

References

- Aaby Nils E. and Slater F.S. (1989). "Management Influences on Export Performance: A Review of the Empirical Literature 1978-1988." *International Marketing Review*. pp. 7-26.
- Alchian, A. (1950). "Uncertainty, Evolution, and Economic Theory." *Journal of Political Economy*. Vol.58. pp. 211-221.
- Alchian, A. and Demsetz, H. (1972). "Production, Information Costs, and Economic Organization." *American Economic Review*. Vol.62. pp. 777-795.
- Amine, L. and Cavusgil, T. (1986). "Export Marketing Strategies in the British Clothing Industry." *European Journal of Marketing*. pp. 21-23.
- Amit, R.H. and Schoemaker, P.J.H. (1993). "Strategic Assets and Organizational Rent." *Strategic Management Journal*. Vol.14. pp. 33-46.
- Anderson, E. (1990). "Two Firms, One Frontier: On Assessing Joint Venture Performance." *Sloan Management Review*. Vol.31. pp. 19-30.
- Anderson, E. and Gatignon, H. (1986). "Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Proposition." *Journal of International Business Studies*. Fall. pp.1-26.
- Attiyeh, R.S. and Wenner, D.L. (1981). "Critical Mass: Key to Export Profits." *The McKinsey Quarterly*. Winter. pp. 73-78.
- Axinn, C.N. (1988). "Export Performance: Do Managerial Perceptions Make a Difference?" *International Marketing Review*. pp. 61-71.
- Ayal, I. (1982). "Industry Export Performance: Assessment and Prediction." *Journal of Marketing*. Summer. Vol.46. pp. 51-61.
- Ayal, I. and Zif, J. (1979). "Market Expansion Strategies in Multinational Marketing." *Journal of Marketing*. Spring. Vol.43. pp. 84-94.
- Azzone, G., Bertele, U., and Rangone, A. (1995). "Measuring Resources for Supporting Resources-based Competition." *Management Decision*. Vol.33. pp. 57-62.
- Banks, J.C. and Beamish, P.W. (1987). "Equity Joint Ventures and the Theory of the Multinational Enterprise." *Journal of International Business Studies*. Summer. Vol.18. pp. 1-16.
- Barney, J.B. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management*. Vol.17 (1). pp. 99-120.
- Barney, J.B. (1986a). "Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy." *Management Science*. Vol.32 (10). pp. 1231-1241.
- Barney, J.B. (1986b). "Organizational Culture: Can it be a Source of Sustained Competitive Advantage?" *Academy of Management Review*. Vol.11. pp.656-665.
- Barney, J.B. (1986c). "Types of Competition and the Theory of Strategy: Toward an Integrative Framework." *Academy of Management Review*. Vol.11. pp.791-800.
- Bartlett, C.A. and Ghoshal, S. (1989). *Managing Across Borders: The transnational Solution*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Bates, K.A. and Flynn, E.J. (1995). "Innovation History and Competitive Advantage: A Resource-based View Analysis of Manufacturing Technology Innovations." *Academy of Management Journal*. pp. 235-239.
- Beamish, P.W. and Munro, H.J. (1987). "Exporting for Successes as a Small Canadian Manufacturer." *Journal of Small Business and Entrepreneurship*. Vol.4. Spring. pp. 38-43.
- Bello, D.C., Urban, D.J., and Verhage, B.J. (1991). "Evaluating Export Middlemen in Alternative Channel Structures." *International Marketing Review*. Vol.8, No.5. pp. 49-64.
- BETRO Trust Committee. (1976). *Concentration on Key Markets*. London: Royal Society of Arts.
- Bijmolt, Tammo, H.A. and Zwart, P.S. (1994). "The Impact of Internal Factors on the Export Success of Dutch Small and Medium-sized Firms." *Journal of Business Management*. April. pp. 69-78.
- Bilkey, W. J. (1985). "Development of Export Marketing Guidelines." *International Marketing Review*. Vol.2. No.1. Spring. pp. 31-40.
- Bilkey, W. J. (1982). "Variables Associated with Export Profitability." *Journal of International Business Studies*. Fall. Vol. 13. pp. 39-55.

