



## บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เนื้อหาในบทนี้ประกอบด้วย 4 ส่วนหลักคือ (1) อัตราการตอบกลับ (2) ความเบี่ยงเบนจากการไม่ตอบกลับ (Non-response Bias) (3) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (4) รายงานข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา และ (5) ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

### 4.1 อัตราการตอบกลับ

ในตาราง 4.1 แสดงรายละเอียดจำนวนแบบสอบถามที่ส่งทางไปรษณีย์ และจำนวนการตอบกลับ ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งการส่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ครั้ง คือ (1) ช่วงการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการทดสอบเบื้องต้น (Pilot test) จำนวน 100 หน่วย และ (2) ช่วงการส่งแบบสอบถามไปยังหน่วยตัวอย่างที่เหลือในกรอบตัวอย่างจำนวน 623 หน่วย

ในช่วงแรก จากการส่งแบบสอบถามจำนวน 100 หน่วย เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม มีจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับจำนวน 23 หน่วย และมีเพียง 20 หน่วยที่เป็นธุรกิจครอบครัวและทำการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 20 ดังแสดงในตาราง 4.1 และจากการวิเคราะห์ค่าสถิติ Cronbach's alpha แล้วพบว่า สามารถนำแบบสอบถามชุดเดียวกันนี้ใช้กับหน่วยตัวอย่างที่เหลือ และสามารถนำข้อมูลทั้ง 20 ชุดแรกนี้มาใช้ในการวิจัยได้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถามในช่วงแรก

รายละเอียดการส่งแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ส่งแบบสอบถามออกไป	100	100.00
ตอบกลับ และ อยู่ในขอบเขตที่กำหนด	20	20.00
ตอบกลับ แต่ไม่ใช่ตัวอย่างของประชากร	3	3.00
ไม่ตอบกลับ	77	77.00

ด้วยการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามจากการทดสอบเบื้องต้น (Pilot test) ทำให้ทราบว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ ไม่มีความจำเป็นในการแก้ไข จึงได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามในช่วงที่สอง จำนวน 144 หน่วย โดยได้รอการตอบกลับ 4 สัปดาห์ และติดตามทางโทรศัพท์อีก 4 สัปดาห์ แต่พบว่ามี การตอบกลับทั้งสิ้นเพียง 8 หน่วย และอยู่ในขอบเขตที่สนใจเพียง 6 หน่วย เพื่อให้ผลการวิจัยครั้งนี้มีความน่าเชื่อถือ จึงได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามไปยังหน่วยตัวอย่างที่เหลือในกรอบตัวอย่างจำนวน 479 หน่วย โดยสรุปแล้วในคราวที่สองนี้ จึงมีแบบสอบถามทั้งสิ้นที่ถูกส่งไปจำนวน 623 หน่วย และรวมมีแบบสอบถามที่ตอบกลับรวมทั้งสิ้น 78 หน่วย และมีเพียง 61 หน่วยที่เป็นธุรกิจครอบครัว ที่ทำการส่งออก ซึ่งในช่วงที่สองนี้ จากการส่งไปยังหน่วยตัวอย่างจำนวน 623 หน่วย ได้มีรอรับแบบสอบถามตอบกลับทางไปรษณีย์ 4 สัปดาห์ และได้ติดตามแบบสอบถามที่ยังไม่ตอบกลับทางโทรศัพท์ และได้มีการส่งแบบสอบถามอีก 2 ครั้ง และติดตามอีกครั้งละ 4 สัปดาห์ เช่นเดียวกัน ดังนั้นจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับและใช้ได้จำนวน 61 ฉบับ จากการส่ง 623 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 9.79 ที่สามารถนำมาใช้ในการวิจัยได้ ดังแสดงในตาราง 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถามในช่วงที่สอง

รายละเอียดการส่งแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ส่งแบบสอบถามออกไป	623	100.00
<b>ตอบกลับ และ อยู่ในขอบเขตที่กำหนด</b>	<b>61</b>	<b>9.79</b>
ตอบกลับ แต่ไม่ใช่ตัวอย่างของประชากร	17	2.72
ไม่ตอบกลับ	545	87.49

ด้วยการผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม การวิจัยครั้งนี้จึงสามารถรวมแบบสอบถามที่ใช้ได้ทั้งสองช่วง ซึ่งเป็นจำนวนทั้งสิ้น 81 หน่วย จากกรอบตัวอย่าง 723 หน่วย ที่สามารถนำมาใช้ในการวิจัยได้ คิดเป็นร้อยละ 11.20 ของการส่งทั้งหมดดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถามทั้งสองช่วง

รายละเอียดการส่งแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
ส่งแบบสอบถามออกไป	723	100.00
<b>ตอบกลับ และ อยู่ในขอบเขตที่กำหนด</b>	<b>81</b>	<b>11.20</b>
ตอบกลับ แต่ไม่ใช่ตัวอย่างของประชากร	20	2.77
ไม่ตอบกลับ	622	86.03

#### 4.2 ความเบี่ยงเบนจากการไม่ตอบกลับ (Non-response Bias)

ในการวิจัยครั้งนี้ได้มีการทำการเปรียบเทียบค่าของตัวแปรจาก กลุ่มตัวอย่างชุดแรก (N = 20) และชุดที่สอง (N = 61) อันได้แก่ ช่วงอายุของกิจการ ยอดสินทรัพย์ของกิจการ และจำนวนพนักงานประจำในกิจการ โดยใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวนของหลายตัวแปร (Multivariate Analysis of Variance: MANOVA)

จากการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.4 พบว่าไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างตัวแปรที่ทดสอบ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าไม่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่ตอบกลับ และกลุ่มที่ไม่ตอบกลับ และความเบี่ยงเบนจากการไม่ตอบกลับจะไม่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์ความเบี่ยงเบนจากการไม่ตอบกลับ

ตัวแปร	ตอบกลับ		Sig Diff
	ชุดแรก	ชุดที่สอง	
ช่วงอายุกิจการ	1.20	1.89	0.084
ยอดสินทรัพย์ของกิจการ	2.75	4.74	0.483
จำนวนพนักงานประจำ	2.50	4.52	0.306

#### 4.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทั่วไปของหน่วยธุรกิจกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินธุรกิจครบครันและทำการส่งออก ที่ตอบแบบสอบถามกลับ ดังแสดงในตารางที่ 4.5 ถึง ตารางที่ 4.12 โดยพบว่าเป็นมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 55.6 ) เป็นทั้งผู้ผลิตเอง และ ซื้อมาขายไป โดยมีร้อยละ 17.3 ที่เป็นผู้ซื้อมาขายไป และร้อยละ 27.2 ที่เป็นผู้ผลิตเองดังแสดงในตาราง 4.5 สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างค้าอยู่ดังแสดงในตารางที่ 4.6 ส่วนใหญ่ เป็นอัญมณีแท้ และ เครื่องประดับแท้ (ร้อยละ 60.49 เท่ากันทั้งสองชนิด) สินค้าอื่นที่ค้าถัดมาคือ อัญมณีสังเคราะห์ และโลหะมีค่าอื่นที่ไม่ใช่ทองคำ (ร้อยละ 19.75 เท่ากันทั้งสองชนิด) และร้อยละ 12.3 ของกลุ่มตัวอย่างค้าสินค้าเครื่องประดับแฟชั่น (Costume Jewelry) ร้อยละ 6.17 ของกลุ่มตัวอย่างค้าเครื่องประดับเงิน ร้อยละ 2.47 ของกลุ่มตัวอย่างค้าของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่า (Objects covered by valuable metal) และส่วนน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.23) ของกลุ่มตัวอย่างค้าต้นแบบเครื่องประดับ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 85.2) ของกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารต่างประเทศเพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจดังแสดงในตารางที่ 4.12 ซึ่งมีเพียงส่วนน้อยคือ ร้อยละ 14.8 ที่ไม่รับรู้ข่าวสารต่างประเทศ และมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีเครือข่าย

กระจายสินค้าในต่างประเทศ (ร้อยละ 58 ) และร้อยละ 42 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นกิจการที่ไม่มีเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศดังแสดงในตารางที่ 4.11

ยอดสินทรัพย์ของกิจการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังแสดงในตารางที่ 4.8 คือ ต่ำกว่า 20 ล้านบาท (ร้อยละ 47 ) และ มากกว่า 21ล้านบาท (ร้อยละ 53 ) ซึ่งในกลุ่มที่มียอดสินทรัพย์ต่ำกว่า 20 ล้านบาทนี้สามารถแบ่งเป็นสองกลุ่มเท่าๆกันคือต่ำกว่า 11 ล้านบาท และระหว่าง 11-20 ล้านบาท ในส่วนกิจการที่มียอดสินทรัพย์มากกว่า 21 ล้านบาท ประกอบด้วยร้อยละ 12.3 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีสินทรัพย์ระหว่าง 21-30 ล้านบาท ร้อยละ 16.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มียอดสินทรัพย์ระหว่าง 31-40 ล้านบาท ร้อยละ 9.9 ของกลุ่มตัวอย่างที่มียอดสินทรัพย์ระหว่าง 41-50 ล้านบาท และร้อยละ 15.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มียอดสินทรัพย์มากกว่า 50 ล้านบาท

ขนาดของกิจการหากพิจารณาตามจำนวนพนักงานประจำในกิจการ (โดยรวมพนักงานทุกระดับและรวมสมาชิกครอบครัวของเจ้าของกิจการที่ทำงานประจำ) พบว่า ร้อยละ 45.7 ของกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนพนักงาน 11 – 30 คนดังแสดงในตารางที่ 4.9 ถัดมา ร้อยละ 19.8 จะมีพนักงาน 31 –51 คน ร้อยละ 10.0 ของกลุ่มตัวอย่างมีพนักงานน้อยกว่า 11 คน ในสัดส่วนใกล้เคียงกันคือร้อยละ 11.0 ของกลุ่มตัวอย่างมีพนักงานมากกว่า 90 คน ร้อยละ 7.4 ของกลุ่มตัวอย่างมีพนักงาน 51-70 คน และร้อยละ 6.2 มีพนักงาน 71-90 คน

