสทางธุรกิจ หรือปัญหาการตลาดสำหรับสินค้าชุมชน นอกจากนี้ ยังได้กำหนด มาตรการระยะกลางและระยะยาว เพื่อดำเนินการสอดคล้องประสานกับมาตรการเฉพาะหน้าเร่งด่วนข้างต้นและมาตรการที่ทะยอยดำเนินการต่อเนื่องตามขีดความสามารถทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อวางพื้นฐานในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็งต่อไป

ส่วนที่ 1 มาตรการการเชิงนโยบายสนับสนุนยุทธศาสตร์หลัก

ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

กลยุทธ์การฟื้นฟูสถานภาพพัฒนาฐานะและความเข้มแข็งทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนี้

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. เร่งรัดแก้ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และจัดหาสินเชื่อให้วิสาหกิจที่มีหนี้เสียแต่ยังมีศักยภาพ
2. เร่งรัดการปล่อยสินเชื่อเพื่อการลงทุน และการเพิ่มวงเงินสินเชื่อ เพื่อเสริมสภาพคล่องให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นไปตามปกติ ในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม หรืออัตราดอกเบี้ยต่ำ รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของระบบประกันสินเชื่อ
3. ส่งเสริมให้สถาบันการเงินของรัฐและกองทุนเอกชนร่วมลงทุนในรูปของการร่วมลงทุน (Venture Capital) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจเป้าหมาย โดยการเร่งจัดปัญหาที่เป็นอุปสรรคในการร่วมทุน และเมื่อกิจการได้รับการพัฒนาถึงระดับหนึ่งแล้ว ควรมุ่งพัฒนาให้วิสาหกิจดังกล่าวให้เข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์ใหม่ (MAI)

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. สนับสนุนและเพิ่มศักยภาพของกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการแก้ไขปัญหาทางการเงิน โดยการให้กู้ยืม การอุดหนุน การร่วมทุน และการลงทุนกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. เพิ่มบทบาทสถาบันการเงินอื่นนอกจากธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุน (Non-Bank Financial Service) ในการให้ปล่อยสินเชื่อแก่วิสาหกิจ รวมทั้งความร่วมมือในการทำธุรกรรมรูปแบบใหม่ๆ และพัฒนาระบบสินเชื่อเพื่อการร่วมลงทุน (Loans for Joint Business Activities)

กลยุทธ์การปรับปรุงสภาพแวดล้อม การสร้างโอกาส และการขยายตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. สนับสนุนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการตลาด และเพิ่มขีดความสามารถในการหาตลาดใหม่และตลาดในประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพระบบการกระจายสินค้าให้มีตลาดรองรับที่เหมาะสม หลากหลายมากขึ้น และเพื่อโอกาสทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย
2. ส่งเสริมการใช้สินค้าและบริการของธุรกิจไทย โดยเฉพาะจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยมีการปรับปรุงระเบียบการจัดซื้อ จัดจ้างของภาครัฐให้เอื้อต่อวิสาหกิจที่มีศักยภาพ และสนับสนุนให้เข้าถึงบริการของรัฐ รวมทั้งรณรงค์อย่างจริงจังให้ใช้สินค้าและบริการของคนไทย
3. เสริมสร้างและส่งเสริมความเป็นธรรมในการแข่งขันทางการค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านช่องทางการจำหน่ายระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้ให้บริการทุกระดับ และระหว่างกิจการขนาด

ใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งป้องกันและควบคุมการนำเข้าสินค้าและบริการด้อยคุณภาพ และอาจเป็นอันตราย

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. เพิ่มขีดความสามารถในการทำตลาดให้แก่ผู้ประกอบการ โดยการให้บริการทางการตลาด เผยแพร่ชื่อเสียงสินค้าไทย และส่งเสริมการดำเนินงานทางการตลาดของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. เสริมทางสิ่งแวดล้อมทางการตลาดให้เอื้อต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการเผยแพร่ชื่อเสียงสินค้าไทยในระยะยาว

3. เร่งพัฒนาระบบข้อมูลทางการค้าในลักษณะทางการค้าในลักษณะของแหล่งกลางของ ข้อมูลการค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งส่งเสริม การใช้ระบบธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (E-Business)

ยุทธศาสตร์การสร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงกฎระเบียบ และการให้บริการภาครัฐ เพื่อให้เอื้อต่อการประกอบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. ปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย นโยบายกฎระเบียบและระบบการจัดการภาครัฐที่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบการของรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และทำให้เกิดการไม่ เป็นธรรมในการแข่งขันโดยการแก้ไขกฎระเบียบเพื่อลดต้นทุน สร้างโอกาสทางการ ตลาดและแก้ไขข้อเสียเปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. พัฒนาระบบฐานข้อมูลด้านการผลิต การค้าและการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สมบูรณ์ครบถ้วนและทันสมัย ให้เป็นฐานข้อมูลกลาง เพื่อให้บริการข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. ศึกษาเพื่อออกและปรับปรุงกฎหมาย นโยบายและกฎระเบียบให้เอื้ออาทรต่อการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งลดเลิกกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค เพื่อลดต้นทุนการประกอบและการเพิ่ม โอกาสในการแข่งขันต่อเนื่องจากที่ดำเนินการในมาตรการเร่งด่วน

2. จัดตั้งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะด้านการวิเคราะห์ทดสอบคุณภาพและการ

ให้บริการทางเทคโนโลยี การตลาด และการเงิน เพื่อแก้ไขอุปสรรคด้านต่าง ๆ และเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. เผยแพร่และประชาสัมพันธ์ถึงบทบาทและรายละเอียดของมาตรการและโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของหน่วยงานภาครัฐ สถาบันอิสระและหน่วยงานภาคเอกชนให้ผู้ประกอบการเข้าใจโดยต้องแท้ รวมทั้งสามารถเข้ามาถึงบริการได้สะดวก
2. สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้าสู่ระบบ เพื่อให้เข้าถึงบริการของรัฐได้ง่าย และสนับสนุนให้หน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับภาคเอกชนในการกำหนดนโยบายมาตรการ โครงการ และแนวทางปฏิบัติให้ชัดเจน สามารถปฏิบัติได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของวิสาหกิจและศักยภาพของพื้นที่

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. ส่งเสริมการรวมกลุ่มและเสริมสร้างความเข้มแข็งของมาตรการในลักษณะสหกรณ์ สมาคมและองค์การเอกชนรูปแบบอื่น ๆ เพื่อทำหน้าที่ให้บริการด้านต่างๆ แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นสมาชิกและประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ
2. การจัดตั้งสถาบันเฉพาะทางเพื่อทำหน้าที่ประสานความร่วมมือและการให้บริการแก่วิสาหกิจในสาขาที่เป็นเป้าหมาย และสาขาสำคัญตามแผนการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศ

ยุทธการสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มากรเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์การยกระดับประสิทธิภาพและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสนเทศของผู้ประกอบการวิสาหกิจภาคการผลิต การค้าและบริการให้สูงขึ้น ได้มาตรฐานสากล และเป็นไปตามหลักการบริหารจัดการที่ดี

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. ยกระดับความรู้ความสามารถและทักษะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความสามารถในการแข่งขัน โดยการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจทั้งทางตรงและทางอ้อม ในด้านความรู้เกี่ยวกับ การพัฒนาบุคลากร การบริหารจัดการ การตลาด และการหาเงินทุนเพื่อนำไปสู่การสร้างความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถสูงในอนาคต
2. พัฒนาและส่งเสริมการบริหารจัดการที่ดี ประกอบด้วย การประยุกต์ใช้ระบบวินิจัยระบบที่เที่ยงและระบบบริการที่ปรึกษาทั่วไปและปรึกษาเฉพาะด้าน เพื่อแก้ปัญหาให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ตรงความต้องการและสอดคล้องกับแนวโน้มธุรกิจ

3. ส่งเสริมการนำระบบธรรมาภิบาลเบื้องต้นมาเริ่มใช้ในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้การประกอบธุรกิจเป็นไปอย่างโปร่งใส เสมอภาคและมีความรับผิดชอบต่อสังคมและผู้บริโภค

4. สร้างกลไกและถ่ายทอดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. ปรับระบบการศึกษาต่อเนื่องและการศึกษาทางไกลที่ให้ความสำคัญเพิ่มความรู้และทักษะผู้ประกอบการ

2. สนับสนุนผู้ประกอบการในการยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สูงขึ้นและได้มาตรฐานสากล โดยส่งเสริมการปรับปรุงกิจการให้ทันสมัย และการใช้ระบบ ISO & TQM ที่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

กลยุทธ์ส่งเสริมการค้นคว้า วิจัย การค้นหา และพัฒนานวัตกรรมร่วมกันระหว่างรัฐบาล สถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. สร้างแหล่งข้อมูลกลางและส่งเสริมให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อการพาณิชย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

2. ส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) เพื่อลดต้นทุนการออกแบบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มมูลค่าของสินค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าแฟชั่น ประกอบด้วย เสื้อผ้า เครื่องหนัง รองเท้า และอัญมณี เป็นต้น

3. ขยายโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและเหมาะสมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยต้นทุนที่ไม่สูงเกินไป

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. การพัฒนาการศึกษาวิจัย (R&D) และการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม สร้างความร่วมมือด้านงานวิจัยและการทำนวัตกรรมระหว่างรัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้น โดยการสร้างเครือข่ายและยกระดับความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาควิชาการและภาคเอกชนให้เกิดผลในทางปฏิบัติ

2. ส่งเสริมและยกระดับการผลิตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

3. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสม เพื่อยกระดับการผลิตและการจัดการ โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่ใช้องค์ความรู้ที่อยู่ในประเทศ สอดคล้องกับศักยภาพและแนวโน้มทางธุรกิจและมีต้นทุนไม่สูงเกินไป

กลยุทธ์เชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจครบวงจร (Cluster) โดยผ่านระบบการรวมกลุ่มวิสาหกิจ ระบบเครือข่ายข้อมูลข่าวสาร และระบบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

ส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มและกิจการรับช่วงการผลิตที่เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ ทั้ง ในและต่างประเทศ เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีตลาดที่แน่นอนและได้รับการสนับสนุนทางการเงินและการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่เหมาะสมจากบริษัทขนาดใหญ่หรือบริษัทข้ามชาติ

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. สร้างเครือข่ายการพัฒนาข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัยครบถ้วนสมบูรณ์ร่วมกัน และมีการแลกเปลี่ยนและใช้ข้อมูลร่วมกัน รวมทั้งสนับสนุนการนำ ICT มาช่วยในการจัดการ การทำธุรกิจ การสื่อสารเพื่อนำไปสู่การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

2. พัฒนาโครงการนำร่องเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการรวมกลุ่มเชื่อมโยงวิสาหกิจครบวงจรในแต่ละภูมิภาคตามความเหมาะสม และสนับสนุนด้านเงินทุน การตลาด และบริการสนับสนุนก่อให้เกิด ความร่วมมือทางธุรกิจที่จะได้ประโยชน์ร่วมกัน

กลยุทธ์การพัฒนาความสามารถและคุณภาพชีวิตทรัพยากรมนุษย์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. การพัฒนาความรู้ ความสามารถและทักษะของบุคลากรให้มีศักยภาพสูงขึ้น และมีความพร้อม ที่จะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่

2. เพิ่มประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นของระบบการให้บริการเพื่อเพิ่มผลิตภาพของบุคลากร และเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการพัฒนาบุคลากรของมาตรการ การฝึกอบรมในเรื่องมาตรฐานบริการและการจัดการ จัดหามาตรการที่จะสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการสนับสนุนให้บุคลากรได้รับการอบรมเพิ่มพูนความรู้และทักษะเพิ่มเติม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. เพิ่มประสิทธิภาพระบบทดสอบมาตรฐานฝีมือแรงงาน เพื่อยกระดับคุณภาพฝีมือแรงงาน โดยการจัดระบบโครงสร้างค่าจ้างให้สอดคล้องกับทักษะและความสามารถของบุคลากร

2. การปรับปรุงและเพิ่มคุณภาพการผลิตบุคลากรในสถาบันการศึกษา โดยปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษาให้ได้เรียนรู้จากสภาพของจริงหรือเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์การทำงานในธุรกิจนั้นๆ ในเบื้องต้น โดยจัดโครงการให้นักเรียนนักศึกษาเข้าฝึกงานในอุตสาหกรรมการผลิต การค้า และบริการ เพื่อเป็นการสร้างให้คิดเป็นและเรียนรู้จากประสบการณ์จริง รวมทั้งปรับหลักการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจ

3. จัดให้มีการวางแผนพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สำหรับมาตรการแต่ละสาขา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและแนวโน้มทางธุรกิจ รวมทั้งการพัฒนาวิสัยทัศน์หลักสูตรให้สอดคล้องกับแนวโน้มของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต โดยการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาควิชาการและภาคธุรกิจเอกชนในการปรับปรุงหลักสูตรการเรียน การพัฒนาครูอาจารย์ และนักเรียนนักศึกษา

4. การปรับปรุงระบบสวัสดิการคนงานในสถานประกอบการมาตรการให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรมทั้งระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง

ส่วนที่ 2 มาตรการเชิงนโยบายสนับสนุนยุทธศาสตร์เฉพาะกลุ่ม

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจผู้ส่งออกขนาดกลางและขนาดย่อมสู่ระดับโลก

กลยุทธ์เพิ่มขีดความสามารถทางการตลาดส่งออก

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. ส่งเสริมการเจาะตลาดใหม่โดยเฉพาะตลาดในภูมิภาคอินโดจีนและจีนตอนใต้ เพื่อขยายตลาดส่งออกให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยการให้บริการข้อมูลการตลาด การเจรจาทางการค้า การเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองกับประเทศต่าง ๆ และเผยแพร่ชื่อเสียงสินค้าและบริการของไทย

2. พัฒนฐานข้อมูลทางการตลาดและการค้าระหว่างประเทศเชิงลึก เพื่อให้เป็นข้อมูลด้านการตลาดระหว่างประเทศที่ครบถ้วน ทันสมัย สมบูรณ์และพร้อมให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่งออก เพื่อประกอบการตัดสินใจทางการตลาด โดยการรวม ศึกษา และจัดทำข้อวิเคราะห์ ข้อมูลสารสนเทศทางการตลาด การจัดการที่ปรึกษาทางการตลาด การเจรจาและการตอบโต้การกีดกันและการทำวิจัยตลาดเป้าหมาย

3. การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการกระจายและขนส่งสินค้าของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมสู่ตลาดต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยการจัดตั้งบริษัทการค้า (Trading Firm) กลาง เพื่อให้บริการส่งออกแก่วิสาหกิจที่ยังขาดความสามารถในการส่งออกได้เอง รวมทั้ง

การปรับปรุงระบบการขนส่ง ระบบพิธีการส่งออกให้คล่องตัวและสะดวกสำหรับการ ส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. ลดภาระต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาด เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด ต่างประเทศ โดยจัดตั้งศูนย์รวมให้บริการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ศูนย์กระจายสินค้าและ ศูนย์การให้คำปรึกษาแนะนำ เพื่อแก้ปัญหาด้านการผลิต การจัดการและการตลาด

2. เพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย โดยการ ส่งเสริมการพัฒนาตราหือ (Thailand Brand) และภาพลักษณ์สินค้าไทย (Made in Thailand) สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ ชื่อเสียงสินค้าและบริการของไทยจงใจให้มีการสร้างตราหือและ ภาพลักษณ์สินค้าไทย และให้ความรู้และปรึกษาแนะนำในเรื่องนี้

กลยุทธ์พัฒนาการผลิตและบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มี มาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

เพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการให้มีความรู้และความสามารถในการบริหารงานและ การผลิตสมัยใหม่และมีความเป็นสากล รวมทั้งด้านการตลาด โดยการกระจายความรู้และทำการ ฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องและจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมให้สอดคล้องกับความต้องการสภาพปัญหาและ แนวโน้มทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและตลาด ในสินค้าที่ ประเทศมีความได้เปรียบทางปัจจัยการผลิต

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. ส่งเสริมยกระดับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้มาตรฐาน โดยการ พัฒนาและปรับปรุงให้บริการห้องวิเคราะห์ทดสอบกลางและนำระบบบริหารสมัยใหม่ไปใช้ในการ ประกอบธุรกิจ

2. เพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อให้ทันสมัยและมีความเป็นมืออาชีพมาก ขึ้น โดยการพัฒนาฝึกอบรมในสถานประกอบการ (In-house Training) และให้คำปรึกษาแนะนำ

กลยุทธ์เสริมสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดีและลดภาระความเสียเปรียบของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มส่งออกที่เกิดจากกฎหมาย นโยบาย และมาตรการต่าง ๆ ของรัฐและ การกีดกันทางการค้า

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. ปรับปรุงระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม และการลดภาระภาษีนำเข้าวัตถุดิบ (19 ทวิ การชดเชยภาษีส่งออก) รวมทั้งปรับปรุงโครงสร้างภาษีนำเข้า ลดขั้นตอนพิธีการศุลกากร เพื่อลดต้นทุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยวางระบบยกเว้นภาษีการซื้อวัตถุดิบ ให้คำปรึกษาและลดขั้นตอนในการคืนภาษีและสร้างระบบยืดหยุ่นและไม่เป็นภาระแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. ปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้เอื้อต่อการประกอบกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ส่งออกทั้งทางด้านการบริการข้อมูลข่าวสารและบริการพิธีศุลกากรให้มีความสะดวกและรวดเร็ว

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

การสร้างระบบประสานการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ-ภาคเอกชน และหน่วยงานด้วยกันเองและลดขั้นตอนรวมทั้งประสานการทำงานร่วมกัน โดยการสร้างศูนย์ผลักดันผู้ประกอบการส่งออกในลักษณะศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) เพื่อลดภาระขั้นตอน และสร้างโอกาสในการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่

กลยุทธ์การพัฒนาและเชื่อมโยงการศึกษา วิจัย และพัฒนานวัตกรรม (Innovation) ส่งเสริมผลิตเชิงพาณิชย์ มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. การเชื่อมโยงงานวิจัยระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการ เพื่อนำไปการศึกษาวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์

2. จัดให้มีกองทุนสนับสนุนงานวิจัยสาขาต่างๆ ที่เอื้อประโยชน์โดยตรงต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. ส่งเสริมการทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรมในกลุ่มผู้ประกอบการใหม่และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้ใหม่ โดยเฉพาะในสาขาที่มีศักยภาพ

2. จัดให้มีกองทุนสนับสนุนงานวิจัยสาขาต่างๆ เอื้อประโยชน์โดยตรงต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กลยุทธ์การสร้างและปลูกจิตสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

มาตรการสร้างสำนึกในการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อกระตุ้นให้ตื่นตัวและชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการประกอบธุรกิจ โดยการจัดฝึกอบรมและให้ข้อมูลข่าวสารให้ทั่วถึง

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

การปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งในระดับมัธยมศึกษา ระดับอาชีวศึกษา และอุดมศึกษาให้มีความสนใจและประสงค์ไปเป็นผู้ประกอบการเมื่อจบการศึกษา เพื่อเพิ่มผู้ประกอบการใหม่ที่มีพื้นฐานความรู้ดี โดยการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอน การพัฒนาอาจารย์ การสร้างระบบ การฝึกงานระหว่างศึกษา

กลยุทธ์การสร้างโอกาสโดยอาศัยการสนับสนุนมาตรการ การสร้าง บ่มเพาะ และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นให้กับผู้ประกอบการใหม่ และวิสาหกิจที่ใช้ฐานความรู้สมัยใหม่ มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. พัฒนาและเร่งปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสร้างโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ และกระตุ้นความสนใจของคนทั่วไป โดยการจัดกิจกรรมที่เป็นการกระตุ้นหรือสนับสนุนการดำเนินธุรกิจใหม่

2. สนับสนุนด้านการเงิน เพื่อสร้างโอกาสในการประกอบธุรกิจ โดยการจัดสินเชื่อให้เหมาะสม รวมทั้งการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี เพื่อลดต้นทุนการประกอบการ ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ โดยการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลในระยะเริ่มธุรกิจ

3. สนับสนุนระบบพี่เลี้ยงที่ปรึกษา ให้คำแนะนำในการทำธุรกิจ เพื่อให้การดูแลช่วยเหลือผู้ประกอบการที่มีปัญหาในการดำเนินธุรกิจระยะแรก

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. การจัดฝึกอบรมความรู้พื้นฐานที่จำเป็นเพื่อการประกอบธุรกิจ

2. ส่งเสริมการตลาดเพื่อผู้ประกอบการใหม่

3. สนับสนุนด้านเทคโนโลยีเพื่อยกระดับการผลิต การจัดการของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้ทันสมัยได้มาตรฐานสากล

4. สนับสนุนสถานที่ดำเนินการหรือสถานประกอบการ เพื่อลดต้นทุนการประกอบธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อใช้ร่วมมือในพื้นที่ เฉพาะกลยุทธ์การเสริมสร้างบรรยากาศที่กระตุ้นให้เกิดผู้ประกอบการใหม่

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. เสริมสร้างบริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการใหม่ การจัดตั้งคณะกรรมการ ส่งเสริมผู้ประกอบการใหม่ เพื่อดูแลผลักดันมาตรการใหม่ การสนับสนุนผู้ประกอบการใหม่ การจัดหาปัจจัยสนับสนุน เช่น เงินทุน แรงงาน หรือการตลาด เป็นต้น

2. สนับสนุนให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาซื้อกิจการ (Take over) เพื่อดำเนินการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่กำลังจะล้มเลิก

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

ผลักดันการออกกฎหมายธุรกิจแฟรนไชส์ เพื่อส่งเสริมการขยายธุรกิจและจำนวนผู้ประกอบการใหม่ โดยการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากต่างประเทศ และควรระดมความเห็นจากทุกฝ่ายมาเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการออกกฎหมาย

ยุทธศาสตร์เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในการแก้ปัญหาความยากจนและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค

กลยุทธ์การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. พัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และสินค้าชุมชน งานวิจัยและพัฒนา เพื่อยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าและบริการ
2. การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและเทคโนโลยีพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

1. พัฒนาความต่อเนื่องของงานวิจัยและการพัฒนา เพื่อยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นของธุรกิจชุมชน
2. ส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและเทคโนโลยีพื้นฐานที่เป็นเอกลักษณ์ สอดคล้องกับองค์ความรู้และทรัพยากรที่มีอยู่ภายในประเทศให้เกิดความต่อเนื่อง

กลยุทธ์การเสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการพัฒนาพร้อมทั้งระบบ และส่งเสริมให้เกิดผลถึงระดับจังหวัด ท้องถิ่น และชุมชนโดยเร็ว

มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. สร้างฐานะ ความเข้มแข็งทางธุรกิจ และสร้างเครือข่าย รวมทั้งการเชื่อมโยงธุรกิจชุมชนกับธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตอย่างต่อเนื่อง เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และการเข้าถึงบริการของรัฐได้ง่ายขึ้น ในลักษณะของสหกรณ์เครือข่ายชุมชน ฯลฯ การให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน
2. เพิ่มความรู้และทักษะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้มีความรู้ ความสามารถด้านการผลิต การจัดการ และการตลาดสมัยใหม่

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

พัฒนาข้อมูลข่าวสาร เพื่อเสริมสร้างความรู้ทางด้านการผลิต การจัดการ และการตลาด โดยการจัดตั้งระบบศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร ระบบเผยแพร่และบริการข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่น

กลยุทธ์การสร้างโอกาสทางการตลาดและการกระจายสินค้าจากธุรกิจชุมชนไปสู่ตลาด
มาตรการเฉพาะหน้าที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน

1. พัฒนาช่องทางการตลาดและจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้า เพื่อเป็นช่องทางในการนำสินค้า
ชุมชนที่มีคุณภาพ และมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวสู่ตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่า
ให้กับสินค้าชุมชนและปรับปรุงระบบการจัดซื้อ จัดจ้างภาครัฐให้เอื้อต่อวิสาหกิจชุมชน
2. ส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมรับช่วงการผลิตที่เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ทั้งใน
ประเทศและต่างประเทศ

มาตรการระยะกลางและระยะยาว

ส่งเสริมธุรกิจการค้าชายแดนให้วิสาหกิจชุมชนและในภูมิภาคได้รับประโยชน์จากการ
ขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน

มาตรการในการสนับสนุนทางการเงิน

ในเรื่องนี้เป็นการกล่าวถึงการสนับสนุนทางภาครัฐในการส่งเสริมให้เกิดการปล่อย
สินเชื่อ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านสถาบันการเงินเฉพาะกิจต่าง ๆ และบทบาทของ
ตลาดการเงินที่มีต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจะกล่าวถึงความสำคัญของการเงินต่อ
ธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความต้องการเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม และข้อกำหนดของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการที่จะเข้าถึงแหล่งเงินทุน แหล่ง
สินเชื่อจากหน่วยงานและสถาบันการเงินทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่ใช้การค้า-
ประกันสินเชื่อและให้คำปรึกษาทางการเงินแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านต่าง ๆ
รวมถึงตลาดทุนและกองทุนร่วมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความสำคัญของการเงินต่อธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญต่อการ
พัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากสถานประกอบการในประเทศกว่าร้อยละ 97 เป็น วิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นแหล่งผลิต
แหล่งการค้าและบริการ ตลอดจนแหล่งรองรับการจ้างงานขนาดใหญ่และเป็นตัวจักรสำคัญในการ
พัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตาม ในช่วงภาวะวิกฤตเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็น
วิสาหกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรง เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน
ประเทศไทยยังขาดความเข้มแข็งและประสบปัญหาในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะปัญหาด้านการเงิน
ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญและเร่งด่วนที่สุดในขณะนี้ อีกทั้งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากต้องล้มเลิกกิจการไป ปัจจุบันผู้ประกอบการจำนวนมากมีปัญหาการขาดแคลนเงินทุน เนื่องจากการมีช่องทางการระดมทุนที่จำกัด ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ปัญหาระบบบัญชี และการขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน เช่นเดียวกันการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไป เงินทุนถือเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อการดำเนินกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอันมาก นอกจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องอาศัยเงินทุน เพื่อใช้ในการดำเนินกิจการ ซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์ ใช้เงินทุนหมุนเวียน และใช้เพื่อการขยายกิจการแล้ว เงินทุนยังเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเทคโนโลยี รวมทั้งการวิจัยและพัฒนา ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นภายใต้ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง เช่นปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น โดยอาศัยประโยชน์จากเทคโนโลยีในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ที่ผ่านมามีความสามารถในการรับรู้ตลอดจนการถ่ายทอดเทคโนโลยีในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมค่อนข้างมีอุปสรรคส่วนหนึ่งเป็นเพราะข้อจำกัดด้านเงินทุน แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย 2 แหล่งใหญ่ ๆ คือ

1. แหล่งเงินทุนภายในกิจการ ได้แก่

- ทุน/ส่วนของเจ้าของ
- กำไรสะสมของกิจการ

2. แหล่งเงินทุนภายนอกกิจการ ได้แก่

- ตลาดการเงินในระบบ (Organized market) อาทิ สถาบันการเงินบริษัท

เงินทุน บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ เป็นต้น

- ตลาดการเงินนอกระบบ (Unorganized market) อาทิ การกู้ยืมเงินกันโดยตรง การเล่นแชร์ การซื้อขายลดเช็ค สินเชื่อการค้า เป็นต้น

แม้ว่าแหล่งเงินทุนภายในเป็นแหล่งทุนแหล่งแรกของผู้ประกอบการ แต่ก็แหล่งที่มีเงินอยู่อย่างจำกัด เนื่องจากเป็นส่วนที่เกิดจากการออมของผู้ประกอบการครอบครัว ผู้ร่วมธุรกิจ ซึ่งเงินที่ได้มาจากการดำเนินงานของกิจการมักตั้งอยู่บนความเสี่ยงและความไม่แน่นอนของธุรกิจ ดังนั้นแหล่งเงินทุนภายนอกกิจการจึงถือเป็นแหล่งเงินสนับสนุนความไม่พอเพียงของเงินทุนของผู้ประกอบการ แต่เนื่องด้วยการระดมทุนจากแหล่งอื่นมีช่องทางการเข้าถึงและปริมาณเงินค่อนข้างจำกัดจึงทำให้สินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์กลายเป็นแหล่งเงินทุนหลักที่สำคัญสำหรับธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะเป็นแหล่งที่ระดมมาจากการออมจำนวนมากจากประชาชนทั่วไป อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจและสถาบันการเงินได้ส่งผลให้การขออนุมัติสินเชื่อผ่านทางสถาบันการเงินทำได้ลำบากมากยิ่งขึ้น เนื่องด้วยสถาบันการเงินส่วนใหญ่ต่างกลัว

ปัญหานี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) จึงเน้นการพิจารณามูลค่าหลักประกันและเครดิตของผู้ขอสินเชื่อมากกว่าจะพิจารณาความเป็นไปได้ของโครงการ ส่งผลให้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวนมากขาดโอกาสในการริเริ่มธุรกิจใหม่ ๆ ขาดโอกาสการพัฒนาหรือปรับปรุงกิจการให้ดีขึ้น ตลอดจนมีต้นทุนของเงินทุนที่สูงขึ้นเนื่องมาจากความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาแหล่งเงินทุนนอกระบบ ซึ่งจะได้แสดงรายละเอียดด้านปัญหาทางการเงินของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในหัวข้อต่อ ๆ ไป

ความต้องการเงินทุนและข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในปี 2546 บริษัท ศูนย์กสิกรไทย จำกัด ได้ประมาณการความต้องการสินเชื่อขั้นต่ำโดยรวมของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ว่าอยู่ที่ประมาณ 110,000 ล้านบาท ในขณะที่วงเงินเป้าหมายสินเชื่อ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐและธนาคารพาณิชย์มีทั้งสิ้น 80,000 ล้านบาท จึงก่อให้เกิดปัญหาการขาดเงินทุนของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสาเหตุที่สำคัญของปัญหาดังกล่าวมาจากอุปสรรคบางประการในการปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อันได้แก่

ลูกค้าขาดความรู้ โดยลูกค้านี้ยังขาดความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อยู่มาก ทั้งในด้านการบริหารจัดการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต การตลาด การสร้างยี่ห้อ (Brand) การมีระบบบัญชีที่ดีและการบัญชีอย่างถูกต้อง ซึ่งมีผลต่อการอนุมัติของธนาคารและอัตราดอกเบี้ยที่อนุมัติของธนาคาร ซึ่งจากปัญหาดังกล่าว ทำให้ธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ ต้องพยายามให้การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และให้ความช่วยเหลือในการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ลูกค้าด้านต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันธนาคารต่าง ๆ ได้เริ่มดำเนินการกันแล้ว

การตรวจสอบความโปร่งใสของผู้ประกอบการ (Corporate Governance) ซึ่งค่อนข้างทำได้ยากเช่นเดียวกับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่อาจจะมีปัญหาในการตกแต่งบัญชี การสร้างกระแสเงินสดไม่สอดคล้องตามความเป็นจริง ซึ่งย่อมเกิดปัญหากับผู้ประกอบการ SME ที่ไม่เล็กมากหรือไม่ใหญ่นักในวงการธุรกิจ เช่น ธุรกิจขนาดย่อม (Medium Size) ซึ่งธนาคารต่าง ๆ ก็พยายามอย่างเต็มที่ในการตรวจสอบปัญหาดังกล่าว โดยอาศัยบุคลากรที่มีความชำนาญและความเชี่ยวชาญการใช้วิธีการตรวจสอบ เช่น การดูผลประกอบการควบคู่กับแนวโน้มของลักษณะของประเภทธุรกิจนั้น ๆ เป็นต้น

การใช้เงินทุนผิดวัตถุประสงค์ โดยเฉพาะประเภทสินเชื่อ O/D ที่ธนาคารพาณิชย์ไม่สามารถที่จะควบคุมได้ ถึงแหล่งที่เงินทุนนำไปใช้ ซึ่งอาจมีผลทำให้สินเชื่อของธนาคารไม่ได้ถูกนำไปใช้เพื่อหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์ต่อระบบโดยรวมและสามารถทำลายศักยภาพของ

ผู้ประกอบการ SME ในการที่จะปรับปรุงตนเอง โดยธนาคารแต่ละแห่งก็มีวิธีในการควบคุมความเสี่ยงดังกล่าว เช่น การผูกติดผลิตภัณฑ์ Cash Management กับสินเชื่อ O/D เพื่อธนาคารจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการชำระเงินแก่ผู้ผลิตนั้น โดยธนาคารอาจจะทำหน้าที่ผู้จัดการชำระเงินแก่ผู้ผลิตนั้น ๆ ซึ่งธนาคารอาจจะมีการเสนอดอกเบี้ยที่ถูกลง เป็นต้น

อัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารแห่งประเทศไทยคิดกับธนาคารพาณิชย์ในกรณีที่น่าตัวแลกเงินไปขายลดยู่ในอัตราเท่ากับ Cost of Fund เฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมีส่วนในการทำให้ธนาคารไม่มีแรงจูงใจในการนำตัวไปขายลดยกับธนาคารแห่งประเทศไทย ดังนั้น ธนาคารแห่งประเทศไทยน่าจะปรับลดอัตราดอกเบี้ยต้นทุน (อัตราดอกเบี้ยที่คิดกับธนาคารพาณิชย์) ให้ต่ำกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารหรือต้นทุนการระดมทุนของธนาคารพาณิชย์

ความล่าช้าในการอนุมัติการค้ำประกันของ บสย. ซึ่งทำให้การบริการค้ำประกันดังกล่าวไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งปัญหาดังกล่าวลดน้อยลงแล้ว การปล่อยสินเชื่อที่น่าที่จะเกิดความคล่องตัวมากขึ้นและส่งผลทำให้ลูกค้านิยมใช้บริการดังกล่าวได้

แหล่งให้สินเชื่อ ค้ำประกันสินเชื่อ และหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาทางการเงินแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตั้งแต่เกิดเหตุการณ์วิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 ภาครัฐได้เริ่มการสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการแก้ปัญหาด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยภาครัฐได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างเครือข่ายสถาบันการเงิน เพื่อสนับสนุนธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะผ่านหน่วยงานและสถาบันการเงินของรัฐ ตลอดจนการของความร่วมมือจากหน่วยงานภาคเอกชน กระตุ้นให้สถาบันการเงินมีนโยบายให้ความช่วยเหลือทางด้านการเงินแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงการสนับสนุนให้เกิดการระดมทุนผ่านตลาดทุนเพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากยิ่งขึ้น

หน่วยงานและสถาบันการเงินแต่ละแห่งมีบทบาทหน้าที่ ศักยภาพและความสามารถที่จะให้การสนับสนุนแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในด้านการเงินแตกต่างกัน ซึ่งอาจแบ่งการช่วยเหลือออกเป็น 3 ด้านหลัก ๆ คือ ด้านการให้สินเชื่อ การค้ำประกันสินเชื่อ และการให้คำปรึกษาทางด้านการเงิน ทั้งนี้ เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีเงินทุนในการดำเนินงาน นโยบาย มาตรการ อำนาจหน้าที่ ตลอดจนเป้าหมายในการให้การสนับสนุนแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกันไป โดยหน่วยงานและสถาบันการเงินหลักที่ให้การสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แสดงดังตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 หน่วยงานและสถาบันการเงินต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการเงิน

ลักษณะการให้ความช่วยเหลือ	หน่วยงานสนับสนุน
1. ด้านเงินทุนและเสริมสภาพคล่อง	- บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) - บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย - ธนาคารออมสิน - ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.) - ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) - ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) - ธนาคารพาณิชย์ (ธพ.) - บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) - ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และประชาชน (สงป.)
2. ด้านการค้าประกันสินเชื่อ	
3. ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ	

รายละเอียดของแนวโน้มนโยบาย มาตรการ เป้าหมายและผลการดำเนินการให้การสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในแต่ละด้าน มีดังต่อไปนี้

ด้านการให้สินเชื่อ

สถาบันการเงินหลักที่ให้ความร่วมมือด้านสินเชื่อแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่สำคัญแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ (6 แห่ง) และธนาคารพาณิชย์ทั่วไป

สถาบันการเงินเฉพาะกิจ

คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้ความช่วยเหลือด้านสินเชื่อแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านสถาบันเฉพาะกิจ 6 แห่ง ได้แก่

- (1) บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม (บอย.) ซึ่งขณะนี้ คือ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- (2) บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (IFCT)
- (3) ธนาคารออมสิน
- (4) ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (ธสน.)

(5) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

(6) ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ตั้งแต่ปี 2542

การตั้งเป้าหมายการให้สินเชื่อของสถาบันการเงินเฉพาะกิจ 6 แห่งโดยรวม ตั้งแต่ปี 2542-2546 มีแนวโน้มที่สูงขึ้นมาโดยตลอด และในปี 2542 ผลการดำเนินงานโดยรวมแล้วเกินกว่าเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ คือ มีการปล่อยสินเชื่อคิดเป็นร้อยละ 103.1 ของเป้าหมายที่วางไว้ ส่วนในปี 2543 มีการให้สินเชื่อโดยรวมเพียงร้อยละ 71.4 ของเป้าหมาย สำหรับในปี 2544 ให้มีการอนุมัติสินเชื่อแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไปแล้วทั้งสิ้น 90,689 ราย เป็นจำนวนเงิน 41,218 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 81.6 ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ 50,500 ล้านบาท ส่วนในปี 2545 ได้มีการอนุมัติสินเชื่อรวม 126,835 ราย เป็นจำนวนเงิน 52,982 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 74.6 ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ 71,000 ล้านบาท ดังตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 เป้าหมายและผลการดำเนินการของสถาบันการเงินเฉพาะกิจปี 2542-2546

สถาบันการเงิน	2543			2544				2543			2546
	เป้าหมาย	ทำได้จริง	%	เป้าหมาย	ทำได้จริง	ราย	%	เป้าหมาย	ทำได้จริง	%	เป้าหมาย
1. การให้สินเชื่อ											
(1) ธพว.	6,000	1,636	27.3	7,500	6,443	717	85.9	24,000	15,410	64.2	30,000
(2) IFCT	15,000	13,327	88.8	1,500	15,040	1,420	100.3	15,000	15,079	100.5	15,000
(3) ธ.ออมสิน	1,300	1,296	99.7	2,000	2,276	4,965	113.8	2,000	2,145	107.3	5,000
(4) ธสน.	7,000	5,029	71.8	7,000	5,557	532	79.4	7,000	7,283	104	5,000
(5) ธ.ก.ส.	4,000	4,533	113.3	6,000	5,695	81,502	94.9	10,000	8,935	89.4	11,000
(6) ธปท.	13,000	7,230	55.6	13,000	6,207	1,553	47.7	13,000	4,130	31.8	13,000
รวมการให้สินเชื่อ	46,300	33,051	71.4	50,500	41,218	90,689	81.6	71,000	52,982	74.6	79,000
2. การค้าประกันสินเชื่อของบอย.	4,000	826	20.7	4,000	2,506	795	156.6	4,000	4,117	164.74	5,000
รวมทั้งสิ้น	50,300	33,877	67.3	52,100	43,724	91,848	83.9	73,500	57,099	77.7	84,000

ที่มา : กองนโยบายการเงิน สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง ข้อมูลสิ้นสุดถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2546

ธนาคารพาณิชย์

นอกเหนือจากสถาบันการเงินเฉพาะกิจแล้ว ธนาคารพาณิชย์ถือเป็นแหล่งให้การสนับสนุน วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านสินเชื่อที่สำคัญ เป็นแหล่งเงินที่มีการดำเนินงานที่สูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งธนาคารที่สามารถระดมเงินทุนผ่านตลาดทุน (หรือตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) อาทิ ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ธนาคารไทยธนาคาร จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) เป็นต้น

ด้านการค้ำประกันสินเชื่อ

บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) เป็นสถาบันที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม มีเงินทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 400 ล้านบาท และต่อมาในปี 2543 กระทรวงการคลังได้เพิ่มทุนให้บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมเพิ่มเติมอีกจำนวน 4,000 ล้านบาท ทำให้ในปัจจุบันบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมมีสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลังและมีทุนจดทะเบียนรวมทั้งสิ้น 4,400 ล้านบาท

บสย. ถือเป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจแห่งหนึ่ง ทำหน้าที่ค้ำประกันสินเชื่อแก่ วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในวงเงินที่ขาดหลักประกัน เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถได้รับเงินกู้จากสถาบันการเงินที่ขาดหลักประกัน เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถได้รับเงินกู้จากสถาบันการเงินที่ วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยื่นขอสินเชื่อ ซึ่งในปัจจุบัน บริษัทสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมได้มีการปรับปรุงระบบการค้ำประกันสินเชื่อ เนื่องจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจได้ส่งผลให้สถาบันการเงินระมัดระวังการปล่อยสินเชื่อให้ผู้ประกอบการที่มีความเสี่ยงทำให้สถาบันการเงินมักเลือกลูกค้าที่มีปัญหาให้บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมค้ำประกัน (ปัญหา Adverse Selection) ซึ่งถ้าบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมค้ำประกันตามระบบดังกล่าว บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมจะต้องแบกรับความเสี่ยงอย่างมาก เนื่องจากไม่มีสิทธิเรียกร้องในหลักประกัน ทำให้การพิจารณาอนุมัติการค้ำประกันต้องใช้เวลาและส่งผลให้การค้ำประกันสินเชื่อมีการขยายตัวน้อย ดังนั้น ปัจจุบันบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อมจึงปรับการให้ค้ำประกันสินเชื่อในลักษณะรับความเสี่ยงร่วมกัน (Risk Participation) ระหว่างสถาบันการเงินและบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม

ในปี 2545 บสย. ได้ให้การค้ำประกันแก่ วิชาสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งสิ้นจำนวน 1,107 ราย มียอดอนุมัติค้ำประกันทั้งสิ้น 4,116.57 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 176.66 ของเป้าหมายที่ตั้งไว้ 2,500 ล้านบาท โดย บสย. ให้การค้ำประกันกับวิชาสหกิจประเภทอุตสาหกรรม

ขนาดย่อมในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม โลหะและเครื่องจักร อุปกรณ์เคมีภัณฑ์และพลาสติกมาก
ที่สุด รองลงมา คือ กิจการค้าปลีกค้าส่ง กิจการบริการ และกิจการนำเข้าและส่งออก ตามลำดับ

ตารางที่ 2.10 โครงการอนุมัติแยกตามประเภทอุตสาหกรรม สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม

ประเภทอุตสาหกรรม	โครงการ	วงเงินค้ำประกัน (ล้านบาท)	สัดส่วนวงเงินค้ำ ประกัน (ร้อยละ)
อาหารและเครื่องดื่ม	110	340.8	21.36
โลหะและเครื่องจักร	76	321.0	20.13
อุปกรณ์			
เคมีภัณฑ์และพลาสติก	62	228.4	14.32
อุตสาหกรรมอื่น ๆ	45	206.3	12.93
เสื้อผ้าสำเร็จรูปและ	43	145.3	9.11
เครื่องหนัง			
ผลิตภัณฑ์ไม้	49	138.9	8.71
ผลิตภัณฑ์โลหะ	29	93.4	5.85
เลี้ยงสัตว์และประมง	31	81.9	5.13
ผลิตภัณฑ์กระดาษ	18	39.2	2.46
รวม	463	1,595.2	100

ตารางที่ 2.11 โครงการอนุมัติแยกตามประเภทกิจการสำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม

ประเภทอุตสาหกรรม	โครงการ	วงเงินค้ำประกัน (ล้านบาท)	สัดส่วนวงเงินค้ำ ประกัน (ร้อยละ)
กิจการค้าปลีก-ค้าส่ง	257	694.7	76.29
กิจการบริการ	59	169.2	18.58
กิจการนำเข้า	15	45.7	5.02
กิจการส่งออก	1	1.0	0.11
รวม	332	910.6	100

ด้านการให้คำปรึกษาแนะนำ

ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และประชาชน (ศงป.) จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี 10 สิงหาคม 2542 เป็นหน่วยงานพิเศษมีระยะเวลาสิ้นสุด ณ วันที่ 30 กันยายน 2544 แต่ต่อมาได้มีมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2543 ขยายเวลาการดำเนินงานออกไปอีก 2 ปี

ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และประชาชน เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้คำปรึกษา และประสานงานระหว่างสถาบันการเงินกับผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อม และประชาชน แนะนำการปรับโครงสร้างหนี้ แหล่งเงินทุนเพื่อการขยายกิจการและลงทุนใหม่ การบริหารจัดการด้านการเงิน การตลาด การเขียนแผนธุรกิจขอเงินกู้

ปัญหาส่วนใหญ่ที่มีผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นปัญหาเรื่องแหล่งเงินทุน ซึ่งศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และประชาชน ได้ให้คำปรึกษาไปทั้งสิ้น 12,516 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 36.52 ของปัญหาทั้งหมด 34,268 เรื่อง

ศูนย์ให้คำปรึกษาทางการเงินสำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และประชาชน ได้การให้ความช่วยเหลือแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แก่ผู้ประกอบการค้าปลีก/ค้าส่งเป็นจำนวนปัญหามากที่สุด คือ รวมทั้งสิ้น 2,204 ปัญหา ขณะที่เมื่อคิดเป็นวงเงินแล้วพบว่า ภาคการผลิตเป็นภาคที่มีวงเงินให้คำปรึกษามากที่สุด

การวิเคราะห์โครงการให้ความช่วยเหลือทางการเงินกับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และธุรกิจชุมชน

สถานการณ์ตลาดการเงินเพื่อ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นได้ครอบคลุมกลุ่มวิสาหกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งภาคการผลิต การค้า และบริการ ซึ่งมีมากกว่า 0.52 ล้านแห่งทั่วประเทศ ซึ่งยังคงประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอยู่เป็นจำนวนมาก เท่าที่ผ่านมาทางภาครัฐได้ใช้ความพยายามแก้ปัญหาด้านการเงินของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างจริงจังมากขึ้นโดยลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐบาลปัจจุบันที่ได้ให้การสนับสนุนแหล่งเงินทุนผ่านสถาบันการเงินเฉพาะกิจและธนาคารพาณิชย์ต่าง ๆ อย่างมีเป้าหมายที่ชัดเจน ตลอดจนเร่งพัฒนาตลาดทุนให้วิสาหกิจที่ต้องการพัฒนาตัวเองสามารถระดมเงินทุนจากประชาชนโดยทั่วไปได้โดยตรง เพื่อเป็นแหล่งระดมทุนระยะยาว แต่ถึงกระนั้นก็ตาม ปัญหาในการใช้บริการทางการเงินกับผู้ประกอบการรายย่อยในชนบทและในเมือง และวิสาหกิจชุมชนก็ยังคงมีอยู่ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

จากการที่ตลาดเงินได้เปิดกว้างมากขึ้น เพื่อให้ความช่วยเหลือต่อกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ทั้งที่เป็นวิสาหกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ/หรือวิสาหกิจชุมชนซึ่งในกลุ่มเหล่านี้จะมีผู้ประกอบการรายเล็ก ๆ (Micro Enterprises) และเกษตรกรที่ต้องการทำธุรกิจเสริมกิจกรรมการผลิตหลักปะปนอยู่เป็นจำนวนมาก การมีองค์การทางการเงินเกิดขึ้นมากมาย อาทิ สหกรณ์ออมทรัพย์ เครดิตยูเนียน หรือกลุ่มสัจจะออมทรัพย์ กองทุนหมู่บ้าน เป็นต้น เป็นแหล่งเงินทุนในระดับท้องถิ่นเหล่านั้น จึงนับเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างสภาพคล่องให้กับตลาดเงินในชนบทได้อีกทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม จากการที่รัฐบาลดำเนินนโยบายหลายด้านในลักษณะที่ทำให้ตลาดเงินในชนบทเปิดกว้างดังกล่าวอย่างไม่เคยมีมาก่อน เพื่อมุ่งเน้นให้การพัฒนาชนบทเป็นกลไกอย่างหนึ่งในการฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของประเทศตามนโยบาย Dual-track Economy โดยมีโครงการสำคัญ ๆ เช่น

- ธนาคารชุมชน
- กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง
- วิสาหกิจ (หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์)
- โครงการพักหนี้เกษตรกรรายย่อย 3 ปี
- การฟื้นฟูการประกอบอาชีพของเกษตรกรหลังพฤษภาคมนี้ เป็นต้น

การที่รัฐบาลได้กำหนดทิศทางไว้อย่างชัดเจนในการให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุนให้ชุมชนสามารถพัฒนาวิสาหกิจของตนเอง โดยอาศัยทรัพยากรของชุมชนทั้งในส่วนทางกายภาพและทุนทางสังคม โดยเฉพาะองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่ผสมผสานกับคุณค่าและวัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วยทำให้ชุมชนสามารถพลิกกำลังใช้ทุนเหล่านี้มาช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการจัดการทรัพยากรและทุนที่มีอยู่อย่างหลากหลายให้เกิดระบบเศรษฐกิจในฐานะรากหญ้าที่เข้มแข็ง สร้างความเชื่อมั่นให้กับวิสาหกิจชุมชน ซึ่งในที่สุดจะฟื้นฟูสภาพการใช้ทรัพยากรและการผลิต การค้า และบริการ ในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพอีกครั้งหนึ่ง เป็นการเสริมสร้างรายได้และความมั่นคงให้กับครอบครัวและชุมชน ตลอดจนเป็นฐานรากที่จะยกระดับวิสาหกิจในระดับชุมชนให้แพร่กระจายขยายตัวจนเป็นส่วนสนับสนุนให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ในส่วนต่อไปนี้จะวิเคราะห์ เพื่อขยายความให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของนโยบายของรัฐบาลกับวิสาหกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวม โครงการสนับสนุนตลาดเงินในชนบทที่สำคัญที่สุด 2 โครงการดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ได้แก่ โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง และโครงการธนาคารประชาชน ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนตามแนวทางการส่งเสริมของรัฐบาล

