

ความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น

บุหลัน กุลวิจิตร*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่นในด้านเนื้อหา ลักษณะของเนื้อหา ความทันสมัย รูปแบบ และแหล่งสารสนเทศธุรกิจ รวมทั้งปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ ขนาดกิจการ ประเภทกิจการ และที่ตั้งกิจการของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่นกับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่นมีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านเนื้อหาเกี่ยวกับด้านการตลาด และการบริหารและการจัดการในระดับมาก และด้านลักษณะของเนื้อหา พบว่า ผู้ประกอบการต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจที่มีลักษณะเนื้อหาเชิงวิเคราะห์ และข้อมูลสถิติ ตัวเลข แผนภูมิประกอบคำบรรยายในระดับมาก ด้านความทันสมัยของสารสนเทศธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจปัจจุบัน คาดการณ์อนาคต และย้อนหลัง ๑-๓ ปีในระดับมาก นอกจากนี้ยังทราบปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจว่า ผู้ประกอบการ SMEs ประสบปัญหาในระดับมาก คือ สารสนเทศที่ได้รับไม่ทันกับการใช้ดำเนินธุรกิจ แหล่งสารสนเทศไม่มีสารสนเทศที่ต้องการ การให้บริการล่าช้าไม่ทันกับความต้องการ บรรยากาส่งไม่เอื้ออำนวยต่อการเข้าใช้สารสนเทศ ไม่กล้าเข้าไปใช้และขอรับบริการ ไม่ทราบว่าจะค้นหาสารสนเทศที่ต้องการได้จากแหล่งใด ไม่ทราบวิธีค้นหาสารสนเทศ ค้นหาสารสนเทศที่ต้องการไม่พบ และไม่มีเวลาในการค้นหาสารสนเทศ

*อาจารย์ประจำภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจเป็นตัวจักรขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้ทั้งในภาคการค้า การผลิต และการบริการ และเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่กระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ มีการใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นในสัดส่วนที่สูง และมีบทบาทอย่างมากทั้งในด้านการจ้างงาน การสร้างผลผลิต การส่งออก และการสร้างรายได้ของประเทศ (มนตรี จิริโมไท, ๒๕๔๖) ดังนั้นจากความสำคัญที่ SMEs มีต่อเศรษฐกิจไทยและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม รัฐบาลได้กำหนดนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุน SMEs อย่างชัดเจน โดยการตรา “พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. ๒๕๔๓” ขึ้นเป็นกฎหมายในการรองรับเพื่อสนับสนุนส่งเสริมและจูงใจให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถยกระดับขีดความสามารถในการประกอบการให้สามารถแข่งขันกับระดับภายในประเทศและระดับสากลได้ (ศูนย์ศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๔๕) นอกจากนี้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๔๖) ได้กำหนดนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตั้งแต่ปี ๒๕๔๕ - ๒๕๕๔ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาตัวผู้ประกอบการ SMEs ด้วยการให้การศึกษา ให้ความรู้ จัดอบรมสัมมนา แนะนำให้มีวิสัยทัศน์ รวมทั้งมีแนวคิดที่จะสร้างสรรค์ ตลอดจนมีความสามารถในการประยุกต์ใช้งานด้านเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างศักยภาพของสินค้าและบริการโดยรวมให้สินค้าและบริการสามารถส่งออกไปสู่ตลาดในระดับสากลได้

ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันลักษณะการบริหารจัดการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มักใช้ประสบการณ์ในอดีตหรือได้มาจากเพื่อนฝูงในธุรกิจเดียวกันมาใช้ในการบริหารจัดการและธุรกิจ SMEs ยังเป็นธุรกิจที่ขาดแคลนระบบการบริหารงาน การจัดการทรัพยากรทั้งวัสดุ คน เงิน และขาดแคลนข้อมูลข่าวสารในการสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจ เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการบริหารงานผิดพลาด และมีความเสี่ยงสูงที่จะต้องล้มเลิกกิจการ (มานพ ธิวานาสุนทร, ๒๕๔๒) และช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ปี พ.ศ. ๒๕๔๐ SMEs เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลกระทบที่รุนแรงและประสบปัญหาในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด ด้านขาดแคลนเงินทุน ด้านเทคโนโลยี

การผลิต ด้านการจัดการ และด้านการเข้าถึงบริการและการส่งเสริมของหน่วยงานราชการและเอกชน จากปัญหาหลากหลายด้านที่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องประสบนั้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการขาดแคลนสารสนเทศในการสนับสนุนการตัดสินใจและดำเนินธุรกิจ และมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจที่ค่อนข้างล่าช้า (เครือข่ายเอสเอ็มอีไทย, ๒๕๔๕ ; บุญง จำเริญดงารัตน์ และคณะ, ๒๕๔๕ ; มนตรี จิโรโหม, ๒๕๔๖) ซึ่งจากปัญหาด้านขาดแคลนสารสนเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการขาดความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการของตลาด และสินค้าหรือบริการที่ผลิตไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้ยังทำให้การพัฒนาสินค้าหรือบริการอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งประสิทธิภาพการผลิตมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งและก้าวไปสู่ระดับสากลได้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๔๖) ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ยังขาดแคลนความรู้และสารสนเทศด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านการตลาด ด้านการบริหารและการจัดการ ด้านเทคโนโลยีการผลิต และผู้ประกอบการ SMEs ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับสารสนเทศ คือ สารสนเทศที่ได้รับไม่เพียงพอและไม่ตรงกับความต้องการ จึงทำให้ประสบปัญหาและความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการไม่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ และแก้ไข้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ (ถาวร และ ธนะเวช ศรีสุโข, ๒๕๔๓ ; เครือข่ายเอสเอ็มอีไทย, ๒๕๔๕ ; บุญง จำเริญดงารัตน์ และคณะ, ๒๕๔๕ ; Hodgetts and Kurtho, ๑๙๙๖)

เนื่องจากธุรกิจปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก เป็นธุรกิจในยุคเศรษฐกิจบนพื้นฐานแห่งความรู้ (Knowledge-bases economy) โดยให้ความสำคัญกับสารสนเทศและความรู้ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้และความสามารถในการดำเนินธุรกิจ และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, ๒๕๔๔ ; วรวิทย์ พลชัย, ๒๕๔๘) ผู้ประกอบการจึงต้องปรับเปลี่ยนการจัดการธุรกิจตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไป และมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแสวงหาสารสนเทศเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและดำรงอยู่ได้ โดยสารสนเทศธุรกิจที่สนับสนุนการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยสารสนเทศทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเฉพาะสารสนเทศภายนอกองค์กรนับได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดอนาคตความเป็นไปขององค์กร ส่งผลกระทบต่อความอยู่รอด ความเจริญเติบโต หรือความล้มเหลว ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจึงต้องติดตามเหตุการณ์แนวโน้มของสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง เพื่อนำสารสนเทศที่สำคัญเหล่านั้นมาใช้

ในการวางแผน และใช้ประกอบการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ (Kennington, ๑๙๙๑ ; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, ๒๕๕๒)