กิจการส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงอายุรุ่นบุกเบิก (ร้อยละ 48.1) และกลุ่มถัดมาอยู่ในช่วงรุ่นลูกของรุ่นบุกเบิก (ร้อยละ 37.0 ) และร้อยละ 14.9 กลุ่มตัวอย่างมีช่วงอายุอยู่ในรุ่นหลานของรุ่นบุกเบิกและมากกว่า ดังแสดงในตารางที่ 4.7 ด้านการสืบทอดกิจการ พบว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว(ร้อยละ 75.3) กลุ่มตัวอย่างได้วางตัวทายาทแล้ว (ร้อยละ 24.7 ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีการวางตัวทายาท)ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.5 แสดงประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นผู้ผลิตเองเพื่อขาย	22	27.2
ซื้อมาขายไป	14	17.3
ทั้งสองอย่าง	45	55.6
รวม	81	100.0

ตารางที่ 4.6 แสดงประเภทสินค้า

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
อัญมณีแท้	49	60.49
เครื่องประดับแท้	49	60.49
อัญมณีสังเคราะห์	16	19.75
เครื่องประดับแฟชั่น (Costume jewelry)	10	12.35
โลหะมีค่าอื่นๆ ที่ไม่ใช่ทองคำ	16	19.75
ของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่า	2	2.47
เครื่องประดับเงิน	5	6.17
ทำต้นแบบเครื่องประดับ	1	1.23

ตารางที่ 4.7 แสดงช่วงอายุกิจการ

ช่วงอายุกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านบุกเบิก	39	48.1
ร้านลูกของร้านบุกเบิก	30	37.0
ร้านหลานของร้านบุกเบิก	8	9.9
มากกว่าร้านหลานของร้านบุกเบิก		
รุ่นที่ 4	1	1.2
ไม่ระบุ	3	3.7
รวม	81	100.0

ตารางที่ 4.8 แสดงยอดสินทรัพย์ของกิจการ

ยอดสินทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 11 ล้านบาท	19	23.5
3 ล้านบาท	1	1.2
5 ล้านบาท	1	1.2
8 ล้านบาท	1	1.2
8.5 ล้านบาท	1	1.2
10 ล้านบาท	2	2.4
ไม่ระบุ	13	16.0
11 – 20 ล้านบาท	19	23.5
21 – 30 ล้านบาท	10	12.3
31 – 40 ล้านบาท	13	16.0

ตารางที่ 4.8 แสดงยอดสินทรัพย์ของกิจการ (ต่อ)

ยอดสินทรัพย์	จำนวน	ร้อยละ
41 – 50 ล้านบาท	8	9.9
มากกว่า 50 ล้านบาท	11	13.6
56 ล้านบาท	1	1.2
80 ล้านบาท	1	1.2
100 ล้านบาท	1	1.2
120 ล้านบาท	1	1.2
150 ล้านบาท	1	1.2
ไม่ระบุ	6	7.2
ไม่ระบุ	1	1.2
รวม	81	100.0

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนพนักงานประจำในกิจการ

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 11 คน	8	9.8
2 คน	1	1.2
3 คน	2	2.4
6 คน	1	1.2
8 คน	2	2.4
9 คน	1	1.2
ไม่ระบุ	1	1.2
11 – 30 คน	37	45.7
31 – 50 คน	16	19.8
51 – 70 คน	6	7.4
71 – 90 คน	5	6.2
มากกว่า 90 คน	8	9.8
160 คน	1	1.2
186 คน	1	1.2
200 คน	1	1.2
220 คน	1	1.2
300 คน	1	1.2
1200 คน	1	1.2
ไม่ระบุ	2	2.4
ไม่ระบุ	1	1.2
รวม	81	100.0

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนกิจการที่มีการวางตัวทายาท

การวางตัวทายาท	จำนวน	ร้อยละ
มีการวางตัวทายาทแล้ว	61	75.3
ไม่มีการวางตัวทายาท	20	24.7
รวม	81	100.0

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนกิจการที่มีเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศ

เครือข่ายในต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
มีเครือข่าย	47	58.0
ไม่มีเครือข่าย	34	42.0
รวม	81	100.0

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนกิจการที่มีการรับรู้ข่าวสารต่างประเทศ

การรับรู้ข่าวสารต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
มีการรับรู้	69	85.2
ไม่มีการรับรู้	12	14.8
รวม	81	100.0

ในด้านผลประกอบการการส่งออกของกลุ่มตัวอย่างดังแสดงในตารางที่ 4.13 และ 4.15 พบว่าในปี 2546 ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง (ร้อยละ 35.8) มียอดส่งออกต่ำกว่า 10 ล้านบาท กลุ่มถัดมาคือร้อยละ 16.0 ของกลุ่มตัวอย่างมียอดส่งออก 11-20 ล้านบาท ร้อยละ 11.1 ของกลุ่มตัวอย่างมียอดส่งออกระหว่าง 21-30 ล้านบาท กลุ่มถัดมาคือร้อยละ 9.9 ของกลุ่มตัวอย่างมียอดส่งออกมากกว่า 100 ล้านบาท และกลุ่มที่น้อยที่สุดคือร้อยละ 2.5 ของกลุ่มตัวอย่างมียอดส่งออก 41-50 ล้านบาทในปี 2546 และพบว่าในปีเดียวกัน สัดส่วนกำไรต่อมูลค่าส่งออกของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 40.7) อยู่ในช่วงร้อยละ 11-15 กลุ่มถัดมาคือร้อยละ 33.3 ของกลุ่มตัวอย่าง มีสัดส่วนกำไรต่อมูลค่าส่งออกของปี 2546 อยู่ที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 กลุ่มถัดมา มีสองกลุ่มจำนวนเท่ากัน คือร้อยละ 8.6 ของกลุ่มตัวอย่าง มีสัดส่วนกำไรต่อมูลค่าส่งออกเท่ากับร้อยละ 16-20 และร้อยละ 26-30 เท่ากันทั้งสองกลุ่ม

จากตารางที่ 4.14 แสดงว่า ค่าเฉลี่ยสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด ของปี 2546 และ 2545 เท่ากับ ร้อยละ 54.73 และ ร้อยละ 52.59 ตามลำดับ (ปี 2546: น้อยสุด = ร้อยละ 6, มากสุด = ร้อยละ 100, SD 34.126 และ ปี 2545: น้อยสุด = ร้อยละ 4, มากสุด = ร้อยละ 100, SD 35.831)

และ ค่าเฉลี่ยอัตราการเติบโตของกำไรจากการส่งของปี 2546 เทียบกับปี 2545 เท่ากับ ร้อยละ 17.80 (น้อยสุด = -ร้อยละ 62, มากสุด = ร้อยละ 197, SD 39.098) เพิ่มจากค่าเฉลี่ยอัตราการเติบโตของกำไรจากการส่งของปี 2545 เทียบกับปี 2544 ซึ่งเท่ากับ 12.36 (น้อยสุด = -ร้อยละ 64, มากสุด = ร้อยละ 90, SD 27.581) ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ค่าเฉลี่ยอัตราการเติบโตของยอดการส่งออกของปี 2546 เทียบกับปี 2545 เท่ากับ ร้อยละ 34.77 (น้อยสุด = -ร้อยละ 20, มากสุด = ร้อยละ 781, SD 107.631) เพิ่มขึ้นจากค่าเฉลี่ยอัตราการเติบโตของยอดการส่งออกของปี 2545 เทียบกับปี 2544 เท่ากับ ร้อยละ 12.79 (น้อยสุด = -ร้อยละ 62, มากสุด = ร้อยละ 92, SD 26.160) ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.13 แสดงยอดส่งออกของปี 2546

ยอดส่งออกของปี 2546	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ล้านบาท		
ไม่ระบุ	1	1.2
1 – 10 ล้านบาท	28	34.6
11 – 20 ล้านบาท	13	16.0
21 – 30 ล้านบาท	9	11.1
31 – 40 ล้านบาท	6	7.4
41 – 50 ล้านบาท	2	2.5
51 – 60 ล้านบาท	5	6.2
61 – 70 ล้านบาท	2	2.5
71 – 80 ล้านบาท	4	4.9
มากกว่า 100 ล้านบาท	8	9.8
110 ล้านบาท	1	1.2
117 ล้านบาท	1	1.2
800 ล้านบาท	1	1.2
ไม่ระบุ	5	6.0
ไม่ระบุ	3	3.7
รวม	81	100.0



ตารางที่ 4.14 แสดงผลประกอบการการส่งออก

	ปี 2546					ปี 2545				
	N	Min	Max	Mean	SD	N	Min	Max	Mean	SD
สัดส่วนยอดการส่งออก ต่อยอดขายทั้งหมด(%)	61	6	100	54.73	34.126	60	4	100	52.59	35.831
อัตราการเติบโตของกำไร จากการส่งออกเมื่อเทียบกับ ปีก่อน(%)	56	-62	197	17.80	39.098	51	-64	90	12.36	27.581
อัตราการเติบโตของยอด ส่งออกเมื่อเทียบกับปี ก่อน (%)	54	-20	781	34.77	107.63	53	-62	92	12.79	26.160

ตารางที่ 4.15 แสดงสัดส่วนกำไรต่อมูลค่าส่งออกของปี 2546  
(กำไรสุทธิก่อนหักภาษี/มูลค่าส่งออก)

