บทที่ 4

ผลการวิจัย (Results and Findings)

จากการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้กับผู้ประกอบการส่งออกผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 300 บริษัท มีผู้ตอบแบบสอบถามและส่งกลับมาทั้งหมดจำนวน 50 บริษัทซึ่งคิดเป็น 16.66% ของแบบสอบถามที่ส่งออกไป และมีผลจากแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้รับคืนมาดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ตารางที่ 9 ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก

ชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ระบุ	3	6	6	6
	Weaving Fabric	9	18	18	24
	Finishing Fabric	4	8	8	32
	Knitting Fabric	5	10	10	42
	Garment	16	32	32	74
	Home Textile	3	6	6	80
	Fiber	1	2	2	82
	Spun Yarn	2	4	4	86
	Silk	3	6	6	92
	Other	4	8	8	100
	Total	50	100	100	

ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งทอจำแนกตามชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกแบ่งได้เป็น 10 กลุ่มโดยมีกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมี

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 16 รายคิดเป็น 32% ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด รองลงมาคือกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอ 18% กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าถัก 10% กลุ่มผลิตภัณฑ์อื่นนอกจากที่กล่าวมานี้มีอัตราตอบกลับต่ำกว่า 10%

ตารางที่ 10 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 3ปี	3	6	6	6
	3-5 ปี	2	4	4	10
	6-10 ปี	5	10	10	20
	10-15 ปี	17	34	34	54
	มากกว่า 15 ปี	23	46	46	100
	Total	50	100	100	

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีการดำเนินธุรกิจมานานกว่า 15 ปีจำนวน 23 รายคิดเป็น 46% ดำเนินธุรกิจมานาน 10 – 15 ปีจำนวน 17 รายคิดเป็น 34% นอกจากนั้นเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาน้อยกว่า 10ปี

ตารางที่ 11 ประสบการณ์ในการส่งออก

ประสบการณ์ในการส่งออก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 3ปี	7	14	14	14
	3-5 ปี	10	20	20	34
	6-10 ปี	13	26	26	60
	10-15 ปี	11	22	22	82
	มากกว่า 15 ปี	9	18	18	100
	Total	50	100	100	

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการส่งออกเป็นระยะเวลา 6 -10 ปี เป็นจำนวนมากที่สุดคือ 13 รายคิดเป็น 26% ระยะเวลา 10 – 16ปี คิดเป็น 22% ระยะเวลา 3 – 5 ปี คิดเป็น 20% ระยะเวลา 15 ปีขึ้นไปคิดเป็น 18% นอกจากนั้นคือผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการส่งออกน้อยกว่า 3 ปี

ตารางที่ 12 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขาย

สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาเทียบกับยอดขาย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ระบุ	2	4	4	4
	น้อยกว่า 1%	26	52	52	56
	1-2%	8	16	16	72
	2-5%	8	16	16	88
	5-10%	5	10	10	98
	มากกว่า 10%	1	2	2	100
	Total	50	100	100	

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขาย น้อยกว่า 1% จำนวน 26 รายคิดเป็น 52% ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด สัดส่วน 2 - 3% จำนวน 16 รายคิดเป็น 32% สัดส่วน 5 ขึ้นไปจำนวน 6 รายคิดเป็น 12 นอกจากนั้นไม่ระบุสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขาย

ตารางที่ 13 ยอดขายส่งออกในปีที่ผ่านมา

ยอดขายจากการส่งออกในปีที่ผ่านมา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 1ล้านบาท	1	2	2	2
	1-5 ล้าน	6	12	12	14
	5-10 ล้าน	8	16	16	30
	10-50ล้าน	15	30	30	60
	มากกว่า 50 ล้าน	20	40	40	100
	Total	50	100	100	

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมียอดขายในการส่งออกในปีที่ผ่านมามากกว่า 50 ล้านบาทเป็นจำนวนมากที่สุดคือ 20 รายคิดเป็น 40% ของผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมามียอดขายจากการส่งออกระหว่าง10 – 50 ล้านบาทจำนวน 15 รายคิดเป็น 30% ของยอดขาย ที่เหลือมียอดขายต่ำกว่า 10 ล้านบาท