- Bilkey, W. J. (1978). "An Attempted Integration of the Literature on the Export Behavior of Firms." *Journal of International Business Studies*. Spring / Summer, pp. 33-46.
- Bilkey, W. J. and Tesar, G. (1977). "The Export Behavior of Smaller Sized Wisconsin Manufacturing Firms." *Journal of International Business Studies*. (Spring/Summer). Vol.7, pp. 93-98.
- Bodur, M. (1986). "A Study of the Nature and Intensity of Problems Experienced by Turkish Exporting Firms." *Advances in International Marketing*. Greenwich, CT:JAI Press.
- BOI. (1996). "The investment Environment in Thailand." *Office of the Board of Investment*. Office of the Prime Minister, Royal Thai Government, June.
- BOTB. (1987). *Into Active Exporting, an Occasional Paper of the British Overseas Trade Board*. London.
- Bonaccorsi, A. (1992). "On the relationship between Firm Size and export Intensity." *Journal of International Business Studies*. Vol.23, Fourth Quarter, pp. 605-653.
- Bourandas, D. and Halikias, J. (1991). "Discriminating Variables between Systematic and Non-systematic Exporting Manufacturing Firms in Greece." *Journal of Global Marketing*. Vol.4, No.2, pp. 21-38.
- Bradley, F. (1991). *International Marketing Strategy*. UK: Prentice Hall International.
- Brezzo, R. and Perkal, I. (1983). The Role of Marketing Incentives in Export Promotion: The Uruguayan Case. In Michael R. Czinkota et al., (ed.), *Export Promotion: The Public and Private Sector Interaction*, pp. 51-65. New York: Praeger.
- Buckley, P.J. and Casson, M. (1976). *The Future of the Multinational Enterprises*. New York: Holmes & Meier.
- Burton, F. N. and Schlegelmilch, B.B. (1987). "Profile Analysis of Non-exporters versus Exporters Grouped by Export Involvement." *International Management Review*. Vol. 27 No.1, pp. 38-49.
- Calvet, A. L. (1981). "A Synthesis of Foreign Direct Investment Theories and Theories of the Multinational Firm." *Journal of International Business Studies*. Vol.12(1), pp. 43-59.
- Casson, M.C. (1982). *The Entrepreneur: An Economic Theory*. Oxford, England: Blackwell.
- Caudron, S. (1997). "Forget Image It's your Reputation that Matters." *Industry Week*. Vol.246, pp. 13-16.
- Caves, R.E. and et al. (1980). "Industrial Organization, Corporate Strategy and Structure." *Journal of Economic Literature* XIII, March, pp. 64-92.
- Cavusgil, S.T. (1984). "Differences among Exporting Firms Based on their Degree of Internationalization." *Journal of Business Research*. Vol.21 No.3, pp. 195-208.
- Cavusgil, S.T. (1984a). "Organizational Characteristics Associated with Export Activity." *Journal of Management Studies*. Vol.21 No.1, pp. 3-22.
- Cavusgil, S.T. (1976). "Organizational Determinants of Firms' Export Behaviour: An Empirical Analysis." *Unpublished Phd. Dissertation*. University of Wisconsin-Madison.
- Cavusgil, S.T. and Nevin, J.R. (1981). "Internal Determinants of Export Marketing Behavior: An Empirical Investigation." *Journal of Marketing Research*. February, Vol.18, pp. 114-119.
- Cavusgil, S.T. and Noar, J. (1987). "Firm and Management Characteristics as Discriminators of Export Marketing Behaviour." *Journal of Business Research*. Vol.15, No.3, pp. 221-235.
- Chang, S.J. (1995). "International Expansion Strategy of Japanese Firms: Capability building through Sequential Entry." *Academy of Management Journal*. Vol.38, pp. 383-407.
- Chi, T. (1994). "Trading in Strategic Resources: Necessary Conditions, Transaction Cost Problems, and Choice of exchange Structure." *Strategic Management Journal*. Vol.15, pp. 271-290.
