

ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของ
ธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

EXPORT PROBLEMS WITH GEMS AND JEWELRY OF
THAILAND'S GEM AND JEWELRY EXPORT BUSINESS

สุชีรา แยมเกตู

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของ
ธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

สุชีรา แยมเกตุ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2555


ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี


หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออก
อัญมณีและเครื่องประดับของไทย
Export Problems with Gems and Jewelry of Thailand's Gem
and Jewelry Export Business

ชื่อ - นามสกุล นางสาวสุชีรา แย้มเกตุ
วิชาเอก ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง, บธ.ม.
ปีการศึกษา 2555

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ชาติรี จันทร โคลิกา, Ph.D.)


..... กรรมการ
(อาจารย์สุภาพร คุปิมาย, วท.ม.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง, บธ.ม.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(รองศาสตราจารย์ชนงกรณ์ คุนชลาบุตร, D.B.A.)

วันที่ 7 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2555

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวสุชีรา แย้มเกตุ
วิชาเอก	ธุรกิจระหว่างประเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง, บธ.ม.
ปีการศึกษา	2555

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตามทะเบียนรายชื่อผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยกรมการส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 290 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และทดสอบแบบจับคู่พหุคูณด้วยวิธี Least Significant Difference

ผลการศึกษาปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ พบว่า ด้านการผลิต ผู้ประกอบการประสบปัญหาด้านวัตถุดิบมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านแรงงาน ด้านเทคโนโลยีและด้านเงินทุน ส่วนด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้ประกอบการประสบปัญหาด้านราคามากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ผู้ประกอบการประสบปัญหา มากที่สุดในเรื่องสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า รองลงมาเป็นปัญหาเกี่ยวกับสถานะการแข่งขันจากคู่แข่งและปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายของประเทศคู่ค้า ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัญหาการส่งออก อัญมณีและเครื่องประดับ

Independent Study Title	Export Problems with Gems and Jewelry of Thailand's Gem and Jewelry Export Business
Name - Surname	Miss Sucheera Yamkate
Major Subject	International Business
Independent Study Advisor	Assistant Professor Supa Tongkong, M.B.A.
Academic Year	2012

ABSTRACT

The purpose of this survey study was to examine the export problems with gems and jewelry of Thailand's gems and jewelry export business. The sample of the study consisted of 290 Thailand's gem and jewelry entrepreneurs taken from Thailand's gems and jewelry exporters directory of Department of Export Promotion, Ministry of Commerce. The data were analyzed through descriptive statistics comprising Percentage, Mean, Standard Deviation as well as inferential statistics consisting of One-way ANOVA, and Least Significant Difference.

The results of the study demonstrated 3 aspects of gems and jewelry export problems, i.e. manufacturing, marketing mix factors, and external business environment. According to the manufacturing aspect, the study indicated that the entrepreneurs had the most significant problem on raw material, next below were the problems on labor force, technology and funds. Regarding the aspect of marketing mix factors, it was found that the entrepreneurs had the most significant problem on the price, next below were distribution, product, and promotion. As regards the external business environment, the study revealed that the entrepreneurs had the most significant problem on the economic situation of the trading partners, next below were the problems of competition with the trade competitors including politics and laws of the trade partners' countries respectively.

Keywords: export problems, gems and jewelry

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ชาติรี จันทรโคติกา ประธานกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภา ทองคง อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์สุภาพร คูพิมาย กรรมการ ที่ได้สละเวลาในการให้คำแนะนำ และ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด

ขอขอบพระคุณ ผู้จัดการสถานประกอบการธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ และในสาขาธุรกิจระหว่างประเทศ สาขาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ และสาขาบัญชี สำหรับการเรียบเรียง และให้แนวคิดทางสถิติในการค้นคว้าอิสระ ส่งผลให้งานค้นคว้าอิสระเล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ ในการทำงานค้นคว้าอิสระ ขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัว ที่เป็นแรงบันดาลใจให้ศึกษาต่อระดับปริญญาโท คอยเป็นกำลังใจเมื่อท้อแท้และเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในครั้งนี้

คุณค่าและประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้ศึกษาขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณ และผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือทุกท่าน หากงานค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว

สุชีรา เข้มเกตุ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่	
1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 สมมติฐานของการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย	5
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎีการผลิต	9
2.2 ส่วนประสมทางการตลาด	12
2.3 แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมภายนอก	16
2.4 แนวคิดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม	17
2.5 ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก	19
2.6 ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย	32
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
3 วิธีดำเนินการวิจัย	48
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	48
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	50

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	50
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
4.2 ผลการวิเคราะห์	53
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	151
5.1 สรุปผลการวิจัย	152
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	155
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	156
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต	157
บรรณานุกรม	158
ภาคผนวก	160
ภาคผนวก ก จดหมายขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม	161
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	164
ภาคผนวก ค ตารางแสดงผลทดสอบด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)	171
ประวัติผู้เขียน	224

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ตารางมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ปี พ.ศ. 2551 – 2554	1
2.1 ตารางแสดงอัญมณีที่ได้รับความนิยม	33
2.2 ตารางโครงสร้างต้นทุนอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทย	42
2.3 ตารางการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปตลาดโลก	44
4.1 แสดงจำนวนและคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่ม ผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงาน	53
4.2 แสดงจำนวนและคำร้อยละของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่ม ผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จำแนกตาม ทุนจดทะเบียนของบริษัท สิ้นทรัพย์รวม ยอดขายโดยรวมปีที่ผ่านมา จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินงาน	55
4.3 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาในการส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ด้านเงินทุน ด้านเทคโนโลยีในการผลิต	57
4.4 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาในการส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด	60
4.5 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาในการส่งออกอัญมณี และเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ด้านภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านการเมืองและกฎหมายของประเทศคู่ค้า ด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่ง	62
4.6 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียน ของบริษัท	64
4.7 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียน ของบริษัท	65

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	67
4.9 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	68
4.10 การเปรียบเทียบปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	70
4.11 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	72
4.12 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	74
4.13 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	75
4.14 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	77
4.15 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	79
4.16 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท	80
4.17 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท	82
4.18 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท	84
4.19 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท	85
4.20 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 การเปรียบเทียบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท.....	87
4.22 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท.....	90
4.23 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาด ธุรกิจจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท.....	92
4.24 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตาม ขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท.....	93
4.25 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท.....	95
4.26 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอก ธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท.....	97
4.27 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตาม ขนาดธุรกิจจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท.....	98
4.28 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดย รวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	100
4.29 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดย รวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	102
4.30 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดย รวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	103
4.31 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขาย โดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	105
4.32 การเปรียบเทียบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	107
4.33 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.34 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	111
4.35 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	113
4.36 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	115
4.37 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	117
4.38 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท.....	119
4.39 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	121
4.40 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	122
4.41 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	123
4.42 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	125
4.43 การเปรียบเทียบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	126
4.44 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	128
4.45 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	130
4.46 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	131

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.47 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	133
4.48 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	124
4.49 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท.....	136
4.50 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	138
4.51 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	139
4.52 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	140
4.53 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	141
4.54 การเปรียบเทียบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	142
4.55 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	143
4.56 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	145
4.57 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	146
4.58 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	147
4.59 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	148

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.60	
การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท.....	149



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	แสดงกรอบแนวคิด	7
2.1	ส่วนประสมทางการตลาด	15
2.2	ความสัมพันธ์ระหว่างสภาวะแวดล้อมภายนอกธุรกิจและองค์การ	16
2.3	โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยโดยรวม	35



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลัก 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมเจียรไนอัญมณี และอุตสาหกรรมผลิตเครื่องประดับ ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญประเทศหนึ่งในโลก และเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ทำเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งวัตถุดิบพลอยสีภายในประเทศ แรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีฝีมือ และมีอัตราค่าจ้างแรงต่ำ ซึ่งทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก และดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าการส่งออกไปยังต่างประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีตลาดส่งออกที่สำคัญคือ สวิตเซอร์แลนด์ ฮองกง ออสเตรเลีย ดังแสดงในตารางที่ 1.1 ดังนั้น อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จึงมีความสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศไทยมาก ในฐานะเป็นสินค้าที่สำคัญ 1 ใน 10 รายการแรก ที่ทำเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก โดยมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจาก 73,154.2 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2540 เป็น 108,393.37 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2547 โดยอัญมณีที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด ได้แก่ เพชร และรัตนชาติ (สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน))

ตารางที่ 1.1 แสดงมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ปี พ.ศ. 2551 – 2554

พ.ศ.	ประเทศ				รวม
	สวิตเซอร์แลนด์	ฮองกง	ออสเตรเลีย	อื่นๆ	
2550	20,029.10	30,825.90	20,802.70	113,478.80	274,092.70
2551	42,277.30	50,585.60	47,668.70	133,560.90	274,092.80
2552	90,500.90	65,388.70	70,273.40	107,556.10	333,719.20
2553	108,519.50	81,144.30	48,114.80	129,039.40	366,818.00
2554	117,752.30	74,879.70	40,407.80	138,200.50	371,240.30

ที่มา : สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร

นับตั้งแต่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2540 ประเทศไทยต้องพึ่งพาการค้าระหว่างประเทศ เพื่อหารายได้เข้ามาพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าระหว่างประเทศควบคู่ไปกับการสร้างฐานเศรษฐกิจภายในให้เข้มแข็ง และเมื่อทิศทางของโลกการค้าเดินไปในทางที่จะเปิดเสรีเร็วขึ้นและมากขึ้น ประเทศไทยจึงต้องมีการเจรจาการค้าเสรี (Free Trade Area) กับประเทศคู่ค้าในหลายประเทศ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ และช่วยในการหาตลาดใหม่ ๆ มีแหล่งวัตถุดิบใหม่ ๆ ที่ราคาถูกและหลากหลายมากขึ้นรวมทั้งช่วยกระตุ้นให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นที่จะช่วงชิงโอกาสทางการค้าและผลักดันให้มีการปรับโครงสร้างการผลิตภายในให้เหมาะสม ซึ่งเท่ากับส่งเสริมให้ไทยเป็นแหล่งดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศมากขึ้น ซึ่งสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ อยู่ในกลุ่มสินค้าแฟชั่น (เสื้อผ้า, เครื่องหนัง, อัญมณี/เครื่องประดับ) เป็นสินค้าหนึ่งในการเจรจาเปิดเขตการค้าเสรี แต่ในขณะเดียวกัน ก็ต้องเผชิญกับอุปสรรคทางการค้าและการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการขาดแคลนวัตถุดิบ ข้อกีดกันทางการค้าใหม่ ๆ เช่น การแสดงประเทศที่มีแหล่งกำเนิด มาตรการคุ้มครองชีวิตและสุขภาพของคน รวมถึงคู่แข่งทางการค้าอย่างประเทศจีนและอินเดีย ซึ่งมีความได้เปรียบทางด้านจำนวนแรงงานและค่าจ้างแรงงานที่ต่ำ มีแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศจำนวนมากซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับก็ยังคงเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอยู่ต่อไปเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวนมาก เนื่องจากการผลิตในอุตสาหกรรมนี้ต้องใช้ฝีมือ ทักษะ ความชำนาญ และความประณีตละเอียดอ่อนของมนุษย์ซึ่งเครื่องจักรไม่สามารถทดแทนได้ ในขั้นตอนการผลิตก็สามารถที่จะดำเนินการได้ตั้งแต่ในครัวเรือนจนถึงระดับโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูง โดยเฉพาะการผลิตเครื่องประดับ การเจียรไนพลอย และการหุงหรือเผาพลอย และมูลค่าเพิ่มจากการปรับปรุงคุณภาพ การเจียรไน เกิดจากการเจียรไนพลอยเป็นส่วนใหญ่ เพราะไทยยังเป็นฐานผลิตเพชรที่ยังไม่ใหญ่นัก แต่เป็นแหล่งเจียรไนพลอยที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของโลก นอกจากนี้ในการปรับปรุงคุณภาพพลอย โดยวิธีการเผาของไถยนั้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้พลอยหลังจากเผาได้ประมาณ 6,158 บาทต่อกะรัต ซึ่งนับได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพลอยในอัตราที่สูงมาก

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าเพิ่มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี พ.ศ.2531 อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าเพิ่มประมาณ 22,360 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 5.6 ของภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด) โดยแยกเป็นมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการเจียรไนอัญมณี 17,098 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 1.3 ของอุตสาหกรรมทั้งหมด) โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่าง

ต่อเนื่องจนปี พ.ศ. 2543 จากตัวเลขของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีมูลค่าเพิ่มประมาณ 104,008 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 3.26 ของภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด) และมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการทำเครื่องประดับประมาณ 51,730 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 3.23 ของภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด)

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่น ๆ หลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับแฟชั่น เป็นต้น สำหรับการก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องภายใน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในการทำอุตสาหกรรมการเจียรไนอัญมณีก่อให้เกิด อุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ อุตสาหกรรมเครื่องจักร เครื่องมือขนาดเล็กที่ไทยสามารถสร้างเทคโนโลยีได้เอง ธุรกิจนำเข้าอัญมณีจากต่างประเทศเพื่อนำมาเจียรไนภายในประเทศ และก่อให้เกิดอุตสาหกรรมปลายน้ำ คือ อุตสาหกรรมการทำเครื่องประดับและธุรกิจการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น เห็นได้อย่างชัดเจนว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับสามารถก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ในสาขาต่าง ๆ หลายประเภท และนอกจากจะก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องแล้ว ยังก่อให้เกิด ผลกระทบต่อการจ้างงานต่อมูลค่าผลผลิตและต่อมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ด้วย นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมเพียงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจ

การส่งเสริมสนับสนุนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับนับได้ว่าเป็นมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อทราบระดับปัญหาในการส่งออกและนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางส่งเสริม สนับสนุน แก้ไขปัญหาและปรับปรุงการดำเนินการให้มีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในด้านการผลิต ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสภาวะแวดล้อมภายนอกธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของสถานประกอบการ แบ่งตามขนาดของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของ

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในด้านการผลิต ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสภาวะแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่

- 1.1 ปัญหาด้านการผลิต
- 1.2 ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
- 1.3 ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตามทะเบียนรายชื่อผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยกรมการส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,031 ราย (ณ สิ้นปี พ.ศ.2554) และมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้จากการคำนวณ 290 แห่ง

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะของสถานประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่

1. ขนาดของธุรกิจ

- ทุนจดทะเบียน
- สินทรัพย์รวม
- ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา
- จำนวนพนักงาน

2. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

3.2 ตัวแปรตาม คือ ระดับปัญหาของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่

1. ด้านการผลิต

- วัตถุดิบ
- แรงงาน
- เงินทุน
- เทคโนโลยี

2. ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

- ผลิตภัณฑ์
- ราคา
- การจัดจำหน่าย
- การส่งเสริมการตลาด

3. ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

- สภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า
- การเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้า
- การแข่งขันของกลุ่มแข่ง

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

1. ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการส่งส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตามทะเบียนรายชื่อผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยกรมการส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

2. ลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมที่มีเหมือนกันในงานวิจัยนี้ใช้ลักษณะทั่วไป 3 ด้าน คือ ขนาดของธุรกิจ ประเภทของอุตสาหกรรม ระยะเวลาในการดำเนินงาน ในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ

3. ขนาดธุรกิจ หมายถึง ทุนจดทะเบียนของบริษัท สินทรัพย์รวมของบริษัท ยอดขายโดยรวมของบริษัท จำนวนพนักงานของบริษัท

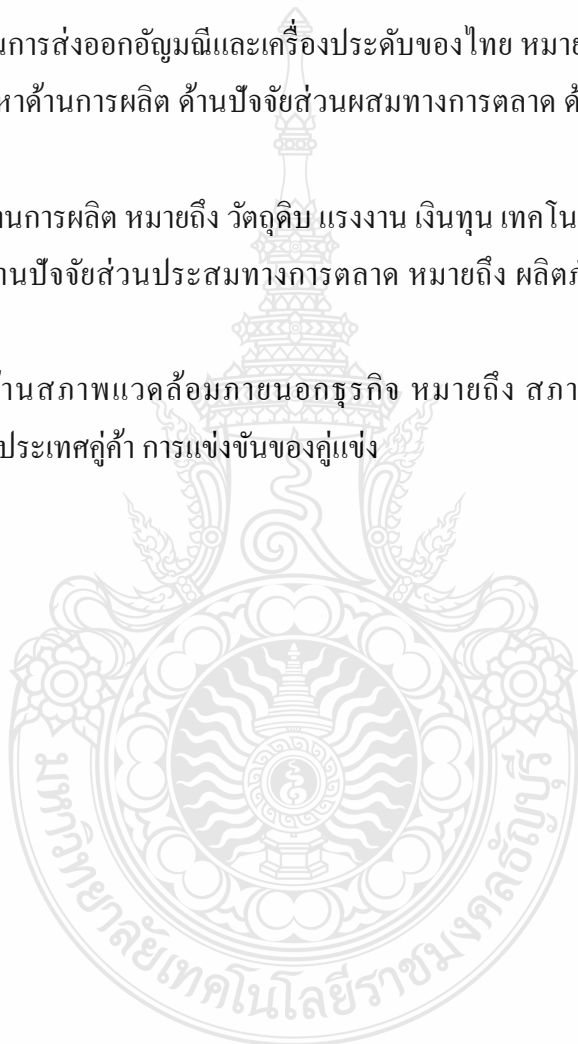
4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน หมายถึง เวลาที่กิจการได้ดำเนินกิจการมาแล้ว

5. ปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย หมายถึง ปัญหาการดำเนินธุรกิจส่งออก 3 ด้านคือ ปัญหาด้านการผลิต ด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

6. ปัญหาด้านการผลิต หมายถึง วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน เทคโนโลยี

7. ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ผลผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

8. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ หมายถึง สภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า การเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้า การแข่งขันของคู่แข่ง



1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย” มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้นำไปใช้ประกอบการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ การแก้ปัญหาและปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องตามขนาดของกิจการ และระยะเวลาในการดำเนินงานในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการวางแผนแก้ไขปัญหาร่วมกันในระยะยาวของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยให้มีการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอเป็นหัวข้อ ดังนี้

1. ทฤษฎีการผลิต
2. ส่วนประสมทางการตลาด
3. แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมภายนอก
4. แนวคิดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม
5. ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก
6. ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีการผลิต

ในการวิจัยปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยนี้ ได้อาศัยทฤษฎีด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง คือ

ทฤษฎีการผลิต

ทับทิม วงศ์ประยูร (2543 : 92 - 94) การศึกษาถึง ทฤษฎีการผลิต เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต คือสิ่งที่นำมาผลิต (input) และผลผลิตที่ได้รับ (output) จากการศึกษาทฤษฎีการผลิตจะช่วยให้เข้าใจในเรื่อง ต้นทุนการผลิต การใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ ปัญหาเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้แก่ การกระจายรายได้ การคิดต่อ การค้ากับต่างประเทศ เป็นต้น

ความหมายของการผลิต (Production)

“การผลิต” หมายถึง การนำปัจจัยการผลิตชนิดต่าง ๆ ตั้งแต่สองชนิดขึ้นไปมาทำให้เกิดสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการผลิตเป็นการสร้างอรรถประโยชน์ (Utility) ให้กับผู้บริโภค และยังเป็น การเพิ่มมูลค่าในสิ่งของที่อยู่แล้วให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการผลิตอาจจะใช้ปัจจัยการผลิตเพียงสองชนิดหรือมากกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าแต่ละชนิด ส่วนการผลิตทางเศรษฐกิจได้รวมถึงการกระทำใด ๆ ที่ก่อให้เกิดสินค้า

ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ดังนั้นการผลิตก็คือการกระทำใด ๆ ด้วยปัจจัยการผลิตให้เป็นผลผลิตออกมาที่สามารถใช้บริโภคได้ เป็นต้น

ปัจจัยการผลิต (Production Factor)

ปัจจัยการผลิตประกอบไปด้วยที่ดิน แรงงาน ทุนและผู้ประกอบการ ในการผลิตสินค้าแต่ละครั้ง อาจใช้ปัจจัยการผลิตตามที่กล่าวหรืออาจใช้เพียง 2 - 3 อย่างก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าที่จะทำการผลิตในแต่ละครั้ง ปัจจัยการผลิตทั้ง 4 มีอะไรบ้าง สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. **ที่ดิน (Land)** เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มนุษย์ไม่สามารถจะสร้างเพิ่มได้ ที่ดินในฐานะที่เป็นปัจจัยการผลิต จึงหมายถึงพื้นผิวโลกทั้งหมดไม่เฉพาะแต่เพียงส่วนที่เป็นพื้นดิน พื้นน้ำและน้ำแข็งเท่านั้น ยังรวมไปถึงสิ่งต่าง ๆ บางอย่างที่ติดอยู่บนพื้นโลก เช่น สิ่งปลูกสร้าง ที่อยู่อาศัย โรงงานอุตสาหกรรม พื้นที่การเกษตร ไร่นา ป่าไม้ แร่ธาตุต่าง ๆ ดังนั้นที่ดินในทางเศรษฐศาสตร์จึงถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่งใน 4 อย่าง เพราะที่ดินเป็นสถานที่ใช้ผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์สำหรับอุปโภคบริโภค ตลอดจนวัตถุดิบต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยการผลิตด้วย

2. **ทุน (Capital)** ทุนในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ จะแตกต่างไปจากทุนที่ใช้อยู่โดยทั่วไป ซึ่งพอจะแยกความแตกต่างออกได้ดังนี้คือ

ทุนในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Cost or Full Cost) หมายถึง ผลรวมของค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ต้องจ่ายจริงในการผลิตสินค้า (Explicit Cost) และค่าใช้จ่ายที่ไม่ต้องจ่ายจริง (Implicit Cost) เป็นต้นทุนที่มองไม่เห็น หรือเรียกว่า “ต้นทุนเสียโอกาส” (Opportunity Cost) คือ ผู้ผลิตเสียโอกาสในการนำปัจจัยการผลิตไปใช้ในการผลิตอย่างอื่น (Alternative Uses) เช่น ทำนาในที่ดินของตัวเอง ไม่ได้คิดค่าเช่านา เป็นต้น นอกจากนี้ทุนทางเศรษฐศาสตร์ยังรวมถึงสิ่งที่สามารถใช้เป็นทุนได้ เช่น เครื่องจักร เครื่องมือ อาคาร โรงงาน รวมถึงเมล็ดพันธุ์พืชต่าง ๆ ด้วย

ทุนในทางธุรกิจ คือทุนทางบัญชี (Business Cost) หมายถึง เงินสด หรือเงินทุนที่นำมาใช้ในการผลิตและดำเนินการจะเป็นรายจ่ายที่เห็นได้ชัดเจนว่ามีรายจ่ายจริง (Explicit Cost)

3. **แรงงาน (Labor)** หมายถึง บุคคลที่ใช้กำลังความคิดทำงานเพื่อให้ได้ผลตอบแทนซึ่งอาจเป็นเงินหรือสิ่งของ และเงินหรือสิ่งของที่ได้มานั้นสามารถบำบัดความต้องการของบุคคลได้ แรงงานนับว่าเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญชนิดหนึ่งในการผลิตสินค้าและบริการ ส่วนกำลังแรงงานนั้นจะเป็นวัยที่สามารถทำงานได้ ประเทศไทยได้กำหนดให้บุคคลที่มีอายุระหว่าง 13 - 60 ปี ไม่ว่าจะเป็นผู้มีงานทำหรือไม่มีงานทำก็ตามจะนับรวมเป็นกำลังแรงงาน

4. **ผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)** ผู้ประกอบการ คือการกำหนดเอาที่ดิน ทุน แรงงาน มาดำเนินการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ดำเนินการ หรือ

ผู้จัดการในการผลิต จึงเรียกว่า “ผู้ประกอบการ” เพราะได้ทำหน้าที่เพื่อตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจว่า จะผลิตอะไร และผลิตเพื่อใคร

ในกรณีที่หน่วยผลิตมีขนาดเล็ก ผู้ประกอบการอาจเป็นคนเดียวกับเจ้าของกิจการ เช่น น.ส. อรอนงค์ เปิดร้านอาหาร ซึ่งเธอมีฐานะเป็นเจ้าของร้านอาหาร เป็นผู้ปรุงอาหารพร้อมทั้งเป็นคนบริการเองและเป็นคนเก็บเงินเองด้วย แต่ถ้าหน่วยการผลิตมีขนาดใหญ่ มีโรงงานในเครือบริษัทหลายโรงงาน ผู้ประกอบการจะมีตั้งแต่ประธานกรรมการบริษัท กรรมการผู้จัดการ กรรมการบริหาร ผู้อำนวยการต่าง ๆ การประกอบลักษณะนี้ จึงหมายถึง กลุ่มเจ้าของธุรกิจ ที่ทำหน้าที่ในการจัดหาทุน และใช้ทุน โดยเป็นผู้รับทั้งผลกำไรและขาดทุนที่เป็นผลมาจากการดำเนินงานนั้น ๆ

ผู้ประกอบการในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีความสำคัญ เพราะธุรกิจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการริเริ่มผลิตสินค้าออกมาใหม่หรือนำเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต ก็ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่เป็นผู้มองการณ์ไกล จะสามารถขยายกิจการได้ เพราะเล็งเห็นประโยชน์ที่จะได้รับในระยะยาวจึงทำให้ได้รับผลสำเร็จอย่างที่วางไว้ตามเป้าหมาย

ทฤษฎีการผลิต (Theory Of Production)

การศึกษาทฤษฎีการผลิต มีจุดมุ่งหมายเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของปัจจัยการผลิตที่มีผลผลิตในปริมาณต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งการศึกษาถึงฟังก์ชันของผลผลิต พร้อมทั้งเส้นแสดงผลผลิตเท่ากัน และต้นทุนเท่ากัน

ฟังก์ชันการผลิต (Production Function)

“ฟังก์ชันการผลิต” หมายถึง การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งกับปริมาณผลผลิตที่เกิดจากการใช้ปัจจัยการผลิตนั้น ๆ เช่น การผลิตทางเกษตร สามารถเขียนเป็นสัญลักษณ์ได้ดังนี้

$$Q = f(F, S, L, E, T, \dots \text{etc})$$

โดย Q = ปริมาณผลผลิตที่ได้รับ

F = ปริมาณปุ๋ยที่ใช้

S = จำนวนเมล็ดพันธุ์พืช

R = ปริมาณน้ำฝน

T = เทคโนโลยีที่ใช้

L = จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต

จากฟังก์ชันการผลิต สมมติว่า เป็นการผลิตข้าวซึ่งจะต้องมีทั้งแรงงาน เมล็ดพันธุ์พืช ปุ๋ย น้ำฝน เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรอื่น ๆ ประกอบเป็นปัจจัยการผลิต ดังนั้น ผลผลิตจะออกมามาก/น้อย

เพียงใดจะขึ้นอยู่กับปริมาณของปัจจัยการผลิต และระยะเวลาของการผลิตสำหรับการแบ่งระยะเวลาของการผลิตในทางเศรษฐศาสตร์นั้น ได้พิจารณาความสามารถในการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตเป็นสำคัญ กล่าวคือ การผลิตระยะสั้นหรือระยะยาวไม่ได้กำหนดเป็นกัณฑ์วันกัณฑ์เดือนหรือกัณฑ์ปี แต่เน้นที่ระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิต ทั้งนี้เพราะการผลิตระยะสั้นของสินค้าชนิดหนึ่ง อาจยาวกว่าการผลิตระยะยาวของสินค้าอีกชนิดหนึ่งก็ได้ เช่น การปลูกข้าวระยะเวลาภายใน 4 - 5 เดือน ไม่สามารถจะเพิ่มที่ดินเพาะปลูก เพิ่มรถไถนา และขาวนาขึ้นได้ แต่ถ้าทำขนมขายภายใน 2 - 3 อาทิตย์ก็สามารถเพิ่มอุปกรณ์การผลิตได้และคนขายได้ ดังนั้น ความหมายของระยะสั้นและระยะยาว จึงสรุปได้ดังนี้

ระยะสั้น (Short-Run)

การผลิตระยะสั้น หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ผลิตไม่สามารถเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตได้ต้องใช้ปัจจัยการผลิต 2 ชนิด คือ ปัจจัยคงที่ (Fixed Factors) ได้แก่ ที่ดิน เครื่องจักร หรือ โรงงาน และปัจจัยแปรผัน (Variable Factors) ได้แก่ แรงงานและค่าใช้จ่ายในการผลิตสินค้า

ดังนั้น การผลิตระยะสั้น จึงมีทั้งปัจจัยคงที่และปัจจัยแปรผันหรือต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนแปรผัน (Variable Cost)

ระยะยาว (Long-Run)

การผลิตระยะยาว หมายถึง ระยะเวลาที่ผู้ผลิตสามารถเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตทุกอย่างได้ เช่น ที่ดิน โรงงานหรือเครื่องจักรก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นในการผลิตระยะยาวจึงประกอบด้วยปัจจัยแปรผันหรือต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) อย่างเดียว

2.2 ส่วนประสมทางการตลาด

วิเชียร วงศ์นิชชากุล (2547 : 11 - 13) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด การจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ก็ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุง และความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนั้นเราถือว่าเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ เราสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเพื่อทำให้กิจการอยู่รอดได้หรืออาจเรียกได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้ โดยประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ เรียกว่า 4P's ได้แก่

1. Product (ผลิตภัณฑ์)
2. Price (ราคา)
3. Place or Channel of Distribution (การจัดจำหน่าย)
4. Promotion (การส่งเสริมการตลาด)

1. Product (ผลิตภัณฑ์)

ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย โดยผลิตภัณฑ์นั้นอาจจะมีตัวตนสามารถมองเห็น จับต้องหรือทดลองชิมได้ เช่น สินค้า (Goods) หรือ อาจจะไม่มิตัวตน เช่น บริการ (Service) ความคิด (Ideas) เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จในตลาดจะต้องมีรูปแบบ ลักษณะคุณภาพ และคุณสมบัติอื่น ๆ ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพราะเราสามารถพูดได้ว่าผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวแรกใน 4P's หรือส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าจะให้ความสนใจในการเลือกซื้อ

2. Price (ราคา)

ราคา (Price) เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตราหรือเป็นมูลค่าที่ยอมรับในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ซึ่งราคาถือว่าเป็นกลไกสำคัญหลายประการคือ ต้องให้เหมาะสมกับต้นทุนค่าใช้จ่ายของผู้ขาย ความสามารถในการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทางการตลาด เช่น คู่แข่งขัน กฎหมายข้อบังคับต่าง ๆ เป็นต้น

3. Place or Channel of Distribution (การจัดจำหน่าย)

การจัดจำหน่าย (Place or Channel of Distribution) เป็นกระบวนการในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคหรือตลาดเป้าหมาย ซึ่งมีกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการกระจายสินค้า ได้แก่ การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ เป็นต้น โดยอาจมีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าปลีก พ่อค้าส่งตัวแทนจำหน่ายหรือนายหน้า เพื่อให้การจัดจำหน่ายสินค้าดีขึ้น อย่างไรก็ตามในการจัดจำหน่ายจะต้องมีการวางแผนที่รัดกุมว่าจะวางจำหน่ายสินค้าที่ไหน เมื่อไหร่ ผ่านคนกลางคือใคร จะใช้วิธีการส่งแบบไหนจึงจะประหยัด สะดวกรวดเร็ว จะเก็บรักษาสินค้าอย่างไรจึงจะเหมาะสม เป็นต้น