ตารางที่ 14 อัตรากำไรจากการส่งออก

อัตรากำไรจากการส่งออกในปีที่ผ่านมา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ระบุ	2	4	4	4
	น้อยกว่า 2%	5	10	10	14
	3-5%	21	42	42	56
	6-10%	10	20	20	76
	11-15%	6	12	12	88
	มากกว่า 15%	6	12	12	100
	Total	50	100	100	

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีอัตราผลกำไรจากการส่งออกในระหว่าง 3 – 5% จำนวน 21 รายคิดเป็น 42% มีอัตราผลกำไรจากการส่งออกอยู่ระหว่าง 6 – 10% จำนวน 10 รายคิดเป็น 20% มีอัตราผลกำไรระหว่าง 11 – 15% จำนวน 6รายคิดเป็น 12% มีอัตราผลกำไรมากกว่า 15% จำนวน 6 รายคิดเป็น 12% นอกเหนือจากนั้นเป็นผู้ประกอบการที่มีอัตรากำไรน้อยกว่า 2% หรือไม่ระบุเรื่องจำนวนผลกำไรที่ได้รับ

ตารางที่ 15 อัตราการเพิ่มของยอดส่งออก

อัตราการเพิ่มขึ้นของยอดส่งออก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ไม่ระบุ	1	2	2	2
	น้อยกว่า 2%	20	40	40	42
	3-5%	2	4	4	46
	6-10%	13	26	26	72
	11-15%	2	4	4	76
	มากกว่า 15%	12	24	24	100
	Total	50	100	100	

ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นน้อยกว่า 2% มีจำนวน 20 รายคิดเป็น 40% ของผู้ประกอบการทั้งหมด จำนวนผู้ประกอบการที่มีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้น 6 – 10% มีจำนวน13 รายคิดเป็น 26% จำนวนผู้ประกอบการที่มีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นมากกว่า 15% มีจำนวน 12 รายคิดเป็น 24% ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด นอกเหนือจากนั้นเป็นผู้ประกอบการที่มีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้นในอัตราอื่น ๆ

ตารางที่ 16 จำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงานทั้งหมด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 49	7	14	14	14
	50-99	8	16	16	30
	100-499	16	32	32	62
	500-999	8	16	16	78
	มากกว่า 1000	11	22	22	100
	Total	50	100	100	

กิจการที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนพนักงานระหว่าง100 – 499 คนเป็นจำนวนมากที่สุดเป็นจำนวน 16 รายคิดเป็น 32% รองลงมาเป็นกิจการที่มีพนักงานเป็นจำนวนมากกว่า 1000 คนจำนวน 11 รายคิดเป็น 22% นอกจากนั้นเป็นกิจการที่มีจำนวนในระดับอื่น ๆ ลดหลั่นกันลงไป

ตารางที่ 17 จำนวนพนักงานแผนกส่งออก

จำนวนพนักงานแผนกส่งออก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	น้อยกว่า 5	28	56	56	56
	6-10 คน	13	26	26	82
	11-25 คน	6	12	12	94
	26-40 คน	2	4	4	98
	มากกว่า 40	1	2	2	100
	Total	50	100	100	

กิจการที่ตอบแบบสอบถามมีจำนวนพนักงานในแผนกส่งออกเป็นจำนวนน้อยกว่า 5 คนเป็นจำนวน 28 รายคิดเป็น 56% มีจำนวนพนักงาน 6-10 คนเป็นจำนวน 13 รายคิดเป็น 26% นอกจากนั้นเป็นกิจการที่มีพนักงานแผนกส่งออกมากกว่า 10 คน

ส่วนที่สอง ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานเรื่องปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจที่มีผลต่อความสามารถในการส่งออก