ความเชื่อมโยงระหว่างนโยบายของรัฐบาลกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกร

ภาพรวมในอดีตที่ผ่านมาภาครัฐได้ให้ความช่วยเหลือด้านแหล่งเงินทุนในชนบทผ่านไปยังสถาบันการเงินของรัฐที่สำคัญ คือ ธ.ก.ส. ซึ่งจัดตั้งขึ้น เพื่อให้เป็นสถาบันการเงินที่มีบทบาทในการอำนวยสินเชื่อให้แก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตร แต่ต่อมาในยุคปัจจุบัน รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาคชนบทในการที่จะช่วยฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจให้ฟื้นสภาพวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ประเทศกำลังประสบอยู่ จึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญด้านการพัฒนาชุมชนชนบทมากยิ่งขึ้น ธ.ก.ส. จึงได้หันมาปรับเปลี่ยนบทบาทเพื่อให้แนวนโยบายของรัฐดังกล่าว เนื่องจากแต่เดิมที่ดำเนินงานมีจุดมุ่งหมาย เพื่อพัฒนาการเกษตรโดยการให้ความช่วยเหลือที่เน้นด้านการสนับสนุนสินเชื่อแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น ช่วยให้เกษตรกรมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นไม่มากเท่าที่ควรและยังอาจทำให้การพัฒนาชนบทในระยะยาวขาดความสมดุลและไม่ยั่งยืน

ดังนั้นปัจจุบัน ธ.ก.ส. จึงต้องปรับกลยุทธ์การดำเนินงานไปสู่การเป็นสถาบันการเงิน เพื่อการพัฒนาชนบทที่สามารถให้บริการทางการเงินครบวงจร โดยมุ่งเน้นปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต สนับสนุนวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าในชนบท ส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงเครือข่ายทางด้านการผลิตและการตลาด เพื่อประโยชน์ของเกษตรกรและประชาชนผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนการให้กระบวนการเรียนรู้ในชนบท เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ซึ่ง ธ.ก.ส. มีแนวนโยบายที่จะเชื่อมโยงนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนและแก้ปัญหาของชุมชนในชนบท เข้ากับกลยุทธ์ขององค์กร อาทิ การเร่งรัดฟื้นฟูเกษตรกรผู้พักชำระหนี้ โดยการให้ความช่วยเหลือผ่านศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีประจำตำบล การจัดทำแผนแม่บทชุมชนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน การพัฒนาฐานข้อมูลทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ระดับตำบล การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในองค์กร ธ.ก.ส. การสนับสนุนการตลาดเพื่อชุมชน โดยดำเนินการหลักสหกรณ์ เป็นต้น

นอกจากการปรับปรุงกลยุทธ์ดังกล่าวแล้ว ธ.ก.ส. ได้มีการวางกลยุทธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจโดยมีการวางแผนการปรับโครงสร้างองค์กร เพื่อรองรับการพัฒนาชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน สนับสนุนความรู้และเงินทุนแก่ธุรกิจชุมชนใน 2 กลุ่มหลัก คือ ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชน โดยมีเป้าหมายสนับสนุนเงินทุน 3 ปี ในวงเงินประมาณ 26,000 ล้านบาท ตลอดจนมีนโยบายที่จะให้การสนับสนุนกองทุนหมู่บ้าน โดยการให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยเหลือในการบริหารจัดการตามที่กองทุนร้องขอ อีกทั้งร่วมกับชุมชนในการพัฒนากองทุนหมู่บ้านให้สามารถทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินประจำหมู่บ้าน ซึ่งรายละเอียดของการจัดตั้งและผลการดำเนินงานของโครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

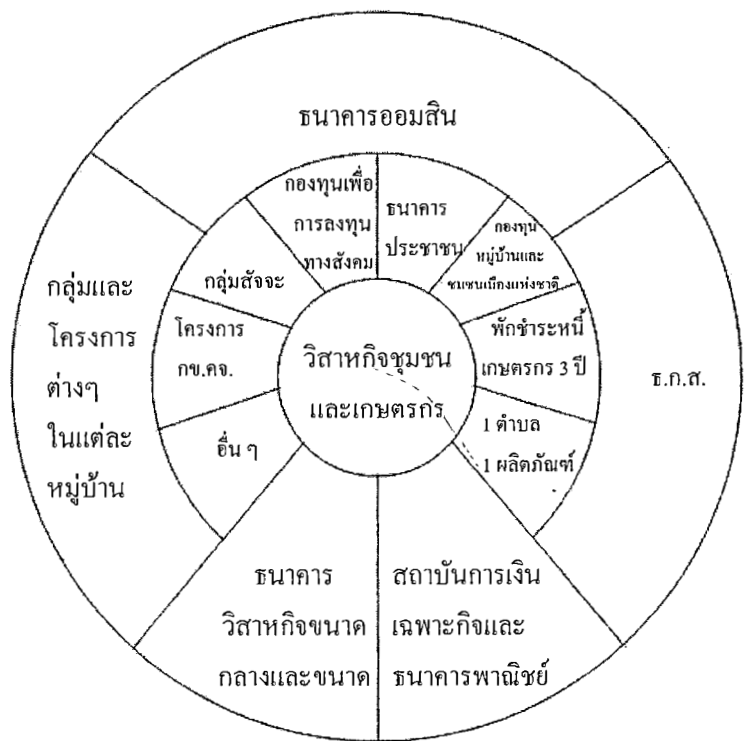
นอกจากนี้ ธนาคารออมสิน ในปัจจุบันได้พัฒนาขยายบทบาทด้านการกระจายสินเชื่อไปสู่ชนบท โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการสร้างรายได้และการกระจายความเจริญสู่ส่วนภูมิภาคของประเทศในรูปแบบของการให้สินเชื่อโดยตรงแก่ประชาชน ในด้านการบริการสินเชื่อแก่โครงการลงทุนเพื่อผลิตสินค้าและบริการในส่วนภูมิภาคอันจะเป็นการสนับสนุนความต้องการของเงินทุนของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจได้อีกทางหนึ่ง และจากการที่รัฐบาลมีนโยบายให้จัดตั้งธนาคารเพื่อสนับสนุนนโยบายดังกล่าว และจากการที่รัฐบาลมีนโยบายให้จัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการปรับเปลี่ยนสภาพของ บอย. ให้ทำหน้าที่เป็นธนาคารสำหรับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงทำให้อเนก บอย. จะเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนในชนบทไทยมากยิ่งขึ้น โดยลำดับ

ในปัจจุบัน ยังมีกลุ่มและ โครงการต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งเงินทุนของระบบ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนโดยกลุ่ม/สหกรณ์/โครงการ/กองทุนต่าง ๆ เหล่านี้ได้จัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น

- กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการเกษตร ซึ่งตั้งโดยได้รับการส่งเสริมและแนะนำจากกรมพัฒนาชุมชน เพื่อให้ประชาชนรู้จักประหยัด อดออมแล้วนำมาสะสมรวมกันเป็นกองทุน และนำเงินมาช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการประกอบอาชีพหรือเป็นค่าใช้จ่ายยามจำเป็น

- โครงการแก้ไขปัญหาค่าความยากจน (กข.คจ.) เป็นโครงการที่สร้างโอกาสให้ครัวเรือนยากจน มีเงินทุนประกอบอาชีพให้เกิดรายได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามเกณฑ์ความจำเป็นพื้นฐาน โดยมอบอำนาจให้คณะกรรมการกองทุน โครงการแก้ไขปัญหาค่าความยากจนประจำหมู่บ้าน เป็นองค์กรรับผิดชอบบริหารจัดการเงินทุนของหมู่บ้าน และมีเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนเป็นผู้เสริมสร้างสนับสนุนและช่วยเหลือการดำเนินงานเป็นการสนับสนุนเงินทุนในระดับหมู่บ้านให้แก่ครัวเรือน เป้าหมายยืมไปประกอบอาชีพโดยไม่มี

- กองทุนลงทุนเพื่อการลงทุนทางสังคม (กลส.) เป็นกองทุนของรัฐบาลที่ได้กู้เงินจากธนาคารโลกเพื่อจัดตั้งกองทุนขึ้น โดยมีธนาคารออมสินเป็นผู้บริหารจัดการ เป็นลักษณะเงินให้เปล่า จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสนับสนุนชุมชนและท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองร่วมกัน โดยจะให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มต่าง ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มคนยากจน กลุ่มสตรี และผู้ด้อยโอกาสในสังคม เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 การเชื่อมโยงระหว่างนโยบายของรัฐบาลกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
วิสาหกิจชุมชน และเกษตรกร

โครงการสนับสนุนตลาดเงินในชุมชนที่สำคัญ

โครงการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง

กองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองเป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นตามแนวนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลที่จะสนับสนุนชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ สามารถพัฒนาเป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป สอดรับกับปรัชญา “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 โดยรัฐบาลได้จัดตั้งกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อให้เป็นแหล่งเงินทุนในการลงทุนเพื่อสร้างอาชีพเสริม อันจะนำมาซึ่งรายได้ของประชาชนและวิสาหกิจเล็กในชุมชน

โครงการจัดตั้งธนาคารประชาชน

ธนาคารประชาชนเป็นโครงการที่จัดตั้งขึ้นตามแนวนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้ประชาชนทุกคนสามารถใช้บริการทางการเงินได้อย่างเท่าเทียมกัน ส่งเสริมประชาชนผู้ด้อยโอกาสสามารถเข้าสู่ระบบการเงินที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดย่อมให้มีเงินทุนเพื่อการประกอบการ โดยธนาคารออมสินเป็นธนาคารที่รับสนองนโยบายดังกล่าวในการจัดตั้งโครงการธนาคารประชาชน ซึ่งมีบริการอยู่ในทุกสาขาของธนาคารทั่วประเทศ 584 สาขา

โครงการจัดตั้งธนาคารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รัฐบาลมีโครงการที่จะให้ บอย. ขยายการสนับสนุนแก่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มากขึ้น ตลอดจนการปรับปรุงสถานะ บอย. ให้เป็น “ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย” ทั้งนี้สำนักงานเศรษฐกิจการคลังนับเป็นหน่วยงานร่วมสำคัญในการยกร่างพระราชบัญญัติธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยขึ้น ซึ่งในร่างพระราชบัญญัตินี้จะขุดลึก บอย. โดยให้โอนบรรดากิจการ สินทรัพย์ หนี้สิน ทุน กำไรสะสม เงินสำรอง สิทธิและความรับผิดชอบของ บอย. รวมทั้งพนักงาน ลูกจ้าง ไปเป็นของธนาคารที่จะจัดตั้งขึ้นใหม่เพื่อให้สามารถบริการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้อย่างครบวงจร สามารถให้บริการทางการเงินได้ใกล้เคียงกับธนาคารพาณิชย์ ทั้งการให้สินเชื่ออื่นนอกเหนือจากการกู้ยืมโดยตรง เช่น การทำแฟคตอริ่งและลิสซิง การทำธุรกิจเงินตราต่างประเทศ เพื่อให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้อย่างทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการให้บริการด้านการรับฝากเงินจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นลูกค้าของธนาคารเพื่อให้ประโยชน์ในการให้บริการและติดตามความเคลื่อนไหวของลูกค้า โดยสามารถรับเงิน ฝากเงินทางบัญชีกระแสรายวันได้ รวมมีการบริหารจัดการควบคู่กันไปด้วยกัน อันจะเป็นการพัฒนาช่วยเหลือส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีความอ่อนแอแต่มีศักยภาพที่มีอยู่เป็นจำนวนมากช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่รอดเข้มแข็ง และสามารถช่วยเหลือตนเองได้

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านการตลาดและการส่งออก

แนวทางการแก้ปัญหาของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงควรมีการนำจุดแข็งมาใช้เสริมกับโอกาสทางการตลาดและการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมภายนอก โดยการศึกษา

ทิศทางของความต้องการของตลาดก่อนการลงมือผลิต หรือก่อนการเข้าสู่ตลาด กรณีของผู้ประกอบการรายใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ

เริ่มต้นโดยการสำรวจและการวิจัยทางการตลาด หรืออีกนัยเป็นการเน้นที่ความต้องการของตลาด (Market Oriented) แทนการผลิตแบบเดิมที่เป็นผลิตตามความถนัด (Product Oriented) ซึ่งจะทำให้สินค้าที่มีออกสู่ตลาดมีโอกาสประสบความสำเร็จในอัตราที่สูง เป็นโอกาสของทั้งผู้ผลิตที่ทำการจำหน่ายสินค้าหรือบริการเอง หรือดำเนินการตลาดผ่านผู้ค้าปลีกและค้าส่ง สามารถเจาะตลาดเป้าหมายได้

ในปัจจุบันจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องพัฒนาการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานมากขึ้นมีคุณภาพสม่ำเสมอ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ส่งออกต้องจัดอยู่ในมาตรฐานโลก (Global Standard) รวมถึงการสร้างตราสินค้า (Brand name) เพื่อยืนยันความเป็นเจ้าของ ซึ่งถ้าสินค้าและบริการเป็นที่ต้องการของตลาดแล้ว ก็จะสามารถแข่งขันกับสินค้าชั้นนำในยุคตลาดเสรีได้

การดำเนินการด้านการตลาดดังกล่าวอาจทำให้เกิดลักษณะการจัดเป็นกลุ่ม (Cluster) ของอุตสาหกรรมภายในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) เดียวกัน ทั้งในแนวนอนและแนวราบ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต ข้อมูลข่าวสารและความรู้ซึ่งกันและกัน ทำให้สามารถผลิตสินค้าตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตใน Supply chain และกลุ่มลูกค้าเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีต้นทุนต่ำกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

อาจเป็นลักษณะการรวมตัวเพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันของแต่ละสาขา สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ อาทิ เครือข่ายของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในภาคเหนือที่มีการประสานงานกับบริการขนส่งเพื่อนำลูกค้าซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมายังแหล่งผลิต ซึ่งผู้ผลิตมีการสำรวจตลาดทำให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อผลิตสินค้าในรูปแบบที่เป็นที่พอใจของลูกค้า เป็นต้น ขณะเดียวกันต้องมองคู่แข่งเป็นหุ้นส่วนทางกลยุทธ์ (Strategic Partners) ที่ต้องอยู่และไปด้วยกัน

นอกจากนี้ยังควรมีการคำนึงถึงการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี โดยนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) มาใช้ในภาคธุรกิจมากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมาก และมีความต้องการที่หลากหลายขึ้น รวมถึงช่วยลดปัญหาด้านการคมนาคมขนส่งได้อีกทางหนึ่ง

ในส่วนภาคการค้า มีแนวทางอื่นที่สามารถนำมาเสริมและลักษณะค่อนข้างเฉพาะเพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม นั่นคือ ควรมีการดำเนินการควบคุมการขายสินค้าราคาต่ำกว่าทุนของกิจการค้าสมัยใหม่ โดยอาจมีการตั้งราคาสินค้ามาตรฐาน หรือออกกฎในรูปแบบของการจำกัด

จำนวนครั้งของการจัดรายการส่งเสริมการขายในแต่ละปี รวมทั้งอาจมีการเก็บภาษีบำรุงท้องถิ่น ของธุรกิจข้ามเขต และนำมาพัฒนาพื้นที่ตลาดหรือให้มีการสนับสนุนการพัฒนาร้านค้าปลีกแบบ ดั้งเดิมให้ทันสมัยเพื่อให้ธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิมสามารถพัฒนาตัวเองให้มีประสิทธิภาพมาก ขึ้นพอที่จะดำเนินธุรกิจควบคู่ไปกับการค้าสมัยใหม่ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ผู้บริโภคได้รับ ประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกัน

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านบุคลากรและผู้ประกอบการ

ในการแก้ปัญหาทางด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม อาจจำแนกออกเป็น 2 ส่วน โดยในส่วนแรกเป็นการพัฒนาระบบการศึกษา ที่จะต้องมีการ พัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านคุณภาพการศึกษาซึ่งเป็นแนวทางในระยะยาว ในการปรับปรุงหลักสูตร และการเรียนการสอนโดยให้ความสำคัญกับความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ภาษาที่ คำนึงถึงการใช้งานได้จริง ทั้งในการพูด ฟัง อ่าน เขียน รวมถึงในด้านจรรยาบรรณเพื่อให้ บุคลากรที่จบออกมาที่ทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน ขยัน ซื่อสัตย์ อดทน ตรงต่อเวลา เป็นต้น

ส่วนที่สอง เป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่อยู่ในระบบการทำงาน ในที่นี้จะหมาย รวมถึงทรัพยากรมนุษย์ที่อยู่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และที่อยู่นอกระบบการศึกษา แล้ว โดยแนวที่ใช้จะแตกต่างกันไปตามภารกิจของบุคคลในการทำงานหรือในธุรกิจ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

1. ลูกจ้าง

การพัฒนาในกลุ่มนี้จะเป็นการให้ความสำคัญการฝึกอบรม (Training) และการยกระดับ (Upgrading) เพื่อให้บุคลากรมีคุณภาพและทันสมัยอยู่เสมอ โดยสถาบันฝึกอบรมต่าง ๆ ในกรณี การฝึกอบรมและยกระดับทักษะทั่วไป และสถาบันเฉพาะทาง ในกรณีหลักสูตรความรู้เฉพาะใน ระดับที่สูงขึ้นไป รวมถึงสถาบันการศึกษาตามภูมิภาคที่ให้การสนับสนุนความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา ท้องถิ่น เพื่อนำไปปรับใช้ได้กับท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งส่วนนี้มีการดำเนินการอยู่บ้างแล้วของหน่วยงาน ต่าง ๆ ทั้งในภาครัฐและหน่วยงานอื่นซึ่งไม่ได้รับการสนับสนุนด้านการฝึกอบรมบางส่วนจาก องค์กรต่างประเทศทำให้เสียค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก

2. ผู้ประกอบการ

สำหรับในกลุ่มผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การฝึกอบรมจะมีส่วน ช่วยในการพัฒนาระดับการบริหารจัดการไปด้วย แต่กระนั้นบุคลากรในกลุ่มนี้ยังมีความแตกต่าง กันในระดับของการศึกษา ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

มากที่สุด ในการให้ความรู้หรือฝึกอบรมจึงควรแตกออกเป็น 2 ส่วน คือ การฝึกอบรมในลักษณะ เบ็ดเสร็จ และการฝึกอบรมเฉพาะส่วน

การฝึกอบรมแบบเบ็ดเสร็จ เป็นการให้ความรู้ในการทำธุรกิจหนึ่ง ๆ ที่ครอบคลุมในทุก ด้านเพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์จริงได้ทันที หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการฝึกอบรมเพื่อเป็น ผู้ประกอบการโดยเริ่มตั้งแต่การจัดตั้งธุรกิจ การดำเนินการในส่วนของการบริหารงาน การบัญชี การตลาดและการขาย ซึ่งหน่วยงานที่จะดำเนินงานดังกล่าวควรเป็นหน่วยงานเฉพาะที่ได้รับการ จัดตั้งขึ้นมาเพื่อการฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการในธุรกิจเบเกอรี่ เป็นต้น โดยผู้ที่เข้ารับการ ฝึกอบรมอาจเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่แต่มีปัญหาในการดำเนินงาน เนื่องจากมีการศึกษา ในระดับล่าง หรือผู้ที่ต้องการจะเข้ามาสู่การเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม แต่ขาดความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจของตนเองให้มีแผนธุรกิจที่ชัดเจน และมีการปรับปรุงตลอดเวลา แผนธุรกิจเปรียบเสมือนหัวใจของการประกอบการ โดยเน้น เป้าหมายแผนธุรกิจไปที่การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการ การกำหนดคุณค่าเพิ่มให้กับ ลูกค้า การเข้าใจความต้องการของตลาดและนวัตกรรมใหม่ ๆ ส่วนแผนการเงินจะเป็น องค์ประกอบตามมาตรฐานแผนธุรกิจ

การฝึกอบรมเฉพาะส่วน จะเป็นการให้ความรู้เพื่อพัฒนาและยกระดับการบริหารจัดการ สำหรับผู้ประกอบการในปัจจุบัน หรือผู้ที่เข้ามาสู่ธุรกิจในอนาคตที่พอจะมีความรู้อยู่บ้าง หรือมี การศึกษาอยู่ในระดับปานกลางขึ้นไป ดังนั้น ในส่วนนี้จึงเป็นการยกระดับความรู้ในบางส่วนของ ขาดไปในเฉพาะด้าน เช่น หลักสูตรการจัดการด้านระบบบัญชีสำหรับธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม เป็นต้น

ผู้ประกอบการต้องมีความโปร่งใสในการบริหารงาน โดยมีความรับผิดชอบต่อหุ้นส่วน ต่อสถาบันการเงิน การเสนอข้อมูลที่เป็นจริง เพราะจะเป็นประโยชน์ทำให้สามารถวิเคราะห์ สถานการณ์ได้แม่นยำจากพื้นฐานตัวเลขที่เป็นจริง และสามารถเชื่อถือกับผู้อื่นได้ สร้างเครือข่าย ได้ เชื่อมโยงผนึกกำลังได้สะดวกขึ้น

นอกจากนี้ ในระบบเศรษฐกิจสังคมฐานความรู้ในปัจจุบัน รัฐควรให้ความสำคัญกับ หลักสูตรฝึกอบรมทางด้าน IT และ ICT เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้ระบบการบริหาร จัดการที่มีประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และส่งเสริมการพัฒนาตัวเองในการติดตามข้อมูลข่าว ทั้งนี้ใน การกำหนดหลักสูตรสำหรับสถาบันที่ทำการฝึกอบรม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะ ของบุคลากรใน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั่นคือ

- ภาคการผลิต สถานประกอบการภาคการผลิตควรมีผู้ที่มีความรอบรู้ในทุก ๆ ด้าน เนื่องจากการประกอบการผลิตนั้นจะครอบคลุมถึงการผลิต เทคโนโลยี การตลาด (ในและต่างประเทศ) ซึ่งรัฐสามารถจัดฝึกอบรมในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องด้านต่าง ๆ เหล่านี้ โดยสถานบันที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน ทั้งสถาบันฝึกอบรมทั่วไป และสถาบันเฉพาะทางสำหรับบางอุตสาหกรรม

- ภาคการค้า ส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดเล็ก และเป็นในลักษณะดำเนินการเอง (ธุรกิจส่วนบุคคลไม่ใช่ลูกจ้าง) ดังนั้น ในการฝึกอบรมจึงควรให้ความรู้แบบ “เล่าแก่” รุ่นใหม่ รู้ทุกด้านโดยเน้นด้านการตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ในปัจจุบันหน่วยงานรัฐบาลหลายหน่วยงานได้มีการฝึกอบรมอยู่แล้ว เช่น กรมการค้าภายใน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

- ภาคบริการ ค่อนข้างจะมีความหลากหลายอยู่มาก หลักสูตรการฝึกอบรมจึง ควรพิจารณาถึงศักยภาพของธุรกิจบริการประกอบด้วย กล่าวคือ ธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในระดับตลาดในประเทศหรือตลาดต่างประเทศ เช่น ในกรณีการท่องเที่ยว โรงแรม และภัตตาคาร

สถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นขนาดย่อม อาจต้องเน้นในส่วนของการเป็นนานาชาติมากขึ้น นอกจากนี้อาจส่งเสริมให้ภาคเอกชนที่มีความชำนาญจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับด้านบริการมากขึ้น เช่น ในปัจจุบันบางโรงแรมก็มีสอนเกี่ยวกับการบริหารจัดการโรงแรม การทำอาหาร หรือบางสถานประกอบการก็จัดสอนนวดแผนโบราณ เป็นต้น เนื่องจากภาคเอกชนมีศักยภาพในการฝึกอบรมมากกว่าภาครัฐ

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านการเงิน

สนับสนุนด้านการเงินโดยให้ วิทยาลัยขนาดกลางและขนาดย่อม พึ่งพาทุนในระบบการเงินมากขึ้น โดยแก้ไขจุดอ่อนในเรื่องการวางระบบบัญชีและการวางแผนให้กับ วิทยาลัยขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมรสถาบันการเงินของรัฐ เช่น บสย. เป็นผู้ประกันสินเชื่อและ สกป. ทำหน้าที่ให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาด้านการเงินในลักษณะครบวงจร เป็นต้น เพื่อให้วิทยาลัยขนาดกลางและขนาดย่อม มีความเข้มแข็งทางด้านด้านเงินมากขึ้น

เน้นการมีส่วนร่วมกับภาคเอกชนมากขึ้น โดยเฉพาะกับการระดมทุนจากภาคเอกชนผ่านตลาดหลักทรัพย์ หรือพันธบัตร และตราสารต่าง ๆ ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการจัดตั้งกองทุนระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐในการพัฒนาวิทยาลัยขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาภาพรวม พบว่า ปริมาณสินเชื่อในระบบที่เข้าสู่ชุมชนชนบท โดยผ่าน ธ.ก.ส. ธนาคารพาณิชย์ โครงการพิเศษ และกองทุนต่าง ๆ ทั้งที่เกิดจากแนวนโยบายและโครงการให้ความช่วยเหลือของรัฐบาล และทั้งที่เกิดจากแนวนโยบายของแต่ละชุมชนเองนั้นมีอยู่อย่างมากมาย และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี แต่ปัญหาสำคัญคือปริมาณสินเชื่อที่ตกแก่ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม (Macro Enterprises) และชุมชนกลุ่มที่ยากจนยังมีน้อยหรือมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะสินเชื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนชนบทหรือชุมชนเมืองกลุ่มยากจนเพื่อใช้ปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาอาชีพของตน

การให้บริการสินเชื่อแก่วิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดจิ๋ว ถ้าจะอาศัยแต่เพียงกลไกของสถาบันการเงินของทางราชการที่มีสาขาอยู่ทั่วประเทศเข้าไปอำนวยการสินเชื่อคงไม่เพียงพอ การเชื่อมโยงของสถาบันต่าง ๆ ในชุมชนท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้แน่ใจว่าประชาชนในชนบทเข้าถึงแหล่งสินเชื่อที่มีอยู่

การให้สินเชื่อแก่ประชาชนชุมชนชนบทนี้ควรเป็นการให้สินเชื่อที่มีได้มุ่งแต่ด้านการผลิตหรือใช้ในการดำเนินงานแต่เพียงอย่างเดียว แต่จะต้องให้ผู้รับสินเชื่ออยู่ได้ ซึ่งอาจจะต้องให้ครอบคลุมการบริโภคผนวกเข้าไปด้วย นอกเหนือจากการให้สินเชื่อในลักษณะอื่น ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือชุมชนชนบทที่มีฐานะยากจนให้ได้รับการศึกษาและรักษาพยาบาลในรูปสวัสดิการฟรีอย่างทั่วถึง การให้ความช่วยเหลือด้านสินเชื่อเพื่อการลงทุนในการประกอบอาชีพใหม่หรือพัฒนาอาชีพเดิมต้องควบคู่ไปกับการให้ความรู้ คำแนะนำปรึกษาและอาชีพใหม่ ๆ ที่รัฐบาลเข้าไปให้การสนับสนุนส่งเสริมต้องมั่นใจได้ว่าจะมีโอกาสประสบความสำเร็จ มีความเสี่ยงที่จะล้มเหลวต่ำ

นอกจากนี้ ในด้านการใช้เงินทุนหรือเงินสินเชื่อของเกษตรกรหรือผู้กู้จะต้องมีกระบวนการเข้าไปกำกับเพื่อให้เกิดการใช้อย่างระมัดระวัง ชาญฉลาด และมีประสิทธิภาพ คือจะต้องการวางแผนการใช้เงินอย่างรอบคอบ การเชื่อมโยงทั้งด้านการผลิต การตลาด รวมทั้งการเสริมสร้างการบูรณาการความรู้ที่เกี่ยวข้องรอบด้าน ทั้งการผลิต การดำเนินธุรกิจ และการตลาดเพื่อนำไปสู่การใช้เงินทุนที่มีอยู่อย่างมากมายเหล่านี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ การให้ความช่วยเหลือขนาดจิ๋วและวิสาหกิจชุมชนชนบทนั้นจะต้องให้คำปรึกษาหรือสนับสนุนในลักษณะที่บูรณาการทุกเรื่องเข้าด้วยกันแก่ผู้ประกอบการ

แนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยี และเทคโนโลยีสารสนเทศ

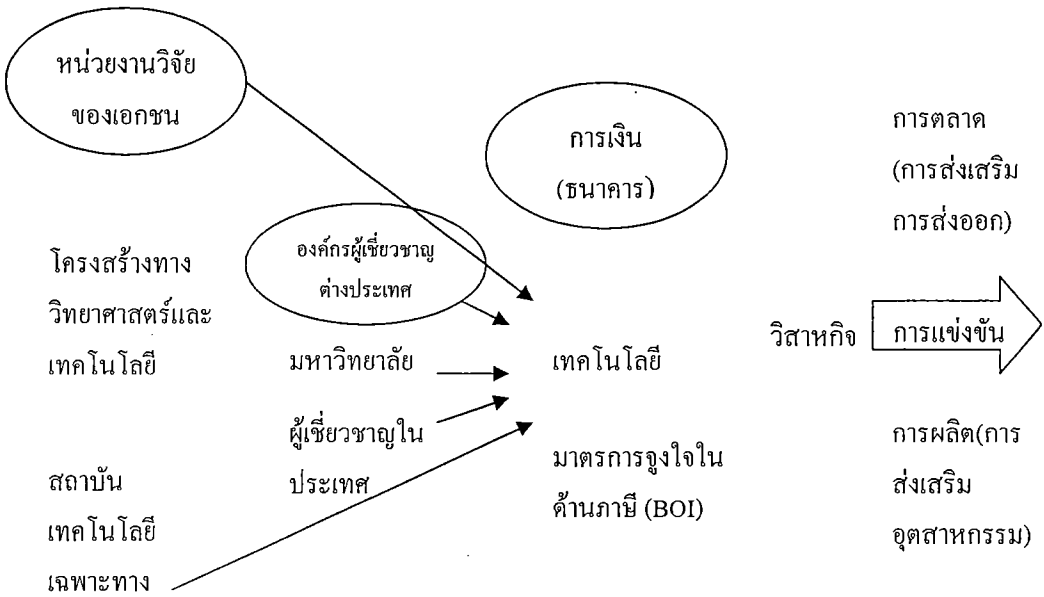
ปัจจุบันเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาไปอย่างต่อเนื่องมีหน่วยงานภาครัฐหลายหน่วยงานที่มีบทบาทในการสนับสนุน หากแต่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่ไม่ได้เข้ารับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐ อันเนื่องมาจากตัวผู้ประกอบการเองที่ไม่ค่อยให้ความสำคัญ รวมถึงหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องขาดการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ให้เห็นถึงประโยชน์ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ดังนั้นแนวทางในการแก้ไข คือ หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะเขตอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์

รณรงค์ให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มาใช้ประโยชน์จากกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่ทางหน่วยงานได้ให้การสนับสนุน

ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และหน่วยงานภาครัฐจะทำให้เกิดผลดี คือ ทำให้การพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นไปในทางที่เหมาะสมตามความต้องการของผู้ใช้อย่างแท้จริง และทำให้สถานภาพการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดีขึ้น ขณะเดียวกัน หน่วยงานภาครัฐก็ควรมุ่งเน้นในเรื่องการให้ความรู้เชิงแนะนำผ่านการฝึกอบรมแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ขยายวงกว้างมากขึ้น หาวิธีถ่ายทอดเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้ผู้ประกอบการนำไปใช้ในทางปฏิบัติมากขึ้นเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ในการใช้ประโยชน์จากระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงควรมีการติดตามประเมินผลของการดำเนินการว่าสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการเข้ามารับเทคโนโลยีไปใช้มากขึ้นน้อยเพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการเพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงต่อไป

สำหรับแนวทางอื่นที่ภาครัฐควรมีการดำเนินการเพื่อให้มีการทำธุรกรรมทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น คือ ควรเร่งดำเนินการปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และจัดกฎหมายหรือระเบียบที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการออกกฎหมายเพื่อให้คุ้มครองผู้บริโภค เช่น การคุ้มครองผู้บริโภคจากการรบกวนของขยะอิเล็กทรอนิกส์ และควรกำหนดให้ผู้บริโภคในการบอกเลิกสัญญาและคืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด (Cooling off Period) อีกทั้งควรปรับปรุงกฎหมายให้สามารถป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ และจัดให้มีกลไกในการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของความสะดวกรวดเร็วในการระงับข้อพิพาทเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์

นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้เกิดการสร้างเครือข่ายในการทำงานเชื่อมโยงกับองค์กรพันธมิตรอย่างกว้างขวาง เพื่อสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างครบวงจร ดังเช่น กรณีโครงการสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย (Industrial Technology Assistance Program : ITAP) ที่เน้นให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างไรก็ตาม การที่จะให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีประสิทธิภาพได้นั้น ITAP ได้กำหนดบทบาทให้มีองค์ประกอบที่ครบถ้วน คือ มีทั้งเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญ เครือข่ายข้อมูล และเครือข่ายบริการเทคนิค กล่าวคือ มีผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคและเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งอาจจำเป็นต้องระดมมาจากภาคมหาวิทยาลัย ศูนย์วิจัยต่าง ๆ ภาคเอกชน ทั้งในและต่างประเทศ มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในวิสาหกิจประเภทต่าง ๆ ต้องการเพื่อทำการหาผู้เชี่ยวชาญให้ตรงตามความต้องการเพื่อช่วยแก้ปัญหาด้านการผลิต การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการยกระดับเทคโนโลยีให้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือวิสาหกิจชุมชนที่รับบริการ



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างเครือข่ายพันธมิตรของ ITAP

แนวทางในการแก้ปัญหาด้านการพัฒนานวัตกรรม

ในอดีตที่ผ่านมานโยบายเศรษฐกิจของประเทศมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมการลงทุนเพื่อการส่งออก โดยใช้ปัจจัยแรงงานและทรัพยากรเป็นหลัก มิได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของคนไทย ควรสร้างเงื่อนไขให้การส่งเสริมการลงทุนนำไปสู่การถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศสู่คนไทยให้มากที่สุด

ระบบการศึกษาและวิธีการเรียนการสอน ควรกระตุ้นให้นักเรียนหรือนักศึกษาคิดในเชิงวิเคราะห์ สามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงานให้ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนานวัตกรรม

ระบบและกิจกรรมการวิจัยและพัฒนาในประเทศไทยส่วนใหญ่ดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ ควรส่งเสริมกิจกรรมวิจัยและพัฒนาในมหาวิทยาลัยให้มีการเชื่อมโยงกับภาคเอกชน และโดยรัฐควรมีมาตรการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาให้แก่บริษัทเอกชนและนักวิจัยในหลายรูปแบบ ทั้งมาตรการด้านภาษี ด้านการเงิน หรือการส่งเสริมการลงทุน

การส่งเสริมการผลิตบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาให้สามารถผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพให้มีปริมาณมากขึ้น

แนวทางในการปรับระบบบริหารจัดการของภาครัฐ

นโยบายที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน สามารถช่วยปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการประกอบการของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้เป็นอย่างดี ควรที่จะดำเนินการต่อไป และควรมีการประเมินผลการดำเนินงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพว่าครอบคลุม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากน้อยเพียงใด และส่งผลให้ผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ได้มากน้อยเพียงใด

กรอบนโยบายที่ควรดำเนินการในอนาคต ได้แก่

1. สนับสนุนส่งเสริมธุรกิจที่มีศักยภาพและยั่งยืน หมายถึง ธุรกิจที่ไทยได้เปรียบเทียบกับแข่งขัน (Competitive Advantage) และเหมาะสมในแง่ภูมิศาสตร์ของประเทศ อาสา และวัฒนธรรม ซึ่งได้แก่ ธุรกิจ 3 ประการ คือ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจท่องเที่ยว และหัตถกรรม อีกทั้งเป็นธุรกิจที่ไม่ส่วนกระแสโคตร คือไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และยังเป็นธุรกิจที่ไม่เปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วย

2. การส่งเสริมให้มีการจัดทำระบบฐานข้อมูล ทั้งด้านการผลิต การค้าบริการ การตลาด เทคโนโลยี เพื่ออำนวยความสะดวกแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้มีความเที่ยงตรง ทันสมัย สะดวก และรวดเร็ว

3. การส่งเสริมให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการใช้ E-Business E-Commerce และ ICT เข้ามาเสริมด้านการจัดหา Supply เพิ่ม ประสิทธิภาพกระบวนการผลิต การบริหารจัดการ การจำหน่ายสินค้า และยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการ เป็นต้น

4. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา ในการวิจัยและพัฒนาที่เน้นผลประโยชน์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น รวมถึงการสร้างนวัตกรรมที่ใช้ทุนไม่สูงมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยกระดับมาตรฐานสินค้าในด้านบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเหมาะสม

5. สนับสนุนให้มีการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาในระดับต่าง ๆ เพื่อให้มีกำลังคนที่จะจบการศึกษาและฝึกอบรมมาช่วยส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้มีความเข้มแข็งและเติบโตได้อย่างยั่งยืน เช่น โครงการพัฒนาผู้ประกอบการรายย่อย โครงการอุ้มชูผู้ประกอบการรายใหม่ เป็นต้น

6. ส่งเสริมให้มีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยี มาตรฐานอุตสาหกรรม การตลาด การเงิน เทคโนโลยีสารสนเทศ การบัญชี เป็นต้น เพื่อพัฒนาและจัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมร่วมกัน รวมทั้งกระจายการฝึกอบรมไปยังภูมิภาคให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

7. แยกส่วนของการกำหนดนโยบาย การกำกับดูแล ส่งเสริม และประเมินผล ระหว่าง ส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นให้ชัดเจน เช่น ด้านกำหนดกรอบแผนแม่บทควรเป็นหน้าที่ของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่แผนระดับปฏิบัติการควรเป็นหน้าที่ของ พื้นที่ (Localities) ด้านการกำกับดูแลควรเป็นหน้าที่ของระดับพื้นที่ โดยมีภาคราชการให้การ สนับสนุนเป็นพี่เลี้ยงในระยะแรก และเมื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเติบโตได้ อย่างเข้มแข็งและสามารถดำเนินการต่อไปได้ด้วยตนเอง

8. ส่งเสริมให้มีการสร้างเครือข่ายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละพื้นที่ อาจจะเป็นในลักษณะของกลุ่ม (Cluster) เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ผลิตต่าง ๆ และ บริหารให้ครบวงจร ที่เรียกว่า Supply chain เช่นเดียวกับการจัดตั้งกลุ่มสหกรณ์ กล่าวคือมีการ เชื่อมโยงในระดับพื้นที่ ระดับเขต หรือระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และต่างประเทศ

9. ผลักดันการจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าทั้งในระดับจังหวัด ภูมิภาค ประเทศ และ ต่างประเทศ โดยอาศัยความร่วมมือของภาครัฐและเอกชน ศูนย์กระจายสินค้าจะมีหน้าที่ 4 อย่าง คือ การปรับสภาพสินค้า การเก็บรักษา การขนส่งสินค้า/กระจายสินค้า และการจำหน่ายสินค้า การ กระจายสินค้าสามารถทำได้ 3 รูปแบบ เช่น ระบบการให้สิทธิการดำเนินธุรกิจ (Franchise) กระจาย ผ่านคนกลาง และระบบ E-Commerce ส่วนการจำหน่ายสินค้าสามารถรวมกลุ่มจำหน่ายในลักษณะ Factory Outlet เช่น ศูนย์กระจายสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในแต่ละจังหวัด

10. สนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างครบวงจร ตั้งแต่เริ่มธุรกิจโดยการอำนวยความสะดวกในการขอใบอนุญาต ให้คำปรึกษา ฝึกอบรม เป็นพี่เลี้ยงให้อีกระยะหนึ่ง ให้การ สนับสนุนข้อมูลที่เป็น จัดหาแหล่งสินเชื่อและตลาด เป็นต้น ทั้งนี้จะต้องครอบคลุม ผู้ประกอบการทุกกลุ่ม ทั้งรายใหม่ รายเดิม และผู้ประกอบการในภูมิภาคและชุมชน

11. การจ่ายเงินงบประมาณของรัฐบาลตามโครงการต่าง ๆ ควรมุ่งหมายไปเพื่อสร้าง รายได้ให้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นหลัก เช่น การจัดซื้อจัดจ้างในโครงการต่าง ๆ เป็นต้น

12. ปรับปรุงโครงสร้างทางด้านอัตราค่าจ้างให้เหมาะสมกับระดับความสามารถของ แรงงาน

13. นโยบายที่เกี่ยวข้องกับระบบแรงจูงใจด้านรายได้ ภาษี และการส่งเสริมการลงทุนของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องไม่ต่ำกว่าอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

14. เร่งปรับปรุงมาตรฐานการบัญชีสำหรับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะเนื่องจากปัจจุบันได้บังคับใช้มาตรฐานทางบัญชี ซึ่งกำหนดให้เหมือนกันในขนาดทุกธุรกิจ

15. การปรับลดอัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล สำหรับผู้ประกอบการที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่เกิน 5 ล้านบาท ซึ่งมีจำนวนถึงร้อยละ 85 ของบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่ยื่นเสียภาษี และการให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หักค่าเสื่อมได้ในอัตราพิเศษเพื่อลดหย่อนภาษีจะเป็นประโยชน์ในรูปของภาระภาษีที่ลดลงในปีแรก ๆ ของการลงทุน ซึ่งจะมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายการลงทุนได้มาก

16. การเร่งแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวกับการค้าปลีก และอุดช่องว่างของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว โดยการปรับปรุง พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว 2542 เพื่อพยายามลดข้อเสียเปรียบของการประกอบการธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมของไทยกับธุรกิจค้าปลีกข้ามชาติขนาดใหญ่ในปัจจุบัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data research design) โดยเป็นการรวบรวม วิเคราะห์เชิงปริมาณ และการวิเคราะห์เชิงคุณภาพงานวิจัยจากเนื้อหา (Content Analysis) โดยวิธีดำเนินงานวิจัยตามลำดับ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ตีพิมพ์และเผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2544-2548 รวม 5 ปี จำนวน 31 เรื่อง และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ตีพิมพ์และเผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2537-2548 รวม 12 ปี จำนวน 36 เรื่อง

วิธีการเลือกตัวอย่าง คือ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกรายงานวิจัยทั้งหมด

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้เครื่องมือ 2 ประเภท คือ

ก. แบบประเมินรายงานการวิจัย ใช้แบบประเมินที่สร้างขึ้น ประกอบด้วยคำถามปลายปิดจำนวน 23 ข้อ ได้แก่ ปัญหาวิจัยกำหนดไว้อย่างชัดเจน สมมติฐานได้รับการเขียนอย่างถูกต้อง ปัญหาวิจัยที่สำคัญมากพอที่จะวิจัย ข้อตกลงเบื้องต้นกำหนดไว้ชัดเจน ข้อจำกัดของการวิจัยได้รับการระบุครบถ้วน มีการนิยามคำจำกัดความเชิงปฏิบัติการอย่างชัดเจน มีการกล่าวถึงการออกแบบการวิจัยครบถ้วน การออกแบบการวิจัยมีความสอดคล้องกับปัญหาวิจัย กลุ่มตัวอย่างและประชากรมีการระบุและอธิบายอย่างชัดเจน กระบวนการรวบรวมข้อมูลมีความชัดเจน กระบวนการรวบรวมข้อมูลสอดคล้องกับปัญหาวิจัย ข้อมูลได้รับการตรวจสอบในด้านความเชื่อถือได้ สถิติที่วิเคราะห์เหมาะสมกับปัญหาวิจัยและวัตถุประสงค์ ใช้สถิติสอดคล้องและถูกต้องตามสมมติฐาน มีการเสนอผลวิเคราะห์อย่างเหมาะสม มีข้อสรุปถูกต้องตามหลักฐานข้อมูลที่เก็บมาได้ ข้อสรุป-กระทัดรัดและชัดเจน การอภิปรายกว้างขวางและลึกซึ้ง การสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรได้ถูกต้อง การเขียนรายงานด้วยภาษาที่ถูกต้อง การเขียนรายงานมีความชัดเจน สอดคล้องกับกระบวนการวิจัย การเขียนรายงานมีความสมเหตุสมผล การเขียนรายงานแสดง

ความไม่ลำเอียง และระบุให้ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนแต่ละหัวข้อในประเด็นที่ประเมินงานวิจัยตามเกณฑ์ที่ระบุระดับดังนี้

1. หมายถึง ไม่ดีเลย
2. หมายถึง ไม่ดี
3. หมายถึง ปานกลาง
4. หมายถึง ดี
5. หมายถึง ดีมาก

คำถามปลายเปิดประกอบด้วยข้อคำถาม ได้แก่ ชื่องานวิจัย ชื่อ-สกุล ปีที่พิมพ์ หน่วยงาน/สถาบันที่ทำงานวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง วัตถุประสงค์การวิจัย ผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ และมีคำถามปลายเปิด 1 ข้อ เป็นข้อเสนอแนะเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญเขียนเสนอแนะประเด็นที่เกี่ยวกับงานวิจัย ข้อดี ข้อเสีย จุดเด่น หรือจุดด้อยของงานวิจัย โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ รายละเอียดดัง ภาคผนวก ก

ข. แบบสรุปรายละเอียดงานวิจัยสร้างขึ้นโดยการสำรวจและจดบันทึกคุณลักษณะและรายละเอียดต่าง ๆ ที่สำคัญของงานวิจัยที่ผ่านการประเมินคุณภาพแล้ว ซึ่งประกอบด้วยแบบบันทึกรายการต่าง ๆ จำนวน 3 ตอน 27 ข้อ รายละเอียดดัง ภาคผนวก ข ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของงานวิจัย ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ชื่องานวิจัย ชื่อ-สกุลผู้ทำวิจัย ปีที่พิมพ์ หน่วยงาน/สถาบันที่ทำการวิจัย และประเภทงานวิจัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของงานวิจัย ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 16 ข้อ ได้แก่

- 1) เนื้อหาวิจัย
- 2) เนื้อหาที่ทำวิจัย
- 3) ประเด็นที่ทำวิจัย
- 4) จังหวัดที่ศึกษางานวิจัย
- 5) เนื้อหาวิชาที่ทำวิจัย
- 6) การออกแบบการวิจัย
- 7) ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง
- 8) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 9) วิธีที่ใช้กรณีไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 10) สังกัดประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

- 11) ตัวแปรในการวิจัย
- 12) การตั้งสมมติฐาน
- 13) แบบแผนการวิจัย
- 14) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 15) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
- 16) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย ประกอบด้วย
ข้อคำถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่

- 1) สถิติวิเคราะห์ข้อมูล
- 2) ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์
- 3) วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 4) ผลการวิจัย
- 5) การอภิปรายผล
- 6) ข้อเสนอแนะ

2. วิธีการเก็บข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลต่อไปนี้

2.1 สํารวจรายชื่องานวิจัยที่จะนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยสํารวจงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายในประเทศที่ตีพิมพ์เป็นรูปเล่มงานวิจัย ระหว่าง พ.ศ. 2544 - 2548 และงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตีพิมพ์เป็นรูปเล่มงานวิจัย ระหว่าง พ.ศ. 2537 - 2548 โดยงานวิจัยทั้ง 2 ลักษณะนี้ที่ตีพิมพ์เป็นเล่มและเผยแพร่ยังแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ ได้แก่ เอกสารผลงานวิจัยจากหอสมุด หอสมุด หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ซีดีรอม แผ่นดิสเก็ต รวมทั้งเว็บไซต์ต่างๆ โดยใช้คำสำคัญสำหรับการสืบค้น คือ “การจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้าชุมชน ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์ OTOP การจัดการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” จากฐานข้อมูลงานวิจัยไทย ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ในประเทศไทย ฐานข้อมูลหอสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่เปิดให้บริการข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และฐานข้อมูลซีดีรอมจากคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศ

2.2 สํารวจรายชื่อกาบทศัณยวิธานิพนธ์และผลงานวิจัยของหอสมุดของมหาวิทยาลัยต่างๆ และหอสมุดแห่งชาติ รวมทั้งสํารวจรายชื่องานวิจัยจากรายงานอ้างอิงของ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ได้ศึกษารายชื่อมาก่อนแล้ว โดยดำเนินการเช่นเดียวกับรายการสำรวจรายชื่องานวิจัย

3. การคัดเลือกงานวิจัย

3.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่พิมพ์เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2544 - 2548 จำนวน 31 เรื่อง และงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระหว่าง พ.ศ. 2537 - 2548 จำนวน 36 เรื่อง