4. Promotion (การส่งเสริมการตลาด)

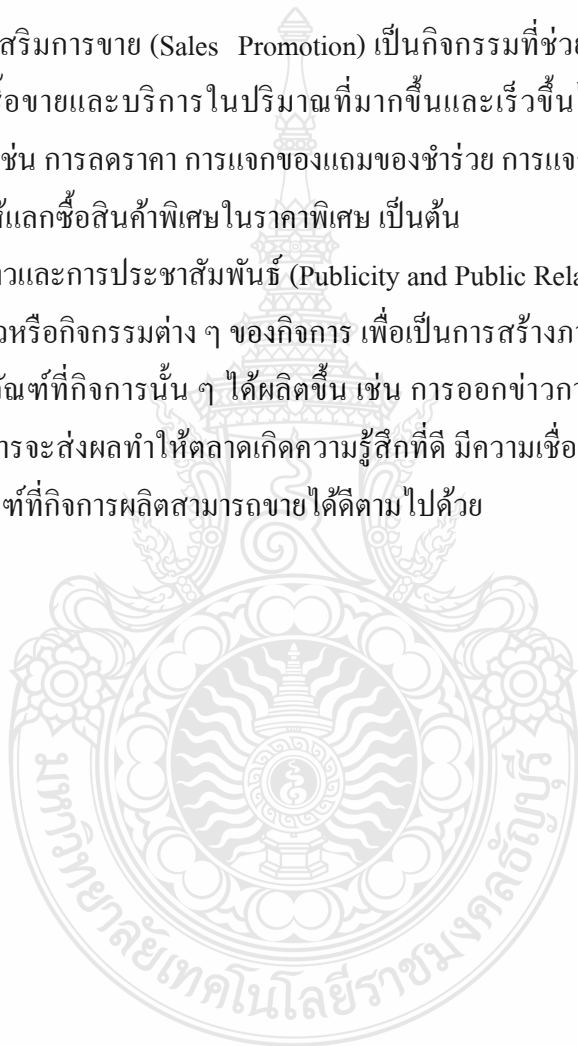
การส่งเสริมการตลาดหรือการส่งเสริมการจัดจำหน่าย (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ หรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร หรือชักจูงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจซื้อประกอบด้วยกิจกรรมหลักที่สำคัญอยู่ 4 กิจกรรม คือ

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นการแจ้งหรือนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กรและผลิตภัณฑ์ โดยผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ และมีผู้อุปถัมภ์จ่ายค่าใช้จ่ายต่าง ๆ

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการแจ้งข่าวสารข้อมูลและจุดใจตลาดให้เกิดการซื้อขายสินค้า โดยเป็นการติดต่อซื้อขายกันแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและผู้ผลิตซึ่งจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเร็วขึ้นหรือทราบผลการเจรจาซื้อขายได้รวดเร็ว

3. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจทดลองใช้ หรือการซื้อขายและบริการในปริมาณที่มากขึ้นและเร็วขึ้นได้ โดยอาศัยกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ช่วย เช่น การลดราคา การแจกของแถมของชำร่วย การแจกคู่มือ การให้ชิงโชค การให้ส่วนลด หรือการให้แลกซื้อสินค้าพิเศษในราคาพิเศษ เป็นต้น

4. การใช้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) เป็นการแจ้งข่าวสารข้อมูลความเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของกิจการ เพื่อเป็นการสร้างภาพพจน์ความรู้สึกที่ดีให้กับกิจกรรมรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่กิจการนั้น ๆ ได้ผลิตขึ้น เช่น การออกข่าวการเข้าร่วมบริจาคเงินให้กับมูลนิธิต่าง ๆ ของกิจการจะส่งผลทำให้ตลาดเกิดความรู้สึกที่ดี มีความเชื่อมั่นเชื่อถือในตัวกิจการและจะส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์ที่กิจการผลิตสามารถขายได้ดีตามไปด้วย





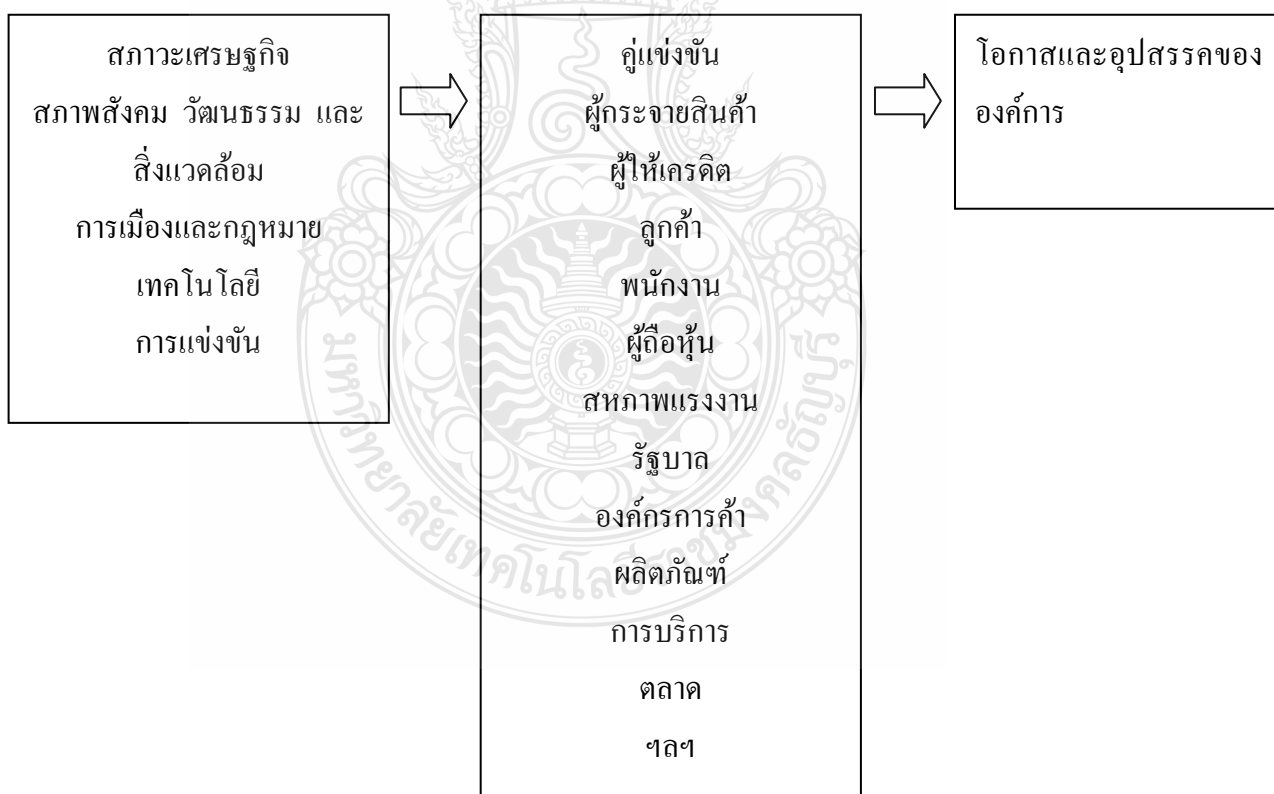
ภาพที่ 2.1 ส่วนประสมทางการตลาด

2.3 แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมภายนอก

Fred R. David (2001 : 77) ได้เสนอแนวคิดที่ว่า สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจถือเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ส่งผลต่อโอกาส และอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากองค์กรใดสามารถกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของตนได้อย่างชัดเจน และสามารถตอบสนองต่อปัจจัยเหล่านั้นได้อย่างถูกต้องเหมาะสม จะทำให้องค์กรเกิดข้อได้เปรียบจากโอกาสเหล่านั้น สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ สามารถแยกออกได้เป็น 5 ลักษณะ คือ

1. สภาวะเศรษฐกิจ
2. สภาพสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
3. การเมืองและกฎหมาย
4. เทคโนโลยี
5. การแข่งขัน

ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมธุรกิจและองค์กร แสดงได้ดังภาพ



ภาพที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจและองค์กร

ภาวะการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกนั้นมีผลต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการซึ่งส่งผลต่อแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ในการ กำหนดส่วนตลาด ลักษณะในการนำเสนอการบริการทางเลือกของรัฐกิจในการเสนอขายสินค้าและ บริการอีกด้วย ในการกำหนดและประเมินโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกที่อาจเกิดขึ้นได้นั้น องค์กรสามารถดำเนินการได้โดยกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนขององค์กร การกำหนดกลยุทธ์ที่จะทำให้ องค์กรประสบความสำเร็จที่เหมาะสมในระยะยาว รวมไปถึงการกำหนดนโยบายในแต่ละปีที่ เหมาะสมเพื่อให้องค์กรดำเนินงานไปในแนวทางที่ถูกต้องตามกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ ความ ชับซ้อนของรัฐกิจในปัจจุบันทำให้การแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้นในตลาดโลก ผู้ทำ ธุรกิจจะต้องเรียนรู้ ปรับตัว เปลี่ยนแปลง และคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อที่จะทำให้องค์กรประสบ ความสำเร็จ

2.4 แนวคิดของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม

2.4.1 ขนาดของอุตสาหกรรม

การกำหนดขนาดของกิจการ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดตามพระราชบัญญัติส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 โดยกำหนดเป็น 3 ขนาดคือ

อุตสาหกรรมขนาดย่อม คือ กิจการที่มีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

อุตสาหกรรมขนาดกลาง คือ กิจการที่มีการจ้างงานตั้งแต่ 50 - 200 คน หรือมีมูลค่า สินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่น้อย กว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ คือ กิจการที่มีการจ้างงานเกิน 200 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร เกินกว่า 200 ล้านบาท หรือมีทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของมูลค่าสินทรัพย์ถาวร

2.4.2 ระยะเวลาการดำเนินการด้านการส่งออก

วรรณรด แสงมณี (2544 : 11 - 17) ได้อธิบายถึงหัวข้อนี้ไว้ว่า ในขณะที่กิจการได้มีความ เจริญเติบโตก้าวหน้าผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ของการพัฒนานั้นในแต่ละขั้นตอนวิวัฒนาการดังกล่าวต่างก็มี การปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งภายในของตนเองได้ ยกตัวอย่าง ในการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางมาก ๆ ในที่สุดเมื่อมากเกินไปก็จะนำไปสู่การเรียกร้องให้มีการกระจายอำนาจ หรือในอีกทางหนึ่ง ลักษณะ ของการแก้ไขปัญหาก็ฝ่ายบริหารได้กระทำไปในช่วงเวลาที่เกิดเหตุวิกฤตหรือมีการปฏิวัติรูปแบบการ

ทำงานที่เกิดขึ้นนั้นในที่สุด แนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็ยังคงถูกดำรงรักษาไว้ และปรากฏต่อเนื่องไปถึงขั้นตอนของการวิวัฒนาการเพื่อการเติบโต หลังจากการเกิดเหตุวิกฤตดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการพิจารณาการเจริญเติบโตของวงจรชีวิต (Stage of life Cycle Development) ขององค์กรมีอยู่ 5 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนที่องค์กรได้เข้าไปอยู่ในช่วงเวลาดังกล่าวย่อมหมายถึงการเข้าไปสู่ขั้นตอนใหม่ของวงจรชีวิตขององค์กร อันมีความหมายถึงการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ทั้งจากภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอกที่องค์กรเกี่ยวข้อง ขั้นตอนต่าง ๆ ดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

2.4.2.1 ขั้นตอนการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Stage)

เมื่อองค์กรกำเนิดขึ้น ผู้ก่อตั้ง และผู้บริหารองค์กรมีความมุ่งหมายเป็นพิเศษในเรื่องความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผลិតภัณฑ์ และการคืนรน เพื่อการดำรงอยู่ให้ได้ในตลอด ผู้ประกอบการจะอุทิศพลังกายพลังใจทั้งหมดให้กับกิจกรรมการผลิตและการตลาดของผลิตภัณฑ์ รูปแบบขององค์กรในช่วงเวลานี้มักไม่เป็นทางการ (Informal) และไม่เป็นระบบราชการหรือระบบเจ้าขุนมูลนายแต่อย่างใด (Nonbureaucratic) การบริหารควบคุมมักขึ้นอยู่กับผู้ที่เป็นเจ้าของกิจการ ความเจริญเติบโตขององค์กรจะเป็นผลมาจากการที่องค์กรสามารถค้นคว้าหาสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่องค์กรจะเสนอกับตลาดหรือลูกค้าได้

2.4.2.2 ขั้นตอนการรวมกำลัง (Collectivity Stage)

เมื่อองค์กรสามารถมีผู้นำที่มีความสามารถในการนำพาองค์กรเจริญเติบโตได้ในแวดวงของธุรกิจนั้น ๆ แล้ว ขั้นต่อไปก็คือการที่องค์กรเริ่มกิจกรรมงานมากขึ้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการจัดแผนงานพร้อมกับการจัดระดับขั้นของการบังคับบัญชาพนักงานขององค์กร มีความกระตือรือร้นในการทำงาน และพร้อมใจในการนำมาซึ่งเป้าหมายขององค์กรและแสดงออกถึงความผูกพันที่มีต่อองค์กรสูงมาก อย่างไรก็ตามการติดต่อสื่อสารและการควบคุมยังคงมีความเป็นทางการให้เห็นแล้วบ้างก็ตาม ความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในองค์กร การเสริมสร้างบรรยากาศของการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัว และการร่วมแรงร่วมใจของสมาชิกซึ่งทำให้มีการพัฒนารูปแบบของมนุษย์สัมพันธ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ในองค์กรมากขึ้นด้วย

2.4.2.3 ขั้นตอนการจัดระบบเป็นทางการและการควบคุม (Formalization and Control Stage)

ขั้นตอนนี้้องค์กรสามารถตั้งหลักได้แล้วและกำลังใช้ระบบเพื่อสร้างกฎระเบียบกระบวนการและการควบคุมให้มีขั้นตอนที่สมบูรณ์แบบ ทั้งนี้เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานซึ่งกฎและระเบียบรวมทั้งแนวทางต่าง ๆ ที่กำหนดก็เพื่อการธำรงรักษาส่ิงต่าง ๆ ให้คงไว้

ภายในองค์กรรูปแบบการบริหารในช่วงเวลานี้เป็นการมุ่งเน้นกระบวนการวิธีการทำงานและการมุ่งเป้าหมายผลงาน

2.4.2.4 ขั้นตอนของโครงสร้างที่ขยายตัว (Elaboration Of Structure Stage)

วิธีการหนึ่งในการแก้ปัญหาอันเป็นผลมาจากการที่องค์การมีระเบียบแบบแผนมากเกินไป คือ การสร้างความสำคัญของการร่วมมือกันทำงานในลักษณะเป็นทีมงาน (Team Work) และมีหน่วยประสานงาน (Task Force) ในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูงจนถึงระดับพนักงานชั้นต่ำขององค์กร ให้พัฒนาความรู้ความสามารถ และความชำนาญ เพื่อเผชิญหน้ากับปัญหาและร่วมมือทำงานด้วยกัน ทีมงานมักได้รับการวางตัวจากหลาย ๆ แผนกงานหรือฝ่ายต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อดำรงรักษาไว้ซึ่งปรัชญาของของการเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก

2.4.2.5 การถดถอยขององค์กร

ในที่สุดแล้วผู้บริหารหลายคนอาจจะต้องเผชิญกับความจริงที่เจ็บปวดในความล้มเหลวอันเนื่องมาจากที่พบว่า การเจริญเติบโตและขยายตัวขององค์กรไม่อาจเกิดขึ้นต่อไปได้อีก ยิ่งกว่านั้นยังอาจต้องหยุดการดำเนินงานที่กำลังกระทำอยู่อีกด้วย สภาพเช่นนี้ในที่สุดแล้วก็เป็นสิ่งที่องค์การหลายแห่งไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ในการยอมรับถึงการที่ต้องปิดโรงงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการปลดพนักงานออกจากองค์กรในที่สุดหรือในอนาคตอันใกล้

2.5 ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก

ประเทศไทยมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมาเป็นเวลานาน และการค้าระหว่างประเทศนั้นมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศตลอดมา ซึ่งปัจจุบันการส่งสินค้าออกของไทยในแต่ละปี มีมูลค่าหลายแสนล้านบาท ผู้ที่ทำธุรกิจการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศจะต้องมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งสินค้าออก ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการรวบรวมเอกสารในเรื่องความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการส่งออก ดังนี้

2.5.1. ความสำคัญของการส่งออก

ธุรกิจภาคการส่งออกของไทยในช่วงที่ผ่านมา มีอัตราการขยายตัวที่สูงและรวดเร็วมาก ซึ่งเป็นกลไกสำคัญหนึ่งที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัวอยู่ในระดับสูง นับว่าเป็นธุรกิจอีกแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการเองและประเทศชาติ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยเราเป็นจำนวนมากในปีหนึ่ง ๆ และรายได้เหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้พัฒนาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจการส่งออกสินค้าของไทยประสบความสำเร็จ และมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้ จึงจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ขั้นตอนและกระบวนการปฏิบัติต่าง ๆ ในการส่งออกสินค้าให้ดีเสียก่อน

เนื่องจากขั้นตอนการส่งออกสินค้า เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการส่งออกจะต้องทำความเข้าใจและศึกษาข้อปฏิบัติให้ถูกต้อง เพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออกเป็นไปอย่างสะดวกและได้รับผลสำเร็จคุ้มค่ากับความตั้งใจในการลงทุน

ความสำคัญของภาคการส่งออกสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ผลักดันในด้านการขยายการลงทุน และสร้างความต้องการแรงงาน

การส่งออกที่ขยายตัวขึ้นย่อมทำให้ผู้ผลิตต้องขยายการผลิตหรือมีการลงทุนเพิ่มขึ้น และโดยส่วนใหญ่แล้วระบบการผลิตของไทยก็เป็นระบบการผลิตที่ใช้แรงงานในสัดส่วนที่มากกว่าเครื่องจักร (Labour Intensive) ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยในการสร้างความต้องการแรงงานให้แก่ประเทศที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีผลต่อการช่วยยกระดับรายได้ของแรงงานด้วยอีกส่วนหนึ่ง

2. ช่วยในการนำเงินตราต่างประเทศ

ช่วยในด้านการลดการขาดดุลการค้า และดุลการชำระเงิน เพราะในการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นการใช้สกุลเงินต่างประเทศในการชำระค่าสินค้า และส่วนมากก็จะเป็นสกุลเงินหลัก ๆ ที่เป็นที่ยอมรับกันในตลาดโลก เช่น ดอลลาร์สหรัฐ, มาร์คเยอรมัน หรือเยน เมื่อส่งสินค้าออกไปแล้วก็จะทำให้ได้เงินตราต่างประเทศเข้ามา และเมื่อจะต้องนำเงินสินค้านั้นจากต่างประเทศก็จะทำให้มีเงินไปชำระค่าสินค้านั้นได้ และเงินตราต่างประเทศที่ได้ก็จะมีส่วนต่อปริมาณเงินสำรองของประเทศอีกด้วย

3. ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการส่งออกสินค้านั้นส่วนหนึ่งเป็นเพราะระดับราคาของสินค้าที่ส่งออกส่วนมากอยู่ในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น จึงทำให้สินค้านั้นเข้าไปแข่งขันในตลาดโลกได้ ซึ่งเป็นไปตามหลักของการได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) เมื่อประเทศใดสามารถผลิตสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นแล้ว ย่อมแสดงว่าทรัพยากรที่ถูกนำมาผลิตนั้นถูกนำมาใช้ได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือถ้าสินค้าที่ผลิตได้มีระดับราคาที่สูงกว่าการนำเข้าจากต่างประเทศแล้ว ก็ควรนำเข้าสินค้านั้นมากกว่า แล้วนำทรัพยากรต่าง ๆ ที่ผลิตสินค้านั้นไปผลิตสินค้าอื่นที่สามารถผลิตได้โดยต้นทุนที่ต่ำกว่าแทน

4. ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ทรัพยากร

เป็นการพิจารณาในการนำวัตถุดิบต่าง ๆ มาแปรรูปก่อนส่งออก ซึ่งจะทำให้สินค้านั้น ๆ มีมูลค่าสูงขึ้น เช่น แทนที่จะส่งออกในรูปของผ้าผืน แต่เปลี่ยนมาเป็นการส่งออกเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปแทน ซึ่งมูลค่าของสินค้าย่อมสูงขึ้น อันจะทำให้ได้กำไรเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5. เป็นการช่วยลดต้นทุนการผลิตลง (Economy of Scale)

ถ้าเดิมผู้ผลิตที่ผลิตสินค้าเพื่อป้อนตลาดในประเทศเพียงอย่างเดียว ปริมาณการผลิตจึงไม่สูงมากนัก แต่ถ้ามีการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศด้วย ปริมาณการผลิตก็จะเพิ่มขึ้น จากกำลังผลิตเดิมที่มีอยู่ก็จะเพิ่มกำลังผลิตเพิ่มขึ้นให้เต็มกำลังผลิต หรืออาจเป็นการขยายกำลังผลิตขึ้น เหล่านี้ย่อมเป็นการช่วยลดต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลง หรือเป็นการผลิต ณ จุดที่มีระดับต้นทุนต่ำสุด อันจะเป็นการช่วยให้ได้กำไรเพิ่มขึ้น

6. ช่วยสร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

การขยายและกระจายการส่งออกจะช่วยปรับปรุงระดับเทคโนโลยีในการผลิต และการบริหาร เพราะในตลาดโลกย่อมมีภาวะการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่จะกระตุ้นให้ผู้ส่งออกต้องปรับปรุงสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด โดยการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการผลิต ตลอดจนการจัดการ อันจะเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นการช่วยยกระดับของเทคโนโลยีของประเทศอีกทางหนึ่ง

7. ช่วยลดการพึ่งพิงสินค้าจากต่างประเทศ

เป็นการพิจารณาในการผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า (Import substitution) เพราะเดิมเราต้องนำเข้าสินค้าต่าง ๆ ที่ยังไม่สามารถผลิตได้ หรือผลิตได้แต่มีต้นทุนที่สูงกว่าการนำเข้า แต่เมื่อเราพยายามพัฒนาให้สามารถผลิตสินค้านั้นได้แล้วก็จะลดการนำเข้าลง ขณะเดียวกันนอกจากจะผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศแล้ว ก็มุ่งไปหาตลาดในต่างประเทศ (Export Oriented) เพื่อให้ได้ปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น อันจะเป็นการช่วยดันต้นทุนต่อหน่วยให้ต่ำลง

2.5.2 การเตรียมพร้อมในการประกอบธุรกิจส่งออก

การประกอบธุรกิจส่งออก มีสิ่งที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงเบื้องต้น 6 ประการ ได้แก่ ความพร้อมของผู้ส่งออก สินค้า ตลาด การทำสัญญา การชำระเงิน และพิธีการส่งออก โดยผู้ประกอบการที่จะเข้าสู่ธุรกิจส่งออกควรพิจารณาที่ตลาดหรือสินค้าก่อน ส่วนผู้ส่งออกที่เป็นผู้ผลิตและมีสินค้าพร้อมอยู่แล้ว ก็จะพิจารณาในส่วนของกรมการค้าต่างประเทศที่เหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตโดยไม่ต้องพิจารณาเลือกสินค้าอีก แล้วจึงมาพิจารณาเกี่ยวกับการทำสัญญา การชำระเงิน และพิธีการทางศุลกากร

1. การจัดการ

ผู้ส่งออกจะต้องมีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกในด้านต่างๆ ดังนี้

1.1 ด้านเงินทุนโดยพิจารณาว่าต้นทุนของเงินทุนที่ธุรกิจใช้อยู่สูงมากน้อยเพียงไร สามารถแบกภาระได้มากน้อยแค่ไหน โดยเมื่อเปรียบเทียบแล้วคุ้มกับการลงทุนหรือไม่

1.2 ด้านสถานที่ดำเนินการเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับสำนักงานเครื่องมือ อุปกรณ์ ตลอดจนการกำหนดแนวทางว่าจะดำเนินธุรกิจประเภทใด คือเป็นการกำหนดประเภทและเป้าหมายของกิจการให้ชัดเจน

1.3 ด้านบุคลากรกิจการต้องมีพนักงานที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่ง และมีจำนวนที่เพียงพอกับปริมาณของงาน

1.4 การสร้างความเชื่อถือและทำความรู้จักลูกค้านับว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากประเด็นหนึ่ง เพราะการดำเนินธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้จัก และความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ เพราะการที่ผู้ซื้อเชื่อถือในกิจการแล้ว ความร่วมมือกันในการทำธุรกิจก็จะดีขึ้นด้วย

1.5 ประเมินกำลังผลิต และความสามารถในการส่งออกควรจะพิจารณาสินค้าก่อน ประเมินว่าสินค้าใดเป็นสินค้าที่กิจการสามารถส่งออกได้ โดยประเมินกำลังการผลิตโดยรวมของกิจการ หากเกิดการสั่งซื้อที่มากกว่ากำลังผลิตแล้ว ไม่สามารถผลิตได้ หรืออาจผลิตได้แต่คุณภาพไม่ได้มาตรฐานก็จะทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่การปฏิเสธการยอมรับของลูกค้าได้

2. การเลือกสินค้าและการผลิต

2.1 ผู้ส่งออกมีความสนใจสินค้าชนิดใดเป็นพิเศษหรือไม่

ในการเลือกสินค้าของผู้ส่งออกรายใหม่ควรทดลองกับสินค้าที่ไม่มากชนิดก่อน โดยพยายามเน้นและศึกษาถึงเรื่องต่าง ๆ ของสินค้า ทั้งในด้านกฎระเบียบข้อจำกัด การกำหนดโควตา หรือการคุ้มครองในประเทศผู้นำเข้าให้ละเอียดก่อน

2.2 สินค้านั้นสามารถผลิตเองได้ หรือต้องซื้อจากผู้ผลิตรายอื่น หรือเป็นการจ้างผลิต

ถ้าเป็นการจ้างผลิต ผู้ส่งออกต้องรู้แหล่งผลิต และอาจจะกระจายการผลิตไปยังผู้ผลิตหลายราย เพื่อว่าถ้ามีคำสั่งซื้อเข้ามาจากผู้ผลิตรายเดียวอาจไม่สามารถผลิตได้ทัน ขณะเดียวกันจะเป็นการเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตได้อีกทางหนึ่งด้วย

2.3 ผู้ส่งออกต้องรู้สภาพปัญหาการผลิต การจัดจำหน่าย และการส่งออก

ผู้ส่งออกจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย พิธีการและเอกสารที่ใช้ในการส่งออก เพราะสินค้าแต่ละชนิดจะมีข้อกำหนดและการควบคุมที่แตกต่างกัน

2.4 ผู้ส่งออกควรเข้าใจในหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาเพื่อการส่งออก

ในการส่งออกต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย และภาวะการแข่งขันในตลาดด้วย แต่โดยปกติแล้ว ราคาเพื่อส่งออกจะต่ำกว่าราคาที่ขายในประเทศ เพราะเป็นการขายในปริมาณมากถ้าไรโดยรวมก็จะมากขึ้น ขณะเดียวกันก็จะได้สิทธิพิเศษจากรัฐด้วย เช่น การยกเว้นภาษีการค้า ซึ่งสามารถนำมาหักจากต้นทุนสินค้าได้ และการเสนอราคาในการส่งออกส่วนใหญ่จะคิดเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ และต้องระบุเงื่อนไขหรือ Term ของการเสนอราคา (Quotation Term หรือ Inco Term) ด้วยทุกครั้ง วิธีที่นิยมใช้ ได้แก่

F.O.B (Free on Board) เป็นราคาที่รวมค่าใช้จ่ายทุกชนิดจนถึงสินค้าขึ้นเรือ หรือเครื่องบิน แต่ไม่รวมค่าระวาง และค่าประกันสินค้า โดยค่าใช้จ่าย 2 ประเภทหลัง ผู้ซื้อจะต้องเป็นผู้ออกเอง

CFR หรือ CNF (Cost and Freight) คือราคา F.O.B. บวกด้วยค่าระวางถึงเมืองปลายทาง

CIF (Cost, Insurance and Freight) คือราคา CFR รวมค่าพรีเมียมการประกันสินค้า

2.5 ผู้ส่งออกควรมีมาตรการในการควบคุมคุณภาพสินค้า

ผู้ส่งออกจะต้องควบคุมสินค้าให้มีความสม่ำเสมอในด้านคุณภาพ เพื่อสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ซื้อ และเป็นที่ยอมรับของตลาด

2.6 ผู้ส่งออกต้องมีความพร้อมในการออกแบบสินค้า หรือปรับปรุงสินค้าให้เหมาะสมกับผู้ซื้อ

เนื่องจากผู้บริโภคในแต่ละตลาดย่อมมีรสนิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน การพัฒนาการออกแบบสินค้า จะช่วยให้สามารถปรับให้สินค้ามีความเหมาะสมกับตลาดได้ ซึ่งจะทำให้สามารถขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น

3. การเลือกตลาด

การเลือกตลาดสามารถทำได้ 2 วิธีคือ

3.1 การวิจัยจากข้อมูลทุติยภูมิ (Desk Research)

เป็นการวิจัยที่มีค่าใช้จ่ายต่ำ แต่ข้อมูลที่ได้อาจจะไม่ลึก เพราะเป็นการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแหล่งต่าง ๆ เช่น สำนักงานที่ปรึกษาการพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก สภาหอการค้า สำนักงาน ESCAP ฯลฯ โดยวิธีการทำ Desk Research พิจารณาได้จาก ข้อมูลทางสถิติของการนำเข้าส่งออกย้อนหลัง 3 - 5 ปี เพื่อให้การวิเคราะห์ตัวเลขเกิดความเชื่อมั่นได้ ข้อมูลที่ใช้ ได้แก่

- จำนวนประชากร (Population Size)

เพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการเลือกตลาดสินค้า โดยใช้ในการประเมินความต้องการของตลาด แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาร่วมกับอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ของประชากรในประเทศนั้น ๆ ด้วย

- ภาวะการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย

พิจารณาว่าประเทศใดมีสัดส่วนทางการตลาดในประเทศนั้นมากน้อยเพียงไรเพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์ทางการแข่งขันในตลาดนั้น ๆ เพราะข้อมูลที่ได้ สามารถนำมาเปรียบเทียบหาข้อได้เปรียบ - เสียเปรียบของประเทศนั้น ๆ แล้วนำมาปรับในกลยุทธ์ในการแข่งขันของเราได้

- กฎระเบียบการนำเข้าของตลาดเป้าหมาย

พิจารณาว่ามีข้อจำกัด หรือกฎระเบียบใดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่จะส่งออก เพื่อจะได้เตรียมเอกสารให้ถูกต้อง และครบถ้วน จะได้ไม่เกิดปัญหาในการนำสินค้าเข้าประเทศนั้น ๆ

3.2 การวิจัยโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Field Research)

เป็นการทำวิจัยในภาคสนามต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง เป็นการใช้อ้างอิงข้อมูลในลักษณะปฐมภูมิ (Primary Data) การทำวิจัยวิธีนี้ผู้ทำจะต้องมีประสบการณ์และความรู้ทางการตลาดเป็นอย่างดี โดยมีวิธีการทำดังนี้

- เดินทางไปศึกษาตลาดด้วยตนเอง

วิธีนี้จะมีค่าใช้จ่ายสูงมาก แต่โอกาสที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้องจะมีอยู่มาก เพราะจะได้เห็นถึงสภาพตลาดที่แท้จริง ความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคในตลาด ตลอดจนจะมีโอกาสได้ติดต่อกับโดยตรงกับผู้นำเข้าอีกด้วย.