จากการศึกษาของ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น (๒๕๔๗) และ สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดขอนแก่น (๒๕๔๗) พบว่า จังหวัดขอนแก่นเป็นเขตพื้นที่ที่มี SMEs เพิ่มขึ้น ทั้งภาคการผลิต การค้า และบริการ โดยมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ ๘,๘๕๒ ราย แบ่งเป็น วิสาหกิจขนาดย่อม ๘,๗๕๗ ราย คิดเป็นร้อยละ ๙๘.๙๓ และเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง ๕๕ ราย คิดเป็นร้อยละ ๐.๐๗ ประกอบกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่นได้ศึกษาข้อมูลผู้ประกอบการ SMEs จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ กิจกรรมบริการ กิจกรรมค้าปลีก กิจกรรมค้าส่ง กิจกรรมนำเข้า-ส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ประสบปัญหาหลายด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านภาษี ด้านการขอสินเชื่อธนาคาร ด้านการตลาด ด้านอุปสรรคที่เกิดจากกลไกของรัฐ ด้านการจัดการ ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการซื้อสินค้า ด้านเทคโนโลยี และด้านการรวมกลุ่ม และปัญหาที่สำคัญของ SMEs คือ ขาดข้อมูลข่าวสารช่วยในการตัดสินใจ ทำให้การดำเนินธุรกิจเกิดความผิดพลาด และไม่ประสบความสำเร็จ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น, ๒๕๔๓)

จากประเด็นปัญหาดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่น ทั้งนี้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ๑๙ จังหวัด เหมาะกับการลงทุนในทุกด้าน (บิสิเนสไทย, ๒๕๔๖) และเป็นจังหวัดที่ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อให้เป็นประตูของอินโดจีน (East-West corridor) ในการพัฒนาจังหวัดเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเครือข่ายการค้า การลงทุน การบริการ และการคมนาคมขนส่งในภูมิภาคสู่สากล และจังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมด้านสิ่งสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งเป็นที่ตั้งของหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจในระดับภาคและจังหวัดมากกว่า ๒๐๐ แห่ง และเป็นศูนย์กลางธุรกิจ (บิสิเนสไทย, ๒๕๔๖ก) จึงส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจในจังหวัดขอนแก่นมีสภาพคล่อง ในปี พ.ศ. ๒๕๔๗ พบว่า มีโรงงานอุตสาหกรรมขออนุญาตเปิดดำเนินการในพื้นที่มากถึง ๕๗ แห่ง มีทั้งโรงงานขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีเงินลงทุนมากถึง ๓๐๐ กว่าล้านบาท (กรุงเทพธุรกิจ, ๒๕๔๗) และตั้งแต่เดือนมกราคม - พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๔๗ พบว่า มีการจดทะเบียนธุรกิจใหม่มากถึง ๑๙๖ ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ ๗.๗ โดยมีเงินลงทุนมากถึง ๒๓๐ กว่าล้านบาท ซึ่งโดยภาพรวมของเศรษฐกิจจังหวัดขอนแก่นมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ด้าน ทั้งในส่วนของภาคธุรกิจ และอุตสาหกรรม โดยตัวเลขของธนาคาร

แห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระบุว่าในปี ๒๕๕๗ ภาพรวมของเศรษฐกิจ ธุรกิจ และอุตสาหกรรมของจังหวัดขอนแก่นมีการขยายตัวที่ดี และมีผลผลิตเพิ่มขึ้น มีการขยายตัวต่อเนื่อง จังหวัดขอนแก่นจึงเป็นจังหวัดที่นักลงทุนมีความสนใจในการลงทุน(ส่วนวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ๒๕๕๗) ดังนั้นการศึกษาความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่น จึงทำให้ทราบความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ รวมทั้งปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่น และสามารถนำไปจัดทำสารสนเทศให้ตรงกับความต้องการใช้ของผู้ประกอบการ SMEs ได้มากที่สุด และเพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันและการส่งเสริม SMEs ซึ่งจำเป็นต้องใช้สารสนเทศในการดำเนินธุรกิจ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ รวมทั้งปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินการ ขนาดกิจการ ประเภทกิจการ และที่ตั้งกิจการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๔,๑๘๔ ราย ซึ่งจำแนกเป็น ๒ กลุ่มคือ

๑) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง คือ ผู้เป็นเจ้าของสถานประกอบการที่มีเงินทุนจดทะเบียนเกินกว่า ๒๕ ล้านบาทแต่ไม่เกิน ๑๐๐ ล้านบาท จำนวน ๙๕ ราย และประกอบด้วยการผลิต กิจการบริการ และกิจการค้า

๒) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อม คือ ผู้เป็นเจ้าของสถานประกอบการที่มีเงินทุนจดทะเบียนไม่เกิน ๒๕ ล้านบาท จำนวน ๔,๐๘๙ ราย และประกอบด้วยการผลิต กิจการบริการ และกิจการค้า

สำหรับกลุ่มตัวอย่างสุ่มจากประชากรจำนวน ๔,๑๘๙ ราย โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานตามตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (Krejcie & Morgan อ้างถึงใน สำเริง จันทรสวรรณ, ๒๕๔๗) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๓๕๔ ราย ซึ่งมากกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ในตารางที่กำหนดว่าประชากร ๔,๑๘๙ ราย กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำคือ ๓๕๒ ราย ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกประชากรตามประเภทและขนาดกิจการแล้วคำนวณหากลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นด้วยวิธีการเทียบบัญญัติไตรยางค์ (สำเริง จันทรสวรรณ, ๒๕๔๗) และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม โดยวิธีการสุ่มอย่างง่ายตามจำนวนที่กำหนดได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๓๕๔ ราย ดังแสดงในตารางที่ ๑

ตารางที่ ๑ จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ SMEs

ประเภทกิจการ	ประชากร		รวม	กลุ่มตัวอย่าง		รวม
	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม		ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	
กิจการผลิต	๓๒	๖๑๐	๖๔๒	๓	๕๑	๕๔
กิจการบริการ	๒๘	๒,๐๙๓	๒,๑๒๑	๓	๑๗๗	๑๘๐
กิจการค้า	๓๕	๑,๓๙๑	๑,๔๒๖	๓	๑๑๗	๑๒๐
รวม	๙๕	๔,๐๙๔	๔,๑๘๙	๙	๓๔๕	๓๕๔

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และมีการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน ๓๐ ราย เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่น ๐.๙๐๘๐ สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ ๑๕ เมษายน ๒๕๔๘ ถึงวันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๔๘ โดยจัดส่งแบบสอบถามและรับคืนด้วยตนเอง และมีผู้ช่วยวิจัย ๑ คน จำนวนแบบสอบถามที่ส่งไป ๓๕๔ ชุด ได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน ๓๕๔ ชุด คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐.๐ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าไค สแควร์ (Chi Square)

ผลการวิจัย

ผู้ประกอบการ SMEs ที่ตอบแบบสอบถามจำแนกเป็นผู้ประกอบการกิจการขนาดกลาง ร้อยละ ๒.๕ และขนาดย่อม ร้อยละ ๙๗.๕ โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ ๘๖.๗ การดำเนินกิจการมีระยะเวลา ๑๑ ปีขึ้นไปมากที่สุด ร้อยละ ๕๗.๖ และมีที่ตั้งกิจการอยู่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่นมากที่สุด ร้อยละ ๗๒.๔

สำหรับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่น รวมทั้งปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจสามารถสรุปเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ ๒ ความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	ระดับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
๑. ด้านการตลาด	๓.๖๗	๐.๖๑	มาก
๒. ด้านการเงิน	๓.๔๓	๐.๗๗	ปานกลาง
๓. ด้านการบริหารและการจัดการ	๓.๖๑	๐.๗๖	มาก
๔. ด้านเทคโนโลยีการผลิต	๓.๓๔	๑.๐๔	ปานกลาง

จากตารางที่ ๒ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านเนื้อหาเกี่ยวกับการตลาดในระดับมาก ($\bar{X}$ = ๓.๖๗) และด้านเทคโนโลยีการผลิต มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = ๓.๓๔)

สำหรับด้านลักษณะของเนื้อหาผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่นต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจที่มีลักษณะของเนื้อหาเชิงวิเคราะห์ และข้อมูลสถิติ ตัวเลข แผนภูมิประกอบคำบรรยายในระดับมาก ($\bar{X}$ = ๔.๐๖ และ ๓.๕๑ ตามลำดับ) ส่วนลักษณะของเนื้อหาเชิงพรรณนามีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = ๓.๒๐) ดังตารางที่ ๓

ตารางที่ ๓ ความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านลักษณะของเนื้อหา

ด้านเนื้อหา	ระดับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
๑. ข้อมูลสถิติ ตัวเลข แผนภูมิประกอบคำบรรยาย	๓.๕๑	๐.๗๕	มาก
๒. เนื้อหาเชิงวิเคราะห์	๔.๐๖	๐.๗๔	มาก
๓. เนื้อหาเชิงพรรณนา	๓.๒๐	๐.๘๒	ปานกลาง

ตารางที่ ๔ ความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านความทันสมัย

ด้านเนื้อหา	ระดับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
๑. คาดการณ์อนาคต	๔.๑๔	๐.๖๙	มาก
๒. ปัจจุบัน	๔.๔๐	๐.๕๑	มาก
๓. ย้อนหลัง ๑-๓ ปี	๓.๗๓	๐.๖๘	มาก
๔. ย้อนหลัง ๓ ปีขึ้นไป	๒.๔๖	๐.๙๙	น้อย

จากตารางที่ ๔ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่นมีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจที่เป็นปัจจุบันในระดับมาก ($\bar{X} = ๔.๔๐$) และมีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจที่ย้อนหลัง ๓ ปีขึ้นไปในระดับน้อย ($\bar{X} = ๒.๔๖$)

ส่วนรูปแบบของสารสนเทศธุรกิจที่ผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่นต้องการใช้ซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า ผู้ประกอบการต้องการใช้วารสารทางธุรกิจและอุตสาหกรรมในระดับมาก ($\bar{X} = ๓.๙๗$) และต้องการใช้รายงานเปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = ๑.๕๓$) สำหรับรูปแบบสื่อไม่ตีพิมพ์ ผู้ประกอบการมีความต้องการใช้เว็บไซต์หน่วยงานราชการ สถาบัน สมาคมธุรกิจและเอกชนในระดับมาก ($\bar{X} = ๔.๐๓$) ส่วนฐานข้อมูลบรรณานุกรมหนังสือและเอกสารทางธุรกิจมีความต้องการใช้ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = ๑.๑๙$) ดังตารางที่ ๕

ตารางที่ ๕ ความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านรูปแบบ

ด้านเนื้อหา	ระดับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
๑. สื่อสิ่งพิมพ์			
๑.๑ วารสารทางธุรกิจและอุตสาหกรรม	๓.๕๗	๐.๔๗	มาก
๑.๒ หนังสือพิมพ์ทางธุรกิจและอุตสาหกรรม	๓.๕๖	๐.๓๔	มาก
๑.๓ จดหมายข่าว	๑.๖๙	๑.๐๓	น้อย
๑.๔ รายงานการวิจัย	๓.๒๑	๑.๑๖	ปานกลาง
๑.๕ รายงานประจำปี	๓.๕๖	๐.๘๕	มาก
๑.๖ รายงานการประชุมและสัมมนาและเอกสารข้อมูลประกอบอบรมสัมมนา	๓.๕๑	๐.๕๒	มาก
๑.๗ เอกสารข้อมูลงานแสดงสินค้านิทรรศการ รวมทั้งแคตตาล็อก เครื่องมือเครื่องจักร และผลิตภัณฑ์	๓.๗๕	๐.๖๖	มาก
๑.๘ รายงานสรุปสถานการณ์และการดำเนินธุรกิจ	๒.๙๖	๑.๑๓	ปานกลาง
๑.๙ รายงานแนวโน้มการดำเนินธุรกิจ	๑.๙๒	๑.๑๑	น้อย
๑.๑๐ รายงานเปรียบเทียบการดำเนินธุรกิจ	๑.๕๓	๐.๕๕	น้อย
๑.๑๑ รายงานยกเว้นหรือรายงานสถานการณ์ผิดปกติ	๑.๖๔	๑.๐๔	น้อย
๒. สื่อไม่ตีพิมพ์			
๒.๑ วิดีโอเทปการประชุม สัมมนาด้านธุรกิจการค้าและอุตสาหกรรม รวมทั้งงานแสดงสินค้า	๓.๕๗	๐.๙๑	มาก
๒.๒ ซีดีรอม ดีวีดี แผ่นดิสก์ทางธุรกิจและอุตสาหกรรม	๓.๗๒	๐.๗๐	มาก

ด้านเนื้อหา	ระดับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
๒.๓ ข้อมูลแหล่งเงินทุน รายชื่อผู้ส่งออก และนำเข้า	๑.๖๔	๐.๘๙	น้อย
๒.๔ ข้อมูลบรรณานุกรมหนังสือและเอกสารทางธุรกิจ	๑.๑๙	๐.๔๐	น้อยที่สุด
๒.๕ ข้อมูลวารสารทางธุรกิจ	๑.๙๕	๑.๑๙	น้อย
๒.๖ เว็บไซต์หน่วยงานราชการ สถาบัน สมาคมธุรกิจและเอกชน	๔.๐๓	๐.๓๔	มาก
๒.๗ วารสารและหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต	๓.๙๙	๐.๓๖	มาก

สำหรับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านแหล่ง พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการใช้แหล่งสารสนเทศภายในสถานประกอบการในระดับมาก ($X = ๔.๐๖$) และต้องการใช้แหล่งสารสนเทศบุคคลในระดับปานกลาง ($X = ๓.๐๘$) ดังตารางที่ ๖

ตารางที่ ๖ ความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านแหล่ง

ด้านเนื้อหา	ระดับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
๑. แหล่งสารสนเทศภายในสถานประกอบการ	๔.๐๖	๐.๓๐	มาก
๒. แหล่งสารสนเทศหน่วยงาน	๓.๓๖	๐.๗๙	ปานกลาง
๓. แหล่งสารสนเทศบุคคล	๓.๐๘	๐.๘๘	ปานกลาง
๔. แหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน	๓.๖๕	๐.๕๕	มาก