3.2 งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชน งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีจำนวน 31 เรื่อง และงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวน 36 เรื่อง

3.3 งานวิจัยของหน่วยงานราชการ สถานศึกษา วิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิตของสถาบันอุดมศึกษาและสถาบันที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

3.4 งานวิจัยที่ผ่านการประเมินคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ใช้แบบประเมินงานวิจัยผลการประเมินคุณภาพ ต้องมีคะแนนรวมตั้งแต่ ร้อยละ 70 คะแนนขึ้นไป มีจำนวน 67 เรื่อง เป็นงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 31 เรื่อง และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 36 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนวิจัย

3.5 งานวิจัยที่นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ต้องมีการรายงานค่าสถิติที่จำเป็นและเพียงพอสำหรับวิเคราะห์และการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณ และมีการรายงานเชิงเนื้อหาที่เพียงพอสำหรับวิเคราะห์และการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพ

สำหรับการศึกษาวิจัยนี้ด้วยข้อจำกัดด้านจำนวนงานวิจัยที่ทำในลักษณะเชิงปริมาณมีจำนวนไม่มากนัก จึงไม่สามารถนำผลการวิเคราะห์มาใช้วิเคราะห์และสังเคราะห์ต่อได้จึงได้นำเสนอข้อมูลวิจัยในรูปสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์เนื้อหาและการสังเคราะห์เนื้อหาเท่านั้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เพื่อศึกษาลักษณะของงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ

4.2 การสังเคราะห์งานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ การวิจัยเชิงพรรณนา และงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ การศึกษารายกรณีทำการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาวิจัย เรื่อง การบูรณาการข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในประเทศไทย แสดงผลการศึกษา ตามลำดับ ต่อไปนี้

1. ข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. ข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ดังตารางที่ 4.1 ถึงตารางที่ 4.41 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 งานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระหว่างปี 2544-2548

ปีที่ศึกษาวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
2544	3	9.7
2545	3	9.7
2546	5	16.1
2547	19	61.3
2548	1	3.2
รวม	31	100.0

ตารางที่ 4.1 พบว่างานวิจัยจำแนกตามปีที่ผลิตงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุดคือ พ.ศ. 2547 จำนวน 19 เล่ม ร้อยละ 61.3 รองลงมา ได้แก่ พ.ศ. 2546 จำนวน 5 เล่ม ร้อยละ 16.1 พ.ศ. 2545 และ 2546 มีจำนวนเท่ากัน คือ 3 เล่ม ร้อยละ 9.7 และ พ.ศ. 2548 จำนวน 1 เล่ม ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 4.2 ประเภทหน่วยงานที่ศึกษาวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเภทหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
ส่วนบุคคล	1	3.2
คณะบุคคล	2	6.4
หน่วยงาน	6	19.4
ปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์	20	64.5
ระดับปริญญาโท	20	64.5
ปริญญาดุษฎี	2	6.5
รวม	31	100.0

ตารางที่ 4.2 พบว่า ประเภทหน่วยงานที่ศึกษาวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ ปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท จำนวน 20 เล่ม ร้อยละ 64.5 รองลงมา ได้แก่ หน่วยงาน จำนวน 6 เล่ม ร้อยละ 19.4 คณะบุคคลและปริญญาดุษฎี มีจำนวนเท่ากัน คือ 2 เล่ม ร้อยละ 6.4 และประเภทส่วนบุคคล จำนวน 1 เล่ม ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 4.3 เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เนื้อหาที่ทำวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
การวิจัยและพัฒนา	18	51.4
การตลาดและการขาย	5	14.3
การเงิน-การจัดการ การเงิน-การลงทุน	4	11.4
การจัดการทั่ว ๆ ไป	3	8.6
การผลิต-โรงงาน	2	5.7
การบริหารงานบุคคล	2	5.7
การบัญชี	1	2.9

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.3 พบว่า เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ การวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เล่ม ร้อยละ 51.4 รองลงมา ได้แก่ การตลาดและการขาย การเงิน-การ

จัดการการเงิน-การลงทุน และการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 5 เล่ม 4 เล่ม และ 3 เล่ม ร้อยละ 14.3 11.4 และ 8.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประเด็นที่ทำวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
ด้านนโยบายและวางแผน	12	36.4
กลยุทธ์การจัดการ	11	33.3
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	3	9.1
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	3	9.1
เครื่องมือ แนวทางการจัดประสิทธิภาพ	2	6.1
เครื่องมือ		
การสร้าง กิดค้น ทดสอบ และตรวจสอบ	1	3.0
นวัตกรรม		
ความสามารถในการแข่งขัน	1	3.0

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.4 พบว่า ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 12 เล่ม ร้อยละ 36.4 รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เล่ม ร้อยละ 33.3 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม มีจำนวนเท่ากัน คือ 3 เล่ม ร้อยละ 9.1

ตารางที่ 4.5 ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	5	12.8
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	6	15.4
ภาคกลาง	15	38.5
ภาคใต้	7	17.9
ภาคตะวันออก	5	12.8
ภาคตะวันตก	1	2.6

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.5 พบว่า ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ ภาคกลาง จำนวน 15 เล่ม ร้อยละ 38.5 รองลงมา ได้แก่ ภาคใต้และภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 7 และ 6 เล่ม ร้อยละ 17.9 และ 15.4 ภาคเหนือและภาค ตะวันออก มีจำนวนเท่ากัน คือ 5 เล่ม ร้อยละ 12.8

ตารางที่ 4.6 การออกแบบการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การออกแบบการวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
การวิจัยเชิงสำรวจ	13	41.9
การวิจัยเชิงคุณภาพ	11	35.5
การวิจัยเชิงพรรณนา	4	12.9
การวิจัยเชิงปริมาณ	3	9.7
รวม	31	100.0

ตารางที่ 4.6 พบว่า การออกแบบการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 13 เล่ม ร้อยละ 41.9 รองลงมา ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงพรรณนา และการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 11 เล่ม 4 เล่ม และ 3 เล่ม ร้อยละ 35.5 12.9 และ 9.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 การเลือกกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการสุ่ม	19	61.3
มีการสุ่ม	12	38.7
แบบหลายขั้นตอน	5	16.1
แบบง่าย	4	12.9
แบบแบ่งชั้น	2	6.5
แบบมีระบบ	1	3.2
รวม	31	100.0

ตารางที่ 4.7 พบว่า การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่วิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น จำนวน 19 เล่ม ร้อยละ 61.3 และการเลือกตัวอย่างแบบมีการสุ่ม จำนวน 12 เล่ม ร้อยละ 38.7 จำแนกเป็นแบบหลายขั้นตอน แบบง่าย แบบแบ่งชั้น และแบบมีระบบ จำนวน 5 เล่ม 4 เล่ม 2 เล่ม และ 1 เล่ม ร้อยละ 16.1 12.9 6.5 และ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง กรณีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นของการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การเลือกกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
แบบเจาะจง	11	57.9
แบบตามสะดวก	5	26.3
แบบอาสาสมัคร	1	5.3
แบบอื่นๆ ได้แก่ แบบโควตา แบบสำมะโน	2	10.5
รวม	19	100

ตารางที่ 4.8 พบว่า จากข้อมูลในตารางที่ 4.7 กรณีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงมากที่สุด คือ จำนวน 11 เล่ม ร้อยละ 57.9 รองลงมา คือ แบบตามสะดวก แบบอื่นๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน และแบบอาสาสมัคร จำนวน 5 เล่ม 2 เล่ม และ 1 เล่ม ร้อยละ 26.3 10.5 และ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
ประชาชนทั่วไป	28	80.0
โรงงาน/บริษัท/กิจการ	4	11.4
หน่วยงานของรัฐ	3	8.6

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.9 พบว่า สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ ประชาชนทั่วไป จำนวน 28 เล่ม ร้อยละ 80.0 รองลงมา ได้แก่

โรงงาน/บริษัท/กิจการและหน่วยงานของรัฐ จำนวน 4 เล่ม และ 3 เล่ม ร้อยละ 11.4 และ 8.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 การตั้งสมมติฐานการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การตั้งสมมติฐาน	จำนวน	ร้อยละ
มีสมมติฐาน	5	16.1
ทิศทาง (เป็นบวก-มากกว่า, เป็นลบ-น้อยกว่า)	2	6.5
ไม่มีทิศทาง (แตกต่างหรือไม่แตกต่าง)	3	9.7
ไม่มีสมมติฐาน	26	83.9
รวม	31	100.00

ตารางที่ 4.10 พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งสมมติฐานการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 26 เล่ม ร้อยละ 83.9 รองลงมา ได้แก่ มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 6 เล่ม ร้อยละ 16.1 จำแนกเป็นการตั้งสมมติฐานที่มีทิศทาง จำนวน 2 เล่ม ร้อยละ 6.5 และการตั้งสมมติฐานที่ไม่มีทิศทาง จำนวน 3 เล่ม ร้อยละ 9.7

ตารางที่ 4.11 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
แบบสังเกต	1	3.0
แบบสัมภาษณ์	10	30.3
แบบสอบถาม	22	66.7

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.11 พบว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ แบบสอบถาม จำนวน 22 เล่ม ร้อยละ 66.7 รองลงมา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสังเกต จำนวน 10 เล่ม และ 1 เล่ม ร้อยละ 30.3 และ 3.0

ตารางที่ 4.12 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	จำนวน	ร้อยละ
ความตรง (Validity)	27	56.2
ความเชื่อมั่น (Reliability)	21	43.8
หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		

ตารางที่ 4.12 พบว่า การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ ความตรง จำนวน 27 เล่ม ร้อยละ 56.2 รองลงมา คือ ความเชื่อมั่น จำนวน 21 ร้อยละ 43.8

ตารางที่ 4.13 สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สถิติเชิงพรรณนา	จำนวน	ร้อยละ
ร้อยละ	20	41.7
ค่าเฉลี่ย	12	25.0
ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	8	16.7
อื่นๆ	6	12.4
มัธยฐาน	1	2.1
ความแปรปรวน	1	2.1

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.13 พบว่า สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด คือ ค่าร้อยละ จำนวน 20 เล่ม ร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และอื่นๆ ได้แก่ ความถี่และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จำนวน 12 เล่ม 8 เล่ม และ 6 เล่ม ร้อยละ 25.0 16.7 และ 12.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 สถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สถิติเชิงอิง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการใช้สถิติในการวิเคราะห์	29	69.0
t-test	4	9.4
Correlation	2	4.8
ANOVA	2	4.8
χ^2 -test	2	4.8
Multiple regression	2	4.8
อื่น ๆ	1	2.4

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตารางที่ 4.14 พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการใช้สถิติอ้างอิงในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 29 เล่ม ร้อยละ 69.0 รองลงมา ได้แก่ t-test จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 9.4 Correlation ANOVA χ^2 -test และ Multiple regression มีจำนวนเท่ากัน คือ 2 เล่ม ร้อยละ 4.8 และอื่น ๆ จำนวน 1 เล่ม ร้อยละ 2.4

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยรายการต่าง ๆ จำแนกรายด้านเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 4.15 ถึง ตารางที่ 4.35 ดังนี้

ตารางที่ 4.15 เนื้อหาที่ท่ววิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเด็นที่ท่ววิจัย

เนื้อหาที่ทำวิจัย	ประเด็นที่ทำวิจัย														รวม	ร้อยละ
	ด้านนโยบายและการวางแผน		กลยุทธ์การจัดการ		การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี		การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม		เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ		ความสามารถในการแข่งขัน		สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	-	-	3	60.0	-	-	-	-	-	-	2	40.0	-	-	5	100.0
ร้อยละ		-		21.5		-		-		-		66.7		-		13.5
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	4	80.0	1	20.0	-	-	-	-	-	-	-	-	5	100.0
ร้อยละ		-		28.6		25.0		-		-		-		-		13.5
การวิจัยและพัฒนา	9	50.0	2	11.1	3	16.7	1	5.6	1	5.6	-	-	2	11.1	18	100.0
ร้อยละ		81.8		14.3		75.0		100.0		100.0		-		66.7		48.6
การบัญชี	-	-	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		7.1		-		-		-		-		-		2.7
การผลิต-โรงงาน	-	-	1	50.0	-	-	-	-	-	-	1	50.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		-		7.1		-		-		-		33.3		-		5.4
การจัดการทั่ว ๆ ไป	1	25.0	2	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		9.1		14.3		-		-		-		-		33.3		10.8
การบริหารงานบุคคล	1	50.0	1	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		9.1		7.1		-		-		-		-		-		5.4
รวม	11	100	14	100	4	100	1	100	1	100	3	100	3	100	37	100.0

ตารางที่ 4.15 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำกรวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 60 และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำกรวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 80 และด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เรื่อง ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 50 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 16.7 กลยุทธ์การจัดการและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 11.1 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมและเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.6

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงานจำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 50 ด้านนโยบายและวางแผน และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผนและกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

หากพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 11 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 81.8 การจัดการทั่ว ๆ ไปและการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 9.1

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 14 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลักๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 28.6 การตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 21.5 การวิจัยและพัฒนา และการจัดการทั่วไป จำนวน 2 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 14.3 การบัญชี การผลิต-โรงงาน และการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 7.1

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลักๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือแนว-ทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลักๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการตลาดและการขาย 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลักๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และการจัดการทั่วไป จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.16 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาค

เนื้อหาวิจัย	ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัย												รวม	ร้อยละ
	ภาคเหนือ		ภาควั้นออกเฉียงเหนือ		ภาคกลาง		ภาคใต้		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันตก			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	-	-	2	33.3	3	50.0	-	-	1	16.7	-	-	6	100.0
ร้อยละ		-		25.0		18.8		-		20.0		-		14.0
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	1	33.3	1	33.3	-	-	-	-	1	33.3	-	-	3	100.0
ร้อยละ		16.7		12.5		-		-		20.0		-		7.0
การวิจัยและพัฒนา	4	14.8	4	14.8	9	33.3	6	22.2	3	11.1	1	3.7	27	100.0
ร้อยละ		66.7		50.0		56.3		85.7		60.0		100.0		62.8
การบัญชี	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		16.7		-		-		-		-		-		2.3
การผลิต-โรงงาน	-	-	1	50.0	1	50.0	-	-	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		-		12.5		6.3		-		-		-		4.7
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	-	-	1	50.0	1	50.0	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		-		-		6.3		14.3		-		-		4.7
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	2	100.0	-	-	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		-		-		12.5		-		-		-		4.7
รวม	6	100.0	8		16	100.0	7	100.0	5	100.0	1	100	43	100.0

ตารางที่ 4.16 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 6 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจาก ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 3 ภูมิภาคหลักๆ คือ ภาคกลาง จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 50 ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 ภาคตะวันออก จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 16.7

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการหรือการเงิน- การลงทุน จำนวน 3 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 3 ภูมิภาคหลักๆ คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก จำนวน 1 เรื่อง เท่าๆ กัน ร้อยละ 33.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 27 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 6 ภูมิภาคหลักๆ ซึ่งส่วนใหญ่ ทำการศึกษางานวิจัยที่ภาคกลาง จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 33.3 ภาคใต้ จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 22.2 ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 4 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 14.8 ภาคตะวันออก จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 11.1 ภาคตะวันตก จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3.7

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง โดย ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 2 เรื่อง โดย ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 2 ภูมิภาค คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง จำนวน 1 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่วๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลางและภาคใต้ จำนวน 1 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 50

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามภูมิภาคที่ทำการการศึกษาแล้ว ภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลักๆ ซึ่ง ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 66.7 การเงิน- การจัดการการเงิน-การลงทุนและการบัญชี จำนวน 1 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 16.7

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ จำนวน 8 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลักๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและ

พัฒนา จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 50 การตลาดและการขายและการจัดการทั่วๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 25 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุนและการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่อง เท่าๆ กัน ร้อยละ 12.5

ภาคกลางเป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลักๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 56.3 การตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 18.8 การบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 12.5 การผลิต-โรงงานและการจัดการทั่วๆ ไป จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 6.3

ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลักๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 85.7 และการจัดการทั่วๆ ไป จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 14.3

ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลักๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 60 การตลาดและการขายและการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 1 เรื่อง เท่าๆ กัน ร้อยละ 20

และภาคตะวันตกเป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

ตารางที่ 4.17 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามลักษณะของการวิจัย

เนื้อหาวิจัย	ลักษณะของการวิจัย								รวม	ร้อยละ
	การวิจัยเชิงปริมาณ		การวิจัยเชิงคุณภาพ		การวิจัยเชิงสำรวจ		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	1	20.0	3	60.0	1	20.0	-	-	5	100.0
ร้อยละ		25.0		23.1		7.1		-		14.3
การเงิน-การจัดการการเงิน- การลงทุน	-	-	3	75.0	1	25.0	-	-	4	100.0
ร้อยละ		-		23.1		7.1		-		11.4
การวิจัยและพัฒนา	2	11.1	3	16.7	10	55.6	3	16.7	18	100.0
ร้อยละ		50.0		23.1		71.4		75.0		51.4
การบัญชี	-	-	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		7.7		-		-		2.9
การผลิต-โรงงาน	1	50.0	1	50.0	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		25.0		7.7		-		-		5.7
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	2	66.7	-	-	1	33.3	3	100.0
ร้อยละ		-		15.4		-		25.0		8.6
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	2	100.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		-		-		14.3		-		5.7
รวม	4	100.0	13	100.0	14	100.0	4	100.0	35	100.0

ตารางที่ 4.17 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 3 ประเภทหลัก ๆ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 60 การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 20

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และการวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 3 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 55.6 การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 16.7 การวิจัยเชิงปริมาณ ร้อยละ 2 เรื่อง ร้อยละ 11.1

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเป็นการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงานจำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 2 ประเภทหลัก คือ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเป็นการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ร้อยละ 100

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 50 การตลาดและการขายและการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการตลาดและการขายการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน และการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 23.1 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 15.4 การบัญชีและการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.7

การออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 14 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 71.4 การบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 14.3 การตลาดและการขายและการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.1

และการออกแบบการวิจัยอื่น ๆ ได้แก่ การวิจัยเชิงพรรณนา โครงการงาน และรายงานการประเมินผลในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ตารางที่ 4.18 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง										รวม	ร้อยละ
	แบบง่าย		แบบมีระบบ		แบบแบ่งชั้น		แบบหลายขั้นตอน		ไม่มีการสุ่ม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	1	20.0	-	-	1	20.0	-	-	3	60.0	5	100.0
ร้อยละ		25.0		-		33.3		-		14.3		14.7
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	-	-	-	-	-	-	4	100.0	4	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		19.0		11.8
การวิจัยและพัฒนา	1	5.6	-	-	1	5.6	4	22.2	12	66.7	18	100.0
ร้อยละ		25.0		-		33.3		80.0		57.1		52.9
การบัญชี	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		25.0		-		-		-		-		2.9
การผลิต-โรงงาน	-	-	-	-	1	50.0	-	-	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		33.3		-		4.8		5.9
การจัดการทั่ว ๆ ไป	1	50.0	1	50.0	-	-	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		25.0		100.0		-		-		-		5.9
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	-	-	1	50.0	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		-		20.0		4.8		5.9
รวม	4	100.0	1	100.0	3	100.0	5	100.0	21	100.0	34	100.0

ตารางที่ 4.18 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบหลัก ๆ คือ แบบไม่มีการสุ่ม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 60 แบบง่ายและแบบแบ่งชั้น จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 20

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งไม่มีการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 4 แบบหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีการสุ่ม จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 66.7 แบบหลายขั้นตอน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 22.2 แบบแบ่งชั้นและแบบง่าย จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.6

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบง่าย ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้น ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบง่ายและแบบมีระบบ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบหลายขั้นตอนและไม่มีการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

หากพิจารณาตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการตลาดและการขาย การวิจัยและพัฒนา การบัญชี และการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีระบบการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป ร้อยละ 100

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการตลาดและการขาย การวิจัยและพัฒนา และการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 80 และการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

และไม่มีการสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 21 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 57.1 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 19 การตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 14.3 การผลิต-โรงงานและการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.19 เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง								รวม	ร้อยละ
	แบบเจาะจง		แบบตามสะดวก		แบบอาสาสมัคร		แบบอื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	2	66.7	-	-	-	-	1	33.3	3	100.0
ร้อยละ		15.4		-		-		50.0		14.3
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	3	75.0	-	-	1	25.0	-	-	4	100.0
ร้อยละ		23.1		-		100.0		-		19.0
การวิจัยและพัฒนา	6	54.5	5	45.5	-	-	-	-	11	100.0
ร้อยละ		46.2		100.0		-		-		52.4
การผลิต-โรงงาน	1	100.0	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		7.7		-		-		-		4.8
การจัดการทั่ว ๆ ไป	1	100.0	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		7.7		-		-		-		4.8
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		50.0		4.8
รวม	13	100.0	5	100.0	1	100.0	2	100	21	100.0

ตารางที่ 4.19 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบเจาะจง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบเจาะจง จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และแบบอาสาสมัคร จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 11 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบเจาะจง จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 54.5 และแบบตามสะดวก จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 45.5

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบอื่น ๆ ได้แก่ โควตาและสำมะโน ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 46.2 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 23.1 การตลาดและการขาย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 15.4 การผลิต-โรงงานและการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาสาสมัครในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน ร้อยละ 100

และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ด้านการตลาดและการขาย และการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ตารางที่ 4.20 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสังกัดของ
ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

เนื้อหาที่ทำวิจัย	สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่าง						รวม	ร้อยละ
	ประชาชนทั่วไป		โรงงาน/บริษัท/กิจการ		หน่วยงานของรัฐ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	5	83.3	-	-	1	16.7	6	100.0
ร้อยละ		15.6		-		33.3		15.4
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	4	80.0	-	-	1	20.0	5	100.0
ร้อยละ		12.5		-		33.3		12.8
การวิจัยและพัฒนา	16	84.2	3	15.8	-	-	19	100.0
ร้อยละ		50.0		75.0		-		48.7
การบัญชี	-	-	1	100.0	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		25.0		-		2.6
การผลิต-โรงงาน	2	100.0	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		6.3		-		-		5.1
การจัดการทั่ว ๆ ไป	3	75.0	-	-	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		9.4		-		33.3		10.3
การบริหารงานบุคคล	2	100.0	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		6.3		-		-		5.1
รวม	32	100.0	4	100.0	3	100.0	39	100.0

ตารางที่ 4.20 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 6 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ทำการศึกษาจาก ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 83.3 และหน่วยงานรัฐ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 16.7

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 5 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 80 และหน่วยงานรัฐ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 19 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 16 เรื่อง ร้อยละ 84.2 และโรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 15.8

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ โรงงาน/บริษัท/กิจการ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไป ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และหน่วยงานรัฐ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชาชน/กลุ่มตัวอย่าง คือ หน่วยงานรัฐ ร้อยละ 100

หากพิจารณาในส่วนของสังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไปในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 32 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 16 เรื่อง ร้อยละ 50 การตลาดและการขาย จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 15.6 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 12.5 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 9.4 การผลิต-โรงงานและการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 6.3

สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 เรื่อง เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

และสังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นหน่วยงานของรัฐในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ด้านการวิจัยและการพัฒนา การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน และการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ

ตารางที่ 4.21 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการตั้งสมมติฐาน

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	การตั้งสมมติฐาน						รวม	ร้อยละ
	มีสมมติฐาน				ไม่มีสมมติฐาน			
	ทิศทาง		ไม่มีทิศทาง					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	1	20.0	-	-	4	80.0	5	100.0
ร้อยละ		33.3		-		13.3		14.3
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	-	-	4	100.0	4	100.0
ร้อยละ		-		-		13.3		11.4
การวิจัยและพัฒนา	2	11.1	2	11.1	14	77.8	18	100.0
ร้อยละ		66.7		100.0		46.7		51.4
การบัญชี	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		3.3		2.9
การผลิต-โรงงาน	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		6.7		5.7
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	-	-	3	100.0	3	100.0
ร้อยละ		-		-		10.0		8.6
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		6.7		5.7
รวม	3	100.0	2	-	30	100.0	35	100.0

ตารางที่ 4.21 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าเป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 5 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 80 และงานวิจัยที่มีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทาง จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 77.8 และงานวิจัยที่มี

การตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 11.1

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และการตลาดและการขาย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

การตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทางในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

และไม่มีการตั้งสมมติฐานในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 31 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 21 เรื่อง ร้อยละ 67.7 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 12.9 การบริหารงานบุคคล จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 9.7 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน การบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3.2

ตารางที่ 4.22 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื้อหาที่ทำวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย						รวม	ร้อยละ
	แบบสังเกต		แบบสัมภาษณ์		แบบสอบถาม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	-	-	2	40.0	3	60.0	5	100.0
ร้อยละ		-		16.7		12.5		13.5
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	3	75.0	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		-		25.0		4.2		10.8

ตารางที่ 4.22 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

เนื้อหาที่ทำวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย						รวม	ร้อยละ
	แบบสังเกต		แบบสัมภาษณ์		แบบสอบถาม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การวิจัยและพัฒนา	1	5.9	3	17.6	13	76.5	17	100.0
ร้อยละ		100.0		25.0		54.2		45.9
การบัญชี	-	-	1	50.0	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		-		8.3		4.2		5.4
การผลิต-โรงงาน	-	-	1	50.0	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		-		8.3		4.2		5.4
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	2	40.0	3	60.0	5	100.0
ร้อยละ		-		16.7		12.5		13.5
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		8.3		5.4
รวม	1	100.0	12	100.0	24	100.0	37	100.0

ตารางที่ 4.22 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 5 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 60 และแบบสัมภาษณ์ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และแบบสอบถาม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 17 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 4 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือในการวิจัยประเภทแบบสอบถาม จำนวน 13 เรื่อง ร้อยละ 76.5 แบบสัมภาษณ์ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 17.6 แบบสังเกต จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.9

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 5 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 60 และแบบสัมภาษณ์ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสังเกตในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสัมภาษณ์ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน และการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 25 การตลาดและการขาย และการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 16.7 การบัญชีและการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.3

และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสอบถามในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 24 เรื่อง ประกอบด้วย 7 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 13 เรื่อง ร้อยละ 54.2 การตลาดและการขาย และการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 12.5 การบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 8.3 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน การบัญชี และการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 4.23 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนก
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ				รวม	ร้อยละ
	ความตรง		ความเชื่อมั่น			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	4	50.0	4	50.0	8	100.0
ร้อยละ		12.9		18.2		15.1
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	4	100.0	-	-	4	100.0
ร้อยละ		12.9		-		7.5
การวิจัยและพัฒนา	15	57.7	11	42.3	26	100.0
ร้อยละ		48.4		50.0		49.1
การบัญชี	1	50.0	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		3.2		4.5		3.8
การผลิต-โรงงาน	2	66.7	1	33.3	3	100.0
ร้อยละ		6.5		4.5		5.7
การจัดการทั่ว ๆ ไป	3	50.0	3	50.0	6	100.0
ร้อยละ		9.7		13.6		11.3
การบริหารงานบุคคล	2	50.0	2	50.0	4	100.0
ร้อยละ		6.5		9.1		7.5
รวม	31	100.0	22	100.0	53	100.0

ตารางที่ 4.23 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 8 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 4 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ความตรง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 26 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรง จำนวน 15 เรื่อง ร้อยละ 57.7 และความเชื่อมั่น จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 42.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 6 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 3 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 3 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

หากพิจารณาตามการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความตรงในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 30 เรื่อง ประกอบด้วย 7 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 15 เรื่อง ร้อยละ 48.4 การตลาดและการขาย และการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 12.9 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 9.7 การบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 6.5 การบัญชีและด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 6.5

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความเชื่อมั่นในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 22 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 50 การตลาดและการขาย จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 18.2 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 13.6 การบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 9.1 การบัญชีและการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.24 เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถิติเชิงพรรณนา

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	สถิติเชิงพรรณนา												รวม	ร้อยละ
	ร้อยละ		ค่าเฉลี่ย		มัธยฐาน		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		ความแปรปรวน		ความถี่			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	2	28.6	1	14.3	1	14.3	2	28.6	-	-	1	14.3	7	100.0
ร้อยละ		9.1		7.7		100.0		22.2		-		14.3		13.2
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	3	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	100.0
ร้อยละ		13.6		-		-		-		-		-		5.7
การวิจัยและพัฒนา	12	44.4	8	29.6	-	-	4	14.8	-	-	3	11.1	27	100.0
ร้อยละ		54.5		61.5		-		44.4		-		42.9		50.9
การบัญชี	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		4.5		-		-		-		-		-		1.9
การผลิต-โรงงาน	1	25.0	1	25.0	-	-	1	25.0	-	-	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		4.5		7.7		-		11.1		-		14.3		7.5
การจัดการทั่ว ๆ ไป	1	20.0	2	40.0	-	-	1	20.0	-	-	1	20.0	5	100.0
ร้อยละ		4.5		15.4		-		11.1		-		14.3		9.4
การบริหารงานบุคคล	2	33.3	1	16.7	-	-	1	16.7	1	16.7	1	16.7	6	100.0
ร้อยละ		9.1		7.7		-		11.1		100.0		14.3		11.3
รวม	22	100.0	13	100.0	1	100.0	9	100.0	1	100.0	7	100.0	53	100.0

ตารางที่ 4.24 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 7 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 5 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 28.6 ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน และความถี่ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 14.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 3 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 27 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ 12 เรื่อง ร้อยละ 44.4 ค่าเฉลี่ย จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 29.6 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 14.8 ความถี่ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 11.1

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 4 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความถี่ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 5 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าเฉลี่ย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40 ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความถี่ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 20

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 6 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 5 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวน และอื่น ๆ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

หากพิจารณาตามสถิติเชิงพรรณนาชนิดค่าร้อยละในงานการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 22 เรื่อง ประกอบด้วย 7 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 54.5 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 13.6 การตลาดและการขาย และการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 9.1 การบัญชี ด้านการผลิต-โรงงาน และการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.5

สถิติเชิงพรรณนาชนิดค่าเฉลี่ยในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา

จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 61.5 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 15.4 การตลาดและการขาย การผลิต-โรงงาน และการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.7

สถิติเชิงพรรณนาชนิดส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 44.4 การตลาดและการขาย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 22.2 การผลิต-โรงงาน การจัดการทั่ว ๆ ไป และการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 11.1

สถิติเชิงพรรณนาชนิดความแปรปรวนในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการบริหารงานบุคคล ร้อยละ 100

และสถิติเชิงพรรณนาชนิดความถี่ ในงานวิจัยการจัดการการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 42.9 การตลาดและการขาย การผลิต-โรงงาน การจัดการทั่ว ๆ ไป และการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.25 เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถิติเชิงอ้างอิง

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	สถิติเชิงอ้างอิง										ไม่มีการใช้สถิติ	รวม	ร้อยละ	
	t-test		ANOVA		Correlation		χ^2 -test		อื่น ๆ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
การตลาดและการขาย	1	14.3	1	14.3	1	14.3	1	14.3	1	14.3	3	42.9	7	100.0
ร้อยละ		25.0		50.0		33.3		33.3		100.0		11.5		18.4
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4	100.0	4	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		-		15.4		10.5
การวิจัยและพัฒนา	2	10.0	1	5.0	2	10.0	1	5.0	-	-	14	70.0	20	100.0
ร้อยละ		50.0		50.0		66.7		33.3		-		53.8		52.6
การผลิต-โรงงาน	-	-	-	-	-	-	1	50.0	-	-	1	50	2	100.0
ร้อยละ		-		-		-		33.3		-		3.8		5.3
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	100.0	3	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		-		11.5		7.9
การบริหารงานบุคคล	1	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		25.0		-		-		-		-		3.8		5.3
รวม	4	100.0	2	100.0	3	100.0	3	100.0	1	-	26	100.0	38	100.0

ตารางที่ 4.25 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 7 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 42.9 และใช้สถิติเชิงอ้างอิง 5 ชนิดหลัก ๆ คือ t-test ANOVA Correlation และ χ^2 -test จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 14.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 20 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 70 และใช้สถิติเชิงอ้างอิง 4 ชนิดหลัก ๆ คือ t-test และ Correlation จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 10 ANOVA และ χ^2 -test จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ χ^2 -test และไม่มีการใช้สถิติอ้างอิง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ t-test และไม่มีการใช้สถิติอ้างอิง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

หากพิจารณาตามสถิติเชิงอ้างอิงชนิด t-test ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 50 การตลาดและการขาย และด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด ANOVA ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการตลาดและการขาย และการวิจัยและพัฒนา จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด Correlation ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และการตลาดและการขาย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด χ^2 -test ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ด้านการตลาดและการขาย การวิจัยและพัฒนา และการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

สถิติเชิงอ้างอิงชนิดอื่น ๆ ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการตลาดและการขาย ร้อยละ 100

และไม่มีการใช้สถิติอ้างอิงในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 26 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 70 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 15.4 การตลาดและการขายและการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 11.5 การผลิต-โรงงานและการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.8

ตารางที่ 4.26 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามภูมิภาคที่ศึกษา

ประเด็นที่ทำการวิจัย	ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัย														รวม	ร้อยละ
	ภาคเหนือ		ภาควันออกเฉียงเหนือ		ภาคกลาง		ภาคใต้		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันตก		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ค่านนโยบายและวางแผน	2	11.8	3	17.6	5	29.4	3	17.6	2	11.8	1	5.9	1	5.9	17	100.0
ร้อยละ		40.0		50.0		33.3		33.3		40.0		100.0		100.0		40.5
กลยุทธ์การจัดการ	2	13.3	3	20.0	6	40.0	2	13.3	2	13.3	-	-	-	-	15	100.0
ร้อยละ		40.0		50.0		40.0		22.2		40.0		-		-		35.7
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	1	33.3	-	-	2	66.7	-	-	-	-	-	-	-	-	3	100.0
ร้อยละ		20.0		-		13.3		-		-		-		-		7.1
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ	-	-	-	-	-	-	1	100.0	-	-	-	-	-	-	1	100.0
และตรวจนวัตกรรม		-		-		-		-		-		-		-		-
ร้อยละ		-		-		-		11.1		-		-		-		2.4
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ	-	-	-	-	1	50.0	1	50.0	-	-	-	-	-	-	2	100.0
ประสิทธิภาพ		-		-		-		-		-		-		-		-
ร้อยละ		-		-		6.7		11.1		-		-		-		4.8
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		20.0		-		-		2.4
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	-	-	-	-	1	33.3	2	66.7	-	-	-	-	-	-	3	100.0
ร้อยละ		-		-		6.7		22.2		-		-		-		7.1
รวม	5	100.0	6	100.0	15	100.0	9	100.0	5	100.0	1	100.0	1	100.0	42	100.0

ตารางที่ 4.26 เมื่อพิจารณาประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 16 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจาก ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 6 ภูมิภาคหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ศึกษางานวิจัยที่ภาคกลาง จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 31.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 18.8 ภาคเหนือ และภาคตะวันออก จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 12.5 ภาคตะวันตก จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 6.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 15 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 5 ภูมิภาคหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ ศึกษางานวิจัยที่ภาคกลาง จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 40 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 20 ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 13.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 2 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคกลาง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และภาคเหนือ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและ ตรวจนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคใต้ ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 2 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคกลางและภาคใต้ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคตะวันออก ร้อยละ 100

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 2 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคใต้ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และภาคกลาง จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

หากพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัย ด้านนโยบายและวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 40 การใช้และ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบล

หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัย ด้านนโยบายและวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ภาคกลางเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 15 เรื่อง ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำการวิจัยด้านกลยุทธ์ การจัดการ จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 40 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 33.3 การใช้ และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 13.3 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพและ สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 6.7

ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 เรื่อง ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ๆ คือประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 33.3 กลยุทธ์การจัดการและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 22.2 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมและเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 11.1

ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 40 และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

และภาคตะวันตกเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านนโยบายและวางแผน ร้อยละ 100

ตารางที่ 4.27 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการออกแบบการวิจัย

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การออกแบบการวิจัย								รวม	ร้อยละ
	การวิจัยเชิงปริมาณ		การวิจัยเชิงคุณภาพ		การวิจัยเชิงสำรวจ		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	1	8.3	1	8.3	7	58.3	3	25.0	12	100.0
ร้อยละ		33.3		7.7		53.8		75.0		36.4
กลยุทธ์การจัดการ	-	-	8	72.7	2	18.2	1	9.1	11	100.0
ร้อยละ		-		61.5		15.4		25.0		33.3
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-	-	1	7.7	2	66.7	-	-	3	100.0
ร้อยละ		-		7.7		15.4		-		9.1
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ	-	-	1	7.7	-	-	-	-	1	100.0
และตรวจนวัตกรรม										3.0
ร้อยละ		-		7.7		-		-		
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ	1	50.0	1	50.0	-	-	-	-	2	100.0
ประสิทธิภาพ										
ร้อยละ		33.3		7.7		-		-		6.1
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	-	-	1	100.0	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		-		7.7		-		3.0
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	1	33.3	1	33.3	1	33.3	-	-	3	100.0
ร้อยละ		33.3		7.7		7.7		-		9.1
รวม	3	100.0	13	100.0	13	100.0	4	100.0	33	100.0

ตารางที่ 4.27 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 4 ประเภทหลัก ๆ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 58.3 การวิจัยอื่น ๆ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 25 การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 3 ประเภทหลัก ๆ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 72.7 การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 18.2 การวิจัยอื่น ๆ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 9.1

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 2 เรื่อง และการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 7.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการออกแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50 และ ประเด็นที่ทำวิจัย การจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่ง การออกแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 100

หากพิจารณาตามการออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัย ด้านนโยบายและวางแผน เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 61.5 ด้านนโยบายและวางแผน การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ และ สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.7

การออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านนโยบายและ

วางแผน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 53.8 กลยุทธ์การจัดการและการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี
จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 15.4 ความสามารถในการแข่งขันและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1
เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.7

และการออกแบบการวิจัยอื่น ๆ ได้แก่ การวิจัยเชิงพรรณนา โครงการ และรายงาน
การประเมินผลในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 2
เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และกลยุทธ์
การจัดการ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ตารางที่ 4.28 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง										รวม	ร้อยละ
	แบบง่าย		แบบมีระบบ		แบบแบ่งชั้น		แบบอื่นๆ		ไม่มีการสุ่ม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	1	8.3	-	-	1	8.3	4	33.3	6	50.0	12	100.0
ร้อยละ		25.0		-		50.0		80.0		30.0		36.4
กลยุทธ์การจัดการ	2	18.2	1	9.1	-	-	-	-	8	72.7	11	100.0
ร้อยละ		50.0		50.0		-		-		40.0		33.3
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	1	33.3	-	-	-	-	-	-	2	66.7	3	100.0
ร้อยละ		25.0		-		-		-		10.0		9.1
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจนวัตกรรม	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1.0	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		5.0		3.0
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ	-	-	-	-	1	50.0	-	-	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		50.0		-		5.0		6.1
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1.0	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		5.0		3.0
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	-	-	1	33.3	-	-	1	33.3	1	33.3	3	100.0
ร้อยละ		-		50.0		-		20.0		5.0		9.1
รวม	4	100.0	2	100.0	2	100.0	5	100.0	20	100.0	33	100.0

ตารางที่ 4.28 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 6 แบบหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีการสุ่ม จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 50 แบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 33.3 แบบง่ายและแบบแบ่งชั้น จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 8.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 72.7 แบบง่าย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 18.2 แบบมีระบบ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 9.1

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ ไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และแบบง่าย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่ง ไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบแบ่งชั้น และไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่ง ไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 100

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบหลัก ๆ คือ แบบมีระบบ แบบอื่น ๆ และ ไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

หากพิจารณาตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 50 ด้านนโยบายและวางแผน และการใช้และประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีระบบในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการและ สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน และ เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น ได้แก่ โควตาและสำมะโน ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 80 และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

และไม่มีการสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 20 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 40 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 30 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 10 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5

ตารางที่ 4.29 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง								รวม	ร้อยละ
	แบบเจาะจง		แบบตามสะดวก		แบบอาสาสมัคร		แบบอื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	4	66.7	2	33.3	-	-	-	-	6	100.0
ร้อยละ		36.4		33.3				-		30.0
กลยุทธ์การจัดการ	6	75.0	-	-	1	12.5	1	12.5	8	100.0
ร้อยละ		54.5		-		100.0		50.0		40.0
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	1	50.0	1	50.0	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		9.1		16.7		-		-		10.0
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	-	-	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		16.7		-		-		5.0
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	-	-	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		16.7		-		-		5.0
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		50.0		5.0
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	-	-	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		16.7		-		-		5.0
รวม	11	100.0	6	100.0	1	100.0	2	100.0	20	100.0

ตารางที่ 4.29 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย การเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบเจาะจง จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และแบบตามสะดวก จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 8 เรื่อง ประกอบด้วย การเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 75 แบบอาสาสมัครและแบบอื่น ๆ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 12.5

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย การเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบเจาะจงและแบบตามสะดวก จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบตามสะดวก ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบตามสะดวก ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบอื่น ๆ ร้อยละ 100

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบตามสะดวก ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 11 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 54.5 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 36.4 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 9.1

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาสาสมัครในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการ ร้อยละ 100

และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน ด้านการจัดการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านกลยุทธ์
การจัดการและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ตารางที่ 4.30 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
สังกัดกลุ่มประชากร/ตัวอย่าง

ประเด็นที่ทำการวิจัย	สังกัดกลุ่มประชากร/ตัวอย่าง						รวม	ร้อยละ
	โรงงาน/บริษัท/							
	ประชาชนทั่วไป		กิจการ		หน่วยงานของรัฐ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	12	100.0	-	-	-	-	12	100.0
ร้อยละ		40.0		-		-		30.8
กลยุทธ์การจัดการ	9	64.3	2	14.3	3	21.4	14	100.0
ร้อยละ		30.0		40.0		75.0		35.9
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	2	66.7	1	33.3	-	-	3	100.0
ร้อยละ		6.7		20.0		-		7.7
กาสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	1	50.0	1	50.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		3.3		20.0		-		5.1
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	2	66.7	1	33.3	-	-	3	100.0
ร้อยละ		6.7		20.0		-		7.7
ความสามารถในการแข่งขัน	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		3.3		-		-		2.6
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	3	75.0	-	-	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		10.0		-		25.0		10.3
รวม	30	100.0	5	100.0	4	100.0	39	100.0

ตารางที่ 4.30 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 12 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจาก ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไป ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 14 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 64.3 หน่วยงานรัฐ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 21.4 โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 14.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และ โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และ ตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไปและโรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และ โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไป ร้อยละ 100

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และหน่วยงานรัฐ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

หากพิจารณาในส่วนของสังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไป ใน งานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 30 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 40 กลยุทธ์ การจัดการ จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 30 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 10 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 6.7 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.3

สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม และเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 20

และสังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นหน่วยงานของรัฐ ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ตารางที่ 4.31 ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามการตั้งสมมติฐาน

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การตั้งสมมติฐาน				ไม่มีสมมติฐาน		รวม	ร้อยละ
	ทิศทาง		ไม่มีทิศทาง					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	1	8.3	1	8.3	10	83.3	12	100.0
ร้อยละ		33.3		33.3		37.0		36.4
กลยุทธ์การจัดการ	-	-	-	-	11	100.0	11	100.0
ร้อยละ		-		-		40.7		33.3
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-	-	-	-	3	100.0	3	100.0
ร้อยละ		-		-		11.1		9.1
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		33.3		-		-		3.0
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	1	50.0	-	-	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		33.3		-		3.7		6.1

ตารางที่ 4.31 ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
การตั้งสมมติฐาน (ต่อ)

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การตั้งสมมติฐาน				ไม่มีสมมติฐาน		รวม	ร้อยละ
	ทิศทาง		ไม่มีทิศทาง					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	1	100.0	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		33.3		-		3.0
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	-	-	1	33.3	2	66.7	3	100.0
ร้อยละ		-		33.3		7.4		9.1
รวม	3	100.0	3	100.0	27	100.0	33	100.0

ตารางที่ 4.31 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 12 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มี การตั้งสมมติฐาน จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 83.3 และมีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มี ทิศทาง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และ ตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทาง ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางจัดการ ประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มี การตั้งสมมติฐาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง ร้อยละ 100

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และมี การตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

หากพิจารณาตามการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม และเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

การตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทางในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านนโยบายและวางแผน ความสามารถในการแข่งขัน และสิ่งแวดล้อมและปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

และไม่มีการตั้งสมมติฐานในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 27 เรื่อง ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 40.7 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 33.3 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 11.1 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 7.4 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.32 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประเด็นที่ทำการวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย						รวม	ร้อยละ
	แบบสังเกต		แบบสัมภาษณ์		แบบสอบถาม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	-	-	1	10.0	9	90.0	10	100.0
ร้อยละ		-		8.3		39.1		27.0
กลยุทธ์การจัดการ	-	-	7	53.8	6	46.2	13	100.0
ร้อยละ		-		58.3		26.1		35.1
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-	-	1	25.0	3	75.0	4	100.0
ร้อยละ		-		8.3		13.0		10.8
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	1	50.0	1	50.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		50.0		8.3		-		5.4

ตารางที่ 4.32 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ประเด็นที่ทำการวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย						รวม	ร้อยละ
	แบบสังเกต		แบบสัมภาษณ์		แบบสอบถาม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
เครื่องมือ-แนวทางการ								
จัดการประสิทธิภาพ	1	33.3	1	33.3	1	33.3	3	100.0
ร้อยละ		50.0		8.3		4.3		8.1
ความสามารถในการ								
แข่งขัน	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		4.3		2.7
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัย								
แวดล้อม	-	-	1	25.0	3	75.0	4	100.0
ร้อยละ		-		8.3		13.0		10.8
รวม	2	100.0	12	100.0	23	100.0	37	100.0

ตารางที่ 4.32 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและการวางแผน จำนวน 10 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือวิจัยประเภทแบบสอบถาม จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 90 และแบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 10

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 13 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 53.8 และแบบสอบถาม จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 46.2

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 แบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 3 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ร้อยละ 100

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และแบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

หากพิจารณาตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสังเกตในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ประเด็นด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสังเกตที่ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม และเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสัมภาษณ์ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 58.3 ด้านนโยบายและวางแผน การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบนวัตกรรม เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.3

และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสอบถามในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 23 เรื่อง ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 39.1 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 26.1 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 13 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.33 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ				รวม	ร้อยละ
	ความตรง		ความเชื่อมั่น			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	10	52.6	9	47.4	19	100.0
ร้อยละ		34.5		40.9		37.3
กลยุทธ์การจัดการ	9	56.3	7	43.8	16	100.0
ร้อยละ		31.0		31.8		31.4
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	3	75.0	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		10.3		4.5		7.8
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ	1	100.0	-	-	1	100.0
และตรวจนวัตกรรม						
ร้อยละ		3.4		-		2.0
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ	2	66.7	1	33.3	3	100.0
ประสิทธิภาพ						
ร้อยละ		6.9		4.5		5.9
ความสามารถในการแข่งขัน	1	50.0	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		3.4		4.5		3.9
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	3	50.0	3	50.0	6	100.0
ร้อยละ		10.3		13.6		11.8
รวม	29	100.0	22	100.0	51	100.0

ตารางที่ 4.33 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 19 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรง จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 52.6 และความเชื่อมั่น จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 47.4

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 16 เรื่อง โดยใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรง จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 56.3 และความเชื่อมั่น จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 43.8

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรง 3 เรื่อง ร้อยละ 75 ความเชื่อมั่น จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง โดยใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือคือ ความตรงร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง โดยใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และความเชื่อมั่น จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 6 เรื่อง โดยใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

หากพิจารณาตามการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความตรงในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 29 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 34.5 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 31 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 10.3 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 6.9 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.4

และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความเชื่อมั่นในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 22 เรื่อง ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 40.9 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 31.8 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 13.6 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.34 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถิติเชิงพรรณนา

ประเด็นที่ทำการวิจัย	สถิติเชิงพรรณนา												รวม	ร้อยละ
	ร้อยละ		ค่าเฉลี่ย		มัธยฐาน		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		ความแปรปรวน		ความถี่			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	7	33.3	7	33.3	-		4	19.0	1	4.8	2	9.5	21	100.0
ร้อยละ		33.3		53.8				44.4		100.0		33.3		41.2
กลยุทธ์การจัดการ	5	50.0	1	10.0	-		1	10.0	-	-	3	30.0	10	100.0
ร้อยละ		23.8		7.7				11.1		-		50.0		19.6
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	3	75.0	1	25.0	-		-	-	-	-	-	-	4	100.0
ร้อยละ		14.3		7.7				-		-		-		7.8
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ	1	33.3	1	33.3	-		1	33.3	-	-	-	-	3	100.0
และตรวจนวัตกรรม														
ร้อยละ		4.8		7.7				11.1		-		-		5.9
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ	2	28.6	2	28.6	-		2	28.6	-	-	1	14.3	7	100.0
ประสิทธิภาพ														
ร้อยละ		9.5		15.4				22.2		-		16.7		13.7
ความสามารถในการแข่งขัน	1	33.3	-	-	1	33.3	1	33.3	-	-	-	-	3	100.0
ร้อยละ		4.8		-		100.0		11.1		-		-		5.9
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	2	66.7	1	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	3	100.0
ร้อยละ		9.5		7.7		-		-		-		-		5.9
รวม	21	100.0	13	100.0	1	100.0	9	100.0	1	100.0	6	100.0	51	100.0