- ติดต่อขอข้อมูลจากสำนักงานพาณิชย์ไทยในต่างประเทศ

อาจไม่ได้ผลดีเท่ากับวิธีแรก จะได้เพียงข้อมูลเบื้องต้นไม่เจาะลึก แต่ค่าใช้จ่ายก็จะต่ำกว่า

ข้อสำคัญในการเลือกตลาด

ในการเลือกตลาดผู้ส่งออกควรมีความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

Market Size ควรทราบขนาดของตลาดที่ต้องการส่งสินค้าไปขาย โดยพิจารณาจาก Population และ Purchasing Power

Political Economic Stability พิจารณาด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการเมืองของประเทศที่จะส่งสินค้าไปขายว่ามีความมั่นคงมากน้อยเพียงใด

Growth Trend เป็นการพิจารณาด้านแนวโน้มการขยายตัวของ การนำเข้าโดยศึกษาได้จาก ข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ย้อนหลังประมาณ 3 - 5 ปี

คู่แข่ง คู่แข่งขันที่สำคัญส่วนแบ่งตลาด และ การส่งเสริมการขายในตลาดนั้น ๆ

ช่องทางการจัดจำหน่าย การศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายจะทำให้สามารถเลือกติดต่อกับลูกค้าได้ถูกต้อง และเป็นประโยชน์ในการตั้งราคาอีกด้วย

Legal Requirement ต้องมีความเข้าใจในกฎระเบียบการนำเข้าว่ามีขั้นตอนหรือข้อจำกัดอะไรบ้าง

อัตราอากรการนำเข้า โควตาและใบอนุญาต ผู้ส่งออกจะต้องมีความรู้ในด้านเหล่านี้เพื่อจะได้เตรียมพร้อมที่จะส่งออกไปยังตลาดนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง

การขนส่ง ผู้ส่งออกจะต้องศึกษาถึงขั้นตอนและวิธีการส่งออก ตลอดจนค่าระวาง และระยะเวลา ในการขนส่ง เพื่อจะได้กำหนดวันส่งมอบสินค้าได้อย่างถูกต้อง

ข้อกำหนดของประเทศผู้นำเข้าเกี่ยวกับสินค้า ผู้ส่งออกจะต้องมีความเข้าใจว่าประเทศนั้นมีข้อกำหนดอะไรบ้าง เพื่อจะได้เตรียมพร้อมในการแก้ไขปัญหาล่วงหน้า

4. การทำสัญญาซื้อขาย (Sale Contract)

เมื่อมีการเสนอราคาและตกลงกันเรียบร้อยแล้ว ก็จะถึงขั้นตอนการนำสัญญาซื้อขาย โดยผู้ซื้อและผู้ขาย หรือโดยตัวแทนของทั้ง 2 ฝ่าย ซึ่งโดยปกติจะมีขั้นตอนดังนี้

Proforma Invoice เป็นเอกสารที่ผู้ขายส่งให้ผู้ซื้อเพื่อเป็นการเสนอ หรือยืนยันการเสนอราคาและเงื่อนไขต่างๆ ในการขายสินค้านั้น ๆ

Purchase Order เมื่อผู้ซื้อตกลงตามราคา และเงื่อนไขใน Proforma Invoice แล้วจะส่งหนังสือคำสั่งซื้อ (Purchase Order) มาให้ผู้ขายเพื่อเป็นการตอบรับและสั่งซื้อสินค้าตามราคา และเงื่อนไขดังกล่าว

Sale Confirmation เป็นสัญญาการซื้อขาย ซึ่งผู้ขายส่งให้แก่ผู้ซื้อเพื่อเป็นการยืนยัน หรือตอบรับการสั่งซื้อนั้นอีก (ซึ่งในทางปฏิบัติบางครั้งอาจจะไม่จำเป็นก็ได้)

5. การชำระเงิน (Term of Payment)

การชำระเงินมีความสำคัญมากในการส่งออก เนื่องจากไม่ใช่เป็นการขายภายในประเทศ ที่ลูกค้าจะสามารถเลือกดูสินค้า และส่งสินค้าได้ทันที ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายอยู่ห่างไกลกันมาก หากเกิดปัญหาสินค้าไม่ตรงตามคุณภาพที่ต้องการ หรือมีปัญหาเรื่องการชำระเงินแล้ว จะมีความยุ่งยากมากในการติดตาม สำหรับการชำระเงินที่ปฏิบัติกันในปัจจุบัน มีดังนี้

การจ่ายเงินล่วงหน้า (Cash or Advance Payment) วิธีนี้ผู้ซื้อจะส่งเงิน (Bank Draft หรือการโอนเข้าบัญชีผู้ขาย) ให้แก่ผู้ขายไปก่อน เมื่อผู้ขายได้รับเงินแล้วจึงจะส่งสินค้ามาให้ผู้ซื้อวิธีนี้ผู้ซื้อค่อนข้างจะเสียเปรียบมากหากไม่คุ้นเคยหรือรู้จักผู้ขายเป็นอย่างดี

การจ่ายเงินเชื่อ (Open Account) วิธีนี้จะตรงกันข้ามกับวิธีแรก คือผู้ขายจะส่งสินค้ามาให้ผู้ซื้อก่อนและได้รับชำระเงินจากผู้ซื้อภายหลัง ซึ่งอาจจะมีการตกลงกันว่าภายในกี่วัน เช่น 30 หรือ 60 วัน ซึ่งผู้ขายจะเป็นผู้เสียเปรียบ

Consignment เป็นการจ่ายเงินเมื่อผู้ซื้อสามารถขายสินค้าได้แล้วหรือเรียกว่าการขายฝาก ซึ่งถ้าผู้ซื้อเอาสินค้าไปแล้วและยังขายต่อไม่ได้ ก็ยังไม่ต้องจ่ายเงินให้แก่ผู้ขาย

Documents Against Payment (D/P) เป็นการจ่ายเงินก่อนนำเอกสารไปออกสินค้า วิธีนี้ผู้ขายจะส่งเอกสารที่ใช้ในการออกสินค้าไปให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อเมื่อผู้ซื้อมาจ่ายเงินค่าสินค้าที่ธนาคารแล้ว จึงสามารถเอาเอกสารนั้นไปออกสินค้าได้ ซึ่งมีทั้งการจ่ายเงินทันที (At Sight) หรือจ่ายภายหลัง (Term 30, 60 หรือ 90 วัน)

Documents Against Acceptance (D/A) เป็นการจ่ายเงินโดยผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงิน แล้วนำเอกสารไปออกสินค้า วิธีนี้คล้ายกับวิธี D/P คือเอกสารทั้งหมดจะส่งให้แก่ธนาคารในประเทศของผู้ซื้อ แต่ผู้ซื้อรับรองตัวแลกเงินแล้วนำเอกสารไปออกสินค้าได้เลย โดยยังไม่ต้องจ่ายเงินและก็จะสามารถไม่จ่ายเงินภายหลังก็ได้

Letter of Credit (L/C) วิธีนี้เป็นวิธีที่ดีและเหมาะสมมาก ไม่มีการเสี่ยงทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยเมื่อมีการตกลงซื้อขายกันแล้ว ผู้ซื้อจะเปิด L/C นี้ โดยธนาคารของผู้ซื้อมายังผู้ขายโดยผ่านธนาคารของผู้ขาย โดยจะระบุเงื่อนไขต่าง ๆ ใน L/C นั้น และเมื่อผู้ขายได้จัดส่งสินค้าถูกต้องตามเงื่อนไขใน L/C ให้แก่ผู้ซื้อแล้วก็สามารถนำเอกสารในการส่งออกไปขึ้นเงินกับธนาคารของผู้ขายได้

การตกลงใช้วิธีการชำระเงินต่าง ๆ เหล่านี้ ขึ้นกับความเชื่อถือนับกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย หรือในบางกรณีขึ้นกับว่าความต้องการจะขายหรือซื้อสินค้ามากน้อยแค่ไหน เช่น ถ้าผู้ซื้อต้องการสินค้าชนิดนี้มากหรือหาซื้อไม่ได้ง่ายนัก ก็อาจจะยอมจ่ายเงินล่วงหน้าให้แก่ผู้ขายก่อนก็ได้ ซึ่งแต่ละวิธีก็มีความได้เปรียบเสียเปรียบหรือความเสี่ยงมากน้อยไม่เท่ากัน แต่วิธีที่นิยมใช้กันมากในการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ซื้อและผู้ขายเพิ่งจะรู้จักกันก็คือ การเปิด L/C

6. พิธีการส่งออก

พิธีการส่งออกเป็นขั้นตอนสุดท้ายสำหรับการส่งออกสินค้า แต่ก็ยังเป็นขั้นตอนที่มีความซับซ้อนมากขั้นตอนหนึ่ง แต่ถ้าได้มีการศึกษาและเตรียมพร้อมล่วงหน้าแล้วก็จะไม่มีความยุ่งยาก เพราะรัฐบาลเองก็ส่งเสริมให้มีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศอยู่แล้ว จึงได้พยายามลดขั้นตอนหรืออุปสรรคต่างๆ ลงเพื่อช่วยให้ผู้ส่งออกเกิดความสะดวกรวดเร็วในการจะส่งออกสินค้า โดยปกติแล้วการส่งออกสินค้าแต่ละชนิดโดยเฉพาะสินค้าที่มีการควบคุม ก็จะมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการควบคุมสินค้านั้นโดยตรง ซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานเดียวหรือหลายหน่วยงานก็ได้

เอกสารที่ใช้ในการส่งออกโดยทั่วไปประกอบด้วย

1. ใบขนสินค้าขาออก
2. บัญชีราคาสินค้า (Invoice)

3. ใบอนุญาต หรือหนังสือรับรอง
4. คำร้องต่าง ๆ (ถ้ามี)
5. ใบแนบใบขนสินค้าขาออก (กรณีเป็นสินค้าที่จะขอคืนอากรตามมาตรา 19 ทวิ)
6. ใบขนสินค้ามุมำเงิน (กรณีเป็นสินค้าที่ขอชดเชยอากรสินค้าส่งออก)

สรุปขั้นตอนการส่งออกจะประกอบด้วย

- การจดทะเบียนธุรกิจ
- การจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม และการขอมิเลขและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร
- เสนอขายและรับการสั่งซื้อ
- การเตรียมสินค้า
- ติดต่อขนส่ง
- จัดเตรียมเอกสารเพื่อการส่งออก
- ติดต่อผ่านพิธีการศุลกากร
 - พิธีการตรวจเอกสาร
 - พิธีการตรวจสินค้า
- การส่งมอบสินค้า
- การเรียกเก็บเงินค่าสินค้า
- ขอรับสิทธิประโยชน์

และเมื่อตั้งใจจะดำเนินธุรกิจการค้าแล้ว ไม่ว่าจะ เป็นภายในประเทศหรือส่งออกสู่ต่างประเทศ จะต้องสร้างความมั่นใจแก่คู่ค้า โดยแสดงวัตถุประสงค์ชัดเจนว่าจะทำการค้าสินค้าลักษณะใด โดยทำการจดทะเบียนธุรกิจ ซึ่งมีการจดได้หลายลักษณะ ได้แก่

1. กิจการร้านค้าเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วนสามัญ
2. นิติบุคคล แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ
 - 2.1 บริษัทจำกัด
 - 2.2 ห้างหุ้นส่วน แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ
 - 2.2.1 ห้างหุ้นส่วนจำกัด
 - 2.2.2 ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล

เมื่อจดทะเบียนธุรกิจแล้วก็ต้องติดต่อกรมสรรพากรเพื่อขอมิเลขและบัตรประจำตัวผู้เสียภาษีอากร หากมีรายรับจากการขายสินค้าหรือให้บริการเกินกว่า 1.2 ล้านบาทต่อปี ต้องยื่นคำขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม แต่มีผู้ประกอบการบางประเภทที่ไม่ต้องจดทะเบียนหรือได้รับการยกเว้น

ภาษีมูลค่าเพิ่ม เช่น การส่งออกของผู้ประกอบการในเขตอุตสาหกรรมส่งออกตามกฎหมายว่าด้วยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย จะได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่มตามกฎหมายแต่ก็สามารถขอจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ เป็นต้น

อันดับแรกของการประกอบธุรกิจส่งออก ผู้ประกอบการต้องเข้าใจถึงลักษณะการส่งออกของประเทศไทยก่อน ซึ่งประเทศเราเป็นประเทศกำลังพัฒนาและมีเสรีทางการค้า ฉะนั้นในสินค้าบางตัวก็เป็นสินค้าที่มีความสำคัญและอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจแก่ประเทศ ดังนั้น ผู้ที่จะประกอบธุรกิจส่งออกจึงจำเป็นต้องศึกษากฎเกณฑ์ และระเบียบอันเกี่ยวข้องกับการส่งออก โดยเฉพาะกฎหมายเกี่ยวกับศุลกากร กฎหมายพิกัดอัตราอากรขาเข้าขาออกของสินค้าที่ได้รับการยกเว้นอากร กฎหมายควบคุมสินค้าขาออก ทั้งนี้เพื่อให้มีความเข้าใจอย่างถูกต้องตรงกัน

รัฐบาลจึงได้กำหนดการส่งออกสินค้าตามกลุ่มของสินค้าเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. สินค้ามาตรฐาน
2. สินค้าควบคุม หรือสินค้าที่มีมาตรการจัดระเบียบการส่งออก
3. สินค้าเสรี (ทั่วไป)

1. สินค้ามาตรฐานที่กำหนดมี 11 ชนิด ได้แก่ ข้าว โปด ปอพอก เมล็ดละหุ่ง ปุยนุ่น ไม้สักแปรรูป ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าวฟ่าง ปลาป่น ถั่วเขียว และถั่วเขียวผิวดำ ข้าวหอมมะลิไทย

การส่งออกสินค้าในกลุ่มนี้ ผู้ส่งออกจะต้องจดทะเบียนเป็นผู้ทำการค้าขาออกซึ่งสินค้ามาตรฐานและต้องได้รับใบรับรองมาตรฐานสินค้าจึงจะได้รับการตรวจปล่อยสินค้าออกไป

2. สินค้าควบคุม หรือสินค้าที่มีมาตรการจัดระเบียบการส่งออก เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงความสงบและความเรียบร้อยภายในประเทศผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศสินค้าประเภทนี้ได้แก่

- | | | |
|-------------------|--------------------|---------------------|
| - กระแต | - ทูเรียน | - ลำไยสด |
| - กากถั่ว | - ทองคำ | - สัตว์น้ำ 258 ชนิด |
| - กากถั่วเหลือง | - น้ำมันเชื้อเพลิง | - สัตว์ป่าบางชนิด |
| - กาแฟ | - ปลาทะเลสวยงาม | - สับปะรด |
| - กุ้งกุลาดำ | - ปลาทูน่า | - สิ่งทอ |
| - ข้าว | - ปลาหมึก | - สินค้าปลอม |
| - ช้าง | - ปะการัง | - สินค้าลิขสิทธิ์ |
| - ซากเต่าบางชนิด | - ทุเรียน | - หวาย |
| - ซากสัตว์บางชนิด | - ผลิตภัณฑ์หอยมุก | - หอยมุก |

- | | | |
|---------------------------------------|----------------|------------------------|
| - Re – Export | - พระพุทธรูป | - ดอกกล้วยไม้ |
| - ม้า ลา ล่อ | - ถ่านไม้ | - เมล็ดปอ |
| - ทราย | - แร่ที่มีทราย | - ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง |
| - ส่งออกไปสหพันธ์สาธารณรัฐยูโกสลาเวีย | | - ถ่านหิน |
| - ส่งออกไปสาธารณรัฐอังกโกลา | | - ไม้ ไม้แปรรูป |
| - ส่งออกไปสหพันธ์สาธารณรัฐเชิรราลีโอน | | - เต่าจ๊ก |

การส่งออกสินค้าเหล่านี้จะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่กำหนดกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเสียก่อนจึงจะทำการส่งออกได้

- **จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก** ได้แก่ กาแฟ ข้าว ทุเรียน ปลาทุนาบรรจุภาชนะอัดลม กุ้ง ปลาหมึกแช่เย็นแช่แข็ง และผลิตภัณฑ์ ลำใยสด สิ่งทอ ดอกกล้วยไม้ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

- **ขอใบอนุญาตส่งออก** ได้แก่ กากถั่วเหลือง (ในหลักการไม่อนุญาตให้ส่งออก) กาแฟ กุ้ง กูลาดำ ข้าว ช้าง ซากเต่าบางชนิด ซากสัตว์บางชนิด สินค้า Re - Export ถ่านไม้ ถ่านหิน ทองคำ น้ำมันเชื้อเพลิง ปุ๋ย ผลิตภัณฑ์หอยมุก พระพุทธรูป ไม้และไม้แปรรูป (เฉพาะไม้ยางพารา ไม้สน และ ไม้ยูคาลิปตัส) แร่ที่มีทราย สัตว์ป่าบางชนิด หอยมุก ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง

- **ขอรับการจัดสรรปริมาณ (โควตา) การส่งออก** ได้แก่ ข้าว สิ่งทอ

- **ห้ามส่งออก / ในหลักการไม่อนุญาตให้ส่งออก** ได้แก่ กระแต กากถั่ว เต่าจ๊ก ทราย ปลาทะเลสวยงาม ปะการัง ม้า ลา ล่อ เมล็ดปอ สัตว์น้ำ 258 ชนิด สินค้าปลอม สินค้าลิขสิทธิ์ หวาย การส่งออกไปยัง 3 ประเทศที่กล่าวข้างต้น

3. **สินค้าเสรี (ทั่วไป)** ไม่มีกฎเกณฑ์ใดเป็นข้อห้าม จึงส่งออกได้ตามปกติ สินค้ากลุ่มนี้มีมากมาย ผู้ส่งออกสามารถเลือกทำการค้าได้โดยเสรี

เมื่อทราบประเภทของกลุ่มสินค้า และรู้แล้วว่าเป็นสินค้าประเภทใด ก็มาถึงขั้นตอนไปในการขายสินค้าส่งออก คือการหาลูกค้าซึ่งก็มีหลายวิธี เช่น ลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ ในประเทศของผู้ซื้อ หรือสื่อทางการค้าของหน่วยงานด้านการค้าของไทย ได้แก่ Exporters Directory ซึ่งจะจัดพิมพ์รายชื่อผู้ผลิต - ส่งออกสินค้าแยกเป็นชนิดสินค้าการส่ง Direct Mail ไปยังผู้นำเข้าในประเทศเป้าหมาย การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

เมื่อผู้ซื้อในต่างประเทศได้รู้จักสินค้าและให้ความสนใจก็จะมีการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ในเรื่องราคา ปริมาณ หรือเงื่อนไขอื่น ๆ

ผู้ขายสินค้าก็ต้องเสนอราคาที่เหมาะสมและกำหนดเวลาในการจัดส่งหรือรายละเอียดอื่นตามที่ผู้ซื้อต้องการทราบ หากผู้ซื้อพอใจในสินค้าและราคาแล้วจึงจะเกิดการสั่งซื้อ ด้วยการออกคำสั่งซื้อสินค้า (Purchase Order) มายังผู้ขาย เพื่อให้ผู้ขายออกเอกสาร Pro - forma Invoice

เมื่อผู้ขายจัดส่ง Pro - forma Invoice ไปให้แล้ว ผู้ซื้อก็จะนำไปใช้เป็นหลักฐานในการเปิด Letter of Credit (L/C) ต่อธนาคารของผู้ซื้อ และเมื่อธนาคารของผู้ซื้อรับการสั่งซื้อแล้วก็ทำการจัดส่ง Letter of Credit (L/C) มายังธนาคารในประเทศของผู้ขาย

หลังจากนั้นธนาคารในประเทศผู้ขายก็จะแจ้งมายังผู้ขายว่าลูกค้าในต่างประเทศได้เปิด L/C มาแล้ว โดยให้ผู้ขายติดต่อกลับเพื่อนำหลักฐานตามที่ตกลงใน L/C ไปเตรียมการจัดส่งสินค้าตามข้อตกลงที่ผู้ซื้อกำหนดมาใน L/C หากมีข้อความใน L/C ไม่ชัดเจน ควรปรึกษากับธนาคารผู้รับใบสั่งซื้อ L/C ให้ชัดเจนเสียก่อนที่จะนำไปดำเนินการในขั้นตอนต่อไป

ในกรณีที่ผู้ขายเป็นผู้ผลิตสินค้าเอง ต้องเตรียมการผลิตสินค้าให้พร้อมเสร็จสิ้นก่อนกำหนดส่งสินค้า หากผู้ขายไม่ได้ผลิตเองก็จะต้องทำสัญญากับผู้ผลิตให้กำหนดการส่งมอบสินค้าตามเวลาที่กำหนดก่อนการจัดส่งให้ผู้ซื้อ จากนั้นทำการทดสอบคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามข้อตกลงที่ได้ให้กับผู้ซื้อไว้ และตรวจสอบกำหนดการในการขนส่งสินค้าว่า ตารางการเดินทางเรือ หรือเที่ยวบินในช่วงที่ต้องการส่งสินค้ามีตามต้องการหรือไม่ ควรจองระวางบรรทุกสินค้าไว้ล่วงหน้า เพื่อความสะดวกแก่ผู้ทำการขนส่งซึ่งจะได้จัดเตรียมระวางบรรทุกในเที่ยวที่ต้องการได้ถูกต้องครบถ้วน

ต่อมาก็จัดทำใบกำกับสินค้า หรือ บัญชีราคาสินค้า (Invoice) เพราะต้องนำไปใช้ทั้งก่อนการส่งออก และหลังการส่งออก เช่น ขออนุญาตสินค้าที่ควบคุมต้องปฏิบัติล่วงหน้าเพื่อความถูกต้อง การจัดทำใบรายการบรรจุหีบห่อ (Packing List) จะต้องจัดทำเมื่อทราบขนาดของหีบห่อที่ใช้บรรจุสินค้า หรืออาจจัดทำก่อนยื่นเอกสารผ่านพิธีการศุลกากร การขออนุญาตสินค้าควบคุม สินค้ามาตรฐานและการรับสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากร ซึ่งได้กล่าวแล้วข้างต้น

นอกจากนี้อาจต้องขอหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า (C/O หรือ Certificate of Origin) ตามข้อกำหนดของประเทศผู้ซื้อ หนังสือรับรองนี้มี 2 แบบ

แบบที่ 1 เป็นหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดทั่วไปที่ออกให้กับประเทศผู้ซื้อ เพื่อยืนยันว่าสินค้านั้นผลิตขึ้นในประเทศที่ส่งออกจริง

แบบที่ 2 เป็นหนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้าที่ออกให้กับประเทศผู้ซื้อ ตามข้อตกลงว่าด้วยการให้สิทธิพิเศษต่าง ๆ

- สิทธิพิเศษทางด้านภาษีศุลกากร GSP เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า

- สิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ AFTA/CEPT เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form D

- สิทธิประโยชน์ทางการค้า GSTP เรียกว่า หนังสือรับรองแหล่งกำเนิดสินค้า Form GSTP

เอกสารประกอบอื่น ๆ ตามความต้องการของผู้ซื้อ เช่น เอกสารประกันภัยและเอกสารรับรองต่าง ๆ ซึ่งผู้ส่งออกส่วนใหญ่มักใช้บริการว่าจ้างผู้แทนออกของ (Shipping) ให้ดำเนินการ ดังนั้นจึงควรแจ้งให้เขาทราบว่าต้องการเอกสารประกอบชนิดใด เพื่อเขาจะได้ปฏิบัติตามความต้องการได้อย่างถูกต้อง

ทั้งนี้สามารถหาข้อมูลได้จาก L/C ที่ได้รับมา ถ้ามีเงื่อนไข อย่าละเลยที่จะระบุเงื่อนไขลงไปเอกสารนั้น ๆ ให้ครบ

เอกสารใดที่ผู้ซื้อระบุมา แต่ไม่สามารถหาหน่วยงานใดออกให้ได้ก็ให้ทำการตกลงกับผู้ซื้อเสียแต่เนิ่น ๆ ก่อนที่จะปฏิบัติการส่งมอบสินค้า

บัตรลายมือชื่อ บัตรลายมือชื่อมีไว้เพื่อประกอบการติดต่อกับกรมศุลกากรว่าด้วยการนำเข้าและส่งออกทุกเรื่อง เป็นบัตรลายมือชื่อเจ้าของหรือผู้จัดการและผู้รับมอบอำนาจเพื่อประกอบการยื่นเอกสารในการผ่านพิธีการของกรมศุลกากร

เมื่อเตรียมเอกสารประกอบการส่งออกครบแล้ว และถึงเวลาตามที่ได้สัญญากับผู้ซื้อไว้แล้ว สินค้าพร้อมแล้ว ก็ทำการผ่านพิธีศุลกากร เพื่อทำการตรวจสอบสินค้าว่าตรงกับใบกำกับสินค้า ใบรายการบรรจุหีบห่อ แหล่งกำเนิดสินค้า การชำระภาษีอากร การออกใบขนสินค้า การควบคุม การบรรจุสินค้าเข้าตู้ ขึ้นเรือ หรือขึ้นพาหนะที่ใช้ขนสินค้าส่งออก

จากนั้น นำสินค้าที่จะส่งออกส่งมอบแก่ผู้ทำการขนส่ง ซึ่งได้จองระวางไว้ล่วงหน้าแล้ว และรับใบตราส่งเมื่อส่งมอบสินค้าเรียบร้อยแล้ว ใบตราส่งมี 5 ประเภทด้วยกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับพาหนะที่ขนส่ง เช่น

- ใบตราส่งทางเรือ Bill of Lading (B/L)
- ใบตราส่งทางอากาศ Air Waybill
- ใบตราส่งทางรถไฟ Railways Receipt
- ใบตราส่งทางรถบรรทุก Truck's Receipt
- ใบตราส่งทางไปรษณีย์ Parcel's Receipt

ผู้ส่งออกจะต้องตรวจสอบใบตราส่งให้ละเอียดตามเงื่อนไข อย่าให้ผิดพลาดจากข้อกำหนด ก่อนนำไปยื่นขอขึ้นรับเงินกับธนาคาร

เมื่อเสร็จสิ้นการตรวจปล่อยสินค้าแล้วก็ถึงขั้นตอนสำคัญ คือการเรียกเก็บและชำระเงินค่าสินค้า

เอกสารที่ต้องส่งเรียกเก็บเงินจากผู้ซื้อนั้นกำหนดได้จากเอกสารที่สั่งซื้อเป็นสำคัญ เอกสารที่จำเป็น คือ

ตั๋วแลกเงิน (Bill of Exchange) เป็นตราสารที่ผู้รับประโยชน์ตาม L/C หรือผู้ขายสินค้าเป็นผู้ออกตั๋วเงินเพื่อสั่งให้ผู้ซื้อสินค้าจ่ายเงินตามตั๋วแลกเงินภายในเวลาที่ตกลงไว้ในสัญญา

ข้อควรระวังในการส่งเอกสารให้แก่ผู้ซื้อเพื่อเป็นหลักฐานในการเตรียมตัวออกของ หรือติดตามสินค้า ต้องเป็นเอกสารที่ประทับตรา Copy Not Negotiate เพื่อผู้ซื้อจะได้นำไปออกของไม่ได้ จนกว่าการชำระเงินตามตั๋วแลกเงินจะสมบูรณ์ ธนาคารผู้เป็นตัวแทนจึงจะออกเอกสารในการออกของให้แก่ผู้ซื้อ นำไปออกของเพื่อจำหน่ายต่อไปได้และเพื่อเป็นการส่งเสริมการส่งออกอีกทางหนึ่ง กรมศุลกากรได้จัดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อส่งเสริมการส่งออก โดยดำเนินการมาตรการหลัก ๆ ดังนี้

1. การคืนอากรวัตถุดิบที่นำเข้ามาผลิตเพื่อส่งออกตามมาตรา 19 ทวิ
2. การงดเว้นการเก็บอากรสำหรับของที่นำเข้ามาในคลังสินค้าทัณฑ์บน
3. การชดเชยค่าภาษีอากร
4. การยกเว้น ภาษีนำเข้าสำหรับเขตอุตสาหกรรมที่ส่งออก

จะเห็นได้ว่าธุรกิจการส่งออกสินค้าสู่ผู้ค้าในต่างประเทศนั้นไม่ใช่เรื่องยากจนเกินความสามารถ เพียงแต่ให้ความสนใจในขั้นตอนการปฏิบัติที่สำคัญต่าง ๆ อย่างจริงจัง มีหูตากว้างไกล มีความจริงใจกับคู่ค้า ธุรกิจการส่งออกก็จะเป็นทางเลือกที่ดีแก่การทำธุรกิจได้ แต่ในการทำธุรกิจต่าง ๆ ก็เชื่อว่าประสบความสำเร็จในระยะเวลานานขึ้นได้

2.6 ภาพรวมอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

2.6.1 คำจำกัดความของอุตสาหกรรม

อัญมณีและเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพราะอัญมณีเป็นวัตถุดิบที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมเครื่องประดับ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้กล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับจะแข็งแกร่งได้ต้องมีอุตสาหกรรมอัญมณีที่ค้ำยันหนุน อัญมณีหรือรัตนชาตินั้นหมายถึงวัตถุ 3 ประการ คือ

1. แร่ เช่น เพชร คอรัันดัม (Corundum) เบริล (Beryle) โกเมน (Garnet) ควอตซ์ (Quartz) เป็นต้น

2. หิน เช่น ลาปีส ลาซูลี (Lapis Lazuli)

3. สารอินทรีย์ เช่น อำพัน ไข่มุก เป็นต้น

อัญมณีนั้นต้องมีคุณสมบัติอีก 3 ประการ คือ

1. สวยงาม (Beauty) ซึ่งพิจารณาจากสี การกระจายแสง การหักเหแสง ประกายความสามารถให้แสงผ่าน และรูปแบบของการเจียรไน

2. ความทนทาน (Durability) หมายถึง ความทนทานจากการสวมใส่ ซึ่งสามารถวัดได้โดยระดับของความแข็ง และความเหนียว ถ้ามีความแข็งมากจะทนทานต่อการขีดข่วนที่ทำให้เกิดตำหนิ เช่น เพชร ถ้ามีความเหนียวมากก็จะทนทานต่อการแตกหัก เช่น หยก ซึ่งมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการแกะสลัก

3. ความหายาก (Rarity) หมายถึง การใช้เวลา และการมีต้นทุนในการแสวงหา ซึ่งอาจจะมาจากระดับลึกของโลกตามสายแร่ หรือความหายากของอำพัน (อินทรีย์วัตถุ) ที่มีความงดงาม

แม้ว่าในโลกมีสายแร่ หิน และสารอินทรีย์หลายพันชนิด แต่การปรับปรุงคุณภาพให้เป็นอัญมณีที่สวยงาม ทนทาน และหายาก ที่ได้รับความนิยมนั้น มีเพียงไม่กี่ประเภท กล่าวคือ

ตารางที่ 2.1 แสดงอัญมณีที่ได้รับความนิยม

อัญมณี	สีที่พบตามธรรมชาติ
1. เพชร (Diamond)	ทุกสี
2. คอร์รันดัม (Corundum) เช่น ทับทิม (Ruby) และแซปไฟร์ (Sapphire)	ทุกสี
3. เบริล (Beryle) เช่น มรกต	ใสไม่มีสี เขียวอ่อน เขียวมรกต ฟ้าอมเขียว ชมพูอ่อน เหลือง แดง
4. โกเมน (Garnet)	ม่วง แดง ส้ม เหลือง เขียว น้ำตาล
5. ควอตซ์ (Quartz)	ม่วง เหลือง เทา ชมพู ใส
6. สปิเนล (Spinel)	ใสไม่มีสี ม่วง เขียวอ่อน แดง ส้ม เหลือง ดำ
7. หยก (Jadeite)	ทุกสียกเว้นใสไม่มีสี
8. ทัวร์มาลีน (Tourmaline)	ทุกสียกเว้นขาวขุ่นกับเทา
9. เทอร์คอยส์ (Turquoise)	ฟ้าอ่อนถึงปานกลาง ฟ้าแกมเขียวถึงเขียว มักจะพบจุดหรือรอยแต่มเป็นดวงสีดำ หรือเส้นสีดำเชื่อมต่อกัน