- Christensen, C.H., da Rocha, A., and Gertner, R.K. (1987). "An Empirical Investigation of the Factors Influencing Exporting Success of Brazilian Firms." *Journal of Business Studies*. Fall, pp. 61-77.
- Clark, M. and Bartolomeo, R. (1965). "Interorganizational Pattern in Education." *Administrative Science Quarterly*. Vol.10, pp. 224-237.
- Collis, J.D. and Montgomery, C.A. (1995). "How Can You Create and Sustain a Profitable Strategy?: Competing on Resources: Strategy in the 1990s." *Harvard Business Review*. July-August, pp. 118-128.
- Collis, A.J. (1991). "A Resource-based Analysis of Global Competition: The Case of the Bearings Industry." *Strategic Management Journal*. Vol.12, pp. 49-68.

- Conlan-Ayache, G. (1991). "European Exports to Japan: Successes and Failures." *Journal of European Trends*. pp. 66-69.
- Contractor, F.J. and Lorange, P. (1988). *Cooperative Strategies in International Business: Joint Ventures and Technology Partnerships Between Firms*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Connor, K. (1991). "A Historical Comparison of Resource-based Theory and Five Schools of Thought within Industrial Organization Economics: Do We Have a New Theory of the Time?." *Journal of Management*. Vol.17(1), pp. 121-154.
- Cool, K. and Schendel, D. (1988). "Performance Differences among Strategic Group Members." *Strategic Management Journal*. Vol.9, pp. 207-223.
- Cooper, R.G. and Kleinschmidt, E.J. (1985). "The Impact of Export Strategy on Export Sales Performance." *Journal of International Business Studies*. Spring. Vol.15, pp. 37-55.
- Cronbach, L.J. (1982). *Designing Evaluations of Educational and Social Programs*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Cox, E. (1980). "The Optimal Number of Response Alternatives for a Scale: A Review." *Journal of Marketing Research*. Vol.17, pp. 407-422.
- Cray, D. (1984). "Control and Coordination in Multinational Corporations." *Journal of International Business Studies*. Fall. Vol.15, pp. 85-98.
- Cunningham, M.T. and Spigel, R. I. (1971). "A Study in Successful Exporting." *British Journal of Marketing*. Spring. Vol.5, pp. 2-12.
- Czinkota, M.R. and Johnston W.J. (1983). "Exporting: Does Sales Volume Make a Difference?." *Journal of International Business Studies*. Spring/Summer, pp. 147-153.
- Czinkota, M.R. and Johnston W.J. (1981). "Segmenting US Firms for Export Development." *Journal of Business Research*. Vol.9, pp. 353-365.
- Czinkota, M.R., Ronkainen, I.A., and Moffet, M.H. (1992). *International Business*. Fourth Edition, The Dryden Press.
- Daniels, J.D. and Robles, F. (1982). "The Choice of Technology and Export Commitment: The Peruvian Textile Industry." *Journal of International Business Studies*. Vol. 13. Spring/Summer, pp. 66-87.
- Dasgupta, A. and Siddharthan, N.S. (1985). "Industrial Distribution of Indian Exports and Joint Ventures Abroad." *Development and Change*. Vol.16, pp. 159-174.
- Davis, R. and Thomas, L.G. (1993). "Direct Estimation of Synergy: A New Approach to the Diversity-Performance Debate." *Management Science*. Vol.39, pp. 1334-1346.
- Day, A.J. (1976). *Exporting for Profit*. London: Graham and Trotman.
- Dess, G.G. and Davis, P.S. (1984). "Porter's (1980). Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational Performance." *Academy of Management Journal*. Vol.27, September, pp. 467-488.
- Dess, G.G. and Robinson B. Richard, Jr. (1984). "Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures: The Cases of the Privately-held Firm and Conglomerate Business Unit". *Strategic Management Journal*. Vol.5(3), pp. 265-273.
- Diamantopoulos, A. and Inglis, K. (1988). "Identifying Differences Between High- and Low-Involvement Exporters." *International Marketing Review*. Vol.5, Summer, pp. 52-60.