ตารางที่ 4.34 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 21 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 5 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย จำนวน 7 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 19 ความถี่ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 9.5 ความแปรปรวน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 4.8

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 10 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 50 ความถี่ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 30 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการใช้และประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี จำนวน 4 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 2 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และค่าเฉลี่ย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และ ตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 3 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 3 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ จำนวน 7 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 28.6 อื่น ๆ ความถี่ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 14.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 3 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าเฉลี่ย มัชยฐาน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 2 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และด้านค่าเฉลี่ย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

หากพิจารณาตามสถิติเชิงพรรณนาชนิดค่าร้อยละในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 21 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 33.3 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 23.8 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 14.3 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ

ประสิทธิภาพและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 9.5 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.8

สถิติเชิงพรรณนาชนิดค่าเฉลี่ยในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 53.8 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 15.4 กลยุทธ์การจัดการ การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ด้าน การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.7

สถิติเชิงพรรณนาชนิดส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 44.4 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 22.2 กลยุทธ์การจัดการ ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 11.1

สถิติเชิงพรรณนาชนิดความแปรปรวนในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเป็นประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านนโยบายและวางแผน ร้อยละ 100

และสถิติเชิงพรรณนาชนิดความถี่ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 50 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 16.7

ตารางที่ 4.35 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสถิติเชิงอ้างอิง

ประเด็นที่ทำการวิจัย	สถิติเชิงอ้างอิง										ไม่มีการใช้สถิติ		รวม	ร้อยละ
	t-test		ANOVA		Correlation		χ^2 -test		อื่น ๆ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	2	16.7	-	-	1	8.3	1	8.3	-	-	9	75.0	12	100.0
ร้อยละ		50.0		-		33.3		50.0		-		34.6		32.4
กลยุทธ์การจัดการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11	100.0	11	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		-		42.3		29.7
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.0	100.0	3	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		-		11.5		8.1
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		-		3.8		2.7
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	-	-	-	-	-	-	1	50.0	-	-	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		-		50.0		-		3.8		5.4
ความสามารถในการแข่งขัน	1	25.0	1	25.0	1	25.0	-	-	1	25.0	-	-	4	100.0
ร้อยละ		25.0		50.0		33.3		-		100.0		-		10.8
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	1	25.0	1	25.0	1	25.0	-	-	-	-	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		25.0		50.0		33.3		-		-		3.8		10.8
รวม	4	100.0	2	100.0	3	100.0	2	100.0	1	100.0	26	100.0	37	100.0

ตารางที่ 4.35 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 12 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 75 และใช้สถิติเชิงอ้างอิง 3 ชนิดหลัก ๆ คือ t-test จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 16.7 Correlation และ χ^2 -test จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100 ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ χ^2 -test และ ไม่มีการใช้สถิติอ้างอิง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานมีการใช้สถิติอ้างอิงชนิด χ^2 -test และ ไม่มีการใช้สถิติอ้างอิง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการใช้สถิติอ้างอิงชนิด t-test ANOVA Correlation และ อื่น ๆ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการใช้สถิติอ้างอิงชนิด t-test ANOVA และ Correlation และ ไม่มีการใช้สถิติอ้างอิง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

หากพิจารณาตามสถิติเชิงอ้างอิงชนิด t-test ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 50 ความสามารถในการแข่งขันและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด ANOVA ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านความสามารถในการแข่งขันและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด Correlation ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน ความสามารถในการแข่งขัน และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด χ^2 -test ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านนโยบายและวางแผน และการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 50

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด อื่น ๆ ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านความสามารถในการแข่งขัน ร้อยละ 100

และไม่มีการใช้สถิติอ้างอิงในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 26 เรื่อง ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การแข่งขัน จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 42.3 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 34.6 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 11.5 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.8

1.3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ด้านการวิจัยและพัฒนา

จากการวิเคราะห์งานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า งานวิจัยด้านดังกล่าวมีจำนวนมากและมีเนื้อหาที่หลากหลาย ในที่นี้จะขอจัดกลุ่มงานวิจัยเหล่านั้นตามหัวข้อหลัก ๆ 5 ด้าน เพื่อความสะดวกในการนำเสนอ ดังนี้

- 1) การวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
- 2) การวิจัยและพัฒนาด้านทัศนคติของผู้บริโภค
- 3) การวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
- 4) การวิจัยและพัฒนาด้านวิศวกรรมศาสตร์
- 5) การวิจัยและพัฒนาทั่วไป

1) การวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสับปะรด ของตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้สอดคล้องกับนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของ กชพรรณ มงคล และคณะ (2544) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. สำรวจกระบวนการผลิต ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รูปแบบ ตลาด ประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์
2. สำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องต่อผลิตภัณฑ์
3. เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับศักยภาพของท้องถิ่น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

งานวิจัยมีสมมติฐานดังนี้

1. การพัฒนากระบวนการผลิตจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี
2. ราคา รูปแบบ สีล้น ประโยชน์ใช้สอย ความคิดสร้างสรรค์ อายุการใช้งาน เอกลักษณ์ และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีผลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุนการผลิตกระดาษจากใบสับปะรด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ผู้ผลิต คือ แม่บ้านเกษตรกรรวมใจพัฒนา ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่จำนวน 12 ครัวเรือน ผู้บริโภค ได้แก่ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปกระดาษแผ่น จำนวน 25 ราย และผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในลักษณะสินค้าแปรรูป จำนวน 115 ราย และหัวหน้าหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 12 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างแน่นอน แบบสังเกต และการวิเคราะห์และทดสอบในห้องปฏิบัติการ การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการทางสถิติ ได้แก่ ค่าสถิติเชิงบรรยาย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาตรฐานการเก็บตัวอย่างกระดาษ และน้ำเสีย ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทุกประการ แต่ไม่ปรากฏผลการทดสอบสมมติฐานแต่อย่างใด

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยผลิตภัณฑ์อีกประเภทที่ใช้พื้นที่ในภาคใต้เป็นพื้นที่เป้าหมาย คือ งานวิจัยของจิรา พงศ์พฤทธิวัฒน์ (2547) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการดำเนินงานและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ศึกษาเฉพาะกรณีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ส้มแขก ตำบลตันหยงมัส อำเภอระแงะ จังหวัดนราธิวาส วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. ศึกษากระบวนการดำเนินงานและบริหารผลิตภัณฑ์ส้มแขกภายใต้ นโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ส้มแขก

3. ศึกษาปัญหาอุปสรรคต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม ผู้จำหน่ายวัตถุดิบและประชาชนทั่วไป รวม 30 คน โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผลการศึกษา พบว่า สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ 4 ประเด็น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การตลาด การจำหน่าย และแกนนำกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ส้มแขก

สมบัติ รัตนคำชูวงศ์ (2548) ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจที่ได้คัดสรรเป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับภาค 5 ดาว กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมในภาคกลางฝั่งตะวันตก วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประจำปี 2546 ในกลุ่มศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก และกลุ่มเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งในเขตพื้นที่ภาคกลางฝั่งตะวันตก เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จและใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพกับข้อมูลภาคสนาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประธานกลุ่ม และคณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ผ่านการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยใช้แบบจำลองซีบีพี (CIPP Model) ประเมินประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การประเมินบริบท การประเมินปัจจัยนำเข้า การประเมินกระบวนการ และการประเมินปัจจัยการผลิต นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลุ่มให้มีการบริหารจัดการภายในอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาสินค้าของกลุ่มให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานสู่สินค้าระดับ 5 ดาว เพื่อขยายการตลาดสู่การส่งออกในอนาคต รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

ในส่วนของงานวิจัยด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีเพียงหนึ่งเรื่องเท่านั้น เป็นงานวิจัยของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2547) ที่จัดทำโครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เป้าหมายทุกภูมิภาค โดยมีวัตถุประสงค์ของโครงการเพื่อส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบและบรรจุภัณฑ์ของชุมชนโดยการใช้ภูมิปัญญาไทยร่วมกับวิทยาการสมัยใหม่เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบงูใจผู้ซื้อและช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า ช่วยรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนมีความเหมาะสมกับการจัดจำหน่ายและขนส่ง ขั้นตอนการดำเนินโครงการดังกล่าวประกอบด้วย การคัดเลือกผลิตภัณฑ์เป้าหมาย การสำรวจสถานภาพปัจจุบันของการผลิตสินค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมถึงการพัฒนาความรู้ให้ผู้ผลิตสินค้าเพื่อให้สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืนต่อไป บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามีจำนวน 42 ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็นประเภทอาหารและเครื่องดื่ม 23 ผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย 10 ผลิตภัณฑ์ ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก 4 ผลิตภัณฑ์

และประเภทของใช้และเครื่องประดับตกแต่ง 5 ผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทุกประการ อีกทั้งสามารถนำไปใช้ได้จริง เกิดการจดสิทธิบัตรบรรจภัณฑ์บางชิ้น สร้างมูลค่าเพิ่ม เพิ่มโอกาสในการจัดจำหน่ายและเพิ่มรายได้ และยังสามารถคุ้มครองรักษาผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัย และยืดอายุการใช้งาน

2) การวิจัยและพัฒนาด้านทัศนคติของผู้บริโภค

งานวิจัยในด้านดังกล่าวจะรวมถึงการศึกษาทัศนคติ ความพึงพอใจ ความคิดเห็น และพฤติกรรมของผู้บริโภค รายละเอียดของงานวิจัยมีดังนี้ พอพันธ์ สิงห์จันทร์ (2546) ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวาในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. เปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวาในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ความถี่ในการซื้อ และสถานที่ซื้อ ใน 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

งานวิจัยมีสมมติฐานดังนี้

1. ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

2. ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

3. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

5. ผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ต่อเดือนต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

6. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

7. ผู้บริโภคที่มีความถี่ในการซื้อต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

8. ผู้บริโภคที่มีสถานที่ซื้อต่างกันมีทัศนคติต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเพื่อวัดทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมการตลาดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา หลังจากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเชื่อมั่นแบบวัดทัศนคติ สถิติเชิงอนุมาน และความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยในทุกข้อ แต่ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ในสมมติฐานที่ 1 และ 6 นอกจากนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามประเด็นที่กำหนดไว้ใน วัตถุประสงค์งานวิจัย พร้อมให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

งานวิจัยอีกเรื่องเป็นการศึกษา ศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ต่อสินค้า OTOP โดย ดวงใจ ปัทมารัง, ธวัชชัย พูลจำปา, ถัดดาวลัย ศิริวงษ์, วิภาวดี นาดเหนือ และอภิวัฒน์ มะใบ (2547) วัตถุประสงค์การวิจัย มีดังนี้

1. ศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อสินค้า OTOP ทั้งสี่ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการสื่อสารการตลาด

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้า OTOP ของประชาชน

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจหลังการใช้สินค้า OTOP ของประชาชน

4. เพื่อศึกษาปัญหา/อุปสรรค/ข้อเสนอแนะ/แนวทางแก้ไขที่มีต่อสินค้า OTOP

ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้งสี่ข้อ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษตามประเด็นดังต่อไปนี้ ผลทัศนคติ ผลของพฤติกรรมการซื้อ และผลของความพึงพอใจ พร้อมให้ข้อเสนอแนะทั่วไปและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

นอกจากนี้ มีหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2547) ที่รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้หรือบริโภคสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน/สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การนำวัตถุดิบ/ทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า ประโยชน์ของโครงการฯ และความพึงพอใจต่อการดำเนินงาน รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอต่าง ๆ การสุ่มตัวอย่างใช้แบบ Stratified Three-Stage Sampling โดยมีภาคเป็นสตรัดัม ซึ่งมีทั้งสิ้น 5 สตรัดัม คือ กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ โดยมีชมรมอาคาร

(ในเขตเทศบาล) และหมู่บ้าน (นอกเขตเทศบาล) เป็นหน่วยตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง ครั้นเรือนส่วนบุคคลเป็นหน่วยงานตัวอย่างขั้นที่สอง และสมาชิกที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปเป็นหน่วยตัวอย่างขั้นที่สาม การสำรวจนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และนำเสนอผลการสำรวจในรูปของร้อยละ ผลการสำรวจค่อนข้างสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ เนื่องจากสำนักงานสถิติแห่งชาติได้ออกแบบสอบถามและมีข้อคำถามที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการทุกประการ แต่ข้อคำถามเหล่านั้นไม่ได้เจาะลึกในรายละเอียดมากนัก เป็นแค่เพียงคำถามกว้าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับใด มาก ปานกลาง น้อย ไม่มีประโยชน์/ไม่ประสบผลสำเร็จ จะเห็นได้ว่าไม่มีรายละเอียดว่าเป็นประโยชน์ในด้านใดบ้าง เช่น การสร้างอาชีพ การสร้างรายได้ เป็นต้น หากสำนักงานสถิติสามารถออกแบบข้อคำถามให้มีรายละเอียดที่หน่วยงานสามารถนำผลการประเมินไปใช้เป็นสารสนเทศเพื่อการตัดสินใจได้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทย

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ งานวิจัยของมาลินี ฤาษทุกุล (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคในจังหวัดสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์โดยรวม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
3. ศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม
4. ศึกษาปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อ/เคยซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 144 คน โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ค่า ไคสแควส์ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยนำเสนอผลการวิจัยแบ่งเป็น 5 ตอน คือ ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน นอกจากนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยไว้อย่างชัดเจน มีข้อเสนอแนะจากการวิจัย และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3) การวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

การวิเคราะห์งานวิจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในที่นี้ครอบคลุมถึงการพัฒนาระบบสารสนเทศทั้งในรูปของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และบทบาทของสื่อสารสนเทศประเภทต่าง ๆ รายละเอียดของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ งานวิจัยของแสงทอง บุญยิ่ง (2545) ศึกษา การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการขยายงานของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับจังหวัด บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา จังหวัดปราจีนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อรองรับการขยายงานของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับจังหวัด บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีลักษณะการทำงานที่รองรับระบบงานในปัจจุบันและเป็นโปรแกรมที่ยืดหยุ่นใช้งานง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาระบบคือ ระบบปฏิบัติการลินุกซ์ (Linux) ระบบการจัดการฐานข้อมูล My SQL โปรแกรมภาษาพีเอชพี (PHP) และใช้โปรแกรมบราวเซอร์ (Browser) ในการใช้งานระบบ กลุ่มเป้าหมายคือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายคอมพิวเตอร์ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และเจ้าหน้าที่ฝ่ายคอมพิวเตอร์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ในแต่ละตำบล ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย อีกทั้งยังพบว่า ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบอยู่ในระดับดี นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ส่วนงานวิจัยเกี่ยวกับการนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์คืองานวิจัยของวีราภรณ์ จีระประสาน (2547) ที่ศึกษาผลของการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อสถานการณ์และโอกาสทางด้านการตลาดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ประเภทผลิตภัณฑ์กระเป๋าของจังหวัดอ่างทอง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาเปรียบเทียบสถานการณ์และโอกาสทางด้านการตลาดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สำหรับสินค้าหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ประเภทผลิตภัณฑ์กระเป๋า ก่อนและหลังการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของสินค้าหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ประเภทผลิตภัณฑ์กระเป๋า เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามปลายเปิดจากกลุ่มประชากรเป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้ผลิตเครื่องจักสาน ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเจ้าหน้าที่ผู้จัดทำเว็บไซต์ และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์โดยใช้

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา อาทิ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และตารางแจกแจงความถี่ และใช้การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (SWOT Analysis) ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทุกประการ

โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ประเด็นคือ

1. ผลการศึกษาศาสนาการณทางด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย

2. การศึกษาโอกาสทางการตลาด ได้แก่ จุดแข็งของการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จุดอ่อนของการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โอกาสของการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และอุปสรรคของการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของนริสา ทรงไทรย์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อที่มีผลต่อผู้นำชุมชนในการริเริ่มการพัฒนาภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลหัวเวียง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับบทบาทของผู้นำชุมชนต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของชุมชนในตำบลหัวเวียง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับบทบาทของผู้นำชุมชนต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ของชุมชนในตำบลหัวเวียง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังตั้งสมมติฐานของการวิจัย ไว้ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 กลุ่มผู้นำชุมชน ในตำบลหัวเวียง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันจะมีบทบาทของผู้นำชุมชนต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน สมมติฐานที่ 2 กลุ่มผู้นำชุมชน ในตำบลหัวเวียง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีลักษณะการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันจะมีบทบาทของผู้นำชุมชนต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้นำชุมชนในตำบลหัวเวียง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 118 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ Chi-square Test ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยแยกเป็นตอน ๆ ดังนี้ ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อ และตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีบทบาทของ

ผู้นำชุมชนต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ และตำแหน่งในท้องถิ่นมีบทบาทของผู้นำชุมชนต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนสมมติฐานที่ 2 พบว่า การเปิดรับสื่อ ได้แก่ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ มีบทบาทของผู้นำชุมชนต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เอกสารสิ่งพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต มีบทบาทของผู้นำชุมชนต่อการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยและข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

4) การวิจัยและพัฒนาด้านวิศวกรรมศาสตร์และสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์งานวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนาด้านวิศวกรรมศาสตร์และสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดของงานวิจัยดังนี้ สิงหา คงแฉลง สุพรรณ สอนสิงห์ และอารี กลมเกลี้ยง (2547) วิจัยเรื่องการพัฒนาขีดความสามารถเชิงการแข่งขันโดยใช้เทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหการ กรณีศึกษาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในเขตจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาความสามารถทางการตลาด ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบริหารจัดการ และด้านผลิตภัณฑ์
2. รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และทำการประเมินขีดความสามารถทางการตลาด ด้านกระบวนการผลิต ด้านการบริหาร การควบคุมคุณภาพ และด้านผลิตภัณฑ์แต่ละตัว
3. ศึกษาหาแนวทางในการดำเนินการและประยุกต์ใช้เครื่องมือทางวิศวกรรมอุตสาหการ ในการแก้ปัญหาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบประเมิน และการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค (SWOT Anylysis) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตจังหวัดนครปฐม จำนวน 5 โครงการ ได้แก่ โครงการผลิตภัณฑ์ขนมเปียะหลากรสแม่เอย โครงการผลิตภัณฑ์เบญจรงค์ประยุกต์ โครงการผลิตภัณฑ์น้ำกระชายดำ ดั่งใจ และโครงการผลิตภัณฑ์น้ำมันข้าวโพดโรจนสุนันท์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลจะแยกเป็นการวิเคราะห์ 3 แบบ คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาขีดความสามารถในการดำเนินการ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปหากลยุทธ์ในการดำเนินการ และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อมาสร้างเป็นรูปแบบการแก้ไขปัญหาสำหรับโครงการ ผลการวิจัยพบว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยในแต่ละโครงการผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ ผลการพัฒนาขีดความสามารถ การระบุปัญหาแล้วแนวทาง

การพัฒนา และการติดตามและประเมินผล นอกจากนี้ยังมีการอภิปรายผลการวิจัย ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

นอกจากนี้ ชัยเดช ตั้งผดุงสิน (2547) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางในการพัฒนาการผลิตสิ่งทอของท้องถิ่นเพื่อให้ได้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับสากล โดยมุ่งศึกษาถึงผลกระทบจากกระบวนการย้อมเส้นด้ายไหมและฝ้าย โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษากระบวนการทำงานโดยรวมการย้อมสีผ้าของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอุตสาหกรรมฝ้ายย้อมจากเส้นใยธรรมชาติ และเพื่อศึกษาหาแนวทางการปรับกระบวนการผลิตหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทฝ้ายย้อมจากเส้นใยธรรมชาติให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม และข้อมูลภาคสนามจากการลงพื้นที่ จำนวน 5 แห่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและตัวแทนฝ้ายย้อม 2 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยที่พบว่า กระบวนการย้อมสีผ้ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและร่างกายมนุษย์ ขณะที่กระบวนการผลิตเส้นใยไม่มีผลกระทบแต่อย่างใด รวมทั้งผู้วิจัยยังให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

5) การวิจัยและพัฒนาทั่วไป

งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นการศึกษาการประเมินผลการดำเนินงาน โครงการ และมหกรรมแสดงสินค้า เป็นหลัก รายละเอียดของงานวิจัยเกี่ยวกับประเมินผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีทั้งหมด 4 งานวิจัย เรียงตามปี พ.ศ. ของงานวิจัย ดังนี้ ในปี 2544 บวรรัตน์ ศุภระกาญจน์ วิจัยเรื่องการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาตำบลโคกสะอาด อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1. เพื่อประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน 3. เพื่อเสนอการดำเนินงานระหว่างคณะทำงานสนับสนุนการปฏิบัติการระดับตำบล (คปต.) และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานกับองค์กรธุรกิจชุมชน การวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 2 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 116 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยอย่างละเอียด พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะการวิจัยในภาพรวม

ในปี 2547 มีงานวิจัยจำนวน 2 เรื่องที่ศึกษาถึงผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ งานวิจัยดังกล่าว ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในภาคใต้ โดย จินตนา วิจารณ์ (2547) วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาสถานการณ์การดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาผลการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
3. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงาน

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 83 กลุ่ม และสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจำนวน 1,120 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์จำนวน 2 ชุด คือ คำถามปิดและคำถามเปิด วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าร้อยละ และค่ามัธยฐานและค่าเฉลี่ย ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังให้ข้อเสนอแนะการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านในภาคใต้ในภาพรวมของกลุ่มแม่บ้านที่เข้าร่วมโครงการ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรผู้รับผิดชอบโครงการ และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ควรมีกลยุทธ์การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์สินค้า

นอกจากนี้งานวิจัยของ สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร จงพิศ ศิริรัตน์ ยุพาวดี สมบูรณ์กุล และเสาวณี จุลิรัชนิกร (2547) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินวิสาหกิจชุมชนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้ชุดโครงการการจัดการของวิสาหกิจชุมชน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคใต้ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1. วิเคราะห์ ประเมิน และชี้สภาพปัญหาที่สำคัญของการจัดการวิสาหกิจชุมชนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการวิสาหกิจโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 3. กำหนดการจัดการแนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กรรมการบริหารวิสาหกิจชุมชน และเจ้าของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยทุกประการ อีกทั้งผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยไว้อย่างชัดเจน โดยแบ่งออกเป็นสองประเด็น คือ อภิปรายผลของรูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนและปัจจัยแสดงความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจนและครอบคลุม รวมทั้งการให้ข้อเสนอแนะที่หลากหลาย สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ลักษณะของผู้รับผิดชอบหลัก ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ลักษณะโอกาสของวิสาหกิจชุมชน แผนธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และการดูงานนอกสถานที่จริง

ในส่วนของการงานวิจัยเกี่ยวกับประเมินผลการดำเนินงานมหกรรมแสดงสินค้ามีเพียงเรื่องเดียวเท่านั้น คืองานวิจัยของ คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ

(2545) ที่รายงานการประเมินผลมหกรรม หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพ็ค เมืองทองธานี นนทบุรี เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดงาน เพื่อ

1. แนะนำสินค้าตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามกระบวนการและหลักการ และตามเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ให้เห็นภาพประสานความร่วมมือและประกาศรวมพลังเพื่อขับเคลื่อนโครงการหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ร่วมกันระหว่างภาครัฐราชการ ภาคเอกสาร และภาคประชาชน
3. ส่งเสริมและสนับสนุนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นภูมิปัญญา ท้องถิ่นสู่ตลาดสากลและตลาดในระดับต่าง ๆ
4. สร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย โดยนำสินค้ามาจำหน่าย
5. พัฒนาขีดความสามารถแก่ผู้ประกอบการรายย่อยให้มีศักยภาพทัดเทียมผู้ประกอบการธุรกิจ มืออาชีพ โดยเฉพาะด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินเป็นแบบสอบถามจำนวน 7 ชุด ได้แก่ แบบประเมินผล มหกรรมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ข้อมูลการเจรจาธุรกิจ แบบรายงานผลการจำหน่ายสินค้างาน มหกรรมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ บันทึกการนับจำนวนผู้เข้าร่วมงาน แบบสำรวจความพึงพอใจ ของงาน (สำหรับผู้ชมงาน) แบบสำรวจความพึงพอใจของงาน (สำหรับผู้ขายสินค้า) และ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการสาธิตกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ในงาน ผลการประเมิน งานพบว่า ผลการประเมินส่วนใหญ่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน และไม่สามารถ สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการบริหารจัดการของหน่วยงานภาครัฐได้ โดยเฉพาะวัตถุประสงค์ สำคัญ ๆ ในข้อ 2, 3 และ 5 ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากไม่มีแบบสอบถามที่สามารถประเมิน วัตถุประสงค์ในข้อดังกล่าวได้

2 ด้านการจัดการทั่วไป

งานวิจัยหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการทั่วไปมีจำนวน 3 รายการ โดยมีพื้นที่ เป้าหมายแตกต่างกัน ได้แก่ จังหวัดนนทบุรี ปราจีนบุรี และในภาคใต้ รายละเอียดของงานวิจัย ดังกล่าว มีดังนี้ มยุรี บุญริ้ว (2547) วิจัยเรื่อง การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ประเมินปัจจัยนำเข้าขององค์กรธุรกิจชุมชน
2. ประเมินกระบวนการขององค์กรธุรกิจ

3. ประเมินผลลัพธ์ ผลที่ได้จากการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชน

4. ศึกษาปัญหาอุปสรรคของการดำเนินการขององค์กรธุรกิจชุมชน

งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 2 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาทั้งหมด 90 คน โดยแยกเป็นคณะกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจชุมชนจำนวน 3 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะเกร็ดจำนวน 60 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS และใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ยังมีการอภิปรายผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนใน 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ และปัจจัยนำออกอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการให้ข้อเสนอแนะทั้งในเชิงนโยบายและในการทำประเมินครั้งต่อไป

นอกจากนี้งานวิจัยของ จันทภา อนงคพงศ์พันธุ์ (2544) ที่ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านค้าผลิตภัณฑ์จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดปราจีนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านค้าผลิตภัณฑ์จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดปราจีนบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ สัมภาษณ์ และแบบสอบถาม โดยใช้การสุ่มตัวอย่างจากประชาชนทั่วไปที่อยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปราจีนบุรี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การแจกแจงความถี่ และการหาค่าร้อยละ ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแยกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ ความเป็นไปได้ทางด้านการตลาด ด้านการบริหาร และด้านการเงิน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังให้ข้อเสนอแนะสำหรับจังหวัดปราจีนบุรีในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ ด้านผู้ผลิตควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์และรูปแบบ และด้านผู้บริโภคควรให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ของชุมชน

งานวิจัยเล่มสุดท้ายที่มีพื้นที่ศึกษาในภาคใต้ เป็นงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินวิสาหกิจชุมชนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้ชุดโครงการการจัดการของวิสาหกิจชุมชน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคใต้ โดยสมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุพาดี สมบูรณ์กุล และเสาวณี จุลิรัชนิกร มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. วิเคราะห์ ประเมิน และชี้สภาพปัญหาที่สำคัญของการจัดการวิสาหกิจชุมชนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการวิสาหกิจโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
3. กำหนดการจัดการแนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่เหมาะสมกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กรรมการบริหารวิสาหกิจชุมชน และเจ้าของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยทุกประการ อีกทั้งผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยไว้อย่างชัดเจน โดยแบ่งออกเป็นสองประเด็น คือ อภิปรายผลของรูปแบบการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนและปัจจัยแสดงความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจนและครอบคลุม รวมทั้งการให้ข้อเสนอแนะที่หลากหลาย สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ลักษณะของผู้รับผิดชอบหลัก ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน ลักษณะโอกาสของวิสาหกิจชุมชน แผนธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และการดูงานนอกสถานที่จริง

3 ด้านการตลาดและการขาย

การวิเคราะห์งานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดและการขาย มีจำนวนทั้งสิ้น 5 รายการ ในที่นี้ขอแยกประเภทงานวิจัยตามลักษณะของการวิจัย คือ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดของงานวิจัย ต่อไปนี้ สพล มรรคไพบุลย์ (2546) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชลบุรี ในการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร
2. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมด้านการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้
 1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างกัน
 2. ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้มาจากกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 420 คน การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อหาค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้ทดสอบค่าคงที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาซึ่งแบ่งเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ลักษณะข้อมูลด้าน

ประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด และ พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับสมมติฐานบางข้อ ดังนี้

- 1) ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งด้านความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน
 - 2) ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งด้านความถี่ในการซื้อ และจำนวนเงินโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน
 - 3) ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ด้านราคาโดยรวม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์
 - 4) ส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคาโดยรวม และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม และด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์
- นอกจากนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ พร้อมให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย ในประเด็นด้านปัจจัยส่วนบุคคล และด้านพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

และงานวิจัยของศิริพร เมนทอง (2547) ศึกษาเรื่อง การผลิตและการตลาดของสินค้า หัตถกรรมพื้นบ้านภาคใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาผ้ามัดหมี่ของอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อ

1. ศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิตและกระบวนการผลิตผ้ามัดหมี่
2. ศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิตและกระบวนการผลิตผ้ามัดหมี่
3. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการผลิตและการตลาดของผ้ามัดหมี่
4. หาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์และกระบวนการผลิต สถานการณ์

ทางด้านตลาด และโอกาสทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคทางการผลิตและการตลาดของผ้ามัดหมี่ งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ผลิตผ้ามัดหมี่ในแต่ละตำบล จำนวน 312 คน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังให้ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแก่กลุ่มผู้ผลิตและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้งานวิจัยของ ประภาส หวังอ้อมกลาง (2547) วิจัยเรื่องการผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. ศึกษาการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบความคิดเห็นด้านการผลิตและการจำหน่ายสินค้าที่มีเพศ อายุ การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการศึกษาไว้ดังนี้

1. เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายที่แตกต่างกัน
2. อายุที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายที่แตกต่างกัน
3. การศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายที่แตกต่างกัน
4. อาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายที่แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นคณะกรรมการกลุ่มผลิตภัณฑ์จำนวน 130 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ F-test ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แต่ผลการทดสอบสมมติฐานไม่สอดคล้องกัน เนื่องจากสมมติฐานข้อ 4 พบว่า สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความเห็นเกี่ยวกับการผลิตและการจำหน่ายไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยและให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

ในส่วนงานวิจัยเชิงคุณภาพด้านการตลาดและการขายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดของงานวิจัย ต่อไปนี้ อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม และคณะ (2545) ศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา เครื่องจักสาน จังหวัดนครราชสีมา และอ่างทอง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิต และสภาวะเทคโนโลยีการผลิตของสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องจักสาน
2. ศึกษาสถานการณ์ด้านการตลาด วิเคราะห์โอกาสทางการตลาด และกำหนดกลยุทธ์สำหรับผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องจักสาน
3. ศึกษาปัญหาอุปสรรคทางการผลิตและการตลาดของสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องจักสาน พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางแก้ไข

ใช้การศึกษาโดยวิธีการสำรวจ และวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดด้วยวิธี SWOT Analysis และกำหนดกลยุทธ์สำหรับกลุ่มผู้ผลิตจักสานตัวอย่างในจังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง

ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย พร้อมให้ข้อเสนอแนะกับสำนักงาน
อุตสาหกรรมจังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนา
เครื่องจักรสานของกลุ่มผู้ผลิตดังกล่าว

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของสุชีรา ศาครสิทธิศักดิ์ (2547) ศึกษาการจัดการธุรกิจแปรรูป
ผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลาน
ตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ศึกษาการจัดองค์กรของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลาน ตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่
จังหวัดขอนแก่น

2. ศึกษาการจัดการด้านการผลิต การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรบ้านลานตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น 3

3. ศึกษาการจัดการด้านการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลาน
ตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น

4. ศึกษาการจัดการด้านการเงินของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านลาน ตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่
จังหวัดขอนแก่น

5. ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรของกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรบ้านลาน ตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิง
คุณภาพที่เก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตำบล
บ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 22 คน ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
ของการวิจัย

และงานวิจัยของศิริพร วงศ์สวัสดิ์ (2547) วิจัยเรื่องการบริหารจัดการสินค้าหนึ่ง
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานภาครัฐ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาการผลิตหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

2. ศึกษาการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

3. ศึกษาการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐด้วยปัจจัย 4P และมีสมมติฐานของการวิจัย
คือ หน่วยงานภาครัฐไม่ได้สนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยปัจจัย 4P เก็บรวบรวม
ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เอกสาร และการวิจัยภาคสนามโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ใช้การสุ่มตัวอย่าง
แบบเจาะจงและแบบง่าย โดยเลือกสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 4 ผลิตภัณฑ์ จาก 40 ตัวอย่าง
ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย อีกทั้งผลการวิจัยยังสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่า
หน่วยงานภาครัฐไม่ได้สนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยปัจจัยการบริหาร 4 P แต่
อย่างไร ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะทั้งในเชิงนโยบายและเชิงแนวปฏิบัติ

4. ด้านการบริหารงานบุคคล

การวิเคราะห์งานวิจัยหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารงานบุคคลมีจำนวน 2 รายการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ วสันต์ บันลือทรัพย์ (2546) ศึกษาทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี

2. เปรียบเทียบทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายจังหวัดเพชรบุรี จำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบวัดทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยโดยผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยตามประเด็นต่อไปนี้

1. สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

2. การวิเคราะห์ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างแยกเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านความคิด ด้านความรู้สึก และด้านการแสดงพฤติกรรม

3. การเปรียบเทียบทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกตามเพศ แผนการเรียน และอาชีพผู้ปกครอง

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีการอภิปรายผลอย่างละเอียด อีกทั้งยังให้ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ สราวุธ สุรศิลป์ (2547) ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสภาพการดำเนินงานโดยทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหาร จำแนกตามสถานภาพของกลุ่ม 2. ศึกษาแนวทางการบริหารงานโดยทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับการคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหาร จำแนกตามสถานภาพของกลุ่ม 3. ศึกษาปัญหาอุปสรรคและความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหาร ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทอาหารประจำปี 2546 จำนวน

211 รายการ มีกลุ่มผู้ผลิตทั้งสิ้น 126 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

สภาพโดยทั่วไปของกลุ่มใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรบุคคล การเงินการบัญชี การบริหาร วัตถุดิบ การบริหารจัดการ และการบริหารการตลาด โดยการหาค่าความถี่ และสรุปเป็นร้อยละและฐานนิยม ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมทั้งมีการอภิปรายผลร่วมกับผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ และมีข้อเสนอแนะแนวทางในการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5. ด้านการบัญชี

การวิเคราะห์งานวิจัยหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการบัญชีมีงานวิจัยแค่เล่มเดียว คือ งานวิจัยของวิภาวี ศรีคะ (2546) วิจัยเรื่องการทำบัญชีธุรกิจชุมชน ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. เพื่อทราบว่าธุรกิจชุมชนภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบันทึกบัญชี การจัดเก็บเอกสารทางการค้า การรายงานข้อมูลทางการค้า การควบคุมภายใน และการตรวจสอบบัญชี เพียงใด

2. เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการบันทึกบัญชี การจัดเก็บเอกสารทางการค้า การรายงานข้อมูลทางการค้า การควบคุมภายใน และการตรวจสอบบัญชี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ธุรกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 40 แห่ง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด และแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีการอภิปรายผลการวิจัยอย่างละเอียดและชัดเจน อีกทั้งยังให้ข้อเสนอแนะในการวิจัย

6. ด้านการเงิน การจัดการการเงิน และการลงทุน

การวิเคราะห์งานวิจัยหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการเงิน การจัดการการเงิน และการลงทุน จำนวน 2 รายการ เรียงลำดับตามปี พ.ศ. ดังนี้ ไพรัช ภัทรศิริสิทธิ์ (2545) ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตน้ำพริกเผา กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. ศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และจุดคุ้มทุนของการผลิตน้ำพริกเผา

2. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการผลิตและจำหน่ายน้ำพริกเผา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประธานกลุ่มแม่บ้านในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และจากเอกสารการบันทึกของกลุ่มแม่บ้าน วารสาร บทความหนังสือ วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยทุกข้อ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังอภิปรายผลข้อมูล พร้อมให้ข้อเสนอแนะแก่กลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกเผา และแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของ พัฒนันท อนุเคราะห์นันท (2547) ศึกษาเรื่องการจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดับจากดินไทยและผ้าใยบัว ตำบลสตึก อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาการจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์จำนวน 1 คน คณะกรรมการกลุ่มจำนวน 4 คน ผู้ซื้อสินค้าจำนวน 5 คน และเจ้าหน้าที่หน่วยงานการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสังเกต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการบรรยายเชิงพรรณนาวิเคราะห์ผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์แยกเป็นประเด็น ดังนี้

1. ความเป็นมาของกลุ่มหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. การจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งเป็นหัวข้อย่อย ได้แก่
 - ด้านการบริหารงาน ด้านการเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์และด้านการจัดการสินค้า
3. แนวทางการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
4. การส่งเสริมสนับสนุนโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาอย่างละเอียด พร้อมให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์และข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อไป

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ดังตารางที่ 4.36 ถึงตารางที่ 4.49 ดังนี้

ตารางที่ 4.36 งานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระหว่าง
ปี 2538-2548

ปีที่ศึกษาวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
2538	1	2.8
2539	1	2.8
2540	1	2.8
2542	2	5.6
2543	2	5.6
2544	3	8.3
2545	6	16.7
2546	6	16.7
2547	5	13.9
2548	9	25.0
รวม	36	100.0

ตารางที่ 4.36 พบว่างานวิจัยจำแนกตามปีที่ผลิตงานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากที่สุด คือ พ.ศ. 2548 จำนวน 9 เล่ม ร้อยละ 25.0 รองลงมา ได้แก่ พ.ศ. 2545 และ 2546 มีจำนวนเท่ากัน คือ 6 เล่ม ร้อยละ 16.7 พ.ศ. 2547 และ 2544 จำนวน 5 เล่ม และ 3 เล่ม ร้อยละ 13.9 และ 8.3 พ.ศ. 2542 และ 2543 มีจำนวนเท่ากัน คือ 2 เล่ม ร้อยละ 5.6 พ.ศ. 2538 2539 และ 2540 มีจำนวนเท่ากัน คือ 1 เล่ม ร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.37 ประเภทหน่วยงานที่ศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภทหน่วยงาน	จำนวน	ร้อยละ
คณะบุคคล	3	8.3
หน่วยงาน	13	36.1
ปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์	20	55.6
ระดับปริญญาโท	11	30.6
ระดับปริญญาเอก	9	25.0
รวม	36	100.0

ตารางที่ 4.37 พบว่า ประเภทหน่วยงานที่ศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากที่สุด คือ ปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ จำนวน 20 เล่ม ร้อยละ 55.6 จำแนกเป็นระดับปริญญาโท จำนวน 11 เล่ม ร้อยละ 30.6 และระดับปริญญาเอก จำนวน 9 เล่ม ร้อยละ 25 รองลงมา ได้แก่ หน่วยงานและคณะบุคคล จำนวน 13 เล่ม และ 3 เล่ม ร้อยละ 36.1และ 8.3

ตารางที่ 4.38 เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เนื้อหาที่ทำวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
การวิจัยและพัฒนา	23	62.2
การจัดการทั่ว ๆ ไป	4	10.8
การตลาดและการขาย	3	8.1
การบริหารงานบุคคล	3	8.1
การเงิน- การจัดการการเงิน-	2	5.4
การลงทุน		
การบัญชี	1	2.7
การจัดทำฐานข้อมูลด้าน	1	2.7
การประกอบธุรกิจ		

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.38 พบว่า เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ การวิจัยและพัฒนา จำนวน 23 เล่ม ร้อยละ 62.2 รองลงมา ได้แก่ การจัดการทั่วๆ ไป จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 10.8 การตลาดและการขายและการบริหารงานบุคคล มีจำนวนเท่ากัน คือ 3 เล่ม ร้อยละ 8.1

ตารางที่ 4.39 ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเด็นที่ทำการวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
กลยุทธ์การจัดการ	19	27.7
ด้านนโยบายและการวางแผน	17	25.4
ความสามารถในการแข่งขัน	13	19.4
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	6	9.0
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ	4	6.0
การสร้าง คัดค้าน ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม	3	4.5
เครื่องมือ แนวทางการจัดประสิทธิภาพเครื่องมือ	3	4.5
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	2	3.0
นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ	1	0.5

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.39 พบว่า ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดสองอันดับแรก คือ กลยุทธ์การจัดการและด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 19 เล่ม และ 17 เล่ม ร้อยละ 27.7 และ 25.4 รองลงมา ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขัน สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 13 เล่ม 6 เล่ม และ 4 เล่ม ร้อยละ 19.4 9.0 และ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.40 ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	15	23.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	8	12.5
ภาคกลาง	16	25.0
ภาคใต้	9	14.1
ภาคตะวันออก	13	20.3
ภาคตะวันตก	1	1.6
ประเทศในกลุ่มเอเปค	2	3.1

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.40 พบว่า ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ ภาคกลาง จำนวน 16 เล่ม ร้อยละ 25 รองลงมา ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 15 เล่ม 13 เล่ม 9 เล่ม และ 8 เล่ม ร้อยละ 23.4 20.3 14.1 และ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.41 การออกแบบการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การออกแบบการวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
การวิจัยเชิงสำรวจ	18	50
การวิจัยเชิงพรรณนา	13	36.1
การวิจัยเชิงคุณภาพ	5	13.9
รวม	36	100.0

ตารางที่ 4.41 พบว่า การออกแบบการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 18 เล่ม ร้อยละ 50 รองลงมา ได้แก่ การวิจัยเชิงพรรณนาและการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 13 และ 5 เล่ม ร้อยละ 36.1 และ 13.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.42 การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่วิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการสุ่ม	30	83.3
มีการสุ่ม	6	16.7
แบบมีระบบ	3	8.3
แบบแบ่งกลุ่ม	2	5.6
แบบง่าย	1	2.8
รวม	36	100.0

ตารางที่ 4.42 พบว่า การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่วิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่มีการสุ่มเลือกตัวอย่างมากที่สุด จำนวน 30 เล่ม ร้อยละ 83.3 และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีการสุ่ม จำนวน 6 เล่ม จำแนกเป็นแบบมีระบบ แบบแบ่งกลุ่ม และแบบง่าย จำนวน 3 เล่ม 2 เล่ม และ 1 เล่ม ร้อยละ 8.3 5.6 และ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.43 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่มีการสุ่มที่วิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
แบบเจาะจง	19	63.3
แบบตามสะดวก	2	6.7
อื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตา แบบสำมะโน	9	30
รวม	30	83.4

ตารางที่ 4.43 พบว่า จากข้อมูลในตารางที่ 4.23 กรณีไม่มีการสุ่ม ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงมากที่สุด คือ จำนวน 19 เล่ม ร้อยละ 63.3 รองลงมาเป็นแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน และแบบสะดวก จำนวน 9 และ 2 เล่ม ร้อยละ 30 และ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
ประชาชน	19	50.0
โรงงาน/บริษัท/กิจการ	18	47.4
หน่วยงานของรัฐ	1	2.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.44 พบว่า สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากที่สุดสองอันดับแรก ได้แก่ ประชาชนและโรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 19 และ 18 เล่ม ร้อยละ 50 และ 47.4 รองลงมา คือ หน่วยงานรัฐ จำนวน 1 เล่ม ร้อยละ 2.6

ตารางที่ 4.45 การตั้งสมมติฐานการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การตั้งสมมติฐาน	จำนวน	ร้อยละ
มีสมมติฐาน	6	16.7
ทิศทาง (เป็นบวก-มากกว่า, เป็นลบ-น้อยกว่า)	3	8.3
ไม่มีทิศทาง (แตกต่างหรือไม่แตกต่าง)	3	8.3
ไม่มีสมมติฐาน	30	83.3
รวม	36	100

ตารางที่ 4.45 พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งสมมติฐานในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 30 เล่ม ร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 6 เล่ม ร้อยละ 16.7 จำแนกเป็นการตั้งสมมติฐานที่มีทิศทาง จำนวน 3 เล่ม ร้อยละ 8.3 และการตั้งสมมติฐานที่ไม่มีทิศทาง จำนวน 3 เล่ม ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 4.46 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	จำนวน	ร้อยละ
แบบสังเกต	2	4.7
แบบสัมภาษณ์	9	20.9
แบบทดสอบ	1	2.3
แบบสอบถาม	22	51.2
ข้อมูลทุติยภูมิ	9	20.9

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.46 พบว่า เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากที่สุด คือ แบบสอบถาม จำนวน 22 เล่ม ร้อยละ 51.2 รองลงมา ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิ มีจำนวนเท่ากัน คือ 9 เล่ม ร้อยละ 20.9 แบบสังเกต และแบบทดสอบ มีจำนวน 2 เล่ม และ 1 เล่ม 4.7 และ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	จำนวน	ร้อยละ
ความตรง	23	44.2
อำนาจจำแนก	2	3.8
ความเชื่อมั่น	23	44.2
ความยากง่าย	4	7.8

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.47 พบว่า การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากที่สุดสองอันดับแรก ได้แก่ ความตรงและความเชื่อมั่น มีจำนวนเท่ากัน คือ 23 เล่ม ร้อยละ 44.2 รองลงมา คือ ความยากง่ายและอำนาจจำแนก จำนวน 4 เล่ม และ 2 เล่ม ร้อยละ 7.8 และ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.48 สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สถิติเชิงพรรณนา	จำนวน	ร้อยละ
ค่าร้อยละ	25	32.9
อื่น ๆ	18	23.7
ความถี่	15	19.7
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	3	4.0
ค่าเฉลี่ย	17	22.4
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	16	21.0

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.48 พบว่า สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากที่สุด คือ ร้อยละ จำนวน 25 เล่ม ร้อยละ 32.9 รองลงมา ได้แก่ อื่น ๆ จำนวน 18 เรื่อง ร้อยละ 23.7 จำแนกเป็นความถี่ 15 เรื่อง ร้อยละ 19.7 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 4.0 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 17 เล่ม และ 16 เล่ม 22.4 และ 21.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.49 สถิติเชิงอ้างอิงที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สถิติเชิงอ้างอิง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล	29	69.0
t-test	4	9.4
ANOVA	2	4.8
Correlation	2	4.8
Multiple regression	2	4.8
Z-test	1	2.4
χ^2 -test	1	2.4
อื่น ๆ	1	2.4

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.49 พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการใช้สถิติอ้างอิงในการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 29 เล่ม ร้อยละ 69.0 รองลงมา ได้แก่ t-test จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 9.4 ANOVA Correlation และ Multiple regression มีจำนวนเท่ากัน คือ 2 เล่ม ร้อยละ 4.8

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาและประเด็นที่ทำวิจัย ด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังตารางที่ 4.50 ถึง ตารางที่ 4.70 ดังนี้

ตารางที่ 4.50 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเด็นที่ทำวิจัย

เนื้อหาที่ทำวิจัย	ประเด็นที่ทำวิจัย																		รวม	ร้อยละ
	ด้านนโยบายและ การวางแผน		กลยุทธ์การจัดการ		การใช้และ ประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี		การสร้าง- ติดตั้ง-ทดสอบ และตรวจสอบ นวัตกรรม		คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ/ ผู้นำ		เครื่องมือ- แนวทางการ จัดการ ประสิทธิภาพ		ความสามารถใน การแข่งขัน		สิ่งแวดล้อม/ ปัจจัยแวดล้อม		นโยบายการ ส่งเสริมของ ภาครัฐ			
จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
การตลาดและการขาย	2	25.0	1	12.5	1	12.5	1	12.5	2	25.0	-	-	-	-	1	12.5	-	-	8	100.0
ร้อยละ		11.8		5.3		50.0		33.3		40.0		-		-		16.7		-		11.6
การเงิน-การจัดการการเงิน- การลงทุน	1	33.3	1	33.3	-	-	-	-	-	-	1	33.3	-	-	-	-	-	-	3	100.0
ร้อยละ		5.9		5.3		-		-		-		33.3		-		-		-		4.3
การวิจัยและพัฒนา	12	26.1	13	28.3	1	2.2	2	4.3	2	4.3	2	4.3	9	19.6	4	8.7	1	2.2	46	100.0
ร้อยละ		70.6		68.4		50.0		66.7		40.0		66.7		69.2		66.7		100.0		66.7
การบัญชี	-	-	1	5.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		5.3		-		-		-		-		-		-		-		1.4
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	2	33.3	-	-	-	-	-	-	-	-	3	50.0	1	16.7	-	-	6	100.0
ร้อยละ		-		10.5		-		-		-		-		23.1		16.7		-		8.7
การบริหารงานบุคคล	1	25.0	1	25.0	-	-	-	-	1	25.0	-	-	1	25.0	-	-	-	-	4	100.0
ร้อยละ		5.9		5.3		-		-		20.0		-		7.7		-		-		5.8
การจัดทำฐานข้อมูลด้าน การประกอบธุรกิจ	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		5.9		-		-		-		-		-		-		-		-		1.4
รวม	17	100.0	19	100.0	2	100.0	3	100.0	5	100.0	3	100.0	13	100.0	6	100.0	1	100.0	69	100.0