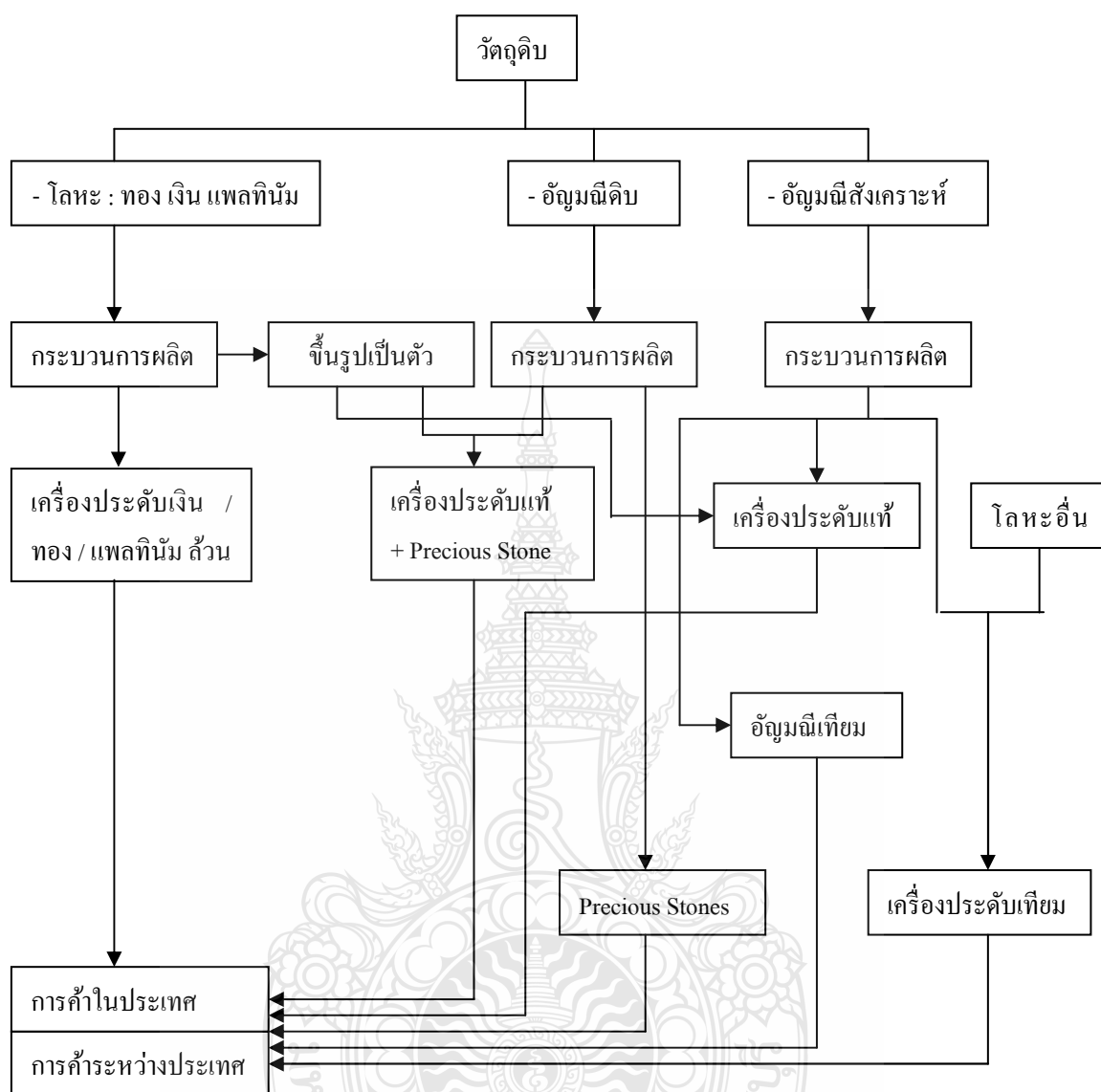
ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

อัญมณี	สีที่พบตามธรรมชาติ
10. โทแพซ (Topaz)	เหลือง ฟ้ำ น้ำตาล ชมพู เขียว ใสไม่มีสี
11. ไพทาย (Zircon)	ทุกสี
12. โอปอล (Opal)	ทุกสี
13. อำพัน (Amber)	เหลืองอ่อนถึงน้ำตาลเข้ม ส้มแดง ขาวแกมเขียวหรือแกมฟ้า

ไทยเป็นแหล่งผลิตพลอยที่สำคัญของโลกในอดีต พลอยที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกจากแหล่งพลอยในประเทศไทยคือ ทับทิม ไพลิน และบุษราคัม ซึ่งมีอุดมสมบูรณ์ตามแหล่งแร่ของไทย แต่ในปัจจุบัน พลอยดิบจากแหล่งแร่ในประเทศหายากมากขึ้น เพราะมีการขุดพบไปจนเกือบหมดแล้ว ทำให้ต้องพึ่งแหล่งแร่จากต่างประเทศ ผู้ค้าพลอยจะแบ่งพลอยออกเป็นสองกลุ่มใหญ่ ๆ คือ พลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อน พลอยเนื้อแข็ง หมายถึง ทับทิม และไพลิน ในขณะที่พลอยเนื้ออ่อน หมายถึง พลอยอื่น ๆ ที่เหลือทั้งหมด ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการอัญมณีของไทยในอดีตเป็นหนึ่งทางด้านการผลิตพลอยเนื้อแข็ง

ดังที่กล่าวในเบื้องต้นว่า อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความสัมพันธ์ต่อการแยกแยะประเภทของรายการสินค้าในอุตสาหกรรมนี้ ผู้ค้าและนักวิจัยสามารถจัดกลุ่มรายการสินค้าอย่างสังเขปได้ดังนี้

- ก. เพชร
- ข. พลอย
- ค. ไหมมุก
- ง. เครื่องประดับแท้ (ทอง ทองคำขาว เงิน) และเครื่องประดับเทียม
- จ. อัญมณีสังเคราะห์



หมายเหตุ : กระบวนการผลิต มี 2 ระดับ

1. การตกแต่ง คัดสรร เจียรระโน
2. การขึ้นรูปและประกอบ

ภาพที่ 2.3 โครงสร้างของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยโดยรวม

2.6.2 การผลิตและการค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดโลก

ในภาพรวมของอุตสาหกรรมในตลาดโลกแต่ละประเทศในโลกจะมีความชำนาญที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแหล่งวัตถุดิบ ความสามารถทางการออกแบบ ความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพของอัญมณีและเครื่องประดับทางการพาณิชย์ ถ้าจะพิจารณาภาพรวมของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับตาม 6 กลุ่ม รายการข้างต้นสามารถสรุปได้พอสังเขป ดังนี้

2.6.1 เพชร (Diamond)

จากรายงานของ National Geographic (มีนาคม 2545) พบว่ามีเพชรดิบ 120 ล้านกะรัตขุดได้จากทั่วโลก มีน้ำหนักรวมกันประมาณ 24 ตัน ซึ่งทำรายได้ให้กับผู้ผลิตปีละ 7,000 ล้านดอลลาร์ โดยมีค่าใช้จ่ายในการขุดน้อยกว่า 2,000 ล้านดอลลาร์ แต่ถ้าเพชรเหล่านั้นถูกนำไปปรับปรุงคุณภาพและส่งถึงมือลูกค้าในรูปแบบเครื่องประดับมูลค่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 50,000 ล้านดอลลาร์ ทั้งนี้มี De Beers เป็นผู้ค้ารายใหญ่

แหล่งแร่เพชรที่สำคัญทั่วโลกมีอยู่ในรัสเซีย แคนาดา ออสเตรเลีย และในทวีปแอฟริกา เพชรส่วนใหญ่มาจากแหล่งแร่ในแอฟริกาซึ่งประกอบไปด้วยประเทศแอฟริกาใต้ บอตสวานา แองโกลา สาธารณรัฐประชาธิปไตยคองโก เซียร์ราลีโอน การค้าเพชรทั่วโลกจะดำเนินการขายผ่านเครือข่ายของบริษัท De Beers ที่มีหน้าที่รับซื้อ จัดชั้นคุณภาพและจำหน่ายเพชรให้แหล่งเจียรไนร้อยละ 80 ของเพชรทั่วโลกจะมีการจำหน่ายผ่านเครือข่ายของบริษัท De Beers มีลูกค้า 125 รายที่ De Beers เป็นผู้คัดเลือกมาเพื่อเปิดโอกาสให้ซื้อเพชรดิบโดยมีการซื้อขายปีละ 10 ครั้ง ที่ลอนดอน ลูเซิร์น และ โยฮันเนสเบิร์ก โดยผู้ซื้อไม่มีโอกาสในการเลือกเพชรดิบเพราะ De Beers มีการบรรจุเพชรในถุงพลาสติก การซื้อนั้นต้องซื้อทั้งถุงในราคาที่ De Beers กำหนด ดังนั้นการเจรจาต่อรองจึงไม่เกิดขึ้น และตลาดถูกผูกขาดโดย De Beers นอกจากนั้น De Beers มีวิธีการจัดการกับผู้ผลิตอื่น ๆ ที่นำเพชรดิบมาขายเองโดยการทำให้เกิดสภาวะเพชรล้นตลาด โดยการนำเพชรสำรองออกมาจำหน่ายในราคาถูกลง ทำให้คู่แข่งถูกขจัดออกไป ซึ่ง De Beers มีเพชรสำรองเป็นมูลค่าประมาณ 5,000 ล้านดอลลาร์ อย่างไรก็ตาม De Beers มีคู่แข่งเกิดขึ้นใหม่ คือ แคนาดา และออสเตรเลีย ที่มีแหล่งแร่เพชรเอง รวมถึงเพชรจากแองโกลาที่มีการขายให้คู่แข่ง คือ เลฟลิวาเยฟ ทำให้สถานการณ์ครอบครองตลาดของ De Beers ทั้งในแองโกลาและรัสเซียลดลง

ศูนย์กลางการเจียรไนเพชรนั้นมีอยู่ที่นิวยอร์ก เทลอาวีฟ เมืองมุมไบ รัฐคุชราต และไทย โดยที่นิวยอร์กมีการเจียรไนเพชรขนาดใหญ่ซึ่งมีขนาดตั้งแต่ 0.20 - 2.0 กะรัต และมีสัดส่วนการค้าเพชรกว่าร้อยละ 33 ของมูลค่าการค้าโลก เทลอาวีฟเป็นศูนย์กลางการเจียรไนเพชรขนาดใหญ่เช่นเดียวกับนิวยอร์ก ในขณะที่เพชรดิบที่มีความซับซ้อนในการเจียรไนจะถูกส่งไปที่ Antwerp

อินเดียและไทยเป็นแหล่งเจียรไนเพชรขนาดเล็ก โดยเฉพาะที่อินเดียมีการตัดและเจียรไนเพชรขนาดเล็กเพื่อการส่งออกไปต่างประเทศตั้งแต่ในทศวรรษ 1970 ที่เมืองมูมไป และขยายต่อไปที่เมืองสุรัต โดยมีส่วนแบ่งการค้าเพชรเม็ดขนาดเล็กที่มีน้ำหนักต่ำกว่า 0.10 กะรัต ถึงร้อยละ 80 ของปริมาณการค้าในโลก จากการสำรวจของ National Geographic พบว่า ในอินเดียเพชรขนาดเล็กต้องใช้เวลาในการเจียรไน 3 ชั่วโมง และใช้คนงาน 3 คนแบ่งหน้าที่กันทำโดยได้ค่าจ้างสัปดาห์ละ 80 เหรียญสหรัฐอเมริกา มีคนงานเจียรไนประมาณ 800,000 คน

ศูนย์กลางการค้าเพชรหลักของโลกอยู่ที่นิวยอร์ก ลอนดอน Antwerp เทลอาวีฟ มูมไป โดยมีตลาดการค้าปลีกอยู่ที่นิวยอร์กและญี่ปุ่น ซึ่งมีมูลค่าการค้าร้อยละ 48 และ 19 ตามลำดับ

2.6.2 พลอย (Gems Stones)

พลอยมีได้หลากหลายสีดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ราคาของพลอยนั้นขึ้นอยู่กับความนิยมและคุณภาพของพลอย ผู้บริโภคในแต่ละประเทศจะมีความนิยมพลอยที่มีสีแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรสนิยมและความเชื่อในการประดับพลอยซึ่งอาจขึ้นอยู่กับราศีที่เกิดหรือโชคกลางว่าต้องใส่พลอยสีใด ความแตกต่างทางรสนิยม นั้น แม้กระทั่งทับทิมผู้ซื้อแต่ละชาติยังมีรสนิยมแตกต่างกันเช่นว่าชอบสีแดงเข้มหรือแดงอ่อน ทำให้พลอยมีความหลากหลายและเป็นทางเลือกต่าง ๆ สำหรับผู้บริโภค

แหล่งผลิตพลอยที่สำคัญในอดีตนั้นอยู่ที่สหรัฐอเมริกา อเมริกาใต้ พม่า กัมพูชา ไทย ศรีลังกา ในปัจจุบันทวีปแอฟริกา มีบทบาทเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของโลก ทั้งนี้เพราะวัตถุดิบในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีปริมาณลดลง เพราะได้ถูกขุดพบไปใช้เป็นจำนวนมากแล้ว โดยเฉพาะในประเทศไทย ปัจจุบันแหล่งพลอยดิบที่สำคัญ คือ ในหมู่เกาะมาดากัสการ์ นอกจากนั้นยังมีความเชื่อว่าประเทศจีนเป็นแหล่งพลอยดิบที่สำคัญในอนาคต เพราะที่ผ่านมามีการสำรวจและขุดไปใช้จำนวนมากไม่มากนัก

การปรับปรุงคุณภาพของพลอยนั้นทำได้หลายรูปแบบ ซึ่งอาจจะปรับปรุงโดยวิธีภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีการลองผิดลองถูกในการหุงหรือเผาพลอย (Heat Treatment) ทำให้พลอยมีสีสันสวยงามมากขึ้น วิธีนี้เป็นวิธีที่ไทยมีความชำนาญสูงที่สุดในโลก เพราะมีการผ่านขบวนการลองผิดลองถูกมาในอดีตกว่า 40 ปี เพราะว่าในอดีตไทยมีวัตถุดิบจำนวนมาก ส่วนการปรับปรุงคุณภาพวิธีอื่น ๆ เป็นวิธีที่ใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์มากขึ้น เช่น การอาบรังสีไอออนัม (Irradiation) การชานสี (Diffusion) การย้อมสี (Dyeing) การประกบ (Assembled Stone) การอุดช่องว่างที่ผิว (Cavity Filling) การเคลือบและการอัดโดยสารไร้สี (Colourless Coating and Impregnations) การฟอกสี (Bleaching) เป็นต้น

ศูนย์กลางการปรับปรุงคุณภาพพลอยที่ใหญ่ที่สุดในโลก คือ ประเทศไทย พลอยที่ค้าอยู่ในโลกผ่านการปรับปรุงคุณภาพและการเจียรไนในประเทศไทยประมาณร้อยละ 80 ของมูลค่าการค้าในตลาดโลก ในปัจจุบันนอกจากพ่อค้าไทยจะออกไปแสวงหาแหล่งวัตถุดิบจากทั่วโลก ผู้ขุดพลอยและผู้ค้าของประเทศแอฟริกาได้นำวัตถุดิบเข้ามาขายในประเทศไทยเองอีกด้วย เพราะมีความมั่นใจว่าไทยเป็นศูนย์กลางในการปรับปรุงคุณภาพและการเจียรไน และเป็นศูนย์กลางการค้าพลอยของโลกอีกด้วย ในตลาดโลกนั้นคู่แข่งหลักของการปรับปรุงคุณภาพพลอย คือ สหรัฐอเมริกา โดยมีการออบรังสีพลอยด้วยเทคนิคทางวิทยาศาสตร์ และมีอินเดียเป็นแหล่งเจียรไนและค้าพลอยที่สำคัญอีกประเทศหนึ่ง เพราะมีแรงงานที่มีค่าจ้างต่ำและมีความเชี่ยวชาญทางด้านงานเจียรไนเป็นจำนวนมาก

2.6.3 ไข่มุก (Pearl)

มุกนั้นมีทั้งมุกธรรมชาติและมุกเลี้ยง อุตสาหกรรมมุกเลี้ยงหอยมุกมีมาเกือบหนึ่งร้อยปีแล้ว โดยการแยกแยะมุกเลี้ยงออกเป็น 3 ประเภท คือ Akoya ทะเลใต้ (South Sea) และมุกน้ำจืด

มุก Akoya มีการเลี้ยงในประเทศญี่ปุ่นที่มีการซื้อขายร้อยละ 80 ของมูลค่าการค้ามุกทั่วโลก ในปัจจุบันจีนเป็นคู่แข่งที่สำคัญของญี่ปุ่นทางด้านมุกเลี้ยง เพราะ มีต้นทุนถูกกว่าโดยอาศัยฮ่องกงเป็นศูนย์กลางในการค้ามุก มุก ทะเลใต้ (South Sea) มีการผลิตที่ออสเตรเลีย ซึ่งมีระบบการควบคุมการผลิตโดยรัฐบาลออสเตรเลีย คู่แข่งที่สำคัญในปัจจุบัน คือ อินเดีย แต่เนื่องจากสถานการณ์การทางเศรษฐกิจของอินเดียไม่เอื้ออำนวยต่อการค้า ทำให้ไม่เป็นคู่แข่งที่น่ากลัวนัก มุกน้ำจืดสามารถมีการเพาะเลี้ยงใน 2 ประเทศหลัก คือ สหรัฐอเมริกาและจีน จีนเป็นผู้ผลิตมุกรายใหญ่ที่สุดในโลกและมีการพัฒนาการเลี้ยงจึงมีผลทำให้มุกมีคุณภาพดีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง จีนมีการเลี้ยงมุกน้ำจืดในหลายมณฑล เช่น Anhui Fujian Hubei Jiangsu Jiangxi และ Zhejiang ปัญหาหลักของจีน คือ การขาดการควบคุมปริมาณการผลิตทำให้มีอุปทานจำนวนมากในตลาดโลก

2.6.4 เครื่องประดับแท้ และเครื่องประดับเทียม

อุตสาหกรรมเครื่องประดับเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากอุตสาหกรรมอัญมณี ส่วนหนึ่งเพราะเครื่องประดับอัญมณีที่เป็นเครื่องประดับแท้มีการเอาอัญมณีมีค่า (Precious Gems Stones) มาเข้าตัวเรือน โลหะมีค่า (Precious Metal) ก่อนที่จะนำออกจำหน่าย กระบวนการผลิตเครื่องประดับมีทั้งการใช้แรงงานที่มีทักษะ และการใช้เครื่องจักร ในส่วนที่ต้องใช้แรงงานนั้นเริ่มตั้งแต่การตัดพลอยตามขนาดและสี การฝังอัญมณีเข้าไปในตัวเรือน แต่ในขณะเดียวกันสามารถใช้เครื่องจักรในการหล่อตัวเรือนพร้อมกับอัญมณีแทนการฝังได้ เครื่องประดับแท้อาจจะทำจากโลหะมีค่าล้วน ๆ ก็ได้ เช่น สร้อยทอง สร้อยทองคำขาว หรือเครื่องประดับเงิน โดยไม่มีอัญมณีเข้ามาเป็นส่วนประกอบ เครื่องประดับทองล้วนเช่น 24K ส่วนใหญ่จะได้รับความนิยมในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง และจีน

โดยเฉพาะในประเทศจีนมีการสะสมเครื่องประดับทองล้วนเพื่อเป็นหน้าที่ในการออม (Saving) อีกเหตุผลหนึ่งด้วย เครื่องประดับอัญมณีเทียมนั้นเป็นอีกรายการหนึ่งที่สำคัญ เพราะผู้มีรายได้น้อยสามารถเป็นเจ้าของได้และมีไว้ใช้ประดับเพื่อความสวยงาม ในขณะที่เครื่องประดับที่มีทองผสมน้อยกว่าเช่น 14K จะได้รับความนิยมในประเทศตะวันตก เพราะเป็นการซื้อรูปแบบของเครื่องประดับมากกว่ามูลค่าของโลหะ

อุตสาหกรรมเครื่องประดับนอกจากจะเน้นทางด้านฝีมือของแรงงานที่มีทักษะและความชำนาญในการผลิต มูลค่าเพิ่มต่อรัตนชาติที่มีค่าและโลหะที่มีค่านี้อยู่ที่เทคนิคในการออกแบบและปกติแล้ว ในอุตสาหกรรมนี้ผู้บริโภครจะได้รับอิทธิพลจากรูปแบบของสินค้าและแฟชั่นของสินค้า กล่าวคือ ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อไม่ใช่เป็นองค์ประกอบหลักในการกำหนดทิศทางและรูปแบบของสินค้า แต่ผู้ออกแบบ (Designer) เป็นผู้กำหนดลักษณะของสินค้าและแฟชั่นให้แก่ผู้ซื้อ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าผู้ออกแบบส่วนใหญ่จะมาจากประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าเครื่องประดับแท้ ในขณะที่การผลิตนั้นจะทำในประเทศที่กำลังพัฒนาเป็นส่วนใหญ่โดยทำหน้าที่ในการรับจ้างผลิต เว้นแต่สินค้าคุณภาพสูง (Hi-end Product) จะถูกผลิตโดยประเทศผู้ออกแบบเองเช่นอิตาลีที่จะมีโรงงานการผลิตส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดย่อมซึ่งเน้นคุณภาพและรูปแบบสินค้ามากกว่าปริมาณ และเทคนิคทางการผลิตนั้นจะสูงกว่าประเทศอื่น ๆ เช่น การชุบทองและการผสมโลหะ การถักสร้อย อิตาลีเป็นประเทศอันดับหนึ่งในโลกทางด้านผู้นำเครื่องประดับแท้ที่ทำจากทองล้วน หรือแพลตินัม โดยไม่มีอัญมณีประกอบ สวิสเซอร์แลนด์เป็นศูนย์กลางการค้าที่ใหญ่อีกแห่งหนึ่ง เป็นแหล่งจัดการแสดงสินค้านำระดับโลก ในขณะที่ฮ่องกง จีน และเกาหลีใต้เป็นแหล่งผลิตเครื่องประดับเทียม ทั้งนี้อาจมีการออกแบบเองหรือเลียนแบบจากเครื่องประดับแท้ที่ได้รับความนิยมในตลาดโลกเช่น เครื่องประดับแท้ที่มีเครื่องหมายการค้าที่นิยม

2.6.5 อัญมณีสังเคราะห์ (Synthetic Gems Stones)

อัญมณีสังเคราะห์เป็นอัญมณีที่มีองค์ประกอบทางด้านแร่ธาตุเช่นเดียวกับเครื่องประดับแท้ ทั้งนี้เพราะ ผู้ผลิตได้ศึกษาธรรมชาติที่แท้จริงของอัญมณี และหาองค์ประกอบทางเคมี พร้อมทั้งทดลองเลียนแบบกระบวนการเกิดของอัญมณี กระบวนการผลิตอัญมณีสังเคราะห์มีหลายรูปแบบเช่น กระบวนการสังเคราะห์แบบหลอมละลาย (Melt Growth) ซึ่งมีวิธีการสังเคราะห์ได้หลายแบบ เช่น Verneuil Czochalski Floating Zone และ Skull Melting กระบวนการสังเคราะห์โดยการใช้สารละลาย (Growth from Solution) เช่น กระบวนการสังเคราะห์แบบ Hydrothermal Growth กระบวนการสังเคราะห์แบบ Colloidal Suspension กระบวนการสังเคราะห์แบบ Ceramic Technique และ กระบวนการสังเคราะห์แบบเพชร (Diamond Synthesis) การทดสอบโดยดูจากองค์ประกอบทางเคมี

หรือการหักเหของแสงไม่สามารถแยกแยะอัญมณีแท้และเทียมออกจากกันได้ แต่ต้องพิจารณาจากตำหนิและมลทิน (Inclusion) เพื่อแยกแยะรัตนชาติจากธรรมชาติกับรัตนชาติสังเคราะห์

การสังเคราะห์รัตนชาติโดยเฉพาะเพชรนั้นทำมานาน แต่ประสบความสำเร็จเชิงพาณิชย์ไม่นานมานี้ โดยบริษัท GE หลังจากนั้น De Beers ได้เริ่มผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์สังเคราะห์เพชรในเวลาถัดมา ปัจจุบันมีการผลิตเพชรสังเคราะห์มากกว่า 100 ล้านกะรัตในแต่ละปี ทั้งนี้ไม่รวมพลอยสังเคราะห์อื่น ๆ ผู้ผลิตอัญมณีสังเคราะห์รายใหญ่ของโลกในปัจจุบันคือ รัสเซีย ญี่ปุ่น และจีน

เพชรสังเคราะห์มีการค้าขายเป็นจำนวนมากในโลก โดยมีตัวอย่างเช่น เพชรรัสเซีย หรือ Cubic Zirconia เป็นอัญมณีสังเคราะห์จากแร่เพทาย (Zircon) มีหลากหลายสีและมีการเจียรไนเป็นเหลี่ยมเพชรและเพชร โมอิส (Moiss) เป็นเพชรสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์โดยสังเคราะห์ขึ้นจาก Silicon Carbide หรือ Moissanite ซึ่งเป็นแร่ตระกูลเดียวกับเพชรแท้ มีการนำมาเจียรไนและมีความสวยงามคล้ายคลึงกับเพชรสำเร็จในปี 2538 ทั้งนี้มีความแข็งใกล้เคียงกับเพชรธรรมชาติ ถ้าเจียรไนถูกวิธีจะมีความงดงามเท่ากับเพชร แต่มีราคาจะอยู่เพียงร้อยละ 10 ของราคาเพชรธรรมชาติ

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับไทยจากการส่งออกเกือบปีละ 80,000 ล้านบาทและเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งมีการจ้างงานจำนวนมากในอุตสาหกรรมนี้กว่า 1 ล้านคน

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีส่วนในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภาคอุตสาหกรรมประมาณร้อยละ 6 - 8 ของการผลิตในภาคอุตสาหกรรมทั้งหมด โดยมีอัตราการเติบโตของมูลค่าเพิ่มโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 20 - 40 ต่อปี ในช่วงปี 2531 - 2534 ซึ่งเป็นระยะที่อุตสาหกรรมเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่มีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องและมีอัตราการเจริญเติบโตที่ติดลบในช่วงปี 2540 และ 2541 ซึ่งเป็นช่วงเวลาของวิกฤตทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมนี้ได้เริ่มปรับตัวเข้าสู่สภาวะเติบโตเช่นเดิมตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา

หากจำแนกมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับออกเป็นอุตสาหกรรมการเจียรไนและการขัดเพชรพลอย และอุตสาหกรรมเครื่องประดับเพชรพลอยแล้ว สัดส่วนมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมเจียรไนและการขัดเพชรพลอยมีส่วนลดลงจากร้อยละ 4.24 ในปี 2531 เป็นร้อยละ 3.25 ในปี 2542 สัดส่วนนี้มีการลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่อุตสาหกรรมเครื่องประดับมีส่วนมูลค่าเพิ่มต่ออุตสาหกรรมโดยรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.31 ในปี 2531 จนเกือบถึงร้อยละ 4 ในช่วงปี 2537-2539 ทั้งนี้หมายถึงอัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมเครื่องประดับเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในระยะเวลาที่เศรษฐกิจเติบโตเร็ว หรือกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับเป็น

แรงผลักดันหนึ่งที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัวระหว่างปี 2540 - 2541 มูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมเครื่องประดับลดลงถึงกว่าร้อยละ 10 กล่าวพอสังเขปได้ว่า อุตสาหกรรมเครื่องประดับมีความเปราะบางต่อสภาวะเศรษฐกิจ

ในทางตรงกันข้ามอุตสาหกรรมเจียรไนและการขัดพลอยได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจน้อยมาก แม้ว่าอัตราการเติบโตจะไม่สูงเท่ากับอุตสาหกรรมเครื่องประดับ แต่การเปลี่ยนแปลงในขาลงเมื่อเศรษฐกิจชะลอตัวมีน้อยหรือกล่าวได้ว่ามีเสถียรภาพพอสมควร กล่าวได้ว่าพอสังเขปว่า อุตสาหกรรมเจียรไนและขัดพลอยเป็นอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่ง (Mature) แล้ว ทั้งนี้ หากพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับให้แข็งแกร่งเหมือนอุตสาหกรรมเจียรไนและขัดพลอยได้แล้ว อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจะเป็นอุตสาหกรรมที่มีเสถียรภาพในการเป็นแรงผลักดันเศรษฐกิจของไทย

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีสถิติว่ามีการจ้างงานกว่า 1.2 ล้านคน ทั้งนี้เป็นแรงงานในการเจียรไนอัญมณีประมาณร้อยละ 80 และอีกร้อยละ 20 ของแรงงานเป็นแรงงานทำและ ตบแต่งเครื่องประดับ แรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้มีทุกระดับตั้งแต่แรงงานที่มีทักษะน้อย ซึ่งปกติ อยู่ในอุตสาหกรรมต้นน้ำ เช่น การทำเหมืองพลอย จนถึงแรงงานที่ต้องใช้ทักษะปานกลางจนถึงสูง ใน กระบวนการตั้งน้ำและกระบวนการเจียรไนพลอย การออกแบบเครื่องประดับ การขึ้นรูปตัวเรือน การฝังซุบและขัดตัวเรือน

โครงสร้างของอุตสาหกรรมนี้เป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางจำนวนมาก อาทิเช่น การเจียรไนพลอยจะเป็นอุตสาหกรรมในระดับครัวเรือน ในต่างจังหวัดบางส่วนทำเป็นอาชีพเสริม จากการทำนา จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการไทยที่มีการจ้างงานเหล่านี้ พบว่าจะทำเป็น อุตสาหกรรมครัวเรือนในระดับหมู่บ้าน มีการเจียรไนเป็นอาชีพเสริมของทั้งหมู่บ้าน โดยสามารถ สังเกตได้จากแสงสว่างในเวลากลางคืนในบ้านชนบท พร้อมทั้งเสียงของเครื่องจักรที่ใช้ในการ เจียรไน ข้อมูลเหล่านี้ไม่ปรากฏตามสถิติของทางราชการ ซึ่งข้อมูลของกรมโรงงานอุตสาหกรรม บันทึกเฉพาะ โรงงานที่จดทะเบียนกับกระทรวงอุตสาหกรรม

การผลิต

การผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อการส่งออกมากกว่า ที่จะขายให้กับผู้บริโภคชาวไทย ดังนั้นมูลค่าของการส่งออกสามารถสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างการ ผลิตของอุตสาหกรรมได้อย่างชัดเจน

โครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

ต้นทุนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับนั้นมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของสินค้า ทั้งนี้ขึ้นกับมูลค่าของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต จากข้อมูลของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2542) อ้างอิง ในแผนแม่บทอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีการแบ่งโครงสร้างต้นทุนของสินค้า 3 ประเภท ดังนี้

ตารางที่ 2.2 โครงสร้างต้นทุนอุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

	การเจียรไนเพชร	การเจียรไนพลอย	เครื่องประดับแท้
1. วัตถุดิบ (อัญมณีดิบ หรืออัญมณีเจียรไนแล้ว หรือเพชร)	80	60	30
2. โลหะมีค่าต่างๆ	-	-	35
3. ค่าแรงงาน	11	21	12
4. ค่าใช้จ่ายในโรงงาน	4	6	8
5. ค่าวัตถุดิบอื่น ๆ	2	6	5
6. ค่าเสื่อมราคา	1	2	4
7. ค่าดอกเบี้ย	1	3	3
8. ต้นทุนอื่นๆ	1	2	3
รวม	100	100	100

ทั้งนี้จากโครงสร้างต้นทุนจะเห็นได้ว่า วัตถุดิบไม่ว่าจะเป็นเพชร อัญมณีดิบ อัญมณีที่ผ่านการเจียรไนแล้ว หรือโลหะมีค่าต่าง ๆ จะเป็นต้นทุนส่วนใหญ่ของธุรกรรม ค่าจ้างแรงงานจะมีสัดส่วนอยู่ประมาณร้อยละ 10 สำหรับการเจียรไนเพชรและเครื่องประดับแท้ ในขณะที่ต้นทุนแรงงานมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 21 ของการเจียรไนพลอย เหตุผลหนึ่งคือพลอยที่ได้รับการเจียรไนเป็นพลอยที่มีคุณภาพสูง จึงมีต้นทุนที่ต้องจ้างแรงงานที่มีทักษะสูงในการเจียรไน