จากการวิเคราะห์ Linear Regression ณ ระดับความเชื่อมั่นที่เลือกใช้คือ 95% พบว่าความสามารถในการส่งออกซึ่งเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable)มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ(Independent Variable) ทุกตัว แต่ที่มีนัยสำคัญมีเพียง 4ตัวเรียงตามลำดับความสัมพันธ์จากมากไปหาน้อยได้แก่ ลักษณะของธุรกิจ ความช่วยเหลือกจากภาครัฐ ลักษณะของตลาด และความสามารถของธุรกิจ ซึ่งสามารถดูจากตารางผลการวิเคราะห์ Linear Regression โดยวิธี Stepwise Method ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 Linear Regression Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.72074	0.519472	0.476758	0.805891

a Predictors : (Constant), VAR 00002 ลักษณะเฉพาะของธุรกิจ , VAR 00012 ความช่วยเหลือจากภาครัฐ , VAR 00011 ลักษณะของตลาด , VAR 00003 ความสามารถของธุรกิจ

ตารางที่ 19 ANOVA

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.59427	4	7.898568	12.161735	0.0000009
	Residual	29.22573	45	0.649461		
	Total	60.82	49			

a Predictors: (Constant), VAR00002 ลักษณะเฉพาะของธุรกิจ, VAR00012 ความช่วยเหลือจากภาครัฐ, VAR00011ลักษณะของตลาด, VAR00003 ความสามารถของธุรกิจ

b Dependent Variable: VAR0001 ความสามารถในการส่งออก

จากตารางสามารถอ่านค่าความสัมพันธ์รวม F-Significance ยอมรับได้ ณ ระดับความเชื่อมั่น 100% ตัวแปรอิสระทั้งสี่ชนิดที่ได้รับการยอมรับ (ลักษณะของกิจการ ความช่วยเหลือจากภาครัฐ ลักษณะของตลาด ความสามารถของธุรกิจ) สมการที่ได้มีพลังในการอธิบายค่าความสัมพันธ์ได้ 51.94% ตัวแปรทั้งหมดที่ได้รับการยอมรับนี้สามารถชี้ค่าของตัวแปรตามคือความสามารถในการส่งออกได้ 51.94% โดยประมาณ

ตารางที่ 20 COEFFICIENTS

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00002 ลักษณะเฉพาะของธุรกิจ	0.62479	0.15492	0.47471	4.03300	0.00021
VAR00012 ความช่วยเหลือจากภาครัฐ	-0.45392	0.11979	-0.47631	-3.78942	0.00045
VAR00011 ลักษณะของตลาด	0.41889	0.18286	0.28899	2.29079	0.02671
VAR00003 ความสามารถของธุรกิจ	0.46622	0.22920	0.25209	2.03416	0.04785

a Dependent Variable: VAR0001 ความสามารถในการส่งออก

ตารางที่ 21 EXCLUDED VARIABLES

Excluded Variables

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics Tolerance
VAR00007 ลักษณะของการจัดการ	0.06352	0.35228	0.72631	0.05303	0.33499
VAR00008 ลักษณะของผลิตภัณฑ์	-0.06104	-0.48625	0.62920	-0.07311	0.68930
VAR00009 กลยุทธ์ทางการตลาด	-0.22725	-1.34485	0.18556	-0.19870	0.36739
VAR00010 ลักษณะของอุตสาหกรรม	0.04361	0.29303	0.77088	0.04413	0.49216

a Predictors: (Constant), VAR00002 ลักษณะเฉพาะของธุรกิจ, VAR00012 ความช่วยเหลือจากภาครัฐ, VAR00011ลักษณะของตลาด, VAR00003 ความสามารถของธุรกิจ

b Dependent Variable: VAR0001 ความสามารถในการส่งออก

ค่านัยสำคัญแยกตามแต่ละตัวแปรที่ได้รับการยอมรับจากตารางที่ 19 ค่า T-Significant ของตัวแปรลักษณะเฉพาะของธุรกิจ ความช่วยเหลือจากภาครัฐ ลักษณะของตลาด และความสามารถของธุรกิจ มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสามารถยอมรับได้ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งเป็นระดับนัยสำคัญที่เลือกไว้ในการศึกษาครั้งนี้

