

# ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อการส่งออก

## Factors influencing the development of small and medium furniture industry for export

รุ่งทิพย์ สารวงษ์ (Roongtip Sarawong)<sup>1</sup>  
สุรนาท ขมะณะรงค์ (Suranart Khamanarong)<sup>2</sup>  
กิมภาพร ขมะณะรงค์ (Kimaporn Khamanarong)<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมไปสู่อุตสาหกรรมส่งออก กรณีศึกษาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่ผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยที่ผลิตเพื่อจำหน่ายในประเทศ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดำเนินการโดย การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือการตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 375 ราย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางและขนาดย่อมไปสู่อุตสาหกรรมส่งออกนั้น เทคโนโลยี และทักษะของแรงงานมีความสัมพันธ์สูงสุด ( $R = 0.207$  และ  $0.179$  ตามลำดับ) ส่วนวัตถุดิบและการวิจัยมีความสัมพันธ์ในระดับรองลงมา ( $R = 0.152$  และ  $0.125$  ตามลำดับ) หากมีการพัฒนาเทคโนโลยีและทักษะของแรงงานให้มีคุณภาพ มีการพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบด้วยการวิจัยที่ดี ประกอบกับภาครัฐให้ความช่วยเหลือด้านเงินทุน การให้ความรู้ด้านการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดต่างประเทศ ผู้ประกอบการจะสามารถปรับตัวและพัฒนาไปสู่อุตสาหกรรมส่งออกที่ดีต่อไป

### Abstract

This research aims to study factors influencing the development of small and medium industries into export industries: a case study of the furniture industry. The sample group was manufacturers in small and medium furniture industries in Thailand. Data collection from the 375 sample group was performed by telephone interview or questionnaire technique. The results showed that technology and labor skill are the most important factors that have the highest relationship with the export effectiveness over other factors ( $R = 0.207$  and  $0.179$  respectively). Raw materials and research are the second most important factors ( $R = 0.152$  and  $0.125$  respectively).

<sup>1</sup>นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup>รองศาสตราจารย์คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>3</sup>รองศาสตราจารย์คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

respectively). If there is the development of raw material with good research as well as the provision of funding, the provision of management knowledge and foreign market information, then the entrepreneurs will be able to develop for export in the future.

**คำสำคัญ:** การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม , อุตสาหกรรมส่งออก, อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์

**Keywords:** the development of small and medium industry, export industry, furniture industry

## บทนำ

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าเป้าหมายที่ภาครัฐให้การสนับสนุน และเร่งพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขัน เนื่องจากเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งในส่วนที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก และเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศในปีหนึ่งๆ เป็นมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท โดยเฉพาะจากการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ ซึ่งมีมูลค่าส่งออกมากกว่า 45% ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดของไทย ปัจจุบันการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงกับสินค้าของจีนและเวียดนามในตลาดส่งออกหลัก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น ที่มีมูลค่าการส่งออกรวมกันมากกว่า 70% ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมดของไทย โดยสินค้าของจีนและเวียดนามมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตที่อยู่ในระดับต่ำกว่า ในขณะที่ไทยมีต้นทุนการผลิตปรับตัวสูงขึ้นทั้งต้นทุนด้านวัตถุดิบและต้นทุนค่าขนส่ง ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทยจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ต่อไป (ฝ่ายวิจัยธนาคารนครหลวงไทย, 2550)

การส่งออกมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติอย่างมาก จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาให้การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมสามารถส่งออกได้มาก ประเด็นสำคัญคือการกระจายสินค้าในต่างประเทศ หากมี

การกระจายได้ดีก็จะกระตุ้นการผลิตได้ดีด้วย (สุรนาท, 2551) นอกจากนี้การผลิตสินค้าอุตสาหกรรมหากมีการผลิตในภูมิภาคและชนบทก็ยังมีผลดีต่อเศรษฐกิจชนบทและประเทศชาติโดยรวมด้วย (สุรนาท, 2548)

ผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยมีหลายประเภทด้วยกัน เช่น เฟอร์นิเจอร์ไม้ เฟอร์นิเจอร์หนัง เฟอร์นิเจอร์โลหะ เฟอร์นิเจอร์หวาย และเฟอร์นิเจอร์พลาสติก โดยการผลิตเฟอร์นิเจอร์ส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบที่ทำจากไม้เป็นหลัก ซึ่งแตกต่างกันตามประเภทของไม้ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ประเภทที่หนึ่งได้แก่ ไม้เนื้อแข็ง ประกอบด้วย ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้ชิงชัน ไม้แดง และไม้มะค่า เป็นต้น ซึ่งไม้เหล่านี้ต้องนำเข้าจากต่างประเทศสูงถึงร้อยละ 90 โดยแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ ลาว พม่า มาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา สำหรับเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้เนื้อแข็งจะเน้นจำหน่ายภายในประเทศเป็นหลัก ประเภทที่สองได้แก่ ไม้เนื้ออ่อน ส่วนใหญ่จะเป็นไม้ยางพารา ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 70 ของเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้เนื้ออ่อนทั้งหมด เนื่องจากประเทศไทยมีการขยายพื้นที่ปลูกยางพาราเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันมีพื้นที่ประมาณ 12.8 ล้านไร่ มากเป็นอันดับ 2 ของโลก สำหรับเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้เนื้ออ่อนจะเน้นส่งออกไปตลาดต่างประเทศเป็นหลัก เนื่องจากการผลิตทำได้ง่ายกว่าไม้เนื้อแข็ง และสามารถออกแบบได้หลากหลาย ประเภทที่สามไม้แผ่นเรียบ ได้แก่ ไม้อัด ไม้วีเนียร์ ไม้ปรกติเกลือบอร์ด และไม้ MDF (Medium Density Fiberboard) รวมถึงหวาย ผักตบชวา และไม้ไผ่ชนิดต่างๆ สำหรับเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้แผ่นเรียบ การจำหน่าย

จะเน้นทั้งตลาดภายในและต่างประเทศด้วย ที่ผ่านมารัฐบาลได้มีนโยบายสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เข้ามามีบทบาทสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจให้สามารถเคลื่อนตัวต่อไปได้ (สมชาย 2545) เนื่องจาก SMEs ช่วยในการกระจายความเจริญพัฒนาด้านต่างๆ ออกสู่ภูมิภาค และมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคมไทยโดยรวมทั้งในด้านการจ้างงาน การสร้างผลผลิต ข้อมูลที่ยืนยันถึงบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สำคัญ ได้แก่ การก่อให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นสัดส่วนถึงกว่าร้อยละ 77 ของการจ้างงานรวมของประเทศ บทบาทในการสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย ประมาณร้อยละ 39 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรง คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออกรวม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551) อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดเล็กเป็นแหล่งที่สร้างรายได้ทั้งการลงทุนและการใช้จ่ายในหลายช่วง อันก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชาติ และระดับท้องถิ่น การจัดการส่งเสริมวิสาหกิจมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและแรงงาน (สุรนาท, 2543)

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ของไทยช่วงที่ผ่านมา มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 10% แต่หลังจากปี 2549 การเติบโตไม่เพียงแต่ไม่เพิ่มขึ้น กลับลดถดถอยจนติดลบเป็นผลจากการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก ดังจะเห็นได้จากตัวเลขการส่งออกจากรวมส่งเสริมการส่งออกพบว่า การส่งออกเฟอร์นิเจอร์มีอัตราการขยายตัวลดลงเรื่อยๆ โดยในปี 2549 มีมูลค่าการส่งออก 46,500.58 ล้านบาท ในปี 2550 มีมูลค่าการส่งออก 44,514.64 ล้านบาท อัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 4.27 และเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน ของปี 2550 (มกราคม- มิถุนายน) ซึ่งมีมูลค่าการส่งออก 21,878.19 ล้านบาท ในขณะที่ปี 2551 (มกราคม- มิถุนายน) มีมูลค่าการส่งออก 20,156.40 ล้านบาท ซึ่งอัตราการขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 7.87 (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2551)