การค้า

การผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกมากกว่าเพื่อการค้าบริโภคภายในประเทศ ทั้งนี้มีสัดส่วนในมูลค่าการส่งออกประมาณร้อยละ 6 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด โดยมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างสูงในปี 2543 และ 2544 เท่ากับร้อยละ 11.5 และ 18 ตามลำดับ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีเครื่องประดับแท้เป็นสินค้าหลัก โดยมี

สัดส่วนของการส่งออกประมาณร้อยละ 50 และเพชรและพลอยมีสัดส่วนตามมาเป็นลำดับที่สองและสาม ร้อยละ 30 และเกือบร้อยละ 15 ตามลำดับ



ตารางที่ 2.3 การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปตลาดโลก

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	2541			2542			2543			2544		
	มูลค่า	%	สัดส่วน	มูลค่า	%	สัดส่วน	มูลค่า	%	สัดส่วน	มูลค่า	%	สัดส่วน
เพชร (HS 7102)	13,219.20	-16.9%	23.08%	16,360.30	23.76%	27.45%	21,039.70	28.60%	31.57%	22,210.80	5.57%	28.25%
พลอย (HS 7103)	9,239.70	-2.4%	16.13%	8,832.50	-4.41%	14.82%	9,441.50	6.89%	14.17%	8,964.70	-5.05%	11.40%
เครื่องประดับแท้ (HS 7113)	31,758.50	14.9%	55.45%	31,727.70	-0.10%	53.24%	33,052.20	4.17%	49.60%	43,814.30	32.56%	55.72%
เครื่องประดับเทียม (HS 7117)	2,553.00	33.7%	4.46%	2,109.50	-17.37%	3.54%	2,518.00	19.41%	3.78%	3,044.00	20.85%	3.87%
อัญมณีสังเคราะห์ (HS 7104)	504.20	-3.9%	0.88%	559.60	10.99%	0.94%	589.1	5.27%	0.88%	596.70	1.29%	0.76%
รวม (ล้านบาท)	57,274.60		100%	59,589.60		100%	66,641.40		100%	78,630.50		100%

ที่มา : กรมศุลกากร

เครื่องประดับแท้เป็นสินค้าที่ไทยส่งออกมากที่สุดในอุตสาหกรรมนี้ หากพิจารณาในรายละเอียดแล้วจะพบว่า เครื่องประดับแท้ที่ไทยส่งออกเป็นเครื่องประดับโลหะมีค่า เช่น ทอง และ แพลตินัม ซึ่งมีมูลค่ามากกว่าเครื่องประดับเงินกว่าเท่าตัว โดยมีเครื่องประดับเงินที่มีแนวโน้มส่งออกเพิ่มขึ้นในหลายปีที่ผ่านมา

พลอยสีเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพ โดยเฉพาะทับทิม แซฟไฟร์ และมรกต ทำให้การส่งออกของพลอยสีทั้ง 3 ประเภท มีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งในกลุ่มของรัตนชาติ (HS 7103) อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการส่งออกนั้นลดลงระหว่างปี 2538-2542 ซึ่งอาจจะมาจาก 2 สาเหตุคือ การขาดแคลนวัตถุดิบที่เป็นพลอยดิบ และการส่งออกพลอยสีในรูปของเครื่องประดับแท้มากขึ้น แทนที่จะส่งพลอยสีที่เป็นเม็ดออกต่างประเทศ

มูลค่ารวมของการส่งออกเพชรนั้นเพิ่มขึ้นมาตลอด ยกเว้นช่วงของวิกฤติเศรษฐกิจ ปี 2540 ทำให้มูลค่าการส่งออกเพชรลดลงในปี 2540 และ 2541 แต่อย่างไรก็ตาม การส่งออกเพชรก็ได้กลับเข้าสู่ภาวะปกติคือ มีอัตราการส่งออกเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2542 เป็นต้นมา โดยเฉพาะเพชรที่ไม่ได้ใช้ในทางอุตสาหกรรม (HS 710239)

การส่งออกอัญมณีสังเคราะห์มีมูลค่าน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าในหมวดอื่น ๆ โดยมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 500 ล้านบาทต่อปี และมีสัดส่วนการส่งออกเพียงร้อยละ 0.9 ของการส่งออกทั้งหมดเท่านั้น ในขณะที่เครื่องประดับเทียม มีมูลค่าการส่งออกเฉลี่ยปีละกว่า 2,000 ล้านบาท จนถึงปี 2543 โดยในปี 2544 มีมูลค่าการส่งออก 3,043.9 ล้านบาท ซึ่งมีมูลค่าสูงกว่า 3,000 ล้านบาท เป็นปีแรก

ประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทยในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับคือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และ สหภาพยุโรป โดยมีสัดส่วนการส่งออกเฉลี่ยร้อยละ 68.7 ในระหว่างปี 2541 - 2543 โดยแบ่งเป็นญี่ปุ่น (9.2%) สหรัฐอเมริกา (29.4%) และสหภาพยุโรป (30.1%) ส่วนประเทศจีนมีมูลค่าการนำเข้าจากไทยน้อยมาก

ในปี 2544 เพชรมีส่วนการส่งออกไปจีนร้อยละ 0.47 ของการส่งออกไทยทั้งหมด แต่หากพิจารณาในรายละเอียดแล้ว เพชรที่ไม่ใช้ในอุตสาหกรรมยังไม่ได้ตกแต่ง (HS 710231) มีสัดส่วนการส่งออกไปจีนร้อยละ 19.1 ซึ่งนับว่าสูงมาก เมื่อเทียบกับสินค้าในหมวดอื่น ๆ จากข้อมูลทางสถิติดังกล่าวเงินมิใช่เป็นคู่ค้าที่สำคัญของประเทศไทยในการส่งออกเลย แม้กระทั่งพลอยสีเช่น ทับทิม แซฟไฟร์ หรือมรกตที่ไทยมีศักยภาพในการส่งออกสูงและน่าจะทำได้ดีในจีน มูลค่าการส่งออกไปยังประเทศจีนในปี 2544 มีเพียง 5.7 ล้านบาท ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าการส่งออกพลอยสีของไทยไปยังตลาดจีนนั้นเป็นการค้าผ่านประเทศฮ่องกงส่วนใหญ่ (หากดูจากข้อมูลทางสถิติจาก China Custom

จะพบว่า จีนนำเข้าพลอยจากไทยเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.37 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด โดยเฉลี่ยระหว่างปี 2542 - 2544)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาณุพันธุ์ จิตศักดิ์านนท์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปประเทศญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่ส่งออกไปยังประเทศญี่ปุ่นโดยวิธีกำลังสองอย่างน้อยที่สุดอย่างง่าย (Ordinary Least Squares) และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยการทดสอบ cointegration and error correction ของ Johansen and Juselius ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลแบบรายเดือนระหว่างมกราคม ค.ศ.1998 ถึง ค.ศ.2002 จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ในระยะสั้นและระยะยาวของการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากไทยไปญี่ปุ่นโดยใช้แบบจำลองการนำเข้าอัญมณีของญี่ปุ่นจากไทย 5 ประเภท ได้แก่ การนำเข้าเพชร การนำเข้าทับทิม ไพลิน มรกต การนำเข้าพลอย การนำเข้าเครื่องประดับทองคำขาว และการนำเข้าเครื่องประดับทอง ผลการศึกษาพบว่าทุกแบบจำลองมีความสัมพันธ์ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวกับตัวแปรราคาของอัญมณีแต่ละประเภท

เพ็ญภา เชาววิลาส (2547) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปตลาดสหรัฐอเมริกา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบและการเปลี่ยนแปลงส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญในตลาดสหรัฐอเมริกา ได้แก่ อิตาลี และจีน การศึกษาได้ศึกษาเชิงพรรณนาเกี่ยวกับ โครงสร้างปัจจัยการผลิตอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ การตลาดและกลยุทธ์การเจาะตลาดในสหรัฐอเมริกา ส่วนการศึกษาเชิงปริมาณจะศึกษาเกี่ยวกับดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของ B.Balassa เพื่อเป็นการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และนำผลที่ได้มาคาดคะเนการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 - 2546 ซึ่งรวบรวมข้อมูลมาจาก World Trade Atlas

จันทิมา อัสวโชชชัย (2548) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาสภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพื่อการส่งออก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพื่อการส่งออก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้จัดการของธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยที่ได้เป็นสมาชิกกับกรมการส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 263 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบ

สอบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe Analysis การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการลงทุนส่วนใหญ่เป็นคนไทยทั้งหมด เป็นสถานประกอบการขนาดกลางที่มีจำนวนพนักงาน 50 - 200 คน เปิดดำเนินการ 10 - ไม่เกิน 15 ปี โดยมีตลาดส่งออกหลักที่สำคัญคือสหภาพยุโรป และเป็นตลาดระดับกลาง ประเภทสินค้าที่ทำการส่งออกมากที่สุดคือ เครื่องประดับแท้ ประเภทเงิน การศึกษาปัญหาการส่งออก พบว่า ปัญหาในการดำเนินธุรกิจโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ ปัญหาในด้านการตลาดเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก ปัญหาในด้านบุคลากรเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก ปัญหาในด้านการตลาดเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก ปัญหาในด้านในด้านการส่งออกเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก ปัญหาในด้านการผลิตเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับปัญหาในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพื่อการส่งออก จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ พบว่า ปัญหาในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยเพื่อการส่งออกโดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่า แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านลักษณะการลงทุนในธุรกิจ ด้านขนาดของขนาดสถานประกอบการ ด้านระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ

ปริยานุช แยมจินดา (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีแท้ในประเทศไทย ใน 3 ด้าน คือ ด้านวัตถุดิบ ด้านเทคโนโลยีในการผลิต และด้านแรงงาน เพื่อเปรียบเทียบระหว่างระหว่างลักษณะของผู้ประกอบการจำแนกตามขนาดของกิจการ รูปแบบความเป็นเจ้าของของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน ผลการวิจัยมีดังนี้ ระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีแท้ในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับปัญหาต่างๆ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านแรงงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านวัตถุดิบ ตามลำดับ การเปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีแท้ในประเทศไทยกับปัญหาการดำเนินงาน พบว่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีแท้ในประเทศไทยที่มีขนาดกิจการ รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องประดับอัญมณีแท้ในประเทศไทยมีปัญหาการดำเนินงานที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยบรรยาย เพื่อศึกษาปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. วิธีการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทย ที่มีรายชื่อผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ จากกรมส่งเสริมการส่งออก ในปี 2554 มีจำนวนทั้งสิ้น 1,031 ราย (กรมการส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2554)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา โดยศึกษาจากขนาดของธุรกิจและระยะเวลาในการดำเนินงาน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 290 แห่ง

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) คือการสุ่มที่ใช้กับหน่วยตัวอย่างที่ได้มีการเรียงลำดับอย่างเป็นระบบอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ลำดับเลขของหนังสือในห้องสมุด การสุ่มแบบเป็นระบบทำได้โดยการเลือกหน่วยตัวอย่างแรกแบบสุ่ม จากหน่วยที่ 1 ถึงหน่วยที่ k และจะเลือกหน่วยตัวอย่างต่อ ๆ ไปทุก k หน่วยจนครบ n หน่วยตามต้องการ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย

ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยเฉพาะ (กาญจนา ไชยวงศ์, 2548 : 49)

ในการศึกษาที่ได้กำหนดขึ้นเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตและส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับตัวอย่างในการศึกษา โดยเนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเพศ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในด้านต่าง ๆ ทั้งหมด 3 ด้าน โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามวิธีการของริน ลิเคิร์ต (Rensis Likert) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543 : 107 - 108) ผู้ตอบแบบสอบถามจะประเมินความคิดเห็นของตนจากคำถามแต่ละข้อตามระดับของการประเมิน 5 ระดับ

<u>ตัวเลือก</u>	<u>คะแนน</u>
มีปัญหามากที่สุด	5
มีปัญหา	4
มีปัญหาปานกลาง	3
ปัญหาน้อย	2
ปัญหาน้อยที่สุด	1

วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาถึงหลักการวิธีการสร้างแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการผลิตและส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ เพื่อนำมากำหนดโครงสร้างของข้อแบบสอบถาม
2. กำหนดโครงสร้างของแบบสอบถาม รวมทั้งสำนวนของภาษาของข้อคำถาม เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และความครอบคลุมของเนื้อหาเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

4. เมื่อนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหาและการใช้ภาษา

5. ทดสอบแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดสอบเบื้องต้น (Try out) กับผู้ส่งออกกลุ่มตัวอย่าง 30 บริษัท เพื่อนำมาหาความน่าเชื่อถือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of Alpha) ของ Cronbach ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ได้มีค่า 0.9228 หมายความว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

6. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการส่งแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขปรับปรุงแล้วไปยังผู้ประกอบการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตามรายชื่อผู้ส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจากกรมการส่งเสริมการส่งออก โดยการส่งไปรษณีย์, การโทรศัพท์, การส่งโทรสาร และส่งทาง E-Mail โดยส่งแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการจนได้ครบ 290 ชุด

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาบรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามตอนที่ 1 และ 2 ในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล และลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นตัวแปรอิสระอันได้แก่ ลักษณะของสถานประกอบการ และตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่ใช้ศึกษาปัญหาด้านการผลิต ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

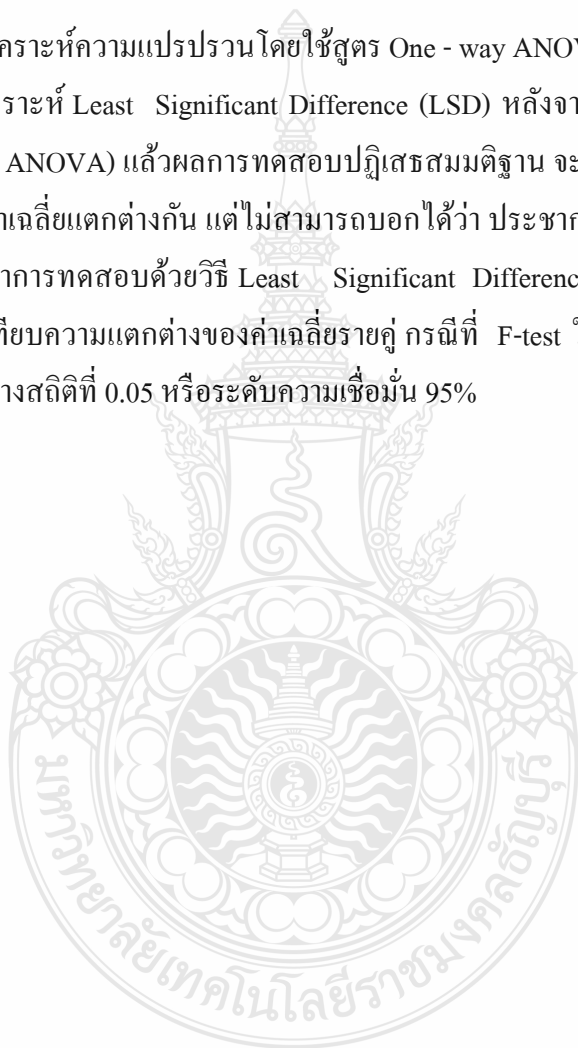
1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งใช้คู่กับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงลักษณะการกระจายของคะแนนแต่ละครั้ง

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analytical Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุประดับปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งได้แก่ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน ในการส่งออกอัญมณี

และเครื่องประดับ ต่อด้านการผลิต ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย

2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) ใช้สำหรับการทดสอบความแตกต่างของกลุ่มประชากรมากกว่าสองกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Samples) คือ ขนาดของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงาน ในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับกับตัวแปรตาม ได้แก่ ปัญหาที่ประสบที่ส่งผลต่อการส่งออกของบริษัทที่ประกอบกิจการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One - way ANOVA

2.2 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) หลังจากวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) แล้วผลการทดสอบปฏิเสธสมมติฐาน จะสรุปได้เพียงว่ามีประชากรอย่างน้อยสองกลุ่มมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน แต่ไม่สามารถบอกได้ว่า ประชากรกลุ่มใดมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกับกลุ่มใด ดังนั้นจึงทำการทดสอบด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ซึ่งนิยมใช้ในการทดสอบความเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ กรณีที่ F-test ในการวิเคราะห์ One - way ANOVA มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95%



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาวิจัยในเรื่อง “ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย” ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มบริษัทส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 1,031 บริษัท ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 290 บริษัท โดยผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการศึกษาและได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
S.S	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ
M.S	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ในงานวิจัยซึ่งผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาสรุปเพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยการแบ่งการวิเคราะห์ไว้เป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลหรือสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ เพศ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงานของกลุ่ม

ผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยการนำเสนอในรูปแบบของตารางและใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ ของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยการนำเสนอในรูปแบบของตารางและใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยการนำเสนอในรูปแบบของตารางและใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน เป็นผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างด้านปัจจัยลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการกับปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในด้านต่าง ๆ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลหรือสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงาน สรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จำแนกตามเพศ ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ในการทำงาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวนคน (n = 290)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	123	42.4
หญิง	167	57.6
2. ตำแหน่ง		
กรรมการผู้จัดการ	38	13.1
ผู้จัดการฝ่าย	61	21.0
รองผู้จัดการฝ่าย	54	18.6
ผู้จัดการแผนก	97	33.4
รองผู้จัดการแผนก	32	11.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวนคน (n = 290)	ร้อยละ
2. ตำแหน่ง		
อื่นๆ	8	2.8
3. ประสบการณ์การทำงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	39	13.4
มากกว่า 5 - 10 ปี	93	32.1
มากกว่า 10 - 15 ปี	85	29.3
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	73	25.2

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 290 คน เป็นเพศชาย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 และเป็นเพศหญิง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 ดังนั้นผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

ตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 มีตำแหน่งรองผู้จัดการฝ่าย 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 มีตำแหน่งผู้จัดการแผนก 97 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 มีตำแหน่งรองผู้จัดการแผนก 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 มีตำแหน่งอื่น ๆ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งผู้จัดการแผนก รองลงมาคือ ผู้จัดการฝ่าย รองผู้จัดการฝ่าย กรรมการผู้จัดการ รองผู้จัดการแผนก และอื่น ๆ ตามลำดับ

ประสบการณ์การทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 - 10 ปี มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 - 15 ปี มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 - 10 ปี รองลงมา คือ มากกว่า 10 - 15 ปี มากกว่า 15 ปีขึ้นไป และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านปัจจัยลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ ของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ได้แก่ ทุนจดทะเบียน สินทรัพย์รวม ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมา จำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน แสดงดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท สินทรัพย์รวม ยอดขายโดยรวมปีที่ผ่านมา จำนวนพนักงาน และระยะเวลาในการดำเนินงาน

ลักษณะสถานประกอบการ	จำนวนบริษัท (n = 290)	ร้อยละ
1. ทุนจดทะเบียน		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	9	3.1
50 - 100 ล้านบาท	74	25.5
101 - 150 ล้านบาท	83	28.6
151 - 200 ล้านบาท	50	17.2
201 ล้านบาทขึ้นไป	74	25.5
2. สินทรัพย์รวม		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	46	15.9
50 - 100 ล้านบาท	31	10.7
101 - 150 ล้านบาท	71	24.5
151 - 200 ล้านบาท	40	13.8
201 ล้านบาทขึ้นไป	102	35.2
3. ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมา		
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	93	32.1
50 - 100 ล้านบาท	48	16.6
101 - 150 ล้านบาท	34	11.7
151 - 200 ล้านบาท	42	14.5
201 ล้านบาทขึ้นไป	73	25.2
4. จำนวนพนักงาน		
100 - 150 คน	54	18.6
151 - 200 คน	52	17.9
201 - 250 คน	55	19.0
251 - 300 คน	59	20.3
301 คนขึ้นไป	70	24.1

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ลักษณะสถานประกอบการ	จำนวนบริษัท (n = 290)	ร้อยละ
5. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
ต่ำกว่า 5 ปี	71	24.5
5 ปีไม่เกิน 10 ปี	79	27.2
10 ปีไม่เกิน 15 ปี	91	31.4
15 ปีขึ้นไป	49	16.9

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 290 บริษัท มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีจำนวน 9 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 3.1 ทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท มีจำนวน 74 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.5 ทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท มีจำนวน 83 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.6 ทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีจำนวน 50 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.2 ทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวน 74 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.5 สรุปได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท รองลงมา 50 - 100 ล้านบาท 201 ล้านบาทขึ้นไป 151 - 200 ล้านบาทและต่ำกว่า 50 ล้านบาท ตามลำดับ

สินทรัพย์รวมต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีจำนวน 46 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 15.9 สินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีจำนวน 31 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.7 สินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท มีจำนวน 71 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.5 สินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท มีจำนวน 40 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 13.8 สินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวน 102 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 35.2 สรุปกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป รองลงมา 101 - 150 ล้านบาท 151 - 200 ล้านบาท ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และ 50 - 100 ล้านบาท ตามลำดับ

ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีจำนวน 93 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 32.1 ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีจำนวน 48 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.6 ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีจำนวน 34 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.7 ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีจำนวน 42 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.5 ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีจำนวน 73 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.2 สรุปได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่มียอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท

รองลงมา 201 ล้านบาทขึ้นไป 50 - 100 ล้านบาท 151 - 200 ล้านบาท และ 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

จำนวนพนักงาน 100 - 150 คน มีจำนวน 54 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.6 จำนวน 151 - 200 คน มีจำนวน 52 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.9 จำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีจำนวน 55 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.0 จำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีจำนวน 59 บริษัท คิดเป็น ร้อยละ 20.3 จำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีจำนวน 70 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.1 สรุปได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป รองลงมา 251 - 300 คน 201 - 250 คน 100 - 150 คน และ 151 - 200 คน ตามลำดับ

ระยะเวลาในการดำเนินงาน ต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 71 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.5 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 5 ปีไม่เกิน 10 ปี มีจำนวน 79 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 27.2 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 ปีไม่เกิน 15 ปี มีจำนวน 91 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.4 ระยะเวลาในการดำเนินงาน 15 ปีขึ้นไป มีจำนวน 49 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.9 สรุปได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 ปีไม่เกิน 15 ปี รองลงมา 5 ปีไม่เกิน 10 ปี ต่ำกว่า 5 ปี และ 15 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยจำแนกตามปัญหาทั้ง 3 ด้าน

1. ปัญหาด้านการผลิต

ปัญหาการส่งออกด้านการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ด้านเงินทุน ด้านเทคโนโลยี ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัญหาการส่งออกด้านการผลิตในแต่ละด้านของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ด้านเงินทุน ด้านเทคโนโลยี ในการผลิต

ปัญหาด้านการผลิตด้านวัตถุดิบ	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อส่งออก					ระดับความสำคัญ	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.
1. วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ	109	117	34	19	11	4.01	1.049

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ปัญหาด้านการผลิตด้านวัตถุดิบ	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออก					ระดับความสำคัญ	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.
ปัญหาด้านการผลิตด้านวัตถุดิบ							
2. วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ	110	114	36	17	13	4.00	1.070
3. ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ	103	118	31	23	15	3.93	1.116
4. วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ	86	123	52	16	13	3.87	1.043
5. อัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ต่างๆสูง	75	134	47	25	9	3.83	1.010
รวม						3.93	1.058
ปัญหาด้านการผลิตด้านแรงงาน							
1. การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ	81	99	58	22	30	3.62	1.254
2. การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน	62	108	79	20	21	3.59	1.117
3. แรงงานขาดทักษะในการทำงาน	54	107	59	45	25	3.41	1.203
4. แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง	45	89	76	45	35	3.22	1.234
รวม						3.46	1.202
ปัญหาด้านการผลิตด้านเงินทุน							
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง	27	53	93	87	30	2.86	1.120
2. ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ	23	63	82	65	57	2.76	1.221
3. แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด	9	54	139	29	59	2.74	1.078
4. ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน	14	43	118	72	43	2.70	1.047
รวม						2.77	1.117
ปัญหาด้านการผลิตด้านเทคโนโลยี							
1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง	21	100	92	47	30	3.12	1.096
2. ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล	15	93	98	65	19	3.07	1.006
3. เทคโนโลยีการผลิตอัตโนมัติและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง	12	71	113	74	20	2.93	0.970
4. ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA)	16	66	97	71	40	2.82	1.103
รวม						2.99	1.044

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมีปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.93 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้ วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่า วัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดี พอ อัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ต่าง ๆ สูง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.01, 4.00, 3.93, 3.87, 3.83 ตามลำดับ

ปัญหาด้านแรงงานในการผลิต โดยมีค่าเฉลี่ย 3.46 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาได้ดังนี้ การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน แรงงานขาดทักษะในการทำงาน แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.62, 3.59, 3.41, 3.22 ตามลำดับ

ปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต โดยมีค่าเฉลี่ย 2.77 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาได้ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด ขั้นตอนการจัดหาเงินกู้มีความยุ่งยากซับซ้อน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.86, 2.76, 2.74, 2.70 ตามลำดับ

ปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิต โดยมีค่าเฉลี่ย 2.99 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาได้ดังนี้ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล เทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA) โดยมีค่าเฉลี่ย 3.12, 3.07, 2.93, 2.82 ตามลำดับ

2. ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัญหาการส่งออกด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัญหาการส่งออกด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ดังนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อส่งออก					ระดับความสำคัญ	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.
1. ลูกค้านขาดความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ	36	52	88	76	38	2.90	1.207
2. ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ	12	79	106	52	41	2.89	1.084
3. ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออกอันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย	21	65	112	38	54	2.87	1.173
4. ลูกค้านขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า	25	49	84	82	50	2.71	1.187
รวม						2.84	1.163
ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา							
1. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง	14	119	79	44	34	3.12	1.102
2. ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	9	119	69	70	23	3.07	1.045
3. การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำให้ยากเนื่องจากการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ	12	107	64	85	22	3.01	1.065
4. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง	12	106	77	59	36	3.00	1.111
5. การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า	7	56	128	75	24	2.82	0.921
รวม						3.00	1.049
ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการจัดจำหน่าย							
1. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่	15	58	138	54	25	2.94	0.969
2. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย	6	71	135	45	33	2.90	0.965
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย	16	41	155	50	28	2.89	0.954
4. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง	20	46	132	58	34	2.86	1.043
รวม						2.90	0.983

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปัญหาที่ส่งผลต่อการส่งออก					ระดับความสำคัญ	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.
1. ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล	21	95	60	57	57	2.88	1.262
2. ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า	11	90	80	44	65	2.79	1.212
3. ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด	4	80	99	59	48	2.77	1.071
4. ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า	4	44	102	74	66	2.47	1.046
รวม						2.73	1.148

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.84 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาได้ดังนี้ ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ย 2.90, 2.89, 2.87, 2.71 ตามลำดับ

ปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.00 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาได้ดังนี้ ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำให้ยากเนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ย 3.12, 3.07, 3.01, 3.00, 2.82 ตามลำดับ

ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.90 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้ ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.94, 2.90, 2.89, 2.86 ตามลำดับ

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.73 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหาได้ดังนี้ ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับ

หน่วยงานรัฐบาล ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ย 2.88, 2.79, 2.77, 2.74 ตามลำดับ

3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

ปัญหาการส่งออกด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านการเมืองและกฎหมายของประเทศคู่ค้า ด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่ง ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัญหาการส่งออกด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจในแต่ละด้านของกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ด้านสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า ด้านการเมืองและกฎหมายของประเทศคู่ค้า ด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่ง

ปัญหาสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจด้านสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า	ระดับปัญหาที่ส่งผลการส่งออก					ระดับความสำคัญ	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.
1. อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง	28	82	120	51	9	3.24	0.957
2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี	24	90	88	58	30	3.07	1.120
3. ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน	29	53	117	68	23	2.99	1.067
4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	26	69	90	84	21	2.98	1.086
รวม						3.07	1.058
ปัญหาสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจด้านการเมืองและกฎหมายของประเทศคู่ค้า							
1. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี	10	61	137	57	25	2.91	0.884
2. ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก	9	65	114	69	33	2.82	1.006
3. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี	8	39	149	69	25	2.78	0.835
4. ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงาน	4	61	120	67	38	2.74	0.941
รวม						2.81	0.917

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ปัญหาสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจด้านการแข่งขันของกลุ่ม	ระดับปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อส่งออก					ระดับความสำคัญ	
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.
1. การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น	29	68	94	72	27	3.00	1.122
2. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศมีสูง	2	90	117	54	27	2.95	0.947
3. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศมีสูง	7	67	116	86	14	2.89	0.898
4. ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง	5	52	121	102	10	2.79	0.836
รวม						2.91	0.951

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับมีปัญหาด้านภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.07 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้ อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.24, 3.07, 3.99, 2.98 ตามลำดับ

ปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายของประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.81 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้ การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงาน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.91, 2.82, 2.78, 2.74 ตามลำดับ

ปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.91 เรียงลำดับความสำคัญของปัญหา ได้ดังนี้ การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศมีสูง ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศมีสูง ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.95, 2.89, 2.79 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานของผู้วิจัยได้พิจารณาปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ดังนี้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และใช้การทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F น้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกันซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีทดสอบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 1 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ	2.67	3.72	3.90	4.34	4.38	9.976*
2. วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ	3.78	3.88	3.70	4.64	4.00	7.270*
3. ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ	4.11	3.68	3.93	4.04	4.11	1.626
4. วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ	3.67	3.74	3.83	4.16	3.88	1.362
5. อัตราภavnนำเข้าวัตถุดิบเครื่องจักร และอุปกรณ์ ต่างๆสูง	3.56	3.72	3.90	3.74	3.96	0.913

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านวัตถุดิบในการผลิตโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน

ทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.67 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.72, 3.90, 4.34, 4.38 ตามลำดับ (2) วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.64 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.78, 3.88, 3.69, 4.00 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.2 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านแรงงานในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ	3.67	3.80	3.80	3.76	3.14	3.844*
2. การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน	3.78	3.72	3.92	3.64	3.03	7.393*
3. แรงงานขาดทักษะในการทำงาน	3.22	3.76	3.54	3.30	3.03	3.978*
4. แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง	3.22	3.65	3.54	3.06	2.54	10.747*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านแรงงานในการผลิตโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านแรงงานในการผลิต เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.14 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.67, 3.80, 3.80, 3.76 ตามลำดับ (2) การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.03 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.78, 3.72, 3.92, 3.64 ตามลำดับ (3) แรงงานขาดทักษะในการทำงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.027 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.22, 3.76, 3.54, 3.30 ตามลำดับ (4) แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.54 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.22, 3.65, 3.54, 3.06 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.3 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง	3.00	2.97	3.17	2.66	2.53	3.992*
2. ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ	3.00	3.05	3.10	2.08	2.51	8.083*
3. แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด	2.67	2.68	3.13	2.28	2.69	5.467*
4. ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน	2.67	2.60	3.05	2.38	2.64	3.870*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.8 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเงินทุนในการผลิตโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.53 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.00, 2.97, 3.17, 2.66 ตามลำดับ (2) ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.08 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.00, 3.05, 3.10, 2.51 ตามลำดับ (3) แหล่งกู้ยืม

เงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.13 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.67, 2.68, 2.28, 2.69 ตามลำดับ (4) ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.05 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.67, 2.60, 2.38, 2.64 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.4 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง	3.11	3.50	3.45	3.00	2.46	12.712*
2. ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล	2.89	3.34	3.29	2.58	2.91	8.083*
3. เทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง	2.78	3.23	3.24	2.50	2.61	9.439*
4. ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA)	2.56	2.49	3.21	2.36	3.05	8.080*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเทคโนโลยีในการผลิตโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.46 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.11, 3.50, 3.45, 3.00 ตามลำดับ (2) ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.58 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.89, 3.34, 3.29, 2.91 ตามลำดับ (3) เทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.50 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.78, 3.23, 3.24, 2.61 ตามลำดับ (4) ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA) พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.21 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.56, 2.49, 2.36, 3.05 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.5 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