- Dierickx, I. and Cool, K. (1989). "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage." *Management Science*. Vol.35, (12), pp. 1504 -1514.
- Dominguez, L.V. and Sequeira, C.G. (1993). "Determinants of LDC Exporters' Performance: A Cross-National Study." *Journal of International Business Studies*. First Quarter, pp. 19-40.
- Douglas Mercedes. (1996). "The Strategies and Characteristics of Exporting SMEs: A Study of Peruvian Firms." *Marketing in the Third World*. Vol.9, pp. 35-56.
- Dunning, J.H. (1993). *Multinational Enterprises and the Global Economy*. NY: Addison-Wesley. pp. 568-571.
- Dunning, J.H. (1988). "The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and some Possible Extensions." *Journal of International Business Studies*. Vol.19, pp.1-31.
- Dunning, J.H. (1983). "Market Power of the firm and International Transfer of Technology." *International Journal of Industrial Organization*. Vol.1, pp. 333-351.

- Dunning, J.H. (1977). Trade, Location of Economic Activity and the MNE: A Search for an Eclectic Approach. In Bertil Ohlin, Per Ove Hesselborn and Per M. Wijkman, (ed.), *The International Allocation of Economic Activity*, pp. 395-418. New York: Holmes & Meier.
- Erramilli, M.K. (1991). "The Experience Factor in Foreign Market Entry Behaviour of Service Firms." *Journal of International Business Studies*, Vol.22, Third Quarter, pp. 479-501.
- Etzioni, A. (1965). *Organizational Control Structure*. In J.G. March, (ed.), *Handbook of Organization*, pp. 650-677. Chicago: Rand McNally.
- Expoters Review. (1997). Benefit for Special Exporters. Vol.246, November, pp. 55-60.
- Farjoun, M. (1994). "Beyond Industry Boundaries: Human Expertise, Diversification, and Resource-related Industry Groups." *Organization Science*, Vol.5, pp. 185-199.
- Finkelstein, S. and Hambrick, D.C. (1990). "Top-management-team Tenure and Organizational Outcomes: The Moderating Role of Managerial Discretion." *Administrative Science Quarterly*, Vol.(35), pp. 484-503.
- Fisher, Anne, B. (1996). "Corporate Reputations: Come backs and Comeuppances." *Fortune*, March, pp. 48-56.
- Fredrickson, J.W. and Mitchell, T.R. (1984). "Strategic Decision Processes: Comprehensiveness and Performance in an Industry with an unstable Environment." *Academy of Management Journal*, Vol. 27, pp. 399-423.
- Fulwiler, R. (1995). "Leadership: Key to Building Organizational Capability." *Occupational Hazards*, Vol.57(7), pp. 43-45.
- Gatignon, H. and Anderson, E. (1988). "Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions." *Journal of International Business Studies*, Fall, Vol.17(3), pp. 1-26.
- Gatignon, H. and Xuereb, J. (1997). "Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance." *Journal of Marketing Research*, Vol.34, pp.77-90.
- Gebhart, J. (1996). "Reputation: Realizing Value from the Corporate Image." *Sloan Management Review*, Vol.37, pp. 116.
- Gemunden, H.G. (1991). "Success Factors of Export Marketing." *Challenging the Marketing Literature*, pp. 33-62.
- Geringer, J.M. (1988). *Joint Venture Partner Selection: Strategies for Developed Countries*. Westport, Conn.: Quorum Books.
- Geringer, J.M. and Herbert, L. (1991). "Measuring Performance of International Joint Ventures." *Journal of International Business Studies*, Second quarter, pp. 249-263.
- Geringer, J.M. and Herbert, L. (1989). "Control and Performance of International Joint Ventures." *Journal of International Business Studies*, Vol.20, pp. 235-254.
- Ghymn, K. (1983). "The Relative Importance of Import Decision Variables." *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.11, Summer, pp. 304-312.
- Gomes-Mejia, L.R. (1988). "The Role of Human Resources Strategy in Export Performance: A Longitudinal Study." *Strategic Management Journal*, Vol.9, pp. 493-505.