อีกทั้งสภาวะวัตถุดิบขาดแคลนและปัญหาจากค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบโดยตรงกับอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งพึ่งพาอัตราแลกเปลี่ยนมากเกินไป และยังได้รับผลกระทบจากประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนถูกกว่า อย่าง จีน เวียดนาม และมาเลเซีย เนื่องจากผู้ประกอบการของไทยยังคงเน้นการผลิตสินค้าราคาถูก ผลคือ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ที่ไม่สามารถปรับตัวได้ก็จะต้องปิดกิจการไป ดังนั้น จึงจำเป็นที่ผู้บริหารในวงการเฟอร์นิเจอร์ต้องปรับเปลี่ยนวิสัยทัศน์เพื่อปรับตัวเองให้พร้อมแข่งขันในตลาดโลก ถึงแม้ประเทศไทยจะจัดได้ว่าเป็นผู้ผลิตและส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนรายสำคัญ แต่พบว่าส่วนใหญ่ผู้ประกอบการในลักษณะอุตสาหกรรมขนาดย่อม และพบอุปสรรคในการประกอบกิจการอยู่มาก ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ 3 อันดับคือ ต้นทุนการผลิตสูง คุณภาพไม่สม่ำเสมอ และขาดระบบการจัดการคุณภาพที่ดี (วันชัย, 2546) อีกทั้งการแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่มีอยู่ตลอดเวลา ซึ่งอาเหม็ด ซาฟา (Ahmed, 2002) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งหากรัฐบาลมีการให้การสนับสนุนมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มผู้ส่งออกที่ขาดความชำนาญจะเป็นการจูงใจให้เกิดการส่งออกเพิ่มขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ที่ต้องการความรู้เรื่องการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน ด้านการจัดซื้อ ด้านการตลาด และด้านการทำบัญชี วิธีการรับข้อมูลข่าวสาร วิธีการเข้าร่วมกิจกรรม วิธีการอื่นๆ (มัชฌิมา, 2548)

อย่างไรก็ตามการที่กิจการจะสามารถประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการได้ย่อมต้องมีการบริหารจัดการองค์กรที่ดี และขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารจัดการและการใช้เครื่องมือทางการบริหารต่างๆของอุตสาหกรรมเอง ซึ่งผู้ประกอบการต้องรู้จักบูรณาการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการบริหารจัดการต่างๆ ร่วมกัน อย่างเหมาะสม

และถูกต้อง กับสถานการณ์เพื่อการแข่งขัน ในปัจจุบัน (ธงพล, 2551) อีกทั้งในปัจจุบันกระแสธุรกิจไร้พรมแดนส่งผลให้มีการแข่งขันสูงขึ้น ดังนั้นการให้ความสำคัญกับการปรับตัวของธุรกิจให้เข้าสอดคล้องกับยุคออนไลน์ผู้ประกอบการควรปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารงานจากแบบเดิมมาเป็นแบบใหม่ โดยพิจารณา 3 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มุมมองด้านระบบอิเล็กทรอนิกส์ และมุมมองด้านการจัดการ เพื่อให้สามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (อรุณี, 2550)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าปัจจุบันภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมผู้ประกอบการในด้านต่างๆ เช่นการจัดงานแสดงสินค้า การเจรจาการค้าเป็นต้นว่าในการเปิดตลาดและแก้ไขปัญหาการกีดกันทางการค้าในทุกกระดับและทุกเวที การให้บริการข้อมูลข่าวสารต่างๆ แก่ผู้ประกอบการ เป็นต้น

การส่งออกมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เห็นได้จากสัดส่วนการส่งออกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ที่สูงถึงร้อยละ 60 เป็นการส่งออกที่พึ่งพิงเฉพาะตลาดหลักไม่กี่ประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น สถานการณ์การแข่งขันทางการค้าที่ทวีความรุนแรงขึ้น ทำให้ผู้ส่งออกไทยต้องเผชิญกับคู่แข่งจำนวนมากที่มีเป้าหมายการส่งออกไปยังตลาดเดียวกัน นอกจากนี้ยังเผชิญกับมาตรการการกีดกันทางการค้ารูปแบบต่างๆ จากประเทศคู่ค้า (ธนาकरเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2547) ผู้ประกอบการไม่เพียงแต่ต้องปรับตัวให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของตลาดเท่านั้น แต่ควรศึกษากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับผู้ค้าในประเทศอื่นๆ ได้อีกด้วย