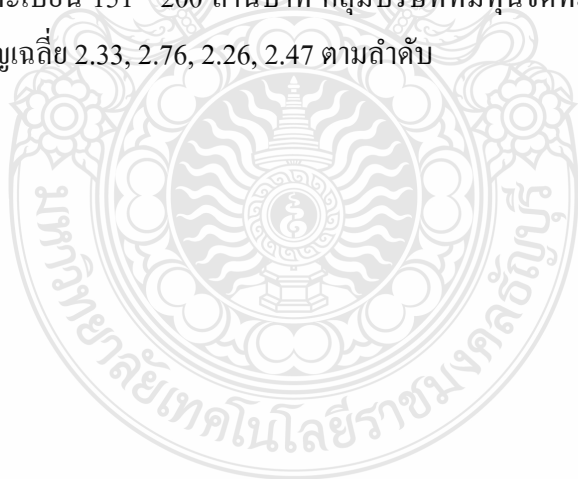
ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบปัญหาปัจจุบันประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาปัจจุบันประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ	4.33	3.08	3.28	2.24	2.58	12.300*
2. ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ	2.78	3.15	3.13	2.08	2.73	13.657*
3. ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย	2.67	3.34	3.17	2.24	2.50	11.179*
4. ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า	2.33	2.76	3.20	2.26	2.47	6.917*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่มคือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท

ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.24 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.33, 3.08, 3.28, 2.58 ตามลำดับ (2) ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.08 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.78, 3.15, 3.13, 2.73 ตามลำดับ (3) ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.24 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.67, 3.34, 3.17, 2.50 ตามลำดับ (4) ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.20 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.33, 2.76, 2.26, 2.47 ตามลำดับ



สมมติฐานที่ 1.6 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านราคา ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา ของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง	3.67	3.73	3.28	2.82	2.47	17.049*
2. ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจาก ความผันผวนของอัตรา แลกเปลี่ยน	3.56	3.74	3.03	3.14	2.34	22.482*
3. การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำให้ ยากเนื่องจากมีการแข่งขัน ทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูก ควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ	3.67	3.74	3.37	2.34	2.23	42.270*
4. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา ของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง	3.11	3.28	3.37	2.34	2.71	10.377*
5. การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขาย เพื่อจูงใจลูกค้า	2.89	3.12	3.18	1.90	2.72	23.421*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป

ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.47 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.67, 3.73, 3.28, 2.82 ตามลำดับ (2) ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.34 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.26, 3.74, 3.03, 3.14 ตามลำดับ (3) การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำได้ยากเนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.23 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.67, 3.74, 3.37, 2.34 ตามลำดับ (4) ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.34 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.11, 3.28, 3.37, 2.71 ตามลำดับ (5) การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 1.90 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.89, 3.12, 3.18, 2.72 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.7 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจุบันประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจุบันประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจุบันประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่	3.11	3.23	3.13	2.84	2.50	7.038*
2. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย	3.33	3.05	3.31	2.58	2.46	11.384*
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย	3.00	3.16	3.04	3.08	2.28	11.529*
4. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง	3.22	2.77	3.29	2.68	2.55	6.316*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการจัดจำหน่ายในปัจจุบันประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจุบันประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.50 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.11, 3.23,

3.13, 2.84 ตามลำดับ (2) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.46 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33, 3.05, 3.31, 2.58 ตามลำดับ (3) ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.28 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.00, 3.16, 3.04, 3.08 ตามลำดับ (4) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.55 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.22, 2.77, 3.29, 2.68 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.8 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล	3.11	2.92	3.28	2.44	2.68	4.346*
2. ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า	3.11	2.78	3.23	2.48	2.46	5.377*

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาดในปัจจุบัน ประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
3. ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็น ที่รู้จักของตลาด	3.11	3.05	3.18	2.46	2.19	12.890*
4. ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจ ลูกค้า	2.78	2.81	2.84	1.9	2.05	13.403*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.44 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.11, 2.92, 3.28, 2.68 ตามลำดับ (2) ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.46 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.11, 2.78, 3.23, 2.48 ตามลำดับ (3) ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.19 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.11, 3.05, 3.18, 2.46 ตามลำดับ (4) ขาดการส่งเสริม

กิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 1.90 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.78, 2.81, 2.84, 2.05 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.9 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านสภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านสภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง	3.22	3.65	3.25	3.16	2.86	6.818*
2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี	2.78	3.68	3.23	2.88	2.86	14.306*
3. ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน	3.11	3.59	3.11	2.50	2.57	13.855*
4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	2.67	3.53	3.24	2.72	2.37	15.236*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านสภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของ

ปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.86 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.22, 3.65, 3.25, 3.16 ตามลำดับ คือ (2) ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.78 ซึ่งน้อยกว่า กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.68, 3.23, 2.88, 2.86 ตามลำดับ คือ (3) อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.59 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.11, 3.11, 2.50, 2.57 ตามลำดับ (4) อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.37 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.67, 3.53, 3.24, 2.72 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.10 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี	3.33	3.11	3.23	2.38	2.66	10.030*
2. ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก	2.89	3.18	3.20	2.28	2.39	14.623*
3. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี	3.22	2.96	3.02	2.28	2.61	8.382*
4. ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการ ติดต่อ ประสานงาน	3.11	3.18	3.14	1.82	2.45	27.704

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.38 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจด

ทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33, 3.11, 3.23, 2.66 ตามลำดับ (2) ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.28 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.89, 3.18, 3.20, 2.39 ตามลำดับ (3) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.22 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.96, 3.02, 2.28, 2.61 ตามลำดับ (4) ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 1.82 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.11, 3.18, 3.14, 2.45 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.11 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น	3.33	3.18	3.29	2.40	2.86	6.301*

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านด้านการ แข่งขันของกลุ่มแข่งใน สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
2. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศที่มีสูง	3.22	3.22	3.25	2.62	2.54	9.810*
3. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศที่มีสูง	3.00	3.08	3.12	2.58	2.62	5.726*
4. ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง	3.00	2.78	3.11	2.52	2.61	5.689*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.40 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33, 3.18, 3.29, 2.86 ตามลำดับ (2) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศที่มีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.54 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มี

ทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.22, 3.22, 3.25, 2.54 ตามลำดับ (3) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.58 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.00, 3.08, 3.12, 2.62 ตามลำดับ (4) ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.52 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.00, 2.78, 3.11, 2.61 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ	4.13	3.52	3.77	3.98	4.29	4.895*
2. วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ	4.09	3.61	3.78	4.03	4.25	3.432*
3. ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ	4.09	3.58	3.55	3.70	4.33	5.761*
4. วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ	3.93	3.71	3.82	3.70	4.00	0.934
5. อัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักรและอุปกรณ์ ต่างๆสูง	3.72	4.03	4.06	3.20	3.91	5.761*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านวัตถุดิบในการผลิตโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.52 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.13, 3.77, 3.98, 4.29 ตามลำดับ (2) วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.61 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.09, 3.78, 4.03, 4.25 ตามลำดับ (3) ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.55 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.09, 3.58, 3.70, 4.33 ตามลำดับ (4) วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.00 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.93, 3.71, 3.82, 3.70 ตามลำดับ (5) อัตรากำไรนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ต่างๆ สูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.20 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.72, 4.03, 4.06, 3.91 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.2 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามทุนสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านแรงงานในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ	3.59	3.84	3.70	4.15	3.30	3.893*
2. การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน	3.24	3.94	3.86	4.13	3.24	8.594*
3. แรงงานขาดทักษะในการทำงาน	3.39	3.90	3.73	3.13	3.17	4.379*
4. แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง	2.98	3.71	3.62	3.13	2.94	5.170*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านแรงงานในการผลิตโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านแรงงานในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.15 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.59, 3.84, 3.70, 3.30 ตามลำดับ (2) การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.13 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.24, 3.94, 3.86, 3.24 ตามลำดับ (3) แรงงานขาดทักษะในการทำงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.90 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้าน

บาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.39, 3.73, 3.13, 3.17 ตามลำดับ (4) แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.71 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.98, 3.62, 3.13, 2.94 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.3 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง	2.74	3.52	3.03	2.90	2.59	4.967*
2. ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ	2.61	3.35	3.10	2.88	2.37	6.647*
3. แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด	2.56	3.35	3.14	2.48	2.46	8.373*
4. ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน	2.50	3.35	2.89	2.65	2.48	5.483*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเงินทุนในการผลิตโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.52 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่

มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.74, 3.03, 2.90, 2.59 ตามลำดับ (2) ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.37 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.61, 3.35, 3.10, 2.88 ตามลำดับ (3) แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.35 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.56, 3.14, 2.48, 2.46 ตามลำดับ (4) ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.35 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.50, 2.89, 2.65, 2.48 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.4 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง	3.17	3.26	3.30	3.30	2.86	2.326
2. ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล	3.24	3.06	3.48	3.00	2.74	6.600*

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านเทคโนโลยี ในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
3. เทคโนโลยีการผลิตอัตโนมัติและ เครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐาน พอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศ คู่แข่ง	2.85	3.29	3.13	2.85	2.76	2.756*
4. ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ผลกระทบจากมาตรการเขตการค้า เสรี (FTA)	3.15	3.42	2.75	2.40	2.70	5.509*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัตโนมัติและเครื่องประดับด้านเทคโนโลยีในการผลิตโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 3 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.74 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.24, 3.06, 3.48, 3.00 ตามลำดับ (2) เทคโนโลยีการผลิตอัตโนมัติและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.29 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.85, 3.13, 2.85, 2.76 ตามลำดับ (3) ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA) พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.42 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้าน

บาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.15, 2.75, 2.40, 2.70 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.5 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ถูกค่าขาดความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ	2.76	3.55	3.27	2.70	2.60	6.338*
2. ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ	2.93	3.58	2.99	3.13	2.51	7.534*
3. ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย	2.63	3.06	3.20	2.93	2.66	3.018*
4. ถูกค่าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า	2.96	3.23	2.96	2.50	2.36	5.556*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้าน

ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.55 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.76, 3.27, 2.70, 2.60 ตามลำดับ (2) ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.58 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.93, 2.99, 3.13, 2.51 ตามลำดับ (3) ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.20 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.63, 3.06, 2.93, 2.66 ตามลำดับ (4) ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.23 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.96, 2.96, 2.50, 2.36 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.6 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจุบันประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านราคาในปัจจุบันประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง	2.89	3.52	3.66	3.45	2.60	14.782*
2. ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	2.91	3.52	3.66	2.65	2.76	13.021*
3. การปรับราคาขายสูงขึ้นทำได้ยากเนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ	2.87	3.68	3.65	3.05	2.40	23.512*
4. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง	2.89	3.52	3.37	3.03	2.62	7.319*
5. การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า	2.54	3.55	3.23	2.65	2.50	15.241*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านราคาในปัจจุบันประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาในปัจจุบันประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับ

ความสำคัญเฉลี่ย 2.60 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.89, 3.52, 3.66, 3.45 ตามลำดับ (2) ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.66 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.91, 3.52, 2.65, 2.76 ตามลำดับ (3) การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำได้ยากเนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.40 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.87, 3.68, 3.65, 3.05 ตามลำดับ (4) ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.52 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.89, 3.37, 3.03, 2.62 ตามลำดับ (5) การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.55 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.54, 3.23, 2.65, 2.50 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.7 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่	3.00	3.71	3.10	2.55	2.74	9.087*
2. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย	2.98	3.68	3.34	2.75	2.39	20.357*
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย	3.04	3.65	3.04	2.50	2.63	10.396*
4. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง	2.85	3.19	3.35	2.63	2.52	8.830*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.55 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.00, 3.71,

3.10, 2.74 ตามลำดับ (2) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.68 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.98, 3.34, 2.75, 2.39 ตามลำดับ (3) ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.50 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.04, 3.65, 3.04, 2.63 ตามลำดับ (4) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.52 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.85, 3.19, 3.35, 2.63 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.8 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล	2.83	3.71	3.61	1.93	2.53	21.826*
2. ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า	2.54	3.71	3.27	2.35	2.45	12.798*

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาดในปัจจุบัน ประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
3. ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด	2.63	3.55	3.21	2.75	2.29	14.675*
4. ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า	2.57	3.23	3.04	1.75	2.08	23.231*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 1.93 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.83, 3.71, 3.61, 2.53 ตามลำดับ (2) ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.35 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.54, 3.71, 3.27, 2.45 ตามลำดับ (3) ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.29 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.63, 3.55, 3.21, 2.75 ตามลำดับ (4) ขาดการส่งเสริมกิจกรรม

เพื่อจูงใจลูกค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 1.75 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.57, 3.23, 3.04, 2.08 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.9 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง	3.30	3.35	3.62	2.73	3.11	6.856*
2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี	2.96	3.39	3.69	2.50	2.81	11.583*
3. ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน	3.20	3.00	3.51	2.33	2.79	10.580*
4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	2.96	3.29	3.44	2.53	2.76	7.082*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญ

เฉลี่ยของปัญหาด้านสภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.73 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.30, 3.35, 3.62, 3.11 ตามลำดับ (2) ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.50 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.96, 3.39, 3.69, 2.81 ตามลำดับ (3) ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.33 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.20, 3.00, 3.51, 2.79 ตามลำดับ (4) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.53 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.96, 3.29, 3.44, 2.76 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.10 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี	2.83	3.32	3.18	2.98	2.61	6.171*
2. ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก	2.65	3.29	3.28	2.80	2.44	10.612*
3. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี	2.67	3.32	3.00	2.55	2.60	6.384*
4. ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการติดต่อประสานงาน	2.48	3.32	3.20	2.80	2.35	13.423*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.61 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มี

สินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.83, 3.32, 3.18, 2.98 ตามลำดับ (2) ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.44 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.65, 3.29, 3.28, 2.80 ตามลำดับ (3) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.32 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.67, 3.00, 2.55, 2.60 ตามลำดับ (4) ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.35 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.48, 3.32, 3.20, 2.80, 2.35 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.11 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ						
1. การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
	2.98	3.19	3.13	3.23	2.77	1.917

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านการ แข่งขันของกลุ่มแข่งใน สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
2. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเศมีสูง	2.98	3.19	3.10	3.03	2.74	2.376
3. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศมีสูง	2.76	3.23	3.15	2.78	2.70	4.414*
4. ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง	2.63	3.23	3.00	2.83	2.58	5.646*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามสินทรัพย์รวม แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.23 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.76, 3.15, 2.78, 2.70 ตามลำดับ (2) ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.23 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์

รวม 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.63, 3.00, 2.83, 2.58 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ	3.62	4.27	4.59	4.00	4.08	7.123*
2. วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	3.51	4.35	4.71	3.95	4.11	11.699*
3. ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ	3.13	4.29	4.71	4.29	4.16	25.833*
4. วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ	3.44	3.90	4.91	3.76	3.99	15.293*
5. อัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบเครื่องจักร และอุปกรณ์ ต่างๆสูง	3.78	3.92	4.88	3.26	3.67	15.837*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านวัตถุดิบในการผลิตโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่าง

กันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) วัตถุประสงค์บางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.62 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.27, 4.59, 4.00, 4.08 ตามลำดับ (2) วัตถุประสงค์ในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุประสงค์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.51 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.35, 4.71, 3.95, 4.11 ตามลำดับ (3) ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.13 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.29, 4.71, 4.29, 4.16 ตามลำดับ (4) วัตถุประสงค์ในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.91 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.44, 3.90, 3.76, 3.99 ตามลำดับ (5) อัตราภานำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ต่างๆสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.88 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.78, 3.92, 3.26, 3.67 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.2 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขาย โดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านแรงงานในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ	3.88	3.35	3.82	3.74	3.29	3.248*
2. การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน	3.90	3.31	3.59	4.02	3.11	8.293*
3. แรงงานขาดทักษะในการทำงาน	3.76	3.08	3.56	3.21	3.23	3.839*
4. แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง	3.57	2.90	3.24	3.10	3.05	3.231*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านแรงงานในการผลิตโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านแรงงานในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.29 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.88, 3.35, 3.82, 3.74 ตามลำดับ (2) การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.02 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา

ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.90, 3.31, 3.59, 3.11 ตามลำดับ (3) แรงงานขาดทักษะในการทำงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.76 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.08, 3.56, 3.21, 3.23 ตามลำดับ (4) แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.90 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.57, 3.24, 3.10, 3.05 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.3 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง	3.31	2.79	2.15	2.86	2.67	8.613*
2. ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ	3.37	2.50	1.85	2.90	2.49	14.144*
3. แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด	3.17	2.58	2.71	2.26	2.59	6.954*
4. ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน	3.04	2.60	2.59	2.55	2.47	3.986*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.30 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเงินทุนในการผลิตโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่ม

บริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.31 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.79, 2.15, 2.86, 2.67 ตามลำดับ (2) ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.37 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.50, 1.85, 2.90, 2.49 ตามลำดับ (3) แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.17 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.58, 2.71, 2.26, 2.59 ตามลำดับ (4) ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.04 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.60, 2.59, 2.45, 2.79 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.4 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขาย โดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านเทคโนโลยี ในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง	3.51	2.73	3.00	3.02	3.00	5.079*
2. ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล	3.41	2.90	2.47	3.29	2.89	7.937*
3. เทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง	3.29	2.54	2.71	2.98	2.82	6.263*
4. ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA)	3.14	3.00	2.18	2.45	2.79	6.863*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.31 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเทคโนโลยีในการผลิตโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.73 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท

กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.51, 3.00, 3.02, 3.00 ตามลำดับ (2) ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.41 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.90, 2.47, 3.29, 2.89 ตามลำดับ (3) เทคโนโลยีการผลิตอัตโนมัติและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.29 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.54, 2.71, 2.98, 2.82 ตามลำดับ (4) ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA) พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.18 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.14, 3.00, 2.45, 2.79 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.5 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน ประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบันประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียง และผลิตภัณฑ์ของกิจการ	3.61	2.69	2.18	2.88	2.49	16.528*
2. ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับ ความ ต้องการ ที่ เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ	3.41	2.46	2.32	3.14	2.64	12.871*
3. ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความ หลากหลายของสินค้าของกิจการ มีน้อย	3.32	2.56	2.41	2.95	2.64	6.871*
4. ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อคุณภาพ ของสินค้า	3.33	2.08	2.03	2.48	2.79	15.703*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.32 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่

ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.61 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.69, 2.18, 2.88, 2.49 ตามลำดับ (2) ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.18 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.41, 2.46, 3.14, 2.64 ตามลำดับ (3) ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.32 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.56, 2.41, 2.95, 2.64 ตามลำดับ (4) ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.08, 2.03, 2.48, 2.79 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.6 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านราคา ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา ของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง	3.83	2.67	2.26	3.48	2.71	27.941*
2. ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจาก ความผันผวนของอัตรา แลกเปลี่ยน	3.68	2.90	2.18	2.88	2.95	18.687*
3. การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำให้ ยากเนื่องจากมีการแข่งขัน ทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูก ควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ	3.72	2.60	2.26	3.00	2.71	23.061*
4. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคา ของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง	3.69	2.56	2.41	2.98	2.68	18.082*
5. การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขาย เพื่อจูงใจลูกค้า	3.40	2.50	2.44	2.79	2.48	17.948*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้ เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหา ด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ภาวะการแข่งขัน

สมมติฐานที่ 3.7 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาด ธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่	3.29	2.92	2.62	2.69	2.82	5.248*
2. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย	3.52	2.83	2.44	2.67	2.52	18.483*
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย	3.39	2.79	2.59	2.40	2.77	12.133*
4. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง	3.16	3.06	2.59	2.52	2.67	4.908*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.34 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.29 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา

101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.92, 2.62, 2.69, 2.82 ตามลำดับ (2) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.52 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.83, 2.44, 2.67, 2.52 ตามลำดับ (3) ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.39 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.79, 2.59, 2.40, 2.77 ตามลำดับ (4) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.16 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.06, 2.59, 2.52, 2.67 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.8 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตาม ขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านการส่งเสริม การตลาดในปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ขาดการดำเนินงานด้านการ ส่งเสริม การขาย ร่วมกับ หน่วยงานรัฐบาล	3.55	2.79	2.47	2.31	2.62	12.010*
2. ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริม การขายล่วงหน้า	3.52	2.56	2.18	2.36	2.53	15.766*
3. ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็น ที่รู้จักของตลาด	3.63	2.25	2.32	2.29	2.49	32.885*
4. ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจ ลูกค้า	3.19	1.98	2.32	1.79	2.33	24.987*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.35 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ย ของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาด ธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล พบว่ากลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.55 ซึ่งมากกว่ากลุ่ม บริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปี

ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 – 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.79, 2.47, 2.31, 2.62 ตามลำดับ (2) ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.52 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 – 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.56, 2.18, 2.36, 2.53 (3) ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.63 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 – 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.25, 2.32, 2.29, 2.49 ตามลำดับ (4) ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.19 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 – 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 1.98, 2.32, 1.79, 2.33 ตามลำดับ



สมมติฐานที่ 3.9 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอก ธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง	3.48	3.13	2.97	2.76	3.40	5.838*
2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี	3.57	2.77	2.82	2.38	3.14	11.361*
3. ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน	3.17	2.81	3.00	2.57	3.11	2.931*
4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.42	2.73	2.41	2.50	3.14	10.400*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.36 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้าน บาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.76 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่

มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.48, 3.13, 2.97, 3.40 ตามลำดับ (2) ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.57 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.77, 2.82, 2.38, 3.14 ตามลำดับ (3) ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนอง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.57 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.17, 2.81, 3.00, 3.11 ตามลำดับ (4) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.41 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.42, 2.73, 2.50, 3.14 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.10 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป	
ปัญหาด้านการเมือง และกฎหมายประเทศ คู่ค้าในสภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การกีดกันทางการค้าด้วย มาตรการทางด้านภาษี	3.33	2.65	2.56	2.71	2.82	8.199*
2. ความล่าช้าในการดำเนินการพิธี การส่งออก	3.37	2.52	2.56	2.17	2.82	15.476*
3. การกีดกันทางการค้าด้วย มาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี	3.12	2.63	2.44	2.48	2.78	6.761*
4. ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง ในการ ติดต่อ ประสานงาน	3.32	2.38	2.56	2.43	2.52	14.425*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.37 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33 ซึ่ง

มากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.65, 2.56, 2.71, 2.82 ตามลำดับ (2) ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.37 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.52, 2.56, 2.17, 2.82 ตามลำดับ (3) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.12 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.63, 2.44, 2.48, 2.78 ตามลำดับ (4) ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.32 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.38, 2.56, 2.43, 2.52 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.11 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
ปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น	3.23	3.21	2.79	2.60	2.90	3.237*
2. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศที่มีสูง	3.29	2.94	2.41	2.45	3.07	10.049*
3. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศที่มีสูง	3.41	2.88	2.00	2.45	2.89	24.673*
4. ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง	3.34	2.60	2.29	2.29	2.74	23.148*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.38 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คือ (1) การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น พบว่ากลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.60 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่ม บริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปี ที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่ม บริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.23, 3.21, 2.79, 2.90 ตามลำดับ (2) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.29 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับ ความสำคัญเฉลี่ย 2.94, 2.41, 2.45, 3.07 ตามลำดับ (3) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับในประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้าน บาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.41 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.88, 2.00, 2.45, 2.89 ตามลำดับ (4) ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่ม บริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.34 ซึ่ง มากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขาย โดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญ เฉลี่ย 2.60, 2.29, 2.29, 2.74 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4.1 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คน ขึ้นไป	
ปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ	3.15	3.90	4.58	4.00	4.33	18.589*
2. วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	3.67	3.81	3.98	4.19	4.27	3.417*
3. ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ	3.46	3.62	3.98	4.22	4.26	6.372*
4. วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ	3.59	3.90	3.80	4.07	3.96	1.700
5. อัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบเครื่องจักร และอุปกรณ์ ต่างๆสูง	3.56	3.83	3.75	4.03	3.94	1.938

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.39 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านวัตถุดิบในการผลิตโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 3 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.15 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับ

ความสำคัญเฉลี่ย 3.90, 4.58, 4.00, 4.33 ตามลำดับ (2) วัตถุประสงค์ในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุประสงค์ที่นำเข้าจากต่างประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.67 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.81, 3.98, 4.19, 4.27 ตามลำดับ (3) ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.46 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.62, 3.98, 4.22, 4.26 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.2 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คน ขึ้นไป	
ปัญหาด้านแรงงานในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ	3.81	4.31	3.47	3.53	3.14	7.694*
2. การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน	3.74	4.02	3.71	3.54	3.09	6.357*
3. แรงงานขาดทักษะในการทำงาน	3.78	4.15	3.31	3.03	2.99	11.372*
4. แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง	3.78	3.90	3.00	2.90	2.73	12.755*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.40 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านแรงงานในการผลิตโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านแรงงานในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่า

ระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.31 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.81, 3.47, 3.53, 3.14 ตามลำดับ (2) การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.02 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.74, 3.71, 3.54, 3.09 ตามลำดับ (3) แรงงานขาดทักษะในการทำงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.15 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.78, 3.31, 3.03, 2.99 ตามลำดับ (4) แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.90 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.78, 3.00, 2.90, 2.73 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.3 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	ขนาดธุรกิจ 100 – 150 คน n = 9	151 – 200 คน n = 74	201 – 250 คน n = 83	251 – 300 คน n = 50	301 คน ขึ้นไป n = 74	
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง	3.33	3.27	2.75	2.42	2.66	7.769*
2. ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ	3.19	3.27	2.49	2.61	2.39	6.959*
3. แหล่งผู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด	2.96	3.12	2.33	2.59	2.74	4.672*
4. ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน	2.74	3.12	2.53	2.49	2.67	3.127*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.41 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเงินทุนในการผลิตโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.42 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33, 3.27, 2.75, 2.66 ตามลำดับ (2) ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.39 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.19, 3.27, 2.49, 2.61 ตามลำดับ (3) แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.12 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.96, 2.33, 2.59, 2.74 ตามลำดับ (4) ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.12 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.74, 2.53, 2.49, 2.67 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.4 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 – 150 คน	151 – 200 คน	201 – 250 คน	251 – 300 คน	301 คน ขึ้น ไป	
ปัญหาด้านเทคโนโลยี ในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุน สูง	3.44	3.85	2.73	3.07	2.69	13.416*
2. ขาดการสนับสนุนทางด้าน เทคโนโลยีจากรัฐบาล	3.11	3.33	3.02	3.14	2.83	2.004
3. เทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและ เครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐาน พอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและ ประเทศคู่แข่ง	3.33	3.29	2.87	2.75	2.57	7.745*
4. ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการ เขตการค้าเสรี (FTA)	2.74	2.73	2.73	2.90	2.94	0.540

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.42 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเทคโนโลยีในการผลิตโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.85 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวน

พนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.44, 2.73, 3.07, 2.69 ตามลำดับ (2) เทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.29, 2.87, 2.75, 2.57 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.5 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 – 150 คน	151 – 200 คน	201 – 250 คน	251 – 300 คน	301 คนขึ้นไป	
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ	3.28	3.23	2.38	2.66	2.99	5.866*
2. ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ	3.33	3.17	2.58	2.83	2.64	5.535*
3. ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย	3.34	3.27	2.22	3.19	2.41	14.076*
4. ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า	3.07	2.83	2.78	2.47	2.50	2.631*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.43 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม

คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน ส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ลูกค้ำขาดความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.38 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.28, 3.23, 2.66, 2.99 ตามลำดับ (2) ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.58 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33, 3.17, 2.83, 2.64 ตามลำดับ (3) ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออก อันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.22 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.34, 3.27, 3.19, 2.41 ตามลำดับ (4) ลูกค้ำขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.07 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.83, 2.78, 2.47, 2.50 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.6 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 – 150 คน	151 – 200 คน	201 – 250 คน	251 – 300 คน	301 คน ขึ้นไป	
ปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง	3.89	3.87	2.69	2.83	2.56	27.648*
2. ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	3.85	3.52	2.75	2.78	2.64	19.227*
3. การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำให้ยากเนื่องจากการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ	3.85	3.71	2.51	2.76	2.43	33.518*
4. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง	3.52	3.65	2.78	2.61	2.60	14.259*
5. การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า	3.22	3.44	2.40	2.51	2.63	16.826*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.44 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวน

พนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.56 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.89, 3.87, 2.69, 2.83 ตามลำดับ (2) ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.85 ซึ่งมากกว่า กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.52, 2.75, 2.78, 2.64 ตามลำดับ (3) การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำได้ยากเนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.85 ซึ่งมากกว่า กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.71, 2.51, 2.76, 2.43 ตามลำดับ (4) ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.65 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.52, 2.78, 2.61, 2.60 ตามลำดับ (5) การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.44 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.22, 2.40, 2.51, 2.63 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.7 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 – 150 คน	151 – 200 คน	201 – 250 คน	251 – 300 คน	301 คน ขึ้น ไป	
ปัญหาด้านการจัด จำหน่ายในปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาด เดิมและขยายตลาดใหม่	3.30	3.40	2.80	2.69	2.66	8.291*
2. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไข สัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย	3.41	2.81	2.95	2.85	2.60	6.001*
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการ มีน้อย	3.41	3.00	2.93	2.58	2.63	7.725*
4. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจาก ตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคน กลาง	3.00	2.77	2.82	3.02	2.73	0.975

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.45 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.40 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.30 , 2.80,

2.59, 2.66 ตามลำดับ (2) การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.41 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.81, 2.95, 2.85, 2.60 ตามลำดับ (3) ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.41 ซึ่งมากกว่า กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.00, 2.93, 2.58, 2.63 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.8 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คน ขึ้นไป	
ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล	3.15	3.17	2.51	3.00	2.66	3.279*
2. ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า	3.07	3.00	2.71	2.64	2.59	1.927
3. ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด	3.33	3.31	2.69	2.37	2.33	14.314*
4. ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า	3.26	2.75	2.09	2.19	2.19	15.340*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.46 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 3 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.51 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.15, 3.17, 3.00, 2.66 ตามลำดับ (2) ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.33 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33, 3.31, 2.69, 2.37 ตามลำดับ (3) ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.26 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.75, 2.09, 2.19, 2.19 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.9 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 – 150 คน	151 – 200 คน	201 – 250 คน	251 – 300 คน	301 คน ขึ้น ไป	
ปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง	3.89	3.23	2.91	3.29	2.96	10.684*
2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี	3.93	3.40	2.71	2.78	2.69	16.395*
3. ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน	3.52	3.54	2.60	2.76	2.67	12.543*
4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.67	3.27	2.84	2.64	2.64	10.990*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.47 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามจำนวนพนักงานแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้วทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.89 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวน

พนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.23, 2.91, 3.29, 2.96 ตามลำดับ (2) ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.93 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.40, 2.71, 2.78, 2.69 ตามลำดับ (3) ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.54 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.52, 2.60, 2.76, 2.67 ตามลำดับ (4) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.67 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.27, 2.84, 2.84, 2.64 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.10 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คน ขึ้น ไป	
ปัญหาด้านการเมือง และกฎหมายประเทศ คู่ค้าในสภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการ ทางด้านภาษี	3.11	3.04	2.78	2.86	2.80	1.397
2. ความล่าช้าในการดำเนินการพิธี การส่งออก	3.15	3.33	2.71	2.51	2.54	8.427*

ตารางที่ 4.48 (ต่อ)

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 – 150 คน	151 – 200 คน	201 – 250 คน	251 – 300 คน	301 คน ขึ้น ไป	
ปัญหาด้านการเมือง และกฎหมายประเทศ คู่ค้าในสภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
3. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการ ที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี	2.89	3.21	2.62	2.49	2.74	5.714*
4. ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง ในการ ติดต่อ ประสานงาน	3.00	3.15	2.58	2.53	2.56	5.240*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.48 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 3 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.33 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.15, 2.71, 2.51, 2.54 ตามลำดับ (2) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.21 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.89, 2.62, 2.49, 2.74ตามลำดับ (3) ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.15 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน

201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.00, 2.58, 2.53, 2.56 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4.11 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจตามขนาดธุรกิจ จำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

ขนาดธุรกิจ	ระดับความสำคัญเฉลี่ย					F-test
	100 – 150 คน	151 – 200 คน	201 – 250 คน	251 – 300 คน	301 คน ขึ้น ไป	
ปัญหาด้านด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	n = 74	
1. การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น	3.22	3.37	2.98	2.46	3.03	5.718*
2. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศที่มีสูง	3.48	3.31	2.71	2.49	2.86	12.272*
3. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศที่มีสูง	3.30	3.40	2.73	2.51	2.63	13.636*
4. ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง	3.15	3.10	2.67	2.56	2.59	7.249*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.49 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามจำนวนพนักงาน แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของ

ปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 5 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยมีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.46 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.22, 3.37, 2.98, 3.03 ตามลำดับ (2) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศมีพบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.49 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.48, 3.31, 2.71, 2.86 ตามลำดับ (3) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศมีสูง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.51 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.30, 3.40, 2.73, 2.63 ตามลำดับ (4) ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คนให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.56 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.15, 3.10, 2.67, 2.59 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5.1 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
ปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต					
1. วัตถุดิบบางชนิด ไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ	3.83	4.16	4.03	4.00	1.280
2. วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ	3.75	3.81	4.25	4.22	4.744*
3. ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ	3.94	3.67	4.03	4.16	2.430
4. วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ	3.49	3.71	4.26	3.96	8.830*
5. อัตรากำขี้นำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์ ต่างๆสูง	3.85	3.89	3.81	3.76	0.183

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.50 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านวัตถุดิบในการผลิตโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.75 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.81, 4.25, 4.22 ตามลำดับ

(2) วัตถุประสงค์ในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.49 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.71, 4.26, 3.96 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5.2 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบปัญหาด้านแรงงานในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
ปัญหาด้านแรงงานในการผลิต					
1. การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ	3.58	3.39	4.07	3.20	6.928*
2. การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน	3.68	3.67	3.68	3.14	3.169*
3. แรงงานขาดทักษะในการทำงาน	3.42	3.29	3.73	3.02	4.188*
4. แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง	3.25	3.14	3.44	2.90	2.232

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.51 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านแรงงานในการผลิตโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านแรงงานในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 3 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 4.07 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.58, 3.59, 3.20 ตามลำดับ (2) การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน

พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.14 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.68, 3.67, 3.68 ตามลำดับ (3) แรงงานขาดทักษะในการทำงาน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.02 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.42, 3.29, 3.73 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5.3 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
ปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต					
1. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง	2.82	3.08	2.86	2.59	1.970
2. ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ	2.77	2.86	2.77	2.55	0.660
3. แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด	2.73	2.99	2.63	2.57	2.151
4. ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน	2.66	2.97	2.60	2.49	2.806*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.52 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาด้านเงินทุนในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเงินทุนในการผลิตโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเงินทุนในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มี

ความแตกต่างกัน มีเพียง 1 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.49 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.66, 2.97, 2.60 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5.4 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิต	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง	3.31	3.05	3.13	2.94	1.271
2. ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล	3.01	3.33	2.92	3.00	2.587
3. เทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง	2.96	2.99	2.96	2.78	0.543
4. ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA)	2.87	2.95	2.62	2.90	1.552

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.53 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านเทคโนโลยีในการผลิตโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาใน

การดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิตเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 5.5 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54 การเปรียบเทียบปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
1. ถูกค่าขาดความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียง และผลิตภัณฑ์ของกิจการ	3.32	2.95	2.46	3.04	7.682*
2. ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับความต้องการที่ เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละ ประเทศ	2.96	2.87	2.95	2.73	0.509
3. ขาดโอกาสในการขยายตลาดใน การส่งออก อันเนื่องมาจากความ หลากหลายของสินค้าของกิจการมี น้อย	3.00	2.87	2.95	2.51	1.696
4. ถูกค่าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพ ของสินค้า	2.87	3.10	2.41	2.43	6.566*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.54 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้าน

ผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.46 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.32, 2.95, 3.04 ตามลำดับ (2) ลูกค้าน่าความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.10 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.87, 2.41, 2.43 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5.6 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55 การเปรียบเทียบปัญหาด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านราคา ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
1. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง	3.23	2.95	3.27	2.96	1.809
2. ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน	3.20	3.20	2.95	2.92	1.561
3. การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำได้ยากเนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ	3.11	3.04	3.00	2.82	0.778
4. ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง	3.28	2.87	2.96	2.86	2.205

ตารางที่ 4.55 (ต่อ)

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านราคา ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
5. การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อ จูงใจลูกค้า	3.04	2.89	2.69	2.61	2.985*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.55 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 1 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.04 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.89, 2.69, 2.61 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5.7 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
1. ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่	3.08	3.10	2.74	2.88	2.712*
2. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย	3.07	2.94	2.74	2.92	1.665
3. ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย	2.94	3.02	2.65	3.02	2.909*
4. การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง	2.93	2.95	2.74	2.84	0.658

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.56 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.74 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป

ไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.08, 3.10, 2.88 ตามลำดับ (2) ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.65 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.94, 3.02, 3.02 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5.8 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
1. ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล	2.86	3.06	2.79	2.80	0.783
2. ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า	3.04	2.82	2.60	2.69	1.873
3. ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด	2.97	2.84	2.58	2.71	1.932
4. ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า	2.58	2.43	2.49	2.33	0.609

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.57 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ย

ของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 5.9 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
1. อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง	3.20	3.09	3.40	3.24	1.517
2. ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี	3.15	3.00	3.18	2.86	1.100
3. ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน	2.90	2.96	3.15	2.99	1.152
4. ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	3.15	3.11	2.82	2.81	2.030

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.58 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเมื่อพิจารณา

แยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 5.10 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.59 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
1. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี	3.07	2.95	2.73	2.96	1.969
2. ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก	2.96	3.04	2.59	2.70	3.566*
3. การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี	2.99	2.79	2.58	2.84	2.924*
4. ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงาน	2.92	2.84	2.84	2.63	2.142

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.59 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มี

ความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.04 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.96, 2.59, 2.70 ตามลำดับ (2) การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.58 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป ให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.99, 2.79, 2.84 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5.11 : บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.60 การเปรียบเทียบปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
1. การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น	3.07	3.19	2.87	2.84	1.622
2. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศที่มีสูง	3.07	3.06	2.76	2.96	2.025
3. ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศที่มีสูง	3.15	3.00	2.58	2.88	6.344*

ตารางที่ 4.60 (ต่อ)

ระยะเวลา	ระดับความสำคัญเฉลี่ย				F-test
	ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป	
ปัญหาด้านด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ	n = 9	n = 74	n = 83	n = 50	
4. ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออก อัญมณี และเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง	3.14	2.76	2.58	2.73	6.508*

* แสดงว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.60 แสดงผลการเปรียบเทียบปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจโดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ แบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป พบว่าการให้ระดับความสำคัญเฉลี่ยของปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจเมื่อพิจารณาแยกตามขนาดธุรกิจแล้ว ส่วนใหญ่ทั้ง 4 กลุ่มบริษัทให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ยไม่มีความแตกต่างกัน มีเพียง 2 ข้อที่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ (1) ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.58 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.15, 3.00, 2.88 ตามลำดับ (2) ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง พบว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปีให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 3.14 ซึ่งมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไปให้ค่าระดับความสำคัญเฉลี่ย 2.76, 2.58, 2.73 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้ศึกษาจะกล่าวโดยสรุปถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งประกอบด้วย ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป และข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

การศึกษาปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาถึงระดับปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในด้านการผลิต ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานะแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะของสถานประกอบการ แบ่งตามขนาดของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในด้านการผลิต ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานะแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

เครื่องมือที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ ตำแหน่งงานปัจจุบัน และประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ โดยข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ทุนจดทะเบียนของบริษัท สินทรัพย์รวมของบริษัท ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมาของบริษัท จำนวนพนักงานของบริษัท ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของบริษัท จำนวนทั้งสิ้น 6 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามที่มุ่งสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยใน 3 ด้าน รวมทั้งสิ้น 46 ข้อ ดังนี้

1. ปัญหาด้านการผลิต จำนวน 17 ข้อ ประกอบด้วย
 - ด้านวัตถุดิบ
 - ด้านแรงงาน
 - ด้านเงินทุน
 - ด้านเทคโนโลยี
2. ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 17 ข้อ ประกอบด้วย
 - ด้านผลิตภัณฑ์
 - ด้านราคา
 - ด้านการจัดจำหน่าย
 - ด้านการส่งเสริมการตลาด
3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ จำนวน 12 ข้อ ประกอบด้วย
 - ด้านสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า
 - ด้านการเมืองและกฎหมาย
 - ด้านการแข่งขัน

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นผู้บริหาร ผู้จัดการ หรือรองผู้จัดการของสถานประกอบการอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในไทย จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 290 บริษัท สามารถเก็บข้อมูลและนำมาใช้ในการวิจัยได้ 290 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 100

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยได้แยกออกเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 290 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 เพศชาย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4

1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งผู้จัดการแผนก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 รองลงมา มีตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 มีตำแหน่งรองผู้จัดการฝ่าย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 มีตำแหน่งผู้จัดการแผนก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 มีตำแหน่งรองผู้จัดการแผนก จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และมีตำแหน่งอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีประสบการณ์การทำงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 - 10 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1 มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 - 15 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มียอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีพนักงาน 300 คนขึ้นไป และมีระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 ปีไม่เกิน 15 ปี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยจำนวน 290 บริษัท พบว่ามีปัญหาในการส่งออกในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ปัญหาด้านวัตถุดิบในการผลิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.93 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ

ปัญหาด้านแรงงานในการผลิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.46 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ

ปัญหาด้านเงินทุนในการผลิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.77 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง

ปัญหาด้านเทคโนโลยีในการผลิต โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.99 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.84 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ลูกค้านขาดความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ

ปัญหาด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.00 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง

ปัญหาด้านการจัดจำหน่ายในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.90 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.73 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล

ปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.07 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง

ปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายของประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.81 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี

ปัญหาด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.91 ปัญหาที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมากรายเพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีทุนจดทะเบียนแตกต่างกัน มีปัญหาการส่งออกด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้ ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ด้านเงินทุน และด้านเทคโนโลยีในการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้า และด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีสินทรัพย์รวมแตกต่างกัน มีปัญหาการส่งออกด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้ ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ด้านเงินทุน และด้านเทคโนโลยีในการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้า และด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาแตกต่างกัน มีปัญหาการส่งออกด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้ ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ด้านเงินทุน และด้านเทคโนโลยีในการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้า และด้านการแข่งขันของกลุ่มคู่แข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีปัญหาการส่งออกด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้ ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ด้านเงินทุน และด้านเทคโนโลยีในการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้า และด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาในการส่งออกด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ดังนี้ ด้านวัตถุดิบ และด้านแรงงานในการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้า และด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

บริษัทที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกัน มีปัญหาการส่งออกด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน ดังนี้ ด้านเงินทุน และด้านเทคโนโลยีในการผลิต ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มียอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีพนักงาน 300 คนขึ้นไป และมีระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 ปีไม่เกิน 15 ปี

ปัญหาในการส่งออก มีปัญหาในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัญหาด้านการผลิต มีปัญหาดังนี้ ปัญหาด้านวัตถุดิบ ปัญหาด้านเงินทุน และปัญหาด้านเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการผลิต ของทักทิม วงศ์ประยูร ซึ่ง ทฤษฎีการผลิต เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิต คือสิ่งที่นำมาผลิต (input) และผลผลิตที่ได้รับ (output) จากการศึกษาทฤษฎีการผลิตจะช่วยให้เข้าใจในเรื่อง ต้นทุนการผลิต การใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ ปัญหาเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้แก่ การกระจายรายได้ การติดต่อ การค้ากับต่างประเทศ เป็นต้น

2. ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีปัญหาดังนี้ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านราคา ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด จะสอดคล้องกับ ทฤษฎีทางการตลาดที่เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด การจะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จได้ก็ขึ้นอยู่กับ การปรับปรุง และ

ความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดเหล่านี้ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดนั้นเรากล่าวว่าเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมได้ เราสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเพื่อทำให้กิจการอยู่รอดได้หรืออาจเรียกได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้

3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ มีปัญหาดังนี้ ปัญหาด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้า ปัญหาการแข่งขันของกลุ่ม เป็นปัจจัยผันแปรทางการตลาดซึ่งเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ในเรื่องของเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมายระบบการแข่งขัน เป็นปัจจัยภายนอกประเทศที่เราไม่สามารถควบคุมได้แต่เราสามารถปรับให้เข้ากับกฎหมายของประเทศเหล่านั้นได้โดยผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานตามกฎหมายของประเทศคู่ค้าที่กำหนดอีกทั้งยังสร้างมาตรฐานสินค้าของไทยให้ได้มาตรฐานสามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้อีก

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

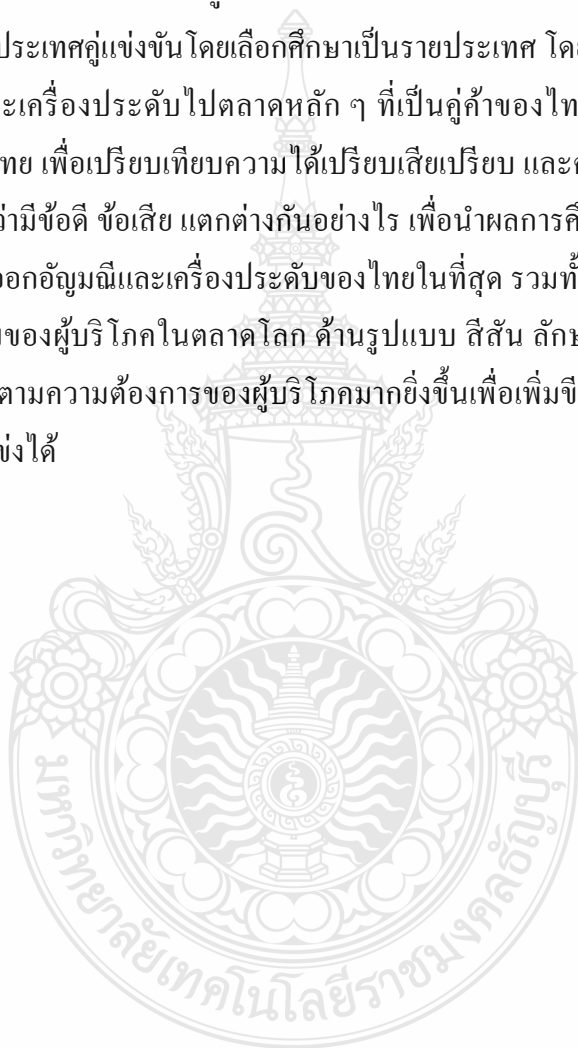
การศึกษาเรื่อง “ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย” จากผลของการศึกษา ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะที่คาดว่าจะนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1. ด้านขนาดธุรกิจของกิจการ จากการศึกษาพบว่า พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มียอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท มีพนักงาน 300 คนขึ้นไป และมีระยะเวลาในการดำเนินงาน 10 ปีไม่เกิน 15 ปี
2. ด้านปัญหาในการผลิต ได้แก่ วัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน และเทคโนโลยี จากการศึกษาพบว่า ภาครัฐและเอกชนหรือผู้เกี่ยวข้อง เข้ามาช่วยเหลือและสนับสนุนนำวัตถุดิบที่อื่น ๆ ที่ใกล้เคียงที่สามารถทดแทนอื่น ๆ ได้ ควรที่จะสนับสนุนและช่วยพัฒนาแรงงานให้มีฝีมือเพียงพอ หน่วยงานทางด้านการเงินควรที่จะลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกเพื่อเป็นการสนับสนุนผู้ส่งออก
3. ด้านปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ควรที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าเพื่อที่ลูกค้าจะได้เชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีช่องทางที่หลากหลายในการจำหน่ายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า และควรมีกิจกรรมเพื่อดึงดูดลูกค้าด้วย
4. ด้านสถานะแวดล้อมภายนอกธุรกิจ การกีดกันทางการค้าของประเทศคู่ค้า บางครั้งอาจจะไม่ใช่การกีดกันแต่ด้วยความพลอยภัยและประโยชน์ของผู้บริโภคภายในประเทศคู่ค้าจึงจำเป็นต้องมี

กฎระเบียบต่าง ๆ ดังนั้นภาครัฐและเอกชน ควรที่จะให้ความรู้แก่ผู้ส่งออกในเรื่องของมาตรฐานการส่งออกของประเทศต่าง ๆ ซึ่งเมื่อมีการส่งสินค้าไปทุกขั้นตอนแล้วแต่ต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่าย หากกิจการมีความรู้มากพอจะไม่ต้องเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมากขึ้น

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

สำหรับการศึกษารึ้งต่อไปผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่าควรศึกษาปัญหาสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจในด้านประเทศคู่แข่งกันโดยเลือกศึกษาเป็นรายประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีปริมาณการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปตลาดหลัก ๆ ที่เป็นคู่ค้าของไทย และตลาดโลกในระดับใกล้เคียงกับประเทศไทย เพื่อเปรียบเทียบความได้เปรียบเสียเปรียบ และความสามารถในด้านต่าง ๆ กับประเทศคู่แข่งกัน ว่ามีข้อดี ข้อเสีย แตกต่างกันอย่างไรร เพื่อนำผลการศึกษามาศึกษา ตลอดจนการนำมาปรับปรุงการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยในที่สุด รวมทั้งศึกษาถึงความต้องการอัญมณีและเครื่องประดับของผู้บริโภคในตลาดโลก ด้านรูปแบบ สี สัน ลักษณะการใช้งานอัญมณีและเครื่องประดับ ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งได้



บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา . 2550. การใช้ SPSS FOR WINDOWS ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ :
บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- การจัดการอุตสาหกรรมและการผลิต. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือราชภัฏพระนคร.
- ความรู้เบื้องต้นในการประกอบธุรกิจส่งออก. กรุงเทพฯ : ศูนย์สารสนเทศการค้าระหว่างประเทศ
ส่วนบริการข้อมูล.
- จันทิมา อัสว โสภชัย . 2548. การศึกษาสภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมอัญมณีและ
เครื่องประดับไทยเพื่อการส่งออก. ปริญาครุศาสตรอุตสาหกรรม มหาบัณฑิต สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าพระนครเหนือ.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท . 2538. การตลาดเพื่อการส่งออก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วังอักษร.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์ . 2548. การจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ . 2551. การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.
- นิพัทธ์ จิตรประสงค์ . 2531. ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปริญานุษ แยมจินดา . 2548. ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องประดับ
อัญมณีแท้ในประเทศไทย. ปริญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ . 2541. หลักการจัดการ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ.
- พิชิต สุขเจริญพงศ์ . 2538. การจัดการวิศวกรรมการผลิต. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- พิชญ จงสถิตวัฒนา . 2539. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาณุพันธ์ จิตศักดิ์านนท์ . 2546. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทยไป
ประเทศญี่ปุ่น. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รัตนา สายคณิต . 2546. เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณวิไล พงษ์สามารถ . 2539. กรมส่งเสริมการส่งออกกับกลยุทธ์การเจาะตลาดต่างประเทศ.
กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.
- ศิริพร ปัญญาบาล . 2535. ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : ตำรา-เอกสารวิชาการ ฉบับที่ 15
ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศก์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

สมศักดิ์ มีทรัพย์หลาก . 2545. เศรษฐศาสตร์การจัดการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง . 2543. ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : ธนัชการพิมพ์.

อุดม เกิดพิบูลย์ . 2516. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล . 2526. การตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

จดหมายขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม



ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖/ ๕๘๗๗



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑๗ มิถุนายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน ท่านผู้ให้บริการจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

ด้วย นางสาวสุชีรา แยมเกตุ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา รายวิชา ๐๕-๑๐๐-๗๐๑ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใครขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลสุมา คำพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวสุชีรา แยมเกตุ

โทร. ๐๘๙-๐๓๑-๑๐๖๔

ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖/ ๕๗๒๑



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑๗ มิถุนายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน กรรมการผู้จัดการ / ผู้จัดการ / รองผู้จัดการ

ด้วย นางสาวสุชีรา แยมเกตุ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา รายวิชา ๐๕-๑๐๐-๗๐๑ การค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ”

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

กรุณานำแบบสอบถามใส่ซองที่แนบมาให้ฉัน แล้วส่งไปรษณีย์กลับมาตามที่อยู่ที่ได้จำหน่าย (โดยไม่ต้องติดแสตมป์เพิ่ม)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุมา ดำพิทักษ์)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๕-๖

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวสุชีรา แยมเกตุ

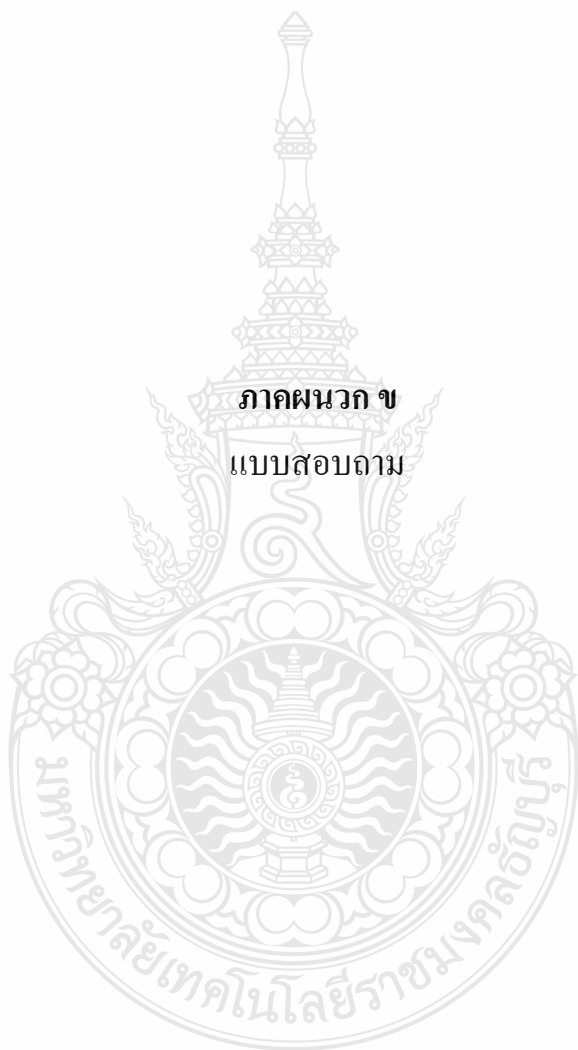
โทร. ๐๘๙-๐๓๑-๑๐๖๔

ภาคผนวก



ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง

ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออก
อัญมณีและเครื่องประดับของไทย

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการทำค้นคว้าอิสระ เรื่องปัญหาในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของกิจการที่ประกอบธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ของนักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ดังนั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยขอให้ตอบทุกข้อทุกขั้นตอน เพื่อความถูกต้องแม่นยำ คำตอบของท่านถือเป็นความลับและไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อธุรกิจที่ให้ข้อมูลนี้

แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ตอนที่ 3 : แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

นางสาวสุชีรา แยมเกตุ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความตามสถานะภาพให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. ตำแหน่งงานปัจจุบัน

- () กรรมการผู้จัดการ
 () ผู้จัดการฝ่าย.....
 () รองผู้จัดการฝ่าย.....
 () ผู้จัดการแผนก.....
 () รองผู้จัดการแผนก.....
 () อื่นๆ (กรุณาระบุ).....

3. ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

- () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี () มากกว่า 5 - 10 ปี
 () มากกว่า 10 - 15 ปี () มากกว่า 15 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความตามสถานะภาพให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

1. ทุนจดทะเบียนของบริษัทของท่าน.....ล้านบาท
 2. สินทรัพย์รวมของบริษัทของท่าน.....ล้านบาท
 3. ยอดขายโดยรวมในปีที่ผ่านมาของบริษัทของท่าน.....ล้านบาท
 4. จำนวนพนักงานของบริษัทของท่าน.....คน
 5. ระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของบริษัทของท่าน
 () ต่ำกว่า 5 ปี () 5 ปีไม่เกิน 10 ปี
 () 10 ปีไม่เกิน 15 ปี () 15 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจของท่านมากที่สุด

5 หมายถึง มีปัญหามากที่สุด 4 หมายถึง มีปัญหามาก 3 หมายถึง มีปัญหาปานกลาง

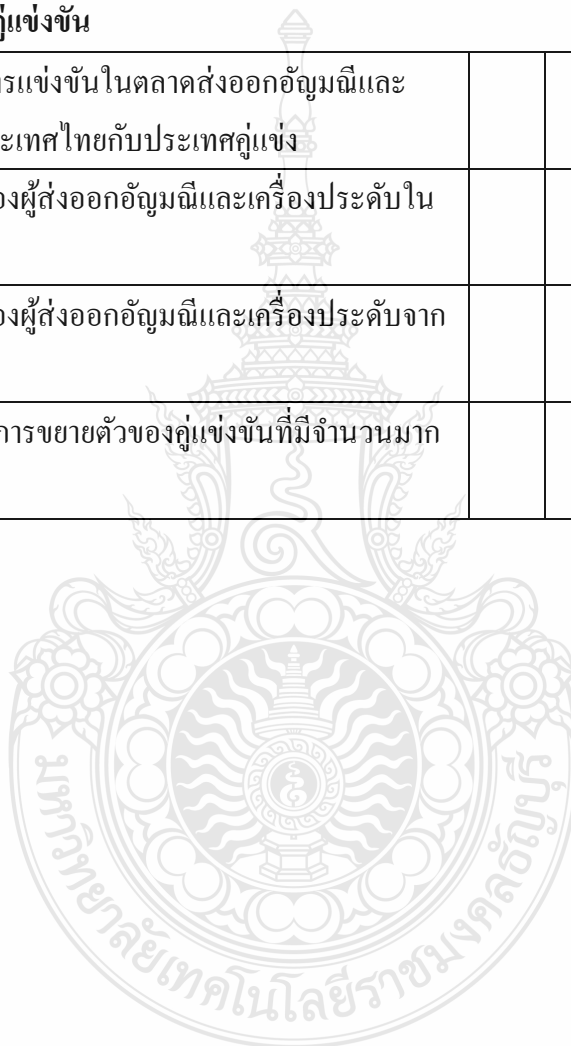
2 หมายถึง มีปัญหาน้อย 1 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

ปัญหาการส่งออกส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	ระดับปัญหา				
	5	4	3	2	1
ปัญหาด้านการผลิต					
ด้านวัตถุดิบ					
1. วัตถุดิบในประเทศมีต้นทุนสูงกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าต่างประเทศ					
2. วัตถุดิบในประเทศคุณภาพไม่ดีพอ					
3. อัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบ เครื่องจักร และอุปกรณ์ต่าง ๆ สูง					
4. ขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฉพาะ					
5. วัตถุดิบบางชนิดไม่สามารถผลิตได้ในประเทศ					
ด้านแรงงาน					
1. การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างแรงงาน					
2. การขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือ					
3. แรงงานขาดทักษะในการทำงาน					
4. แรงงานเข้าและออกจากงานบ่อยครั้ง					
ด้านเงินทุน					
1. แหล่งกู้ยืมเงินทุนหมุนเวียนมีจำกัด					
2. ขั้นตอนการจัดหาเงินทุนมีความยุ่งยากซับซ้อน					
3. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้เพื่อการส่งออกอยู่ในอัตราที่สูง					
4. ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากนโยบายของภาครัฐ					

ปัญหาการส่งออกส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	ระดับปัญหา				
ด้านเทคโนโลยี					
ปัญหาด้านการผลิต	5	4	3	2	1
1.เทคโนโลยีการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับยังไม่ได้มาตรฐานพอเมื่อเทียบกับคู่แข่งและประเทศคู่แข่ง					
2.การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำได้ยากเนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูง					
3.ขาดการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีจากรัฐบาล					
4.ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบจากมาตรการเขตการค้าเสรี (FTA)					
ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด					
ด้านผลิตภัณฑ์					
1.ขาดการศึกษาวิจัยรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าในแต่ละประเทศ					
2.ขาดโอกาสในการขยายตลาดในการส่งออกอันเนื่องมาจากความหลากหลายของสินค้าของกิจการมีน้อย					
3.ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของสินค้า					
4.ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและผลิตภัณฑ์ของกิจการ					
ด้านราคา					
1.การประสบปัญหาเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการตั้งราคาขายเพื่อจูงใจลูกค้า					
2.ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกในประเทศมีสูง					
3.ภาวะการแข่งขันทางด้านราคาของผู้ส่งออกต่างประเทศมีสูง					
4.การปรับราคาขายสูงขึ้น ทำได้ยากเนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านราคากันสูง รวมทั้งถูกควบคุมด้านราคาจากภาครัฐ					
5.ราคาขายไม่แน่นอนเนื่องจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน					

ปัญหาการส่งออกส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	ระดับปัญหา				
ปัญหาด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	5	4	3	2	1
ด้านการจัดจำหน่าย					
1.ปัญหาการรักษาส่วนแบ่งในตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่					
2.ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการมีน้อย					
3.การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขสัญญาร่วมทุนหรือสัญญาซื้อขาย					
4.การถูกจำกัดตลาดด้วยเงื่อนไขจากตัวแทนจำหน่ายหรือพ่อค้าคนกลาง					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1.ขาดการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการขายร่วมกับหน่วยงานรัฐบาล					
2.ขาดการจัดทำแผนการส่งเสริมการขายล่วงหน้า					
3.ขาดการส่งเสริมตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักของตลาด					
4.ขาดการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อจูงใจลูกค้า					
ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ					
ด้านสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้า					
1.ความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน					
2.อำนาจการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายลดลง					
3.ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของประเทศผู้ซื้อว่าจะมีเศรษฐกิจที่ดี					
4.ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ					
ด้านการเมืองและกฎหมาย					
1.ความล่าช้าในการดำเนินการพิธีการส่งออก					
2.ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการติดต่อประสานงาน					

ปัญหาการส่งออกส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ	ระดับปัญหา				
	5	4	3	2	1
ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ					
ด้านการเมืองและกฎหมาย					
3.การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางด้านภาษี					
4.การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการที่ไม่ใช่ทางด้านภาษี					
ด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งขัน					
1.ความสามารถในการแข่งขันในตลาดส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง					
2.ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับในประเทศมีสูง					
3.ภาวะการแข่งขันของผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจากต่างประเทศมีสูง					
4.การแทรกแซงและการขยายตัวของคู่แข่งที่มีจำนวนมาก รายเพิ่มขึ้น					



ภาคผนวก ค

ตารางแสดงผลทดสอบด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)



ตารางที่ 1 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านวัตถุดิบในการผลิต โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียน

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.556	3.746	3.851	4.184	4.081
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.556	-	-0.190 (0.386)	-0.295 (0.177)	-0.628 (0.006*)	-0.526 (0.017*)
50 - 100 ล้านบาท	3.746		-	-0.105 (0.293)	-0.438 (0.000*)	-0.335 (0.001*)
101 - 150 ล้านบาท	3.851			-	-0.333 (0.001*)	-0.231 (0.021*)
151 - 200 ล้านบาท	4.184				-	0.103 (0.367)
201 ล้านบาทขึ้นไป	4.081					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101-150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านแรงงานในการผลิต โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.472	3.730	3.699	3.440	2.932
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.472	-	0.258 (0.458)	0.227 (0.511)	-0.032 (0.928)	0.540 (0.121)
50 - 100 ล้านบาท	3.730		-	-0.031 (0.844)	-0.290 (0.108)	-0.797 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.699			-	-0.259 (0.142)	-0.766 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	3.440				-	-0.508 (0.005*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.932					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านเงินทุนในการผลิต โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50-100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.833	2.824	3.111	2.350	2.591
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.833	-	-0.009 (0.979)	0.278 (0.414)	-0.483 (0.169)	-0.242 (0.479)
50-100 ล้านบาท	2.824		-	0.287 (0.065)	-0.474 (0.008*)	0.233 (0.144)
101 - 150 ล้านบาท	3.111			-	-0.761 (0.000*)	-0.520 (0.001*)
151 - 200 ล้านบาท	2.350				-	0.241 (0.175)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.591					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท

ตารางที่ 4 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านเทคโนโลยีในการผลิต โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	Mean Difference (I - J)	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.833	3.139	3.295	2.610	2.757
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.833	-	0.305 (0.262)	0.462 (0.088)	-0.223 (0.423)	-0.077 (0.778)
50 - 100 ล้านบาท	3.139		-	-0.157 (0.203)	-0.529 (0.000*)	-0.382 (0.003*)
101 - 150 ล้านบาท	3.295			-	-0.685 (0.000*)	-0.534 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.610				-	0.147 (0.298)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.757					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.028	3.081	3.241	2.205	2.571
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.028	-	0.053 (0.851)	0.213 (0.451)	-0.823 (0.005*)	-0.457 (0.109)
50 - 100 ล้านบาท	3.081		-	0.160 (0.215)	-0.876 (0.000*)	-0.510 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.241			-	-1.036 (0.000*)	-0.670 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.205				-	0.366 (0.013*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.571					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับและกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท

ตารางที่ 6 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.378	3.524	3.248	2.508	2.495
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.378	-	0.146 (0.563)	-0.130 (0.606)	-0.870 (0.001*)	-0.883 (0.001*)
50 - 100 ล้านบาท	3.524		-	-0.276 (0.016*)	-1.016 (0.000*)	-1.030 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.248			-	-0.740 (0.000*)	-0.754 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.508				-	-0.013 (0.919*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.495					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.167	3.054	3.196	2.800	2.449
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.167	-	-0.113 (0.661)	0.029 (0.909)	-0.372 (0.159)	-0.717 (0.006*)
50 - 100 ล้านบาท	3.054		-	0.142 (0.223)	-0.259 (0.052)	-0.605 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.196			-	-0.401 (0.002*)	-0.747 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.800				-	-0.346 (0.010*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.449					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกัันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาทและกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.028	2.892	3.133	2.320	2.345
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.028	-	-0.136 (0.678)	0.105 (0.748)	-0.708 (0.036*)	-0.683 (0.038*)
50 - 100 ล้านบาท	2.892		-	0.241 (0.105)	-0.572 (0.001*)	-0.547 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.133			-	-0.813 (0.000*)	-0.788 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.320				-	0.025 (0.885)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.345					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 8 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101-150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.944	3.612	3.208	2.815	2.561
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.944	-	0.667 (0.030*)	0.263 (0.387)	-0.129 (0.680)	-0.384 (0.211)
50 - 100 ล้านบาท	3.612		-	-0.404 (0.004*)	-0.797 (0.000*)	-1.051 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.208			-	-0.393 (0.012*)	-0.647 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.815				-	0.254 (0.110)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.561					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 9 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อม

ภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.139	3.105	3.151	2.190	2.527
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.833	-	-0.034 (0.895)	0.012 (0.964)	-0.949 (0.000*)	-0.612 (0.019*)
50 - 100 ล้านบาท	2.824		-	0.046 (0.696)	-0.915 (0.000*)	-0.578 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.111			-	-0.961 (0.000*)	-0.624 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.350				-	0.337 (0.013*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.591					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 10 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท

กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท

ตารางที่ 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามทุนจดทะเบียนของบริษัท

LSD

ทุนจดทะเบียน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.139	3.064	3.193	2.530	2.659
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.833	-	-0.075 (0.767)	0.054 (0.830)	-0.609 (0.019*)	-0.480 (0.058)
50 - 100 ล้านบาท	3.139		-	0.129 (0.261)	-0.534 (0.000*)	-0.405 (0.001*)
101 - 150 ล้านบาท	3.295			-	-0.663 (0.000*)	-0.534 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.610				-	0.129 (0.326)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.757					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 11 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียนต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้าน

การแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีทุนจดทะเบียน 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านวัตถุดิบในการผลิต โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.991	3.690	3.792	3.720	4.157
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.991	-	-0.301 (0.037*)	-0.200 (0.089)	-0.271 (0.043*)	0.166 (0.133)
50 - 100 ล้านบาท	3.690		-	0.101 (0.448)	0.030 (0.841)	0.467 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.792			-	-0.072 (0.559)	0.365 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	3.720				-	0.437 (0.000*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	4.157					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 12 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจ
ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านแรงงานในการผลิต โดยจำแนกตาม
สินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.294	3.847	3.729	3.631	3.162
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.294	-	0.553 (0.018*)	0.435 (0.022*)	0.338 (0.119)	-0.132 (0.458)
50 - 100 ล้านบาท	3.847		-	-0.118 (0.584)	-0.216 (0.368)	-0.685 (0.001*)
101 - 150 ล้านบาท	3.729			-	-0.098 (0.621)	-0.567 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	3.631				-	-0.470 (0.012*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	3.162					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 13 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 200 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจ
ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านเงินทุนในการผลิต โดยจำแนกตาม
สินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{X}	2.603	3.395	3.039	2.725	2.473
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.603	-	0.792 (0.000*)	0.436 (0.017*)	0.122 (0.556)	-0.130 (0.444)
50 - 100 ล้านบาท	3.395		-	-0.356 (0.084)	-0.670 (0.004*)	-0.922 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.039			-	0.314 (0.098)	-0.566 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.725				-	-0.252 (0.159)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.473					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 14 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 200 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านเทคโนโลยีในการผลิต โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.103	3.258	3.162	2.888	2.765
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.103	-	0.155 (0.401)	0.059 (0.695)	-0.216 (0.208)	-0.339 (0.017*)
50 - 100 ล้านบาท	3.258		-	-0.096 (0.573)	-0.371 (0.051)	-0.493 (0.003*)
101 - 150 ล้านบาท	3.162			-	-0.275 (0.081)	-0.397 (0.004*)
151 - 200 ล้านบาท	2.888				-	-0.123 (0.406)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.765					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 15 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 200 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.821	3.955	3.102	2.813	2.532
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.821	-	0.534 (0.007*)	0.282 (0.081)	-0.008 (0.965)	-0.289 (0.056)
50 - 100 ล้านบาท	3.955		-	-0.253 (0.167)	-0.542 (0.008*)	-0.823 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.102			-	-0.290 (0.085)	-0.570 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.813				-	-0.281 (0.077)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.532					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 16 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกัันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจ
ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด
โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.822	3.555	3.513	2.965	2.577
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.822	-	0.733 (0.000*)	0.691 (0.000*)	0.143 (0.371)	-0.245 (0.063)
50 - 100 ล้านบาท	3.555		-	-0.042 (0.791)	-0.590 (0.001*)	-0.978 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.513			-	-0.548 (0.000*)	-0.936 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.965				-	-0.389 (0.005*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.577					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 17 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 200 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.967	3.557	3.208	2.606	2.569
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.967	-	0.589 (0.000*)	0.240 (0.072)	-0.361 (0.018*)	-0.399 (0.002*)
50 - 100 ล้านบาท	3.557		-	-0.349 (0.022*)	-0.950 (0.000*)	-0.988 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.208			-	-0.602 (0.000*)	-0.639 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.606				-	-0.038 (0.774)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.569					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 18 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151-200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม J					
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	2.641	3.548	3.282	2.194	2.338
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.641	-	0.907 (0.000*)	0.640 (0.000*)	-0.448 (0.017*)	-0.303 (0.048*)
50 - 100 ล้านบาท	3.548		-	-0.267 (0.150)	-1.355 (0.000*)	-1.210 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.282			-	-1.088 (0.000*)	-0.944 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.194				-	0.145 (0.368)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.338					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 19 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัท

ที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
สินทรัพย์รวม	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{X}	3.103	3.258	3.563	2.519	2.870
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.103	-	0.155 (0.454)	-0.460 (0.007*)	-0.585 (0.003*)	-0.233 (0.141)
50 - 100 ล้านบาท	3.258		-	0.305 (0.112)	-0.739 (0.001*)	-0.388 (0.034*)
101 - 150 ล้านบาท	3.563			-	-1.045 (0.000*)	-0.693 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.519				-	0.351 (0.035*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.870					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 20 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50

ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 200 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม	Mean Difference (I - J)	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.658	3.315	3.166	2.781	2.500
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.658	-	0.657 (0.000*)	0.508 (0.001*)	0.124 (0.456)	-0.158 (0.248)
50 - 100 ล้านบาท	3.315		-	-0.149 (0.367)	-0.533 (0.004*)	-0.815 (0.000*)
101 - 150 ล้านบาท	3.166			-	-0.384 (0.012*)	-0.666 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.781				-	-0.281 (0.050)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.500					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 21 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่ต่างกัันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการ

ส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 200 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามสินทรัพย์รวมของบริษัท

LSD

สินทรัพย์รวม		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{X}	2.837	3.210	3.095	2.963	2.696
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	2.837	-	0.373 (0.031*)	0.258 (0.066)	0.126 (0.433)	-0.141 (0.285)
50 - 100 ล้านบาท	3.210		-	-0.115 (0.472)	-0.247 (0.164)	-0.514 (0.001*)
101 - 150 ล้านบาท	3.095			-	0.133 (0.365)	-0.399 (0.001*)
151 - 200 ล้านบาท	2.963				-	-0.266 (0.055)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.696					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวมต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขัน

ของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มีสินทรัพย์รวม 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอณุมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอณุมณีและเครื่องประดับของไทยด้านวัตถุดิบในการผลิต โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.497	4.146	4.759	3.852	4.003
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.497	-	0.649 (0.000*)	1.262 (0.000*)	0.356 (0.000*)	0.506 (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	4.146		-	0.613 (0.000*)	-0.294 (0.007*)	-0.143 (0.136)
101 - 150 ล้านบาท	4.759			-	-0.906 (0.000*)	-0.756 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	3.852				-	0.150 (0.133)
201 ล้านบาทขึ้นไป	4.003					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 23 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มี

สินทรัพย์รวม 50 - 100 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาในการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท

ตารางที่ 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านแรงงานในการผลิต โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.780	3.162	3.552	3.518	3.171
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.780	-	-0.618* (0.001*)	-0.228 (0.256)	-0.262 (0.161)	-0.608* (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	3.162		-	0.390 (0.083)	0.356 (0.093)	0.010 (0.958)
101 - 150 ล้านบาท	3.552			-	-0.034 (0.884)	-0.380 (0.068)
151 - 200 ล้านบาท	3.518				-	-0.347 (0.075)
201 ล้านบาทขึ้นไป	3.171					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 24 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท

ตารางที่ 25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจ ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านเงินทุนในการผลิต โดยจำแนกตามยอดขาย โดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของ ปีที่ผ่านมา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		ต่ำกว่า 50 ล้าน บาท	50 - 100 ล้าน บาท	101 - 150 ล้าน บาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.223					
50 - 100 ล้านบาท	2.620	-0.603 (0.000*)				
101 - 150 ล้านบาท	2.324	-0.900 (0.000*)	-0.296 (0.165)			
151 - 200 ล้านบาท	2.643	-0.580 (0.001*)	0.023 (0.909)	0.319 (0.146)		
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.555	-0.668 (0.000*)	-0.650 (0.713)	0.231 (0.242)	-0.088 (0.633)	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่

มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท

ตารางที่ 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านเทคโนโลยีในการผลิต โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.339	2.792	2.588	2.935	2.877
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.339	-	-0.547 (0.000*)	-0.751 (0.000*)	-0.404 (0.005*)	-0.462 (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	2.792		-	-0.203 (0.240)	0.143 (0.381)	0.085 (0.553)
101 - 150 ล้านบาท	2.588			-	0.346 (0.053)	0.289 (0.073)
151 - 200 ล้านบาท	2.935				-	-0.058 (0.699)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.877					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตที่ต่างกัน ดังนั้น กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท

และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท

ตารางที่ 27 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

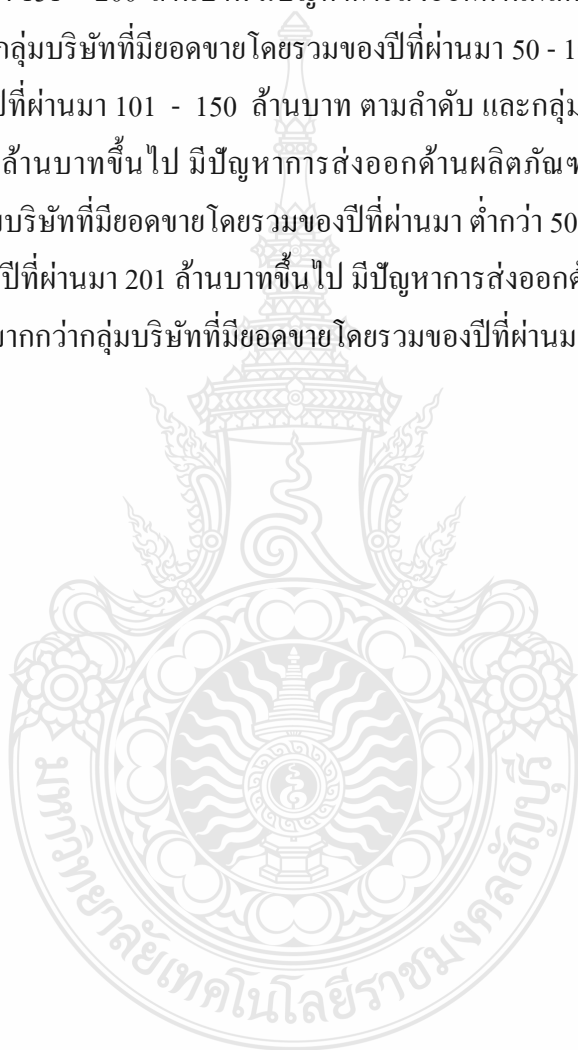
ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.419	2.448	2.235	2.863	2.644
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.419	-	-0.971 (0.000*)	-1.184 (0.000*)	-0.556 (0.000*)	-0.776 (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	2.448		-	-0.213 (0.226)	0.415 (0.012*)	0.196 (0.178)
101 - 150 ล้านบาท	2.235			-	0.628 (0.001*)	0.409 (0.012*)
151 - 200 ล้านบาท	2.863				-	-0.219 (0.148)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.644					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวม

ของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท



ตารางที่ 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดโดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม J					
	ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป	
กลุ่ม I	\bar{x}	3.662	2.646	2.312	3.024	2.707
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.662	-	-1.017 (0.000*)	-1.351 (0.000*)	-0.639 (0.000*)	-0.956 (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	2.646		-	-0.334 (0.031*)	0.378 (0.010*)	0.061 (0.633)
101 - 150 ล้านบาท	2.312			-	0.712 (0.000*)	0.395 (0.006*)
151 - 200 ล้านบาท	3.024				-	-0.317 (0.018*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.707					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท

ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท



ตารางที่ 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.339	2.885	2.559	2.572	2.695
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.339	-	-0.453 (0.000*)	-0.780 (0.000*)	-0.767 (0.000*)	-0.644 (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	2.885		-	-0.327 (0.043*)	-0.314 (0.039*)	-0.190 (0.154)
101 - 150 ล้านบาท	2.559			-	0.013 (0.939)	0.136 (0.360)
151 - 200 ล้านบาท	2.572				-	0.124 (0.373)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.695					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 29 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท ตามลำดับและกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201

ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท

ตารางที่ 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
ค่าเฉลี่ย	\bar{x}	3.473	2.396	2.324	2.185	2.493
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.473	-	-1.077 (0.000*)	-1.150 (0.000*)	-1.289 (0.000*)	-0.980 (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	2.396		-	-0.072 (0.701)	-0.211 (0.235)	0.097 (0.534)
101 - 150 ล้านบาท	2.324			-	-0.139 (0.474)	0.170 (0.332)
151 - 200 ล้านบาท	2.185				-	0.309 (0.059)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.493					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริม

การตลาดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท

ตารางที่ 31 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.411	2.859	2.802	2.554	3.195
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.411	-	-0.552 (0.001*)	-0.610 (0.001*)	-0.858 (0.000*)	-0.216 (0.127)
50 - 100 ล้านบาท	2.859		-	-0.058 (0.775)	-0.306 (0.110)	0.336 (0.046*)
101 - 150 ล้านบาท	2.802			-	-0.248 (0.235)	0.394 (0.036*)
151 - 200 ล้านบาท	2.554				-	0.642 (0.000*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	3.195					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มี

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศ คู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจ ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าใน สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

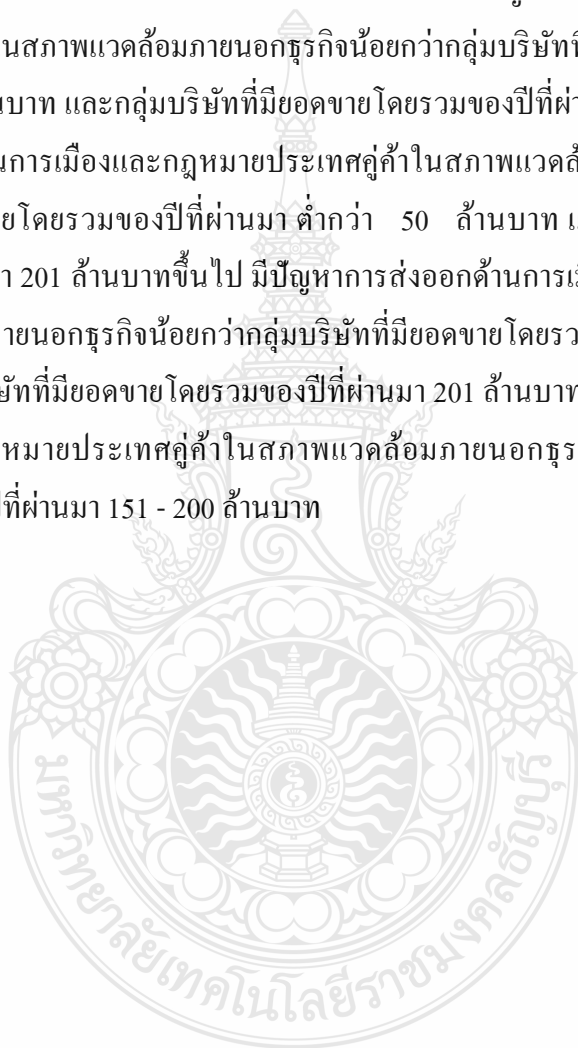
LSD

ยอดขายโดยรวมของ ปีที่ผ่านมา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้าน บาท	50 - 100 ล้าน บาท	101 - 150 ล้าน บาท	151 - 200 ล้าน บาท	201 ล้านบาท ขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.285	2.542	2.529	2.446	2.736
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.285	-	-0.743 (0.000*)	-0.756 (0.000*)	-0.839 (0.000*)	-0.549 (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	2.542		-	-0.012 (0.942)	-0.095 (0.551)	0.195 (0.166)
101 - 150 ล้านบาท	2.529			-	-0.083 (0.634)	0.207 (0.188)
151 - 200 ล้านบาท	2.446				-	0.290 (0.048*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.736					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 32 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกันมีปัญหการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าใน สภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 -100 ล้านบาท มีปัญหการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อม ภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่ม บริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหการส่งออกด้านการเมืองและ กฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มี ปัญหการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่า กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขาย โดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหการส่งออก ด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มี ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท



ตารางที่ 33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาของบริษัท

LSD

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
		ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	50 - 100 ล้านบาท	101 - 150 ล้านบาท	151 - 200 ล้านบาท	201 ล้านบาทขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.317	2.906	2.375	2.446	2.901
ต่ำกว่า 50 ล้านบาท	3.317	-	-0.411 (0.001*)	-0.942 (0.001*)	-0.871 (0.000*)	-0.417 (0.000*)
50 - 100 ล้านบาท	2.906		-	-0.531 (0.001*)	-0.460 (0.002*)	-0.006 (0.965)
101 - 150 ล้านบาท	2.375			-	0.071 (0.650)	0.526 (0.000*)
151 - 200 ล้านบาท	2.446				-	0.454 (0.001*)
201 ล้านบาทขึ้นไป	2.901					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 33 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมาต่างกัน มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 50 - 100 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มี

ยอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา ต่ำกว่า 50 ล้านบาท และกลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 201 ล้านบาทขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 101 - 150 ล้านบาท กลุ่มบริษัทที่มียอดขายโดยรวมของปีที่ผ่านมา 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านวัตถุดิบในการผลิต โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				301 คนขึ้นไป
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	
กลุ่ม I	\bar{x}	3.485	3.812	4.018	4.102	4.151
100 - 150 คน	3.485	-	0.326 (0.005*)	0.533 (0.000*)	0.617 (0.000*)	0.666 (0.000*)
151 - 200 คน	3.812		-	0.207 (0.076)	0.290 (0.011*)	0.340 (0.002*)
201 - 250 คน	4.018			-	0.084 (0.458)	0.133 (0.218)
251 - 300 คน	4.102				-	0.050 (0.639)
301 คนขึ้นไป	4.151					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 34 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออก

ด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านแรงงานในการผลิต โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.778	4.096	3.373	3.250	2.986
100 - 150 คน	3.778	-	0.318 (0.088)	-0.405 (0.028*)	-0.528 (0.004*)	-0.792 (0.000*)
151 - 200 คน	4.096		-	-0.723 (0.000*)	-0.846 (0.000*)	-1.110 (0.000*)
201 - 250 คน	3.373			-	-0.123 (0.494)	-0.387 (0.025*)
251 - 300 คน	3.250				-	-0.264 (0.119)
301 คนขึ้นไป	2.986					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 35 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มี

จำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านเงินทุนในการผลิต โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.056	3.192	2.523	2.530	2.614
100 - 150 คน	3.056	-	0.137 (0.467)	-0.533 (0.004*)	-0.526 (0.004*)	-0.441 (0.012*)
151 - 200 คน	3.192		-	-0.670 (0.000*)	-0.663 (0.000*)	-0.578 (0.001*)
201 - 250 คน	2.523			-	0.007 (0.969)	0.092 (0.599)
251 - 300 คน	2.530				-	0.085 (0.621)
301 คนขึ้นไป	2.614					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 36 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านเงินทุนในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านเทคโนโลยีในการผลิต โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.157	3.298	2.836	2.962	2.757
100 - 150 คน	3.157	-	0.141 (0.360)	-0.321 (0.035*)	-0.196 (0.189)	-0.400 (0.005*)
151 - 200 คน	3.298		-	-0.462 (0.003*)	-0.336 (0.026*)	-0.541 (0.000*)
201 - 250 คน	2.836			-	0.126 (0.397)	-0.079 (0.578)
251 - 300 คน	2.962				-	-0.205 (0.143)
301 คนขึ้นไป	2.757					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 37 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านเทคโนโลยีในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
		กลุ่ม J				
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.264	3.125	2.491	2.788	2.636
100 - 150 คน	3.264	-	-0.139 (0.399)	-0.773 (0.000*)	-0.476 (0.003*)	-0.628 (0.000*)
151 - 200 คน	3.125		-	-0.634 (0.000*)	-0.337 (0.037*)	-0.489 (0.002*)
201 - 250 คน	2.491			-	0.297 (0.062)	0.145 (0.343)
251 - 300 คน	2.788				-	-0.152 (0.309)
301 คนขึ้นไป	2.636					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 38 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 101 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 101 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 101 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจ
ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.667	3.639	2.626	2.698	2.571
100 - 150 คน	3.667	-	-0.028 (0.832)	-1.041 (0.000*)	-0.968 (0.000*)	-1.095 (0.000*)
151 - 200 คน	3.639		-	-1.013 (0.000*)	-0.940 (0.000*)	-1.067 (0.000*)
201 - 250 คน	2.626			-	0.073 (0.569)	-0.054 (0.661)
251 - 300 คน	2.698				-	-0.127 (0.294)
301 คนขึ้นไป	2.571					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 39 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100-150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านราคาในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.278	2.995	2.873	2.784	2.654
100 - 150 คน	3.278	-	-0.283 (0.055)	-0.405* (0.005*)	-0.494* (0.001*)	-0.624* (0.000*)
151 - 200 คน	2.995		-	-0.123 (0.402)	-0.211 (0.142)	-0.342* (0.014*)
201 - 250 คน	2.873			-	-0.089 (0.531)	-0.219 (0.108)
251 - 300 คน	2.784				-	-0.130 (0.329)
301 คนขึ้นไป	2.654					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 40 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการจัดจำหน่ายในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการส่งเสริมการตลาดในปีจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.204	3.058	2.500	2.551	2.439
100 - 150 คน	3.204	-	-0.145 (0.425)	-0.704* (0.000*)	-0.653* (0.000*)	-0.764* (0.000*)
151 - 200 คน	3.058		-	-0.558* (0.002*)	-0.507* (0.005*)	-0.618* (0.000*)
201 - 250 คน	2.500			-	0.051 (0.773)	-0.061 (0.720)
251 - 300 คน	2.551				-	-0.112 (0.502)
301 คนขึ้นไป	2.439					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 41 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปีจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปีจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปีจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการส่งเสริมการตลาดในปีจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)					
	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.750	3.361	2.764	2.869	2.739
100 - 150 คน	3.750	-	-0.389* (0.022*)	-0.986* (0.000*)	-0.881* (0.000*)	-1.011* (0.000*)
151 - 200 คน	3.361		-	-0.597* (0.000*)	-0.492* (0.003*)	-0.621* (0.000*)
201 - 250 คน	2.764			-	0.105 (0.520)	-0.024 (0.877)
251 - 300 คน	2.869				-	-0.129 (0.400)
301 คนขึ้นไป	2.739					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 42 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านสถานะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้าน

สภาวะเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
		กลุ่ม J				
	\bar{x}	100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.037	3.183	2.673	2.598	2.661
100 - 150 คน	3.037	-	0.146 (0.346)	-0.364 (0.017*)	-0.440 (0.004*)	-0.376 (0.009*)
151 - 200 คน	3.183		-	-0.510 (0.001*)	-0.585 (0.000*)	-0.522 (0.000)
201 - 250 คน	2.673			-	-0.075 (0.614)	-0.012 (0.933)
251 - 300 คน	2.598				-	0.063 (0.653)
301 คนขึ้นไป	2.661					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 43 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหา

การส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามจำนวนพนักงานของบริษัท

LSD

จำนวนพนักงาน	Mean Difference (I - J)	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)						
		กลุ่ม I	กลุ่ม J	100 - 150 คน	151 - 200 คน	201 - 250 คน	251 - 300 คน	301 คนขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}							
100 - 150 คน	3.287	-	0.006 (0.963)	-0.514 (0.000*)	-0.783 (0.000*)	-0.512 (0.000*)		
151 - 200 คน	3.293		-	-0.521 (0.000*)	-0.789 (0.000*)	-0.518 (0.000*)		
201 - 250 คน	2.773			-	-0.269 (0.041*)	0.002 (0.986)		
251 - 300 คน	2.504				-	0.271 (0.029*)		
301 คนขึ้นไป	2.775					-		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 44 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงานต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 201 - 250 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการ

ส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 100 - 150 คน กลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 151 - 200 คน ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 301 คนขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีจำนวนพนักงาน 251 - 300 คน

ตารางที่ 45 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านวัตถุดิบในการผลิต โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

LSD

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.287	3.293	2.773	2.504
ต่ำกว่า 5 ปี	3.772	-	0.076 (0.462)	0.307 (0.002*)	0.249 (0.035*)
5 ปีไม่เกิน 10 ปี	3.848		-	0.231 (0.018*)	0.172 (0.136)
10 ปีไม่เกิน 15 ปี	4.079			-0.059 (0.601)	
15 ปีขึ้นไป	4.020				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 45 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี ตามลำดับ และกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี

ตารางที่ 46 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านแรงงานในการผลิต โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

LSD

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	3.482	3.373	3.728	3.066
ต่ำกว่า 5 ปี	3.482	-	-0.109 (0.509)	0.246 (0.125)	-0.416 (0.027*)
5 ปีไม่เกิน 10 ปี	3.373		-	0.355 (0.023*)	-0.307 (0.095)
10 ปีไม่เกิน 15 ปี	3.728			-	-0.662 (0.000*)
15 ปีขึ้นไป	3.066				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 46 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านแรงงานในการผลิตที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตมากกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี และกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านวัตถุดิบในการผลิตน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

LSD

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 5 ปี	3.039	-	-0.089 (0.534)	-0.349 (0.013*)	-0.360 (0.028*)
5 ปีไม่เกิน 10 ปี	2.949		-	-0.260 (0.055)	-0.271 (0.091)
10 ปีไม่เกิน 15 ปี	2.690			-	-0.110 (0.944)
15 ปีขึ้นไป	2.679				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 47 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี และกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 15 ปีขึ้นไป มีปัญหาการส่งออกด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี

ตารางที่ 48 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

LSD

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)				
	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.986	2.902	2.621	2.781
ต่ำกว่า 5 ปี	2.986	-	-0.084 (0.528)	-0.365 (0.005*)	-0.205 (0.175)
5 ปีไม่เกิน 10 ปี	2.902		-	-0.281 (0.025*)	-0.121 (0.413)
10 ปีไม่เกิน 15 ปี	2.621			-	0.160 (0.268)
15 ปีขึ้นไป	2.781				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 48 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี มีปัญหาการส่งออกด้านการเมืองและกฎหมายประเทศคู่ค้าในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี และกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจ โดยจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

LSD

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I - J)			
		กลุ่ม J			
		ต่ำกว่า 5 ปี	5 ปีไม่เกิน 10 ปี	10 ปีไม่เกิน 15 ปี	15 ปีขึ้นไป
กลุ่ม I	\bar{x}	2.986	2.902	2.621	2.781
ต่ำกว่า 5 ปี	3.109	-	-0.106 (0.385)	-0.411 (0.001*)	-0.257 (0.064)
5 ปีไม่เกิน 10 ปี	3.003		-	-0.305 (0.008*)	-0.151 (0.265)
10 ปีไม่เกิน 15 ปี	2.698			-	0.154 (0.243)
15 ปีขึ้นไป	2.852				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา : จากโปรแกรม SPSS

จากตารางที่ 49 แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่โดยวิธี LSD ระหว่างกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจต่างกันมีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่ต่างกันดังนี้ กลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 ปีไม่เกิน 15 ปี มีปัญหาการส่งออกด้านการแข่งขันของกลุ่มแข่งในสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจน้อยกว่ากลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ต่ำกว่า 5 ปี และกลุ่มบริษัทที่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5 ปีไม่เกิน 10 ปี ตามลำดับ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวสุชีรา เข้มเกตุ
วัน เดือน ปี เกิด	11 มกราคม พ.ศ. 2529
ที่อยู่	27/242 ม.7 หมู่บ้านมาลีรัมย์ 5 ซอย 2 ถ.เลียบบคลองหก ต.คลองหก อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี 12120
เบอร์โทรศัพท์	08-9031-1064
อีเมล	sweet110189@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2550 คณะบริหารธุรกิจ สาขาการเงิน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2554 - ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ธุรการ - การเงิน บริษัท มณีมงคล อิมพอร์ต - เอ็กซ์พอร์ต จำกัด พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2554 เจ้าหน้าที่ธุรการ บริษัท แอโรฟลูอิด จำกัด พ.ศ. 2551 - พ.ศ. 2552 เจ้าหน้าที่จัดซื้อ - การเงิน บริษัท แคป ซี.อี.แอล. จำกัด