ตารางที่ 4.50 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 8 เรื่อง ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำการวิจัยด้านนโยบายและการวางแผน และด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25 ด้านกลยุทธ์การจัดการ การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม และด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม มีจำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 12.5

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านนโยบายและการวางแผน ด้านกลยุทธ์การจัดการ และด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ มีจำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 46 เรื่อง ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำการวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 13 เรื่อง ร้อยละ 28.3 ด้านนโยบายและการวางแผน จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 26.1 ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 19.6 ด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 8.7 ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม ด้านลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ มีจำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.3 ด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และด้านการส่งเสริมนโยบายจากภาครัฐ มีจำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 2.2

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำการวิจัย คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่วไป จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำการวิจัยด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 50 ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 และด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 16.7

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านนโยบายและการวางแผน ด้านกลยุทธ์การจัดการ ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และด้านความสามารถในการแข่งขัน มีจำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

และด้านเนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำการวิจัย คือ

ด้านนโยบายและการวางแผน ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านนโยบายและการวางแผน จำนวน 17 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 70.6 ด้านการตลาดและการขาย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 11.8 ด้าน การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน ด้านการบริหารงานบุคคล และ ด้านนโยบายสนับสนุนของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.9

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์ การจัดการ จำนวน 19 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำการวิจัย ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 13 เรื่อง ร้อยละ 68.4 ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 10.5 ด้านการตลาดและการขาย ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน ด้านการบัญชี และด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ ร้อยละ 5.3

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำการวิจัย ด้านการตลาดและการขาย และด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง- กิดค้น- ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และด้านการตลาดและ การขาย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะ ของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหา ที่ทำการวิจัยด้านการตลาดและการขาย และด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 40 ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหา คือ เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และด้านการเงิน- การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถ ในการแข่งขัน จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 69.2 ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 23.1 ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 7.7

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อม/ ภัยสิ่งแวดล้อม จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 66.7 ด้านการตลาดและการขาย และด้านการจัดการทั่วไป จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

และประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำการวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

ตารางที่ 4.51 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเด็นที่ทำวิจัย

เนื้อหาวิจัย	ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัย														รวม	ร้อยละ
	ภาคเหนือ		ภาควันออกเฉียงเหนือ		ภาคกลาง		ภาคใต้		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันตก		ประเทศในกลุ่มเอเปค			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	4	33.3	2	16.7	2	16.7	2	16.7	2	16.7	-	-	-	-	12	100.0
ร้อยละ		25.0		25.0		11.8		22.2		15.4		-		-		17.9
การเงิน-การจัดการ	1	16.7	1	16.7	2	33.3	1	16.7	1	16.7	-	-	-	-	6	100.0
การเงิน-การลงทุน																
ร้อยละ		6.3		12.5		11.8		11.1		7.7		-		-		9.0
การวิจัยและพัฒนา	8	22.9	3	8.6	8	22.9	5	14.3	8	22.9	1	2.9	2	5.7	35	100.0
ร้อยละ		50.0		37.5		47.1		55.6		61.5		100.0		66.7		52.2
การบัญชี	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		6.3		-		-		-		-		-		-		1.5
การจัดการทั่ว ๆ ไป	2	25.0	2	25.0	2	25.0	1	12.5	1	12.5	-	-	-	-	8	100.0
ร้อยละ		12.5		25.0		11.8		11.1		7.7		-		-		11.9
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	2	50.0	-	-	1	25.0	-	-	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		-		-		11.8		-		7.7		-		33.3		6.0
การจัดทำฐานข้อมูลด้าน	-	-	-	-	1	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0
การประกอบธุรกิจ																
ร้อยละ		-		-		5.9		-		-		-		-		1.5
รวม	16	100.0	8	100.0	17	100.0	9	100.0	13	100.0	1	100.0	3	100.0	67	100.0

ตารางที่ 4.51 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 12 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 5 ภูมิภาคหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ทำการศึกษางานวิจัยที่ภาคเหนือ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 33.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออก จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการหรือการเงิน-การลงทุน จำนวน 6 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 5 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ศึกษางานวิจัยที่ภาคกลาง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 และภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 35 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 7 ภูมิภาคหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ทำการศึกษางานวิจัยที่ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก จำนวน 8 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 22.9 ภาคใต้ จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 14.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 8.6 ประเทศในกลุ่มเอเปค จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 5.7 ภาคตะวันตก จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 2.9

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่วไป จำนวน 8 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 5 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ศึกษางานวิจัยที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25 ภาคใต้และภาคตะวันออก จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 12.5

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 4 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 3 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ศึกษางานวิจัยที่ภาคกลาง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 50 ภาคตะวันออกและประเทศในกลุ่มเอเปค จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามภูมิภาคที่ทำการการศึกษาแล้ว ภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 16 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลักๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 50 ด้านการตลาดและการขาย จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 25 ด้านการจัดการทั่วๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 12.5 ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน และด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 6.3

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 8 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลักๆ คือ เนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 37.5 ด้านการตลาดและการขายและการจัดการทั่วๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 25 ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 12.5

ภาคกลางเป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 17 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลักๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 47.1 ด้านการตลาดและการขาย ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน ด้านการจัดการทั่วๆ ไป และด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 11.8 ด้านการจัดทำฐานข้อมูลประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.9

ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 9 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลักๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 55.6 ด้านการตลาดและการขาย จำนวน 2 เรื่อง จำนวน 22.2 ด้านการเงิน- การจัดการการเงิน-การลงทุน และด้านการจัดการทั่วๆ ไป จำนวน 1 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 11.1

ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลักๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 61.5 ด้านการตลาดและการขาย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 15.4 ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน ด้านการจัดการทั่วๆ ไป และด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 7.7

และประเทศในกลุ่มเอเปคเป็นกลุ่มประเทศที่ทำการศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลักๆ คือ เนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.52 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม
การออกแบบการวิจัย

เนื้อหาวิจัย	การออกแบบการวิจัย						รวม	ร้อยละ
	การวิจัยเชิงคุณภาพ		การวิจัยเชิงสำรวจ		การวิจัยเชิงพรรณนา			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	-	-	3	100.0	-	-	3	100.0
ร้อยละ		-		15.8		-		8.3
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	1	50.0	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		-		5.3		8.3		5.6
การวิจัยและพัฒนา	2	9.1	13	59.1	7	31.8	22	100.0
ร้อยละ		40.0		68.4		58.3		61.1
การบัญชี	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		20.0		-		-		2.8
การจัดการทั่ว ๆ ไป	1	25.0	-	-	3	75.0	4	100.0
ร้อยละ		20.0		-		25.0		11.1
การบริหารงานบุคคล	1	33.3	2	66.7	-	-	3	100.0
ร้อยละ		20.0		10.5		-		8.3
การจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		8.3		2.8
รวม	5	100.0	19	100.0	12	100.0	36	100.0

ตารางที่ 4.52 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งเป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจและการวิจัยเชิงพรรณนา จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 22 เรื่อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 13 เรื่อง

ร้อยละ 59.1 การวิจัยเชิงพรรณนา จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 31.8 การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 9.1

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเป็นการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 75

เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งเป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และการวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

และเนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเป็นการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพของการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40 ด้านการบัญชี ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป และด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 20

การออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจของการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 19 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 13 เรื่อง ร้อยละ 68.4 ด้านการตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 15.8 ด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 10.5 ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.3

และการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนาของการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 12 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 58.3 ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 25 ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน และด้านการจัดทำฐานข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.3

ตารางที่ 4.53 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง								รวม	ร้อยละ
	แบบง่าย		แบบมีระบบ		แบบแบ่งกลุ่ม		ไม่มีการสุ่ม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	-	-	-	-	1	33.3	2	66.7	3	100.0
ร้อยละ		-		-		50.0		6.7		8.3
การเงิน-การจัดการ										
การเงิน-การลงทุน	-	-	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		-		6.7		5.6
การวิจัยและพัฒนา	1	4.3	3	13.0	1	4.3	18	78.3	23	100.0
ร้อยละ		100.0		100.0		50.0		60.0		63.9
การบัญชี	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		3.33		2.8
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	-	-	-	-	4	100.0	4	100.0
ร้อยละ		-		-		-		13.3		11.1
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		-		6.7		5.6
การจัดทำฐานข้อมูล	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ด้านการประกอบธุรกิจ										
ร้อยละ		-		-		-		3.3		2.8
รวม	1	100.0	3	100.0	2	100.0	30	100.0	36	100.0

ตารางที่ 53 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ ไม่มีการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และแบบแบ่งกลุ่ม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบไม่มีการสุ่ม ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบไม่มีการสุ่ม ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบง่าย ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการผลิต-โรงงาน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบแบ่งชั้น ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบแบ่งชั้น ร้อยละ 100

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบแบ่งชั้น ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีระบบในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการตลาดและการขาย และการวิจัยและพัฒนา จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

และไม่มีการสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 30 เรื่อง ประกอบด้วย 7 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เรื่อง ร้อยละ 78.3 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 13.3 การตลาดและการขาย การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน การบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 6.7 การบัญชีและการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.54 เนื้อหาที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม
การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง						รวม	ร้อยละ
	แบบเจาะจง		แบบตามสะดวก		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	-	-	1	50.0	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		-		50.0		11.1		6.7
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	2	100.0	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		10.5		-		-		6.7
การวิจัยและพัฒนา	9	50.0	1	5.6	8	44.4	18	100.0
ร้อยละ		47.4		50.0		88.9		60.0
การบัญชี	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		5.3		-		-		3.3
การจัดการทั่ว ๆ ไป	4	100.0	-	-	-	-	4	100.0
ร้อยละ		21.1		-		-		13.3
การบริหารงานบุคคล	2	100.0	-	-	-	-	2	100.0
ร้อยละ		10.5		-		-		6.7
การจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		5.3		-		-		3.3
รวม	19	100.0	2	100.0	9	100.0	30	100.0

ตารางที่ 4.54 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย การเลือกกลุ่ม
ตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบตามสะดวกและแบบอื่น จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-
การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบหลัก ๆ คือ แบบเจาะจง จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 50 แบบอื่น ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 44.4 แบบตามสะดวก จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.6

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 19 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 47.4 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 21.1 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุนและการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 10.5 การบัญชีและการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.3

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ด้านการตลาดและการขาย และการวิจัยและพัฒนา จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 9 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 88.9 และการตลาดและการขาย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 11.1

ตารางที่ 4.55 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามสังกัด
ของประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

เนื้อหาที่ทำวิจัย	สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่าง						รวม	ร้อยละ
	ประชาชนทั่วไป		โรงงาน/บริษัท/กิจการ		หน่วยงานของรัฐ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	3	100.0	-	-	-	-	3	100.0
ร้อยละ		15.8		-		-		7.7
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	2	100.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		-		10.5		-		5.1
การวิจัยและพัฒนา	12	52.2	10	43.5	1	4.3	23	100.0
ร้อยละ		63.2		52.6		100.0		59.0
การบัญชี	-	-	1	100.0	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		5.3		-		2.6
การจัดการทั่ว ๆ ไป	1	25.0	3	75.0	-	-	4	100.0
ร้อยละ		5.3		15.8		-		10.3
การบริหารงานบุคคล	2	50.0	2	50.0	-	-	4	100.0
ร้อยละ		10.5		10.5		-		10.3
การจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ	1	50.0	1	50.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		5.3		5.3		-		5.1
รวม	19	100.0	19	100.0	1	100.0	39	100.0

ตารางที่ 4.55 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไป ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ โรงงาน/บริษัท/กิจการ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 23 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 52.2 โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 43.5 หน่วยงานรัฐ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 4.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ โรงงาน/บริษัท/กิจการ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และประชาชนทั่วไป จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชาชน/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนและ โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนและ โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

หากพิจารณาในส่วนของสังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไป ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 19 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 63.2 การตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 15.8 การบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 10.5 การจัดทำฐานข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.3

สังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 19 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 52.6 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 15.8 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน และการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 10.5 การบัญชีและการจัดทำฐานข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.3

และสังกัดของประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่เป็นหน่วยงานของรัฐ ในงานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

ตารางที่ 4.56 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม
การตั้งสมมติฐาน

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	การตั้งสมมติฐาน						รวม	ร้อยละ
	มีสมมติฐาน				ไม่มีสมมติฐาน			
	ทิศทาง		ไม่มีทิศทาง					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	1	33.3	2	66.7	-	-	3	100.0
ร้อยละ		33.3		66.7		-		8.1
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	1	50.0	-	-	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ		33.3		-		3.2		5.4
การวิจัยและพัฒนา	1	4.3	1	4.3	21	91.3	23	100.0
ร้อยละ		33.3		33.3		67.7		62.2
การบัญชี	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		3.2		2.7
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	-	-	4	100.0	4	100.0
ร้อยละ		-		-		12.9		10.8
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	3	100	3	100.0
ร้อยละ		-		-		9.7		8.1
อื่น ๆ	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		3.2		2.7
รวม	3	100.0	3	100.0	31	100.0	37	100.0

ตารางที่ 4.56 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานการวิจัยแบบไม่มีทิศทาง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทาง จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 23 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 21 เรื่อง ร้อยละ 91.3 มีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการตลาดและการขาย การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน และการวิจัยและพัฒนา จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

การตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทางในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และการวิจัยและพัฒนา จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

และไม่มีการตั้งสมมติฐานทางในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 30 เรื่อง ประกอบด้วย 7 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 77.8 การตลาดและการขาย และการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 4 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 13.3 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 10 การผลิต-โรงงานและการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 6.7 การบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.57 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื้อหาที่ทำวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย										รวม	ร้อยละ
	แบบสังเกต		แบบสัมภาษณ์		แบบทดสอบ		แบบสอบถาม		ข้อมูลทุติยภูมิ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	-	-	-	-	-	-	3	100.0	-	-	3	100.0
ร้อยละ		-		-		-		13.0		-		6.7
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	-	-	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		20.0		4.4
การวิจัยและพัฒนา	-	-	7	25.9	1	3.7	15	55.6	4	14.8	27	100.0
ร้อยละ		-		77.8		100.0		65.2		40.0		60.0
การบัญชี	-	-	-	-	-	-	1	100.0	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		4.3		-		2.2
การจัดการทั่ว ๆ ไป	1	16.7	1	16.7	-	-	2	33.3	2	33.3	6	100.0
ร้อยละ		50.0		11.1		-		8.7		20.0		13.3
การบริหารงานบุคคล	1	20.0	1	20.0	-	-	2	40.0	1	20.0	5	100.0
ร้อยละ		50.0		11.1		-		8.7		10.0		11.1
การจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		10.0		2.2
รวม	2	100.0	9	100.0	1	100.0	23	100.0	10	100.0	45	100.0

ตารางที่ 4.57 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ ข้อมูลทุติยภูมิ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 27 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 4 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือในการวิจัย ประเภทแบบสอบถาม จำนวน 15 เรื่อง ร้อยละ 55.6 แบบสัมภาษณ์ จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 25.9 ข้อมูลทุติยภูมิ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 14.8 แบบทดสอบ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3.7

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชีจำนวน 1 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 6 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 4 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถามและข้อมูล ทุติยภูมิ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3 แบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 5 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 4 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถาม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40 แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 20

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูล ด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ ข้อมูลทุติยภูมิ ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสังเกตที่ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไปและการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสัมภาษณ์ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 9 เรื่อง ประกอบด้วย 3 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัย ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 77.8 การจัดการทั่ว ๆ ไปและการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 11.1

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบทดสอบที่ใช้ในการทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสอบถามในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 23 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 15 เรื่อง ร้อยละ 65.2 การตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 13 การจัดการทั่ว ๆ ไปและการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.7 การบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 4.3

และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทข้อมูลทุติยภูมิในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 10 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 40 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุนและการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 20 การบริหารงานบุคคลและการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่องเท่า

ตารางที่ 4.58 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เนื้อหาที่ทำการ วิจัย	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ								รวม	ร้อยละ
	ความตรง		อำนาจจำแนก		ความเชื่อมั่น		ความยากง่าย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	2	50.0	-	-	2	50.0	-	-	4	100.0
ร้อยละ		8.7		-		8.7		-		7.7
การวิจัยและพัฒนา	16	43.2	2	5.4	16	43.2	3	8.1	37	100.0
ร้อยละ		69.6		100.0		69.6		75.0		71.2
การบัญชี	1	50.0	-	-	1	50.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		4.3		-		4.3		-		3.8
การจัดการทั่ว ๆ ไป	2	50.0	-	-	2	50.0	-	-	4	100.0
ร้อยละ		8.7		-		8.7		-		7.7
การบริหารงานบุคคล	2	40.0	-	-	2	40.0	1	20.0	5	100.0
ร้อยละ		8.7		-		8.7		25.0		9.6
รวม	23	100.0	2	100.0	23	100.0	4	100.0	52	100.0

ตารางที่ 4.58 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 37 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 4 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรง จำนวน 16 เรื่อง ร้อยละ 43.2 ความเชื่อมั่น จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 42.3 ความยากง่าย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 8.1 อำนาจจำแนก จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 5.4

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชี จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 5 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 3 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 40 และความยากง่าย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

หากพิจารณาตามการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความตรงในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 23 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 16 เรื่อง ร้อยละ 69.6 การตลาดและการขาย การจัดการทั่ว ๆ ไป และการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.7 การบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 4.3

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทอำนาจจำแนกในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความเชื่อมั่นในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 23 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 50 การตลาดและการขาย การจัดการทั่ว ๆ ไป ละด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 9.1 การบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 4.3

และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความยากง่ายในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ตารางที่ 4.59 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม
สถิติเชิงพรรณนา

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	สถิติเชิงพรรณนา								รวม	ร้อยละ
	ร้อยละ		ค่าเฉลี่ย		ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	3	27.3	3	27.3	3	27.3	2	18.2	11	100.0
ร้อยละ		11.5		16.7		18.8		11.1		14.1
การเงิน-การจัดการการเงิน- การลงทุน	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		5.6		1.3
การวิจัยและพัฒนา	17	34.0	11	22.0	10	20.0	12	24.0	50	100.0
ร้อยละ		65.4		61.1		62.5		66.7		64.1
การบัญชี	1	33.3	1	33.3	-	-	1	33.3	3	100.0
ร้อยละ		3.8		5.6		-		5.6		3.8
การจัดการทั่ว ๆ ไป	2	33.3	1	16.7	2	33.3	1	16.7	6	100.0
ร้อยละ		7.7		5.6		12.5		5.6		7.7
การบริหารงานบุคคล	3	42.9	2	28.6	1	14.3	1	14.3	7	100.0
ร้อยละ		11.5		11.1		6.3		5.6		9.0
รวม	26	100.0	18	100.0	16	100.0	18	100.0	78	100.0

ตารางที่ 4.59 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 11 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 27.3 และอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 18.2

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 1 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าเพียร์สัน ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 50 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ 17 เรื่อง ร้อยละ 34 อื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ และค่าเพียร์สัน จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 24 ค่าเฉลี่ย จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 20

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบัญชี จำนวน 3 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 6 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3 ค่าเฉลี่ยและค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 7 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 5 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 42.9 ค่าเฉลี่ย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 28.6 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความแปรปรวน และค่าอื่น ๆ ได้แก่ ค่าเพียร์สัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 14.3

หากพิจารณาตามสถิติเชิงพรรณนาชนิดค่าร้อยละในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 26 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 17 เรื่อง ร้อยละ 65.5 การตลาดและการขาย และการบริหารงานบุคคล จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 11.5 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 7.7 การบัญชี จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3.8

สถิติเชิงพรรณนาชนิดค่าเฉลี่ยในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 18 เรื่อง ประกอบด้วย 5 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 61.1 การตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 16.7 การบริหารงานบุคคล จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 11.1 การบัญชีและการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.6

สถิติเชิงพรรณนาชนิดส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 16 เรื่อง ประกอบด้วย 4 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 62.5 การตลาดและการขาย จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 22.2 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 12.5 การบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 6.3

และสถิติเชิงพรรณนาชนิดอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่และเพียร์สัน ในงานวิจัยการจัดการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 18 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ซึ่งส่วนใหญ่
เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 66.7 การตลาดและการขาย
จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 11.1 การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน การบัญชี การจัดการทั่ว ๆ ไป
และการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน คือ ร้อยละ 5.6

ตารางที่ 4.60 เนื้อหาที่ทำวิจัย จำแนกตามสถิติเชิงอ้างอิง

เนื้อหาที่ทำการวิจัย	สถิติเชิงอ้างอิง																รวม	ร้อยละ
	Z-test		t-test		ANOVA		Correlation		Multiple regression		x ² -test		อื่น ๆ		ไม่มีการใช้สถิติ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การตลาดและการขาย	-	-	2	25.0	2	25.0	2	25.0	1	12.5	1	12.5	1	12.5	-	-	8	100.0
ร้อยละ				50.0		100.0		100.0		50.0		100.0		100.0		-		19.5
การเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน	-	-	-	-	-	-	-	-	1	50.0	-	-	-	-	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ				-		-		-		50.0		-				3.4		4.9
การวิจัยและพัฒนา	1	4.3	2	8.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	87.0	23	100.0
ร้อยละ		100.0		50.0		-		-		-		-		-		69.0		56.1
การบัญชี	-		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ				-		-		-		-		-		-		3.4		2.4
การจัดการทั่ว ๆ ไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	100.0	5	100.0
ร้อยละ				-		-		-		-		-		-		17.2		12.2
การบริหารงานบุคคล	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ				-		-		-		-		-		-		3.4		2.4
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ				-		-		-		-		-		-		3.4		2.4
รวม	1	100.0	4	100.0	2	100.0	2	100.0	2	100.0	1	100.0	1	100.0	29	100.0	41	100.0

ตารางที่ 4.60 เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านการตลาดและการขาย จำนวน 8 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงอ้างอิง 6 ชนิดหลัก ๆ คือ t-test ANOVA และ Correlation จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25 Multiple regression χ^2 -test และอื่น ๆ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 12.5

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติอ้างอิง คือ Multiple regression และไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการวิจัยและพัฒนา จำนวน 20 เรื่อง โดยในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง จำนวน 20 เรื่อง ร้อยละ 87 และใช้สถิติเชิงอ้างอิง 4 ชนิดหลัก ๆ คือ t-test และ Correlation จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.7 Z-test และ χ^2 -test จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.3

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 5 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

เนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการบริหารงานบุคคล จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

และเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามสถิติเชิงอ้างอิงชนิด Z-test ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการวิจัยและพัฒนา ร้อยละ 100

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด t-test ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ด้านการตลาดและการขาย และการวิจัยและพัฒนา จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด ANOVA ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการตลาดและการขาย ร้อยละ 100

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด Correlation ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการตลาดและการขาย ร้อยละ 100

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด Multiple regression ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 เนื้อหาหลัก ๆ คือ ด้านการตลาดและการขาย และการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด χ^2 -test ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
จำนวน เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการตลาดและการขาย ร้อยละ 100

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด อื่น ๆ ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเนื้อหาที่ทำวิจัย คือ ด้านการตลาดและการขาย ร้อยละ 100

และไม่มีการใช้สถิติอ้างอิงในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
จำนวน 26 เรื่อง ประกอบด้วย 6 เนื้อหาหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการวิจัยและ
พัฒนา จำนวน 20 เรื่อง ร้อยละ 69 การจัดการทั่ว ๆ ไป จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 17.2 การเงิน-
การจัดการการเงิน-การลงทุน การบัญชี การบริหารงานบุคคล และการจัดทำฐานข้อมูล
ด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.4

ตารางที่ 4.61 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามภูมิภาค

ประเด็นที่ทำการวิจัย	ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัย														รวม	ร้อยละ
	ภาคเหนือ		ภาควันออกเฉียงเหนือ		ภาคกลาง		ภาคใต้		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันตก		ประเทศในกลุ่ม APEC			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	8	25.0	4	12.5	8	25.0	5	15.6	5	15.6	1	3.1	1	3.1	32	100.0
ร้อยละ		26.7		20.0		22.9		23.8		16.7		50.0		16.7		22.2
กลยุทธ์การจัดการ	9	25.7	4	11.4	8	22.9	4	11.4	8	22.9	-	-	2	5.7	35	100.0
ร้อยละ		30.0		20.0		22.9		19.0		26.7		-		33.3		24.3
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	1	16.7	1	16.7	2	33.3	1	16.7	1	16.7	-	-	-	-	6	100.0
ร้อยละ		3.3		5.0		5.7		4.8		3.3		-		-		4.2
กาสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	1	14.3	1	14.3	2	28.6	1	14.3	2	28.6	-	-	-	-	7	100.0
ร้อยละ		3.3		5.0		5.7		4.8		6.7		-		-		4.9
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ	2	15.4	2	15.4	4	30.8	2	15.4	2	15.4	-	-	1	7.7	13	84.6
ร้อยละ		6.7		10.0		11.4		9.5		6.7		-		16.7		9.0
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	-	-	-	-	1	33.3	1	33.3	-	-	-	-	1	33.3	3	100.0
ร้อยละ		-		-		2.9		4.8		-		-		16.7		2.1
ความสามารถในการแข่งขัน	4	16.0	4	16.0	6	24.0	3	12.0	7	28.0	1	4.0	-	-	25	100.0
ร้อยละ		13.3		20.0		17.1		14.3		23.3		50.0		-		17.4
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	4	22.2	3	16.7	3	16.7	3	16.7	4	22.2	-	-	1	5.6	18	100.0
ร้อยละ		13.3		15.0		8.6		14.3		13.3		-		16.7		12.5
นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ	1	20.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0	1	20.0	-	-	-	-	5	100.0
ร้อยละ		3.3		5.0		2.9		4.8		3.3		-		-		3.5
รวม	30	100.0	20	100.0	35	100.0	21	100.0	30	100.0	2	100.0	6	100.0	144	100.0

ตารางที่ 4.61 เมื่อพิจารณาประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 32 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 7 ภูมิภาคหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ศึกษางานวิจัยที่ภาคเหนือและภาคกลาง จำนวน 8 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25 ภาคใต้และภาคตะวันออก จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 15.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 12.5 ภาคตะวันตกและประเทศในกลุ่มเอเปค จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.1

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 35 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 6 ภูมิภาคหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ศึกษางานวิจัยที่ภาคเหนือ จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 25.7 ภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวน 8 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 22.9 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ จำนวน 4 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 11.4 ประเทศในกลุ่มเอเปค จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 5.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 6 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 5 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคกลาง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม จำนวน 7 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 5 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 28.6 ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 14.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 13 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 6 ภูมิภาคหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ศึกษางานวิจัยที่ภาคกลาง จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 30.8 ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคตะวันออก จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 15.4 ประเทศในกลุ่มเอเปค จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 7.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 3 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคกลาง ภาคใต้ และประเทศในกลุ่มเอเปค จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถใน

การแข่งขัน จำนวน 25 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 6 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคตะวันออก จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 28 ภาคกลาง จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 24 ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 4 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16 และภาคตะวันตก จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 4

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 18 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 6 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคเหนือและภาคตะวันออก จำนวน 4 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 22.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7 และประเทศในกลุ่มเอเปค จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.6

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลการประกอบธุรกิจ จำนวน 5 เรื่อง โดยภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 5 ภูมิภาคหลัก ๆ คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออก จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 20

หากพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า ภาคเหนือเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 30 เรื่อง ประกอบด้วย 8 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 30 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 26.7 ความสามารถในการแข่งขันและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 13.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 6.7 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม และนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.3

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 20 เรื่อง ประกอบด้วย 8 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน กลยุทธ์การจัดการ ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 4 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 20 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 15 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 10 การใช้และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม และนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5

ภาคกลางเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 35 เรื่อง ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบาย และวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 8 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 22.9 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 17.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการผู้นำ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 11.4 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 8.6 การใช้และการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี และการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.7 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.8

ภาคใต้เป็นภูมิภาคที่มีศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 21 เรื่อง ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 23.8 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 19 ความสามารถในการแข่งขันและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม มีจำนวน 3 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 14.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการผู้นำ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 9.5 การใช้และการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ และนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.8

ภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 30 เรื่อง ประกอบด้วย 8 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยกลยุทธ์ การจัดการ จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 26.7 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 23.3 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 16.7 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 13.3 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 6.7 การใช้และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.3

และภาคตะวันตกเป็นภูมิภาคที่มีการศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ ได้แก่ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบาย และวางแผนและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ตารางที่ 4.62 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
จำแนกตามการออกแบบการวิจัย

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การออกแบบการวิจัย						รวม	ร้อยละ
	การวิจัยเชิงคุณภาพ		การวิจัยเชิงสำรวจ		การวิจัยเชิงพรรณนา			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ค่านโยบายและวางแผน	3	17.6	7	41.2	7	41.2	17	100.0
ร้อยละ		50.0		19.4		28.0		25.4
กลยุทธ์การจัดการ	2	11.1	10	55.6	6	33.3	18	100.0
ร้อยละ		33.3		27.8		24.0		26.9
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-	-	2	100.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		-		5.6		-		3.0
กาสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	-	-	3	100.0	-	-	3	100.0
ร้อยละ		-		8.3		-		4.5
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ	-	-	3	75.0	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		-		8.3		4.0		6.0
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	-	-	-	-	3	100.0	3	100.0
ร้อยละ		-		-		12.0		4.5
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	9	69.2	4	30.8	13	100.0
ร้อยละ		-		25.0		16.0		19.4
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	1	16.7	2	33.3	3	50.0	6	100.0
ร้อยละ		16.7		5.6		12.0		9.0
นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		4.0		1.5
รวม	6	100.0	36	100.0	25	100.0	67	100.0

ตารางที่ 4.62 เมื่อพิจารณาประเด็นที่ทำการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 17 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 3 ประเภทหลักๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจและการวิจัยเชิงพรรณนาจำนวน 7 เรื่องเท่าๆ กัน ร้อยละ 41.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 3 เรื่อง

ร้อยละ 17.6

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 18 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 3 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 55.6 การวิจัยเชิงพรรณนา จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 33.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 11.1

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งการออกแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงสำรวจ ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งการออกแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงสำรวจ ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 75 และการวิจัยเชิงพรรณนา จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 25

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งการออกแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงพรรณนา ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 13 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 69.2 และการวิจัยเชิงพรรณนา จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 30.8

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยแวดล้อม จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วยการออกแบบการวิจัย 3 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนา จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 50 การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 16.7

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการออกแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงพรรณนา ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและการวางแผน จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 50 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3 และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 16.7

การออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 36 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 27.8 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 25 ด้านนโยบายและการวางแผน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 19.4 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.3 และการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.6

และการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนาในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 25 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและการวางแผน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 28 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 24 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 16 เครื่องมือ-แนวทาง การจัดการประสิทธิภาพและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 12 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง เท่า ๆ กัน ร้อยละ 4

ตารางที่ 4.63 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม สังกัดกลุ่มประชากร/ตัวอย่าง

ประเด็นที่ทำการวิจัย	สังกัดกลุ่มประชากร/ตัวอย่าง						รวม	ร้อยละ
	ประชาชนทั่วไป		โรงงาน/บริษัท/กิจการ		หน่วยงานของรัฐ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	9	50.0	8	44.4	1	5.6	18	100.0
ร้อยละ		25.7		25.0		50.0		26.1
กลยุทธ์การจัดการ	7	38.9	10	55.6	1	5.6	18	100.0
ร้อยละ		20.0		31.3		50.0		26.1

ตารางที่ 4.63 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม
สังกัดกลุ่มประชากร/ตัวอย่าง (ต่อ)

ประเด็นที่ทำการวิจัย	สังกัดกลุ่มประชากร/ตัวอย่าง						รวม	ร้อยละ
	ประชาชนทั่วไป		โรงงาน/บริษัท/กิจการ		หน่วยงานของรัฐ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	2	100.0	-		-		2	100.0
ร้อยละ		5.7						2.9
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ	3	100.0	-		-		3	100.0
และตรวจนวัตกรรม								
ร้อยละ		8.6						4.3
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	3	75.0	1	25.0	-		4	100.0
/ผู้นำ								
ร้อยละ		8.6		3.1				5.8
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ	-		3	100.0	-		3	100.0
ประสิทธิภาพ								
ร้อยละ				9.4				4.3
ความสามารถในการแข่งขัน	9	64.3	5	35.7	-		14	100.0
ร้อยละ		25.7		15.6				20.3
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	2	33.3	4	66.7	-		6	100.0
ร้อยละ		5.7		12.5				8.7
นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ	-		1	100.0	-		1	100.0
ร้อยละ				3.1				1.4
รวม	35	100.0	32	100.0	2	100.0	69	100.0

ตารางที่ 4.63 เมื่อพิจารณาประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 18 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มหลักๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 50

โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 44.4 หน่วยงานของรัฐ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.6

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 18 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ โรงงาน/บริษัท/กิจการ 10 เรื่อง ร้อยละ 55.6 ประชาชนทั่วไป จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 38.9 หน่วยงานของรัฐ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.6

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไป ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั่วไป ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 8.6 และโรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3.1

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง โดยกำหนดสังกัดประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ โรงงาน/บริษัท/กิจการทั้งหมด ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 14 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ ประชาชนทั่วไป จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 64.3 และโรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 35.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 6 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และประชาชนทั่วไป 2 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยทำการศึกษาจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ โรงงาน/บริษัท/กิจการ ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามในสังกัดประชากร/กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 35 ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 9 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25.7 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 20 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 8.6 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.7

สังกัดประชากร/กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลุ่มโรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 32 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 31.3 ด้านนโยบายและการวางแผน จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 25 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 15.6 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 12.5 เครื่องมือ-แนวทางจัดการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 9.4 คุณลักษณะผู้ประกอบการ/ผู้นำและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 3.1

และสังกัดประชากร/กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยงานรัฐ จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านนโยบายและวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ตารางที่ 4.64 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง								รวม	ร้อยละ
	แบบง่าย		แบบมีระบบ		แบบหลายขั้นตอน		ไม่มีการสุ่ม			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	-	-	1	5.9	2	11.8	14	82.4	17.0	100.0
ร้อยละ		-		50.0		25.0		25.9		26.2
กลยุทธ์การจัดการ	1	5.9	-	-	2	11.8	14	82.4	17.0	100.0
ร้อยละ		100.0		-		25.0		25.9		26.2
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-	-	-	-	1	50.0	1	50.0	2.0	100.0
ร้อยละ		-		-		12.5		1.9		3.1
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจนวัตกรรม	-	-	-	-	1	33.3	2	66.7	3.0	100.0
ร้อยละ		-		-		12.5		3.7		4.6
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ /ผู้นำ	-	-	1	33.3	1	33.3	1	33.3	3.0	100.0
ร้อยละ		-		50.0		12.5		1.9		4.6
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ	-	-	-	-	-	-	3	100.0	3.0	100.0
ร้อยละ		-		-		-		5.6		4.6
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	13	100.0	13.0	100.0
ร้อยละ		-		-		-		24.1		20.0
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	-	-	-	-	1	16.7	5	83.3	6.0	100.0
ร้อยละ		-		-		12.5		9.3		9.2
นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1.0	100.0
ร้อยละ		-		-		-		1.9		1.5
รวม	1	100.0	2	100.0	8	100.0	54	100.0	65.0	100.0

ตารางที่ 4.64 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 17 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีการสุ่ม จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 82.4 แบบหลายขั้นตอน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 11.8 แบบมีระบบ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.9

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 17 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีการสุ่ม จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 82.4 แบบหลายขั้นตอน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 11.8 แบบง่าย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.9

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบหลายขั้นตอนและแบบไม่มีการสุ่ม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ ซึ่งไม่มีการสุ่ม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และแบบหลายขั้นตอน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งไม่มีการสุ่ม ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งไม่มีการสุ่ม ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 6 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 3 แบบหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีการสุ่ม จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 83.3 แบบมีระบบและแบบหลายขั้นตอน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 16.7

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งไม่มีการสุ่ม ร้อยละ 100

หากพิจารณาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการ ร้อยละ 100

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีระบบในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 8 เรื่อง ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 25 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และ สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 12.5

และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่มีการสุ่มในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 54 เรื่อง ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านนโยบายและวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 14 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25.9 ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 13 เรื่อง ร้อยละ 24.1 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 9.3 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 3.7 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำและการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบการ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 1.9

ตารางที่ 4.65 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามกรณีไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง						รวม	ร้อยละ
	แบบเจาะจง		แบบตามสะดวก		แบบอื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	9	64.3	-	-	5	35.7	14	100.0
ร้อยละ		28.1		-		26.3		25.9
กลยุทธ์การจัดการ	9	64.3	-	-	5	35.7	14	100.0
ร้อยละ		28.1		-		26.3		25.9
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-	-	1	100	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		33.3		-		1.9
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
ร้อยละ		-		-		10.5		3.7

ตารางที่ 4.65 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามกรณีไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การเลือกกลุ่มตัวอย่าง						รวม	ร้อยละ
	แบบเจาะจง		แบบตามสะดวก		แบบอื่น			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ	-	-	1	100	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		33.3		-		1.9
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	3	100.0	-		-	-	3	100.0
ร้อยละ		9.4				-		5.6
ความสามารถในการแข่งขัน	7	53.8	1	7.7	5	38.5	13	100.0
ร้อยละ		21.9		33.3		26.3		24.1
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	3	60.0	-	-	2	40.0	5	100.0
ร้อยละ		9.4		-		10.5		9.3
อื่น ๆ	1	100.0	-	-	-	-	1	100.0
ร้อยละ		3.1		-		-		1.9
รวม	32	100.0	3	100.0	19	100.0	54	100.0

ตารางที่ 4.65 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 14 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบเจาะจง จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 64.3 และแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและสำมะโน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 35.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 14 เรื่อง ประกอบด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 2 แบบหลัก ๆ คือ แบบเจาะจง จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 64.3 และแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและสำมะโน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 35.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบตามสะดวก ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบตามสะดวก ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบอื่น ๆ ได้แก่ ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบตามสะดวก ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพเครื่องมือ จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 13 เรื่อง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 53.8 แบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 38.5 แบบตามสะดวก จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 7.7

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบเจาะจง ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 32 เรื่อง ประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน และกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 28.1 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 21.4 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพเครื่องมือ และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 9.4 การจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3.1

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและแบบสำมะโน ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 19 เรื่อง ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านนโยบายและวางแผน กลยุทธ์การจัดการ และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 5 เรื่อง

ร้อยละ 26.3 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม
จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 10.5

ตารางที่ 4.66 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตาม
การตั้งสมมติฐาน

ประเด็นที่ทำการวิจัย	มีสมมติฐาน				ไม่มีสมมติฐาน		รวม	ร้อยละ
	ทิศทาง		ไม่มีทิศทาง					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	1	5.9	2	11.8	14	82.4	17	100.0
ร้อยละ		33.3		28.6		25.5		26.2
กลยุทธ์การจัดการ	1	5.6	1	5.6	16	88.9	18	100.0
ร้อยละ		33.3		14.3		29.1		27.7
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-		1	50.0	1	50.0	2	100.0
ร้อยละ				14.3		1.8		3.1
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		1.8		1.5
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ	1	25.0	2	50.0	1	25.0	4	100.0
ร้อยละ		33.3		28.6		1.8		6.2
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	-	-	-	-	3	100.0	3	100.0
ร้อยละ		-		-		5.5		4.6
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	-	-	13	100.0	13	100.0
ร้อยละ		-		-		23.6		20.0
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	-	-	1	16.7	5	83.3	6	100.0
ร้อยละ		-		14.3		9.1		9.2

ตารางที่ 4.66 เนื้อหาที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามการตั้งสมมติฐาน (ต่อ)

ประเด็นที่ทำการวิจัย	มีสมมติฐาน				ไม่มีสมมติฐาน		รวม	ร้อยละ
	ทิศทาง		ไม่มีทิศทาง					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
อื่น ๆ	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		1.8		1.5
รวม	3	100.0	7	100.0	55	100.0	65	100.0

ตารางที่ 4.66 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 17 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 82.4 มีการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 11.8 มีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทาง จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.9

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 18 เรื่อง เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 16 เรื่อง ร้อยละ 88.9 และมีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.6

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง และไม่มี การตั้งสมมติฐาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 4 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 50 การตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 25

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 13 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 6 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 83.3 และมีการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 16.7

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายและการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน กลยุทธ์การจัดการ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

การตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทางในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 7 เรื่อง ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านนโยบายและวางแผนและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 28.6 กลยุทธ์การจัดการ การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 14.3

และไม่มีการตั้งสมมติฐานทางในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 55 เรื่อง ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 16 เรื่อง ร้อยละ 29.1 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 25.5 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 13 เรื่อง ร้อยละ 23.6 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 9.1 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 5.5 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4.67 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประเด็นที่ทำการวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย										รวม	ร้อยละ
	แบบสังเกต		แบบสัมภาษณ์		แบบทดสอบ		แบบสอบถาม		ข้อมูลทุติยภูมิ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	1	5.3	5	26.3	-	-	8	42.1	5	26.3	19	100.0
ร้อยละ		50.0		38.5		-		20.0		25.0		25.3
กลยุทธ์การจัดการ	-	-	4	19.0	-	-	11	52.4	6	28.6	21	100.0
ร้อยละ		-		30.8		-		27.5		30.0		28.0
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	-	-	-	-	-	-	2	100.0	-	-	2	100.0
ร้อยละ		-		-		-		5.0		-		2.7
กาสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจนวัตกรรม	-	-	-	-	-	-	3	100.0	-	-	3	100.0
ร้อยละ		-		-		-		7.5		-		4.0
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ /ผู้นำ	-	-	-	-	1	20.0	3	60.0	1	20.0	5	100.0
ร้อยละ		-		-		100.0		7.5		5.0		6.7
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ	-	-	1	33.3	-	-	-	-	2	66.7	3	100.0
ร้อยละ		-		7.7		-		-		10.0		4.0
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	1	7.1	-	-	10	71.4	3	21.4	14	100.0
ร้อยละ		-		7.7		-		25.0		15.0		18.7
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	1	14.3	2	28.6	-	-	3	42.9	2	28.6	7	100.0
ร้อยละ		50.0		15.4		-		7.5		10.0		9.3
นโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		5.0		1.3
รวม	2	100.0	13	100.0	1	100.0	40	100.0	20	100.0	75	100.0

ตารางที่ 4.67 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 19 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 4 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือในการวิจัยประเภทแบบสอบถาม จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 42.1 แบบสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิ จำนวน 5 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 26.3 แบบสังเกต จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5.3

ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 21 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 3 ประเภทหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เครื่องมือในการวิจัยประเภทแบบสอบถาม จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 52.4 ข้อมูลทุติยภูมิ จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 28.6 แบบสัมภาษณ์ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 19

ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมจำนวน 3 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 5 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 3 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 60 แบบทดสอบและและข้อมูลทุติยภูมิ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 20

ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 3 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถาม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 66.7 และแบบสัมภาษณ์ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 7 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย 4 ประเภทหลัก ๆ คือ แบบสอบถาม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 42.9 แบบสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 28.6 แบบสังเกต จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 14.3

และประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ ข้อมูลทุติยภูมิ ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสังเกตในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านนโยบายและการวางแผนและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสัมภาษณ์ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม จำนวน 9 เรื่อง ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัย ด้านนโยบายและวางแผนจำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 38.5 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 30.8 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 15.4 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบทดสอบในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งเป็นประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ ร้อยละ 100

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสอบถามในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม จำนวน 40 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัย ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 27.5 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 25 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 20 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจ นวัตกรรม คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.5 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 5

และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทข้อมูลทุติยภูมิในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม จำนวน 20 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำ วิจัยด้านกลยุทธ์จัดการ จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 30 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 25 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 15 เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 10 คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ/ผู้นำและนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5

ตารางที่ 4.68 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ประเด็นที่ทำการวิจัย	การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ								รวม	ร้อยละ
	ความตรง		อำนาจจำแนก		ความเชื่อมั่น		ความยากง่าย			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	9	45.00	-	-	10	50.00	1	5.0	20	100.0
ร้อยละ		23.68		-		25.00		20.0		23.3
กลยุทธ์การจัดการ	11	44.00	-	-	12	48.00	2	8.0	25	100.0
ร้อยละ		28.95		-		30.00		40.0		29.1
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	1	33.33	1	33.33	1	33.33	-	-	3	100.0
ร้อยละ		2.63		33.33		2.50		-		3.5
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	2	50.00	-	-	2	50.00	-	-	4	100.0
ร้อยละ		5.26		-		5.00		-		4.7
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ	2	28.57	1	14.29	3	42.86	1	14.3	7	100.0
ร้อยละ		5.26		33.33		7.50		20.0		8.1
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	-	-	-	-	1	100.00	-	-	1	100.0
ร้อยละ		-		-		2.50		-		1.2
ความสามารถในการแข่งขัน	10	52.63	1	5.26	7	36.84	1	5.3	19	100.0
ร้อยละ		26.32		33.33		17.50		20.0		22.1
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	3	42.86	-	-	4	57.14	-	-	7	100.0
ร้อยละ		7.89		-		10.00		-		8.1
รวม	38	100.00	3	100.00	40	100.00	5	100.0	86	100.0

ตารางที่ 4.68 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 20 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 3 ประเภทหลัก ๆ คือ ความเชื่อมั่น จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 50 ความตรง จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 45 ความยากง่าย จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 5

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 25 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 3 ประเภทหลัก ๆ คือ ความเชื่อมั่น จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 48 ความตรง จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 44 ความยากง่าย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 8

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 3 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรง อำนาจจำแนก และความเชื่อมั่น จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 4 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 7 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ความเชื่อมั่น จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 42.9 ความตรง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 28.6 อำนาจจำแนกและความยากง่าย จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 14.29

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ความเชื่อมั่น ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 19 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 4 ประเภทหลัก ๆ คือ ความตรง จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 52.6 ความเชื่อมั่น จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 36.8 อำนาจจำแนกและความยากง่าย จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.3

และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 7 เรื่อง โดยใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ประเภทหลัก ๆ คือ ความเชื่อมั่น จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 57.1 และความตรง จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 42.9

หากพิจารณาตามการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความตรงในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด จำนวน 38 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 28.9 ความสามารถในการแข่งขัน

จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 26.3 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 23.7 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 7.9 การสร้าง-คิดค้นทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 5.3

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทอำนาจจำแนกในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 33.3

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความเชื่อมั่นในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 33 เรื่อง ประกอบด้วย 8 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 12 เรื่อง ร้อยละ 36.4 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 30.3 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 21.2 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 12.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 9.1 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 6.1 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 3

และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือประเภทความยากง่ายในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40 ด้านนโยบายและวางแผน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

ตารางที่ 4.69 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามสถิติเชิงพรรณนา

ประเด็นที่ทำการวิจัย	สถิติเชิงพรรณนา								รวม	ร้อยละ
	ร้อยละ		ค่าเฉลี่ย		ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	11	39.3	5	17.9	5	17.9	7	25.0	28	100.0
ร้อยละ		25.0		15.6		16.7		20.0		19.9
กลยุทธ์การจัดการ	11	33.3	8	24.2	6	18.2	8	24.2	33	100.0
ร้อยละ		25.0		25.0		20.0		22.9		23.4
การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี	2	28.6	2	28.6	2	28.6	1	14.3	7	100.0
ร้อยละ		4.5		6.3		6.7		2.9		5.0
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจนวัตกรรม	3	27.3	3	27.3	3	27.3	2	18.2	11	100.0
ร้อยละ		6.8		9.4		10.0		5.7		7.8
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ	3	27.3	4	36.4	3	27.3	1	9.1	11	100.0
ร้อยละ		6.8		12.5		10.0		0.4		7.8
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ	-		-		-		2	100.0	2	100.0
ร้อยละ								5.7		1.4
ความสามารถในการแข่งขัน	10	28.6	8	22.9	8	22.9	9	25.7	35	100.0
ร้อยละ		22.7		25.0		26.7		25.7		24.8
สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม	4	30.8	2	15.4	3	23.1	4	30.8	13	100.0
ร้อยละ		9.1		6.3		10.0		11.4		9.2
อื่น ๆ	-		-		-		1	100.0	1	100.0
ร้อยละ								2.9		0.7
รวม	44	100.0	32	100.0	30	100.0	35	100.0	141	100.0

ตารางที่ 4.69 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 28 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 39.3 ค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ และเพียร์สัน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 17.9