๕๔ บทสั้น กุลวิจิตร

ส่วนปัญหาเกี่ยวกับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ประสบปัญหาจากตัวผู้ประกอบการในระดับมาก ($X = ๓.๘๙$) และประสบปัญหาเกี่ยวกับสารสนเทศในระดับปานกลาง ($X = ๒.๘๙$) ดังตารางที่ ๗

ตารางที่ ๗ ปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจ

ด้านเนื้อหา	ระดับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
๑. ปัญหาเกี่ยวกับสารสนเทศ	๒.๘๙	๐.๗๙	ปานกลาง
๒. ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งสารสนเทศ	๓.๐๕	๐.๘๑	ปานกลาง
๓. ปัญหาเกี่ยวกับผู้ประกอบการ	๓.๘๙	๐.๘๓	ปานกลาง

และจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินการ ประเภทกิจการ ขนาดกิจการ และที่ตั้งกิจการกับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่นมีเพียงประเภทกิจการ ส่วนระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินการ ขนาดกิจการ และที่ตั้งกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังตารางที่ ๘

ตารางที่ ๘ สรุปผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆกับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่น

ตัวแปร	ค่าไค สแควร์	ค่านัยสำคัญทางสถิติ	ความสัมพันธ์
ระดับการศึกษา	๔.๘๗๑	๐.๒๙๐	ไม่มีความสัมพันธ์
ระยะเวลาการดำเนินการ	๐.๐๒๘	๐.๙๘๖	ไม่มีความสัมพันธ์
ขนาดกิจการ	๐.๙๒๒	๐.๘๐๐	ไม่มีความสัมพันธ์
ประเภทกิจการ	๒๖.๖๘๗	๐.๐๐๐*	มีความสัมพันธ์
ที่ตั้งกิจการ	๕.๖๑๖	๐.๐๖๐	ไม่มีความสัมพันธ์

หมายเหตุ * หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ได้ ผู้เขียนจึงนำมาอภิปรายผลได้ ๓ ประเด็น คือ

๑. ความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs

๑.๑ ด้านเนื้อหา

ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านเนื้อหาเกี่ยวกับการตลาดมากที่สุด โดยต้องการใช้สารสนเทศเกี่ยวกับราคาวัตถุดิบ แหล่งวัตถุดิบ ระดับราคาสินค้าอุปโภคและบริโภค สัดส่วนตลาดและคู่แข่ง และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะในปัจจุบันภาวะการแข่งขันทางการตลาดของกิจการเกือบทุกประเภทมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีการเปิดเสรีทางการค้าวิสาหกิจขนาดใหญ่รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าที่ผลิตโดย SMEs มากขึ้น ซึ่งมีผลให้ผู้ประกอบการ SMEs จะต้องมีความรอบคอบในการตัดสินใจ การวางแผนทางการตลาด การตรวจสอบความต้องการของลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และพยายามเลือกกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับสภาพของกิจการ และสิ่งสำคัญคือการตัดสินใจต้องรวดเร็ว ถูกต้องในเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้กิจการสามารถใช้ทรัพยากรต่างๆ ของกิจการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เนื้อหาสารสนเทศด้านการตลาดจึงกลายเป็นส่วนที่ผู้ประกอบการ SMEs ยังให้เหตุผลที่ต้องการใช้สารสนเทศด้านการตลาดมากที่สุดว่านำมาปรับปรุงสินค้าและบริการ ใช้ประกอบการบริหารและจัดการธุรกิจ นำมาช่วยส่งเสริมธุรกิจ ใช้จัดการตลาด และใช้เป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจ

๑.๒ ด้านลักษณะของเนื้อหา

ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านลักษณะของเนื้อหาที่เป็นเนื้อหาเชิงวิเคราะห์มากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะเนื้อหาเชิงวิเคราะห์เป็นเนื้อหาที่ผ่านการวิเคราะห์ทำให้มองเห็นสภาพการณ์และแนวโน้มของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตพร้อมเหตุผลและหลักฐานที่น่าเชื่อถือ (อรรณพ อุบลแย้ม, ๒๕๔๒) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมีความต้องการใช้สารสนเทศที่มีเนื้อหาเชิงวิเคราะห์มากที่สุด เพราะทำให้ผู้ประกอบการทราบแนวโน้มของธุรกิจ มองเห็นภาพรวมของธุรกิจ และผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการดำเนินธุรกิจได้

๑.๓ ด้านความทันสมัย

ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านความทันสมัย ซึ่งต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะในการดำเนินกิจการความ

รอบรู้ทันเหตุการณ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะสถานการณ์ของโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา วิทยาการและเทคโนโลยีมีการพัฒนา ปรับปรุงอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องแข่งขันและใช้ไหวพริบอย่างมาก จึงควรได้รับสารสนเทศที่ทันสมัย และล่าสุด นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังให้เหตุผลที่ต้องการใช้สารสนเทศที่เป็นปัจจุบันมากที่สุดว่านำข้อมูลไปวางแผนธุรกิจ ใช้ดูความเป็นไปได้และการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ นำข้อมูลมาปรับปรุงธุรกิจและหาช่องทางในการปรับปรุงธุรกิจ ใช้การเปลี่ยนแปลงและเปรียบเทียบข้อมูล และดูแนวโน้มและทิศทางของธุรกิจ

๑.๔ ด้านรูปแบบ

ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นวารสารทางธุรกิจและอุตสาหกรรมมากที่สุด ทั้งนี้การที่ผู้ประกอบการต้องการใช้วารสารทางธุรกิจและอุตสาหกรรมมากเพราะข้อมูลมีความทันสมัย ถูกต้องและชัดเจน ข้อมูลมีความหลากหลาย ตรงกับความต้องการ และมีข้อมูลที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตได้ สำหรับสื่อไม่ตีพิมพ์ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการใช้สื่อไม่ตีพิมพ์ที่เป็นเว็บไซต์หน่วยงานราชการ สถาบัน สมาคมธุรกิจและเอกชนมากที่สุด ทั้งนี้การที่ผู้ประกอบการต้องการใช้เว็บไซต์หน่วยงานราชการ สถาบัน สมาคมธุรกิจและเอกชนมาก เพราะสามารถเข้าถึงได้สะดวก ง่าย และรวดเร็ว ข้อมูลมีความทันสมัยและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ข้อมูลมีความน่าสนใจ และตรงกับความต้องการ ประกอบกับในปัจจุบันหน่วยงานทั้งราชการและเอกชน ได้ผลิตสารสนเทศธุรกิจในรูปสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออกมาเป็นจำนวนมาก และมีการเผยแพร่ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้ประกอบการได้รับสารสนเทศธุรกิจที่ทันสมัย และรวดเร็ว เพื่อให้ทันกับการใช้ตัดสินใจทางธุรกิจ