สัดส่วนกำไรต่อมูลค่าส่งออก	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า ร้อยละ 10	27	33.3
ร้อยละ 3	2	2.4
ร้อยละ 4	1	1.2
ร้อยละ 5	1	1.2
ร้อยละ 6	1	1.2
ร้อยละ 8	3	3.6
ร้อยละ 9	1	1.2
ร้อยละ 10	1	1.2
ไม่ระบุ	17	21.0
ร้อยละ 11 - 15	33	40.7
ร้อยละ 16 - 20	7	8.6
ร้อยละ 21 - 25	1	1.2
ร้อยละ 26 - 30	7	8.6
ร้อยละ 31 - 35	2	2.5
ร้อยละ 36 - 40	1	1.2
ร้อยละ 46 - 50	1	1.2
ไม่ระบุ	3	3.6
รวม	81	100.0

#### 4.4 รายงานข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา

เนื้อหาในส่วนรายงานข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ คือ (1) ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อตัวแปรอิสระ (Independent variables) จำนวน 7 ตัว ดังนี้คือ การวางแผนที่ดี โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม ผลสัมฤทธิ์ที่เหมาะสม การดำเนินงานที่ดี บุคลากรที่ดี เครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ และการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ และ (2) ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อตัวแปรตาม (Dependent variable) คือผลประกอบการการส่งออก ซึ่ง วัดแบบที่ได้อิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective)

##### 4.4.1 ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อตัวแปรอิสระ

###### 4.4.1.1 การวางแผนที่ดี

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะทางการวางแผนของกิจการ ดังแสดงในตารางที่ 4.16 แต่ละค่าเฉลี่ย (mean) ของระดับความคิดเห็นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นถึงระดับความเห็นด้วยต่อลักษณะทางการบริหารในลักษณะนั้นๆ โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แสดงถึงความแตกต่างระหว่างแต่ละค่าข้อมูลของแต่ละกิจการ ซึ่งการวัดในส่วนนี้ได้แบ่งความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง เห็นด้วยมากที่สุด และได้แสดงแทนด้วยตัวเลข จาก 1 ถึง 5 ดังนั้น หากค่าเฉลี่ย (mean) ของลักษณะทางการวางแผนใดอยู่ที่ 2.5-3.5 จะแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะทางการวางแผนของกิจการในลักษณะนั้นๆ

จากลักษณะทางการวางแผนที่ดีทั้งหมด 14 ลักษณะ โดยรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อการวางแผนที่ดี (mean = 3.14, SD 0.597) โดยพบว่ามี 2 ลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมาก ประกอบด้วย (1)การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ที่กิจการไม่อาจควบคุมได้ อันได้แก่ โอกาส และอุปสรรค เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดว่ามีการปฏิบัติในกิจการ (mean = 3.69, SD 0.976) (2)กิจการมีการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน อันได้แก่ จุดแข็ง และจุดอ่อนของกิจการ (mean = 3.61, SD 1.025)

และมี 11 ลักษณะของการวางแผนที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางคือ (1) มีการกำหนดเป้าหมาย (Goal) เช่น เป้าการส่งออก (mean = 3.48, SD 1.043) (2) มีการทำแผนการสืบทอดกิจการเป็นลายลักษณ์อักษร (mean = 3.39, SD 1.355) (3) มีการตรวจสอบการดำเนินงาน (mean = 3.38, SD 0.919) (4) มีการประเมินผลการดำเนินงาน (mean = 3.38, SD

0.924) (5) ได้ดำเนินตามแผนที่วางไว้ (mean = 3.35, SD 0.843) (6) มีการกำหนดวิสัยทัศน์ (mean = 3.24, SD 0.997) (7) ใช้แผนการตลาดเพื่อการส่งออกเป็นแผนงานหลัก (mean = 3.21, SD 1.110) (8) มีการวางแผนการสืบทอดกิจการในขณะที่เจ้าของกิจการยังมีความสามารถในการบริหารกิจการอยู่ (mean = 3.13, SD 1.118) (9) มีบุคคลนอกครอบครัวเข้าร่วมวางแผนธุรกิจ (mean = 2.76, SD 1.295) (10) การยอมรับการตรวจสอบจากองค์กรภายนอก (mean = 2.51, SD 1.175) และ (11) มีการเขียนแผนทางธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร (mean = 2.51, SD 1.175)

มีเพียงหนึ่งลักษณะของการวางแผนที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยคือ มีการเปิดเผยข้อมูลการเปรียบเทียบผลประกอบการด้านยอดขายกับแผนทางธุรกิจที่ได้วางไว้แก่พนักงาน (mean = 2.34, SD 1.169)

ตารางที่ 4.16 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะทางการวางแผนที่ดี

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะทางการวางแผนที่ดี	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	Mean	SD
มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	3.8	5.0	30.0	41.3	20.0	3.69	0.976
มีการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน	5.0	7.5	26.3	43.8	17.5	3.61	1.025
มีการกำหนดเป้าหมาย	3.8	13.8	30.0	36.3	16.3	3.48	1.043
มีการเขียนแผนสืบทอดเป็นลายลักษณ์อักษร	10.0	18.8	23.8	17.5	30.0	3.39	1.355
มีการตรวจสอบการดำเนินงาน	2.5	15.0	32.5	42.5	7.5	3.38	0.919
มีการประเมินผลการดำเนินงาน	2.5	13.9	35.4	39.2	8.9	3.38	0.924
มีการดำเนินตามแผนที่วาง	2.5	8.8	47.5	33.8	7.5	3.35	0.843
มีการกำหนดวิสัยทัศน์	3.8	20.0	33.8	33.8	8.8	3.24	0.997
แผนการตลาดเพื่อการส่งออกคือแผนหลัก	10.0	13.8	30.0	37.5	8.8	3.21	1.110
มีแผนการสืบทอดกิจการ	11.3	15.0	31.3	35.0	7.5	3.13	1.118
มีบุคคลนอกครอบครัว เข้าร่วมวางแผน	21.3	25.0	18.8	26.3	8.8	2.76	1.295
มียอมรับการตรวจสอบจากองค์กรภายนอก	31.3	22.5	17.5	21.3	7.5	2.51	1.331
มีการเขียนแผนธุรกิจเป็นลายลักษณ์อักษร	25.3	24.1	30.4	15.2	5.1	2.51	1.175
เปิดเผยผลการดำเนินงานแก่พนักงาน	32.5	22.5	26.3	16.3	2.5	2.34	1.169
รวม						3.14	0.597

#### 4.4.1.2 โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะทางโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม ดังแสดงในตารางที่ 4.17 แต่ละค่าเฉลี่ย (mean) ของระดับความคิดเห็นเป็นค่าที่ใช้ให้เห็นถึงระดับความเห็นด้วยต่อลักษณะทางโครงสร้างองค์กรในลักษณะนั้นๆ โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แสดงถึงค่าความแตกต่างระหว่างแต่ละค่าข้อมูลของแต่ละกิจการ ซึ่งการวัดในส่วนนี้ได้แบ่ง

ความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง เห็นด้วยมากที่สุด และได้แสดงแทนด้วยตัวเลข จาก 1 ถึง 5 ดังนั้น หากค่าเฉลี่ย (mean) ของลักษณะทางโครงสร้างองค์กรใดอยู่ที่ 2.5-3.5 จะแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะทางโครงสร้างองค์กรของกิจการในลักษณะนั้นๆ

จากลักษณะทางโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม ทั้งหมด 5 ลักษณะ พบว่าโดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง (mean = 3.21, SD 0.520) โดยพบว่ามีเพียงลักษณะเดียวที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมาก คือ กิจการของกลุ่มตัวอย่างมีส่วนงานที่ดูแลการส่งออก (mean = 3.67, SD 1.120) ที่เหลืออีก 4 ลักษณะกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย (1) แผนกส่งออกได้รับจัดสรรทรัพยากรเชิงปริมาณเพียงพอ อาทิเช่น มีจำนวนพนักงานที่ทำงานในแผนกส่งออกเพียงพอ (mean = 3.33, SD 0.979) (2) แผนกส่งออกได้รับจัดสรรทรัพยากรเชิงคุณภาพเพียงพอ อาทิเช่น พนักงานที่ทำงานในแผนกส่งออกมีความรู้ความสามารถด้านการส่งออกเป็นอย่างดี (mean = 3.32, SD 1.085) (3)ระหว่างสมาชิกภายในครอบครัวของเจ้าของกิจการไม่มีการทำงานที่ทับซ้อน (Overlapping) ของความรับผิดชอบทางด้านการบริหาร (mean = 3.02, SD 1.235) (4)ไม่มีการแบ่งงานที่ทับซ้อน (Non-Overlapping) ในโครงสร้างองค์กร (mean = 2.85, SD 1.038)

ตารางที่ 4.17 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะทางโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะทางโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	Mean	SD
มีแผนกส่งออก	4.3	13.0	18.8	39.1	24.6	3.67	1.120
แผนกส่งออกได้รับทรัพยากรเชิงปริมาณเพียงพอ	2.8	18.1	31.9	37.5	9.7	3.33	0.979
แผนกส่งออกได้รับทรัพยากรเชิงคุณภาพเพียงพอ	6.9	16.7	23.6	43.1	9.7	3.32	1.085
ระหว่างสมาชิกในครอบครัว ไม่มีการทับซ้อนของ	13.6	21.0	27.2	25.9	12.3	3.02	1.235
ความรับผิดชอบในการบริหาร							
ไม่มีการแบ่งงานทับซ้อน (Non-Overlapping)	8.6	29.6	35.8	19.8	6.2	2.85	1.038
รวม						3.21	0.520