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะเฉพาะทางด้านธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะเฉพาะด้านธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00002	0.62479	0.15492	0.47471	4.03300	0.00021*
ลักษณะเฉพาะของธุรกิจ					

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05

	N	Mean	Std. Deviation
จำนวนพนักงาน	50	3.16	1.3303
จำนวนพนักงานในแผนกส่งออก	50	1.7	0.9742
ยอดขาย	50	4.54	0.7879

จากตารางที่ 22 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Multiple Regression พบว่าลักษณะเฉพาะทางด้านธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00021 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้น

กล่าวโดยสรุปคือลักษณะของธุรกิจมีความสำคัญปานกลางจนถึงมากต่อความสามารถในการส่งออก ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือการจำแนกลักษณะของธุรกิจโดยดูจากขนาดของยอดขายของธุรกิจนั้น บริษัทที่มียอดขายขนาดใหญ่ มีจำนวนพนักงานรวมมาก และมีพนักงานที่ปฏิบัติงานในการส่งออกเป็นจำนวนที่มากกว่าจะมีความสามารถในการส่งออกที่ดีกว่า

สมมติฐานที่ 2 ความช่วยเหลือจากภาครัฐมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความช่วยเหลือจากภาครัฐมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00012 ความช่วยเหลือจากภาครัฐ	-0.45392	0.11979	-0.47631	-3.78942	0.00045*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05

	N	Mean	Std. Deviation
ด้านรวบรวมข้อมูลการตลาด	50	2.94	1.2357
ด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย	50	2.94	1.2843
ด้านการเงิน ภาษี เงินสนับสนุน	50	2.9	1.4563

จากตารางที่ 23 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Multiple Regression พบว่าความช่วยเหลือจากภาครัฐมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00045 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้น

ความช่วยเหลือจากภาครัฐ ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญในระดับปานกลางต่อความสามารถในการส่งออก ปัจจัยที่ได้รับการยอมรับว่าจะส่งผลต่อความสามารถในการส่งออกมากที่สุดคือด้านแหล่งเงินทุน มาตรการทางด้านภาษี (เช่น โครงสร้างภาษีที่เท่าเทียมกับประเทศคู่แข่งขันเพื่อให้ต้นทุนผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันได้ในตลาด, ปลอดภาษีขาออก, เก็บภาษีนำเข้าวัตถุดิบในอัตราต่ำ เป็นต้น) และเงินสนับสนุนการส่งออก ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบในอันดับรองลงมาคือการรวบรวมข้อมูลด้านการตลาด และการโฆษณาและส่งเสริมการขาย (เช่น การจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การทำประชาสัมพันธ์ตราสินค้าของประเทศ Thailand Brand เป็นต้น) บริษัทที่ได้รับการสนับสนุนในด้านแหล่งเงินทุน มาตรการทางด้านภาษี และเงินสนับสนุน ได้รับความช่วยเหลือในด้านการรวบรวมข้อมูลด้านการตลาด ได้รับความช่วยเหลือในด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขาย จะมีความสามารถในการส่งออกที่ดีกว่า

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะของตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะของตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00011 ลักษณะของตลาด	0.41889	0.18286	0.28899	2.29079	0.02671*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05

	N	Mean	Std. Deviation
จำนวนข้อกีดกันทางการค้า	50	3.82	1.0437
ระยะทางจากประเทศผู้ผลิตถึงตลาด	50	3.34	0.9897
แรงกดดันจากคู่แข่งในตลาด	50	4.14	1.0500
ระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและขนาด	50	3.6	0.9035
ระดับความคล้ายทางวัฒนธรรม	50	2.96	1.0683

จากตารางที่ 24 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Multiple Regression พบว่าลักษณะของตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.02671 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้น