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อศักยภาพในการแข่งขันและผลประกอบการ ต้องมีการพัฒนาดังนั้นผู้จัดการฝ่ายการตลาดของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์สามารถนำข้อเสนอที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกำหนดทิศทางการดำเนินงานขององค์กร ให้สอดคล้อง

กับสภาวะการแข่งขันทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อหาทางในการนำพาคู่แข่งไปสู่ความสำเร็จในอนาคตศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยี การแข่งขันศักยภาพนวัตกรรม ภาพลักษณ์ขององค์กรและความรับผิดชอบการเงิน การพัฒนาวิทยาการในด้านต่างๆ การตลาดคุณภาพของสินค้าและบริการและการคาดการณ์ล่วงหน้าล้วนมีความสำคัญต่อการส่งออกทั้งสิ้น (อิสรรา, 2549) อีกทั้งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนากระบวนการผลิตเช่นการนำเทคโนโลยีบางส่วนมาใช้ในกระบวนการผลิต เช่น การใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ ทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง 68 % (ดิเรกและสมเกียรติ, 2545) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของแคนาดาในปี 2004 พบว่า ประสิทธิภาพในการผลิตและการตลาดต่างประเทศอันเกิดจากการบริหารจัดการที่ดีมีส่วนประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันอย่างเห็นได้ชัด (Maxime, 2004)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่าถึงแม้ภาครัฐจะมีการส่งเสริมและให้การสนับสนุนการส่งออกอย่างจริงจังและต่อเนื่อง แต่ยังคงมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายด้าน ซึ่งมีผลต่อการส่งออกของผู้ประกอบการทั้งขนาดของธุรกิจที่ได้รับผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ การแข่งขัน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และปัจจัยอื่นๆ ทำให้ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้และปรับตัวอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจ การให้สามารถปรับตัวและแข่งขันได้ เพื่อการพัฒนาศักยภาพไปสู่การส่งออกต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการประกอบการพิจารณาศักยภาพของธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมไปสู่อุตสาหกรรมส่งออก

## วิธีการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นพิจารณาถึงการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสถานประกอบการว่าปัจจัยด้านใดที่กิจการควรให้ความสำคัญ ในการศึกษาใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และการตอบแบบสอบถาม

ประชากรในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ทั้งที่ส่งออก ไม่เคยส่งออก แต่มีแผนงานที่จะส่งออกภายใน 3 ปีข้างหน้าและไม่เคยส่งออก และไม่มีแผนงานที่จะส่งออกในช่วง 3 ปีข้างหน้า

กลุ่มตัวอย่าง คือ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้ประกอบการผลิตเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ จำนวน 375 ตัวอย่าง (โดยใช้สูตร ของ Taro Yamane)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดและคำถามปลายเปิดซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลสถานประกอบการและข้อมูลส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยในการส่งออก
- ส่วนที่ 3 คำถามปลายเปิด เพื่อรับข้อเสนอแนะจากผู้ประกอบการถึงการเปิดตลาดใหม่ในต่างประเทศและข้อเสนออื่น ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่าง ได้ถูกวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวัดระดับความสัมพันธ์ด้วย Bivariate Correlations

## ผลการวิจัยและอภิปรายผล

### 1. ข้อมูลสถานประกอบการและส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงส่วนมาก อายุ 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพในกิจการเป็นเจ้าของกิจการ และผู้จัดการ มีการดำเนินกิจการแบบบริษัทจำกัด ลักษณะการลงทุนแบบเครือข่าย เงินลงทุน ไม่เกิน 10 ล้านบาท การดำเนินกิจการพบว่าอายุกิจการ 5-15 ปี มีพนักงานประมาณ 1-50 คน

กิจการมีลักษณะเป็นบริษัทจำกัด เป็นการลงทุนรวมกันในหมู่เครือญาติและเพื่อน ใช้เงินลงทุนไม่เกิน 10 ล้านบาท (ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง) เป็นการผลิตโดยใช้วัตถุดิบจากไม้เนื้อเนื้ออ่อนจำพวกไม้ยางพารา และไม้แผ่นเรียบ มีจำนวนพนักงาน ไม่เกิน 50 คน ระยะเวลาดำเนินกิจการไม่เกิน 10 ปี ระดับความเกี่ยวข้องกับการส่งออกของกิจการ