- Gottko, J. and McMahon, R.O. (1988). "Export Marketing Activities of Small to Medium Sized Manufacturers." *Paper presented at the annual meeting of Western Marketing Association*, California: Newport Beach.
- Grant, R.M. (1991). "The Resource-based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation." *California Management Review*, Vol.33(3), pp. 114-135.
- Gripsrud, G. (1990). "The Determinants of Export Decisions and Attitudes to a Distant Market Norwegian Fishery Exports to Japan." *Journal of International Business Studies*, Vol.21., Third Quarter, pp. 469-485.
- Groke, P.O. and Kreidle, J.R. (1967). "Export! Why or Why not? Managerial Attitude and Action for Small Sized Business Firms." *Business and Society*, Vol.8, pp. 7-12.
- Gronhaug, K. and Lorenzen, T. (1982). "Exploring Industrial Export Strategies." in *An Assessment of Marketing Through and Practice*, *American Marketing Association Proceedings*, Vol. 48, pp. 294-298.
- Gruher, W.H., Mehta, D. and Vernon, R. (1967). "The R&D Factor in International Trade and Investment of U.S. Industries." *Journal of Political Economy*, Vol.75, pp. 20-37.
- Hage, J., Aiken, M., and Marret, C.B. (1971). "Organization Structure and Communications." *American Sociological Review*, October, pp. 860-871.
- Hamel, G. and Prahalad, C.K. (1990). "The Core Competence of the Corporation." *Harvard Business Review*, May/June, pp. 70-91.

- Hair, J.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black W.C. (1995). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Hamermesh, R.G., Anderson, M.J., and Harris, J.E. (1978). "Strategies for Low Market Share Businesses." *Harvard Business Review*. May/June, pp. 95-102.
- Hamilton, R.T. and Shergill. (1993). "Extent of Diversification and Company Performance: the New Zealand Evidence." *Managerial and Decision Economics*. Vol.14. pp. 47-52.
- Hammond, S.A. and Slocum, J.W. (1996). "The Impact of Prior Firm Financial Performance on Subsequent Corporate Reputation." *Journal of Business Ethics*. Vol.15(2). pp. 159-165.
- Haug, P. (1991). "Survey Evidence on the International Operations of High Technology Firms." *Management International Review*. Vol.31, No.1, pp. 63-77.
- Hedberge, R. (1981). "How Organizations Learn and Unlearn," In N.C. Nystrom and W.H. Starbuck, (ed.) *Handbook of Organization Design*. Oxford: Oxford University Press.
- Helfat, C. (1994). "Firm Specificity in Corporate Applied R&D". *Organization Science*. Vol.5, pp. 173-184.
- Henderson, R. and Cockburn, I. (1994). "Measuring Competence: Exploring Firm-Effects in Pharmaceutical Research." *Strategic Management Journal*. Winter Special Issue, Vol. 15.
- Hill, C.W.L. (1991). "A Paradigm for Strategic Management: The Resource Based View of the Firm." *Working Paper*. University of Washington, Seattle, WA.
- Hill, C.W.L., Hwang, P., and Kim, W.C. (1990). "An Eclectic Theory of the Choice of International Entry Mode." *Strategic Management Journal*. Vol.11, pp. 117-128.
- Hill, C.W.L. and Kim, W.C. (1988). "Searching for a Dynamic Theory of the Multinational Enterprise: A Transaction Cost Model." *Strategic Management Journal*. Vol. 9, pp. 93-104.
- Hirsch, S. (1970). "Technological Factors in the Composition and Direction of Israel's Industrial Export." In Raymond Vernon, (ed.), *The Technology Factor in International Trade*, pp. 356-408. New York: Columbia University Press.
- Hitt, M.A. and Ireland, R.D. (1985). "Corporate Distinctive Competence, Strategy, Industry and Performance." *Strategic Management Journal*. Vol.6, pp. 273-293.
- Hobday, M. (1994). "Export-led Technology Development in the Four Dragons: The Case of Electronics." *Development and Change*. Vol.25, pp. 333-361
- Hofer, C.W. and Schendel, D.E. (1978). *Strategy Formulation: Analytical Concepts*. West Publishing, St. Paul, MN, pp. 145-148.