๑.๕ ด้านแหล่ง

ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจด้านแหล่งสารสนเทศหน่วยงานที่เป็นแหล่งสารสนเทศภายในสถานประกอบการมากที่สุด ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการให้เหตุผลว่ามีข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของตนมากที่สุด มีข้อมูลครบถ้วนและถูกต้อง มีข้อมูลที่ตรงกับความต้องการ และมีข้อมูลที่ทันสมัย นอกจากนี้ สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ (๒๕๔๐) กล่าวว่า แหล่งสารสนเทศภายในสถานประกอบการเป็นแหล่งสารสนเทศเบื้องต้นที่เกิดจากการปฏิบัติงานภายในองค์กร โดยการรวบรวมสารสนเทศจากฝ่ายงานต่างๆ ในหน่วยงาน ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างมั่นคง และสามารถกำหนดทิศทางได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งเห็นจุดอ่อนขององค์กรซึ่งจะทำให้องค์กรไม่เสียโอกาสของการเติบโตในระบบธุรกิจ

ส่วนแหล่งสารสนเทศที่เป็นหน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการต้องการใช้สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่นมากที่สุด ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการให้เหตุผลว่ามีข้อมูลที่ต้องการ เป็นหน่วยงานที่เข้าถึงได้ง่าย มีสารสนเทศที่น่าสนใจ และได้รับข้อมูลรวดเร็วและสะดวก นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องการใช้บริการให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะรวมทั้งการตอบปัญหาด้านต่างๆมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่นมีบทบาทและหน้าที่ช่วยแก้ไขปัญหในการประกอบกิจการให้แก่ผู้ประกอบการ (กระทรวงพาณิชย์, ๒๕๔๗)

สำหรับแหล่งสารสนเทศที่เป็นหน่วยงานเอกชนผู้ประกอบการต้องการใช้หอการค้าจังหวัดขอนแก่นมากที่สุด ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการให้เหตุผลที่ว่าได้รับข้อมูลรวดเร็วและสะดวก มีขั้นตอนการรับบริการไม่ยุ่งยาก และมีข้อมูลที่ทันสมัย นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องการใช้บริการให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะรวมทั้งการตอบปัญหาด้านต่างๆ มากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะหอการค้าจังหวัดขอนแก่นมีหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจต่างๆ ในเขตจังหวัดขอนแก่น โดยให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะแก่สมาชิกเกี่ยวกับการค้า อุตสาหกรรม เกษตรกรรม การเงินหรือเศรษฐกิจ และช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจของสมาชิก (หอการค้าจังหวัดขอนแก่น, ๒๕๔๗)

นอกจากนี้แหล่งสารสนเทศบุคคลผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการใช้เพื่อนร่วมงานมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะเป็นบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด และรู้ปัญหาที่เกิดขึ้น สามารถให้ความช่วยเหลือได้ตลอดเวลา และได้พูดคุย ปรึกษา และมีความเป็นกันเอง

ส่วนแหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน ผู้ประกอบการต้องการใช้โทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากเป็นแหล่งที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายนอกจากนี้ผู้ประกอบการให้เหตุผลว่าโทรทัศน์เสนอข่าวสารได้รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ มีความน่าสนใจเนื่องจากเห็นภาพและได้ยินเสียงเหมือนเหตุการณ์จริง และมีข้อมูลที่ตรงความต้องการ

๒. ปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจ

จากการศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่น เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสารสนเทศ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาสารสนเทศที่ได้รับไม่ทันกับการใช้ดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องมาจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันผู้ประกอบการเห็นความสำคัญและมีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจมากขึ้นโดยสารสนเทศที่ต้องการใช้เป็นสารสนเทศที่มีความทันสมัย

เป็นปัจจุบัน ซึ่งให้เห็นว่าหน่วยงานที่ทำหน้าที่ให้บริการสารสนเทศธุรกิจไม่ให้ความสำคัญในการปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย

ด้านแหล่งสารสนเทศ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาแหล่งสารสนเทศไม่มีความต้องการ การให้บริการล่าช้าไม่ทันกับความต้องการ และบรรยากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการเข้าใช้สารสนเทศ ทั้งนี้เป็นเพราะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสารสนเทศธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SMEs ไม่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจ SMEs ในขณะที่รัฐบาลมีนโยบายการพัฒนา SMEs ในการให้ความรู้ รวมทั้งไม่ให้ความสำคัญกับการนำเสนอสารสนเทศต่อผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจ SMEs ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และมีบทบาทอย่างมากทั้งในด้านการจ้างงาน การสร้างผลผลิต การส่งออก และการสร้างรายได้ของประเทศ และทำการประเมินว่าสารสนเทศที่มีให้บริการนั้นสอดคล้องกับความต้องการและเหมาะสมกับการนำไปใช้งานหรือไม่

ด้านผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ประสบปัญหาไม่กล้าเข้าไปใช้และขอรับบริการ ไม่ทราบว่าจะค้นหาสารสนเทศที่ต้องการได้จากแหล่งใด ไม่ทราบวิธีค้นหาสารสนเทศ ค้นหาสารสนเทศที่ต้องการไม่พบ และไม่มีเวลาในการค้นหาสารสนเทศ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้ประกอบการมีภารกิจงานมาก จึงไม่มีเวลาในการค้นหาสารสนเทศ ขาดทักษะในการแสวงหาสารสนเทศ และถึงแม้ว่าในปัจจุบันหน่วยงานที่ให้บริการสารสนเทศธุรกิจได้มีการเผยแพร่สารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงสารสนเทศ และบริการได้โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา และระยะทาง แต่หน่วยงานยังขาดการประชาสัมพันธ์จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่ทราบว่า จะค้นหาสารสนเทศที่ต้องการได้จากแหล่งใด เสียเวลาในการค้นหาสารสนเทศ และไม่ได้สารสนเทศที่ต้องการ

๓. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ ขนาดกิจการ ประเภทกิจการ และที่ตั้งกิจการของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่นกับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีเพียงประเภทกิจการเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ผู้วิจัยประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการศึกษาความต้องการใช้สารสนเทศของ Devadason (๑๙๙๖) ที่กล่าวว่า ประเภทกิจการซึ่งถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับองค์การและสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการ จะ