#### 4.4.1.3 ผลลัพธ์ที่เหมาะสม

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ดังแสดงในตารางที่ 4.18 แต่ละค่าเฉลี่ย (mean) ของระดับความคิดเห็นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นถึงระดับความเห็นด้วยต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์ในลักษณะนั้นๆ โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แสดงถึงความแตกต่างระหว่างแต่ละค่าข้อมูลของแต่ละกิจการ ซึ่งการวัดในส่วนนี้ได้แบ่งความเห็นด้วย

ออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง เห็นด้วยมากที่สุด และได้แสดงแทนด้วยตัวเลข จาก 1 ถึง 5 ดังนั้น หากค่าเฉลี่ย(mean)ของลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้อยู่ที่ 2.5-3.5 จะแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์ของกิจการในลักษณะนั้นๆ

จากลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ทั้งหมด 5 ลักษณะ พบว่าโดยรวมกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมาก (mean = 3.68, 0.770) โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกับทั้ง 4 ลักษณะ เรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ (1) ผลิตภัณฑ์ของกิจการถูกออกแบบ หรือผ่านการปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ (mean = 3.88, SD 0.967) (2)กิจการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดเสมอ (mean = 3.77, SD 0.939) (3)ลูกค้าของกิจการมักกล่าวว่าผลิตภัณฑ์ของกิจการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (mean = 3.70, SD 1.006) 4)ผลิตภัณฑ์ของกิจการเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ (a family of products) ที่ครอบคลุมทุกความต้องการของตลาด อาทิเช่น แหวน ต่างหู จี้ เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน (mean = 3.54, SD 1.196)

และ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยปานกลางกับลักษณะเดียว ดังนี้คือ กิจการได้ทำการสำรวจความต้องการของตลาดต่างประเทศก่อนออกแบบผลิตภัณฑ์ (mean = 3.49, SD 1.131)

ตารางที่ 4.18 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	Mean	SD
ผลิตภัณฑ์ถูกออกแบบตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ	2.5	7.4	16.0	48.1	25.9	3.88	0.967
มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดเสมอ	1.2	6.2	32.1	35.8	24.7	3.77	0.939
เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง	2.5	7.4	32.1	33.3	24.7	3.70	1.006
เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมความต้องการของตลาด	8.9	8.9	24.1	35.4	22.8	3.54	1.196
มีการสำรวจความต้องการของตลาดต่างประเทศก่อนออกแบบ	6.2	13.6	23.5	38.3	18.5	3.49	1.131
รวม						3.68	0.770

#### 4.4.1.4 การดำเนินงานที่ดี

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของการดำเนินงานที่ดี ดังแสดงในตารางที่ 4.19 แต่ละค่าเฉลี่ย (mean) ของระดับความคิดเห็นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นถึงระดับความเห็นด้วยต่อลักษณะของการดำเนินงานในลักษณะนั้นๆ โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แสดงถึงค่า

ความแตกต่างระหว่างแต่ละค่าข้อมูลของแต่ละกิจการ ซึ่งการวัดในส่วนนี้ได้แบ่งความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง เห็นด้วยมากที่สุด และได้แสดงแทนด้วยตัวเลข จาก 1 ถึง 5 ดังนั้น หากค่าเฉลี่ย(mean)ของลักษณะของการดำเนินงานโดยอยู่ที่ 2.5-3.5 จะแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะของการดำเนินงานในลักษณะนั้นๆ

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของการดำเนินงานที่ดี โดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากต่อการดำเนินงานที่ดี (mean = 3.70, SD 0.639) โดยพบว่า จาก 7 ลักษณะของการดำเนินงานที่ดี มี 6 ลักษณะ ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมาก เรียงตามลำดับได้ดังนี้คือ (1)กิจการมีระบบควบคุมคุณภาพไม่ให้สินค้ามีตำหนิ (mean = 3.96, SD 0.839) (2)กิจการมีการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีศักยภาพ (mean = 3.80, SD 0.822) (3)มีการสื่อสารที่ดีกันที่ทำงานระหว่างสมาชิกครอบครัวที่เป็นเจ้าของธุรกิจ (mean = 3.74, SD 0.838) (4)กิจการใช้ทรัพยากรคุ้มค่าเหมาะสมกับโอกาส (mean = 3.73, SD 0.780) (5)กิจการมีการสะสมความรู้ให้เพิ่มพูนเพื่อให้เกิดพัฒนาการในคุณภาพสินค้า (mean = 3.72, SD 0.891) (6)มีการรับฟังคำชี้แนะจากองค์กรภายนอก ทางด้านการพัฒนาการดำเนินงาน (mean = 3.54, SD 0.927)

มีเพียงลักษณะทางการดำเนินงานลักษณะเดียวที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง คือ การเปิดรับฟังความคิดเห็นใหม่จากลูกค้าที่เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของธุรกิจ (mean = 3.46, SD 0.927)

ตารางที่ 4.19 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของการดำเนินงานที่ดี

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของการดำเนินงานที่ดี	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	Mean	SD
มีระบบควบคุมคุณภาพ	0.0	5.1	21.5	45.6	27.8	3.96	0.839
มีการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีศักยภาพ	1.3	1.3	34.2	43.0	20.3	3.80	0.822
มีการสื่อสารที่ดีระหว่างสมาชิกครอบครัวที่ทำงาน	0.0	7.5	28.8	46.3	17.5	3.74	0.838
ใช้ทรัพยากรคุ้มค่าเหมาะสมกับโอกาส	0.0	5.1	31.6	48.1	15.2	3.73	0.780
มีการสะสมความรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้า	0.0	11.4	22.8	48.1	17.7	3.72	0.891
มีการรับฟังคำชี้แนะจากองค์กรภายนอกด้านการพัฒนาการดำเนินงาน	2.5	10.0	31.3	43.8	12.5	3.54	0.927
มีการรับความคิดเห็นใหม่จากลูกค้าที่ทำงานด้วย	2.5	8.8	42.5	32.5	13.8	3.46	0.927
รวม						3.70	0.639

#### 4.4.1.5 บุคลากรที่ดี

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของบุคลากรที่ดี ดังแสดงในตารางที่ 4.20 แต่ละค่าเฉลี่ย (mean) ของระดับความคิดเห็นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นถึงระดับความเห็นด้วยต่อลักษณะของบุคลากรในลักษณะนั้นๆ โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แสดงถึงค่าความแตกต่างระหว่างแต่ละค่าข้อมูลของแต่ละกิจการ ซึ่งการวัดในสวนนี้ได้แบ่งความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง เห็นด้วยมากที่สุด และได้แสดงแทนด้วยตัวเลข จาก 1 ถึง 5 ดังนั้น หากค่าเฉลี่ย (mean) ของลักษณะของบุคลากรโดยอยู่ที่ 2.5-3.5 จะแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะของบุคลากรในลักษณะนั้นๆ

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของบุคลากรที่ดี ดังแสดงในตารางที่ 4.20 โดยรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะของบุคลากรที่ดี (mean = 3.36, SD 0.412) ซึ่งพบว่า จากลักษณะของบุคลากรที่ดี 13 ลักษณะ มี 7 ลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้คือ (1) ทายาท(ผู้รับสืบทอดกิจการ)ได้ทดลองปฏิบัติงานภายใต้การชี้แนะของผู้ประกอบการ (mean = 4.07, SD 0.814) (2) บุคลากรของกิจการมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งออก (mean = 4.05, SD 0.714) (3) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากว่า ผู้นำ (ผู้มีสิทธิขาดในการบริหารกิจการ)เป็นพนักงานหนัก (mean = 4.05, SD 0.810) (4) ทายาทได้รับการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องกับกิจการ mean = 3.98, SD 0.991) (5) บุคลากรของกิจการทุ่มเทกับการทำงาน (mean = 3.93, SD 0.725) (6) บุคลากรไม่ขัดข้อง หากต้องทำงานล่วงเวลา (mean = 3.86, SD 0.791) (7) ผู้นำเรียนรู้จากการลองผิดลองถูก (mean = 3.60, SD 1.109)

อีก 6 ลักษณะที่เหลือ เป็นลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง เรียงตามลำดับ ดังนี้คือ (1) บุคลากรมีประสบการณ์มากด้านการส่งออก (mean = 3.34, SD 0.904) (2) กิจการมีการสะสมประสบการณ์ องค์ความรู้ด้านการส่งออกอย่างเป็นระบบ (mean = 3.23, SD 0.926) (3) ผู้นำสามารถบริหารการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจากผู้ที่เคยพอใจกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นระบบ (mean = 3.18, SD 0.883) (4) ผู้นำได้รับการศึกษา หรือ ประสบการณ์ที่เฉพาะทางอย่างไร อย่างหนึ่ง ซึ่งอาจจะไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (mean = 3.07, SD 0.919) (5) ผู้นำได้วางโครงสร้างรองรับการดำเนินงานที่มีความซับซ้อนเกินกว่าที่ผู้นำเองจะสามารถทำเองได้ทั้งหมด (mean = 2.98, SD 1.018) (6) กิจการมีการจัดฝึกอบรมความรู้ด้านการส่งออกแก่บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ (mean = 2.79, SD 1.009)

ตารางที่ 4.20 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของบุคลากรที่ดี