ลักษณะของตลาดมีความสำคัญมากต่อความสามารถในการส่งออก ปัจจัยมีผลกระทบมากที่สุดคือแรงกดดันของคู่แข่งในตลาด รองลงมาคือจำนวนข้อกีดกันทางการค้า ระดับของการพัฒนาทางเศรษฐกิจและขนาดของตลาด และระยะทางจากประเทศผู้ผลิตถึงตลาด ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบน้อยที่สุดคือระดับความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรม บริษัทที่ได้เปรียบคู่แข่งขันในตลาดสามารถแก้ปัญหาข้อกีดกันทางการค้าให้ลดลงหรือคลี่คลายลงได้ และพึงพอใจต่อขนาดของตลาดของผลิตภัณฑ์จะมีความสามารถในการส่งออกที่ดีกว่า

สมมติฐานที่ 4 ความสามารถของภาคธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสามารถของภาคธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00003 ความสามารถของธุรกิจ	0.46622	0.22920	0.25209	2.03416	0.04785*

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05

	N	Mean	Std. Deviation
การจัดการและวางแผน	50	3.92	0.8999
ความสามารถทางเทคโนโลยี	50	3.54	0.7879
การควบคุมคุณภาพ	50	4.3	0.7354
ทรัพยากรบุคคล	50	3.94	0.9775

จากตารางที่ 25 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Multiple Regression พบว่าลักษณะความสามารถของภาคธุรกิจมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.04785 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ทำให้ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้น

ความสามารถของธุรกิจมีความสำคัญมากที่สุดต่อความสามารถในการส่งออก ปัจจัยที่มีผลมากสุดคือระดับของการควบคุมคุณภาพ รองลงมาคือทรัพยากรบุคคล การจัดการและวางแผน และความสามารถทางเทคโนโลยี บริษัทที่มีระดับการควบคุมคุณภาพที่ดี มีทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ มีการจัดการและการวางแผน ตลอดจนมีความสามารถทางเทคโนโลยีในระดับที่สูงกว่าจะมีความสามารถในการส่งออกที่ดีกว่า

สมมติฐานที่ 5 ลักษณะของการจัดการมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะของการจัดการมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Partial Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00007 ลักษณะของการจัดการ	0.06352		.053	0.35228	0.72631

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 26 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Multiple Regression พบว่าลักษณะของการจัดการมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาโดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.33499 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้น

สมมติฐานที่ 6 ลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Partial Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00008	-0.06104		-.073	-0.48625	0.62920
ลักษณะของผลิตภัณฑ์					

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 27 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Multiple Regression พบว่าลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.62920 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้น

ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อความสามารถในการส่งออก แต่จากการทดสอบค่าทางสถิติพบว่าลักษณะของผลิตภัณฑ์และลักษณะของการจัดการมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงไม่สัมพันธ์กันกับความสามารถในการส่งออกของธุรกิจ อันเนื่องมาจากการที่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานที่ไม่มีความแตกต่าง ตลาดสามารถสั่งซื้อจากแหล่งใดก็ได้ การสั่งซื้อของตลาดสหรัฐอเมริกาในปัจจุบันก็อยู่บนพื้นฐานของการจำกัดจำนวนสั่งซื้อหรือระบบโควต้า คือจะสั่งซื้อจากประเทศที่มีโควต้าเปิดให้เท่านั้น ดังนั้นปัจจัยนี้จึงยังไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับยอดขายในปัจจุบัน แต่หลังจากการเปิดการค้าเสรีสิ่งทอในปี 2548

เป็นต้นไป ระบบโควต้าจะหมดไป ปัจจัยเหล่านี้น่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางตรงกับความสามารถในการส่งออก

สมมติฐานที่ 7 กลยุทธ์ทางด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานกลยุทธ์ทางด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Partial Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00009	-0.22725		-.199	-1.34485	0.18556
กลยุทธ์ทางการตลาด					

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 28 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Multiple Regression พบว่ากลยุทธ์ทางด้านการตลาดมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.18556 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้น