ร้อยละ 28.53 ส่งออก

ร้อยละ 16.54 ไม่เคยส่งออก

แต่มีแผนที่จะส่งออกภายใน 3 ปีข้างหน้า

ร้อยละ 54.93 ไม่เคยส่งออกและ

ไม่มีแผนที่จะส่งออกในช่วง 3 ปีข้างหน้า

กิจการส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไปยังทวีปยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย มากตามลำดับ โดยทำการส่งสินค้าออกไปจำนวน 1-3 ประเทศ มีความถี่ในการส่งออกปีละ 11-15 ครั้ง โดยมีช่องทางในการจำหน่ายคือ ส่งไปยังผู้จัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศ มีประสบการณ์ในการส่งออก 1- 5 ปี

### 2. ปัจจัยในการส่งออก

ผู้ประกอบการเห็นว่าการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ประกอบการด้วยกัน เป็นช่องทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำธุรกิจส่งออกอย่างมาก และการดำเนินกิจการยังต้องให้ความสำคัญและศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากปัจจัยด้าน

ต่างๆอีกหลายด้าน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจให้สามารถดำรงอยู่ได้ ซึ่งปัจจัยที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมีดังนี้

- ปัจจัยด้านวัตถุดิบ

จากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่าคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $R = 0.152$  at  $p\text{-value} < 0.001$ ) การคัดเลือกวัตถุดิบและการกำหนดมาตรฐานการตรวจสอบคุณภาพไม้แปรรูป ก่อนเข้าสู่กระบวนการผลิตชิ้นงาน นอกจากจะเป็นการช่วยให้คุณภาพชิ้นงานดีขึ้นแล้ว ยังเป็นการลดของเสียในกระบวนการผลิตซึ่งถือว่าการลดต้นทุนได้อีกด้วย และรองลงมาคือปัจจัยด้านราคาของวัตถุดิบที่มีราคาสูง มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $p\text{-value} < 0.001$ ) อันเนื่องมาจากการขึ้นราคาของน้ำมันเชื้อเพลิงทำให้ต้นทุนในการขนส่งวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศจึงทำให้ต้นทุนด้านวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้นด้วย

- ปัจจัยด้านการผลิต

จากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่าเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $R = 0.207$  at  $p\text{-value} < 0.001$ ) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก และพบว่าทักษะของแรงงานมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $R = 0.179$  at  $p\text{-value} < 0.001$ ) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในอันดับรองลงมา ซึ่งจะเห็นได้ว่าการผลิตเฟอร์นิเจอร์ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมการผลิตเฟอร์นิเจอร์ต้องอาศัยแรงงานที่มีทักษะ แต่ปัจจุบันแรงงานมักนิยมที่จะไปทำงานในโรงงานที่ทันสมัยและสะดวกสบายมากขึ้น จึงทำให้ขาดแรงงานในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ หากสามารถนำเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยมาปรับใช้ในระบบการผลิตจะมีผลดีต่อกระบวนการผลิตเป็นอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันการกำหนดมาตรฐานในการผลิตยังไม่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดของประเทศที่จะส่งออกและกำลังการผลิตต่ำหรือไม่

สามารถเพิ่มกำลังการผลิตได้ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างจากผู้ประกอบการอื่น เกิดการลอกเลียนและทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศจีน หรือเวียดนามที่มีค่าแรงถูกกว่าแต่ผลิตสินค้าแบบเดียวกันและเป็นผลจากธุรกิจมีเงินลงทุนที่จำกัด ไม่ได้ได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง จึงไม่สามารถพัฒนาด้านเครื่องมือจักรที่มีความทันสมัยได้ ผู้ประกอบการจึงผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเท่านั้น ไม่ได้คำนึงถึงมาตรฐานการผลิตสินค้าในการส่งออกไปยังประเทศคู่ค้า และข้อกำหนดของบรรษัทที่ตรงตามมาตรฐาน

- ปัจจัยการตลาดและการแข่งขัน

จากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า การวิจัยตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $R = 0.125$  at  $p\text{-value} < 0.05$ ) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ และพบว่าระบบการขนส่งที่ดีมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $p\text{-value} < 0.05$ ) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในอันดับรองลงมา ผู้ประกอบการไทยต้องประสบกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในตลาดเฟอร์นิเจอร์ ทั้ง 3 ระดับ ได้แก่ ตลาดระดับบนซึ่งเป็นตลาดรองรับสินค้านำเข้าหรือกึ่งนำเข้า การแข่งขัน มักเน้นในรูปแบบและคุณภาพตลาดระดับกลาง เป็นตลาดรองรับสินค้าที่ผลิตภายในประเทศ (Local Brand) โดยใช้วัตถุดิบและอุปกรณ์ผสมระหว่างในประเทศกับต่างประเทศ และตลาดระดับล่างเป็นกลุ่มผู้บริโภคซึ่งรองรับสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศเป็นส่วนใหญ่ และจากความต้องการสินค้าในแต่ละตลาดที่แตกต่างกันผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถเป็นผู้นำในตลาด ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นการแข่งขันกันในการคิดค้นวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเพื่อให้สามารถสนองความต้องการของลูกค้าที่แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังมุ่งเน้น

การปรับปรุงและพัฒนาการบริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในคุณภาพและไว้วางใจในตัวผลิตภัณฑ์ และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งคือการหาผู้ค้า ช่องทางการจำหน่าย หรือการกระจายสินค้า อาทิ การเปิดสาขาและอาคารแสดงสินค้าในเมืองใหญ่ตามภูมิภาค การจัดรายการส่งเสริมการขายและการเป็นพันธมิตรกับองค์กรเอกชนและหน่วยงานราชการ เป็นต้น โดยผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะเพิ่มและรักษาส่วนแบ่งตลาดของตนไว้ และปัจจัยที่สำคัญที่มีอามองข้ามได้ในภาวะน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาสูง คือการมีระบบการขนส่งที่ดี การพัฒนานำระบบโลจิสติกส์มาใช้ในกระบวนการขนส่งสินค้าจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับผู้ประกอบการอื่นๆ ได้อีกด้วย

#### - ปัจจัยด้านการเงินและบัญชี

จากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่าการจัดทำระบบบัญชีมีความสัมพันธ์กับความ สามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $p\text{-value} < 0.05$ ) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญอย่างมากต่อการสนับสนุนจากสถาบันการเงินเนื่องจากการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทำได้ยาก ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ผู้ประกอบการขาดการจัดทำระบบบัญชีที่ได้มาตรฐาน ทำให้การกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินทำได้ยาก และหากกิจการต้องการขยายกำลังการผลิต หรือ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ก็ไม่สามารถทำได้ เป็นผลทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับตัวให้แข่งขันกับสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงและไม่สามารถพัฒนากิจการให้พัฒนาไปสู่การส่งออกได้

#### - ปัจจัยด้านการจัดการและบริหารบุคคล

จากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่าการบริหารงานภายในที่มีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กับความ สามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $p\text{-value} < 0.05$ ) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากกิจการมีความต้องการความช่วยเหลือด้านการดำเนินงานและบุคลากร เพราะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ดำเนินงานภายในครอบครัวหรือเครือญาติ ทำให้ขาดประสบการณ์ในการส่งออก

ปัจจัยที่กิจการต้องคำนึงถึงคือการบริหารงานภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดนโยบาย การกำหนดบทบาทและหน้าที่งานในแต่ละส่วน โดยคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้และทักษะในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### - ปัจจัยด้านความรู้พื้นฐานในการทำธุรกิจส่งออก

จากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่าแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญ ( $p\text{-value} < 0.05$ ) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดต่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการภาคต้องได้รับทราบถึงความเคลื่อนไหวต่างๆ ในตลาดต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นทิศทางการความต้องการของตลาดในประเทศ สถานการณ์ทางการค้า สภาวะเศรษฐกิจ กระแสความนิยมในต่างประเทศ รวมถึงข้อบังคับทางการค้าและมาตรการทางการค้าด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการส่งสินค้าไปจำหน่ายในต่างประเทศ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ แล้วจะเห็นได้ว่าเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย การมีทักษะของแรงงานเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ที่จะ เป็น พื้นฐาน ไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ขนาดกลางและขนาดย่อมไปสู่การส่งออกดังแสดงผลในตารางที่ 1

## สรุป

การวิจัยนี้เป็นการมุ่งเน้นเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไปสู่อุตสาหกรรมส่งออก เพื่อให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมผลิตเฟอร์นิเจอร์รับรู้และสามารถพัฒนาให้ก้าวไปสู่การส่งออกได้ ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่าการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาพัฒนากระบวนการผลิตมีความสำคัญมากเป็นอันดับแรก และมีปัจจัยที่สำคัญลำดับรองลงมาได้แก่ การพัฒนาทักษะของแรงงาน คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และการวิจัยตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผู้ประกอบการมีตลาดส่งออกหลักอยู่ในทวีปยุโรป ซึ่งตรงกับข้อมูลจากกรมส่งเสริมการส่งออกได้ระบุว่า ตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์ในสหราชอาณาจักรเป็นตลาดขนาดใหญ่มีความหลากหลาย เนื่องจากมีสินค้าทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้าครอบคลุมตั้งแต่สินค้าคุณภาพสูง รูปแบบคลาสสิก ราคาปานกลางจนถึงราคาค่อนข้างต่ำ ผู้บริโภคนิยมตกแต่งบ้านมากขึ้น ส่วนใหญ่เป็นการซื้อเพื่อทดแทนของเดิมและยังนิยมเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์บ่อยครั้งขึ้น นิยมเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์อเนกประสงค์ที่มีการออกแบบที่ทันสมัย และราคาไม่สูงนัก เนื่องจากปัจจุบันที่อยู่อาศัยมีขนาดเล็กลง การจัดสรรพื้นที่ในบ้านจึงเปลี่ยนไป เช่น โซฟา รับแขกที่สามารถพับเก็บได้ หรือยึดเข้า-ออกได้ เฟอร์นิเจอร์แบบประกอบเอง ผู้เก็บของที่ติดกับผนังเฟอร์นิเจอร์สำหรับห้องนอนมีแนวโน้มทางการตลาดดีกว่าเฟอร์นิเจอร์ สำหรับห้องรับแขกและห้องนั่งเล่น เฟอร์นิเจอร์ที่ทำด้วยหนังยังคงครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงและเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะแบบประกอบเอง ปัจจุบันผู้ค้าปลีกในสหราชอาณาจักร นิยมสั่งซื้อ/นำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์จากผู้ผลิตจากต่างประเทศ โดยเฉพาะเอเชีย เนื่องจากต้นทุนต่ำกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศแต่เฟอร์นิเจอร์ขนาดใหญ่ส่วนใหญ่ ยังคงมีการผลิตจากโรงงานในสหราชอาณาจักร อย่างไรก็ตามแม้สหราชอาณาจักรจะเป็นตลาดเฟอร์นิเจอร์ที่ใหญ่ มีการแข่งขันสูง ทั้งสินค้าที่ผลิตในประเทศ และสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศ แต่ก็ยังเป็นตลาดที่ไม่มีข้อจำกัดทางการนำเข้าและไม่มีภาษีเกือบทุกประเภท ยกเว้นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุนอกเหนือจากไม้ โลหะ และพลาสติก เช่น หวาย ไม้ไผ่ ที่ต้องเสียภาษีนำเข้าในอัตราที่ต่ำ ดังนั้นสินค้าเฟอร์นิเจอร์จึงยังมีู่ทางขยายตลาดได้อีกมาก โดยให้ความสนใจกับการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคาและการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ กลุ่มลูกค้าที่มีรสนิยมและกำลังซื้อสูง อีกทั้งภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทให้มากยิ่งขึ้น คือการให้การสนับสนุนในด้านของเงินลงทุน เครื่องจักรที่ทันสมัยให้แก่สถานประกอบการ รวมถึงส่งเสริมให้