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของบุคลากรที่ดี	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	Mean	SD
ทนายทได้เคยทดลองงานภายใต้การชี้แนะ	0.0	3.3	19.7	44.3	32.8	4.07	0.814
บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งออก	0.0	0.0	22.8	49.4	27.8	4.05	0.714
ผู้นำเป็นผู้ทำงานหนัก	0.0	2.5	22.5	42.5	32.5	4.05	0.810
ทนายทได้รับการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้องกับกิจการ	3.3	4.9	14.8	44.3	32.8	3.98	0.991
บุคลากรทุ่มเทกับการทำงาน	0.0	2.5	22.5	55.0	20.0	3.93	0.725
บุคลากรไม่ขัดข้อง หากต้องทำงานล่วงเวลา	0.0	5.0	23.8	51.3	20.0	3.86	0.791
ผู้นำเรียนรู้จากการลงมือลงตุก	3.8	13.8	25.0	33.8	23.8	3.60	1.109
บุคลากรมีประสบการณ์มากด้านการส่งออก	2.5	13.9	38.0	38.0	7.6	3.34	0.904
มีการสะสมความรู้ด้านการส่งออกอย่างเป็นระบบ	2.5	19.8	35.8	35.8	6.2	3.23	0.926
ผู้นำสามารถบริหารการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง	2.5	17.5	46.3	27.5	6.3	3.18	0.883
ผู้นำมีความรู้เฉพาะทาง	3.7	21.0	45.7	23.5	6.2	3.07	0.919
ผู้นำได้วางโครงสร้างรองรับการดำเนินงานที่มีความซับซ้อนเกินกว่าเกินกว่าที่เขาจะสามารถทำได้เองทั้งหมด	7.5	22.5	42.5	20.0	7.5	2.98	1.018
มีการฝึกอบรมด้านการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ	9.9	29.6	35.8	21.0	3.7	2.79	1.009
รวม						3.36	0.412

#### 4.4.1.6 เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ ดังแสดงในตารางที่ 4.21 แต่ค่าเฉลี่ย (mean) ของระดับความคิดเห็นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นถึงระดับความเห็นด้วยต่อลักษณะของเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพในลักษณะนั้นๆ โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แสดงถึงค่าความแตกต่างระหว่างแต่ละค่าข้อมูลของแต่ละกิจการ ซึ่งการวัดในส่วนนี้ได้แบ่งความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง เห็นด้วยมากที่สุด และได้แสดงแทนด้วยตัวเลข จาก 1 ถึง 5 ดังนั้น หากค่าเฉลี่ย (mean) ของลักษณะของเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศโดยอยู่ที่ 2.5-3.5 จะแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะของเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศในลักษณะนั้นๆ

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของเครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ ดังแสดงในตารางที่ 4.21 โดยรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง (mean = 2.68, SD 0.829) ซึ่งพบว่า จาก 6 ลักษณะของเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ พบว่ามี 3 ลักษณะที่กลุ่มตัวอย่าง เห็นด้วยอย่างมาก เรียงตามลำดับดังนี้คือ (1)มีการสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อกิจการและต่อเครือข่าย (mean = 3.77, SD 0.865)



(2)เครือข่ายของกลุ่มตัวอย่างมีความมั่นคง (mean = 3.70, SD 0.998) (3)มีการติดต่อกันระหว่างกิจการและเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ (mean = 3.68, SD 1.002)

และอีก 3 ลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง เรียงตามลำดับดังนี้ (1)กิจการสนับสนุนเครือข่ายด้านในการทำการตลาด (mean = 3.43, SD 1.016) (2)กิจการสนับสนุนเครือข่ายในการกระจายสินค้า (mean = 3.36, SD 1.131) (3)กิจการสนับสนุนเครือข่ายในการบริการลูกค้า (mean = 3.32, SD 1.144)

ตารางที่ 4.21 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะของเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	Mean	SD
สร้างสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย	2.1	2.1	31.9	44.7	19.1	3.77	0.865
เครือข่ายมีความมั่นคง	0.0	12.8	29.8	31.9	25.5	3.70	0.998
มีการติดต่อกันอยู่สม่ำเสมอ	0.0	14.9	25.5	36.2	23.4	3.68	1.002
สนับสนุนเครือข่ายด้านการตลาด	4.3	10.6	38.3	31.9	14.9	3.43	1.016
สนับสนุนเครือข่ายในการกระจายสินค้า	2.1	25.5	25.5	27.7	19.1	3.36	1.131
สนับสนุนเครือข่ายในการบริการลูกค้า	10.6	6.4	38.3	29.8	14.9	3.32	1.144
รวม						2.68	0.829

#### 4.4.1.7 การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ ดังแสดงในตารางที่ 4.22 แต่ละค่าเฉลี่ย (mean) ของระดับความคิดเห็นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นถึงระดับความเห็นด้วยต่อลักษณะการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ในลักษณะนั้นๆ โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แสดงถึงค่าความแตกต่างระหว่างแต่ละค่าข้อมูลของแต่ละกิจการ ซึ่งการวัดในส่วนนี้ได้แบ่งความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึงเห็นด้วยมากที่สุด และได้แสดงแทนด้วยตัวเลข จาก 1 ถึง 5 ดังนั้น หากค่าเฉลี่ย (mean) ของลักษณะของข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศโดยอยู่ที่ 2.5-3.5 จะแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะของการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ในลักษณะนั้นๆ

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้อย่างที่แสดงในตารางที่ 4.22 โดยรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง (mean = 3.27, SD 0.751) ซึ่งพบว่าจาก 10 ลักษณะ มี 7 ลักษณะที่ของกลุ่มตัวอย่าง เห็นด้วยอย่างมาก เรียงตามลำดับ ดังนี้คือ (1)ข้อมูลสินค้าในตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (mean = 4.17, SD 0.839) (2)ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

(mean = 4.06, SD 0.765) (3)ข้อมูลของราคาของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (mean = 3.96, SD 0.800) (4)ข้อมูลของภาวะการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทางธุรกิจ (mean = 3.93, SD 0.846) (5)ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (mean = 3.81, SD 0.896) (6) ขนาดตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้าตลาด (mean = 3.71, SD 1.045) (7)ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (mean = 3.61, SD 1.032)

และอีก 3 ลักษณะของข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง ประกอบด้วย (1)ข้อมูลของโครงสร้างตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกิจการ (mean = 3.49, SD 1.009) (2)กิจการนำข้อมูลทางวัฒนธรรมของตลาดต่างประเทศเข้ามาใช้ประกอบการตัดสินใจ (mean = 3.49, SD 0.901) (3)ข้อมูลการเมืองของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (mean = 3.20, SD 0.994)

ตารางที่ 4.22 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อลักษณะการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	Mean	SD
ข้อมูลสินค้าในตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.0	5.8	10.1	44.9	39.1	4.17	0.839
ข้อมูลเศรษฐกิจของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.0	1.4	21.7	46.4	30.4	4.06	0.765
ข้อมูลราคาของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.0	4.4	20.6	50.0	25.0	3.96	0.800
ข้อมูลภาวะการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.0	5.8	21.7	46.4	26.1	3.93	0.846
ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	0.0	10.1	20.3	47.8	21.7	3.81	0.896
ขนาดตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้า	2.9	8.7	29.0	33.3	26.1	3.71	1.045
ข้อมูลกฎหมายของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	2.9	13.0	23.2	42.0	18.8	3.61	1.032
โครงสร้างตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	1.4	17.4	27.5	37.7	15.9	3.49	1.009
นำข้อมูลทางวัฒนธรรมมาประกอบการตัดสินใจ	1.4	11.6	34.8	40.6	11.6	3.49	0.901
ข้อมูลการเมืองของตลาดต่างประเทศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	4.3	17.4	42.0	26.1	10.1	3.20	0.994
รวม						3.27	0.751

#### 4.4.2 ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อมีตัวแปรตาม

##### 4.4.2.1 ผลประกอบการส่งออก

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลประกอบการส่งออก ดังแสดงในตารางที่ 4.23 แต่ละค่าเฉลี่ย (mean) ของระดับความคิดเห็นเป็นค่าที่ชี้ให้เห็นถึงระดับความเห็นด้วยต่อลักษณะของผลประกอบการส่งออกในลักษณะนั้นๆ โดยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) แสดงถึงค่าความแตกต่างระหว่างแต่ละค่าข้อมูลของแต่ละกิจการ ซึ่งการวัดในส่วนี้ได้แบ่งความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง เห็นด้วยมากที่สุด และได้แสดงแทนด้วยตัวเลขจาก 1 ถึง 5 ดังนั้น หากค่าเฉลี่ย (mean) ของลักษณะของผลประกอบการส่งออกใดอยู่ที่ 2.5-3.5 จะแสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางต่อลักษณะของผลประกอบการส่งออกในลักษณะนั้นๆ

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลประกอบการส่งออกระบุแสดงในตารางที่ 4.23 พบว่า มีผลประกอบการ 3 อย่างที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมาก ประกอบด้วย (1) โดยภาพรวมพอใจกับผลประกอบการการส่งออกของกิจการ (mean = 4.17, SD 0.839) (2) กำไรจากการส่งออก มีมูลค่าตรงกับที่กิจการได้ตั้งเป้าไว้ (mean = 3.93, SD 0.846) (3) ยอดการส่งออกของกิจการนับว่าประสบความสำเร็จ (mean = 3.71, SD 1.045)

และมี ผลประกอบการ 2 อย่างที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลาง คือ (1) สัดส่วนยอดส่งออกต่อยอดขายทั้งหมดอยู่ในระดับที่ตรงความตั้งใจ (mean = 3.49, SD 1.009) (2) อัตราการเติบโตของยอดการส่งออกอยู่ในระดับที่น่าพอใจ (mean = 3.06, SD 0.357)

ตารางที่ 4.23 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลประกอบการส่งออก