- Horaguchi, H. and Toyne, B. (1990). "Setting the Record Straight: Hymer, Internalization Theory and Transaction Cost Economics." *Journal of International Business Studies*. Third Quarter, Vol.21, pp. 487-494.
- Hughes, K. (1986). *Export and Technology*. (n.p.): Cambridge University Press.
- Itami, H. and Roehl, T.W. (1987). *Mobilizing Invisible Assets*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- ITI. (1979). *Barclays Bank Report on Export Development in France, Germany, and the United Kingdom: Factors for International Success*. London: Barclays Bank International.
- Jacobson, R. (1992). "The Austrian school of strategy." *Academy of Management Review*. Vol. 17, No.4, pp. 782-807.
- Jeannot, J.P. and Hennessey, D.H. (1988). *International Marketing Management, Strategies and Cases*. Boston: Houghton Mifflin.
- Johnson, H. (1970). "The Efficiency and Welfare Implication of the Multinational Corporation". In C.P. Kindleberger, (ed.), *The International Corporation*, Chapter 2. MIT Press.
- Johanson, J. and Vahlne, J.E. (1990). "The Mechanism of Internationalization." *International Marketing Review*. Vol.7, No.4, pp. 11-24.
- Johnston, W.J. and Czinkota, M.R. (1982). "Managerial Motivations as Determinants of Industrial Export Behavior." *Export Management*, pp. 3-17.
- Joynt, P. (1982). "An Empirical Study of Norwegian Export Behaviour." In Czinkota, M.R. and Tesar, G. (ed.), *Export Management: An International Context*, pp. 55-69.
- Jung, K.H. (1984). "Firm Characteristics, Strategy and Performance of Exporting Companies in Korea." *Paper presented at the Academy of International Business (AIB), Annual Meeting in Cleveland, Ohio, October.*

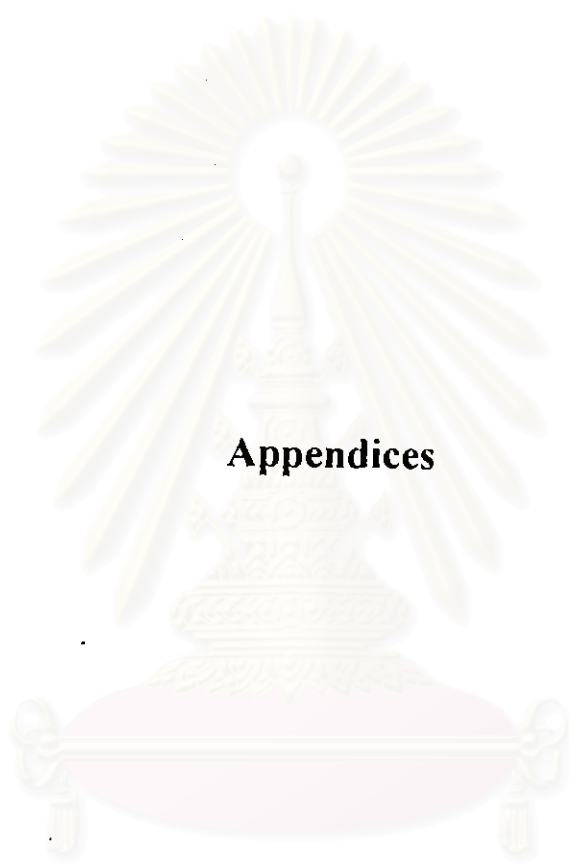
- Karafakioglu, M. (1986). "Export Activities of Turkish Manufacturers." *International Marketing Review*, Vol.3(4), pp. 34-43.
- Katsikeas, C.S. (1994). "Export Competitive Advantages: The Relevance of Firm Characteristics." *International Marketing Review*, Vol.11, No.3, pp. 33-53.
- Katsikeas, C.S. and Piercy, N.F. (1990). "The Relationship between Greek Export Manufacturers and UK Importers: The Dimension of Exercised Power." *Journal of Marketing Management*, Vol.6, No.3, pp. 239-256.
