

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สรุปงานศึกษาปัจจัยที่มีนัยสำคัญต่อการเจริญเติบโตของยอดขาย SMEs ...	21
3.1	จำนวนโรงงานของอุตสาหกรรมเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามขนาดอุตสาหกรรม.....	37
4.1	ลำดับขั้นตอนของพัฒนาการอุตสาหกรรมเซรามิกจังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามการบริหารภายในโรงงาน ปี พ.ศ. 2550.....	44
4.2	แสดงที่ตั้งของโรงงานเซรามิกในจังหวัดเชียงใหม่.....	61
5.1	ลักษณะการดำเนินกิจการ ระยะเวลาดำเนินการ จำนวนแรงงาน และทุนจดทะเบียน ข้อมูลรายโรงงาน ปี พ.ศ. 2550.....	65
5.2	สัดส่วนการผลิต การใช้วัตถุดิบ ที่มาเครื่องจักรและอุปกรณ์การผลิต และการจ้างบริษัทออกแบบ ข้อมูลรายโรงงาน ปี พ.ศ. 2550.....	68
5.3	ลักษณะสัดส่วนการขาย ข้อมูลรายโรงงาน ปี พ.ศ. 2550.....	71
5.4	อัตราการเจริญเติบโตของยอดขายในช่วง 3 ปี (ปีงบประมาณ 2545 – 2548) ข้อมูลรายโรงงาน.....	77
5.5	อายุและระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ รายโรงงาน ปี 2550.....	79
5.6	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านอายุและระดับการศึกษาของ ผู้ประกอบการกับค่าเฉลี่ยของอัตราการขยายตัวของยอดขายในช่วง 3 ปี.....	79
5.7	ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์.....	81
5.8	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านอายุและขนาดของ โรงงานกับค่าเฉลี่ยของอัตราการขยายตัวของยอดขายในช่วง 3 ปี.....	84
5.9	การเจริญเติบโตของยอดขายในช่วง 3 ปี เปรียบเทียบอายุและจำนวนแรงงาน เฉลี่ย รายอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2550 จำแนกตามแหล่งที่ตั้ง.....	84
5.10	ผลทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยการเจริญเติบโตของยอดขายในช่วง 3 ปี ...	85
5.11	ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อปัจจัยด้านลักษณะของโรงงาน.....	87
5.12	ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อปัจจัยด้านการเข้าถึง การใช้ และการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต.....	90
5.13	ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อปัจจัยด้านตลาด.....	93

5.14	การเป็นสมาชิกในองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ.....	95
5.15	ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการได้รับประโยชน์ของนโยบายและ การส่งเสริมของภาครัฐ.....	97
5.16	การรวมกลุ่มกับสมาคมและกลุ่ม Clusters เข้ามิกจังหวัดลำปาง รายโรงงานปี พ.ศ. 2550.....	98
5.17	ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อปัจจัยด้านการรวมกลุ่ม (Cluster) และความเชื่อมโยง.....	101
5.18	จำนวนผู้เยี่ยมชม ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก และรายรับจากการซื้อ สินค้าและของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2545 - 2549 .....	104
5.19	ทัศนคติของผู้ประกอบการต่อปัจจัยด้านการท่องเที่ยว .....	104
5.20	ลำดับความรุนแรงของปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น .....	106