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 37 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 33.3 ค่าเฉลี่ยและค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่และเพียร์สัน จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 24.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 18.2

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 7 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 28.6 ค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 14.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 11 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 27.3 ค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่และเพียร์สัน จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 18.2

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 11 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าเฉลี่ย จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 36.4 ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 3 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 27.3 ค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 9.1

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่และเพียร์สัน ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 35 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าเฉลี่ย จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 28.6 ค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่และเพียร์สัน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 25.7 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 8 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 22.9

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 13 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา 4 ชนิดหลัก ๆ คือ ค่าร้อยละและ

ค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 30.8 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 23.1 ค่าเฉลี่ย จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 15.4

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง โดยในงานวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าอื่น ๆ ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามสถิติเชิงพรรณนาชนิดค่าร้อยละในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 44 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผนและกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เรื่อง ร้อยละ 25 ความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 10 เรื่อง ร้อยละ 22.7 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 9.1 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 6.8 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 4.5

สถิติเชิงพรรณนาชนิดค่าเฉลี่ยในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 32 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการและความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 26.7 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 15.6 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 12.5 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 9.4 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 6.3

สถิติเชิงพรรณนาชนิดส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 30 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 26.7 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 6 เรื่อง ร้อยละ 20 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 16.7 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 10 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 6.7

และสถิติเชิงพรรณนาชนิดอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่และเพียร์สันในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 35 เรื่อง ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 9 เรื่อง ร้อยละ 25.7 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 8 เรื่อง ร้อยละ 22.4 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 7 เรื่อง ร้อยละ 20 สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 4 เรื่อง ร้อยละ 11.4 การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรมและเครื่องมือ-แนวทาง การจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 5.7 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ และนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 2.9

ตารางที่ 4.70 ประเด็นที่ทำการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามสถิติเชิงอ้างอิง

ประเด็นที่ทำการวิจัย	สถิติเชิงอ้างอิง														ไม่มีการใช้สถิติ		รวม	ร้อยละ
	Z-test		t-test		ANOVA		Correlation		Multiple regression		χ^2 -test		อื่น ๆ					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ด้านนโยบายและวางแผน	-	-	2	9.5	1	4.8	1	4.8	1	4.8	-	-	1	4.76	15	71.4	21	100.0
ร้อยละ		-		50.0		50.0		20.0		33.3		-		100.00		30.6		31.3
กลยุทธ์การจัดการ	1	6.3	-	-	-	-	1	6.3	-	-	-	-	-	-	14	87.5	16	100.0
ร้อยละ		50.0		-		-		20.0		-		-		-		28.6		23.9
การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ	-	-	-	-	-	-	1	33.3	-	-	-	-	-	-	2	66.7	3	100.0
และตรวจนวัตกรรม																		4.5
ร้อยละ		-		-		-		20.0		-		-		-		4.1		
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	1	11.1	2	22.2	1	11.1	2	22.2	2	22.2	1	11.1	-	-	-	-	9	100.0
/ผู้นำ																		13.4
ร้อยละ		50.0		50.0		50.0		40.0		66.7		100.0		-		-		
เครื่องมือ-แนวทางการจัดการ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	100.0	2	100.0
ประสิทธิภาพ																		
ร้อยละ		-		-		-		-		-		-		-		4.1		3.0
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	15	100.0	15	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		-		-		-		30.6		22.4
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100.0	1	100.0
ร้อยละ		-		-		-		-		-		-		-		2.0		1.5
รวม	2	100.0	4	100.0	2	100.0	5	100.0	3	100.0	1	100.0	1	100.00	49	100.0	67	100.0

ตารางที่ 4.70 เมื่อพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า เป็นการศึกษาด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 21 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง จำนวน 15 เรื่อง ร้อยละ 71 และใช้สถิติเชิงอ้างอิง 5 ชนิดหลัก ๆ คือ t-test จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 9.5 ANOVA Correlation Multiple regression χ^2 -test และอื่น ๆ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.8

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 16 เรื่อง ซึ่งงานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 88 และใช้สถิติเชิงอ้างอิง 2 ชนิดหลัก ๆ คือ Z-test และ Correlation จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 6.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 3 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 67 และมีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง คือ Correlation จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33.3

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 9 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยมีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง 6 ชนิดหลัก ๆ คือ t-test Correlation และ Multiple regression จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 22 Z-test ANOVA และ χ^2 -test จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 11

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านเครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 15 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100 ประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านสิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งในงานวิจัยไม่มีการใช้สถิติเชิงอ้างอิง ร้อยละ 100

หากพิจารณาตามสถิติเชิงอ้างอิงชนิด Z-test ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด t-test ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผนและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด ANOVA ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผนและ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 1 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 50

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด Correlation ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 5 เรื่อง ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 40 ด้านนโยบายและวางแผน กลยุทธ์การจัดการ และการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 20

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด Multiple regression ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม จำนวน 3 เรื่อง ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นที่ทำวิจัยด้านคุณลักษณะ ของผู้ประกอบการ/ผู้นำ จำนวน 2 เรื่อง ร้อยละ 67 ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 33

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด χ^2 -test ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 2 เรื่อง ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านนโยบายและวางแผน และการสร้าง-คิดค้น- ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 50

สถิติเชิงอ้างอิงชนิด อื่น ๆ ในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งประเด็นที่ทำวิจัย คือ ด้านนโยบายและวางแผน ร้อยละ 100

และไม่มีการใช้สถิติอ้างอิงในงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 49 เรื่อง ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบาย และวางแผน และความสามารถในการแข่งขัน จำนวน 15 เรื่อง ร้อยละ 31 กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 14 เรื่อง ร้อยละ 25 การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี จำนวน 3 เรื่อง ร้อยละ 11.5 การสร้าง- คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม เครื่องมือ-แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ และ เครื่องมือ-แนวทางการจัดทางประสิทธิภาพ จำนวน 2 เรื่องเท่า ๆ กัน ร้อยละ 4.1 สิ่งแวดล้อม/ ปัจจัยแวดล้อม จำนวน 1 เรื่อง ร้อยละ 2

2.3 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

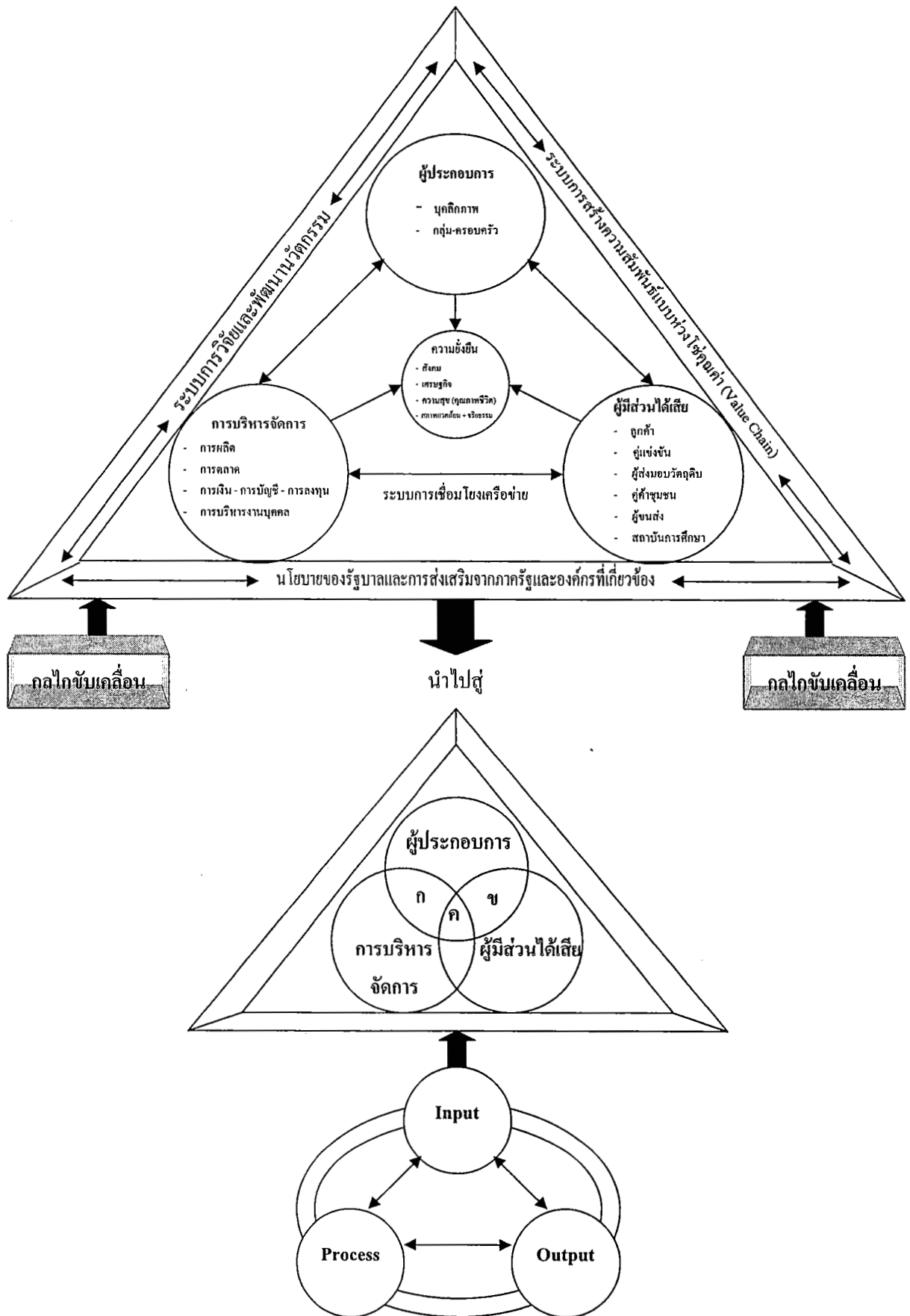
ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์งานวิจัยที่รวบรวมได้ ด้านการจัดการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 36 เรื่อง โดยอาศัยการนิยามความหมายของการจัดการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังนี้ได้นิยามไว้แล้ว โดยใช้การอธิบายในรูปแบบของ การวิเคราะห์เชิงระบบ (System Analysis Approach) ซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอนจากปัจจัยนำเข้า ของงานวิจัยตั้งแต่ปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ขอบเขตการศึกษาวิจัย กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย รวมตลอดจนค่านิยมค่านิยมที่ใช้ในการศึกษา เพื่อระบุความสอดคล้องของปัจจัยนำเข้าในฐานะที่เป็นวรรณกรรมที่จะนำไปสู่การหาคำตอบหรือตอบโจทย์สำหรับเนื้อหาการวิจัยด้านการจัดการที่แยกแยะได้เป็นด้านการตลาดและการขาย การจัดการและการจัดการการเงิน-การลงทุน การวิจัยและพัฒนา การบัญชี การผลิต-โรงงาน การจัดการทั่วไป การบริหารงานบุคคล และการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ เพื่อเชื่อมโยงไปสู่มิติที่เป็นประเด็นที่ทำการศึกษาวิจัยที่ประกอบด้วยมิติด้านนโยบายและวางแผน กลยุทธ์การจัดการ การใช้และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น และทดสอบนวัตกรรม คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ เครื่องมือและแนวทางในการจัดการประสิทธิภาพ ความสามารถในการแข่งขัน สิ่งแวดล้อมและปัจจัยแวดล้อม และนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาล ในฐานะที่เป็นกระบวนการพัฒนาปัญหาและกรอบในการศึกษาวิจัย

นอกจากนี้ปัจจัยนำเข้างดกล่าว ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกระบวนการ อันได้แก่ วิธีการดำเนินการวิจัยที่เหมาะสมอย่างไร โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบด้านการออกแบบการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเลือกตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการใช้วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล

และในส่วนผลลัพธ์ของการวิเคราะห์เชิงระบบนี้ประกอบด้วยผลการพิจารณาวิเคราะห์ว่าผล การศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องสามารถตอบโจทย์หรือปัญหาวิจัยที่กำหนดไว้ได้มากน้อยเพียงใด ตลอดจนมีการประเมินผลการศึกษาทั้งงานวิจัยหรือการศึกษาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมากน้อยเพียงใด อีกทั้งมีการนำผลการศึกษาไปใช้เสนอแนะต่อไปหรือไม่ อย่างไร

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์เนื้อหาข้างต้นมิได้มุ่งมองผลในเชิงจุลภาค คือ ระบบชั้น งานวิจัยแต่ละชิ้น แต่มุ่งประเด็นการวิเคราะห์ที่อาศัยกรอบแนวคิดในการศึกษาที่ประกอบด้วย องค์ประกอบหลักของระบบการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม ได้แก่ ด้านผู้ประกอบการ การบริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่มีส่วนได้เสียของระบบการจัดการดังกล่าวในขณะที่มี การสนับสนุนและจัดตั้งนโยบายกฎระเบียบในการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ และองค์กร ส่วนท้องถิ่น และกำหนดกรอบด้วยระบบการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมร่วมกับระบบการสร้าง ความสัมพันธ์ เพื่อสร้างห่วงโซ่คุณค่าของงานวิจัยนี้ ทั้งนี้มุ่งตอบสนองเป้าหมายหลัก คือ ความยั่งยืนของการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.1 กรอบแนวคิดเพื่อการพัฒนางานวิจัยแบบบูรณาการ

1. ด้านการวิจัยและพัฒนา

จากการวิเคราะห์งานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 36 เรื่อง พบว่า เนื้อหาการศึกษาส่วนใหญ่เป็นด้านการวิจัยและพัฒนา กำหนดลักษณะปัญหาการวิจัย ตั้งแต่ระดับระหว่างประเทศหรือกลุ่มประเทศ ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับจังหวัด จนกระทั่งถึงระดับท้องถิ่น ตามลำดับดังนี้

งานวิจัยที่กำหนดปัญหาการวิจัยในระดับระหว่างประเทศหรือกลุ่มประเทศ เป็นการศึกษาการดำเนินการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ กรณีศึกษาประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน อิตาลี และออสเตรเลีย โดยศุภักษร ศุภขลาสัย (2547) สังกัดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการพัฒนาและโครงสร้างของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในแง่โครงสร้างภาคธุรกิจ ผลผลิตภาพ เด็บโตความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนศึกษามาตรการในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านสินเชื่อและการค้าประกันสินเชื่อ การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ พัฒนาเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการเข้าร่วมการผลิตและการเชื่อมโยงธุรกิจ การศึกษานี้ไม่มีตัวแปรระบุได้ แต่ระบุกรอบแนวคิดในการศึกษาที่ชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ว่ามุ่งประเด็นที่ทำวิจัยในด้านนโยบายและวางแผน ศึกษาความสามารถในการแข่งขัน ระบุปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อหรือเป็นอุปสรรคต่อนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐสำหรับวิธีดำเนินการวิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ และนำเสนอในการบรรยายเชิงวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของนโยบายและมาตรการภาครัฐต่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้ง 4 ประเทศ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจ

งานวิจัยที่กำหนดปัญหาการวิจัยในระดับประเทศเป็นการศึกษาปัญหาและนำเสนอภาพรวมโครงสร้าง การบริหารจัดการตลอดจนบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อสังคม ระบบเศรษฐกิจของประเทศ ได้แก่ งานวิจัยเรื่องอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย โดยบริษัทกลุ่มแอดวานซ์ จำกัด ปี 2540 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างและความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมและแยกรายภูมิภาค รวมทั้งเสนอแนะแนวทางในการกำหนดนโยบายส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมเทียบกับแต่ละภูมิภาค ซึ่งคล้าย ๆ กันกับงานวิจัยที่ศึกษาในปี 2542 เรื่อง โครงการศึกษาบทบาทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งการศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 416 ราย ที่ตั้งในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 126 ราย และเขตภูมิภาค จำนวน 290 ราย ในขณะที่งานวิจัยปี 2540 ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงงานอุตสาหกรรม ยกเว้น โรงสีข้าว จำนวน 1,550 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.95 ของ

ประชากร โดยแยกศึกษาในเขตภูมิภาคกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 400 ราย ภาคกลาง จำนวน 300 ราย ภาคตะวันออก จำนวน 150 ราย ภาคเหนือ จำนวน 250 ราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 200 ราย และภายใต้ จำนวน 150 ราย จากกรอบประชากรที่ใช้ คือ สถิติโรงงานปี 2537-2538 ที่มีจำนวนสถานประกอบการ จำนวน 59,014 ราย และใช้เครื่องมือ คือ แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแบบตัวต่อตัว (Face to Face) และใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ในขณะที่งานวิจัยในปี 2540 ใช้ข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์ผล ซึ่งผลการศึกษาของงานทั้ง 2 เล่ม ได้คำตอบในด้านนโยบายและวางแผน กลยุทธ์การจัดการ และระบุปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยงานวิจัยทั้ง 2 เรื่องไม่ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้

สำหรับงานวิจัยที่กำหนดปัญหาการวิจัยในระดับประเทศอีก 1 เรื่อง ในการศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อมที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของอุตสาหกรรมหัตถกรรมจังหวัดในกำแพงนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในปี 2539 ศึกษาโดย เบอร์ลิน เพชรจันทร์ราช (2539) โดยมุ่งศึกษาประเด็นในด้านนโยบายและวางแผนที่มีวัตถุประสงค์การศึกษาคล้ายกับงานวิจัย 2 งานข้างต้นที่ทำในประเทศไทย กล่าวคือ ศึกษาโครงสร้างการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อม ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อมดังกล่าว ศึกษาโดยวิธีการสัมภาษณ์ประชากร คือ ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าบริโภค 22 ราย และกลุ่มผลิตสินค้าอุปโภค 27 ราย ใช้การวิจัยแบบพรรณนา โดยระบุตัวแปรอิสระ 8 ตัว ได้แก่ ประเภทธุรกิจ รายงานที่ดำเนินงานที่ผ่านมา วิธีการเริ่มต้นกิจการ รูปแบบธุรกิจ แหล่งของแรงงาน แหล่งของทุนจดทะเบียน จำนวนแรงงานในองค์กรและจำนวนทุนจดทะเบียน เรียงรวม ๆ ว่าโครงสร้างธุรกิจและตัวแปรตามมี 6 ตัว ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดการ ด้านระบบงาน ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านกฎระเบียบและข้อบังคับของรัฐบาล อาศัยแบบสอบถามที่มีการตรวจสอบความตรงและให้ความเชื่อมั่นที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร่วมกับแบบสังเกตใช้สังเกตวิธีการดำเนินธุรกิจ พิจารณาประกอบกับคำตอบที่ได้จากการสอบถาม การวิเคราะห์ผลใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่และร้อยละ เป็นที่สังเกตว่าผลการวิจัยที่ค้นพบสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย แต่ผู้วิจัยไม่ได้อภิปรายผลและไม่ปรากฏข้อเสนอแนะในการวิจัย

ส่วนการวิจัยที่กำหนดปัญหาการวิจัยในระดับภูมิภาคหรือกลุ่มจังหวัดจำนวน 5 รายการ โดยกระจายไปในเขตจังหวัดในภาคเหนือ ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย และลำพูน กลุ่มตัวอย่างภาคเหนือ จำนวน 2 รายการ ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคตะวันตก ภาคใต้ตอนล่าง จำนวนภูมิภาคละ 1 รายการ งานวิจัยทั้ง 2 รายการที่ดำเนินการศึกษาในจังหวัดภาคเหนือแตกต่างกัน

กันในเรื่องแต่มีประเด็นการศึกษาที่คล้าย ๆ กัน คือ หากกลยุทธ์การจัดการที่เหมาะสมตามประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แต่ละงานวิจัยได้ทำการศึกษาที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยงานวิจัยเรื่องการพัฒนาเครือข่าย (Networking) และการรวมกลุ่ม (Cluster) เพื่อสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยลือชัย จูลาชัย และคณะ (2545) กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยในการสำรวจและวิเคราะห์รูปแบบและการดำเนินงานของเครือข่ายและการรวมกลุ่ม และหาปัจจัยแห่งความสำเร็จของเครือข่ายและการรวมกลุ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคเหนือ กำหนดประชากรเป็นกลุ่มเครือข่ายที่รวมกลุ่มกัน คือ NOHMEX และบ้าน จำนวน 2 กิจการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย งานวิจัยนี้ไม่ปรากฏว่าให้ข้อเสนอแนะ

สำหรับงานวิจัยอีกงานหนึ่ง คือ การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเบื้องต้น โดยบุษบง จำเริญตรารัศมี และคณะ (2548) ที่ศึกษากลุ่มจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย และลำพูน โดยศึกษาเปรียบเทียบความต้องการของผู้ประกอบการแต่ละจังหวัด ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน แบ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรก คือ ผู้ประกอบการที่ไม่เคยเข้ารับการอบรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ดำเนินการโดยสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยเชียงใหม่และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้ารับการอบรมกลุ่มละ 100 คน ในกลุ่ม 5 อุตสาหกรรม หัตถกรรม อุตสาหกรรมเกษตรและแปรรูปอาหาร สุขภาพ (สมุนไพรและนวดแผนโบราณ) การบริการและการท่องเที่ยว และเทคโนโลยีสารสนเทศใช้การวิจัยเชิงสำรวจและวิธีการเลือกตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) กำหนดตัวแปรอิสระ 7 ตัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ประเภทวิสาหกิจ จำนวนบุคลากร และระยะเวลาดำเนินงาน และตัวแปรตาม 3 ตัว ได้แก่ ความต้องการฝึกอบรม การบริการปรึกษาธุรกิจ และการบริการข้อมูล มีการใช้แบบสอบถามที่มีการทดสอบความตรงและความเชื่อมั่น เสนอผลการวิเคราะห์โดยคำร้อยละ งานวิจัยนี้ไม่ปรากฏข้อเสนอแนะ

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาในภูมิภาคอื่น ๆ ได้แก่ การศึกษาในภาคตะวันตก ประกอบด้วย 8 จังหวัด คือ ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ และภาคใต้ประกอบด้วย 14 จังหวัด ได้แก่ สุราษฎร์ธานี ระนอง ชุมพร นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง กระบี่ พังงา ภูเก็ต ปัตตานี ยะลา นราธิวาส สงขลา และสตูล

และกรุงเทพและปริมณฑล ศึกษาในปี 2547 2546 และ 2545 ตามลำดับ การศึกษาโดยอภิเษก
 ปันสุวรรณ เรื่องโครงการวิจัยอุตสาหกรรมขนาดย่อมในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ผู้วิจัย
 สังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างและ
 การกระจายตัวของอุตสาหกรรมขนาดย่อม ระบุความเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมขนาดย่อม ปัญหา
 และข้อจำกัดในการพัฒนาและแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อม ศึกษาโดย อภิเษก
 ปันสุวรรณ (2547) วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อุตสาหกรรมขนาดย่อมใน
 ภาคตะวันตกจากประชากรที่จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ใช้แบบสัมภาษณ์
 เชิงลึกที่มีการทดสอบความเชื่อมั่นในการศึกษาเสนอผลในลักษณะร้อยละและการบรรยาย และ
 ไม่ปรากฏการนำเสนอแนะ ซึ่งวิธีการศึกษาเหมือนกับงานวิจัยที่ศึกษาบริษัทขนาดกลางและขนาด
 ย่อมในเขตภาคใต้ตอนล่างจำนวน 10 บริษัท โดยการวิจัยเชิงคุณภาพและใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก
 ที่ศึกษาโดยคำณ พัทธ์ และคณะ (2545) ที่มุ่งศึกษาจากกรณีศึกษาในการหาแนวทางปรับปรุง
 ประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งมีระดับการศึกษาที่
 เกี่ยวเนื่องกับการกำหนดเครื่องมือเพื่อหาแนวทางการจัดการประสิทธิภาพ ส่วนงานวิจัยที่ศึกษา
 โดย สุภัช สุขขาล้าย และคณะ ในปี 2546 เรื่องการส่งเสริมความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมขนาด
 กลางและขนาดย่อมและภาคธุรกิจชุมชน เป็นการวิจัยเอกสารอาศัยข้อมูลทุติยภูมิเพื่อศึกษา
 ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของชุมชนของไทยภาคใต้ เอเปค เป็น
 การศึกษาวิเคราะห์นโยบายและกลยุทธ์การจัดการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และภาค
 ธุรกิจชุมชนของไทยเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่มเอเปคอีก 10 ประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางใน
 การกำหนดข้อตกลงความร่วมมือและมาตรการการส่งเสริมความร่วมมือกัน ให้มีผลอย่างเป็น
 รูปธรรมต่อไป ไม่ปรากฏการอภิปรายผลแต่มีข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยที่กำหนดปัญหาการวิจัยในเรื่องการวิจัยและพัฒนาในระดับจังหวัดและระดับ
 ท้องถิ่น ในระดับจังหวัดนั้นมีการศึกษากระจายไปในประเด็นการวิจัยต่าง ๆ กันขึ้นอยู่กับ
 โครงสร้างทางธุรกิจและการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดและพื้นที่
 ซึ่งมีปัญหาและความต้องการไม่เหมือนกัน ซึ่งมีการศึกษาในภาคตะวันออก จำนวน 6 รายการ
 ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง ปราจีนบุรี ฉะเชิงเทรา จันทบุรี ตราด ซึ่งเป็นการศึกษาคุณลักษณะ
 ของผู้ประกอบการในแง่จิตความสามารถ (Competencies) การพัฒนานวัตกรรม และการสร้าง
 เครือข่ายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สมุนไพรวะช้ำ
 สถานบริการสปา ซึ่งศึกษาในปีเดียวกัน คือ ปี 2548 มีวิธีการศึกษาและสำรวจการศึกษางานวิจัย
 ด้านจิตความสามารถของทุกงานที่กล่าวมานั้น กำหนดวัตถุประสงค์ในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือ
 ศึกษาตัวแปรและจำแนกความแตกต่างของตัวแปรตามแยกตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ

ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงานของผู้ประกอบการ รวมทั้งบางงานวิจัยกำหนดตัวแปรอิสระเพิ่มเติม ได้แก่ ลักษณะของกิจการ ขนาดของกิจการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการสนับสนุนการส่งเสริมจากภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง (นัชชา แก้วอุไร , 2548 ; เทิดศักดิ์ สุวรรณ , 2548 ; เหมวรรณ กิจวิมลตระกูล , 2548 ; มนชยา แจ่งใบ , 2548) และเป็นการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ คือ ศึกษาจากผู้ประกอบการทั้งหมดโดยใช้แบบสอบถามที่มีการตรวจสอบความตรงและความเชื่อมั่น ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตลอดจนค่าสัมประสิทธิ์สัมพัทธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน การวิเคราะห์ผลตามกรอบแนวคิดในการวิจัย มีการอภิปรายผลและให้ข้อเสนอแนะในประเด็นของการทำวิจัย

ส่วนงานวิจัยที่ทำการศึกษาดูสหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 งาน โดยศึกษาในปี 2545-2546 ซึ่งเป็นการศึกษาในลักษณะของการประเมินการฝึกอบรมโดยประណม เงินบำรุง (2545) ที่มุ่งศึกษาเพื่อประเมินประสิทธิผล การฝึกอบรมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรูปแบบ CEFЕ ศึกษาตัวแปรต้น 9 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจประเภทธุรกิจ สินค้าที่จัดจำหน่าย และปัญหาและอุปสรรคในการฝึกอบรม โดยมรตัวแปรตาม ได้แก่ ประโยชน์การฝึกอบรมและผลการพัฒนาธุรกิจหลังการฝึกอบรมไปแล้ว 6 เดือน อาศัยแบบสอบถามผู้ประกอบการและแบบสัมภาษณ์ที่มีการทดสอบความตรงและความเชื่อมั่น มีการอภิปรายผลและเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการสร้างตัวชี้วัดและประเมินผลจากตัวชี้วัด การฝึกอบรม ในขณะที่การศึกษาในปี 2546 เป็นการศึกษาเชิงประจักษ์กับอุตสาหกรรมในพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดเล็ก กลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลาง และกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ และการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียง โดยอภิชัย พันธเสน และคณะ (2546) แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ จำนวน 296 ตัวอย่าง จากประชากรจำนวน 529 กิจการ ผลการศึกษาเสนอในรูปร้อยละ และใช้ดัชนีเศรษฐกิจพอเพียงเทียบเคียง งานวิจัยได้อภิปรายผลการศึกษาอย่างลึกซึ้งและเสนอแนะข้อมูลในเชิงประยุกต์ใช้ที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายและการวางแผนพัฒนาประเทศในแบบ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำหรับการวิจัยเชิงสำรวจของโรงงานอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงินของประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยวันชัย ลีลาทวิวงศ์ (2546) มุ่งระบุปัญหา วิเคราะห์ปัญหา และเสนอข้อเสนอแนะแก่ธุรกิจอุตสาหกรรมที่ศึกษา อาศัยการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามที่ไว้ตัวแปรต้น 4 ตัวแปร คือ ข้อมูลพื้นฐานของโรงงาน ความสามารถในการผลิตและผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม/วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี และความสามารถของโรงงานด้านต่าง ๆ ตัวแปรตาม 6 ตัวแปร ได้แก่

ความสามารถทางเทคโนโลยี การถ่ายทอดเทคโนโลยี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบุคลากร ทัศนคติต่อภาครัฐ และการตลาด โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง คือ โรงงานอุตสาหกรรม เครื่องประดับเงินทองจำนวน 50 คน จาก 28 โรงงาน ซึ่งมีประชากรจำนวน 656 โรงงาน เสนอผลในรูปร้อยละและค่าเฉลี่ย มีการเสนอผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ อภิปราย และให้ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เป็นการวางแผนนำไปปฏิบัติจริงและติดตามผล การดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้

การศึกษางานวิจัยในภาคตะวันตกได้ศึกษาในจังหวัดราชบุรี 2 งาน ได้แก่ การวิจัยเรื่อง การจัดทำฐานข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี โดยการุณย์ รัชฎาภรณ์ (2545) ศึกษาจากโรงงานอุตสาหกรรมใน เขตจังหวัดราชบุรี 13 ประเภท มีเงินลงทุนตั้งแต่ 500,000 - 20,000,000 บาท โดยใช้ข้อมูลทศปี ภูมิ พ.ศ. 2543 ใช้ปัจจัย 35 ปัจจัยมาศึกษาเพื่อระบุโอกาสในการลงทุนเพื่อพัฒนาฐานข้อมูลใน การลงทุน ไม่มีการอภิปรายผลแต่มีการเสนอแนะ สำหรับการศึกษารื่องความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการมีนวัตกรรมกับความพึงพอใจต่อการได้รับนโยบายการส่งเสริมสนับสนุนด้าน นวัตกรรมของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกในจังหวัดราชบุรี (วริษฐา คุ่มวิสัย , 2548) ศึกษาแบบสำมะโน 10 โรงงาน กำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะ กิจการ ระยะเวลาการดำเนินงาน ขนาดกิจการ และความพึงพอใจต่อการได้รับนโยบายและ การสนับสนุนด้านนวัตกรรมของภาครัฐและเอกชน ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการและการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านการบริหารจัดการ ใช้แบบสอบถามที่มีความตรงและความเชื่อมั่น เสนอผลโดยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน มีการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในภูมิภาคอื่นๆ ได้แก่ กรุงเทพฯ โดยสมศักดิ์ กิจธนาวัฒน์ (2545) ศึกษา เรื่องการพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาด กลางและขนาดย่อมโดยใช้หลักการจัดกิจกรรมตามแนวนุชนิยมและการเพิ่มศักยภาพตนเองของ แอนโทนี ร็อบบินส์ กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่เข้าร่วมกิจกรรมและไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรม 30 คน โดยกิจกรรม จัดขึ้นที่กรุงเทพฯ ใช้แบบทดสอบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่มีการทดสอบค่าอำนาจจำแนก กำหนด สมมติฐานโดยมีตัวแปรอิสระ ได้แก่ หลักของการจัดกิจกรรมตามแนวนุชนิยมและการเพิ่ม ศักยภาพตนเองของแอนโทนี ร็อบบินส์ และตัวแปรตาม คือ ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ เสนอผลในรูป ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่าความแตกต่าง โดยใช้ t-test ผลการศึกษาพบ

ความแตกต่างของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมนำไปสู่การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ส่วนการศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในเขตจังหวัดอยุธยา โดยสมบุญ สวยศด (2543) เรื่องแนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้านให้เป็นธุรกิจขนาดย่อม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจจากประชากร 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค รวม 350 ราย โดยมีตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล และตัวแปรตาม คือ แนวทางการพัฒนาด้านการผลิต การจำหน่าย และผู้บริโภคที่ใช้แบบสอบถาม 3 ชุด กับแต่ละกลุ่มร่วมกับการสัมภาษณ์ เสนอผลในรูปร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความถี่ มีการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

2. ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป

การศึกษาวิจัยด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป ประกอบด้วยงานวิจัย 4 รายงาน ทำการศึกษา ตั้งแต่ปี 2538 2543 2544 และ 2546 โดยในปี 2538 เสาวนีย์ ลิธมวัฒน์ ศึกษาเรื่องการประเมินผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทเครื่องจักรกล มุ่งประเด็นเชิงนโยบายและการวางแผนศึกษา คือ ภูมิภาคกลางใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาข้อมูลจากผู้ผลิตในเขตภาคกลาง จำนวน 55 รายจากประชากรจำนวน 97 ราย ใช้แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์เจาะลึกที่มีความตรงที่มุ่งศึกษาระบบภายในกิจการและหาแบบจำลองเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เหมาะสมแก่กิจการ ผลการศึกษาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ส่วนผลการศึกษาเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดลำปาง โดยอดิการต์ ลิลาภรณ์ (2543) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาจากกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมข้างต้น ผู้ประกอบการจำนวน 2 คน พนักงานโรงงานจำนวน 224 คน และตัวแทนครัวเรือนจำนวน 68 คน กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาที่มีตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะกลุ่มงาน รายได้ อาชีพ และที่อยู่อาศัย และตัวแปรตาม ได้แก่ ทักษะคิด ความคิดเห็น และความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อม อาศัยเครื่องมือ คือ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์เจาะลึก และแบบสอบถามที่มีค่าความตรงและความเชื่อมั่น การศึกษามุ่งศึกษาเพื่อตอบโจทย์ดังตัวแปรข้างต้น และหามาตรการและแนวทางในการจัดการสิ่งแวดล้อมแก่อุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอาศัยค่าร้อยละ ความถี่ มีการอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะด้วย ส่วนการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ผู้ประกอบการของอำเภอเมืองพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น และมหาสารคาม ศึกษาโดยสุรัช กลาง พระเนตร์ (2544) เรื่องปัจจัยในการเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม

ขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น และมหาสารคาม โดยกระจายผู้ประกอบการตามจำนวนข้างต้น 30 ราย 100 ราย และ 20 ราย ตามลำดับ ใช้การวิจัยเชิงพรรณนา มีการกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ และตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจ ใช้เครื่องมือ คือแบบสอบถามที่มีค่าความตรงและความเชื่อมั่น โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เสนอผลในรูปร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ไม่ปรากฏการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

นอกจากนี้ ในปี 2546 และ 2547 ฝ่ายวิจัยและแบบสารสนเทศสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ ได้ศึกษา SMEs Good Practices มุ่งวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการและความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพฯ และสมุทรสาคร (2546) และกระจายพื้นที่ศึกษาในทั่วประเทศทุกภูมิภาค โดยเลือกตัวแทนจังหวัดต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาค (2547) โดยศึกษาสำมะโนเฉพาะธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ 2 บริษัท และ 10 บริษัท ตามลำดับ งานวิจัยทั้ง 2 งานมีวัตถุประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อให้องค์กรสามารถนำวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศไปปรับใช้ในองค์กรของตนเองและสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันได้ มีการวิเคราะห์กระบวนการทำงานและการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรในระดับต่าง ๆ มีการอภิปรายผลถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จขององค์กรที่อาศัยภาวะผู้นำ มีวิสัยทัศน์ กล้าตัดสินใจ และพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง มุ่งพัฒนาคุณค่าแก่ลูกค้าตลอดเวลา

3. ด้านการตลาดและการขาย

งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในปี 2544 246 และ 2547 มุ่งเน้นการศึกษาเชิงนโยบายและการวางแผน คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยการศึกษาในปี 2544 ทำการศึกษาเรื่องการสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจเอกชนไทย โดยสุปราณี ศรีฉัตรากิติก และคณะ เป็นการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นเจ้าของกิจการจำนวน 768 ราย ในทั่วประเทศ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ วิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยในการบริหารคน เป็นการศึกษาเชิงสำรวจที่มีตัวแปรอิสระ 10 ตัวแปร ได้แก่ บุคลิกและวิถีคิดของผู้ประกอบการ การควบคุมและความไม่แน่นอน การตัดสินใจในธุรกิจ เครือข่าย ทักษะในการดำเนินธุรกิจ ปัจจัยการศึกษา ภูมิภาค อาชีพ พื้นฐานครอบครัว และเงินลงทุน ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการดำเนินงานเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา มีการตั้งสมมติฐานการวิจัย

โดยใช้แบบสอบถามที่มีความตรงและความเชื่อมั่น ทำการศึกษาเพื่อเสนอผลในรูปความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ t-test ANOVA Correlation x^2 -test และ Multiple Regression และ Cluster Analysis ที่แบ่งถึงลักษณะผู้ประกอบการจำแนกเป็น 4 กลุ่ม มีการอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ นอกจากนี้ในปี 2546 ชุตีพร ศรีทอง ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อพยากรณ์ความปรารถนาในการเข้าสู่แบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 200 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามที่มีค่าความตรงและความเชื่อมั่นในการศึกษาตัวแปรอิสระ ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ เพศ ระดับการศึกษา ขนาดกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนประกอบธุรกิจ อายุของผู้ประกอบการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความปรารถนาในการเข้าสู่แบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการรับรู้ประโยชน์ของแบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีการตั้งสมมติฐานการวิจัยที่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ ANOVA ศึกษาวิเคราะห์ผลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การศึกษา มีการเสนอการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ สำหรับงานวิจัยในปี 2547 โดยอัมพพร เจริญประดับ (2547) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการตลาดต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษาข้อมูลผู้ประกอบการโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกจำนวน 332 คน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ที่กำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ระยะเวลาในการประกอบการ รูปแบบธุรกิจ จำนวนพนักงาน เงินทุนเริ่มต้น และปัจจุบัน และตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการประกอบการและมุ่งเน้นการตลาด ใช้แบบสอบถามที่มีค่าความตรงและความเชื่อมั่น โดยกำหนดสมมติฐานใช้ t-test และ Correlation ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ มีการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

4. ด้านการบริหารงานบุคคล

งานวิจัยดำเนินงานศึกษาในปี 2544 2545 และ 2548 โดยงานวิจัยเน้นกลยุทธ์การจัดการและคุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ ได้แก่ งานวิจัยเรื่องการพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกฤษฎา กลศาสตร์บรร (2548) ศึกษาวิจัยเชิงสำรวจจากเจ้าของกิจการหรือฝ่ายบุคคลในสถานประกอบการผลิตจำนวน 230 แห่ง และบริการจำนวน 87 แห่ง จากประชากรจำนวน 1,121 แห่ง และ 421 แห่งตามลำดับ กำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบกิจการ ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง ประเภทกิจการ จำนวนลูกจ้าง วุฒิการศึกษาลูกจ้าง การจัด

ฝึกอบรมในสถานประกอบการ มาตรการรัฐ และความรู้ความเข้าใจของนายจ้าง ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ การพัฒนาทักษะแรงงานใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่มีค่าความตรงและความเชื่อมั่น ใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงผล และ t-test ในการทดสอบ สมมติฐานการวิจัย มีการนำเสนอการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ การวิจัยในปี 2545 และ 2548 มีความเฉพาะเจาะจงในภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ พลาสติก และเซรามิก ศึกษาในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยอุษณีย์ ชัยยิ่งยวด และคณะ (2545) เรื่องความต้องการด้านการฝึกอบรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ สถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามในด้านวุฒิการศึกษาสูงสุด ประกอบธุรกิจ มูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความต้องการการฝึกอบรมด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการเงิน การบัญชี การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มสมรรถนะทางการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตลาด ระบบภาษีอากรและกฎหมายการทำธุรกิจ การจัดการผลิตและเทคโนโลยี อุตสาหกรรม โดยใช้แบบสอบถาม เสนอผลในรูปแบบร้อยละ ค่าเฉลี่ย และทดสอบ Z-test ผลการศึกษาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เสนออภิปรายผลและเสนอแนะงานวิจัย ในงานวิจัยด้านจิตความสามารถดำเนินการศึกษาโดยรุ่งรัช เกณต์วิทย์ (2548) ศึกษาเรื่องจิตความสามารถจริงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมสตรีและจิตความสามารถที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บริการกรณีศึกษาสถานรับเลี้ยงเด็กเล็กเอกชน ในเขตจังหวัดระยอง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาสำมะโนผู้ประกอบการ 15 แห่ง และลูกค้า 20 ราย ซึ่งได้จากการเลือกตามความสะดวก กำหนดตัวแปรอิสระเหมือนงานวิจัยของอุษณีย์ ชัยยิ่งยวด (2545) และตัวแปรตาม ได้แก่ จิตความสามารถหลักและทั่วไปของผู้ประกอบการ ใช้แบบสอบถามที่มีค่าความตรงและความเชื่อมั่น เสนอผลในรูปแบบความถี่ ร้อยละ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ พร้อมการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

5. ด้านการบัญชี

มีงานวิจัยที่ศึกษาปี 2547 เรื่องปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการใช้ข้อมูลทางการบัญชีของผู้ประกอบการเซรามิก ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยปิยมาศ พาวิชัย (2547) ศึกษาวิจัยเชิงสำรวจสำมะโนจากผู้ประกอบการธุรกิจจำนวน 32 กิจการ กำหนดตัวอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ และข้อมูลกิจการ และตัวแปรตาม ได้แก่

การพัฒนาการใช้ข้อมูลทางการบัญชี โดยแบบสอบถามที่มีความตรงและความเชื่อมั่น เสนอผลในรูปความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เสนอผลการวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

6. ด้านการเงิน การจัดการการเงิน และการลงทุน

งานวิจัย 1 งาน ได้แก่ พ.ศ. 2546 โดยชูลีพร ไกรสมเดช เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเป็นการศึกษาเชิงนโยบายและวางแผนในเขตภาคเหนือ คือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ข้อมูลของธนาคารพาณิชย์ที่ให้สินเชื่อกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระหว่างเดือนมกราคม 2542 ถึงเดือนธันวาคม 2545 รายไตรมาส รวม 16 ไตรมาส โดยกำหนดตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลัดกันทรัพย์รวมภายในประเทศ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR-1 % และเงินสำรองส่วนเกิน ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ ปริมาณเงินที่ให้สินเชื่อ ใช้ข้อมูลทุติยภูมิและทดสอบสมมติฐานโดยใช้ Multiple Regression ผลการศึกษาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและมีการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การบูรณาการข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ

2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และบูรณาการงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประชากรที่สนใจศึกษาในการวิจัยนี้ คือ งานวิจัยที่ได้พิมพ์เผยแพร่เป็นรูปเล่มสมบูรณ์ ในระหว่าง พ.ศ. 2544-2548 เกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้พิมพ์เผยแพร่เป็นรูปเล่มในระหว่าง พ.ศ. 2538-2548 โดยวิธีการเลือกตัวอย่าง คือ งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 31 เล่ม และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 36 เล่ม ที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกงานวิจัย

สรุปผล

ผลการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากงานวิจัยที่ศึกษารวบรวมได้ สามารถสรุปได้ ดังนี้

ข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

งานวิจัยจำแนกตามปีที่ผลิตงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ พ.ศ. 2547 จำนวน 19 เล่ม ร้อยละ 61.3 รองลงมาเป็น พ.ศ. 2546 จำนวน 5 เรื่อง ร้อยละ 16.1 โดยศึกษาในลักษณะปริญญาโท/วิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาโท จำนวน 20 เล่ม ร้อยละ 64.5 รองลงมาเป็น หน่วยงาน จำนวน 6 เล่ม ร้อยละ 19.4 ศึกษาในเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การวิจัยและพัฒนา จำนวน 18 เล่ม ร้อยละ 58.1 รองลงมาเป็นการตลาดและการขาย จำนวน 5 เล่ม ร้อยละ 14.3 และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ ด้านนโยบายและวางแผน จำนวน 12 เล่ม ร้อยละ 36.4 รองลงมา เป็นกลยุทธ์การจัดการ จำนวน 11 เล่ม ร้อยละ 33.3

ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ ภาคกลาง จำนวน 15 เล่ม ร้อยละ 38.5 รองลงมาเป็นภาคใต้ จำนวน 7 เล่ม ร้อยละ 17.9 ใช้การออกแบบการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 13 เล่ม ร้อยละ 41.9 รองลงมาเป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 11 เล่ม ร้อยละ 35.5

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจงมากที่สุด คือ จำนวน 11 เล่ม ร้อยละ 57.9 รองลงมาเป็นวิธีตามสะดวก จำนวน 5 เล่ม ร้อยละ 26.3 โดยศึกษาจากประชาชนทั่วไป จำนวน 28 เล่ม ร้อยละ 80 รองลงมาเป็น โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 11.4 และการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น แบบหลายขั้นตอน จำนวน 5 เล่ม ร้อยละ 16.1 รองลงมาเป็นแบบง่าย ร้อยละ 12.9 โดยศึกษาจากประชาชนทั่วไป จำนวน 28 เล่ม ร้อยละ 80 รองลงมา คือ โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 11.4

งานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 26 เล่ม ร้อยละ 83.9 รองลงมาเป็น การตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง จำนวน 3 เล่ม ร้อยละ 9.7 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ แบบสอบถาม จำนวน 22 เล่ม ร้อยละ 66.7 รองลงมาเป็นแบบสัมภาษณ์ จำนวน 10 เล่ม ร้อยละ 30.3 มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ ความตรง จำนวน 27 เล่ม จำนวน 56.2 รองลงมาเป็นความเชื่อมั่น จำนวน 21 เล่ม จำนวน 43.8 และใช้สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ ค่าร้อยละ จำนวน 20 เล่ม ร้อยละ 41.7 รองลงมาเป็นค่าเฉลี่ย จำนวน 12 เล่ม ร้อยละ 25 แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการใช้สถิติอ้างอิงในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 29 เล่ม ร้อยละ 69 รองลงมาเป็น การใช้สถิติเชิงอ้างอิงประเภท t-test จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 9.4

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยรายการต่าง ๆ จำแนกตามรายด้านของการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านการตลาดและการขาย ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น

เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ ในรูปแบบการวิจัยคุณภาพ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสัมภาษณ์ที่นำไปใช้

ด้านการวิจัยและพัฒนา ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่ว ๆ ไป โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ t-test และ Correlation

ด้านการบัญชี ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามและสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ

ด้านการผลิต-โรงงาน ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านความสามารถในการแข่งขัน ในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามและสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อ

ตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ และ χ^2 -test

ด้านการจัดการทั่วๆ ไป ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลางและภาคใต้ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านความกลยุทธการจัดการ ในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น คือ แบบง่ายและแบบมีระบบ และไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

และ ด้านการบริหารงานบุคคล ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านความกลยุทธการจัดการ ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานรัฐ โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น คือ แบบง่ายและแบบมีระบบ และไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีโควตาและสำมะโน นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ และ t-test

หากพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านนโยบายและวางแผน ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยการใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรง เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ t-test

ด้านกลยุทธการจัดการ ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยการใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรง เพื่อตรวจสอบความแม่นยำ

ของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และ t-test

ด้านการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจงและตามสะดวก นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรง เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ

ด้านการสร้าง-คิดค้น-ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคใต้ โดยการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีตามสะดวก นอกจากนี้ในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทาง รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสังเกตและแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรง เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ด้านเครื่องมือ แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลางและใต้ โดยการออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีตามสะดวก นอกจากนี้ในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทาง รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรง เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ χ^2 -test

ด้านความสามารถในการแข่งขัน ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคตะวันออก โดยการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีโควตา นอกจากนี้ในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิด

ความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย มัธยฐาน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

และด้านสิ่งแวดล้อม ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคใต้ โดยการออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีตามสะดวก นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ

ข้อมูลเบื้องต้นของงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

งานวิจัยจำแนกตามปีที่ผลิตงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ พ.ศ. 2548 จำนวน 9 เล่ม ร้อยละ 25 รองลงมา คือ พ.ศ. 2545 และ 2546 มีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 6 เล่ม ร้อยละ 16.7 โดยศึกษาในลักษณะปริญญาโท/วิทยานิพนธ์ จำนวน 20 เล่ม จำแนกเป็นระดับปริญญาโท จำนวน 11 เล่ม ร้อยละ 30.6 และระดับปริญญาเอก จำนวน 9 เล่ม ร้อยละ 25 รองลงมาเป็นหน่วยงาน จำนวน 13 เล่ม ร้อยละ 36.1 ศึกษาในเนื้อหาที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ การวิจัยและพัฒนา จำนวน 23 เล่ม ร้อยละ 62.2 รองลงมาเป็นการจัดการทั่วไป จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 10.8 และประเด็นที่ทำวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ กลยุทธ์การจัดการ จำนวน 19 เล่ม ร้อยละ 27.7 รองลงมาเป็นด้านนโยบายและวางแผน 17 เล่ม ร้อยละ 25.4