- Keats, B.W. and Hitt, M.A. (1988). "A Causal Model of Linkages among Environmental Dimensions, Macro Organizational Characteristics, and Performance." *Academy of Management Journal*, Vol.31, pp. 570-598.
- Keng, K.A. and Juan, T.S. (1989). "Differences between Small and Medium Size Exporting and Non-Exporting Firms: Nature or Nurture." *International Marketing Review*, Vol.4, pp. 27-40.
- Killing, J.P., (1983). *Strategies for Joint Venture Success*. New York: Praeger.
- Kim, K. (1992). *The Determinants of Foreign Direct Investments and International Factors in the Stock Valuation in Korea: An Empirical Study*. Temple University, pp. 173.
- Kim, W.C. and Hwang, P. (1992). "Global Strategy and Multinationals' Entry Mode Choice." *Journal of International Business Studies*, Vol.23, First quarter, pp. 29-53.
- Kirpalani, V.H. and MacIntosh, N.B. (1980). "International Marketing Effectiveness of Technology-Oriented Small Firms." *Journal of International Business Studies*, Winter, pp. 81-90.
- Kogut, B. and Zander, U. (1993). "Knowledge of the Firm and the Evolutionary Theory of the Multinational Corporation." *Journal of International Business Studies*, Fourth Quarter, Vol.24(4), pp. 625-645.
- Kogut, B. (1991b). "Country Capabilities and the Permeability of Borders." *Strategic Management Journal*, Vol.12, pp. 33-47.
- Komiya, R. (1972). "Direct Foreign Investment in Postwar Japan." In P.Drysdale, (ed.), *Direct Foreign Investment in Asia and the Pacific*. Canberra: Australian National University Press.
- Korbin, S.J. (1991). "An Empirical Analysis of the Determinants of Global Integration." *Strategic Management Journal*, Vol.12, pp. 17-31.
- Korth, C.M. (1991). "Help for Exporters." *Business and Economic Review*, Vol.37, July-September, pp. 37-38.
- Krugman, P.R., Tsiddon, D. and Brezis, E.S. (1993). "Leapfrogging in International Competition: A Theory of Cycles in National Technological Leadership." *American Economic Review*, December, Vol.83(5), pp. 1211-1219.
- Kumar, N. (1990). *Multinational Enterprises in India: Industrial Distribution, Characteristics, and Performance*. London and New York: Routledge.
- Kumar, N. and Siddharthan, N.S. (1994). "Technology, Firm Size and Export Behaviour in Developing Countries: The Case of Indian Enterprises." *The Journal of Development Studies*, Vol.31, No.2, December, pp. 289-309.
- Lecraw, D.J. (1984). "Bargaining Power, Ownership, and Profitability of Subsidiaries of Transnational Corporations in Developing Countries." *Journal of International Business Studies*, Vol.15, pp. 27-43.
- Laird, S. and Yeats, A. (1989). "Nontariff Barriers of Developed Countries Countries, 1966-1986." *Finance & Development*, March, pp.12-13.
- Lee, C. and Yang, Y. (1990). "Impact of Export Market Expansion Strategy on Export Performance." *International Marketing Review*, pp. 41-51.
- Leonard-Barton, D. (1992). "Core Capabilities and Core Rigidities: A Paradox in Managing New Product Development." *Strategic Management Journal*, Summer Special Issue, Vol.13, pp. 111-126.
- Leonidou, L. (1988). "Factors Affecting the Decision to Purchase from Third World Manufacturers: The British Experience." *European Management Journal*, Vol.6, No.3, pp. 262-268.
- Lippman, S.A. and Rumelt, R.P. (1982). "Uncertain Imitability: An Analysis of Interfirm Differences in Efficiency under Competition." *Bell Journal of Economics*, Vol.23, pp. 418-438.
- Louter, P.J. Ouwerkerk, C., and Bakker, B.A. (1991). "An Inquiry into Successful Exporting." *European Journal of Marketing*, Vol. 25, pp. 7-23.