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อผลประกอบการส่งออก	เห็นด้วยน้อยที่สุด	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด	Mean	SD
โดยภาพรวมพอใจกับผลการส่งออก	4.9	16.0	38.3	30.9	9.9	4.17	0.839
กำไรจากการส่งออกตรงกับเป้าที่ตั้ง	4.9	18.5	51.9	18.5	6.2	3.93	0.846
ยอดส่งออกนับว่าประสบความสำเร็จ	11.1	21.0	35.8	29.6	2.5	3.71	1.045
สัดส่วนยอดส่งออกต่อยอดขายทั้งหมดตรงความตั้งใจ	7.4	17.3	40.7	28.4	6.2	3.49	1.009
อัตราการเติบโตของยอดการส่งออกน่าพอใจ	4.9	16.0	50.6	24.7	3.7	3.06	0.357

#### 4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

ในการวิจัยนี้ มีตัวแปรอิสระ (Independent variables) ที่ได้จากการรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จำนวน 7 ตัว ดังนี้คือ การวางแผนที่ดี โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม การดำเนินงานที่ดี บุคลากรที่ดี เครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ และการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ และมีตัวแปรตาม (Dependent variable) คือผลประกอบการส่งออก ซึ่งวัดแบบปราศจากอคติ (Objective) และ วัดแบบที่ได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) จาก ยอดการส่งออก สัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด กำไรจากการส่งออก และอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก จึงใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามแต่ละตัว โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ตามผลของตัวแปรตาม และจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อยตามวิธีการวัด ซึ่งคือ (1) การวัดแบบปราศจากอคติ (Objective) และ (2) วัดแบบที่ได้อิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective)

##### 4.5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีตัวแปรตามคือยอดการส่งออก

ตารางที่ 4.24 และ รูปที่ 4.1 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว และตัวแปรตามเพียงตัวเดียวคือ ยอดการส่งออก ที่ได้วัดแบบปราศจากอคติ (Objective) และวัดแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) พบว่า หากทำการวัดยอดการส่งออกแบบปราศจากอคติ (Objective) แล้ว ตัวแปรโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมและยอดการส่งออกมีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

และหากทำการวัดยอดการส่งออกแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) พบว่าตัวแปรการวางแผนที่ดีกับยอดการส่งออก ตัวแปรเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพกับยอดการส่งออก มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และพบว่า ตัวแปรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับยอดการส่งออก ตัวแปร

ด้านบุคลากรที่ดีกับยอดการส่งออก มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

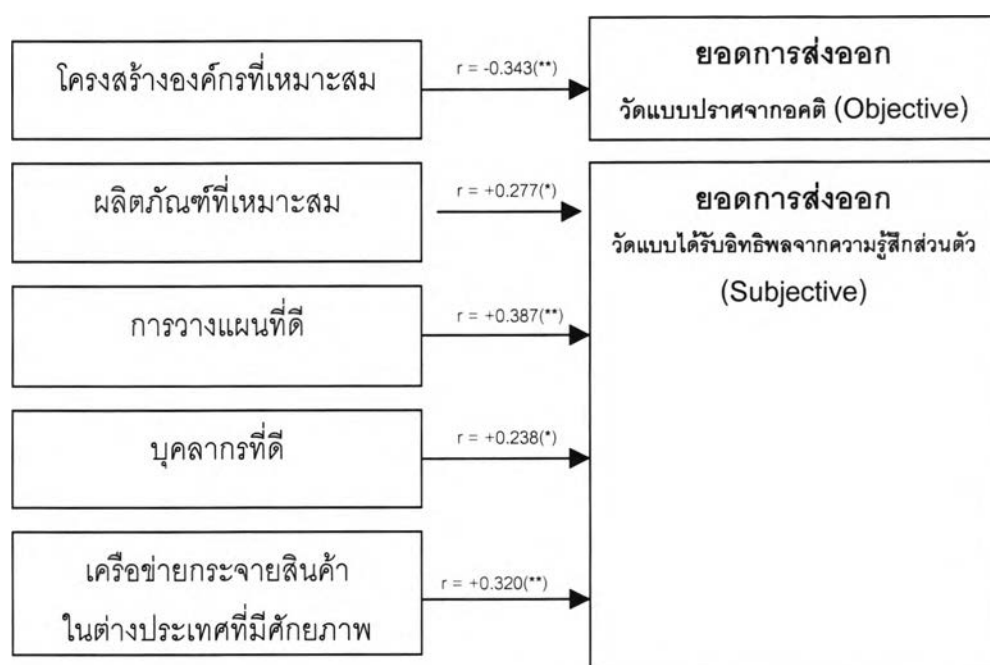
ตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยมียอดการส่งออกเป็นตัวแปรตาม

		ยอดการส่งออก	
		Objective	Subjective
การวางแผนที่ดี	Pearson Correlation	0.014	0.387(**)
	Sig. (2-tailed)	0.903	0.000
	N	80	80
โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	Pearson Correlation	-0.343(**)	-0.014
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.904
	N	81	81
ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	Pearson Correlation	0.086	0.277(*)
	Sig. (2-tailed)	0.448	0.012
	N	81	81
การดำเนินงานที่ดี	Pearson Correlation	0.036	0.196
	Sig. (2-tailed)	0.748	0.082
	N	80	80
บุคลากรที่ดี	Pearson Correlation	0.049	0.238(*)
	Sig. (2-tailed)	0.662	0.032
	N	81	81
เครือข่ายกระจายสินค้าในตปท.ที่มีศักยภาพ	Pearson Correlation	-0.142	0.320(**)
	Sig. (2-tailed)	0.207	0.004
	N	81	81
การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้	Pearson Correlation	0.170	0.187
	Sig. (2-tailed)	0.129	0.095
	N	81	81

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

รูปที่ 4.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และยอดการส่งออก



#### 4.5.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีตัวแปรตามคือสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด

ตารางที่ 4.25 และรูปที่ 4.2 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว และตัวแปรตามเพียงตัวเดียวคือ สัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด ที่ได้วัดแบบปราศจากอคติ (Objective) และวัดแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) พบว่า หากทำการวัดสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมดแบบปราศจากอคติ (Objective) แล้ว ไม่มีตัวแปรอิสระตัวใดมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด

และหากทำการวัดสัดส่วนสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด แบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) พบว่าตัวแปรการวางแผนที่ดีกับสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และพบว่าตัวแปรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด ตัวแปรด้านบุคลากรที่ดีกับสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด ตัวแปรเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพกับสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

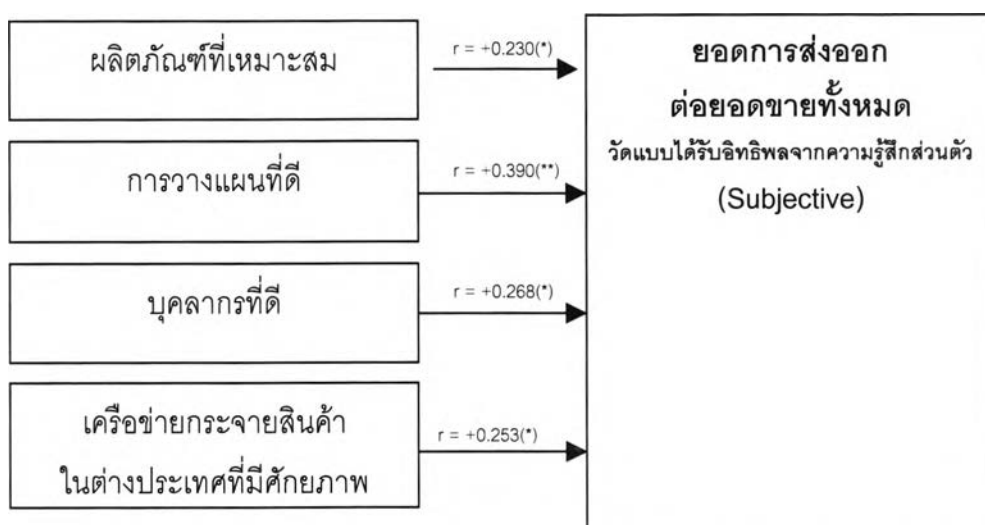
ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยมีสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมดเป็นตัวแปรตาม

		สัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด	
		Objective	Subjective
การวางแผนที่ดี	Pearson Correlation	-0.100	0.390(**)
	Sig. (2-tailed)	0.445	0.000
	N	60	80
โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	Pearson Correlation	0.072	-0.094
	Sig. (2-tailed)	0.580	0.402
	N	61	81
ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	Pearson Correlation	-0.032	0.230(*)
	Sig. (2-tailed)	0.810	0.038
	N	61	81
การดำเนินงานที่ดี	Pearson Correlation	-0.198	0.204
	Sig. (2-tailed)	0.126	0.070
	N	61	80
บุคลากรที่ดี	Pearson Correlation	-0.069	0.268(*)
	Sig. (2-tailed)	0.597	0.016
	N	61	81
เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ	Pearson Correlation	-0.076	0.253(*)
	Sig. (2-tailed)	0.560	0.023
	N	61	81
การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้	Pearson Correlation	-0.043	0.199
	Sig. (2-tailed)	0.739	0.074
	N	61	81

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

รูปที่ 4.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด



#### 4.5.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีตัวแปรตามคือกำไรจากการส่งออก

ตารางที่ 4.26 และ รูปที่ 4.3 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว และตัวแปรตามเพียงตัวเดียวคือ กำไรจากการส่งออก ที่ได้วัดแบบปราศจากอคติ (Objective) และวัดแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) พบว่า หากทำการวัดกำไรจากการส่งออกแบบปราศจากอคติ (Objective) แล้ว ไม่มีตัวแปรอิสระตัวใดที่มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นกับกำไรจากการส่งออก