ภูมิภาคที่ศึกษางานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ ภาคกลาง จำนวน 16 เล่ม ร้อยละ 25 รองลงมา คือ ภาคเหนือ จำนวน 15 เล่ม ร้อยละ 23.4 ใช้การออกแบบการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ การวิจัยเชิงสำรวจ จำนวน 18 เล่ม ร้อยละ 50 รองลงมาเป็นงานวิจัยเชิงพรรณนา จำนวน 13 เล่ม ร้อยละ 36.1

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นด้วยวิธีเจาะจงมากที่สุด คือ จำนวน 11 เล่ม ร้อยละ 57.9 รองลงมาเป็นวิธีตามสะดวก จำนวน 5 เล่ม ร้อยละ 26.3 โดยศึกษาจากประชาชนทั่วไป จำนวน 28 เล่ม ร้อยละ 80 รองลงมาเป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 11.4 และการเลือกตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอน จำนวน 5 เล่ม ร้อยละ 16.1 รองลงมาเป็นแบบง่าย ร้อยละ 12.9

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจงมากที่สุด คือ จำนวน 19 เล่ม ร้อยละ 63.3 รองลงมาเป็นวิธีอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตา และแบบสำมะโน จำนวน 9 ร้อยละ 30 และการเลือกตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น แบบมีระบบ จำนวน 3 เล่ม ร้อยละ 8.3 รองลงมาเป็นแบบแบ่งกลุ่ม จำนวน 2 เล่ม ร้อยละ 5.6 โดยศึกษาจากประชาชนทั่วไป จำนวน 19 เล่ม ร้อยละ 50 รองลงมา คือ โรงงาน/บริษัท/กิจการ จำนวน 18 เล่ม ร้อยละ 47.4

งานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่มีการตั้งสมมติฐาน จำนวน 30 เล่ม ร้อยละ 83.3 รองลงมา คือ มีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง จำนวน 3 เล่ม ร้อยละ 8.3 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ แบบสอบถาม จำนวน 22 เล่ม ร้อยละ 51.2 รองลงมา คือ แบบสัมภาษณ์และข้อมูลทุติยภูมิ มีจำนวนเท่ากัน คือ 9 เล่ม ร้อยละ 20.9 มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มากที่ คือ ความตรงและความเชื่อมั่น มีจำนวนเท่ากัน คือ 23 เล่ม ร้อยละ 44.2 รองลงมา คือ ความง่าย จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 7.8 และใช้สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด คือ ร้อยละ จำนวน 25 เล่ม ร้อยละ 32.9 รองลงมา คือ ค่าอื่น ๆ ได้แก่ ความถี่ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จำนวน 18 เรื่อง ร้อยละ 23.7 แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีการใช้สถิติอ้างอิงในการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 29 เล่ม ร้อยละ 69 รองลงมา คือ t-test จำนวน 4 เล่ม ร้อยละ 9.4

ข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยรายการต่าง ๆ จำแนกตามรายด้านของการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เมื่อพิจารณาตามเนื้อหาที่ทำวิจัยด้านต่าง ๆ พบว่า ด้านการตลาดและการขาย ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีตามสะดวกและอื่น ๆ ได้แก่ แบบโควตาและสำมะโน นอกจากนี้ในงานวิจัยยังมีการตั้งสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test ANOVA และ Correlation

ด้านการเงิน-การจัดการการเงิน-การลงทุน ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยทำการศึกษเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน กลยุทธ์การจัดการ และเครื่องมือ แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ ในรูปแบบการวิจัยสำรวจและเชิงพรรณนา ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็น โรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้ การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบมีทิศทาง รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทข้อมูลทุติยภูมิในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ และ Multiple regression

ด้านการวิจัยและพัฒนา ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันออก โดยทำการศึกษเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็น ประชาชนทั่ว ๆ ไป โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยยังไม่มีที่ตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรง เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ t-test และ Correlation

ด้านการบัญชี ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ โดยทำการศึกษเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการ ในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็น โรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย นอกจากนี้ในงานวิจัยยังไม่มีที่ตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามและสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความถี่

ด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง โดยทำการศึกษเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านความสามารถในการแข่งขัน ในรูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็น โรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น คือ แบบแบ่งชั้น นอกจากนี้ในงานวิจัยยังไม่มีที่ตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ด้านการบริหารงานบุคคล ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไปและโรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้ในการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ

และด้านการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบธุรกิจ ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่ทำวิจัยด้านนโยบายและวางแผน ในรูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไปและโรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น คือ แบบแบ่งชั้น นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทข้อมูลทุติยภูมิในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้

หากพิจารณาตามประเด็นที่ทำวิจัยด้านต่าง ๆ พบว่า ประเด็นด้านนโยบายและวางแผน ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือและภาคกลาง โดยการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้ในการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และ t-test

ประเด็นกลยุทธ์การจัดการ ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลางและภาคตะวันออก โดยการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้ในการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ Z-test และ Correlation

ประเด็นการใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลาง โดยการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจ

ศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น คือ แบบหลายขั้นตอน นอกจากนี้ในงานวิจัยมีการตั้งสมมติฐานแบบทิศทาง รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรง อำนาจจำแนก และความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ประเด็นการสร้าง คัดค้น ทดสอบ และตรวจสอบนวัตกรรม ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลางและภาคตะวันออก โดยการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีตามสะดวก นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรงและเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ประเด็นเครื่องมือ แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคกลางและใต้ และประเทศในกลุ่มเอเปค โดยการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย

ประเด็นความสามารถในการแข่งขัน ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคตะวันออก โดยการออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนทั่วไป โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความตรง เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย

ประเด็นที่ทำวิจัยด้านสิ่งแวดล้อม ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือและภาคตะวันออก โดยการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้

เครื่องมือประเภทแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือชนิดความเชื่อมั่น เพื่อตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามที่นำไปใช้ ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

และประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบการ ภูมิภาคที่ทำการศึกษางานวิจัยจากประชากร/กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออก โดยการออกแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่สนใจศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นโรงงาน/บริษัท/กิจการ โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีเจาะจง นอกจากนี้ในงานวิจัยไม่มีการตั้งสมมติฐาน รวมทั้งมีการใช้เครื่องมือประเภทข้อมูลทุติยภูมิในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่

อภิปรายผล

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอการอภิปรายผลงานวิจัยที่รวบรวมได้ ด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 31 เรื่อง และด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 36 เรื่อง โดยอาศัยการนิยามความหมายของการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งได้นิยามไว้แล้ว โดยใช้การอธิบายในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงระบบ (System Analysis Approach) ซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอนจากปัจจัยนำเข้าของงานวิจัยตั้งแต่ปัญหาการวิจัย วัตถุประสงค์ สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) ผลที่คาดว่าจะได้รับ ขอบเขตการศึกษาวิจัย กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย รวมตลอดจนคำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา เพื่อระบุความสอดคล้องของปัจจัยนำเข้าในฐานะที่เป็นวรรณกรรมที่จะนำไปสู่การหาคำตอบหรือตอบโจทย์สำหรับเนื้อหาการวิจัยด้านการจัดการที่แยกแยะได้เป็นด้านการตลาดและการขาย การจัดการ การจัดการการเงิน การลงทุน การวิจัยและพัฒนา การบัญชี การผลิต-โรงงาน การจัดการทั่วไป การบริหารงานบุคคล และการจัดทำฐานข้อมูลด้านการประกอบการ เพื่อเชื่อมโยงไปสู่มิติที่เป็นประเด็นที่ทำการศึกษาวิจัยที่ประกอบด้วยมิติด้านนโยบายและวางแผน กลยุทธ์การจัดการ การใช้และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี การสร้าง-คิดค้น และทดสอบนวัตกรรม คุณลักษณะของผู้ประกอบการ/ผู้นำ เครื่องมือและแนวทางในการจัดการประสิทธิภาพ ความสามารถในการแข่งขัน สิ่งแวดล้อม/ปัจจัยแวดล้อม และนโยบายการส่งเสริมของรัฐบาลในฐานะที่เป็นกระบวนการพัฒนาปัญหาและกรอบในการศึกษาวิจัย

นอกจากนี้ปัจจัยนำเข้างดกล่าว ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดกระบวนการ อันได้แก่วิธีการดำเนินการวิจัยที่เหมาะสมอย่างไร โดยพิจารณาถึงองค์ประกอบด้านการออกแบบการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีการเลือกตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนการใช้วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล

และในส่วนผลลัพธ์ของการวิเคราะห์เชิงระบบนี้ประกอบด้วยการพิจารณาวิเคราะห์ว่า ผลการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องสามารถตอบ โจทย์หรือปัญหาวิจัยที่กำหนดไว้ได้มากน้อย เพียงใด ตลอดจนมีการประเมินผลการศึกษา กับงานวิจัยหรือการศึกษาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมากน้อย เพียงใด อีกทั้งมีการนำผลการศึกษาไปใช้เสนอแนะต่อไปหรือไม่ อย่างไร

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์เนื้อหาข้างต้นมิได้มุ่งมองผลในเชิงจุลภาค คือ ระบบชิ้นงานวิจัยแต่ละชิ้น แต่มุ่งประเด็นการวิเคราะห์ที่อาศัยกรอบแนวคิดในการศึกษาที่ประกอบด้วย องค์ประกอบหลักของระบบการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม ได้แก่ ด้านผู้ประกอบการ การบริหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ที่มีส่วนได้เสียของระบบการจัดการดังกล่าว ในขณะที่มีการ สนับสนุนและจัดตั้งนโยบายกฎระเบียบในการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ และองค์กรส่วน ท้องถิ่น และกำหนดกรอบด้วยระบบการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมร่วมกับระบบการสร้าง ความสัมพันธ์ เพื่อสร้างห่วงโซ่คุณค่าของงานวิจัยนี้ ทั้งนี้มุ่งตอบสนองเป้าหมายหลัก คือ ความยั่งยืนของการบริหารจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

งานวิจัยที่ศึกษาทั้งด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนงานวิจัย ตั้งแต่ปี 2544 – 2548 เป็นสัดส่วนมากกว่าในปีแรก ๆ โดยเฉพาะงานวิจัยในปี 2547 – 2548 เป็นสัดส่วนสูงขึ้นสำหรับการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเกิดการมีนโยบายเร่งรัด กระตุ้น และส่งเสริมอย่างจริงจังจากรัฐบาล อีกทั้งอาจ เกิดแรงจูงซึ่งเป็นปัญหาการทำวิจัยแก่ผู้สนใจศึกษามากขึ้นด้วยการขยายและเจริญเติบโตของ วิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทำให้บางส่วนเผชิญปัญหาการแข่งขันและการปรับตัว ในขณะที่ งานวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ด้าน นโยบายการกระตุ้นและการส่งเสริมมีอย่างต่อเนื่อง เป็นที่น่าสังเกตว่าเนื้อหาการวิจัยของทั้ง 2 วิสาหกิจคล้าย ๆ กัน คือ ส่วนใหญ่ทำในด้านการวิจัยและพัฒนา ซึ่งไม่น่าแปลกใจด้วยเหตุที่ การดำเนินงานของวิสาหกิจจำเป็นต้องมีการพัฒนา ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมและการบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ไม่มีการศึกษาวิจัยถึงคุณสมบัติหรือคุณลักษณะ ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้อาจเกิดจากความแตกต่างของผู้ประกอบการทั้ง 2 กล่าวคือ ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มักเกิดจากการรวมกลุ่มกันในการดำเนินการและ มีรูปแบบการบริหารจัดการเฉพาะและแตกต่างกันตามสภาพพื้นที่และผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ซึ่งมัก อาศัยกระบวนการกลุ่มและการส่งเสริมร่วมกับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นหลัก ในขณะที่

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักต้องพึ่งรัฐในระยะเริ่มต้นในการประกอบธุรกิจ ภายหลังจากการก่อตั้งธุรกิจแล้วก็ต้องอาศัยความสามารถของตนเองเป็นหลักในการบริหารจัดการ

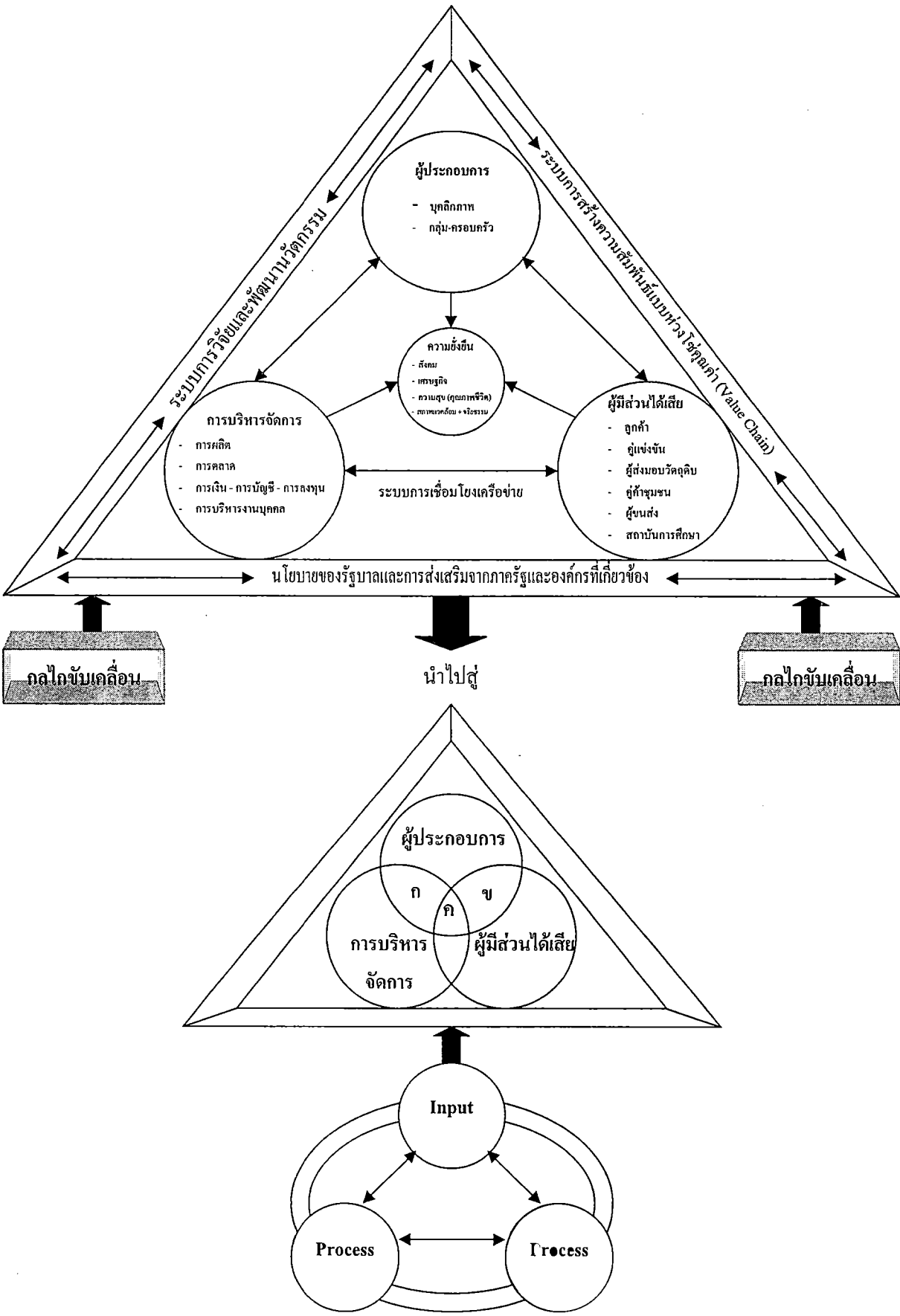
ความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการไปยังวิธีหรือกลยุทธ์การบริหารจัดการซึ่งแยกออกเป็นความสามารถในการจัดการการผลิต การตลาด การเงินการบัญชี การลงทุน และการบริหารงานบุคคล พบว่ามีการศึกษาในแนวคิดคล้าย ๆ กัน ทั้งวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กล่าวคือ มีการศึกษาในแง่บูรณาการบางส่วน ได้แก่ การวิจัยและพัฒนาที่มุ่งศึกษาเพื่อนำไปปฏิบัติและประยุกต์กับวิสาหกิจที่ศึกษาโดยเฉพาะ นอกจากนี้การศึกษาด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป การตลาดและการขายยังได้มีการศึกษาอย่างแพร่หลายเพื่อตอบโจทย์การวิจัยที่ว่า ทำอย่างไรที่จะทำให้วิสาหกิจสามารถดำเนินงานบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนประเมินผลการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งจะทำการตลาดและการขายสำหรับวิสาหกิจดังกล่าวได้อย่างไร โอกาสทางการตลาดเป็นอย่างไร นอกจากนี้ยังมีการศึกษาในด้านการบริหารงานบุคคลโดยเป็นด้านแรงงาน ด้านทักษะแรงงาน ด้านการประสานงาน โครงการในการศึกษาการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สำหรับการศึกษาด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะเป็นการศึกษาการบริหารจัดการด้านการวิจัยและพัฒนา และด้านการตลาดและการขาย วิสาหกิจดังกล่าวยังขาดความเข้มแข็งในการดำเนินงาน โดยเฉพาะปัญหาขาดจุดเด่นหรือจุดที่แตกต่างจากคู่แข่งทำให้การดำเนินงานขาดความยั่งยืน ตลอดจนเผชิญปัญหาความต้องการของลูกค้าที่ไม่แน่นอนและขาดการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง มีงานวิจัยหลายชิ้นได้ศึกษาด้านการจัดการทั่วไป เช่นเดียวกับวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในขณะที่การศึกษาด้านการบัญชีการเงิน การลงทุนของการวิจัยทั้ง 2 วิสาหกิจยังมีจำนวนน้อยคือด้านละ 1-2 เรื่องเท่านั้น โดยงานวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มุ่งศึกษาด้านการจัดการบัญชีชุมชนและการศึกษาด้านต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตสินค้า ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ายังมีผู้สนใจศึกษาวิจัยทั้ง 2 ด้านข้างต้นไม่มาก เพราะในอดีตวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและมักทำกันในครัวเรือนหรือเป็นกลุ่มชุมชนที่ยังขาดความรู้ด้านดังกล่าว รวมทั้งหน่วยงานที่ส่งเสริม ได้แก่ กรมพัฒนาชุมชนในเบื้องต้นมักเน้นความอยู่รอดมิได้มุ่งที่ความสามารถในการแข่งขันจึงละเลยด้านกลยุทธ์การบัญชีและการเงินไป เช่นเดียวกับการวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ละเลยการศึกษาในประเด็นดังกล่าวด้วยเหตุผลที่คล้าย ๆ กัน

สำหรับการศึกษาที่เกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ คู่ค้า ชุมชน ผู้ขนส่ง และสถาบันการศึกษา มีการศึกษาอยู่บ้างแล้ว โดยแยกออกเป็น

ส่วน ๆ ทั้งในการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก่อนปี 2546 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในอดีตมักมองปัญหาในการดำเนินงานยังแยกส่วนกัน โดยระบุปัญหาการวิจัยที่สามารถหาคำตอบเฉพาะในประเด็นย่อย ๆ เช่น การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่ง ๆ ในเขตพื้นที่แคบ ๆ ซึ่งมีการศึกษาทั่ว ๆ ไปอย่างกว้างขวาง สำหรับการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ยังมีการศึกษากลุ่มอื่น ๆ บ้างแต่ไม่แพร่หลายนักในปี 2546 แต่เมื่อภายหลังปี 2546 มีการศึกษาแพร่หลายไปยังกลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ สื่อ ผู้นำชุมชน ตลอดจนศึกษาความเชื่อมโยงการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อเอื้อประโยชน์ต่อการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากตั้งแต่ปี 2547 รัฐบาลในยุคนั้นได้ให้ความสำคัญต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตลอดจนมีโครงการจัดอันดับสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าเป็นการกระตุ้นการวิจัยและพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างจริงจัง ในขณะที่การวิจัยด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการศึกษาเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้เสียไม่มากนัก มีงานวิจัยเพียง 2 งาน เพื่อการศึกษาที่ศึกษารูปแบบการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายของวิสาหกิจรายสาขาหนึ่ง ๆ เพื่อประเมินผลความสำเร็จ ทั้งนี้เนื่องจากแนวคิดด้านการรวมกลุ่ม (Cluster) เป็นเครือข่าย (Network) แพร่หลายมาสู่การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่นานเกิน 4 – 5 ปี อีกทั้งด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมักเริ่มมาจากธุรกิจครอบครัวจึงเป็นปัญหาและอุปสรรคประการสำคัญต่อการเชื่อเชิญ “คนนอก” ครอบครัวยุบรวมกันหรือดำเนินธุรกิจ อีกทั้งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังอาจขาดความเข้าใจในการผลิตและแนวคิดที่แท้จริงของการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายทำให้ยังไม่มีผู้ศึกษาวิจัยอย่างแพร่หลายและจริงจัง อย่างไรก็ตาม การศึกษาการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะที่คล้าย ๆ กัน กล่าวคือ ทำการศึกษาวิเคราะห์มาตรการการส่งเสริมของภาครัฐ รัฐบาล และหน่วยงานส่วนส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจรายสาขาประกอบด้วยงานวิจัยอย่างน้อย 5 – 6 งานวิจัยต่อวิสาหกิจที่มีการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิธีการ มาตรการ และปัจจัยการส่งเสริมดังกล่าว เนื่องจากรัฐและรัฐบาลโดยผ่านองค์กรปกครองท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมสำคัญในการส่งเสริมการจัดการวิสาหกิจทั้ง 2 ในรูปการกลั่นกรอง การคัดเลือก และการวางมาตรการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการจัดการของวิสาหกิจในรูปของคณะกรรมการระดับชาติ อนุกรรมการในระดับต่าง ๆ จำนวนมากเพื่อดำเนินการดังกล่าว

จากการศึกษาวิจัยงานวิจัยการจัดการวิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สรุปได้ว่ายังขาดการศึกษาในลักษณะบูรณาการและยังต้องการดำเนินการศึกษาวิจัยในลักษณะบูรณาการการวิจัยที่เป็นการพัฒนา 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

ผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ประกอบการ การบริหารจัดการ ผู้ส่วนได้เสียของแต่ละวิสาหกิจ โดยถูกเชื่อมโยงโดยเงื่อนไข 3 ด้าน ได้แก่ นโยบายของรัฐบาลและการส่งเสริมจากภาครัฐและองค์กรที่เกี่ยวข้อง มีระบบการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่เข้มแข็งและต่อเนื่องร่วมกับมีระบบการเสริมสร้างความสัมพันธ์แบบห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่ส่งผ่านคุณค่าจากผู้มีส่วนได้เสียอย่างเหมาะสม และยุติธรรม โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือการจัดการให้วิสาหกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเข้มแข็งในด้านสังคม กล่าวคือในชุมชน ในพื้นที่ มีงานทำ มีความสุขที่สะท้อนไปยังคุณภาพชีวิตที่ดี ภายใต้อสภาพแวดล้อมและการมีคุณธรรมและจริยธรรมต่อการประกอบวิชาชีพ ทั้งหากการวิจัยสามารถบูรณาการองค์ประกอบทั้ง 3 ข้างต้นให้เคลื่อนที่เข้าหากันมากขึ้น จะทำให้วิสาหกิจเกิดความเข้มแข็งเพราะมีเป้าหมายร่วมกันทั้ง 3 องค์ประกอบ หากวิสาหกิจบางสาขามีการวิจัยการดำเนินงานร่วมกันใน 2 องค์ประกอบเท่านั้น อาจเป็นประโยชน์และข้อจำกัดเฉพาะต่อการนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวางเช่นงานวิจัยที่มีอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้นอนาคตของการศึกษาวิจัยการบูรณาการงานวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงควรพิจารณาวิจัยองค์ประกอบ 3 ด้านร่วมกันโดยใช้เงื่อนไขทั้ง 3 ระบบ พิจารณาประกอบอย่างสำคัญจึงอาจเรียกได้ว่าสามารถสร้างระบบบูรณาการการวิจัยและพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างแท้จริงดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 กรอบแนวคิดเพื่อพัฒนางานวิจัยแบบบูรณาการ

การสังเคราะห์เนื้อหาและประเด็นที่ทำวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา ประเทศไทยประสบปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ มีผลทำให้กิจการส่วนใหญ่ของประเทศพบกับวิกฤตการณ์ทางธุรกิจ อีกทั้งภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม ซึ่งเปิดโอกาสให้มีการแข่งขันในตลาดที่รุนแรงทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของไทยก็เผชิญปัญหาและผลกระทบดังกล่าวเช่นกัน ถึงแม้ทางภาครัฐจะได้กำหนดนโยบายช่วยสนับสนุนวิสาหกิจเหล่านั้นแล้วก็ตาม แต่ทางผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนใหญ่ก็ยังขาดความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการขาดความเข้าใจสภาพแวดล้อมด้านการจัดการที่ดีพอ ส่งผลให้กิจการเป็นจำนวนมากต้องปิดกิจการลง หรือหากอยู่รอดได้ ก็อยู่ในสภาพที่ไม่มั่นคงเหมือนในอดีต จากปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเปรียบเสมือนรากหญ้าของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมให้มีความยั่งยืน จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในการจัดการและการวางแผนกลยุทธ์ทางการจัดการในด้านต่าง ๆ ตลอดจนเป็นผู้ดำเนินการเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสมตามสภาพแวดล้อมทางการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วตลอดเวลา รวมทั้งสามารถเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างถ่องแท้ มีความสามารถในการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหายอย่างจริงจัง ประกอบกับสังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งฐานความรู้(Knowledge-based Society) ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เพื่อนำมาใช้เป็นความรู้ที่มีคุณค่าต่อการตัดสินใจ อันมีผลต่อการประกอบกิจการที่สร้างความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติและสากล

การสังเคราะห์นี้จะเสนอเป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. การตั้งโจทย์เพื่อการค้นหา ศักยภาพในการประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศมีความรู้ความสามารถที่เกิดจากการสังสมจากการ “ทำงานช่วย” ครอบครัว มีทักษะ และมีเครือข่ายสัมพันธ์กัน โดยมีการดำเนินการที่มีกรรมเป็นกลุ่มเครือข่าย หรือเป็นกิจการครอบครัว เครือข่ายที่ดีสามารถนำมาใช้เป็นพลังขับเคลื่อนที่จะกำหนดวิถีทาง กำหนดทิศทางการพัฒนาที่ตนเองต้องการ รวมไปถึงการลงมือดำเนินการเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ การกล่าวถึงศักยภาพของผู้ประกอบการตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีสมมติฐานว่าในอดีตเคยมีอยู่ แต่

อาจจะอ่อนแอไปด้วยเหตุผลต่าง ๆ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้นักวิจัยต้องเริ่มตั้งคำถามในแง่ต่าง ๆ โดยมีโจทย์หรือคำถามที่สำคัญ 2 ข้อ คือ

1) ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้นยังหลงเหลือหรือแฝงตัวอยู่ในรูปแบบอย่างไรที่อาจถูกมองข้ามไปและอาจเห็นว่าเป็นจุดอ่อน ซึ่งแท้จริงแล้วกลับเป็นโอกาสที่สำคัญของการพัฒนาผู้ประกอบการตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เข้มแข็งและรวมกันเป็นกลุ่มก้อน (Cluster) เช่น เครือข่ายธุรกิจประเภทอาหารทะเลแปรรูป เครือข่ายด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยว เครือข่ายอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ เป็นต้น และคำถามที่เชื่อมโยงกันคือ ที่ผ่านมาศักยภาพนี้เข้มแข็งเพิ่มขึ้น หรือลดน้อยลงเพราะอะไร เพื่อให้เข้าใจถึงสาเหตุของความเข้มแข็งหรืออ่อนแอของศักยภาพดังกล่าว การตอบคำถามนี้ได้ย่อมมีประสิทธิภาพทำได้ด้วยกระบวนการศึกษาวิจัย ที่จะช่วยให้สามารถวิเคราะห์สถานะแวดล้อมและผู้ประกอบการได้อย่างลึกซึ้งถึงที่ไปที่มาที่จะทำให้สภาพดีกว่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้

2) ในการขับเคลื่อนศักยภาพของผู้ประกอบการในการจัดการตัวเอง นักวิจัยจะพยายามนำเอาความรู้ ทักษะตลอดจนแนวคิดในการจัดการสมัยใหม่ที่อาศัยเทคโนโลยีเข้าไป “ให้” ผู้ประกอบการในภูมิภาค มีโจทย์ที่สำคัญ คือ จะทำอย่างไรให้ปัจจัยภายนอกได้แก่ ความรู้ เทคโนโลยี และโครงการพัฒนาต่าง ๆ ที่ “คนนอก” พยายามนำเข้าไปใส่ให้ผู้ประกอบการในภูมิภาค สามารถสร้างให้เกิดผลกระทบทางบวกต่อศักยภาพของผู้ประกอบการระดับภูมิภาคที่อยู่บนฐานต่าง ๆ ทั้งฐานทรัพยากร ฐานเครือข่ายทางสังคม ฐานระบบความรู้ และฐานระบบคุณค่าและความเชื่อ

2. การสร้างความเป็นเจ้าของงานของผู้ประกอบการ ดังได้กล่าวแล้วว่า “การวิจัยและพัฒนา” ส่วนใหญ่นั้น เป็นกิจกรรมของรัฐที่จัดขึ้นโดยรัฐควบคุมทุกอย่างตั้งแต่ทิศทาง งบประมาณ ไปจนถึงการติดตามตรวจสอบผลการดำเนินงาน ผู้ประกอบการเองอาจไม่ได้มีโอกาสออกกำลังความคิดและกำลังภายในการจัดการปัญหาของตนเอง การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนหรือผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักรอคอยแต่ความช่วยเหลือของรัฐมากกว่าจะพยายามช่วยตนเองและพึ่งตนเองให้มากขึ้น ซึ่งส่งผลให้การพัฒนาให้สามารถแข่งขันและทำให้เกิดผลที่ยั่งยืน ทิศทางและแนวทางที่เป็นทางเลือก คือ การเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเอง ซึ่งจะต้องเป็นผู้รับผลจากการวิจัยและพัฒนา ได้แสดงศักยภาพออกมานั้น อันจะทำให้การพัฒนาเกิดจากกระบวนการสร้างแรงผลักดันและเติบโตจากภายใน ที่เป็นแสดงถึงความ เป็น “เจ้าของ” งานพัฒนามากขึ้น ตั้งแต่ริเริ่มลงมือทำ ไปจนถึงติดตามผลและปรับปรุงแก้ไข ซึ่งจะมีผลให้การวิจัยและพัฒนานั้น เกิดความยั่งยืนและเป็นประโยชน์กับคนในภูมิภาคได้อย่างแท้จริง

มากขึ้น แต่ทั้งนี้ ก็ไม่ได้หมายความว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และวิชาการ จากภายนอกจะไม่สำคัญ จุดเน้นจึงอยู่ที่การกำหนดบทบาทที่เหมาะสมของแต่ละฝ่ายในการไปร่วม ค้นหา และฟื้นฟูพลังศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขึ้นมาต่างหาก

3. การวิจัยในฐานะเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ การที่ศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะเป็นอย่างไร ด้วยการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของผู้ประกอบการ การวิจัยน่าจะมีใช้เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อสร้างองค์ความรู้เท่านั้น โดยอาจจะต้องหันมาให้ความสำคัญกับการวิจัยในฐานะเครื่องมือสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยในด้านการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ โดยหวังผลให้การวิจัยสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนั้นเกี่ยวข้องโดยตรงกับท่าที ทักษะ ความรู้สึนึกคิด ความเข้าใจ หรือการสร้างวิถีคิดใหม่ของคนในภูมิภาคนั้น ๆ ยิ่งจำเป็นที่ต้องใช้กระบวนการทำงานของการวิจัยเข้าไปสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ใหม่ ซึ่งอาจเป็นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างญาติมิตรกับคนนอกก็ได้ เพื่อช่วยในการตั้งคำถาม สะกิดให้เขาคิดและมองในมุมใหม่ ๆ รวมทั้งแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ซึ่งอาจเปิดเวทีให้มีการพบปะสังสรรค์ทางความคิดระหว่างนักวิชาการกับผู้ประกอบการมีผลมากต่อการไปเสริมเติมต่อให้กับความรู้เดิมที่มีอยู่และทำให้เขา “เก่ง” ขึ้นได้ เมื่อเทียบกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่เคยมีนักวิชาการเข้าไปทำวิจัยหรือมีนักพัฒนาเข้าไปทำงานด้วย นอกจากนี้ ยังมีผลต่อการปรับความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนร่วม “ส่วนได้ส่วนเสีย” ในกระบวนการวิจัยด้วย โดยการสร้างกระบวนการเรียนรู้จากตัวงานวิจัย และพบว่าเมื่อจบโครงการทั้งนักวิชาการ รัฐหรือเอกชน และผู้ประกอบการก็มักสะท้อนว่าตัวเองได้เข้าใจฝ่ายอื่นมากขึ้น ยอมรับกันและกันมากขึ้น และผลกระทบหลังจากโครงการวิจัยสิ้นสุด แล้วกลับกลายเป็นการเกิดความเป็นทีมที่สามารถพูดคุย ช่วยเหลือกันได้ในเรื่องอื่น ๆ ด้วย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เกิดการขยายเครือข่ายทางสังคม วิจัยและร่วมมือของนักวิชาการและผู้บริหารงานให้กว้างขึ้น ซึ่งช่วยทำให้พลังในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนหรือการประกอบการตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภูมิภาคให้เข้มแข็งขึ้นด้วยนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การศึกษามูลฐานการวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ข้อเสนอแนะด้านเนื้อหา

1. การศึกษาวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และการจัดการวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมยังคงศึกษาเพื่อตอบโจทย์การวิจัยขั้นพื้นฐานว่า “อะไร” เป็นการวิจัยเชิง
ประยุกต์เท่านั้น กล่าวคือ เป็นการศึกษาโครงสร้างของธุรกิจ การดำเนินงาน การบริหารจัดการ
ตลอดจนศึกษามาตรการที่จะช่วยส่งเสริมและปรับปรุงการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม ซึ่งมีความจำเป็นในช่วงทศวรรษนี้ที่ควรมุ่งเน้นการวิจัยที่จะต่อยอดและตอบ โจทย์ที่
ลึกซึ้งในแง่ “อย่างไร” และ “ทำไม” และเพื่อใครและอะไร โดยมุ่งให้เกิดความเชื่อมโยงภาคส่วน
ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

2. ด้านผลผลิตงานวิจัยควรได้ถูกพิจารณาในการนำไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจังกับ
ผู้ประกอบการอย่างจริงจัง ในทางปฏิบัติผลจากการวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพียงทำขึ้นเพื่อสร้างเป็น
ฐานข้อมูลหรือข้อมูลเพื่อหน่วยงานภาครัฐหรือทำขึ้นเพื่อเป็นผลงานวิชาการตลอดจนผลงานในรูป
วิทยานิพนธ์หรืองานนิพนธ์ เพื่อใช้ประกอบการศึกษากับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ
ดังนั้นผลงานวิจัยที่ได้ควรถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างแท้จริง ซึ่งสามารถทำได้โดยการเปิดเวที
สาธารณะให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อนำเสนอผลการวิจัยและณรงค์ให้ผู้ประกอบการและผู้
เกี่ยวข้องได้มีโอกาสใช้ผลการศึกษาวิจัยให้ตรงตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่
ค้นคว้าจะได้รับของงานวิจัยแต่ละงานอย่างเหมาะสม

3. ในปัจจุบันเมื่อพิจารณาจากผลงานวิจัยแล้วพบเนื้อหาหรือสาขาที่ศึกษาด้านการจัดการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถูกกำหนดไว้อย่างกว้าง ๆ เป็นส่วนใหญ่ สาขาวิจัยและพัฒนา
การจัดการทั่ว ๆ ไป ในขณะที่ขาดการศึกษาเจาะลึกในแต่ละสาขาที่เกิดปัญหาและอุปสรรค อาทิ
การศึกษาวิจัยในปัจจุบันขาดการศึกษาด้านการเงิน การลงทุน การบัญชี ตลอดจนด้านการผลิตและ
การดำเนินงาน ซึ่งผลทำให้เกิดความคลุมเครือในการกำหนดแนวนโยบายเพื่อส่งเสริมพัฒนา
ตลอดจนแก้ปัญหาให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นใน
การส่งเสริมเพื่อการพัฒนางานวิจัยเฉพาะสาขาที่ยังไม่มีงานวิจัย

4. การศึกษาวิจัยด้านการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์การจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม ส่วนใหญ่มีการกระจุกตัวในพื้นที่เมืองของจังหวัดใหญ่ ๆ ซึ่งยังมีข้อจำกัดอยู่

ค่อนข้างมาก ดังนั้นการศึกษาวิจัยในอนาคตควรกำหนดพื้นที่ที่ถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาตามแนวยุทธศาสตร์ของชาติ ภูมิภาค จังหวัด ท้องถิ่น รวมทั้งมีการศึกษาเชื่อมโยงในแง่ประชากร จากการประยุกต์ใช้การรวมกลุ่มในรูปแบบเครือข่ายการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภายในและระหว่างภูมิภาคทั้งในระดับระหว่างประเทศ ระดับประเทศ ภูมิภาค จังหวัด และท้องถิ่น

5. ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันระดมสมองและกำหนดกรอบหรือแนวทางเชิงการจัดการยุทธศาสตร์เพื่อการวิจัยและพัฒนาทั้ง 2 วิสาหกิจอย่างต่อเนื่องและกระจายในทุกประเด็นการจัดการ ทุกภูมิภาคมีการทบทวนและประเมินยุทธศาสตร์การวิจัยอย่างสม่ำเสมอเพื่อหาทางสนับสนุนและปรับปรุงให้เกิดประโยชน์อย่างจริงจัง

ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

1. ด้านการศึกษาวิจัยที่ทำขึ้นส่วนใหญ่มักกำหนดปัญหาการวิจัยตามความสนใจและความต้องการของวิสาหกิจต่าง ๆ และผู้วิจัย ทำให้การศึกษางานวิจัยไม่สามารถทำได้ในวงกว้าง ดังนั้นการศึกษาวิจัยในอนาคตควรมีลักษณะการบูรณาการวิจัย กล่าวคือ กำหนดกรอบปัญหาการวิจัยหลักหรือจำแนกและแยกแยะประเด็นเป็นปัญหาและกรอบการพิจารณาย่อย ๆ ตามความสำคัญและความต้องการของทิศทางการพัฒนาการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือการจัดการวิสาหกิจและขนาดกลางและขนาดย่อม

2. การออกแบบการวิจัยส่วนใหญ่มักทำอย่างง่าย ได้แก่ การวิจัยเชิงสำรวจ ทั้งนี้เพื่ออธิบายข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจทั้ง 2 ด้าน การออกแบบการวิจัยส่วนใหญ่ในรูปกึ่งทดลองหรือการทดลองจะช่วยส่งเสริมให้มีการหาคำตอบเชิงสาเหตุเพื่ออธิบายผลที่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยอาจเริ่มศึกษาโดยเจาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งแล้วขยายพื้นที่ออกไปตามความเหมาะสม

3. ควรมีการดำเนินวิธีวิจัยอย่างรัดกุมและน่าเชื่อถือมากขึ้น เนื่องจากการศึกษานั้นมีข้อสังเกตบางประการ ดังนี้

3.1 งานวิจัยหลายงานไม่มีการสุ่มเลือกตัวอย่างเพราะขาดกรอบประชากร หรือกรอบประชากรที่ใช้ในการเลือกตัวอย่างลำสมัยทำให้ผลการวิจัยลดความน่าเชื่อถือลงไปได้ การศึกษาวิจัยในอนาคตจึงควรเตรียมการและเอาใจใส่กับการสุ่มเลือกตัวอย่างที่เหมาะสมกับปัญหาการวิจัยอย่างแท้จริง

3.2 ควรมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกการสังเกต เป็นต้น อย่างเหมาะสมด้วย

3.3 ควรกำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ดีและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างถูกต้อง เช่น ใช้สถิติเชิงอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ตลอดจนใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่สามารถประยุกต์เข้ากับปัญหาและวัตถุประสงค์การศึกษา

4. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบของวิสาหกิจทั้ง 2 ในอุตสาหกรรมสาขาเดียวกันและระหว่างสาขา เพื่อชี้ประเด็นความแตกต่างของการดำเนินการด้านการจัดการและสามารถบ่งถึงสู่ทางการพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจบนพื้นฐานของการดำเนินงานในโลกธุรกิจที่มีการแข่งขันจริงๆ ได้

5. การส่งเสริมให้มีการผลักดันงานวิจัยด้านการจัดการของทั้ง 2 วิสาหกิจ โดยการสนับสนุนจากภาครัฐหรือกลไกของรัฐอย่างจริงจัง อาจอยู่ในรูปความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐ หรือการให้ภาคเอกชนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยตั้งแต่กำหนดปัญหาการวิจัย การออกแบบงานวิจัย การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนกำหนดแนวทางในการใช้ประโยชน์จากการวิจัยและสามารถนำผลการศึกษาวិจัยไปใช้ได้จริงกับวิสาหกิจ

บรรณานุกรม

- กิติมา ปรีดีติลล. (2529). *ทฤษฎีบริหารองค์กร*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์ตัวแปรหลายปัจจัย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กระแสนทรสน์. (2543). : บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2542). *ทิศทางการส่งเสริม SMEs ของไทย*. วารสารบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2544). *SMEs กองทัพผสมสร้างชาติ*. อุตสาหกรรมสาร, 4, 10-18.
- _____. (2547). วันที่ค้นข้อมูล 26 กรกฎาคม 2547, เข้าถึงได้จาก http://www.smethai.net/html/policy/ministry_law.asp
- การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ. 2547: *แนวคิดและแนวทางการพัฒนา* : 2 - 3.
- การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจ: *แนวคิดและแนวทางการพัฒนา*. (2548). สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2537). *การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา*. กรุงเทพฯ : บริษัท ชัคเชส มีเดีย จำกัด.
- โครงการเครือข่ายสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ภาคเหนือ. (2543). *รายงานสรุปผลการประเมินโครงการเร่งรัดปรับปรุงประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม*. เชียงใหม่: โครงการเครือข่าย สวทช. ภาคเหนือ.
- ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์. (2544). *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows*. ขอนแก่น: คณะวิทยาศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2545). *แบบวัดลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ*. เอกสารที่ยังไม่ได้ตีพิมพ์.
- ชุดิภา โอภาสานนท์. (2543). *ก้าวสู่ความเป็นผู้ประกอบการ: คู่มือสำหรับนักลงทุน: How to start your business*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- ชมรมสภาเชียงใหม่. (2546). *ข้อมูลเพื่อจัดทำโครงการพัฒนาสภาจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: ม.ป.ท. (เอกสารอัดสำเนา).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2537). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตรการพิมพ์ 400 หน้า.
- ณรงวิทย์ แสนทอง. (2547). *มารู้จัก Competency กันเถอะ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด. หน้า 9, 10-12.
- दनัย เทียนพูลิ. (2532). *110 ไอเดีย จาก 80 ยอดนักบริหารชั้นนำของเมืองไทย*. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า. หน้า 67-68
- _____. (2539ก). *การบริหารทรัพยากรบุคคลในทศวรรษหน้า*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2539ข). *การบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์*. วารสารการบริหารคน, 17(1), 77-80.
- _____. (2542). *ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- _____. (2545). *การบริหารทรัพยากรบุคคล สู่ศตวรรษที่ 21* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: นาโกตา.
- เด่นพงษ์ พลละคร. (2532, ธันวาคม-มกราคม). *การพัฒนาผู้ได้บังคับบัญชา*. วารสารเพิ่มผลผลิต, ปีที่ 28 ธันวาคม 2531-มกราคม 2532. 14, 22-26.
- ถาวร-ชนะเวช ศรีสุขะโต. (2543). *เคล็ดลับการทำธุรกิจ SMEs*. กรุงเทพฯ: แปลนพริ้นท์ติ้ง.
- ททท. ลุยโปรโมต “ไทยแลนด์ฟรีวีเลจ” มอบสิทธิพิเศษเช่นเดียวกับแขกประเทศ. (2546). วันที่ค้นข้อมูล สิงหาคม 2546, เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/travel/shoetraveNews.asp>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาพใต้. (2546). *รายงานเศรษฐกิจและการเงินภาคใต้ ปี 2545*. ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอส. ซี. วี. บิสสิเนสส์.
- ธุรกิจสปาจะเดินทางไหนหลังกฎหมายสปามีผลบังคับใช้. (2547). วารสาร *Spa & Thai Massage*, 1, 60-67.
- ธีรยุทธ วัฒนสุขโชค. (2542). *Entrepreneurship* ว่าจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายของระบบเศรษฐกิจไทย จุฬาลงกรณ์รวิว ปีที่ 12 ฉบับที่ 45 (ค.ศ. – ธ.ค. 2543) หน้า 62-68.
- นัชชา แก้วอุไร. (2548). *การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทธุรกิจสปาในจังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นภาพร พิงชาญชัยกุล. (2548). *CLUSTER FOCUS*: สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- นิรันดร์ ศรีผดุงพร. (2542). การศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินการภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. เชียงใหม่: โครงการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา. วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต, สาขาวิศวกรรมอุตสาหการ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แนวโน้มอนาคตของสปา. (2547). วันที่ค้นข้อมูล 13 เมษายน 2548, เข้าถึงได้จาก <http://www.spahealthandbeauty.net/spa/index.asp>.
- บรรพต วีระชัย. (2524). สังคมวิทยาการเมือง. กรุงเทพฯ: รามคำแหง.
- บุษบงค์ ศรีเสนา. ความเห็นของบุคลากรต่อการหารายได้เพื่อพึ่งตนเอง. สถานีวิจัยประมงศรีราชา.
- ประพัฒน์ โพธิ์วรคุณ. (2548). CLUSTER FOCUS : สภาพอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย.
- ปราโมทย์ เจนการ. (2523). การศึกษาอบรมกับความเป็นผู้นำ. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ประสานมิตร.
- ปรีชา ทิวะหุต และสุพัชรา มั่นพลศรี. (2536). การบริหารการเติบโตของธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: โครงการตำราเพื่อธุรกิจขนาดย่อม FAMD.
- ปาหนัน บุญหลง. (2523). โภชนาการ. กรุงเทพมหานคร: มาร์เก็ตติ้งมีเดีย.
- ผุสดี รุมาคม. (2544). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซนเตอร์.
- ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2541). ความล้มเหลวในการประกอบธุรกิจที่มักจะมีเกิดในภาวะวิกฤติ. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงเทพ.
- พจมาน เตียววัฒนรัฐติกาล. (2544). การบริหารและจัดการองค์กรอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- พัลลภา สีนธวารินทร์. (2545). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ภาณี อุบลศรี. (2546). การเปรียบเทียบลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและวิธีการจัดการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินธุรกิจการค้าและการบริการขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่. งานนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภาสกร เข้มประเสริฐ. (2545). การเปรียบเทียบภูมิหลังและลักษณะความเป็นผู้ประกอบการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำในการดำเนินกิจการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่. งานนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภิรมย์ พุทธรัตน์. (2525). สูตรลับความสำเร็จของธุรกิจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เจริญผล.
- บุษกรรวมกลุ่มและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ในประเทศไทย 45 : 3-4
- รัชกรินทร์ พรชัยวิเศษกุล และคณะ. (2546). การศึกษาวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- รายงานประจำปี. (2546). สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- รุ่งรัชชา เกณฑ์วิถิ. (2548). การศึกษาขีดความสามารถจริงของผู้ประกอบการกิจการขนาดย่อมกับขีดความสามารถที่พึงประสงค์ของผู้ให้บริการ กรณีศึกษากิจการรับเลี้ยงเด็กเล็กเอกชนในเขตจังหวัดระยอง. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2544). หน้า 1-1. อุตสาหกรรมสาร, มกราคม – กุมภาพันธ์ 2544, หน้า 9.
- วารี เจริญสกุลไชย. (2536). การมีส่วนร่วมของสตรีระดับบริหารในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมในกรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- วิไลวรรณ กิจหาหาญ. (2543). ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการประกอบอาชีพอิสระของผู้สำเร็จการศึกษา, หลักสูตรปริญญาตรี บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคพายัพ. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาอาชีวศึกษา. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วี โรจนานนท์. (2547). *Spa is Lifestyle*. วารสาร BANGKOK Station, 2, 36-39.
- ศิณีย์ สังข์ศรี. (2542). จุดประกาย SME พื้นที่เศรษฐกิจไทยตอนที่ 1-2 ปี.
- ลีชา งามศิริ. (2548). การศึกษาขีดความสามารถจริงและที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม กรณีศึกษาสมุนไพรเวชสำอางในเขตจังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2544). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2544. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2544). *ดัชนีชี้วัดสถานภาพและศักยภาพอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ:

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสถาบันนโยบายสังคมและ

เศรษฐกิจ. (2545). *การสำรวจสภาพปัจจุบัน และปัญหาของทายาท SMEs ในการสืบ*

สานกิจการต่อพร้อมช่องทางการปรับตัวของกิจการในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ:

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสถาบันนโยบายสังคม
และเศรษฐกิจ.

