

## สารบัญ

ส่วนที่	หน้าที่
<b>ส่วนที่ 1 ยุทธศาสตร์การพัฒนา SMEs ไปสู่ความเป็นเลิศ</b>	1
● วิสัยทัศน์	1
● กรอบแนวคิด	2
● ความหมายและคำนิยาม	3
● ลำดับวิธีการศึกษา	7
● ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ภาคเหนือตอนบน (จากบนลงล่าง)	20
● ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ภาคเหนือตอนบน (จากล่างขึ้นบน)	55
● การประเมินปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน ของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน	61
● การแปลงความได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่ ลงสู่แผนงาน โครงการ	93
<b>ส่วนที่ 2 กรณีศึกษาวิจัยต้นแบบ SMART FOOD</b>	
<b>กลุ่มอาหารจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน</b>	100
● ที่มา	100
● วัตถุประสงค์	101
● คำนิยาม Smart SMEs	102
● กรอบแนวคิด	103
● ข้อสรุปจากการดำเนินกิจกรรม PACA	110
● กรอบแนวคิดการพัฒนา Smart Food	115
● เทคโนโลยีสารสนเทศ คือสิ่งที่จะนำองค์กร ไปสู่ความเป็น Smart Food	126
● การใช้ IT เพื่อสนับสนุนการเป็นองค์กรคุณภาพ	127
● แนวทางการประยุกต์ให้ IT ให้สอดคล้องกับ TQA	129

<b>ส่วนที่ 3 กรณีศึกษาวิจัยต้นแบบ Smart Marketing</b>	
<b>กลุ่มธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่</b>	164
● ที่มาโครงการ	164
● การวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขัน ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยตัวแบบเพชร (Diamond Model)	197
● SPA BUSINESS CONCEPT	201
● แนวโน้มอุตสาหกรรมสปา	202
● ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสปาประสบความสำเร็จ	206
● การตลาดสำหรับธุรกิจสปา	206
● กรอบแนวคิดในการวิจัย	212
<b>ส่วนที่ 4 กรณีศึกษาการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจ     ขององค์กร HOHMAX</b>	219