และหากทำการวัดกำไรจากการส่งออกแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) พบว่าตัวแปรการวางแผนที่ดีกับกำไรจากการส่งออก ตัวแปรเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพกับกำไรจากการส่งออก มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และพบว่าตัวแปรผลิตรถยนต์ที่เหมาะสมกับกำไรจากการส่งออก ตัวแปรด้านบุคลากรที่ดีกับกำไรจากการส่งออก มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

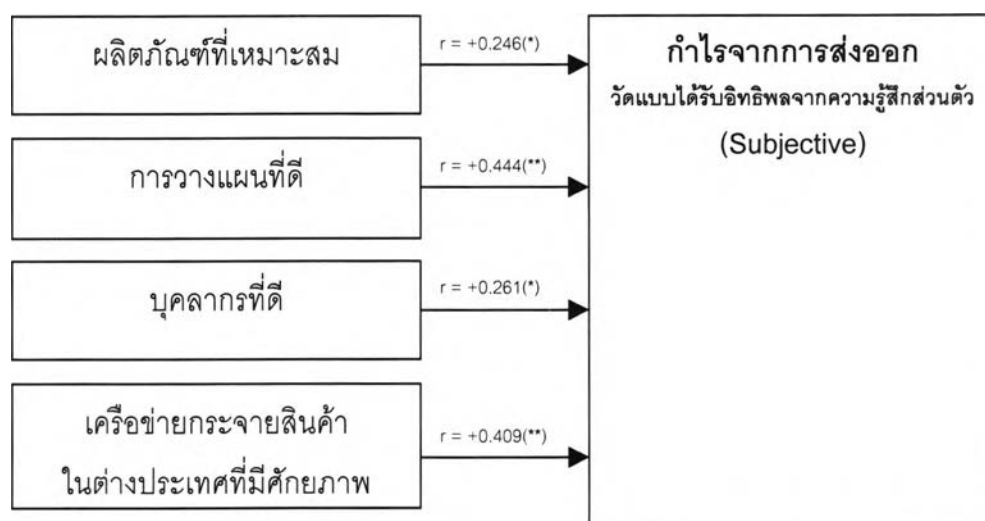
ตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดย  
มีกำไรจากการส่งออกเป็นตัวแปรตาม

		กำไรจากการส่งออก	
		Objective	Subjective
การวางแผนที่ดี	Pearson Correlation	0.097	0.444(**)
	Sig.(2-tailed)	0.482	0.000
	N	55	80
โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	Pearson Correlation	-0.232	0.048
	Sig.(2-tailed)	0.085	0.672
	N	56	81
ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	Pearson Correlation	0.000	0.246(*)
	Sig.(2-tailed)	0.999	0.027
	N	56	81
การดำเนินงานที่ดี	Pearson Correlation	-0.092	0.143
	Sig.(2-tailed)	0.502	0.205
	N	56	80
บุคลากรที่ดี	Pearson Correlation	-0.021	0.261(*)
	Sig.(2-tailed)	0.880	0.018
	N	56	81
เครือข่ายกระจายสินค้าในดปท.ที่มีศักยภาพ	Pearson Correlation	0.080	0.409(**)
	Sig.(2-tailed)	0.559	0.000
	N	56	81
การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้	Pearson Correlation	0.047	0.178
	Sig.(2-tailed)	0.730	0.111
	N	56	81

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

รูปที่ 4.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และกำไรจากการส่งออก





#### 4.5.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีตัวแปรตามคืออัตราการเติบโตของยอดการส่งออก

ตารางที่ 4.27 และ รูปที่ 4.4 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว และตัวแปรตามเพียงตัวเดียวคือ อัตราการเติบโตของยอดการส่งออก ที่ได้วัดแบบปราศจากอคติ (Objective) และวัดแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) พบว่า หากทำการวัดอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก แบบปราศจากอคติ (Objective) แล้ว ตัวแปรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก ที่มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นและทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

และหากทำการวัดอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก แบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) พบว่าตัวแปรเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพกับอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และพบว่า ตัวแปรการวางแผนที่ดีกับอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก ตัวแปรการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้กับอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

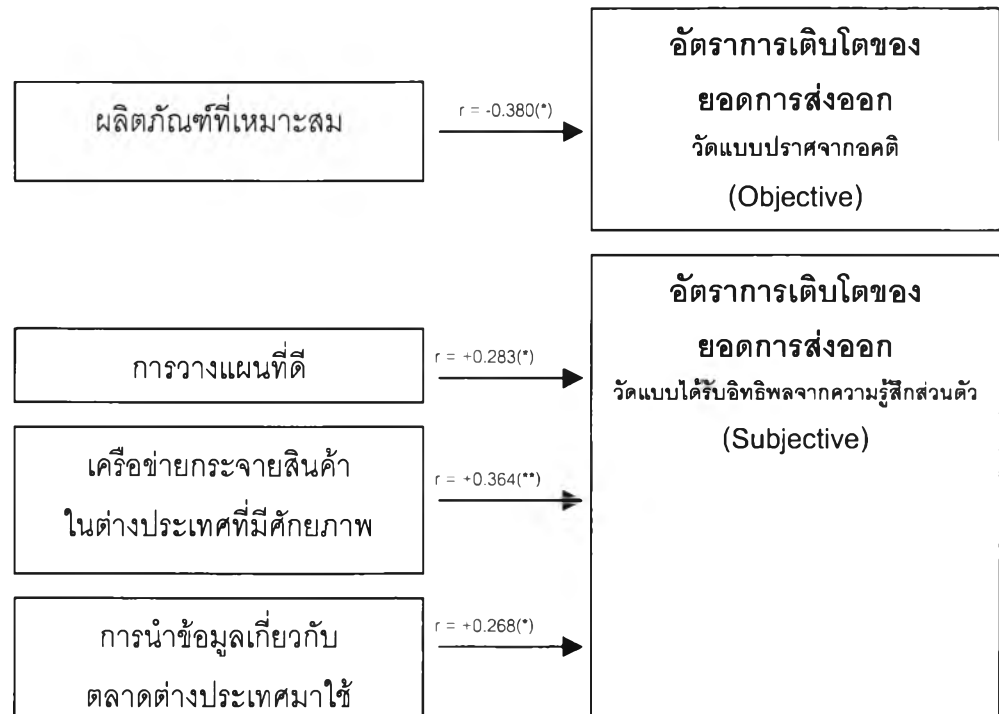
ตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยมีอัตราการเติบโตของยอดการส่งออกเป็นตัวแปรตาม

		อัตราการเติบโตของยอดการส่งออก	
		Objective	Subjective
การวางแผนที่ดี	Pearson Correlation	-0.087	0.283(*)
	Sig.(2-tailed)	0.532	0.011
	N	54	80
โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	Pearson Correlation	-0.040	-0.029
	Sig.(2-tailed)	0.774	0.800
	N	55	81
ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	Pearson Correlation	-0.308(*)	0.129
	Sig.(2-tailed)	0.022	0.253
	N	55	81
การดำเนินงานที่ดี	Pearson Correlation	-0.180	0.208
	Sig.(2-tailed)	0.189	0.064
	N	55	80
บุคลากรที่ดี	Pearson Correlation	-0.131	0.217
	Sig.(2-tailed)	0.339	0.052
	N	55	81
เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ	Pearson Correlation	-0.093	0.364(**)
	Sig.(2-tailed)	0.501	0.001
	N	55	81
การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้	Pearson Correlation	-0.228	0.268(*)
	Sig.(2-tailed)	0.094	0.016
	N	55	81

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

รูปที่ 4.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และอัตราการเติบโตของการส่งออก

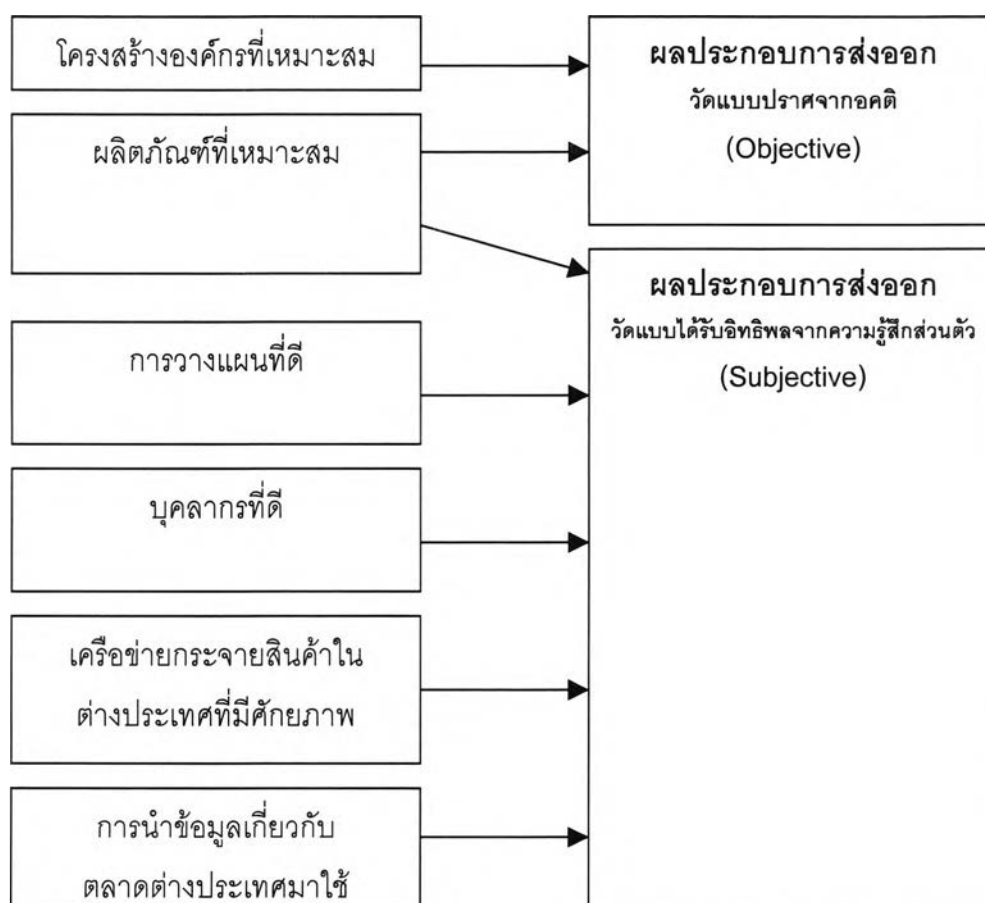


ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานดังแสดงในตารางที่ 4.28 และรูปที่ 4.5 พบว่า ไม่มีสมมติฐานใดที่ได้รับการสนับสนุนจากผลการวิเคราะห์ต่อการวัดค่าตัวแปรตามแบบปราศจากอคติ (Objective) และยังพบว่า สมมติฐานที่ 1(การวางแผนที่ดี) สมมติฐานที่ 3(ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม) สมมติฐานที่ 5(บุคลากรที่ดี) สมมติฐานที่ 6(เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ) และ สมมติฐานที่ 7(การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้) ได้รับการสนับสนุนจากผลการวิเคราะห์ต่อการวัดค่าตัวแปรตามแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) และจะได้สรุปผลการวิจัยและเสนอแนะในบทถัดไป