มีอิทธิพลในการลดหรือกระตุ้นความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจนั้นๆ มากน้อยแตกต่างกันไป โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการผลิตมีความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือ กิจการค้า และการบริการ ตามลำดับ โดยผู้ประกอบการกิจการผลิตประกอบกิจการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากไม้และเฟอร์นิเจอร์ สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมเคมี ยาง และพลาสติก และอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตการเกษตร ซึ่งกิจการผลิตเป็นกิจการที่นำเอาวัตถุดิบ ขึ้นส่วน อะไหล่ และปัจจัยนำเข้าต่างๆ มาผ่านกระบวนการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป และในการผลิตผู้ประกอบการจะต้องทำความเข้าใจอย่างชัดเจนถึงค่าใช้จ่ายหรือราคาของวัตถุดิบซึ่งมีความสำคัญต่อการควบคุมต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะการแข่งขันของกิจการผลิตในปัจจุบัน ชัยยศ สันติวงษ์ (๒๕๕๖), Porter (๑๙๙๘) กล่าวว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมีแนวทาง ๓ แนวทาง คือ การเป็นผู้นำทางด้านการผลิตสินค้าหรือบริการให้มีต้นทุนต่ำที่สุด การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และการสร้างความแตกต่างซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านสินค้าหรือบริการให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ง่าย การสร้างความแตกต่างจะต้องก่อให้เกิดคุณค่าเพิ่มแก่ผู้บริโภคอย่างแท้จริงและเป็นเรื่องการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ สมพงษ์ สวัสดิวัตน์ (๒๕๕๖) ที่กล่าวว่า การคิดค้นนวัตกรรมและพัฒนาสินค้าจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ด้วยเหตุที่ว่าคุณภาพสินค้านั้นจะต้องมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพราะความพึงพอใจของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบการกิจการผลิตจึงต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจเพื่อนำมาผลิตและพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ส่วนระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ ขนาดกิจการ และที่ตั้งกิจการ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความต้องการใช้สารสนเทศของ Devadason (๑๙๙๖), Wilson (๒๐๐๐), Niedzwiedzka (๒๐๐๓) ที่อธิบายถึงความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวผู้ประกอบการ ได้แก่ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ ขนาดกิจการ และที่ตั้งกิจการจะมีอิทธิพลในการลดหรือกระตุ้นความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ ทั้งนี้การที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเนื่องจากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทั้งระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ ขนาดกิจการ และที่ตั้งกิจการส่วนใหญ่ลักษณะคล้ายคลึงกัน (Homogeneous) และสถิติที่ใช้ในการวัดข้อมูล

อาจไม่มีความละเอียดพอทำให้ไม่สามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ได้อย่างละเอียด นอกจากนี้จากการทดสอบความสัมพันธ์ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินกิจการ ขนาดกิจการ และที่ตั้งกิจการ กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs สามารถอธิบายได้ดังนี้

ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อำไพพร เลขะจิระกุล (๒๕๓๕) ที่พบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อการจัดการอุตสาหกรรม ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจปัจจุบันเป็นธุรกิจในยุคเศรษฐกิจบนพื้นฐานแห่งความรู้การดำเนินธุรกิจผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับสารสนเทศและความรู้ และถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในการแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ดนัย เทียนพุฒ, ๒๕๔๐) และจากผลการวิจัยผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ผู้ประกอบการยังมีความจำเป็นต้องแสวงหาความรู้และเพิ่มทักษะให้กับตนเองตลอดเวลาเพื่อเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ การขนส่ง อุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กฎหมาย และการเมือง (Stekel, ๒๐๐๒) ซึ่งในปัจจุบันโอกาสได้เปิดกว้างขึ้นผู้ประกอบการสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้มากขึ้นจากแหล่งสารสนเทศที่หลากหลาย เช่น สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ตลอดจนบริการให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะรวมทั้งการตอบปัญหาด้านต่างๆ บริการฝึกอบรม สัมมนา และประชุมจากหน่วยงานที่ให้บริการสารสนเทศธุรกิจ ซึ่งแหล่งสารสนเทศและบริการสารสนเทศดังกล่าวล้วนก่อให้เกิดความรู้การแลกเปลี่ยนความรู้ และเพิ่มทักษะการประกอบการค้าผู้ประกอบการ SMEs มากขึ้น และมีความสำคัญมาก เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้ที่ได้ไปวางแผนและดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง (สุพรรณ ลิ้มปารณ, ๒๕๔๗)

ส่วนระยะเวลาดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรชาติ บุญสุข (๒๕๔๒) ที่พบว่าระยะเวลากการทำธุรกิจของสมาชิกหอการค้าไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้สารสนเทศ ทั้งนี้เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) ซึ่งเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาท ส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สามารถเผยแพร่ไปทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรืออินเทอร์เน็ต ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจจากเว็บไซต์ของหน่วยงานราชการ เอกชน

และสมาคมทางธุรกิจ และวารสารและหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจบนอินเทอร์เน็ตในระดับมาก ในขณะที่ตัวกันผู้บริโภคก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้น ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจึงต้องปรับเปลี่ยนการจัดการธุรกิจตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไปเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนซึ่งการจัดการธุรกิจในปัจจุบันผู้ประกอบการได้นำสารสนเทศและความรู้ที่เกี่ยวกับผู้บริโภคและเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พร้อมกับนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการออกแบบ การผลิต การซื้อขายสินค้า ฯลฯ และมีการเชื่อมต่อกันด้วยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้การดำเนินธุรกิจในยุคเศรษฐกิจใหม่จะแตกต่างจากการดำเนินธุรกิจในแบบเดิม ผู้ประกอบการต้องนำสารสนเทศธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้การดำเนินธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ในขณะที่ตัวกันผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องลงทุนด้านอาคารสถานที่ ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าโดยตรงจากคลังสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยที่ไม่จำเป็นต้องมาที่ร้านโดยขายบนอินเทอร์เน็ตหรือที่เรียกว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งการประกอบธุรกิจในอินเทอร์เน็ตถือได้ว่าเป็นการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และสามารถแข่งขันในเวทีการค้าระดับโลกได้ (Butcher, ๒๐๐๓)

นอกจากนี้ขนาดกิจการของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ การที่ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปจากแบบเดิมที่เคยประสบความสำเร็จซึ่งมาจากปัจจัยการลงทุนสูง สร้างโรงงานขนาดใหญ่ที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมด้านนั้นๆ และการผูกขาด เป็นต้น การดำเนินธุรกิจแบบเดิมไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ในธุรกิจปัจจุบันซึ่งเป็นยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge Based Economy) เพราะการเปลี่ยนแปลงของสังคมและประชากรที่เป็นผู้บริโภคในปัจจุบันมีความรู้สูงขึ้น สามารถรับข่าวสารได้มากขึ้น มีความต้องการสูงขึ้น และความต้องการมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการต้องอาศัยความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการ สร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ นอกจากนี้เป้าหมายของการดำเนินธุรกิจอยู่ที่ความสำเร็จและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ซึ่งในปัจจุบันความสำเร็จไม่ใช่เป็นความสำเร็จที่มาจากทุนมาก ผู้ประกอบการที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ มากก็มีสิทธิ์ได้ผลตอบแทนสูง การมีทุนโดยไม่มีความรู้และความ

เข้าใจจึงมีความเสี่ยงสูงในการทำธุรกิจปัจจุบันและยากที่จะประสบความสำเร็จ ดังนั้นการที่กิจการจะสำเร็จได้นั้นผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นกิจการขนาดใหญ่ กลาง หรือย่อม จะต้องรู้จักแสวงหาสารสนเทศและความรู้เพื่อปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา (วิโรจน์ พุทธิวิธ, ๒๕๔๗ ; วีระชัย สงคราม, ๒๕๔๘)

และที่ตั้งกิจการของผู้ประกอบการ SMEs พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจจากแหล่งสารสนเทศภายในสถานประกอบการ และแหล่งสารสนเทศสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ในระดับมาก และต้องการใช้สารสนเทศที่มีรูปแบบเป็นเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้บริการสารสนเทศธุรกิจ และวารสารและหนังสือพิมพ์ทางธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นแหล่งและรูปแบบสารสนเทศที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงสารสนเทศได้สะดวก ง่าย และรวดเร็ว ทำให้สารสนเทศที่ได้รับมีความทันสมัยและทันเหตุการณ์ ผู้ประกอบการจึงไม่มีปัญหาเรื่องของระยะทางที่ตั้งของกิจการเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ประกอบการที่มีที่ตั้งของกิจการต่างกัน แต่ความต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

๑.๑ ข้อเสนอแนะในการจัดระบบสารสนเทศภายในของ SMEs

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดขอนแก่น ต้องการใช้สารสนเทศธุรกิจจากแหล่งสารสนเทศภายในสถานประกอบการมาก และผู้ประกอบการประสบปัญหาไม่กล้าเข้าไปใช้และขอรับบริการ ไม่ทราบว่าจะค้นหาสารสนเทศที่ต้องการได้จากแหล่งใด ไม่ทราบวิธีค้นหาสารสนเทศ ค้นหาสารสนเทศที่ต้องการไม่พบ และไม่มีเวลาในการค้นหาสารสนเทศในระดับมาก ซึ่งเป็นผลจากการขาดทักษะในการแสวงหาสารสนเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการ SMEs จึงควรให้ความสำคัญกับการจัดการระบบสารสนเทศภายในหน่วยงาน โดยพัฒนาระบบสารสนเทศของตนเองขึ้น โดยมีเจ้าหน้าที่หรือนักสารสนเทศเพื่อที่จะทำหน้าที่ในการรวบรวมและจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ และสามารถค้นคืนได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมทั้งพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในการนำสารสนเทศจากระบบไปประกอบการตัดสินใจภายในหน่วยงานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปพิจารณาประกอบการวางแผนธุรกิจในอนาคตต่อไป

๑.๒ ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่ให้บริการสารสนเทศธุรกิจแก่ SMEs

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการให้บริการสารสนเทศธุรกิจแก่ผู้ประกอบการSMEs และผู้ประกอบการมีความต้องการใช้ในระดับมาก ได้แก่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ธนาคารเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขาขอนแก่น สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น และสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่นรวมทั้งหอการค้าจังหวัดขอนแก่นและสำนักงานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น หน่วยงานเหล่านี้ควรให้ความสำคัญกับการจัดการสารสนเทศธุรกิจและนำเสนอสารสนเทศธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SMEs โดยจัดทำสารสนเทศธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับราวาคัตตฤติบ แหล่งวัตถุดิบ ระดับราคาสินค้าอุปโภคและบริโภค ลัดส่วนตลาดและคู่แข่ง กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การบริหารการตลาด การบริหารการเงิน และบัญชี การบริหารงานบุคคล การวางแผนภาษีอากร สภาวะเศรษฐกิจไทย แหล่งเงินทุน เงินกู้ สิทธิประโยชน์ด้านการลงทุน สภาวะเศรษฐกิจโลก เทคนิคการผลิตใหม่ๆ และเทคนิคการประหยัดพลังงาน ซึ่งสารสนเทศดังกล่าวเป็นสารสนเทศที่ผู้ประกอบการต้องการใช้ในระดับมาก นอกจากนี้ควรมีการนำเนื้อหาของสารสนเทศที่ยากต่อการเข้าใจมาปรับแต่งใหม่ให้เข้าใจง่ายขึ้น และมีการนำมาประมวลผลก่อนให้บริการ เพื่อให้อยู่ในลักษณะที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น และตรงกับความต้องการใช้ มีการรวบรวมและนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว มีการปรับปรุงและพัฒนาสารสนเทศที่ผลิตให้มีความทันสมัย และมีขั้นตอนหรือวิธีการใช้งานที่ง่ายและสะดวก ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจ SMEs ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และมีบทบาทอย่างมากทั้งในด้านการจ้างงาน การสร้างผลผลิต การส่งออก และการสร้างรายได้ของประเทศ ดังนั้นหน่วยงานเหล่านี้จึงควรให้บริการเชิงรุกมุ่งนำเสนอสารสนเทศและบริการให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs เช่น บริการตอบปัญหาทางธุรกิจทางโทรศัพท์ การบริการสารสนเทศผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น และเน้นให้บริการสารสนเทศด้านการตลาดแก่ผู้ประกอบการมากขึ้น โดยบุคลากรที่ให้บริการควรมีความรอบรู้ในการให้คำปรึกษามีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้สึกที่ดี กล้าที่จะเข้ามาขอใช้บริการ ควรมีการประชาสัมพันธ์บริการสารสนเทศของหน่วยงานต่างๆ ให้ผู้ประกอบการทราบอย่างกว้างขวาง และสม่ำเสมอ เช่น การจัดส่งเอกสารแนะนำหน่วยงานทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จัดหลักสูตรการอบรมสัมมนา การมีเว็บไซต์ของหน่วยงานเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้สะดวก และรวดเร็ว เป็นต้น

นอกจากนี้ควรพัฒนารูปแบบการให้บริการสารสนเทศให้มีความหลากหลายและเหมาะสม เช่น การให้บริการสารสนเทศผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต การให้บริการแบบครบวงจรในลักษณะ One Stop Service คือ การให้คำปรึกษาแนะนำธุรกิจและเป็นศูนย์กลางแนะนำแหล่งสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ SMEs การเป็นตัวแทนติดต่อกับหน่วยงานต่างๆเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการมารับบริการที่ต้องการได้ในแหล่งเดียว เช่น การขอใบอนุญาตต่างๆ การทดสอบผลิตภัณฑ์ และควรจัดให้มีบริการให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ การฝึกอบรม สัมมนา และประชุม และการวิจัยและพัฒนาเพื่อผลิตสินค้าชนิดใหม่หรือขยายธุรกิจ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการใช้ของผู้ประกอบการ นอกจากนี้เมื่อรัฐบาลทราบความต้องการได้รับการสนับสนุนที่แท้จริงแล้ว ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณอย่างเพียงพอให้แก่หน่วยงานที่มีหน้าที่และมีความสามารถเพียงพอที่จะเข้าไปช่วยแก้ไขปัญหา หรือเข้าไปพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการ SMEs เหล่านั้น ทั้งในด้านการพัฒนาบุคลากรและการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาระบบข้อมูลทางธุรกิจ และการผลิตสินค้าหรือบริการให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ

บรรณานุกรม

- กระทรวงพาณิชย์. (๒๕๔๗). **บทบาทของสำนักงานพาณิชย์ในการดำเนินการพัฒนาทางเศรษฐกิจ.** ค้นเมื่อ ๒๗ กรกฎาคม ๒๕๔๗, จาก http://www.moc.go.th/opscenter/kk/datamarket45_4.htm.
- กรุงเทพธุรกิจ. (๒๕๔๗, ๑ กันยายน). ธุรกิจแหล่งทุนขอนแก่นครึ่งปี ๔๗. **กรุงเทพธุรกิจ.** ค้นเมื่อ ๔ พฤศจิกายน ๒๕๔๗, จาก http://www.bangkokbiznews.com/2004/09/01/eco/index.php?news=column_14484109.html
- เครือข่ายเอสเอ็มอีไทย. (๒๕๔๕). **เกี่ยวกับ เอสเอ็มอี ความหมาย และปัญหา : เรื่องที่ SMEs ของไทยควรทำความเข้าใจ.** ค้นเมื่อ ๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๔๖, จาก http://hypershoppingtripod.com/sme_about.html.
- ชัยยศ สันตวงษ์, & นิตยา เจริญประเสริฐ. (๒๕๔๖). **การบริหารระบบสารสนเทศเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพฯ : ประชุมช่าง.
- ดนัย เทียนพุฒ. (๒๕๔๐). **ผู้บริหารธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์.** กรุงเทพฯ : บั๊คแบงค์.

วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ ๒๗ ฉบับที่ ๒ (ธ.ค. ๔๙ - พ.ค. ๕๐) ๖๕

ถาวร และ ธนะเวช ศรีสุขะโต. (๒๕๕๓). **เคล็ดลับการธุรกิจ SMEs : ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์.

บิสิเนสไทย. (๒๕๕๖ก, ๑๕ กุมภาพันธ์). East-West corridor แห่งอินโดจีน. **บิสิเนสไทย**. ค้นเมื่อ ๒ กรกฎาคม ๒๕๕๗, จาก http://www.businessthai.in.th/content.php?data=405173_VIP%20Varieties

บิสิเนสไทย. (๒๕๕๖ข, ๑๔ กุมภาพันธ์). เมืองดอกคูน จะก้าวไปทางไหน. **บิสิเนสไทย**. ค้นเมื่อ ๒ กรกฎาคม ๒๕๕๗, จาก http://www.businessthai.in.th/content.php?data=405154_VIP%20Varieties

ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด. (๒๕๕๔). **เศรษฐกิจใหม่ : ปัจจัยสนับสนุนการเติบโตและการพัฒนาเศรษฐกิจ**. ค้นเมื่อ ๕ มกราคม ๒๕๕๘, จาก http://www.krungsri.com/PDF/ECONOMY/ANALYSIS/July44_02.pdf

มานพ ชีวนานุสร. (๒๕๕๒). **แผนธุรกิจ SMEs**. [กรุงเทพฯ] : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

วรวิทย์ พลชัย. (๒๕๕๘). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทยในโลกที่เปลี่ยนแปลง**. วารสารอุตสาหกรรมสาร, ๔๘(๒), ๕๐-๕๖.

วิโรจน์ พุทธิวิทย์. (๒๕๕๗). **เศรษฐกิจฐานความรู้**. MBA, ๕๘(๕). ค้นเมื่อ ๒๕ มิถุนายน ๒๕๕๘, จาก <http://www.goodmedia.co.th/magz.php?action=column@clumnid=00000271&041&issueid=00020&magzid=2>

วีระชัย สงคราม. (๒๕๕๘). บัญญัติ ๑๖ ประการ สู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ. **วารสารอุตสาหกรรมสาร**, ๔๘(๕), ๕๘-๕๙.

ศิริวรรณ เจริญรัตน์ และคณะ. (๒๕๕๒). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธีระพิมพ์และไซเท็กซ์. ศูนย์ศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (๒๕๕๕). **ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. ค้นเมื่อ ๒๕

สิงหาคม ๒๕๕๕, จาก <http://www.utcc.ac.th/smec/index.html>.

สมพงษ์ สวัสดิ์ศักดิ์. (๒๕๕๖). **เครือข่ายวิสาหกิจทางเลือกและทางรอดของธุรกิจไทย**. **โลกการค้า**, ๔๖(๙), ๓๔-๓๗.

ส่วนวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (๒๕๕๗). **เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจสำคัญจังหวัดขอนแก่น ปี ๒๕๕๕ - ๒๕๕๗**. ขอนแก่น : ส่วนวิชาการ. (ไม่ได้ตีพิมพ์).

สุทินันท์ พรหมสุวรรณ. (๒๕๕๐). การวางแผนกลยุทธ์ในยุค ค.ศ. ๒๐๒๐. **นักบริหาร**, ๑๗(๑),

๖๐-๖๓.

สุพัฒน ลิ้มปารณ. (๒๕๕๗). **ชี้แนวทางสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs**. วารสารอุตสาหกรรมสาร,

๔๗(๑), ๑๒ - ๑๘.

สำนักงานพัฒนาธุรกิจและการค้าจังหวัดขอนแก่น. (๒๕๕๗). **ข้อมูลผู้ประกอบการอุตสาหกรรม**

จังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น. (ไม่ได้ตีพิมพ์).

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น. (๒๕๕๓). **ข้อมูลผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด**

ย่อมจังหวัดขอนแก่น. ขอนแก่น : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (๒๕๕๖). **แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาด**

กลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙). ค้นเมื่อ ๑๕ พฤศจิกายน

๒๕๕๗, จาก <http://www.sme.go.th/DesktopPage.aspx?pid=๓๕&tabid=๒๔๐๖>

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น. (๒๕๕๗). **ข้อมูลผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจังหวัด**

ขอนแก่น. ขอนแก่น : สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดขอนแก่น. (ไม่ได้ตีพิมพ์).

หอการค้าจังหวัดขอนแก่น. (๒๕๕๗). **ประวัติความเป็นมาหอการค้าจังหวัดขอนแก่น**. ค้นเมื่อ ๒๗

กรกฎาคม ๒๕๕๗, จาก <http://www.kkchamber.com>

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (๒๕๕๒). **การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรอนพ อุบลแย้ม. (๒๕๕๒). **ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Blossom, John. (2005). **Business information use in small to medium U.S. businesses**

: 2005 survey. Retrieved July 30, 2005, from http://shore.com/research/current/reports/sci200504smb_toc_sum_order.pdf

Butcher, Helen. (2003). **ความต้องการสารสนเทศของผู้จัดการ**. (ประภาวดี สืบสนธิ์, ผู้แปล)

นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

Devadason, F.J. (1996). **Practical steps for identifying information needs of clients**.

Retrieved December 10, 2004, from <http://www.geocities.com/Athens/5041/infneed.html#frmintv>.

Hodgetts, R.M., & D.E. Kurtho. (1996). **Effective Small Business Management**. New

York : The Dryden Press.

- Kennington, Don. (1991). **The marketing of public-sector business information services**. London : Library Association Publishing.
- Niedzwiedzka, Barbara. (2003). **A proposed general model of information behaviour**. Retrieved February 22, 2005, from <http://informationr.net/ir/9-1/paper164.html>
- Popoola, S.O.. (2000). Scanning the environment for competitive advantage : a study of corporate banking managers in Nigeria [Electronic version]. **Journal of Libraries and Information Services**, 50 (3), 210 - 216.
- Porter, M.E. (1998). **Competitive advantage : Creating and sustaining superior : building your business with customer focused solutions**. New York : Simon and Schuster.
- Stekel, Mike. (2002). **The London Classification of Business Studies : A Classification and Thesaurus for Business Libraries**. London : London Graduate School of Business Studies.
- Wilson, T.D. (2000a). Human information behaviour. **Informing Science**, 3 (2) , 49-55.
- Wilson, T.D. (2000b). Recent trends in user studies : action research and qualitative methode. **Information research**, 5 (3). Retrieved February 2, 2005, from <http://informationr.net/ir/5-3/paper76.html>