กลยุทธ์การส่งออกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อความสามารถในการส่งออก แต่จากการทดสอบค่าทางสถิติพบว่ากลยุทธ์การส่งออกมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างสอดคล้องกับความสามารถในการส่งออก แต่ยังไม่สามารถยอมรับได้ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% อันเนื่องมาจากการที่อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยส่วนมากยังไม่ได้ทำการตลาดในสหรัฐอเมริกาด้วยตนเอง จะเป็นเพียงผู้ส่งสินค้าไปจำหน่ายในระดับล่างซึ่งไม่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง หรือเป็นผู้รับจ้างผลิตให้แก่สินค้า แบรนด์เนม (Original Equipment Manufacturing) ที่ผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกาจ้างให้ทำการผลิตเป็นส่วนใหญ่ สำหรับผู้ประกอบการไทยที่สร้างตราสินค้าของตนเอง มีการทำการตลาดให้ผลิตภัณฑ์ของตนใน

ต่างประเทศมีเพียง 2รายเท่านั้น คือตราสินค้า Greyhound และ Flynow ผู้ประกอบการส่วนมากยังไม่พร้อมที่จะทำเพราะต้องใช้เงินลงทุนสูงและขาดแคลนผู้ที่มีความทักษะในด้านการตลาดระหว่างประเทศ

สมมติฐานที่ 8 ลักษณะของอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะของอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา .

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Partial Coefficients Beta	t	Sig
(Constant)	-0.01136	0.84998		-0.01336	0.98940
VAR00010	0.04361		.044	0.29303	0.77088
ลักษณะของอุตสาหกรรม					

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 29 ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Multiple Regression พบว่าลักษณะของอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.77088 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 ทำให้ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ข้างต้น

ลักษณะของอุตสาหกรรมเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากต่อความสามารถในการส่งออก แต่จากการทดสอบค่าทางสถิติพบว่าลักษณะของอุตสาหกรรมมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สัมพันธ์กันกับความสามารถในการส่งออกของธุรกิจ อันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกายังเป็นสินค้าระดับตลาดล่างเป็นส่วนใหญ่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกและส่งออกไปเป็นจำนวนมาก ทำให้ปริมาณสินค้าที่ส่งออกก็ใช้จนเต็มจำนวนที่อนุญาตให้มีการนำเข้าไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นแม้อุตสาหกรรมจะเติบโตขึ้น มีเทคโนโลยีที่พัฒนามากขึ้น และมีระดับความสามารถสูงขึ้น แต่ก็จะไม่สามารถส่งผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายยังประเทศสหรัฐอเมริกาได้ถ้าไม่เป็นผู้ส่งออกที่ได้รับโควต้าส่งออกเดิมอยู่แล้ว

แต่หลังจากการเปิดการค้าเสรีสิ่งทอในปี 2548 เป็นต้นไป ระบบโควต้าจะหมดไป ปัจจัยเหล่านี้น่าจะเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางตรงกับความสามารถในการส่งออก

ตารางที่ 30 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการส่งออกของธุรกิจ

	N	Mean	Std. Deviation
ลักษณะของกิจการ	50	3.1333	0.8465
ความสามารถของธุรกิจ	50	3.9250	0.6024
ลักษณะของการจัดการ	50	3.4740	0.6411
ลักษณะของผลิตภัณฑ์	50	3.9033	0.4927
กลยุทธ์การตลาดเพื่อการส่งออก	50	3.4500	0.8850
ลักษณะของอุตสาหกรรม	50	3.6800	1.0145
ลักษณะของตลาด	50	3.5840	0.7686
ความช่วยเหลือด้านการส่งออกจากภาครัฐ	50	2.9467	1.1691
Valid N (listwise)	50		

ปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญมากคือ ลักษณะของกิจการ ความสามารถของธุรกิจ ลักษณะของการจัดการ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาดเพื่อการส่งออก ลักษณะของอุตสาหกรรม ลักษณะของตลาด

ส่วนตัวแปรอิสระเรื่องความช่วยเหลือจากภาครัฐได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญในระดับปานกลาง