



The Effects of Export Involvement, Perceived Gaps of Export Promotion Programs, and Strategy on Firm Performance

This enclosed questionnaire is part of dissertation study about effects of export involvement, perceived gaps of export promotion programs, and strategy on firm performance. The research is conducted by Mrs. Pensri Jaroenwanit , a Phd. Candidate at Thammasat Business School, Thammasat University. The results will be used in analyzing to identify the appropriateness of governmental export assistance policies for firms which involve in exporting to enhance capabilities of Thai exporters in international markets. The questionnaire is composed of three sections, which are:

1. Export Trade
2. Export Performance
3. Firm and Personal Profiles

ALL INFORMATION WILL BE TREATED BY US AS STRICTLY CONFIDENTIAL. ALL DATA WILL BE AGGREGATED PRIOR TO ANALYSIS FOR EDUCATION PURPOSE ONLY.

Please return the completed questionnaire via mail by using enclosed stamped envelope. If you have questions, please do not hesitate to contact the researcher.

Pensri Jaroenwanit

Researcher and Phd. Candidate,

Doctoral Program in Marketing

Thammasat Business School, Thammasat University

3rd Floor, Thammasat Foundation Building

461/5 Sri-Ayuthaya Road, Ratchathewe, Phayathai, Bangkok 10400

Tel: 0 2354 1446, Fax: 0 23541447, E-mail address: penjar@kku.ac.th

SECTION 1 EXPORT TRADE

1. **Direction:** For each of the 18 listed activities in the next page, select a number from 0 to 10 that indicates your opinion about the activity. The meaning of the numbers are identified as below.

Not at all											Extremely
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

1) Please consider the importance of the 18 activities for your firm's export operations. Then put any number from 0 to 10 in the column of "**IMPORTANCE OF ACTIVITY**". The number you put will indicate the level of importance of each activity that reflects your export operations.

2) Please put any number from 0 to 10 in the column of "**SATISFACTION WITH EPPs FOR EACH ACTIVITY**" indicating the degree of satisfaction that you are satisfied with Export Promotion Programs (EPPs) of Thailand offered by any governmental organization such as the Department of Export Promotion, the Department of Custom, EXIM bank, and Thai Industrial Standard Institute, etc. in relation to each activity.

Example:

Suppose, you think that Activity No.1 "Gathering information about export markets" is highly important for your firm's export operation, and you rate 8 for its importance. Then, you put number 8 in the column of "**IMPORTANCE OF ACTIVITY**".

If you think you are highly satisfied with Export Promotion Programs offered by the Department of Export Promotion of Thailand regarding "Gathering information about export markets" because it is benefit to your export trade, and you rate 9 for it. Then, you put number 9 in the column of "**SATISFACTION WITH EPPs FOR EACH ACTIVITY**".

Then your answer will be as follows:

ACTIVITY	IMPORTANCE OF ACTIVITY	SATISFACTION WITH EPPs FOR EACH ACTIVITY
1. Gathering information about export markets	8	9

ACTIVITY	IMPORTANCE OF ACTIVITY	SATISFACTION WITH EPPs FOR EACH ACTIVITY
1. Gathering information about export markets		
2. Obtaining information about export distributors		
3. Finding capital to finance exports		
4. Providing national export promotional programs		
5. Preparing export documentation		
6. Dealing with red tape of Thailand public institutions		
7. Developing qualified personnel in exporting		
8. Finding “experts” in export consulting		
9. Developing product to meet importer’s quality standards		
10. Developing product design and style for export markets		
11. Developing export packaging		
12. Setting competitive prices in export markets		
13. Identifying capable overseas distributors		
14. Payment from overseas distributors		
15. Transporting the product(s) exported		
16. Promoting in export markets		
17. Communicating with overseas customers		
18. Protecting against currency exchange rate fluctuations		
19. Other (please specify).....		

2. We would like to know your opinion regarding different aspects of export trade. Alternative answer has been arranged from 1 to 10 to indicate how much you agree or disagree with each of statements below. Please circle a number from 1 to 10, which reflects your judgment for your firm.

STATEMENTS	Strongly disagree										Strongly agree									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. My firm has clearly identified the export customers to be served	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. My firm has developed strategies for competing in export markets	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. My firm has established distinct goals and objectives for export operations	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. My firm has developed adequate capabilities to collect necessary information about export markets	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. My firm has provided sufficient budget to exploit export markets	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. My firm has clearly identified export countries to be entered	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. My firm has developed strategies to expand export markets over the years	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. My firm has developed products to meet export customers' wants over the years	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. My firm has had strategies to expand the number of exportable products over the years	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. My firm has developed brand building strategies for export markets	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. My firm has developed pricing strategies for competing in export markets	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. My firm has strategies to develop channel distribution in export markets	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. My firm has adequate promotion support to the distributors/subsidiaries	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. My firm has provided training given to the firm's sales force and distributors /subsidiaries	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. My firm has capabilities in adaptation of promotional strategy for export market venture	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

SECTION 2 EXPORT PERFORMANCE

3. Direction:

- 1) Please consider your export business and, from 8 listed long-term objectives in the first column of the table in the next page, select a number from 0 to 10 that indicates the importance of each objective. Then put this number in the column of “**IMPORTANCE**”. The meaning of the numbers will identify as below.

Not at all Important											Extremely Important
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

- 2) In the column of “**ACHIEVEMENT OF OBJECTIVES**”, please indicate the extent to which your objectives have been achieved during the past three year. If you think that specific objective has not at all achieved, circle 0. If you think that objective has completely achieved, circle 10. If you think that specific objective reaches only a certain level of achievement, circle one of the numbers from 1 to 10, which reflects your judgment for your firm.

Example:

Suppose, you think that “Increase export sales revenues” is extremely important for your firm’s export business. You rate 9 for its importance. Then, you put this number in the column of “**IMPORTANCE**”.

If you think that an objective of “Increase export sales revenues” has been quite completely achieved in the last three-years, and you rate 8. Then, you circle number 8 in the column of “**ACHIEVEMENT OF OBJECTIVES**”.

Then your answer will be as follows:

OBJECTIVES FOR THE EXPORT BUSINESS	IMPORTANCE	ACHIEVEMENT OF OBJECTIVES									
		Objective has been not at all achieved					Objective has been completely achieved				
1. Increase export sales revenues	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

OBJECTIVES FOR THE EXPORT BUSINESS	IMPORTANCE	ACHIEVEMENT OF OBJECTIVES										
		Objective has been not at all achieved					Objective has been completely achieved					
1. Increase export sales revenues	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Increase export profits	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Gain a foothold in the export markets	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Increase firm's ability to compete	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Improve international marketing skills	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Build brand awareness and image	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Improve product development skills	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Increase distribution competence	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Increase production capacity for exporting	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Other (pleas specify)..	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

4. **Direction:** Please consider your export business and evaluate the extent of your satisfaction with the trend of performances for each of the following matters of the last three years. Please circle a number corresponding with your satisfaction.

Items	Not at all satisfied											Very satisfied
1. Trend of export sales volume of the last three years	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2. Trend of export sales revenue of the last three years	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3. Trend of ratio of export sales to total sales of the last three years	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4. Trend of export profit of the last three years	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5. Export sales growth of the last three years	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

SECTION 3 FIRM and PERSONAL PROFILES

SECTION 3.1 Direction: The following questions cover basic description information about your firm.

5. What is the principal business of your firm?
 - () 1. Manufacturing
 - () 2. Other (please specify).....

6. What is the principal industry of your firm?
 - () 1. Automotive, Auto parts, and Accessories
 - () 2. Chemical/Machinery/Plastic Products
 - () 3. Electronic and Electrical Appliances
 - () 4. Food Products and Beverages
 - () 5. Furniture/Building Materials/Hardware Items
 - () 6. Household Products
 - () 7. Gift, Decorative Items and Handicrafts
 - () 8. Gems and Jewelry
 - () 9. Leather, PVC, and Footwear
 - () 10. Traveling and Sporting Goods
 - () 11. Textiles, Garments and Fashion Accessories
 - () 12. Medical Supplies, Health and Beauty Products, Cosmetics
 - () 13. Trading Companies
 - () 14. Other (please specify) _____

7. Please indicate the region to which your firm export your product(s). (More than one choice can be chosen)
 - () 1. ASEAN: Brunei, Cambodia, Indonesia, Lao, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore and Vietnam.
 - () 2. NICS: Korea, Taiwan, and Hong Kong.
 - () 3. Other Less Developed Countries: Countries in Asia (except item 1, 2 and Japan), countries in Africa, Central, and South America, and Eastern Europe.
 - () 4. Developed Countries: USA, Canada, EU, Australia, New Zealand and Japan.

8. Number of export countries.....countries
9. Approximately the growth rate of total sales%
10. Approximately the growth rate of export sales%
11. Approximately how long has your firm been in business?.....years
12. Approximately how long has your firm been exporting?.....years

13. Please indicate the degree of export involvement of your firm by marking **X** on the line below.

 1
 Very inexperienced exporter
 10
 Very experienced exporter

14. Approximately how many full time employees in your firm last year?.....employees
 15. Total assets of your firm of the last yearmillion Baht
 16. Export sales of the last yearmillion Baht
 17. Total sales of the last year..... million Baht
 18. Approximately percentage of export sales to total sales of your firm of the last year.....%
 19. Export profit rate/return on sales of the last year.....%
 20. Export channels used of your firm (More than one choice can be chosen)
 1. My firm exports directly to final users/consumers of the products in overseas
 2. My firm exports directly to its wholly owned subsidiary or partly owned in overseas
 3. My firm exports directly to a distributor or an agent in overseas
 4. My firm exports directly to retailer in overseas
 5. My firm sells to an exporter or a broker in Thailand who, in turn, exports the firm's product to overseas
 6. My firm exports directly to contractor/owner of the products in overseas
 7. Other (please specify).....

SECTION 3.2 Direction: The following questions cover basic description information about yourself.

21. Your name and family name.....
 22. Name of your firm.....
 23. Tel.....Fax.....Email.....

24. How many years have you been involved in export activity?years
 25. How many years have you involved with this firm?years
 26. Please indicate your position in the firm
 1. Managing Director
 2. Chief Executive Officer
 3. General Manager
 4. Director
 5. Manager
 6. Commercial Officer
 7. Other (please specify).....

- 27. To which age group do you belong?
 - () 1. Less than 30 years
 - () 2. 30 to 40 years
 - () 3. 41 to 50 years
 - () 4. 51 to 60 years
 - () 5. More than 60 years
- 28. Your highest education
 - () 1. Lower than secondary
 - () 2. Secondary/Vocational
 - () 3. Bachelor
 - () 4. Master
 - () 5. Doctoral
- 29. How many years did you study in overseas (if any)?.....years
- 30. How many business trips to overseas did you have in the last two years?.....trips
- 31. Other comments

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**Thank you very much for your contribution to this study.
Please return this questionnaire by using the enclosed stamped envelope.**





แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง “ผลกระทบจากระดับความเกี่ยวข้องในการส่งออก ความพึงพอใจเกี่ยวกับ โปรแกรมการส่งเสริมการส่งออก และกลยุทธ์การส่งออก ต่อผลการประกอบการส่งออก”

แบบสอบถามนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยดุษฎีนิพนธ์ เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ส่งออก ต่อกลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐของประเทศไทย ซึ่งดำเนินการโดยรองศาสตราจารย์เพ็ญศรี เจริญวานิช นักศึกษาปริญญาเอก สาขาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (และเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น) ผลจากการศึกษานี้จะนำมาวิเคราะห์แนวทางการกำหนดนโยบายส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐที่เหมาะสมต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออก และศักยภาพในการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

1. การดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการส่งออก
2. ผลการประกอบการด้านการส่งออก
3. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท และข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำตอบของท่านจะถูกรวบรวม และนำไปวิเคราะห์เพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ชื่อกิจการ และชื่อของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และจะไม่ถูกตีพิมพ์เผยแพร่เป็นอันขาด

เมื่อท่านตอบแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว กรุณาส่งคืนแบบสอบถาม ภายในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2550 โดยบรรจุใส่ซองติดแสตมป์ที่แนบมาพร้อมนี้ หากท่านมีข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่อสอบถามได้โดยตรงที่ผู้วิจัย ตามรายละเอียดข้างล่าง

รองศาสตราจารย์เพ็ญศรี เจริญวานิช

โครงการปริญญาเอกทางการตลาด

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชั้น 3 อาคารมูลนิธิเพื่อโรงพยาบาลธรรมศาสตร์

461/5 ถนนศรีอยุธยา ราชเทวี พญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : 0 2354 1446, โทรสาร : 0 2354 1451

หรือ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

123 ถนนมิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40002

โทรศัพท์ : 0 43202 401, โทรสาร : 0 43202 402

โทรศัพท์มือถือ : 081 974 3732 อีเมลล์ : penjar@kku.ac.th

ส่วนที่ 1 การดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการส่งออก

1. **คำแนะนำ:** จากตารางหน้า 2 กรุณาพิจารณากิจกรรมทั้ง 18 กิจกรรม แล้วแสดงความคิดเห็นของท่านโดยเลือกหมายเลขระหว่าง 0 ถึง 10 เพียงหมายเลขเดียวที่แสดงถึงระดับความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแต่ละกิจกรรม โดยความหมายของหมายเลขต่างๆ เป็นดังนี้

ไม่สำคัญเลย/ ไม่พึงพอใจเลย											สำคัญมากที่สุด/ พึงพอใจมากที่สุด
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

1) จากกิจกรรมในตารางหน้า 2 กรุณาแสดงความคิดเห็นว่า แต่ละกิจกรรมนั้นมีระดับความสำคัญต่อการดำเนินการส่งออกของบริษัทของท่านมากน้อยเพียงใด โดยเลือกหมายเลขระหว่าง 0 ถึง 10 และเขียนลงในคอลัมน์ **“ระดับความสำคัญของกิจกรรม”** เพื่อระบุระดับความสำคัญ ตามความคิดเห็นของท่าน

2) ในแต่ละกิจกรรม กรุณาระบุระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมการส่งเสริมการส่งออกที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าวซึ่งดำเนินการโดยหน่วยงานภาครัฐ อันได้แก่ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (EXIM Bank) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นต้น โดยเลือกหมายเลขระหว่าง 0 ถึง 10 และเขียนลงในคอลัมน์ **“ระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมการส่งออกที่ภาครัฐดำเนินการในแต่ละกิจกรรม”** เพื่อระบุระดับความพึงพอใจ ตามความคิดเห็นของท่าน

ตัวอย่าง :

สมมติว่า ท่านกำลังพิจารณากิจกรรมที่ 1 “การรวบรวมสารสนเทศเกี่ยวกับตลาดส่งออก” แล้วท่านเห็นว่ากิจกรรมดังกล่าวมีความสำคัญค่อนข้างมากในการดำเนินการส่งออกของบริษัทของท่าน ท่านจึงเลือกหมายเลข 8 และเขียนลงในคอลัมน์ **“ระดับความสำคัญของกิจกรรม”**

และ เมื่อพิจารณาระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมการส่งออกที่ภาครัฐดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรม “การรวบรวมสารสนเทศเกี่ยวกับตลาดส่งออก” ท่านมีความพึงพอใจมาก เพราะเห็นว่า มีประโยชน์ต่อการดำเนินการส่งออกของบริษัทของท่าน ดังนั้นท่านจึงเลือกหมายเลข 9 และเขียนลงในคอลัมน์ **“ระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมการส่งออกที่ภาครัฐดำเนินการในแต่ละกิจกรรม”**

คำตอบของท่านจึงเป็นดังนี้

กิจกรรม	ระดับ ความสำคัญ ของกิจกรรม	ระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรมการ ส่งเสริมการส่งออกที่ภาครัฐ ดำเนินการในแต่ละกิจกรรม
1. การรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับตลาดส่งออก	8	9

กิจกรรม	ระดับ ความสำคัญ ของกิจกรรม	ระดับความพึงพอใจต่อโปรแกรม การส่งเสริมการส่งออกที่ภาครัฐ ดำเนินการในแต่ละกิจกรรม
1. การรวบรวมข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับตลาดส่งออก		
2. การได้รับข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับผู้ทำการตลาดสินค้าส่งออก		
3. การจัดหาเงินทุนสำหรับดำเนินการเพื่อการส่งออก		
4. การจัดโปรแกรมการส่งเสริมการส่งออกในระดับประเทศ		
5. การจัดเตรียมเอกสารสำหรับการส่งออก		
6. การจัดการปัญหาความยุ่งยากและล่าช้า (red tape) ในการติดต่อกับ หน่วยงานภาครัฐ		
7. การพัฒนาบุคลากรให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมในงานด้านการส่งออก		
8. การแสวงหาผู้เชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการส่งออก		
9. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพมาตรฐานตามความต้องการของ ผู้นำเข้า		
10. การพัฒนารูปแบบและสไตล์ของผลิตภัณฑ์สำหรับตลาดส่งออก		
11. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับการส่งออก		
12. การกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้ ในตลาดส่งออก		
13. การจัดหาผู้จัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศที่มีความสามารถ		
14. การชำระเงินของผู้จัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ		
15. การขนส่งผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก		
16. การส่งเสริมการตลาดในตลาดต่างประเทศ (การโฆษณา การส่งเสริม การขาย การตลาดทางตรง การจัดโรดโชว์ การจัดเหตุการณ์พิเศษ และการจัดนิทรรศการ ฯลฯ เป็นต้น)		
17. การสื่อสารข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์กับลูกค้าในตลาด ต่างประเทศ		
18. การป้องกันดูแลปัญหาที่เกิดจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน		
19. อื่นๆ (โปรดระบุ).....		

2. ในการดำเนินธุรกิจส่งออกของบริษัทของท่าน กรุณาระบุถึงความเห็นของท่านต่อข้อความแต่ละข้อความต่อไปนี้ โดยให้ท่าน วงกลมล้อมรอบตัวเลขระหว่าง 1 ถึง 10 ตามความเห็นที่ท่านพิจารณาว่าสอดคล้องกับความเป็นจริงของบริษัทของท่าน

ข้อความ	ไม่เห็นด้วย										เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1. บริษัทของฉันมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเพื่อการส่งออกอย่างชัดเจน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2. บริษัทของฉันมีการพัฒนากลยุทธ์เพื่อแข่งขันในตลาดส่งออก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3. บริษัทของฉันมีการมีการตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการดำเนินการส่งออก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4. บริษัทของฉันมีการพัฒนาขีดความสามารถให้พร้อมเพื่อรวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นสำหรับการส่งออก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5. บริษัทของฉันมีการจัดเตรียมงบประมาณที่เพียงพอสำหรับการพัฒนาธุรกิจในตลาดส่งออก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
6. บริษัทของฉันมีการกำหนดประเทศเป้าหมายที่จะดำเนินการส่งออกอย่างชัดเจน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
7. บริษัทของฉันมีการพัฒนากลยุทธ์เพื่อขยายตลาดส่งออก ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8. บริษัทของฉันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าในตลาดส่งออก ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
9. บริษัทของฉันมีกลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
10. บริษัทของฉันมีกลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้าสำหรับตลาดส่งออก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
11. บริษัทของฉันมีกลยุทธ์ด้านราคาเพื่อการแข่งขันในตลาดส่งออก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
12. บริษัทของฉันมีกลยุทธ์เพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดส่งออก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
13. บริษัทของฉันมีการส่งเสริมการตลาดอย่างเพียงพอเพื่อสนับสนุนผู้จัดจำหน่าย/ผู้แทนจำหน่าย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
14. บริษัทของฉันมีการจัดฝึกอบรมให้แก่ทีมงานขายของบริษัทเองและผู้จัดจำหน่าย/ผู้แทนจำหน่าย	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
15. บริษัทของฉันมีความสามารถในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสมกับความเสี่ยงในตลาดส่งออก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

ส่วนที่ 2 ผลการประกอบการด้านการส่งออก

3. คำแนะนำ:

1) กรุณาพิจารณาวัตถุประสงค์ระยะยาวในการดำเนินธุรกิจการส่งออกของบริษัทของท่าน และจากวัตถุประสงค์ 9 ข้อในตารางหน้า 5 โปรดเลือกหมายเลข ระหว่าง 0 ถึง 10 เพียงหมายเลขเดียวที่แสดงถึงระดับความสำคัญของแต่ละวัตถุประสงค์ และเขียนลงในคอลัมน์ “ระดับความสำคัญ” โดยความหมายของหมายเลขต่างๆ เป็นดังนี้

ไม่สำคัญเลย											สำคัญมากที่สุด
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

2) และในการดำเนินธุรกิจการส่งออกนี้ กรุณาระบุว่าบริษัทของท่าน ได้บรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อมากน้อยเพียงใดในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยการวงกลมล้อมรอบตัวเลข ในคอลัมน์ “การบรรลุวัตถุประสงค์ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา” ถ้าหากไม่บรรลุวัตถุประสงค์เลย ให้ท่านวงกลมล้อมรอบเลข 0 แต่หากบรรลุวัตถุประสงค์อย่างสมบูรณ์ ให้ท่านวงกลมล้อมรอบเลข 10 และหากบรรลุวัตถุประสงค์ในระดับหนึ่งให้ท่านวงกลมล้อมรอบเลขหนึ่งตัว ระหว่าง 0 ถึง 10

ตัวอย่าง :

สมมติว่า ท่านกำลังพิจารณาวัตถุประสงค์ที่ 1 “การเพิ่มยอดขายจากการส่งออก” แล้วท่านเห็นว่าวัตถุประสงค์ดังกล่าวมีความสำคัญมากที่สุดในการดำเนินการส่งออกของบริษัทของท่าน ท่านจึงเลือกหมายเลข 10 และเขียนลงในคอลัมน์ “ระดับความสำคัญ”

และ เมื่อพิจารณาการบรรลุวัตถุประสงค์สำหรับ “การเพิ่มยอดขายจากการส่งออก” ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา บริษัทของท่านสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้แต่ยังไม่สมบูรณ์นัก ท่านจึงวงกลมล้อมรอบเลข 8 ในคอลัมน์ “การบรรลุวัตถุประสงค์ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา”

คำตอบของท่านจึงเป็นดังนี้ :

วัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจการส่งออก	ระดับความสำคัญ	การบรรลุวัตถุประสงค์ในช่วงเวลา 3 ปีที่ผ่านมา										
		ไม่บรรลุ วัตถุประสงค์ เลย										บรรลุ วัตถุประสงค์ อย่าง สมบูรณ์
1. การเพิ่มยอดขายจากการส่งออก	10	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

วัตถุประสงค์ในการ ดำเนินธุรกิจการส่งออก	ระดับ ความสำคัญ	การบรรลุวัตถุประสงค์ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา											
		ไม่บรรลุ วัตถุประสงค์ เลย										บรรลุ วัตถุประสงค์ อย่าง สมบูรณ์	
1. การเพิ่มยอดขายจากการส่งออก		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2. การเพิ่มกำไรจากการส่งออก		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3. การสร้างฐานที่มั่นคงทางการตลาดใน ตลาดส่งออก		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4. การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5. การปรับปรุงทักษะความชำนาญด้าน การตลาดต่างประเทศ		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
6. การสร้างความรู้จัก (awareness) และ ภาพพจน์อันดี (image) ต่อตราสินค้า		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
7. การปรับปรุงทักษะความชำนาญในการ พัฒนาสินค้า		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8. การเพิ่มขีดความสามารถในการจัด จำหน่ายสินค้า		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
9. การเพิ่มกำลังการผลิตเพื่อการส่งออก		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

4. คำแนะนำ: กรุณาประเมินระดับความพึงพอใจ ต่อแนวโน้มผลการประกอบการของการดำเนินธุรกิจการส่งออกของบริษัท
ของท่าน ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา โดยวงกลมล้อมรอบตัวเลขระหว่าง 1 ถึง 10 ตามความเห็นที่ท่านพิจารณาว่า
สอดคล้องกับความเป็นจริงของบริษัทของท่าน

ผลการประกอบการที่พิจารณา	ไม่ พึงพอใจเลย										พึงพอใจ อย่างมาก	
1. แนวโน้มของปริมาณการส่งออก ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
2. แนวโน้มของยอดขายจากการส่งออก ในช่วง เวลา 3 ปีที่ผ่านมา	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
3. แนวโน้มของสัดส่วนยอดขายจากการส่งออก ต่อยอดขายรวมของบริษัทในระยะเวลา 3 ปีที่ ผ่านมา	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
4. แนวโน้มของกำไรจากการส่งออกในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
5. แนวโน้มของอัตรากำไรสุทธิของยอดขาย จากการส่งออก ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท และข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3.1 คำแนะนำ กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของบริษัทของท่าน

5. บริษัทของท่าน ดำเนินธุรกิจหลัก ประเภทใด
 - () 1. ผลิตสินค้า (Manufacturing) () 2. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. บริษัทของท่านดำเนินธุรกิจหลัก อยู่ในอุตสาหกรรมประเภทใด (ตอบเพียงข้อเดียว)
 - () 1. ยานยนต์ ชิ้นส่วน อะไหล่ และ ประดับยนต์
 - () 2. เคมีภัณฑ์ เครื่องจักร และผลิตภัณฑ์พลาสติก
 - () 3. อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และ เครื่องใช้ไฟฟ้า
 - () 4. อาหารและเครื่องดื่ม
 - () 5. เฟอร์นิเจอร์ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือก่อสร้าง
 - () 6. ของใช้ในครัวเรือน
 - () 7. ของขวัญ ของตกแต่ง และสินค้าหัตถกรรม
 - () 8. อัญมณี เพชรพลอย และทองรูปพรรณ
 - () 9. เครื่องหนัง พิววีชี และรองเท้า/ถุงเท้า
 - () 10. สินค้าสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวและการกีฬา
 - () 11. สิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และ เครื่องประดับตามสมัยนิยม (Fashion Accessories)
 - () 12. วัสดุอุปกรณ์การแพทย์ เวชภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม และเครื่องสำอาง
 - () 13. การซื้อ-ขาย (Trading Company)
 - () 14. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
7. กรุณาระบุกลุ่มประเทศที่บริษัทท่านส่งออกผลิตภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - () 1. กลุ่ม อาเซียน ได้แก่ กัมพูชา บรูไน พม่า ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และ อินโดนีเซีย
 - () 2. กลุ่ม NICs ได้แก่ เกาหลี ไต้หวัน และ ฮองกง
 - () 3. กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ ได้แก่ ประเทศในเอเชีย (ยกเว้น ประเทศในกลุ่มที่ 1, 2 และ ญี่ปุ่น) ประเทศใน
แอฟริกา อเมริกากลาง อเมริกาใต้ และ ประเทศในยุโรปตะวันออก
 - () 4. กลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ได้แก่ สหรัฐอเมริกา คานาดา ประเทศในกลุ่ม EU ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และ ญี่ปุ่น
8. กรุณาระบุจำนวนประเทศทั้งหมดที่เป็นตลาดส่งออกของบริษัทของท่านในปัจจุบัน จำนวนรวม.....ประเทศ
9. บริษัทของท่านมีการเติบโตของยอดขายรวมต่อปี ประมาณ.....%
10. บริษัทของท่านมีการเติบโตของยอดขายจากการส่งออกต่อปี ประมาณ.....%
11. ระยะเวลาที่บริษัทดำเนินธุรกิจ ประมาณ.....ปี (นับตั้งแต่เริ่มกิจการ)
12. ระยะเวลาที่บริษัทของท่านทำการส่งออก ประมาณ.....ปี (นับตั้งแต่เริ่มการส่งออก)

13. กรุณาระบุระดับความเชี่ยวชาญในการส่งออกของบริษัทของท่าน ตามความเป็นจริง โดยการทำเครื่องหมาย X ลงบนเส้นข้างล่างนี้

1	10
เป็นผู้ส่งออก ที่ไม่มี ประสบการณ์เลย	เป็นผู้ส่งออก ที่มีประสบการณ์ สูงมาก

14. จำนวนพนักงานประจำในบริษัทของท่าน ณ สิ้นปี พ.ศ. 2549 มีประมาณ.....คน
15. สินทรัพย์รวมของบริษัท ณ สิ้นปี พ.ศ. 2549 ประมาณ.....ล้านบาท
16. รายได้รวมจากการส่งออกของบริษัทเมื่อปีที่แล้ว (ม.ค. – ธ.ค. 2549) ประมาณล้านบาท
17. ยอดขายรวมของบริษัทเมื่อปีที่แล้ว (ม.ค. – ธ.ค. 2549) ประมาณล้านบาท
18. สัดส่วนของรายได้จากการส่งออกต่อยอดขายรวมของบริษัท (ม.ค. – ธ.ค. 2549) ประมาณ%
19. อัตรากำไรจากรายได้จากการส่งออกของบริษัทเมื่อปีที่แล้ว (ม.ค. – ธ.ค. 2549) ประมาณ%
20. ช่องทางการส่งออกที่บริษัทของท่านใช้ในปัจจุบัน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. บริษัทของฉันทส่งออกโดยตรงไปยังผู้ใช้/ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์คนสุดท้ายในตลาดต่างประเทศ
- () 2. บริษัทของฉันทส่งออกโดยตรงไปยังสำนักงานสาขาที่เป็นเจ้าของเองหรือมีส่วนเป็นเจ้าของในตลาดต่างประเทศ
- () 3. บริษัทของฉันทส่งออกโดยตรงไปยังผู้จำหน่ายสินค้าในตลาดต่างประเทศ
- () 4. บริษัทของฉันทส่งออกโดยตรงไปยังผู้ค้าปลีกในตลาดต่างประเทศ
- () 5. บริษัทของฉันทจำหน่ายสินค้าให้กับบริษัทผู้ส่งออกในประเทศไทย แล้วบริษัทนั้นจึงทำการส่งออกสินค้าต่อไป
- () 6. บริษัทของฉันทจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ว่าจ้าง/เจ้าของผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างประเทศ
- () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 3.2 คำแนะนำ กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

21. ชื่อและนามสกุลของท่าน (นาย/นาง/นางสาว).....
22. ชื่อบริษัทของท่าน.....
23. โทรศัพท์..... โทรสาร..... อีเมลล์.....
24. ระยะเวลาของประสบการณ์ที่ท่านได้เกี่ยวข้องกับการส่งออก ประมาณปี
25. ระยะเวลาที่ทำงานกับบริษัทนี้ปี
26. ตำแหน่งของท่านในบริษัท
- () 1. กรรมการผู้จัดการ (Managing Director)
- () 2. กรรมการบริหารใหญ่ (Chief Executive Officer)
- () 3. ผู้จัดการทั่วไป (General Manager)
- () 4. ผู้อำนวยการ
- () 5. ผู้จัดการฝ่าย
- () 6. เจ้าหน้าที่การค้า
- () 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

27. อายุของท่าน

- () 1. น้อยกว่า 30 ปี
 () 2. 30 - 40 ปี
 () 3. 41 - 50 ปี
 () 4. 51 - 60 ปี
 () 5. มากกว่า 60 ปี

28. การศึกษาสูงสุดของท่าน

- () 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษา
 () 2. มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา
 () 3. ปริญญาตรี
 () 4. ปริญญาโท
 () 5. ปริญญาเอก

29. ระยะเวลาที่เคยศึกษาในต่างประเทศ (ถ้ามี) ประมาณ.....ปี

30. จำนวนครั้งที่ได้เดินทางไปต่างประเทศเกี่ยวกับธุรกิจในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ประมาณ.....ครั้ง

31. ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอื่นๆ

.....

ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม
 กรุณาส่งคืนแบบสอบถาม โดยบรรจุใส่ซองที่ติดแสตมป์ ที่แนบมาพร้อมนี้

ใบแจ้งความประสงค์รายงานการวิจัยฉบับย่อ
 เรื่อง “สาเหตุและผลลัพธ์จากความพึงพอใจของผู้ส่งออกต่อกลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐ”

ข้าพเจ้าขอแจ้งความประสงค์ คือ

- () ไม่ต้องการรายงานการวิจัย
 () ต้องการรายงานการวิจัย โดยให้จัดส่งรายงานไปที่

ชื่อ-สกุล.....

บริษัท.....

เลขที่..... หมู่ที่..... ซอย..... ถนน.....

แขวง/ตำบล..... เขต/อำเภอ.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....

Appendix 3
Descriptive Analysis and Normality check

Mean and S.D. for Importance, Satisfaction and Perceived Gap with Export Promotion Programs Summary

Activity	N	Importance of Each Activity		Satisfaction with EPPS for each Activity		Perceived Gap	
		Mean	S.D.	Mean	S.D.	Mean	S.D.
1. Gathering information about export markets	370	7.82	1.55	6.14	1.85	29.41	14.63
2. Obtaining information about export distributors	370	7.63	1.62	5.88	1.88	30.61	15.35
3. Finding capital to finance exports	370	7.52	2.02	5.68	2.12	30.90	16.94
4. Providing national export promotional programs	370	7.76	1.65	6.28	1.81	28.00	14.67
5. Preparing export documentation	370	7.54	1.65	6.23	1.90	27.18	13.90
6. Dealing with red tape of Thailand public institutions	370	7.89	1.65	5.61	2.05	34.20	18.39
7. Developing qualified personnel in exporting	370	7.99	1.55	6.06	1.88	30.75	15.78
8. Finding "experts" in export consulting	370	7.56	1.80	5.86	1.99	30.19	16.41
9. Developing product to meet importer's quality standards	370	8.31	1.73	5.87	2.08	33.36	18.69
10. Developing product design and style for export markets	370	8.29	1.55	5.96	2.05	32.91	18.01
11. Developing export packaging	370	7.83	1.69	5.85	2.14	31.17	16.75
12. Setting the competitive prices in export markets	370	8.43	1.56	5.64	2.22	36.26	20.03
13. Identifying capable overseas distributors	370	8.35	1.62	5.51	2.28	36.96	20.75
14. Payment from overseas distributors	370	8.46	1.75	6.00	2.29	32.58	19.89
15. Transporting the product(s) exported	370	8.05	1.46	6.10	2.06	30.58	16.98
16. Promoting in export markets	370	7.83	1.79	6.38	1.94	27.30	15.84
17. Communicating with overseas customers	370	7.94	1.62	6.06	1.98	30.55	16.87
18. Protecting against currency exchange rate fluctuations	370	8.50	1.67	5.50	2.28	37.73	21.71

Skewness and Kurtosis for Perceived Gap Variables

Perceived Gap Variable	Statements	Skewness	Kurtosis
Perceived Gap1	Gathering information about export markets	0.61	-0.03
Perceived Gap2	Obtaining information about export distributors	0.85	1.04
Perceived Gap3	Finding capital to finance exports	1.08	1.71
Perceived Gap4	Providing national export promotional programs	0.86	0.85
Perceived Gap5	Preparing export documentation	1.02	1.52
Perceived Gap6	Dealing with red tape of Thailand public institutions	0.96	1.08
Perceived Gap7	Developing qualified personnel in exporting	0.69	0.74
Perceived Gap8	Finding “experts” in export consulting	1.01	1.34
Perceived Gap9	Developing product to meet importer’s quality standards	0.96	0.98
Perceived Gap10	Developing product design and style for export markets	0.83	0.79
Perceived Gap11	Developing export packaging	0.98	1.37
Perceived Gap12	Setting the competitive prices in export markets	0.75	0.30
Perceived Gap13	Identifying capable overseas distributors	0.71	0.21
Perceived Gap14	Payment from overseas distributors	0.84	0.55
Perceived Gap15	Transporting the product(s) exported	0.95	1.04
Perceived Gap16	Promoting in export markets	1.08	2.00
Perceived Gap17	Communicating with overseas customers	0.95	1.40
Perceived Gap18	Protecting against currency exchange rate fluctuations	0.68	0.15

Frequency Distribution for Export Involvement of Firms

Degree of export involvement	Frequency	Percent
1	6	1.62
2	5	1.35
3	12	3.24
4	17	4.59
5	46	12.43
6	58	15.68
7	82	22.16
8	88	23.78
9	35	9.46
10	21	5.68
Total	370	100.00
Mean= 6.76 , S.D. = 1.89		

Mean, S.D., Skewness, and Kurtosis for Export Marketing Strategy

Variable	Statement	N	Mean	S.D.	Skewness	Kurtosis
genstg1	My firm has clearly identified the export customers to be served	370	7.39	2.00	-0.80	0.26
genstg2	My firm has developed strategies for competing in export markets	370	7.06	1.82	-0.51	-0.12
genstg3	My firm has established distinct goals and objectives for export operations	370	7.44	1.81	-0.75	0.38
genstg4	My firm has developed adequate capabilities to collect necessary information about export markets	370	6.60	1.86	-0.45	-0.27
genstg5	My firm has provided sufficient budget to exploit export markets	370	6.67	2.02	-0.56	-0.12
genstg6	My firm has clearly identified export countries to be entered	370	7.34	1.99	-0.87	0.26
genstg7	My firm has developed strategies to expand export markets over the years	370	6.90	2.08	-0.59	-0.06
genstg8	My firm has developed products to meet export customers' wants over the years	370	7.50	1.87	-0.98	0.95
genstg9	My firm has had strategies to expand the number of exportable products over the years	370	7.15	2.03	-0.83	0.44
mktstg1	My firm has developed brand building strategies for export markets	370	6.43	2.46	-0.57	-0.46
mktstg2	My firm has developed pricing strategies for competing in export markets	370	6.72	2.06	-0.65	0.35
mktstg3	My firm has strategies to develop channel distribution in export markets	370	6.62	2.06	-0.72	0.15
mktstg4	My firm has adequate promotion support to the distributors/subsidiaries	370	5.92	2.13	-0.47	-0.34
mktstg5	My firm has provided training given to the firm's sales force and distributors /subsidiaries	370	5.62	2.17	-0.43	-0.37
mktstg6	My firm has capabilities in adaptation of promotional strategy for export market venture	370	6.43	2.09	-0.57	-0.18

Mean, S.D., Skewness, and Kurtosis for Subjective Performance1

Satisfaction with the trend of performances	N	S.D.			
		Mean	S.D.	Skewness	Kurtosis
Trend of export sales volume	370	5.79	2.52	-0.543	-0.423
Trend of export sales revenue	370	5.83	2.47	-0.539	-0.480
Trend of ratio of export sales to total sales	370	5.88	2.52	-0.565	-0.509
Trend of export profit	370	5.22	2.37	-0.394	-0.574
Export sales growth	370	5.64	2.49	-0.529	-0.513

Mean, S.D., Skewness, and Kurtosis for Subjective Performance2

Objectives for the export business	N	Achievement of objectives			
		Mean	S.D.	Skewness	Kurtosis
1. Increase export sales revenues	370	6.21	2.38	-0.75	0.03
2. Increase export profits	370	5.65	2.30	-0.50	-0.32
3. Gain a foothold in the export markets	370	6.03	2.24	-0.65	-0.06
4. Increase firm's ability to compete	370	6.10	2.16	-0.70	0.16
5. Improve international marketing skills	370	6.31	2.10	-0.76	0.27
6. Build brand awareness and image	370	6.28	2.29	-0.79	0.29
7. Improve product development skills	370	6.74	1.99	-0.94	0.75
8. Increase distribution competence	370	6.29	2.20	-0.77	0.31
9. Increase production capacity for exporting	370	6.39	2.36	-0.78	0.01
10. Other	26	5.58	3.20	-0.75	0.03

Frequency Distribution for Export Channel Used

Export Channel used	Frequency	Percent
1.Exports directly to final users/consumers of the products in overseas	105	28.38
2.Exports directly to its wholly owned subsidiary or partly owned in overseas	70	18.92
3.Exports directly to a distributor or an agent in overseas	283	76.49
4.Exports directly to retailer in overseas	131	35.41
5.Sells to an exporter or a broker in Thailand who, in turn, exports the firm's product to overseas	135	36.49
6.Exports directly to contractor/owner of the products in overseas	130	35.14
7.Other channel	13	3.51

Note: More than one choice can be chosen

Appendix 4
Column Vectors of Means Associated with Each Cluster in Each
Cluster Solution Produced by Ward's Hierarchical Clustering

1. Number of cases = 370 for all cluster solutions
2. Numbers indicate mean values associate with each cluster in each cluster solutions

Eight-Cluster Solution

	Cluster							
	1	2	3	4	5	6	7	8
epdissat6	32.94	17.43	40.00	50.63	30.58	33.95	59.64	60.32
epdissat9	33.47	16.57	51.38	48.18	23.44	43.84	23.57	73.83
epdissat10	34.06	14.52	50.62	43.16	24.82	42.00	32.21	72.80
epdissat12	36.12	15.31	53.34	49.24	26.38	53.21	48.50	77.88
epdissat13	34.78	15.63	51.76	50.37	28.18	58.79	71.07	69.67
epdissat14	33.81	14.89	35.34	48.55	23.12	73.26	23.14	63.04
epdissat18	42.02	15.75	41.28	65.37	29.23	36.68	46.36	71.75

Nine-Cluster Solution

	Cluster								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
epdissat6	32.94	20.65	40.00	50.63	30.58	33.95	59.64	60.33	10.38
epdissat9	33.47	20.46	51.38	48.18	23.45	43.84	23.57	73.83	8.04
epdissat10	34.06	18.11	50.62	43.16	24.82	42.00	32.21	72.79	6.65
epdissat12	36.12	18.26	53.34	49.24	26.38	53.21	48.50	77.88	8.85
epdissat13	34.78	19.33	51.76	50.37	28.18	58.79	71.07	69.67	7.50
epdissat14	33.81	17.61	35.34	48.55	23.12	73.26	23.14	63.04	8.92
epdissat18	42.02	18.07	41.28	65.37	29.23	36.68	46.36	71.75	10.65

Ten-Cluster Solution

	Cluster									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
epdissat6	32.94	20.65	40.00	50.63	30.58	33.95	59.64	57.33	65.33	10.38
epdissat9	33.47	20.46	51.38	48.18	23.44	43.84	23.57	78.93	82.00	8.04
epdissat10	34.06	18.11	50.62	43.16	24.82	42.00	32.21	69.27	78.67	6.65
epdissat12	36.12	18.26	53.35	42.24	26.38	53.21	48.50	73.13	85.78	8.85
epdissat13	34.78	19.33	51.76	50.37	28.18	58.79	71.07	58.73	87.89	7.50
epdissat14	33.81	17.61	35.34	48.55	23.12	73.26	23.14	55.47	75.67	8.92
epdissat18	42.02	18.07	41.28	65.37	29.23	36.68	46.36	63.73	89.11	10.65

Eleven –Cluster Solution

	Cluster										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
epdissat6	31.17	33.22	20.65	40.00	50.63	30.58	33.95	59.64	57.33	65.33	10.38
epdissat9	28.50	34.25	20.46	51.38	48.18	23.45	43.84	23.57	68.93	82.00	8.04
epdissat10	33.83	34.09	18.11	50.62	43.16	24.82	42.00	32.21	69.27	78.67	6.65
epdissat12	30.58	36.99	18.26	63.34	49.24	26.38	53.21	48.50	73.13	85.78	8.85
epdissat13	30.75	35.40	19.33	51.76	50.37	28.18	58.79	71.70	58.73	87.89	7.50
epdissat14	31.25	34.21	17.61	35.34	48.55	23.12	73.26	23.14	55.47	75.67	8.92
epdissat18	79.83	37.69	18.07	41.28	65.37	29.23	36.68	46.36	63.73	85.11	10.65



Appendix 5
Column Vectors of Means Associated with Each Cluster in Each
Cluster Solution Produced by *K* means Clustering on the *DI* Test Sample

1. Number of cases = 185 for all cluster solutions
2. Numbers indicate mean values associate with each cluster in each cluster solutions

Eight–Cluster Solution

	Cluster							
	1	2	3	4	5	6	7	8
epdissat6	31.41	17.51	37.91	49.58	32.65	49.00	66.92	71.60
epdissat9	37.63	16.59	41.82	59.08	30.25	55.63	36.69	86.00
epdissat10	34.09	15.80	50.09	54.50	28.77	41.38	37.08	80.00
epdissat12	39.56	15.27	51.91	59.75	31.67	57.38	47.62	88.00
epdissat13	37.03	16.24	48.77	51.17	32.08	59.25	64.62	80.00
epdissat14	38.16	15.68	43.64	56.33	26.69	74.38	28.15	38.80
epdissat18	59.50	15.29	43.18	74.00	30.06	39.38	44.15	77.00

Nine–Cluster Solution

	Cluster								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
epdissat6	31.41	20.74	37.91	49.58	32.84	49.00	66.92	71.60	9.00
epdissat9	37.63	19.51	41.82	59.08	30.49	55.63	36.69	86.00	8.44
epdissat10	34.09	18.54	50.09	54.50	29.04	41.38	37.08	80.00	8.00
epdissat12	39.56	17.46	51.91	59.75	32.10	57.38	47.62	88.00	9.89
epdissat13	37.03	19.60	48.77	51.17	32.57	59.25	64.62	80.00	5.78
epdissat14	38.16	17.57	43.64	56.33	27.43	74.38	28.15	38.80	8.00
epdissat18	59.50	17.63	43.18	74.00	30.69	39.38	44.15	77.00	7.67

Ten–Cluster Solution

	Cluster									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
epdissat6	30.94	20.74	39.30	44.82	32.80	49.00	66.92	59.33	90.00	9.00
epdissat9	36.53	19.51	42.70	53.41	30.07	55.63	36.69	86.67	85.00	8.44
epdissat10	34.18	18.54	51.70	48.65	28.34	41.38	37.08	83.33	75.00	8.00
epdissat12	37.09	17.46	51.50	59.41	31.75	57.38	47.62	83.33	95.00	9.89
epdissat13	34.74	19.60	48.75	49.94	33.25	59.25	64.62	70.00	95.00	5.78
epdissat14	38.44	17.57	42.45	52.06	26.36	74.38	28.15	25.00	59.50	8.00
epdissat18	52.97	17.63	42.25	76.35	29.59	39.38	44.15	65.00	95.00	7.67

Eleven-Cluster Solution

	Cluster										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
epdissat6	36.36	31.39	19.83	47.00	59.50	31.93	27.00	74.33	57.44	90.00	9.13
epdissat9	40.50	35.94	18.74	50.50	82.50	29.50	35.78	29.67	63.67	85.00	9.50
epdissat10	39.50	35.06	18.14	50.59	75.00	27.93	36.78	33.22	54.11	75.00	7.75
epdissat12	43.00	37.67	17.40	48.82	75.00	31.13	63.22	50.44	62.11	95.00	8.88
epdissat13	34.29	35.58	19.29	50.82	68.50	32.88	57.44	63.00	63.78	95.00	4.50
epdissat14	44.29	37.76	18.09	39.95	26.25	23.68	60.56	33.00	66.44	59.50	6.75
epdissat18	79.00	44.88	17.46	40.27	68.75	29.00	52.67	48.22	59.78	95.00	6.38



- Aaby, N.-E., and Slater, S. F. (1989). Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-1988. *International Marketing Review*, 6(4), 7-26.
- Adams, B. H., Jensen, K. L., and Davis, G., C. (1997). Knowledge and Use of Export Assistance Services by Agribusiness. *Agribusiness(1986-1998)*, 13(3), 285-294.
- Agarwal, S., and Ramaswami, S. N. (1992). Choice of Foreign Market Entry Mode: Impact of Ownership, Location and Internationalisation Factors. *Journal of International Business Studies*, 23(First Quarter), 1-27.
- Albaum, G. (1983). Effectiveness of Government Export Assistance for Smaller-Sized Manufacturers: Some Empirical Evidence. *International Marketing Review*, 1(1), 68-75.
- Alexandrides, C. B. (1971). How the Major Obstacles to Expansion Can Be Overcome. *Atlanta Economic Review*, 21(5), 12-15.
- Ali, A., and Swiercz, P. M. (1991). Firm Size and Export Behavior : Lessons from the Midwest. *Journal of Small Business Management*, 29(71).
- Ali, Y. M. (2004). Impact of Firm and Management Related Factors on Firm Export Performance. *Journal of Asia Pacific Marketing*, 3(2), 5.
- Andersen, K. O. (1993). On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis. *Journal of International Business Studies*, 24(2 Second Quarter), 209-229.
- Anderson, E. W., Fornell, C., and Lehman, D. (1992). *Perceived Quality, Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability*, .
- Appiah-Adu, K. (1999). The Impact of Marketing Mix Decisions on Performance: A Study of Foreign and Domestic Firms in a Liberalized Economy. *Journal of Global Marketing*, 13(2), 7-30.
- Armstrong, J. S., and Overton, T. (1977). Estimation Non Response Bias in Mail Surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(August 1977), 396-402.
- Assael, H. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action* (Fifth ed.). Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing.
- Atuahene-Gima, K. (1995). The Influence of New Product Factors on Export Propensity and Performance: An Empirical Analysis. *Journal of International Marketing*, 3(2), 11.
- Aulakh, P. S., Kotabe, M., and Teegen, H. (2000). Export Strategies and Performance of Firms from Emerging Economies: Evidence from Brazil, Chile, and Mexico. *Academy of Management Journal*, 43(3), 342-361.
- Axinn, C. N. (1988). Export Performance: Do Managerial Perceptions Make a Difference? *International Marketing Review*, 5(2), 67-71.
- Axinn, C. N., Noordewier, T., and Sinkula, J. M. J. (1996). Export Strategies and Export Performance: An Empirical Investigation of a Products/Markets Typology. *Advances in International Marketing*, 8, 27-58.
- Axinn, C. N., Sinkula, J. M., and Thach, S. V. (1994). Linking Distribution Strategy Choice to Context and Implementation in Export Markets. *Advances in International Marketing*, 6, 143.
- Bauerschmidt, A., Sullivan, D., and Gillespie, K. (1985). Common Factors Underlying Barriers to Export: Studies in the U.S. Paper Industry. *Journal of International Business Studies*, 16(3), 111.

- Bilkey, W. J. (1978). An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms. *Journal of International Business Studies*, 9(1), 33-46.
- . (1987). Toward a Theory of Export Marketing Mix. *Advances in International Marketing*, 2, 157-176.
- Bilkey, W. J., and Tesar, G. (1977). The Export Behavior of Smaller-Sized Wisconsin Manufacturing Firms. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 93-98.
- Bodur, M. (1986). A Study on the Nature and Intensity of Problems Experienced by Turkish Exporting Firms. In S. T. Cavusgil (Ed.), *Advances in International Marketing I* (pp. 205-232). Greenwich: JAI Press.
- . (1994). Foreign Market Indicators, Structural Resources and Marketing Strategies as Determinants of Export Performance. In S. T. Cavusgil and C. Axinn (Eds.), *Advance in International Marketing* (Vol. 6, pp. 183-205). Greenwich, CT: JAI Press.
- Boomsma, A. (1987). The Robustness of Maximum Likelihood Estimation in Structural Equation Models. In P. Cuttance and R. Eccob (Eds.), *Structural Modeling by Example* (pp. 160-188). Cambridge: Cambridge University Press.
- Brooks, M. R., and Frances, A. (1991). Barriers to Exporting: An Exploratory Study of Latin-American Companies In F. H. R. Seringhaus and P. Rosson (Eds.), *Export Development and Promtion: The Role of Public Organization* (pp. 95-118). Norwall, MA: Kluwer Academic Publishers.
- Brown, S. W., and Swartz, T. A. (1989). A Gap Analysis of Professional Service Quality. *Journal of Marketing*, 53(2), 92.
- Bruning E.R. (1995). Strategic Positioning for Export Marekt Development: The Role of Managerial Attitudes, Export Development Programs and Firm Characteristics. *Journal of Small Business ManagemenStrategic Marekting*, 3, 127-143.
- Bryman, A., and Cramer, D. (1994). *Quantitative Data Analysis for Social Scientists* (Rev. ed.). London: Routledge.
- Bureau, T. P. R. (2007). Thailand [Electronic Version]. *Statistics Demographic & Health Highlights*. Retrieved 18th January 2009.
- Burton, F. N., and Schlegelmilch, B. B. (1987). Profile Analyses of Non-Exporters Versus Exporters Grouped by Exporter Involvement. *Management International Review*, 27(1), 38-49.
- Byford, L., and Henneberry, D. (1996). Export Decisions of Food Processing Firms in Kansas, Missouri, and Oklahoma. *Agribusiness (1986-1998)*, 12(3 May/Jun), 247-264.
- Calof, J. L. (1993). Creating an Export-Based Society: The Role of Government. *Optimum*, 24(3), 3-11.
- . (1994). The Relationship between Firm Size and Export Behavior Revisited. *Journal of International Business Studies*, 25(2), 367.
- Cateora, P. R. (1983). *International Marketing* (Fifth ed. Vol.). Homewood, IL: Richard D. Irwin
- Cavusgil, S. T. (1980). On the Internationalization Process of Firms. *European Research*, 8(6), 273.
- . (1984). Differences among Exporting Firms Based on Their Degree of Internationalization. *Journal of Business Research*, 18(195).
- . (1993). Preparing for Export Marketing. *International Trade Forum*, 2, 16-30.

- Cavusgil, S. T., Bilkey, W. J., and Tesar, C. (1979). A Note on the Export Behaviour of Firms: Exporter Profiles. *Journal of International Business Studies, Spring/Summer*, 91-97.
- Cavusgil, S. T., and Czinkota, M. R. E. (1990). Export Development Efforts in the United States: Experiences and Lessons Learned. In S. T. Cavusgil and M. R. Czinkota (Eds.), *International Perspective on Trade Promotion and Assistance* (pp. 173-183). New York: Greenwood Press, Inc.
- Cavusgil, S. T., and Kirpalani, V. H. (1993). Introducing Products into Export Markets: Success Factors *Journal of Business Research*, 27, 1-15.
- Cavusgil, S. T., and Naor, J. (1987). Firm and Management Characteristics as Discriminators of Exporting Marketing Activity. *Journal of Business Research*, 15(221).
- Cavusgil, S. T., and Nevin, J. R. (1981). Internal Determinants of Export Marketing Behavior: An Empirical Investigation. *Journal of Marketing Research*, 18(1 February), 114-119.
- Cavusgil, S. T., Shaoming Zou, and Naidu, G. M. (1993). Product and Promotion Adaptation in Export Ventures: An Empirical Investigation. *Journal of International Business Studies*, 24(3/Third Quarter), 479-506.
- Cavusgil, S. T., and Zou, S. (1994). Marketing Strategy-Performance Relationship: An Investigation of the Empirical Link in Export Market Ventures. *Journal of Marketing*, 58(January), 1-21.
- Chetty, S. K., and Hamilton, R. T. (1993). Firm-Level Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis. *International Marketing Review*, 10(3), 26.
- Christensen, C. H., Da Rocha, A., and Gertner, R. K. (1987). An Empirical Investigation of the Factors Influencing Exporting Success of Brazillian Firms. *Journal of International Business Studies*, 19(Fall), 61-77.
- Churchill, G. A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(February), 64-73.
- . (1999). *Marketing Research: Methodological Foundation* (Seventh ed.). New York, New York: The Dryden Press.
- Clarke, W. M. (1991). Changing Small Firms' Attitudes to Exporting: A Case Study of Successful Intervention In F. H. R. Seringhaus and P. Rosson (Eds.), *Export Development and Promtion:The Role of Public Organization* (pp. 275-300). Norwall, MA: Kluwer Academic Publishers.
- Constantine, S. K., Leonidas, C. L., and Neil, A. M. (2000). Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation, and Development. *Academy of Marketing Science. Journal*, 28(4), 493.
- Cooper, R. G., and Kleinschmidt, E. J. (1985). The Impact of Export Strategy on Export Sales Performance. *Journal of International Business Studies*, 16(Spring), 37-55.
- Crick, D. (1995). An Investigation into the Targeting of U.K. Export Assistance. *European Journal of Marketing*, 29(8), 76-94.
- Crick, D., and Chaudhry, S. (2000). Uk Agricultural Exporters' Perceived Barriers and Government Assistance Requirements. *Marketing Intelligence and Planning*, 18(1), 30-38.

- Crick, D., and Czinkota, M. R. (1995). Export Assistance: Another Look at Whether We Are Supporting the Best Programmes. *International Marketing Review*, 12(3), 61.
- Culpan, R. (1989). Export Behavior of Firms: Relevance of Firm Size. *Journal of Business Research*, 18(3), 207.
- Czinkota, M. R. (1982). *Export Development Strategies: U.S. Promotion Policy*. New York: Praeger.
- . (1994). A National Export Assistance Policy for New and Growing Business. *Journal of International Marketing*, 2(1), 91-101.
- . (1996). Why National Export Promotion. *International Trade Forum*(2), 10.
- Czinkota, M. R., and Johnston, W. J. (1983). Exporting: Does Sales Volume Make a Difference? *Journal of International Business Studies*, 14(1).
- Czinkota, M. R., and Ricks, D. A. (1981). Export Assistance: Are We Supporting the Best Programs? *Columbia Journal of World Business*, 16(Summer), 73-78.
- . (1983). The Use of a Multi-Measurement Approach in the Determination of Company Export Priorities. *Academy of Marketing Science Journal*, 11(3), 283-291.
- Czinkota, M. R., and Ronkainen, I. A. (1995). *International Marketing* (4th ed.). Fort Worth: The Dryden Press
- Czinkota, M. R., and Ursic, M. (1991). Classification of Exporting Firms According to Sales and Growth into a Share Matrix. *Journal of Business Research*, 22(243).
- Dalli, D. (1994). The "Exporting" Process: The Evolution of Small and Medium Sized Firms toward Internationalization. *Advances in International Marketing*, 6, 85.
- Das, M. (1994). Successful and Unsuccessful Exporters from Developing Countries, Some Preliminary Findings. *European Journal of Marketing*, 28(12), 19-33.
- Davidson, N. H. (1982). *Global Strategic Management*. New York, NY: John Wiley.
- De Luz, M. (1993). Relationship between Export Strategy Variables and Export Performance for Brazil-Based Manufacturers. *Journal of Global Marketing*, 7(1), 87.
- Denis, J. E., and Depleteau, D. (1985). Market Knowledge, Diversification and Export Expansion. *Journal of International Business Studies*, 16(3), 77-89.
- Department of Export Promotion. (2006). Thailand's Export Situation (Publication. Retrieved 14th January 2007:
- Dess, G. G., and Jr, R. B. R. (1984). Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures: The Case of the Privately-Held Firm and Conglomerate Business Unit; Summary. *Strategic Management Journal* (pre-1986), 5(3), 265.
- Diamantopoulos, A. (1999). Viewpoint - Export Performance Measurement: Reflective Versus Formative Indicators. *International Marketing Review*, 16(6), 444.
- Diamantopoulos, A., and Kakkos, N. (2001). Assessing Export Performance: The Forgotten Role of Export Objectives. *American Marketing Association. Conference Proceedings*, 12, 281.
- Diamantopoulos, A., and Schlegelmilch, B. B. (1994). *Linking Export Manpower to Export Performance: A Canonical Regression Analysis of European and US Data* (Vol. 6). Greenwich, CT: JAI Press.

- Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, B. B., and Tse, K. Y. K. (1993). Understanding the Role of Export Marketing Assistance: Empirical Evidence and Research Needs. *European Journal of Marketing*, 27(4), 5.
- Ditch, E., Koeglmayr, H.-G., leibold, M., and Mueller, S. (1984). The Export Decision of Small and Medium-Sized Firms: A Review. *Management International Review*, 24(2), 49-60.
- Ditch, E., Koeglmayr, H.-G., and Mueller, S. (1990). International Orientation as a Precondition for Export Success. *Journal of International Business Studies*, 21(1), 23-40.
- Dominguez, L. V., and Sequeira, C. G. (1991). Strategic Options for Ldc Exports to Developed Countries. *International Marketing Review*, 8(5), 27.
- Donthu, N., and Kim, S. H. (1993). Implications of Firm Controllable Factors on Export Growth. *Journal of Global Marketing*, 7(1), 47.
- Douglas, S. F., and Craig, C. S. (1989). Evolution of Global Marketing Strategy. *Columbia Journal of World Business*, Fall, 47-59.
- Douglas, S. F., and Wind, Y. (1987). The Myth of Globalization. *Columbia Journal of World Business*, Winter, 19-29.
- Economist Intelligence Unit (1994). *Country Report, Economist Intelligence Unit*.
- Egan, J., and Harker, M. J. (2005). *Relationship Marketing : Volume 3 Paradigm and Perspective: The Future of Relationship Marketing*. London: SAGE Publications Ltd.
- Ellen, G., and Mark, S. J. (1999). The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, 63(2), 70.
- Evangelista, F. U. (1994). Export Performance and Its Determinants: Some Empirical Evidence from Australian Manufacturing Firms. *Advances in International Marketing*, 6, 207.
- Far Eastern Economic Review (Publication (1995).
- Far Eastern Economic Review. (2000). *Economic Monitor - Thailand, Far Eastern Economic Review*.
- Ferrando, P. J. (1999). Implementing a Test of Underlying Normality for Censored Variables. *Multivariate Behavioral Research*, 34(4), 421-439.
- Francis, J., and Collins-Dodd, C. (2004). Impact of Export Promotion Programs on Firm Competencies, Strategies and Performance. *International Marketing Review*, 21(4/5), 474-495.
- Gencturk, E. F., and Kotabe, M. (2001). The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation. *Journal of International Marketing*, 9(2), 51-71.
- Gomez-Mejia, L. R. (1988). The Role of Human Resources Strategy in Export Performance: A Longitudinal Study. *Strategic Management Journal (1986-1998)*, 9(5), 493.
- Gray, B. J. (1997). Profiling Managers to Improve Export Promotion Targeting. *Journal of International Business Studies*, 28(2), 387.
- Gripsrud, G. (1990). The Determinants of Export Decisions and Attitudes to a Distant Market: Norwegian Fishery Exports to Japan. *Journal of International Business Studies*, 21(3), 469.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River: Prentice-Hall International, Inc.

- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (Sixth ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Educational, Inc.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., and Gremler, D. D. (2002). Understanding Relationship Marketing Outcomes: An Integration of Relational Benefits and Relationship Quality. *Journal of Service Research*, 4(3), 230.
- Henry, W. V. (1996). What New Exporters Think About U.S. Government Sponsored Export Promotion Services and Publication. *Multinational Business Review*, Fall, 21-29.
- Hoffman, K. D., and Bateson, J. E. G. (2006). *Services Marketing: Concepts, Strategies, and Cases* (Third ed.). Mason, OH: Thomson South-Western.
- Holzmueller, H. H., and Kasper, H. (1990). The Decision-Maker and Export Activity: A Cross-National Comparison of the Foreign Orientation of Austrian Managers. *Management International Review*, 30(3), 217.
- . (1991). On a Theory of Export Performance: Personal and Organizational Determinants of Export Trade Activities Observed in Small and Medium-Sized Firms. *Management International Review*, 31, 45.
- Holzmueller, H. H., and Stottinger, B. (1996). Structural Modeling of Success Factors in Exporting: Cross-Validation and Further Development of an Export Performance Model. *Journal of International Marketing*, 4(2), 29-55.
- Homburg. (1991). Cross-Validation and Information Criteria in Causal Modeling. *Journal of Marketing Research*, 26(May), 137-144.
- Howard, D. G., and Herremans, I. M. (1988). Sources of Assistance for Small Business Exporters. *Journal of Small Business Management*, July, 48-54.
- Ifju, P. A., and Bush, R. J. (1994). Export Assistance in the Harwood Lumber Industry: An Examination of Awareness, Use, and Perceived Benefit. *Forest Products Journal*, June.
- Ito, K., and Pucik, V. (1993). R&D Spending, Domestic Competition, and Export Performance of Japanese Manufacturing Firms. *Strategic Management Journal* (1986-1998), 14(1), 61.
- Johanson, J., and Vahlne, J.-E. (1977). The Internationalization Process of the Firm: A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.
- . (1990). The Mechanism of Internationalisation. *International Marketing Review*, 7(4), 11-24.
- Johanson, J., and Wiedersheim-Paul, F. (1975). The Internationalization of the Firm - Four Swedish Cases. *The Journal of Management Studies*(October), 305-322.
- Julian, C. (2003). Export Marketing Performance: A Study of Thailand Firms. *Journal of Small Business Management*, 41(2), 213-221.
- Julian, C., and O'Cass, A. (2000). *The Critical Elements for Successful International Joint(Ijv) Marketing Performance in Thailand*. Paper presented at the ANZMAC 2000, Nisionary Marketing for the 21st Century: Facing the Challenge, Gold Coast, Australia.
- . (2002). Driver and Outcome of Export Marketing Performance in Adeveloping Country Context. *Journal of Asia Pacific Marketing*, 1(2), 1-21.

- Julian, C., and Ramaseshan, B. (1999). The Factor Influencing the Marketing Performance of International Joint Ventures in Thailand. *Sasin Journal Management*, 5, 25-40.
- Kalafsky, R. V. (2004). Export Activity and Firm Size: An Examination of the Machine Tool Sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(2), 159.
- Kaleka, A., and Katsikeas, C. S. (1995). Exporting Problems: The Relevance of Export Development. *Journal of Marketing Management*, 11, 499-515.
- Karafakioglu, M. (1986). Export Activities of Turkish Manufacturers. *International Marketing Review*, 3(4), 34.
- Katsikeas, C. S. (1994). Export Competitive Advantages: The Relevance of Firm Characteristics. *International Marketing Review*, 11(3), 33-53.
- Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., and Morgan, N. A. (2000). Firm-Level Export Performance Assessment: Review, Evaluation, and Development. *Academy of Marketing Science. Journal*, 28(4), 493.
- Katsikeas, C. S., and Morgan, R. E. (1994). Differences in Perceptions of Exporting Problems Based on Firm Size and Export Market Experience. *European Journal of Marketing*, 28(5), 17-35.
- Katsikeas, C. S., Piercy, N. F., and Ioannidis, C. (1996). Determinants of Export Performance in a Europe Context. *European Journal of Marketing*, 30(6), 6.
- Kaynak, E., and Erol, C. (1989). The Export Propensity of Turkish Manufacturing and Trading House Firms? *Journal of Marketing Management*, 5(2), 211-229.
- Kaynak, E., and Kothari, V. (1984). Export Behaviour of Small and Medium-Sized Manufacturers: Some Policy Guidelines for International Marketers. *Management International Review*, 24(2), 61.
- Kaynak, E., and Kuan, W. k. (1993). Environment, Strategy, Structure, and Performance in the Context of Export Activity: An Empirical Study of Taiwanese Manufacturing Firms. *Journal of Business Research*, 27, 33-49.
- Kedia, B. L., and Chhokar, J. (1986). Factors Inhibiting Export Performance of Firms: An Empirical Investigation. *Management International Review*, 26(4), 33-43.
- Keng, K. A., and Jiuan, T. S. (1989). Difference between Small and Medium Size Exporting and Non-Exporting Firms: Nature or Nurture? *International Marketing Review*, 6(4), 27-40.
- Kirpalani, V. H., and Macintosh, N. B. (1980). International Marketing Effectiveness of Technology-Oriented Small Firms. *Journal of International Business Studies*, 11(3), 81.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. . NY: Guilford Press.
- Koh, A. C. (1991). Relationships among Organisational Characteristics, Marketing Strategy and Export Performance. *International Marketing Review*, 8(3), 46.
- Kotabe, M., and Czinkota, M. R. (1992). State Government Promotion of Manufacturing Exports: A Gap Analysis. *Journal of International Business Studies*, 23(4), 637.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management: International Edition* (Eleventh ed.). New Jersey: Prentice Hall.

- Kutschker, M., and Baurle, I. (1997). Three Plus One: Multidimensional Strategy of Internationalization. *Management International Review*, 37(2), 103-125.
- Lages, L. F., and Montgomery, D. B. (2005). The Relationship between Export Assistance and Performance Improvement in Portuguese Export Ventures: an Empirical Test of the Role of Pricing Strategy Adaptation. *European Journal of Marketing*, 39(7/8), 755.
- Lam, L. W., and White, L. P. (1999). An Adaptive Choice Model of the Internationalization Process. *International Journal of Organization Analysis*, 7(2), 105-134.
- Lambert, D. M., and Harrington, T. C. (1990). Measuring Nonresponse Bias in Customer Service Mail Surveys. *Journal of Business Logistics*, 11(2), 1-25.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., and Samiee, S. (2002). Marketing Strategy Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis. *Journal of Business Research*, 55(1), 51.
- Leonidou, L. C. (1995a). Empirical Research on Export Barriers: Review Assessment and Synthesis. *Journal of International Marketing*, 3(1), 29-43.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., and Piercy, N. F. (1998). Identifying Managerial Influences on Exporting: Past Research and Future Direction. *Journal of International Marketing*, 6(2), 74-102.
- Lesch, W. C., Eshghi, A., and Eshghi, G. S. (1990). *A Review of Export Promotional Programs in the Ten Largest Industrial States*. S. Tamer Cavusgil and Michael R. Czinkota, Editors. Paper presented at the International Perspective on Trade Promotion and Assistance, New York.
- Lewis, R. C., and Booms, B. H. (1983). *The Marketing Aspects of Service Quality in Emerging Perspectives on Services Marketing*. Paper presented at the American Marketing Association, Chicago.
- Li, E., and Ogunmokun, G. (2000). The Effect of Flexibility on Export Venture Performance. *Journal of Global Marketing*, 14(3), 99-126.
- Lim, J.-S., Sharkey, T. W., and Kim, K. I. (1996). Competitive Environmental Scanning and Export Involvement: An Initial Inquiry. *International Marketing Review*, 13(1), 65-80.
- Llanes, V. A., Gray, B. J., and Joseph, M. (1991). *New Zealand Exporters' View of the Asia-Pacific Marketing Environment*. Paper presented at the 1991 Academy of International Business South East Asia Conference, Singapore.
- Lorr, M. (1983). *Cluster Analysis for Social Scientists* (Vol. 63). San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Louter, P. J., Ouwerkerk, C., and Bakker, B. A. (1991). An Inquiry into Successful Exporting. *European Journal of Marketing*, 25(6), 7.
- Madsen, T. K. (1987). Empirical Export Performance Studies: A Review of Conceptualizations and Findings. In S. T. Cavusgil (Ed.), *Advances in International Marketing* (Vol. 2, pp. 177-198). Greenwich, CT: JAI Press.
- . (1989). Successful Export Marketing Management: Some Empirical Evidence. *International Marketing Review*, 6(4), 41-57.
- . (1994). A Contingency Approach to Export Performance Research. *Advances in International Marketing*, 6, 25.
- Maister, D. H. (1985). The One-Firm Firm: What Makes It Successful. *Sloan Management Review*, 27(1), 3-13.

- Malhotra, N. K. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation* (Fourth ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Marandu, E. E. (1995). Impact of Export Promotion on Export Performance: A Tanzanian Study. *Journal of Global Marketing*, 9(1,2;), 9-40.
- Mehran, J., and Moini, A. H. (1999). Firms' Export Behavior. *American Business Review*, 17(1), 86-93.
- Melin, L. (1992). Internationalization as a Strategy Process. *Strategic Management Journal*, 13, 99-118.
- Menon, A., Bharadwaj, S. G., Adidam, P. T., and Edison, S. W. (1999). Antecedents and Consequences of Marketing Strategy Making: A Model and a Test. *Journal of Marketing*, 63(April), 18-40.
- Miesenbock, K. J. (1988). Small Businesses and Exporting: A Literature Review. *International Small Business Journal*, 6(2), 42-61.
- Miller, L. E., and Smith, K. L. (1983). Handling Non-Response Issues. *Journal of Extension*, Sept/Pct(), 45-50.
- Moini, A. H. (1995). An Inquiry into Successful Exporting: An Empirical Investigation Using a Three-Stage Model. *Journal of Small Business Management*, 33(3), 9.
- . (1998). Small Firms Exporting: How Effective Are Government Export Assistance Programs. *Journal of Small Business Management*, 36(1), 1-15.
- Mudie, P., and Pirrie, A. (2006). *Service Marketing Management* (Third ed.). Oxford: Elsevier Ltd.
- Muthen, B., and Kaplan, D. (1985). A Comparison of Some Methodologies for the Factor Analysis of Non-Normal Likert Variables. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38, 171-189.
- Naidu, G. M., and Prasad, V. K. (1994). Predictors of Export Strategy and Performance of Small- and Medium-Sized Firms. *Journal of Business Research*, 31(1,2), 107.
- Naidu, M. S., Cavusgil, T., Murthy, B. K., and Sarker, M. (1997). Export Promotion Model for India: Implications for Public Policy. *International Business Review*, 6(2), 113-125.
- Namiki, N. (1994). A Taxonomic Analysis of Export Marketing Strategy: An Exploratory Study of Us Exporters of Electronic Products'. *Journal of Global Marketing*, 8(1), 27-50.
- NATION, U. (2001). *Export Promotion for Economics in Transition* (Vol.). New York: International Trade and Industry Division ESCAP.
- Nunnally, J. C. (1979). *Psychometric Theory* (Second ed.). New York, New York: McGraw-Hill.
- O'Cass, A., and Julian, C. (2003). Examining Firm and Environmental Influences on Export Marketing Mix Strategy. *European Journal of Marketing*, 37(3/4), 366-384.
- O'Rourke, A. D. (1985). Differences in Exporting Practices, Attitudes and Problems by Size of Firm. *American Journal of Small Business*, 9(3), 25-29.
- Oviat, B. M., and McDougall, P. P. (1994). Toward a Theory of International New Ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 46-64.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.
- Pelham, A. M., and Wilson, D. T. (1996). A Longitudinal Study of the Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation Culture on Dimensions of Small-Firm Performance. *Academy of Marketing Science Journal*, 24(1), 27.
- Peter, J. P. (1977). Reliability: A Review of Psychometric Basics and Recent Marketing Practices. *Journal of Marketing Research*, 16(February), 6-17.
- Piest, B., and Ritsema, H. A. (1990). Export Promotion in the Netherlands. S. Tamer Cavusgil and Michael R. Czinkota, Editors,. In *International Perspective on Trade Promotion and Assistance* (pp. 87-99). New York: Quorum Books.
- Punj, G. N., and Stewart, D. W. (1983). Cluster Analysis in Marketing Research. *Journal of Marketing Research*, 20(2), 134-148.
- Rabino, S. (1980). An Examination of Barriers to Exporting Encountered by Small Manufacturing Companies. *Management International Review*, 1, 67-73.
- Ramaswamai, S. N., and Yang, Y. (1990). Perceived Barriers to Exporting and Export Assistance Requirements. S. Tamer Cavusgil and Michael R. Czinkota, Editors,. In *International Perspective on Trade Promotion and Assistance* (pp. 187-206). New York: Quorum Books.
- Rao, C. P. (1990). Impact of Domestic Recession on Export Marketing Behavior. *International Marketing Review*, 7(2), 54-65.
- Ray, A. S. (1988). *The Determinant of India's Manufactured-Export Performance: Industry Level and Firm-Level Evidence*. University of Oxford, U.K.
- Reid, S. D. (1981). The Decision-Maker and Export Entry and Expansion. *Journal of International Business Studies*, 12(Fall), 101-112.
- . (1983). Managerial and Firm Influences on Export Behavior. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 11(3,Summer), 323-332.
- . (1984). Information Acquisition and Export Entry Decision in Small Firms. *Journal of Business Research*, 12(2), 141-157.
- Reuber, A. R., and Fischer, E. (1997). The Influence of the Management Team's International Experience on the Internationalization Behaviors of Smes. *Journal of International Business Studies*, 28(4 Fourth Quarter), 807-825.
- Root, F. R. (1994). *International Trade and Investment* (6th ed.). Cincinnati, OH: Southwestern Publishing.
- Root, F. R., and Ahmed, A. A. (1978). The Influence of Policy Instruments on Manufacturing Direct Foreign Investment in Developing Countries. *Journal of International Business Studies*, 9(3), 81.
- Samiee, S., and Walters, P. G. P. (1990). Influence of Firm Size on Export Planning and Performance. *Journal of Business Research*, 20(3), 235-248.
- Sbrana, R., and Tangheroni, M. S. (1991). Italian Exporting Smes and Their Use of Support Services in Export Development and Promotion: The Role of Public Organization. In F. H. R. Seringhaus and P. Rosson (Eds.), *Export Development and Promotion: The Role of Public Organization* (pp. 145-160). Norwall, MA: Kluwer Academic Publishers.
- Schumacker, R. E., and Lomax, R. G. (1996). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (Second ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- Seifert, B., and Ford, J. (1989). Are Exporting Firms Modifying Their Product, Pricing and Promotion Policies? *International Marketing Review*, 6(6), 53.
- Seringhaus, F. H. R. (1986a). The Impact of Government Export Marketing Assistance. *International Marketing Review*, Summer, 55-66.
- . (1993a). Comparative Marketing Behaviour of Canadian and Austrian High-Tech Exporters. *Management International Review*, 33(3), 247-269.
- . (1993b). Export Promotion in Developing Countries: Status and Prospects. *Journal of Global Marketing*, 6(4), 7.
- Seringhaus, F. H. R., and Botschen, G. (1991). Cross-National Comparison of Export Promotion Services: The Views of Canadian and Austrian Companies. *Journal of International Business Studies*, 22(1 First Quarter), 115-133.
- Seringhaus, F. H. R., and Rosson, P. J. (1990). *Government Export Promotion: A Global Perspective*. London: Routledge.
- Shamsuddoha, A. K., and Ali, M. Y. (2006). Mediated Effects of Export Promotion Programs on Firm Export Performance. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 18(2), 93-110.
- Sharkey, T. W., Lim, J. S., and Kim, K. I. (1989). Export Development and Perceived Export Barriers: An Empirical Analysis of Small Firms. *Management International Review*, 33-40.
- Shiffman, L. G., and Kanuk, L. L. (2004). *Consumer Behavior*. Upper Saddle, NJ: Pearson Education, Inc.
- Shoham, A. (1998). Export Performance: A Conceptualization and Empirical Assessment. *Journal of International Marketing*, 6(3), 59-81.
- Silverman, M., Castaldi, R. M., and Sengupta, S. (2002). Increasing the Effectiveness of Export Assistance Programs: The Case of the California Environmental Technology Industry. *Journal of Global Marketing*, 15(3/4), 173-192.
- Singer, T. O., and Czinkota, M. R. (1994). Factors Associated with Effective Use of Export Assistance. *Journal of International Marketing*, 2(1), 53.
- Singh, J. (1990). A Typology of Consumer Dissatisfaction Response Styles. *Journal of Retailing*, 66(1), 57-99.
- Styles, C. (1998). Export Performance Measures in Australia and the United Kingdom. *Journal of International Marketing*, 6(3), 12-36.
- Sullivan, D. (1994, Second Quarter). Measuring the Degree of Internationalization of a Firm. *Journal of International Business Studies*, 25, 325.
- Sullivan, D., and Bauerschmidt, A. (1989). Common Factors Underlying Barriers to Export: A Comparative. *Management International Review*, 29(2), 17.
- Tabachnick, B. G., and Fidell, L. S. (2001). *Using Multivariate Statistics* (Fourth ed.). MA: Allyn and Bacon.
- Tesar, G. (1975). Empirical Study of Export Operations among Small and Medium-Sized Manufacturing Firms. *ProQuest Dissertations and Theses*, 0310(0262), 244 p.
- Tesar, G., and Tarleton, J. S. (1982). Comparison of Wisconsin and Virginia Small and Medium Sized Exporters: Aggressive and Passive Exporters. In M. R. Czinkota and G. Tesar (Eds.), *Export Management: An International Context* (pp. 85-112). New York, NY: Praeger Publishers.
- Thailand: A Growing Force in Food Exports and Imports. A Canadian Opportunity? - Condon. (1996, Jul/Aug). *Canadian Grocer*, 111, 62.

- Vanderleest, H. W. (1996). What New Exporters Think About U.S. Government Sponsored Export Promotion Services and Publications. *Multinational Business Review*, 4(2), 21.
- Wang, G., and Olsen, J. E. (2001). Background, Expertise, Performance, and Exporter Satisfaction: A Conceptual Framework. *American Marketing Association. Conference Proceedings*, 12(2001 AMA Winter Educators' Conference: Marketing Theory...), 306.
- Weaver, K. M., Berkowitz, D., and Davies, L. (1998). Increasing the Efficiency of National Export Promotion Programs: The Case of Norwegian Exporters. *Journal of Small Business Management*, 36(4), 1-11.
- Weaver, K. M., and Pak, J. (1990). Export Behaviour and Attitudes of Small and Medium-Sized Korean Manufacturing Firms. *International Small Business Journal*, 8(4), 59-70.
- Welch, L. S., and Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a Concept. *Journal of General Management*, 14(2), 34-55.
- Wheeler, C. N. (1990). Stimulation Scottish and United Kingdom Economies through Export Promotion Programs. S. Tamer Cavusgil and Michael R. Czinkota, Editors,. In *International Perspective on Trade Promotion and Assistance* (pp. 101-118). New York: Quorum Books.
- White, D. S., Griffith, D. A., and Ryans, J. K. (1998). Measuring Export Performance in Service Industries. *International Marketing Review*, 15(3), 188-204.
- Wilkinson, T. J., and Brouters, L. E. (2000). An Evaluation of State Sponsored Promotion Programs. *Journal of Business Research*, 47(3), 229-236.
- Wongtada, N. (2001). *Opportunity and Threat to Potential Sme Export: Experience of Thailand*. Paper presented at the Export Orientation for Small and Medium Enterprises: Policies, Strategies and Programs, Surabaya, Indonesia.
- Woodruff, R. B., and Cadotte, E. R. (1987). Analyzing Market Opportunities for New Ventures. *Survey of Business*, 23(1), 10.
- WorldBank. (2007). Thailand Economic Monitor. Retrieved 20 February 2007, from <http://www.worldbank.or.th/WBSITE/EXTERNAL/COUNTRIES/EASTASI/APACIFICEXT/THAILANDEXTN/>
- Yang, Y. S., Leone, R. P., and Alden, D. L. (1992). A Market Expansion Ability Approach to Identify Potential Exporters. *Journal of Marketing*, 56(January), 84-96.
- Yaprak, A. (1990). Behavioral Correlates of Export Marketing: Findings from a Michigan Survey. S. Tamer Cavusgil and Michael R. Czinkota, Editors,. In *International Perspective on Trade Promotion and Assistance* (pp. 207-219). New York: Quorum Books.
- Young, S. (1995). Export Marketing: Conceptual and Empirical Developments. *European Journal of Marketing*, 29(8), 7-16.
- Zou, S., and Stan, S. (1998). The Determinants of Export Performance: A Review of the Empirical Literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, 15(5), 333.