ตารางที่ 4.28 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	
	แบบปราศจากอคติ (Objective)	แบบได้รับอิทธิพล จากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective)
สมมติฐานที่ 1 การวางแผนที่ดี	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 2 โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	ไม่สนับสนุน	ไม่สนับสนุน
สมมติฐานที่ 3 ผลិតภัณฑ์ที่เหมาะสม	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 4 การดำเนินงานที่ดี	ไม่สนับสนุน	ไม่สนับสนุน
สมมติฐานที่ 5 บุคลากรที่ดี	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 6 เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 7 การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้	ไม่สนับสนุน	สนับสนุน

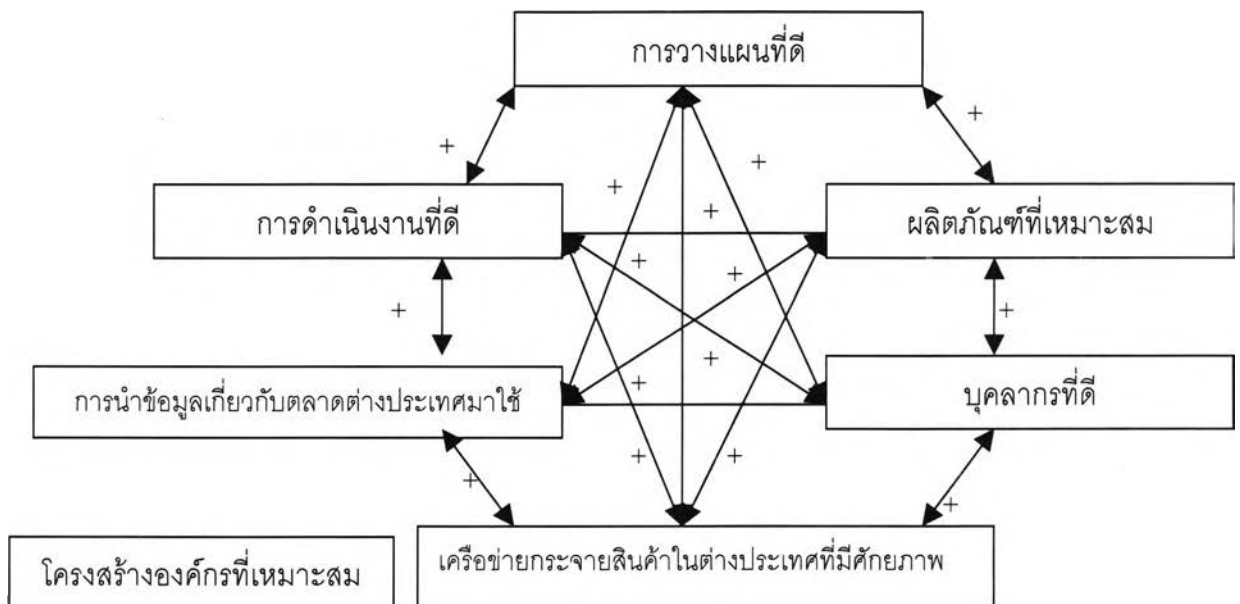
รูปที่ 4.5 แสดงความสัมพันธ์โดยรวมระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม



ด้วยข้อมูลตัวแปรอิสระที่ได้จากการสำรวจ สามารถนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของกันและกันได้ ด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังแสดงในรูปที่ 4.6 และ ตารางที่ 4.29 ซึ่งพบว่า การวางแผนที่ดีกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม การวางแผนที่ดีกับการดำเนินงานที่ดี การวางแผนที่ดีกับบุคลากรที่ดี การวางแผนที่ดีกับเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ การวางแผนที่ดีกับการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการดำเนินงานที่ดี ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับบุคลากรที่ดี ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ การดำเนินงานที่ดีกับบุคลากรที่ดี การดำเนินงานที่ดีกับเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ การดำเนินงานที่ดีกับการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ บุคลากรที่ดีกับเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ บุคลากรที่ดีกับการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพกับการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้นและทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

และพบว่า การวางแผนที่ดีกับโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับการดำเนินงานที่ดี โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับบุคลากรที่ดี โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมกับการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ ไม่มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นกัน

รูปที่ 4.6 แสดงภาพความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกันเอง



ตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร  
อิสระกันเอง

		การวาง แผนที่ดี	โครง สร้าง องค์กรที่ เหมาะสม สม	ผลิต ภัณฑ์ที่ เหมาะสม สม	การ ดำเนิน งาน	บุคลากร ที่เหมาะสม	เครือข่ายที่มี ศักยภาพ	การนำ ข้อมูล ตลาดมา ใช้
การวางแผนที่ดี	Pearson	1	0.047	0.441(**)	0.507(**)	0.344(**)	0.419(**)	0.367(**)
	Sig.(2-tailed)		0.682	0.000	0.000	0.002	0.000	0.001
	N	80	80	80	79	80	80	80
โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	Pearson	0.047	1	0.165	0.137	0.185	0.123	0.129
	Sig.(2-tailed)	0.682		0.140	0.225	0.099	0.276	0.251
	N	80	81	81	80	81	81	81
ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	Pearson	0.441(**)	0.165	1	0.581(**)	0.342(**)	0.287(**)	0.294(**)
	Sig.(2-tailed)	0.000	0.140		0.000	0.002	0.010	0.008
	N	80	81	81	80	81	81	81
การดำเนินงานที่ดี	Pearson	0.507(**)	0.137	0.581(**)	1	0.683(**)	0.381(**)	0.540(**)
	Sig.(2-tailed)	0.000	0.225	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	79	80	80	80	80	80	80
บุคลากรที่ดี	Pearson	0.344(**)	0.185	0.342(**)	0.683(**)	1	0.411(**)	0.571(**)
	Sig.(2-tailed)	0.002	0.099	0.002	0.000		0.000	0.000
	N	80	81	81	80	81	81	81
เครือข่ายกระจายสินค้า ในตปท.ที่มีศักยภาพ	Pearson	0.419(**)	0.123	0.287(**)	0.381(**)	0.411(**)	1	0.411(**)
	Sig.(2-tailed)	0.000	0.276	0.010	0.000	0.000		0.000
	N	80	81	81	80	81	81	81
การนำข้อมูลเกี่ยวกับ ตลาดตปท. มาใช้	Pearson	0.367(**)	0.129	0.294(**)	0.540(**)	0.571(**)	0.411(**)	1
	Sig.(2-tailed)	0.001	0.251	0.008	0.000	0.000	0.000	
	N	80	81	81	80	81	81	81

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ด้วยข้อมูลตัวแปรตามที่ได้จากการสำรวจ สามารถนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของกันและกันได้ ด้วยการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังแสดงในตารางที่ 4.29 ซึ่งพบว่าตัวแปรตามในลักษณะเดียวกันแต่วัดต่างมิติกันไม่มีความสัมพันธ์กัน อันได้แก่ ยอดส่งออกจากการวัดแบบปราศจากอคติ(Objective)กับยอดส่งออกจากการการวัดแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึก(Subjective) สัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมดจากการวัดแบบปราศจากอคติ(Objective)กับสัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมดจากการการวัดแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึก(Subjective) กำไรจากการส่งออกจากการวัดแบบปราศจากอคติ(Objective)กับกำไรจากการส่งออกจากการการวัดแบบได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว(Subjective) อัตราการเติบโตของยอดการส่งออกจากการวัดแบบปราศจาก

อคติ(Objective)กับอัตราการเติบโตของยอดการส่งออกจากการการวัดแบบได้รับอิทธิพลจาก  
ความรู้สึก(Subjective) ไม่มีความสัมพันธ์ในรูปเชิงเส้นกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม  
ต่อตัวมันเอง

<b>ยอดการส่งออก</b>	Pearson Correlation	-0.076
	Sig. (2-tailed)	0.501
	N	81
<b>สัดส่วนยอดส่งออก ต่อยอดขายทั้งหมด</b>	Pearson Correlation	0.162
	Sig. (2-tailed)	0.212
	N	61
<b>กำไรจากการส่งออก</b>	Pearson Correlation	0.092
	Sig. (2-tailed)	0.500
	N	56
<b>อัตราการเติบโตของ ยอดการส่งออก</b>	Pearson Correlation	-0.011
	Sig. (2-tailed)	0.934
	N	55

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).