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ. (2546). *คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จใน*

ภาคใต้. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

สมคิด บางโม. (2539). *การประกอบธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์วิทย์พัฒน์.

สมหวัง วิทย์ปัญญานนท์. (2546). *การสร้างความสามารถเชิงพุทธ*. วันที่ค้นข้อมูล 16

พฤษภาคม 2546, เข้าถึงได้จาก <http://www.budmgt.com>.

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2546). *ระบบสมรรถนะวิชาชีพ (Competency)*. (เอกสารอัด-
สำเนา).

สราวุธ หนูเงิน. (2548). *การศึกษาขีดความสามารถจริงกับขีดความสามารถที่พึงประสงค์
ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการสถานบริการสปา
ในจังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์.
ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุวัจน์ ลิปตพัลลภ. (2542). *บทบาทของกระทรวงอุตสาหกรรมในการช่วยเหลือและส่งเสริม*

SMEs. *วารสารบริหารธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิดา สอนศรี. (2531). *ภูมิหลังนักธุรกิจไทย*. กรุงเทพฯ: โครงการศึกษานโยบายสาธารณะ
สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2543). *การพัฒนาวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2542). *กรณีตัวอย่างความสำเร็จในการพัฒนาเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมไทย*. กรุงเทพฯ: กิจกรรมบริการปรึกษาทางอุตสาหกรรม ฝ่ายพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจเทคโนโลยี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. *บริการข้อมูลสถิติ* วันที่ค้นข้อมูล 21 มี.ค. 2548 เข้าถึงได้จาก <http://nso.go.th/nso/data/data>
- อดิศักดิ์ ศรีสม. *กลยุทธ์สร้างเอ็นแก่อ SMEs*. หน้า 192-193.
- อภิสิทธิ์ ประวัติเมือง. (2544). *รูปแบบ ความสัมพันธ์ และการสร้างสมการทำนายของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ และภูมิความรู้ความชำนาญที่มีต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในธุรกิจร้านหนังสือ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543, มีนาคม-เมษายน). *สรุปสาระสำคัญร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. *อุตสาหกรรมสาร*, 43, 4-5.
- อาทิตย์ วุฒิกะโร. (2543). *สรุปสาระสำคัญร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. *อุตสาหกรรมสาร* ปีที่ 43 (มี.ค. – เม.ย. 2543).
- เอกกมล อ่อนศรี. (2544). *ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายองค์กรชุมชน*. วิทยาสตรมหาบัณฑิต, สาขาเทคโนโลยีการบริหาร, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เอ็กซ์เปอร์เน็ท. (2544). *กลยุทธ์พันธมิตรธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร : บริษัทเอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- เอี่ยมพร วงศาโรจน์. (2522). *การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร : คณะเศรษฐศาสตร์ รามคำแหง.
- เอี่ยมพร วงศาโรจน์. (2522). *การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อำนาจ ชีระวนิช. (2546). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อำนาจ ชีระวนิช. (2546). *การจัดการธุรกิจขนาดย่อม (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร : เกษตรศาสตร์.
- _____. (2539 ข.). *การบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์*. วารสารการบริหารคน 17(1): หน้า 77-80.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- _____. (2545). การบริหารทรัพยากรบุคคล *สู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพมหานคร: นาโกตา จำกัด. พิมพ์ครั้งที่ 2 หน้า 105-111.
- _____. (2523). การศึกษาอบรมกับความเป็นผู้นำ ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีนครินทร-วิโรฒ, ประสานมิตร.
- Arndt, J. (1985, Summer). *On Making Marketing Science More Scientific: Role of Orientations, Paradigms, Metaphors, and Puzzle Solving*. *Journal of Marketing*, 49(3), 11-23.
- Attahir, Y. (1995). *Critical success factors for small business*. *Journal of small business management*, (33).
- Barney, B.J., (1986). *Organizational Culture: Can it be a source sustained competitive advantage?*. *Academy of Management Review*, 11(3), 656-665.
- Baumbach, Clifford, M., & Mancuso, J. R. (1987). *Entrepreneurship and venture management*. New York: Prentice Hall.
- Beard, D., Lee, G., & Hogg, B. (1994). *Competences*. Development Center. Berkshire: McGraw-Hill.
- Blanchard, K., Schewe, C., Nelson, R., & Haim, A. (1996). *Exploring the world of business*. New York: Worth Publishers.
- Chang, T. Z., & Chen, S. J. (1993). The Impact of Market Orientation on Total Quality and Business Profitability – *A working paper*. 1-21.
- Dadzie, Q.K., Yoo, Boonghee, Riordan A.E.(1997, July). Is There A Contingency Theory of Market Orientation: An Investigation of Cross-National Contextual Factors, *Paper from Summer Educators*, Conference.
- Day, G.S.(1994). The Capabilities of Market-Driven Organizations. *Journal of Marketing*, Vol. 58, October, 37-52.
- Day, G.S., & Wensley, R.(1988, April. Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. *Journal of Marketing*, 52(2), 1-20.
- Deshpande, Rohit, and Frederick E. Webster, Jr. (1989) Organizational Culture and Marketing: Defining the Research Agenda. *Journal of Market*, 53 (January) 3-15.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Deshpande, Rohit and Robin Wensley (1988), Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. *Journal of Marketing*, 52 (April), 1-20.
- Deshpande, Rohit, John U. Farley, and Frederick E. Webster, Jr. (1993). Corporate Culture, Customer Orientation, and Innovativeness in Japan Firms: A Quadrad Analysis. *Journal of Marketing*, 57 (January) 23-37.
- Greenley, G.E. (1995b). Market Orientation and Company Performance; Empirical Evidence from UK Companies. *British Journal of Management*, Vol. 6, 1-13.
- Hannu, L. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International journal of entrepreneurial behavior & research*, 6(6), 48-63.
- Houston, Franklin S. (1986). The Marketing Concept: What it is What it is not. *Journal of Marketing*, 50 (April) 81-7.
- Jaworski, Bernard J. And Ajay Kohli (1993). Market Orientation: Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing*, 57 (July) 53-70.
- Jones, Preston (1995). *The Effect of a Market Orientation on Small Business Performance*. Nova Southern University Dissertation, Doctoral of Business Administration.
- Kasper, H. (1997). Corporate Culture and Market Orientation in Services. *Proceedings of the Annual Conference-European Marketing Academy*, Vol 2., Issue 26., 663-668.
- Kathleen, L.M. 1990. *Special Training for special needs: a competency-based training program for personnel working with your children who have special needs*. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Kathryn, W., Sandra, H., & Nicholas, W. (1998). *Small business start-up: success factor and support implications*. *International journal of entrepreneurial behavior & research*, 4(3), 217-238.
- Kell, Jones, Raydel & Tullons. (2002). *Behaviors of pre-venture entrepreneurs and perception of their financial needs*. *Journal of Small Business Management*. Vol. 4 No:3.
- Kenneth, V. L. (2003). *Competency requirements of purchasing and supply management Professionals for the beginning of the 21st century by Walden University*. n.p.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kohli, Ajay and Bernard J. Jaworski (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54 n2, 1-18.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. 11th edition: McGraw-Hill.
- Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M. (1992). *Entrepreneurship : A contemporary approach*, Fort Worth.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (1998). *Entrepreneurship: A contemporary approach fort worth*. n.p.
- Longenecker, J.G, and Moore, C.W. and Petty, J. (1994), "Small Business Management – an entrepreneurial Emphasis", *Small Business Management*, J.W. South Western Publishing.
- Longenecker, J. G., & Moore, C. W., & Petty, J. (2004). *Small business management – an Entrepreneurial emphasis small business management*. New York: J. W. South Western.
- Lopez Pihie, Zaidatol Akmaliah, (1992), The importance of business management competencies in preparing students for small business ownership southern Illinois university at Carbondale.
- Lope, P., & Zaidatol, A. (1992). *The importance of business management competencies in preparing students for small business ownership*. Illinois: Southern Illinois University at Carbondale.
- McLagan, P. 1997. *Competencies*. Training & Development. (12 May): 48-54.
- Megginson, Leon, C., Byrd, May, J., William, L. (2003). *Small Business Management: An entrepreneurs guidebook*. McGraw-Hill.
- Narver, J. C. and S. F. Slater (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*, 54, 20-34.
- Narver. J. C. And S. F. Slater (1994). Does Competitive Environment Moderate the Market Orientation Performance Relationship. *Journal of Marketing*, 58, 46-55.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Narver, J. C. and S. F. Slater (1994). Market Orientation and Business Performance: An Analysis of Panel Data. *Marketing Science Institute, Working Paper*, Report Number 93-121, November 1-21.
- Papanek, G.G.(1971) *The development of Entrepreneurship, Entrepreneurship and Economic Development*. New York :The Free Press
- Paul, B. & Jim, D. (1994). *Small business and entrepreneurship*. Ess.
- Pihie, L., & Akmaliah, Z. (1992). *The importance of business management competencies in preparing students for small business ownership*. Illinois: Southern Illinois University at Carbondale.
- Powpaka, Samart (1998). Factors Affecting the Adoption of Market Orientation: The Case of Thailand. *Journal of International Marketing*, Vol.5, No.1, 33-35.
- S. F. Slater And Narver, J. C. (1994). Market Orientation, Customer Value, and Superior Performance, *Business Horizons*. March-April, 22-28.
- Scarborough, Norman, M., & Zimmere, Thomas, W. (1996). *Effective small business management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sexton, Donald, L., Bowman-Upton, Nancy, B. (1991). *Entrepreneurship: Creativity and Growth*. New York: Prentice Hall.
- Sharma, P., Christman, James, J. (1999). *Toward a reconciliation of the definition issues in the field of corporate entrepreneurship*. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Sharpiro, Benson P. (1988). What the Hell is Market Oriented?. *Harvard Business Review*, 66(November-December), 119-25.
- Siguaw, J.A. and Diamantopoulos, A. (1995). Measuring Market Orientation; Some Evidence on Narver and Slater's Three-Component Scale. *Journal of Marketing*, Vol. 58, January, 35-45.
- Siropolis, Nicholas. (1994). *Small Business Management: A Guide to Entrepreneurship*. Houghton Mifflin.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Slevin, Dennis, P., Corin, Jeffrey, G. (1997). *Time Growyh Canplexity and Transition: Entrepreneurial Challenges for the Future*. Entrepreneurship Theory and Practice.
- Spencer, M. L. & Spencer, M. S. (1993). *Competency at work*. New York: John Wiley & Sons.
- Steinhoff, Dan, Burgers, John, F. (1993). *Small Business Management Fundamental*. New York: McGraw-Hill.
- Thomas, Peter, Robert, W. (1989). *In Search of Excellence*. New York: Harper and Row.
- Tim, M., Thierry, V., Noelle, D., & Vicki, T. (1999). *Factor Influencing Small Business Start-ups: A comparison with Previous Research*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. 5(2), 48-63.
- Rissal, Romeo.(1992). *A study of the characteristics of Entrepreneurs in Indonesia*. Dissertation, George Washington University, EDD 1988 DAI-A 49/06 p.1516 Dec.1988
- Robert, S. (2000). *Entrepreneurial learning and mentoring*. International journal of entrepreneurial behavior & research, 6(3), 160-175.
- Ulrich, Dave, Michael R. Losey and Genery Lake. (1997). *Tomorrow's HR Management*. New York: John Wiley & Son.
- Ulrich, D, Michael, R. L., & lake, G. (1997). *Tomorrow's HR management*. New York: John Wiley & Sons.
- Vinnell, Reuben, Hamilton, R. T. (1999). *A historical perspective on small firm development*. Entrepreneurship Theory and Practice.
- Volker, Kenneth L. (2003) .*Competency requirements of purchasing and supply management professionals for the beginning of the 21st century* by Walden university.
- Webster, Frederick (1992). The Changing Role of Marketing in the Corporation. *Journal of Marketing*, 56, 1-17.
- William, L. M., Mary, J. B., Charles, R. S., & Leon, C. M. (1994). *An entrepreneur's guide to Success*. Richard. Irvin.
- W. Y. Kao, Raymond, Liang, Tan, W. (2001). *Entrepreneurship and Enterprise Development in Asia*. Singapore: Prentice Hall.

ภาคผนวก ก

แบบประเมินงานวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อผู้วิจัย.....ปี พ.ศ. ที่ทำ.....

ชื่องานวิจัย.....

เมื่ออ่านงานวิจัยแล้ว โปรดกา ✓ ลงในช่องที่เหมาะสม

ลักษณะ	1 ไม่ได้เลย	2 ไม่ดี	3 ปาน กลาง	4 ดี	5 ดีมาก
1. ปัญหาวิจัยกำหนดไว้อย่างชัดเจน					
2. สมมติฐานได้รับการเขียนอย่างถูกต้อง					
3. ปัญหาวิจัยที่สำคัญมากพอที่จะวิจัย					
4. ข้อตกลงเบื้องต้นกำหนดไว้ชัดเจน					
5. ข้อจำกัดของการวิจัยได้รับการระบุครบถ้วน					
6. มีการนิยามคำจำกัดความเชิงปฏิบัติการอย่างชัดเจน					
7. มีการกล่าวถึงการออกแบบการวิจัยครบถ้วน					
8. การออกแบบการวิจัยมีความสอดคล้องกับปัญหาวิจัย					
9. กลุ่มตัวอย่างและประชากรมีการระบุและอธิบายอย่างชัดเจน					
10. กระบวนการรวบรวมข้อมูลมีความชัดเจน					
11. กระบวนการรวบรวมข้อมูลสอดคล้องกับปัญหาวิจัย					
12. ข้อมูลได้รับการตรวจสอบในด้านความเชื่อถือได้					
13. สถิติที่วิเคราะห์เหมาะสมกับปัญหาวิจัยและวัตถุประสงค์					
14. ใช้สถิติสอดคล้องและถูกต้องตามสมมติฐาน					
15. มีการเสนอผลวิเคราะห์อย่างเหมาะสม					
16. มีข้อสรุปถูกต้องตามหลักฐานข้อมูลที่เก็บมาได้					
17. ข้อสรุปกะทัดรัดและชัดเจน					
18. การอภิปรายกว้างขวางและลึกซึ้ง					
19. การสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรได้ถูกต้อง					
20. การเขียนรายงานด้วยภาษาที่ถูกต้อง					
21. การเขียนรายงานมีความชัดเจนสอดคล้องกับกระบวนการวิจัย					
22. การเขียนรายงานมีความสมเหตุสมผล					
23. การเขียนรายงานแสดงความไม่ลำเอียง					

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

รวมคะแนนจากข้อ 1-23

คะแนนได้อันดับคะแนน

แบบสรุปรายงานการวิจัย

วัน / เดือน / ปี/...../.....

១. ឈ្មោះ.....
 ២. ថ្ងៃខែឆ្នាំកំណើត.....
 ៣. ភេទ.....
 ៤. ទីតាំង.....
 ៥. ជំនាញ.....
 ៦. ភាសា.....
 ៧. ជំនាញ.....
 ៨. ភាសា.....
 ៩. ជំនាញ.....
 ១០. ភាសា.....
 ១១. ជំនាញ.....
 ១២. ភាសា.....
 ១៣. ជំនាញ.....
 ១៤. ភាសា.....
 ១៥. ជំនាញ.....
 ១៦. ភាសា.....
 ១៧. ជំនាញ.....
 ១៨. ភាសា.....
 ១៩. ជំនាញ.....
 ២០. ភាសា.....
 ២១. ជំនាញ.....
 ២២. ភាសា.....
 ២៣. ជំនាញ.....
 ២៤. ភាសា.....
 ២៥. ជំនាញ.....
 ២៦. ភាសា.....
 ២៧. ជំនាញ.....
 ២៨. ភាសា.....
 ២៩. ជំនាញ.....
 ៣០. ភាសា.....
 ៣១. ជំនាញ.....
 ៣២. ភាសា.....
 ៣៣. ជំនាញ.....
 ៣៤. ភាសា.....
 ៣៥. ជំនាញ.....
 ៣៦. ភាសា.....
 ៣៧. ជំនាញ.....
 ៣៨. ភាសា.....
 ៣៩. ជំនាញ.....
 ៤០. ភាសា.....
 ៤១. ជំនាញ.....
 ៤២. ភាសា.....
 ៤៣. ជំនាញ.....
 ៤៤. ភាសា.....
 ៤៥. ជំនាញ.....
 ៤៦. ភាសា.....
 ៤៧. ជំនាញ.....
 ៤៨. ភាសា.....
 ៤៩. ជំនាញ.....
 ៥០. ភាសា.....
 ៥១. ជំនាញ.....
 ៥២. ភាសា.....
 ៥៣. ជំនាញ.....
 ៥៤. ភាសា.....
 ៥៥. ជំនាញ.....
 ៥៦. ភាសា.....
 ៥៧. ជំនាញ.....
 ៥៨. ភាសា.....
 ៥៩. ជំនាញ.....
 ៦០. ភាសា.....
 ៦១. ជំនាញ.....
 ៦២. ភាសា.....
 ៦៣. ជំនាញ.....
 ៦៤. ភាសា.....
 ៦៥. ជំនាញ.....
 ៦៦. ភាសា.....
 ៦៧. ជំនាញ.....
 ៦៨. ភាសា.....
 ៦៩. ជំនាញ.....
 ៧០. ភាសា.....
 ៧១. ជំនាញ.....
 ៧២. ភាសា.....
 ៧៣. ជំនាញ.....
 ៧៤. ភាសា.....
 ៧៥. ជំនាញ.....
 ៧៦. ភាសា.....
 ៧៧. ជំនាញ.....
 ៧៨. ភាសា.....
 ៧៩. ជំនាញ.....
 ៨០. ភាសា.....
 ៨១. ជំនាញ.....
 ៨២. ភាសា.....
 ៨៣. ជំនាញ.....
 ៨៤. ភាសា.....
 ៨៥. ជំនាញ.....
 ៨៦. ភាសា.....
 ៨៧. ជំនាញ.....
 ៨៨. ភាសា.....
 ៨៩. ជំនាញ.....
 ៩០. ភាសា.....
 ៩១. ជំនាញ.....
 ៩២. ភាសា.....
 ៩៣. ជំនាញ.....
 ៩៤. ភាសា.....
 ៩៥. ជំនាញ.....
 ៩៦. ភាសា.....
 ៩៧. ជំនាញ.....
 ៩៨. ភាសា.....
 ៩៩. ជំនាញ.....
 ១០០. ភាសា.....

ลำดับที่.....

คำชี้แจง ให้ใส่ ☒ ลงใน ☐ หน้าข้อความที่สอดคล้องกับสภาพเป็นจริงของงานวิจัย และเติมข้อความในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของงานวิจัย

1. ชื่องานวิจัย.....
2. ชื่อ- สกุล ผู้ทำวิจัย.....
3. ปีที่พิมพ์.....
4. หน่วยงาน / สถาบันที่ทำงานวิจัย.....
5. ประเภทงานวิจัย
 - ☐ ส่วนบุคคล
 - ☐ คณะบุคคล
 - ☐ หน่วยงาน ระบุ.....
 - ☐ ปรวิญญานิพนธ์ / วิทยานิพนธ์
 - ☐ ระดับปริญญาโท
 - ☐ ระดับปริญญาเอก

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของงานวิจัย

1. เนื้อหาวิจัยเกี่ยวกับ

- ☐ OTOP ☐ SMEs ☐ OTOP และ SMEs

2. เนื้อหาที่ทำวิจัย

- ☐ การตลาดและการขาย ☐ การเงินการจัดการ การเงินการลงทุน ☐ การวิจัยและพัฒนา
☐ การบัญชี ☐ การผลิต-โรงงาน ☐ การจัดการทั่ว ๆ ไป
☐ การบริหารงานบุคคล ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ประเด็นที่ทำวิจัย

- ☐ เิงนโยบายและวางแผน ☐ กลยุทธ์การจัดการ
☐ การใช้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ☐ การสร้าง-คิดค้น-ทดสอบและตรวจสอบนวัตกรรม
☐ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ / ผู้นำ ☐ เครื่องมือ – แนวทางการจัดการประสิทธิภาพ
☐ ความสามารถในการแข่งขัน ☐ สิ่งแวดล้อม / ปัจจัยแวดล้อม
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. งานวิจัยนี้ศึกษาในเขตจังหวัด.....

- ☐ ภาคเหนือ (จังหวัด)..... ☐ ภาคอีสาน (จังหวัด).....
☐ ภาคกลาง (จังหวัด)..... ☐ ภาคใต้ (จังหวัด).....
☐ ภาคตะวันออก (จังหวัด)..... ☐ ภาคตะวันตก (จังหวัด).....
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. เนื้อหาวิชาที่ทำวิจัย(โปรดระบุ).....

6. ลักษณะของการวิจัย

- ☐ การวิจัยเชิงปริมาณ ☐ การวิจัยเชิงคุณภาพ
☐ การวิจัยเชิงสำรวจ ☐ การวิจัยเชิงทดลอง
☐ การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

7.1 ประชากร คือ.....

7.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ.....

7.3 จำนวนกลุ่มตัวอย่างเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนประชากร คิดเป็นร้อยละ.....

7.4 ในกรณีที่เป็นการวิจัยเชิงทดลอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มทดลอง..... กลุ่ม กลุ่มละ.....คน รวม.....คน

กลุ่มควบคุม..... กลุ่ม กลุ่มละ.....คน รวม.....คน
ระยะเวลาที่ใช้ในการทดลอง.....คาบ คาบละ.....นาที8. การ
เลือกกลุ่มตัวอย่าง

- ☐ แบบง่าย (Simple Random Sampling)
- ☐ แบบมีระบบ (Systematic Sampling)
- ☐ แบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling)
- ☐ แบบแบ่งกลุ่ม (Cluster sampling)
- ☐ แบบหลายขั้นตอน (Multi- Stage Sampling)
- ☐ อื่น ๆ ระบุ.....
- ☐ ไม่มีการสุ่ม

9. กรณีไม่มีการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธี

- ☐ เเจาะจง
- ☐ ตามสะดวก
- ☐ อาสาสมัคร
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

10. สังกัดของประชากร / กลุ่มตัวอย่าง

- ☐ ประชาชนทั่วไป
- ☐ โรงงาน / บริษัท / กิจการ
- ☐ หน่วยงานของรัฐ (โปรดระบุ).....

11. ตัวแปรในการวิจัย

- 11.1 ตัวแปรอิสระ มี..... ตัว ได้แก่
- ตัวแปรอิสระที่ 1 (ชื่อ)
- ตัวแปรอิสระที่ 2 (ชื่อ)
- ตัวแปรอิสระที่ 3 (ชื่อ)
- ตัวแปรอิสระที่ 4 (ชื่อ)
- ตัวแปรอิสระที่ 5 (ชื่อ)
- ตัวแปรอิสระที่ 6 (ชื่อ)
- ตัวแปรอิสระที่ 7 (ชื่อ)
- ตัวแปรอิสระที่ 8 (ชื่อ)
- ตัวแปรอิสระที่ 9 (ชื่อ)
- ☐ ไม่ระบุตัวแปรอิสระ

ตัวแปรลำดับที่	นิยามศัพท์เฉพาะ

12. การตั้งสมมติฐาน

- ☐ มีสมมติฐาน
- ☐ ไม่มีสมมติฐาน
- ☐ ทิศทาง (เป็นบวก- มากกว่า, เป็นลบ- น้อยกว่า)
- ☐ ไม่มีทิศทาง (แตกต่างหรือไม่แตกต่าง)

13. แบบแผนการวิจัย คือ.....

14. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- ☐ แบบสังเกต
- ☐ แบบสัมภาษณ์
- ☐ แบบสอบถาม
- ☐ แบบการวัดทัศนคติ
- ☐ แบบทดสอบ
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

15. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

- ☐ ความตรง (Validity)
- ☐ อำนาจจำแนก
- ☐ ความเชื่อมั่น (Reliability)
- ☐ ความยากง่าย

16. เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูลมี.....ชุด คือ

ชุดที่	ประเภท / ใช้อัตว์ตัวแปร	ลักษณะของเครื่องมือ	คุณภาพของเครื่องมือ			
			ความ ตรง	ความ เชื่อมั่น	ความ ยากง่าย	อำนาจ จำแนก
1.						
1.						
3.						
3.						

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิจัย

1. สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 สถิติเชิงพรรณนา

- ☐ ร้อยละ
- ☐ ค่าเฉลี่ย
- ☐ มัธยฐาน
- ☐ฐานนิยม
- ☐ พิสัย
- ☐ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- ☐ ความแปรปรวน
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

1.2 สถิติเชิงอ้างอิง

- ☐ Z-test
- ☐ t-test
- ☐ ANOVA
- ☐ ANCOVA
- ☐ MANOVA
- ☐ Correlation
- ☐ Multiple regression
- ☐ χ^2 -test
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- ☐ ไม่มีการใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์

☐ 2.1 กรณีงานวิจัยเชิงสำรวจ / เชิงทดลอง

ตัวแปรตาม	ค่าสถิติที่ใช้		ค่าสถิติทดสอบ	หมายเหตุ
	$\bar{X}$	S.D.		
ตัวที่ 1 ชื่อ				
กลุ่มทดลอง 1				
กลุ่มควบคุม				
กลุ่มทดลอง 2				
กลุ่มควบคุม				
กลุ่มทดลอง 3				
กลุ่มควบคุม				

ตาราง (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ค่าสถิติที่ใช้		ค่าสถิติทดสอบ	หมายเหตุ
	$\bar{X}$	S.D.		
ตัวที่ 2 ชื่อ.....				
กลุ่มทดลอง 1				
กลุ่มควบคุม				
กลุ่มทดลอง 2				
กลุ่มควบคุม				
กลุ่มทดลอง 3				
กลุ่มควบคุม				
ตัวที่ 3 ชื่อ				
กลุ่มทดลอง 1				
กลุ่มควบคุม				
กลุ่มทดลอง 2				
กลุ่มควบคุม				
กลุ่มทดลอง 2				
ตัวที่ 4 ชื่อ				
กลุ่มทดลอง 1				
กลุ่มควบคุม				
กลุ่มทดลอง 2				
กลุ่มควบคุม				
กลุ่มทดลอง 3				

○2.2 กรณีงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	n	$\bar{X}$	(S.D.)	r	สถิติและค่าสถิติทดสอบอื่น ๆ
1. ชื่อ	1. ชื่อ					
2.						
2.						
4.						
4.						
4.						
4.						
4.						
4.						
10.						
4.						
	2. ชื่อ	n			r	
1.						
2.						
4.						
4.						
2.						
4.						
7.						
8.						
4.						
10.						

ตาราง (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	n	$\bar{X}$	(S.D.)	r	สถิติและค่าสถิติทดสอบอื่น ๆ
1. ชื่อ	3. ชื่อ					
2.						
2.						
4.						
4.						
4.						
7.						
4.						
4.						
10.						
1.	4. ชื่อ					
7.						
7.						
4.						
5.						
5.						
5.						
8.						
9.						
10.						

4. ผลการวิจัย

[illegible]

5. การอภิปรายผล

This image shows a single page of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

6. ข้อเสนอแนะ

This image shows a single page of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

ภาคผนวก ข

ตารางที่ ข-1 สรุปงานวิจัยส่วนเนื้อหาที่วิจัยด้านการตลาดและการขาย

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
สาขาที่ทำวิจัย	การตลาดและการขาย	การตลาดและการขาย	การตลาดและการขาย
พื้นที่ที่ศึกษา	-ทุกภาคในประเทศไทย	-มิได้ระบุชัดเจน	-เชียงใหม่
ประเด็นที่ทำวิจัย	-ด้านนโยบายและวางแผน -คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	-กลยุทธ์การจัดการ	-กลยุทธ์การจัดการ
วิธีการออกแบบการวิจัย	-การวิจัยเชิงสำรวจ	-การวิจัยเชิงสำรวจ	-การวิจัยเชิงสำรวจ
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	-ผู้ประกอบการที่จดทะเบียน	-ผู้ประกอบการโรงงานผลิต ผลิตภัณฑ์พลาสติก	-ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม
วิธีการเลือกตัวอย่าง	-แบบโควตา	-แบบเจาะจง	-แบบเจาะจง
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	-แบบสอบถาม	-แบบสอบถาม	-แบบสอบถาม

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
ตัวแปรที่ศึกษา	-บุคลิกและวิธีการของผู้ประกอบการ -การควบคุมและความไม่แน่นอน -การตัดสินใจในธุรกิจ เครือข่าย -ทักษะในการดำเนินธุรกิจ -การศึกษาภูมิภาค อาชีพ -ผลการดำเนินงาน ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	-ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ -รูปแบบธุรกิจ -จำนวนพนักงาน -เงินทุนเริ่มต้นและปัจจุบัน -แนวทางการดำเนินธุรกิจ	-ประเภทธุรกิจ -เพศ การศึกษา ขนาดกิจการ - ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ทุนประกอบธุรกิจ อายุ -ความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบ E-Commerce -การรับรู้ประโยชน์ของ E-Commerce
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย -สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t-test ANOVA Correlation χ^2-test Multiple Regression และ Cluster Analysis	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน -สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t-test	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน -สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ ANOVA

ตารางที่ ข-2 สรุปงานวิจัยส่วนเนื้อหาที่วิจัยด้านการเงิน การจัดการการเงิน การลงทุน

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
สาขาที่ทำวิจัย	-	-	การเงิน-การจัดการการเงิน -การลงทุน
พื้นที่ที่ศึกษา	-	-	-เชียงใหม่
ประเด็นที่ทำวิจัย	-	-	-ด้านนโยบายและวางแผน
วิธีการออกแบบการวิจัย	-	-	-การใช้ข้อมูลทุติยภูมิ
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	-	-	-ข้อมูลธนาคารพาณิชย์ที่ให้สินเชื่อ กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม
วิธีการเลือกตัวอย่าง	-	-	-แบบเจาะจง
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	-	-	-ข้อมูลทุติยภูมิ
ตัวแปรที่ศึกษา	-	-	-ผลิตภัณฑ์รวมภายในประเทศ -อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ MLR-1% -เงินสำรองส่วนเกิน -ปริมาณเงินให้สินเชื่อ
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	-	-	-สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ Multiple regression

ตารางที่ ข-3 สรุปงานวิจัยส่วนเนื้อหาที่วิจัยด้านการวิจัยและพัฒนา

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
สาขาที่ทำวิจัย	- การวิจัยและพัฒนา	-การวิจัยและพัฒนา	-การวิจัยและพัฒนา
พื้นที่ที่ศึกษา	-กรุงเทพฯ ฯ และเขตภูมิภาคทั่วประเทศ -นครเวียงจันทร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	-ภาคเหนือ (เชียงใหม่ เชียงราย และ ลำพูน) -กลุ่มคลัสเตอร์ภาคเหนือ -กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก คือ ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี สมุทรสาคร และเพชรบุรี	-ภาคตะวันออก ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และ ปราจีนบุรี - เชียงใหม่ -กรุงเทพฯ ฯ -ราชบุรี
ประเด็นที่ทำวิจัย	-ด้านนโยบายและวางแผน -กลยุทธ์การจัดการ -ความสามารถในการแข่งขัน	-ด้านนโยบายและวางแผน -เครื่องมือ แนวทางการจัดการ ประสิทธิภาพ -กลยุทธ์การจัดการ	-คุณลักษณะของผู้ประกอบการ
วิธีการออกแบบการวิจัย	-การวิจัยข้อมูลทุติยภูมิ -การวิจัยเชิงพรรณนา	-การวิจัยเชิงคุณภาพ	-การวิจัยเชิงพรรณนา -การวิจัยเชิงสำรวจ

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	-ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม -โรงงานอุตสาหกรรม -ผู้ประกอบการการผลิตวัตถุดิบอุปโภคและบริโภค	-ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อม -ข้อมูลทุติยภูมิด้านยุทธศาสตร์	-ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม -ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อม ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ -ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภค -โรงงานอุตสาหกรรมขนาดย่อม -กลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมเป็นผู้ประกอบการที่ผ่านการฝึกอบรมและไม่ผ่านการฝึกอบรม
วิธีการเลือกตัวอย่าง	-แบบพื้นที่ (Area Sampling) -แบบสำมะโน	-แบบเจาะจง	-แบบสำมะโน -แบบเจาะจง
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	-แบบสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวทางโทรศัพท์ -ข้อมูลทุติยภูมิ -แบบสอบถามใช้การสัมภาษณ์ -แบบสังเกต	-แบบสัมภาษณ์เชิงลึก -ข้อมูลทุติยภูมิ	-แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ -ข้อมูลทุติยภูมิ

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
ตัวแปรที่ศึกษา	-โครงสร้าง/ภาพรวมการบริหารจัดการและมาตรการรัฐ แยกตามภูมิภาค -ปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน -ปัจจัยการดำเนินธุรกิจ -ปัญหาด้านการจัดการ	-โครงสร้างและการกระจายตัวของอุตสาหกรรม -เครื่องมือปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการ -ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเชิงเปรียบเทียบ	-ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ -ปัจจัยการประกอบธุรกิจ -ปัญหาอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ -ขีดความสามารถ -การพัฒนานวัตกรรมและการสร้างเครือข่าย -โอกาสในการลงทุน -ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	-วิเคราะห์เนื้อหาเชิงเปรียบเทียบ -สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่และค่าร้อยละ	-วิเคราะห์เนื้อหาเชิงเปรียบเทียบ	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย -สถิติอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบ t-test และ Correlation

ตารางที่ ข-4 สรุปงานวิจัยส่วนเนื้อหาที่วิจัยด้านการบัญชี

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
สาขาที่ทำวิจัย	-	-	การบัญชี
พื้นที่ที่ศึกษา	-	-	-ลำปาง
ประเด็นที่ทำวิจัย	-	-	-กลยุทธ์การจัดการ
วิธีการออกแบบการวิจัย	-	-	-การวิจัยเชิงสำรวจ
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	-	-	-ผู้ประกอบการธุรกิจ
วิธีการเลือกตัวอย่าง	-	-	-แบบเจาะจง
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	-	-	-แบบสอบถาม
ตัวแปรที่ศึกษา	-	-	-เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์และข้อมูลกิจการ -การพัฒนาการใช้ข้อมูลทางบัญชี
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	-	-	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

ตารางที่ ข-5 สรุปงานวิจัยส่วนเนื้อหาที่วิจัยด้านการจัดการทั่ว ๆ ไป

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
สาขาที่ทำวิจัย	การจัดการทั่ว ๆ ไป	การจัดการทั่ว ๆ ไป	การจัดการทั่ว ๆ ไป
พื้นที่ที่ศึกษา	-ภาคกลาง -ภาคเหนือ ได้แก่ ลำปาง	-ภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพฯ ฯ และสมุทรสงคราม -ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น และมหาสารคาม)	-ภาคเหนือ ได้แก่ ลำปาง
ประเด็นที่ทำวิจัย	-ด้านนโยบายและวางแผน	-ด้านนโยบายและวางแผน -กลยุทธ์การจัดการ -ความสามารถในการแข่งขัน	-กลยุทธ์การจัดการ
วิธีการออกแบบการวิจัย	-การวิจัยเชิงคุณภาพ	-การวิจัยเชิงคุณภาพ -การวิจัยเชิงพรรณนา	-การวิจัยเชิงคุณภาพ
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	-ผู้ผลิตของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม	-ผู้ผลิตของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม -กิจการที่ได้รับรางวัลคุณภาพแห่งชาติ	-ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม
วิธีการเลือกตัวอย่าง	-	-แบบเจาะจง -แบบสุ่มะโน -แบบโควตา	-แบบเจาะจง

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	-แบบสังเกต -แบบสัมภาษณ์เจาะลึก	-แบบสังเกต -แบบสัมภาษณ์เจาะลึก -แบบสอบถามโดยการสัมภาษณ์ -ข้อมูลทุติยภูมิ	-แบบสังเกต -แบบสัมภาษณ์เจาะลึก
ตัวแปรที่ศึกษา	-ระบบภายในกิจการ -แบบจำลองเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ -ปัจจัยส่วนบุคคล -ทัศนคติ ความเห็น และความตระหนักในสิ่งแวดล้อม	-ระบบภายในกิจการ -แบบจำลองเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการ -ข้อมูลการประกอบธุรกิจ -ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มขีดความสามารถ	-ปัจจัยส่วนบุคคล -ทัศนคติ ความเห็น และความตระหนักในสิ่งแวดล้อม
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	-	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน -การวิเคราะห์กระบวนการทำงาน และการบริหารจัดการ -ปัจจัยความสำเร็จขององค์กร	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ ข-6 สรุปงานวิจัยส่วนเนื้อหาที่วิจัยด้านการบริหารงานบุคคล

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
สาขาที่ทำวิจัย	-	การบริหารงานบุคคล	การบริหารงานบุคคล
พื้นที่ที่ศึกษา	-	-กรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล	-เชียงใหม่ -ระยอง
ประเด็นที่ทำวิจัย	-	-การวิจัยเชิงสำรวจ	
วิธีการออกแบบการวิจัย	-	-กลยุทธ์การจัดการ -การพัฒนามนุษยศาสตร์	-กลยุทธ์การจัดการ -คุณลักษณะของผู้ประกอบการ
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	-	-ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม	-เจ้าของกิจการหรือฝ่ายบุคคลใน สถานประกอบการการผลิต
วิธีการเลือกตัวอย่าง	-	-แบบเจาะจง	-แบบโควตา -แบบสำมะโน
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	-	-แบบสอบถาม -แบบสัมภาษณ์	-แบบสอบถาม -แบบสัมภาษณ์

	ระดับประเทศ	ระดับภูมิภาค/กลุ่มจังหวัด	ระดับจังหวัด/ท้องถิ่น
ตัวแปรที่ศึกษา	-	-ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ -ความต้องการฝึกอบรมด้านการเสริมสร้างความสามารถทางการบริหารการเงิน การบัญชี การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การจัดการเชิงกลยุทธ์ การตลาด ระบบภาษีอากรและกฎหมายธุรกิจ การผลิตและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม	-ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง ประเภทกิจการ จำนวนลูกจ้าง วุฒิการศึกษาของลูกจ้าง การฝึกอบรม มาตรการรัฐ ความรู้ความเข้าใจ - การพัฒนาทักษะแรงงาน -ขีดความสามารถ
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	-	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ -สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t-test	-สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน -สถิติเชิงอ้างอิง ได้แก่ t-test

ภาคผนวก ค

ตารางที่ ค-1 รายชื่องานวิจัยการจัดการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ชื่อ-สกุล	พ.ศ.	เรื่อง
1. กรมส่งเสริมสหกรณ์	2547	แนวทางและผลการดำเนินงานพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ	2545	รายงานประเมินผลมหกรรมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
3. จันทภา อองคพงศ์พันธุ์	2544	การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งร้านค้าผลิตภัณฑ์จากโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” จังหวัดปราจีนบุรี
4. จินตนา วิสารทพงศ์	2547	การดำเนินงาน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในภาคใต้
5. จิรดา พงศ์พุทธิวัฒน์	2547	กระบวนการดำเนินงานและปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ศึกษาเฉพาะกรณีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ส้มแขก ตำบลต้นหยงมัส อำเภอระแงะ จังหวัดนราธิวาส
6. ดวงใจ ปัทมรัง และคณะ	2547	ทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนในเขต อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ต่อสินค้า OTOP
7. นริสา ทรงไธรย์	2545	บทบาทของสื่อที่มีผลต่อผู้นำชุมชนในการริเริ่มการพัฒนาภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลหัวเวียง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
8. บวรรัตน์ ศุกระกาญจน์	2545	การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษา ตำบลโคกสะอาด อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

ชื่อ-สกุล	พ.ศ.	เรื่อง
9. ประภาส หวังจอมกลาง	2547	การผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา
10. นักวิจัยระดับปฏิบัติการ รุ่นที่ 4 กลุ่มงานฝึกอบรมการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ	2547	การพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษจากใบสับปะรดสำหรับตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้สอดคล้องกับนโยบาย หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
11. พัฒนันท์ อนุเคราะห์นันท	2547	การจัดการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์จากดินไทยและผ้าใยบัว
12. ไพรัช ภัทรศิริสิทธิ์	2547	ต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตน้ำพริกเผา : กรณีศึกษากลุ่มแม่บ้านในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
13. พอพันธ์ สิงห์จันทร์	2547	ทัศนคของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา ในเขตกรุงเทพมหานคร
14. มยุรี บุญริ้ว	2547	การประเมินผลการดำเนินงานขององค์การธุรกิจชุมชนตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
15. มาลินี ฤาษุดกุล	2546	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคจังหวัดสุรินทร์
16. วีราภรณ์ จีระศาสน์	2547	ผลของการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อสถานการณ์และ โอกาสทางด้านการตลาดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่ ประเภทผลิตภัณฑ์กระเป๋าของจังหวัดอ่างทอง

ชื่อ-สกุล	พ.ศ.	เรื่อง
17. วสันต์ บรรลือทรัพย์	2546	ทัศนคติต่อโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเพชรบุรี
18. วิภาวี ศรีคะ	2546	การจัดการทำบัญชีธุรกิจชุมชน ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่
19. ศิริพร วงศ์สวัสดิ์	2547	การบริหารจัดการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของหน่วยงานภาครัฐ
20. ศิริพร เมนทอง	2547	การผลิตและการตลาดสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาผ้ามัดหมี่ของอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี
21. สราวุธ สุรศิลป์	2547	แนวทางการบริหารงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ตามทัศนะของกลุ่มผู้ผลิตที่ได้รับคัดเลือกเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
22. สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ	2547	การจัดการวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้
23. สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ	2547	รูปแบบดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในภาคใต้
24. สุชีรา สาครสิทธิศักดิ์	2547	การจัดการธุรกิจแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกรบ้านลาน ตำบลบ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น
25. สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย	2547	โครงการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เป้าหมายทุกภูมิภาค
26. สพล มรรคไพบุลย์	2547	ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคและส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ อาหารในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดชลบุรี
27. สำนักงานสถิติแห่งชาติ	2547	ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
28. สิงหา คงแฉลง	2547	การพัฒนาขีดความสามารถเชิงการแข่งขัน โดยใช้เทคนิคทางวิศวกรรมอุตสาหกรรม กรณีศึกษา : โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครปฐม

ชื่อ-สกุล	พ.ศ.	เรื่อง
29. แสงทอง บุญยิ่ง	2545	การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อรองรับการขยายงานของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับจังหวัดบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กรณีศึกษา : จังหวัดปราจีนบุรี
30. สมบัติ รัตนคำชูวงศ์	2548	การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจชุมชนที่ได้คัดสรรเป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ระดับภาค 5 ดาว : กรณีศึกษากลุ่มหัตถกรรมในภาคกลางฝั่งตะวันตก
31. อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม และคณะ	2545	สถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาเครื่องจักสาน จังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง

ตารางที่ ค-2 รายชื่องานวิจัยการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ชื่อ-สกุล	พ.ศ.	เรื่อง
1. กิตติ พัฒนสินะกุล	2542	การวิเคราะห์ฐานะทางการเงินและความสามารถในการจัดการทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. การุณย์ รัชฎาวงษ์ และคณะ	2542	การจัดทำฐานข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี
3. กฤษณา กลศาสตร์บรร	2544	การพัฒนาทักษะแรงงานในสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่
4. คำรณ พิทักษ์ และคณะ	2545	โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม
5. ชูลีพร ไกรสมเดช	2546	ปัจจัยที่มีผลต่อการให้สินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
6. ชูลีพร ศรีทอง	2456	ปัจจัยส่วนบุคคลและการรับรู้ประโยชน์ของการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการตลาดเพื่อพยากรณ์ความปรารถนาในการเข้าสู่ระบบการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
7. ตติยา มะม่วงแก้ว	2548	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมีนวัตกรรมกับความพึงพอใจต่อการได้รับนโยบายและการส่งเสริมสนับสนุนด้านนวัตกรรมภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษา อุตสาหกรรมเครื่องจักรสาน จังหวัดปราจีนบุรี
8. เทิดศักดิ์ สุวรรณปิฎก	2542	การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทสมุนไพรเวชสำอางในจังหวัดชลบุรี

ชื่อ-สกุล	พ.ศ.	เรื่อง
9. นัชชา แก้วอุไร	2548	การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทธุรกิจสปาในจังหวัดชลบุรี
10. บริษัทกลุ่มแอควานซ์ จำกัด	2540	อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย
11. บริษัท ซี เอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชั่น จำกัด	2542	โครงการศึกษาบทบาทของธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางในประเทศไทย
12. เบอร์ลิน เพชรจันทร์ราช	2539	การดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อมที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของอุตสาหกรรมหัตถกรรมจังหวัดในกำแพงนครเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
13. บุญบง จำเริญดงารักษ์ และคณะ	2540	โครงการวิจัยการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs เบื้องต้น
14. ปิยะมาศ ทาวิชัย	2542	ปัญหาและปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการใช้ข้อมูลทางบัญชีของผู้ประกอบการธุรกิจเชรามิกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
15. ประนอม เณินบำรุง	2539	การประเมินประสิทธิผลการฝึกอบรมการจัดการธุรกิจขนาดย่อมรูปแบบ CEFE : กรณีศึกษาหลักสูตรการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือน จังหวัดเชียงใหม่
16. ฝ่ายวิจัยและระบบสารสนเทศสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	2539	SMEs Good Practices
16. ฝ่ายวิจัยและระบบสารสนเทศสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ	2539	SMEs Good Practices

ชื่อ-สกุล	พ.ศ.	เรื่อง
18. มนชยา แจ่มใบ	2548	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมีนวัตกรรมกับความพึงพอใจต่อการได้รับนโยบายและการส่งเสริมสนับสนุนด้านนวัตกรรมภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาประเภทธุรกิจสมุนไพรเวชสำอางในจังหวัดชลบุรี
19. รุ่งรัชชา เกณฑ์วิถิ	2548	การศึกษาขีดความสามารถจริงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมสตรีกับขีดความสามารถที่พึงประสงค์ของผู้ให้บริการ : กรณีศึกษาการรับเลี้ยงเด็กเล็กเอกชนในเขตจังหวัดระยอง
20. ลือชัย จุลาสัย และคณะ	2548	โครงการวิจัยการพัฒนาเครือข่าย (Networking) และการรวมกลุ่ม (Cluster) เพื่อสร้างความเข้มแข็ง SMEs
21. วันชัย ลีลากวีวงศ์	2546	โครงการศึกษาปัญหา/สถานการณ์และประเมินขีดความสามารถของ SMEs ในภาคอุตสาหกรรมเครื่องประดับเงิน-ทอง
22. วริษฐา คุ่มวิสัย	2548	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมมีนวัตกรรมกับความพึงพอใจต่อการได้รับนโยบายและการส่งเสริมสนับสนุนด้านนวัตกรรมภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาและเซรามิกในจังหวัดชลบุรี
23. ศุภิช ศุภขลาสัย และคณะ	2546	การดำเนินมาตรการสนับสนุน SMEs ของต่างประเทศ (กรณีศึกษาประเทศญี่ปุ่น ไต้หวัน อิตาลี และออสเตรเลีย)
24. ศูนย์เอเปค มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	2546	การสร้างความเข้มแข็งของภาคอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม และภาคธุรกิจชุมชน
25. ศิรินทรณ์ ศิริไพร	2548	ปัญหาด้านการจัดการและแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมืองมหาสารคาม

ชื่อ-สกุล	พ.ศ.	เรื่อง
26. เสาวนีย์ สิชฌวัฒน์	2538	การประเมินผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทเครื่องจักรกล การเกษตร
27. สุรัชย์ กลางพระเนตร	2544	ปัจจัยในการเพิ่มขีดความสามารถในการประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ขอนแก่น และมหาสารคาม
28. สมบุญ สวยสด	2544	แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้านให้เป็นธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาจังหวัด พระนครศรีอยุธยา
29. สราวุธ หนูนเงิน	2544	การศึกษาขีดความสามารถจริงกับขีดความสามารถที่พึงประสงค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมประเภทกิจการสถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรี
30. สุปราณี ศรีจิตราภิกุล และคณะ	2538	การสร้างและพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จ ของธุรกิจเอกชนไทย
31. เหมวรรณ กิจวิมลตระกูล	2538	การพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาเครื่องดื่ม สมุนไพร จังหวัดชลบุรี
32. อติกานต์ ลีลาภรณ์	2543	การจัดการสิ่งแวดล้อมของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดลำปาง
33. อภิเชก ปิ่นสุวรรณ	2543	โครงการวิจัยอุตสาหกรรมขนาดย่อมในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย
36. อภิชัย พันธเสน และคณะ	2543	การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม
35. อุษณีย์ ยศยิ่งยวด และคณะ	2543	ความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : ด้านการฝึกอบรม
36. อัมพาพร เจริญประดับ	2544	ความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการประกอบการและมุ่งเน้นการตลาดต่อ ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม