

ฐาปราณี มาติ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อ
ในจังหวัดสุรินทร์ (A STUDY ON FACTORS INFLUENCING THE EFFECTIVENESS
OF THE CONVENIENCE STORE BUSINESS IN SURIN PROVINCE)

โปรแกรมวิชา : บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ปีการศึกษา 2550

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองสุข วันแสน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วัฒนรัตน์
พิงคานนท์ 362 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสหสัมพันธ์(Correlation Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1) ศึกษาปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในจังหวัด
สุรินทร์ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกกับประสิทธิผลการประกอบธุรกิจ
ร้านสะดวกซื้อในจังหวัดสุรินทร์) ศึกษาการส่งผลของปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกต่อประสิทธิผล
การประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อในจังหวัดสุรินทร์ 4) ค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดี พยากรณ์ประสิทธิผล
การประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อในจังหวัดสุรินทร์) สร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิผลการประกอบ
ธุรกิจร้านสะดวกซื้อในจังหวัดสุรินทร์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 360 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น
(Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มาตรฐาน
ประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 2 ฉบับ คือ ฉบับลูกค้าและ ฉบับร้านค้า โดยแบบสอบถาม ทั้ง 2 ฉบับ
มีเนื้อหาเดียวกัน ต่างกันที่สถานภาพผู้ตอบ จึงหาค่าความเชื่อมั่นรวมเป็นฉบับเดียวได้เท่ากับ 0.9352
วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่
ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน
และปัจจัยภายนอกกับประสิทธิผลร้านสะดวกซื้อโดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน
วิเคราะห์ระดับการส่งผลต่อ ประสิทธิภาพของร้านสะดวกซื้อ ทั้งหมดที่เป็นตัวพยากรณ์โดยใช้สถิติ
Multiple Regression ค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรแบบ
เป็นขั้น (Stepwise Multiple Regression) สร้างสมการพยากรณ์ที่ดีในรูปสมการคะแนนดิบ และสมการ
คะแนนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลการแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม
ปลายเปิด ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน ในภาพรวมพบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D.= 0.48)
เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก 9 ด้าน ได้แก่ด้านบุคลากร ด้านเงินทุน
ด้านทำเลที่ตั้ง/สถานที่ ด้านสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ ด้าน นโยบายและ โครงสร้างการบริหาร

ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านระบบควบคุมและตรวจสอบ และด้านสภาพการใช้ เทคโนโลยี มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง ($\bar{X} = 3.69, 3.66, 3.71, 3.72, 3.64, 3.67, 3.57, 3.61, 3.64$, S.D.= 0.58, 0.55, 0.57, 0.54, 0.57, 0.54, 0.62, 0.61, 0.60) ส่วนด้านกลยุทธ์ทางการตลาด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.47$, S.D.= 0.69)

2. ปัจจัยภายนอกในภาพรวมพบว่า มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D.= 0.63) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านโอกาสทางธุรกิจ ด้านภาวะเศรษฐกิจ ด้านค่านิยม ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 3.68, 3.61, 3.69, 3.65$ S.D.= 0.55, 0.59, 0.52, 0.63) ตามลำดับ

3. ประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวม พบว่ามีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D.= 0.47) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ประสิทธิภาพด้านการเงิน ในภาพรวม ด้านลูกค้า ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการภายใน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และด้านการเรียนรู้ และพัฒนา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66, 3.62, 3.60, 3.68$, S.D.= 0.49, 0.53, 0.57, 0.56) ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวพยากรณ์ ในภาพรวม ได้แก่ ปัจจัยภายใน และ ปัจจัยภายนอกกับประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อ พบดังนี้

4.1 ปัจจัยภายใน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลในภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($r = 0.812$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์ กับประสิทธิผลด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับสูง ($r = 0.614, 0.695, 0.781, 0.718$) กรณีแยกตัวพยากรณ์เป็นตัวแปรย่อย พบว่า ตัวพยากรณ์ ทั้งตัวมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้ออยู่ใน ระดับปานกลาง และสูง ($r = 0.643, 0.660, 0.596, 0.615, 0.676, 0.637, 0.654, 0.644, 0.754, 0.736$) ประสิทธิภาพด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.434, 0.492, 0.444, 0.454, 0.507, 0.502, 0.518, 0.487, 0.591, 0.570$) ประสิทธิภาพด้านลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง และสูง ($r = 0.555, 0.535, 0.490, 0.579, 0.548, 0.556, 0.545, 0.542, 0.676, 0.636$) ประสิทธิภาพด้านกระบวนการภายใน อยู่ในระดับปานกลาง และสูง ($r = 0.619, 0.632, 0.588, 0.575, 0.665, 0.604, 0.638, 0.633, 0.709, 0.698$) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง และสูง ($r = 0.608, 0.621, 0.536, 0.519, 0.617, 0.545, 0.562, 0.565, 0.634, 0.643$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยภายนอก มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อ อยู่ในระดับสูง ($r = 0.813$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับสูง ($r = 0.680, 0.701,$

0.711, 0.666) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลด้านการเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.530, 0.530, 0.592, 0.586$) ประสิทธิผลด้านลูกค้า อยู่ในระดับ ปานกลาง และสูง ($r = 0.586, 0.612, 0.609, 0.579$) ประสิทธิผลด้านกระบวนการภายใน อยู่ในระดับปานกลาง และสูง ($r = 0.631, 0.672, 0.651, 0.554$) และมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผล ด้านการเรียนรู้และพัฒนา อยู่ในระดับปานกลาง และสูง ($r = 0.606, 0.611, 0.611, 0.595$) อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

5. ผลการศึกษาระดับการส่งผลต่อประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อ พบว่าตัวพยากรณ์ ทั้ง 2 ตัว มีระดับการส่งผลต่อประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้ออยู่ในระดับสูงเท่ากับ 0.851 คิดเป็นร้อยละ 72.50 ส่งผลต่อประสิทธิผลด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับสูงเท่ากับ 0.672, 0.733, 0.799, 0.751 คิดเป็นร้อยละ 45.20, 53.70, 63.90, 56.30 กรณีแยกตัวพยากรณ์เป็นตัวแปรย่อย พบว่าระดับการส่งผลต่อประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้ออยู่ในระดับสูงเท่ากับ 0.868 คิดเป็นร้อยละ 75.10 ส่งผลต่อประสิทธิผลด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับสูง เท่ากับ 0.705, 0.764, 0.815, 0.769 คิดเป็นร้อยละ 75.40, 49.70, 58.40, 66.40, 59.10 ตามลำดับ

6. ผลการค้นหาคำพยากรณ์ที่ดีในการพยากรณ์ประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ในภาพรวม พบว่า ตัวพยากรณ์ที่ดี คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยนอก มีอำนาจในการพยากรณ์ อยู่ในระดับสูงสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 72.50 มีอำนาจในการพยากรณ์ประสิทธิผลด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนาอยู่ในระดับสูง สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 45.20, 53.70, 63.90, 56.30 กรณีแยกตัวพยากรณ์ 14 ตัว พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี 6 ตัว ได้แก่ ปัจจัยภายใน ด้านเงินทุน ด้านสินค้าผลิตภัณฑ์ ด้านระบบควบคุม/ตรวจสอบ ด้านการใช้เทคโนโลยีปัจจัยภายนอก ด้านค่านิยม และด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มีอำนาจในการพยากรณ์ อยู่ในระดับสูง สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 75.10 ประสิทธิผลด้านการเงินมีตัวพยากรณ์ที่ดี 4 ตัว ได้แก่ ปัจจัยภายในด้านระบบควบคุม/ตรวจสอบ ด้านการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยภายนอกด้านค่านิยม และด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มีอำนาจในการพยากรณ์อยู่ในระดับสูงสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 48.20 ด้านลูกค้ามีตัวพยากรณ์ที่ดี 4 ตัว ได้แก่ ปัจจัยภายในด้านสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ด้านระบบควบคุม/ตรวจสอบ ด้านการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยภายนอกด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มีอำนาจในการพยากรณ์อยู่ในระดับสูง สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 57.30 ด้านกระบวนการภายในมีตัวพยากรณ์ที่ดี 5 ตัว ได้แก่ ปัจจัยภายในด้านเงินทุน ด้านทำเล/ที่ตั้ง ด้านระบบควบคุม/ตรวจสอบ ด้านการใช้เทคโนโลยี และปัจจัยภายนอกด้านค่านิยม มีอำนาจในการพยากรณ์อยู่ในระดับสูง สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 65.40 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีตัวพยากรณ์ที่ดี 6 ตัว ได้แก่ ปัจจัยภายในด้านบุคลากร ด้านเงินทุน ด้านระบบควบคุม/ตรวจสอบ ด้านการใช้เทคโนโลยี

และปัจจัยภายนอกด้านค่านิยมด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องมีอำนาจในการพยากรณ์อยู่ในระดับสูง สามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 58.70

7. ผลการสร้างสมการพยากรณ์จากตัวพยากรณ์ที่ดี ดังนี้

7.1 ผลการสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อจากตัวพยากรณ์ที่ดีในภาพรวม

7.1.1 การสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อในรูปสมการคะแนนมาตรฐาน และสมการคะแนนดิบ จากตัวพยากรณ์ที่ดี 2 ตัว

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_2 = 0.449Z_{\text{ภายใน}} + 0.443Z_{\text{ภายนอก}}$$

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_2 = 0.502 + 0.430X_{\text{ภายใน}} + 0.431X_{\text{ภายนอก}}$$

7.1.2 การสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิผลการประกอบธุรกิจร้านสะดวกซื้อในรูปสมการคะแนนมาตรฐาน และสมการคะแนนดิบ จากตัวพยากรณ์ที่ดี 6 ตัว

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{12} = 0.257Z_{\text{เงินทุน}} + 0.219Z_{\text{สินค้า}} + 0.179Z_{\text{ควบคุม}} + 0.167Z_{\text{เทคโนโลยี}} + 0.165Z_{\text{ค่านิยม}} + 0.081Z_{\text{กฎหมาย}}$$

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{12} = 0.511 + 0.197X_{\text{เงินทุน}} + 0.172X_{\text{สินค้า}} + 0.132X_{\text{ควบคุม}} + 0.141X_{\text{เทคโนโลยี}} + 0.146X_{\text{ค่านิยม}} + 0.070X_{\text{กฎหมาย}}$$

THAPRANEE MADEE : A STUDY ON FACTORS INFLUENCING THE
EFFECTIVENESS OF THE CONVENIENCE STORE BUSINESS IN SURIN
PROVINCE

MASTER'S DEGREE PROGRAM OF BUSINESS ADMINISTRATION
SURINDRA RAJABHAT UNIVERSITY , ACADEMIC YEAR 2006

ADVISORS : ASST.PROF. DR. THONGSOOK WANSAEN AND ASST. PROF.
PHONNARAT PINGKHANON.

362 P.

The research employed as Correlation Research method. Its objectives were 1) to study the internal and external factors and the effectiveness of the convenience store business in Surin province, 2) to examine the relation between the internal and external factors and the effectiveness of the business in Surin province, 3) to study influencing level of the internal and external factors and the effectiveness of the business in Surin province, 4) to find the good predictors, predicting of the effectiveness of the business in Surin province, and 5) to stipulate the predicting of the effectiveness of the business in Surin province. There were 360 sampling samples selected by stratified random sampling. The research tools to collect data were two five leveled rating scale questionnaires of customers and stores, with differentiate on the status of respondents and it reliability was 0.9352. Collected data were consequently analyzed by SPSS program for Windows, and by statistics such as frequency, percentage, means and standard deviation. Pearson's simple Correlation Coefficient was calculated to find the result of relation between the internal and external factors and the effectiveness of the business. The level influencing the effectiveness of the business and all predictors were analyzed by Multiple Regression. The Stepwise Multiple Regression Analysis was used to find the good predictors. In order to determine the good predicting standardized estimation and unstandardized estimation and analyze opinions and suggestions of respondents open-ended questionnaire, content analysis was applied.

The research findings were found as follows:

1. The overall internal factors were discovered appropriately at high level ($\bar{X}=3.64$, S.D = 0.48). When examined at each aspect it was appropriate at high level in 9 items of personnel,

finance, location /place, goods/products, image, policy and administration structure, public relations, control/checking and technology, which was appropriate at high level (\bar{X} = 3.69, 3.66, 3.71, 3.72, 3.64, 3.67, 3.57, 3.61, 3.64, S.D = 0.58, 0.55, 0.57, 0.54, 0.62, 0.61, 0.60). In marketing strategy aspect, appropriate at middle level (\bar{X} = 3.47, S.D = 0.69).

2. The overall external factors showed that it was appropriate at high level. When examined individually, it was appropriate at high level in 4 items of chance of business, economic condition, popularity, and legal affairs respectively (\bar{X} = 6.68, 3.61, 3.69, 3.65, S.D = 0.55, 0.59, 0.52, 0.63).

3. Concerning the overall effectiveness of the business, the effectiveness was at high level (\bar{X} = 3.64, S.D = 0.47) when considered the finance effectiveness, the overall image was at high level, the customer's at high level, the procedure's at high level and learning and the development's at high level (\bar{X} = 3.66, 3.62, 3.60, 3.68, S.D = 0.49, 0.53, 0.57, 0.56) respectively.

4. The result of overall relation among predictors such as the internal and external factors related with the effectiveness of the business was as follows:

4.1 The internal factor related with the effectiveness was at the high level ($r = 0.812$) with its statistical significant of 0.05. The relation with the effectiveness, finance, customer, internal procedure and learning and development was at high level ($r = 0.614, 0.695, 0.718, 0.781$). In classified cases of predictors as detailed variables, it was found that 10 of them relation and effectiveness of the business at middle level ($r = 0.643, 0.660, 0.596, 0.615, 0.676, 0.637, 0.654, 0.644, 0.754, 0.736$) with finance effectiveness at middle level ($r = 0.434, 0.492, 0.444, 0.454, 0.507, 0.502, 0.518, 0.487, 0.591, 0.570$) customer effectiveness at middle and high level ($r = 0.555, 0.535, 0.490, 0.579, 0.548, 0.556, 0.545, 0.542, 0.676, 0.636$) internal procedure effectiveness at middle level and high level ($r = 0.619, 0.632, 0.588, 0.575, 0.665, 0.604, 0.638, 0.633, 0.709, 0.698$) and the relation with effectiveness of learning and development at middle level and high level. ($r = 0.608, 0.621, 0.536, 0.519, 0.617, 0.545, 0.562, 0.565, 0.634, 0.643$) with its statistical significant of 0.05 respectively

4.2 The external factor related with the effectiveness of the business was at high level ($r = 0.813$), with its statistical significant of 0.05. The relation with finance effectiveness, customer, procedure internal, learning and development was at high level ($r = 0.680, 0.701, 0.716, 0.666$). The relation with finance effectiveness was at middle level ($r = 0.530, 0.592, 0.586$). The effectiveness of the customer aspect was at middle level and high level ($r = 0.586, 0.612, 0.609, 0.579$). The internal

procedure was at middle and high level ($r = 0.631, 0.672, 0.651, 0.554$). The relation with effectiveness of learning and development was at middle and high level ($r = 0.606, 0.611, 0.595$), with its statistical significant of 0.05 respectively.

5. The result of influencing level towards the effectiveness of the business was indicated that 2 predictors attained a high influencing level of 0.851 or 72.50% influencing the effectiveness of finance, customer, procedure internal, learning and development at high level of 0.672, 0.733, 0.799, 0.751 and related to the detailed variables at the percentage of 45.20, 53.70, 63.90, 56.30. In case of separating predictors affecting with influencing level towards the effectiveness of the business, it showed at high level of 0.868 or 75.40 %. Influencing the effectiveness finance, customer, procedure internal, learning and development was at high level 0.705, 0.764, 0.815, 0.769 and related to the variable at the percentage of 75.40, 49.70, 58.40, 66.40, 59.10 respectively.

6. The result in finding good predictors to predict the effectiveness of the business was that the good predictors were the internal and the external factors with their precise and high prediction of 72.50 percent with were precise in predictors effectiveness finance, customer, procedure internal, learning and develop, with their precise and high prediction of 45.20, 53.70 63.90, 56.30 percent. In the case of separating 10 predictors, there were 6 good predictors such as the internal factors of finance, goods/product, control/checking and technology, and the external factors of popularity and legal affairs regarding their precise and high prediction of 72.50 percent. The effectiveness of finance in 4 good predictors such as the internal factors of goods/product, control/ checking, technology external factors of popularity and legal affairs was due to their precise high prediction of 48.20 percent. The effectiveness of the customers 4 good predictors such as the internal factors of goods/product, control/checking, technology external factors of legal affairs was due to their precise and high prediction of 57.30 percent. The internal procedure of 5 good predictors such as the internal factors of finance, location/place, control/checking, technology and external factors of popularity was due to their precise and high prediction of 65.40 percent. The learning and development of 6 good predictors such as the personnel, finance, control/checking technology and external factors of popularity and legal affairs was due to their precise high prediction of 58.70 percent.

7. Results of equation development from good predictors were as follows:

7.1 Results of equation development of effectiveness of the business from overall of good predictors.

7.1.1 The equation development of the business in both estimations of standardized and unstandardized one from 2 good predictors, was as follows:

standardized estimation equation:

$$\hat{Z}_2 = 0.449Z_{\text{internal}} + 0.443Z_{\text{external}}$$

untandardized estimation equation:

$$\hat{Y}_2 = 0.502 + 0.430X_{\text{internal}} + 0.431X_{\text{external}}$$

7.1.2 The equation development of the business in both estimations of standardized and unstandardized one from 6 good predictors, was as follows:

standardized estimation equation:

$$\begin{aligned} \hat{Z}_{12} = & 0.257Z_{\text{finance}} + 0.219Z_{\text{product}} + 0.179Z_{\text{control}} \\ & + 0.167Z_{\text{technology}} + 0.165Z_{\text{popularity}} + 0.081Z_{\text{legal}} \end{aligned}$$

untandardized estimation equation:

$$\begin{aligned} \hat{Y}_{12} = & 0.511 + 0.197X_{\text{finance}} + 0.172X_{\text{product}} + 0.132X_{\text{control}} \\ & + 0.141X_{\text{technology}} + 0.146X_{\text{popularity}} + 0.070X_{\text{legal}} \end{aligned}$$

<http://dr-thongsook.com>