มีการพัฒนาด้านการเรียนรู้ด้านระบบบริหารการเงิน การบัญชี การถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง และจริงจัง รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการสร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง จากการศึกษาข้อมูลในด้านต่างๆ ผู้ศึกษาเล็งเห็นถึงปัญหาทางการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม่ รวมทั้งการพัฒนา รูปแบบของวัสดุใหม่ๆที่จะสามารถสร้างเอกลักษณ์ และความแตกต่างในตลาดผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ซึ่งน่าจะเป็นประเด็นที่น่าศึกษาต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. 2551. รายงานมูลค่าการส่งออกสินค้าสำคัญของไทยเรียงตามมูลค่า ปี 2547 -2551 (มกราคม มิถุนายน)
- มัชฌิมา สอนอินทร์. 2548. ความต้องการความรู้เรื่องการประกอบธุรกิจและวิธีการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดขอนแก่น ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร สุรนาท ชมะณะรงค์ กิมาพร ชมะณะรงค์ และวีระสิทธิ์ อุ่มถวิล. 2551. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งต่อการผลิตของอุตสาหกรรมขนบพิทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา). 8(1) : 108-116.
- อรฤติ ศรีธราพิพัฒน์. 2550. การบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุคสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. 27(2) : 228-232.
- ดิเรก กาญจนรุจิและสมเกียรติ จงประสิทธิ์พร. 2545. การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตของผลิตภัณฑ์จากไม้ยางพารา. กรุงเทพฯ: ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.



- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย.  
2848. รายงานประจำปี 2547. กรุงเทพฯ :  
ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่ง  
ประเทศไทย.
- ฝ่ายวิจัยธนาคารนครหลวงไทย. 2551. รายงานเศรษฐกิจ  
ปี 2550. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัยธนาคาร  
นครหลวงไทย.
- วันชัย แหลมหลักสกุล. 2546. รายงานการวิจัยการ  
วินิจฉัยอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน.  
กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
พระนครเหนือ.
- สมชาย สกุดสุวรรณ์. 2545. ยุทธศาสตร์การบูรณา  
การเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ  
ขนาดย่อมของภาครัฐและภาคเอกชน ในช่วง  
2545-2550. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกัน  
ราชอาณาจักร.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.  
2551. ความสำคัญ โครงสร้าง และ  
สถานการณ์ที่ส่งผลต่อ วิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อมไทย. ค้นข้อมูลวันที่ 5  
พฤษภาคม 2551, จาก[http://cms.sme.go.th/  
cms/ c/portal/layout?p\\_1\\_id=22.270](http://cms.sme.go.th/cms/c/portal/layout?p_1_id=22.270)
- สุรนาท ขมะณะรงค์. 2543. Effective Administration  
of SMEs promotion on Regional Development.  
*มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์* 18 (1) : 1-18.
- สุรนาท ขมะณะรงค์. 2551. การบริหารการกระจาย  
สินค้าอุตสาหกรรมไทยในยุโรป.*มนุษยศาสตร์  
สังคมศาสตร์* 25 (1) : 112-129.
- สุรนาท ขมะณะรงค์. 2548. การบริหารการพัฒนา  
อุตสาหกรรมชนบท. ขอนแก่น: โรงพิมพ์  
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อริสรา เกษกระโทก. 2549. ผลกระทบของกลยุทธ์การ  
พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อศักยภาพ  
ในการแข่งขันและผลประกอบการของธุรกิจ  
ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย  
มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- Maxime. D ,Marcotte, M. & Arcand, Y. 2006  
Development of eco-efficiency indicators  
for the Canadian food and beverage industry.  
*Journal of Cleaner Production*, 14(6-7) :  
636-648.
- Ahmed, Z. Osman Mohamed, James P. Johnson,  
and Leong Yee Meng. 2002. Export  
Promotion Programs of Malaysian Firms:  
An International Marketing Perspective.  
*Journal of Business Research*, 55(10):  
831-843.

ตารางที่ 1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(r) ระหว่างตัวแปรอิสระกับความสามารถในการส่งออก

ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาไปสู่การส่งออก	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับนัยสำคัญ
เทคโนโลยีที่ทันสมัย	0.207	0.001
ทักษะของแรงงาน	0.179	0.001
คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	0.152	0.001
การวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์	0.125	0.05
ระบบการขนส่งที่ดี	0.123	0.05
การจัดทำระบบบัญชี	0.121	0.05
การบริหารงานภายในที่มีประสิทธิภาพ	0.119	0.05
แหล่งให้ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดต่างประเทศ	0.115	0.05