- Lutz, J.M. and Green, R.T. (1983). "The Product Life Cycle and the Export Position of the United States." *Journal of International Business Studies*, Winter, Vol.14, pp. 76-85.
- Madsen, T. (1989). "Successful Export Marketing Management: Some Empirical Evidence." *International Marketing Review*, pp. 41-57.

- Magee, S. (1977). Information and the Multinational Corporation: An Appropriability Theory of Foreign Direct Investment. In Jagdish N. Bhagwati, (ed.), *The New International Economic Order*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Mahoney, J. T. and Pandian, J. R. (1992). "The Resource-based View within the Conversation of Strategic Management." *Strategic Management Journal*. Vol.13(5), pp. 363-380.
- Malekzadeh, A.R. and Nahavandi, A. (1985). "Small Business Exporting: Misconceptions are Ahundant." *American Journal of Small Business*. Vol.9 No.4, pp. 7-14.
- March, J.G. (1991). "Exploration and Exploitation." *Organizational Science*. Vol.2, pp. 71-87.
- Markides, C. and Williamson, P. (1996). *Academy of Management Journal*. Vol.39, pp. 340-367.
- Martin, J., Feldman, M.S., Hatch, M.J., and Sitkin, S. (1983). "The Uniqueness Paradox in Organizational Stories." *Administrative Science Quarterly*. Vol.28, pp. 438-453.
- Mayer, C. and Flynn, J. (1993). "Canadian Small Business Abroad: Opportunities, Aids and Experience." *The Business Quarterly*, Winter, pp. 33-47.
- McDougal, G. H., and Stening, B.W. (1975). "Something to Think about: Identifying the High Performance Exporters." *Canada Commerce*, December, pp. 12-15.
- McGuinness, N.W., (1978). "The Impact of Technology and Product Characteristics on the Export Performance of New Industrial Products." *Journal of Marketing*, Spring, pp. 110-122.
- McKelvey, B. (1983). *Organizational Systematic: Taxonomy, Evolution, Classification*. Berkeley: University of California.
- McManus, J. (1972). *The theory of the international firm*. In G. Paquet, editor, *The Multinational Firm and the Nation State*. Ontario: Collier Macmillan Canada.
- Menezes, D. and Elbert, N.F. (1979). "Iternative Semantic Scaling Formats for Measuring Store Image : An Evaluation." *Journal of Marketing Research*, Vol.16, February, pp. 80-87.
- Miesenbock, K.J. (1988). "Small Business and Exporting: A Literature Review." *International Small Business Journal*. pp. 42-61.
- Miller, K.D., Droge, C. and Toulouse, J., (1988) "Strategic Process and Content as Mediators between Organizational Context and Structure." *Academy of Management Journal*. Vol.31, pp. 544-569.
- Miller, K.D. and Shamsie, J. (1995). "A Contingent Application of the Eesource-based View of the Firm: The Hollywood Film Studios from 1936 to 1965." *Academy of Management Journal*. pp. 57-61.
- MOI. (1998). *Industrial Restructuring Plan Year 1998-2002*, Strategic and Action Plan for Industrial Restructuring, National Industrial Committee, June, 17, pp. 1-67.
- Moingeon, B. and Edmondson, A. (1996). *Organizational Learning and Competitive Advantage*. Sage Publications: London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Montgomery, C.A. (1995). "Of Diamonds and Rust: A New Look at Resources." In C.A. Montgomery (ed.), *Resources in an Evolutionary Perspective: A Synthesis of Evolutionary and Resource-based Approaches to Strategy*. MA: Kluwer Academic, Norwell, and Dordrech.
- Moon, J. and Lee, H. (1990). "On the Internal Correlated of Export Stage Development: An Empirical Investigation in the Korean Electronics Industry." *International Marketing Review*. Vol.7, No.5, pp. 16-26.
- Murray, J.Y., Kotabe, M., and Wildt, A.R. (1995). "Strategie and Financial Performance Implications of Glohal Sourcing Strategy: A Contingency Analysis." *Journal of International Business Studies*, First Quarter, Vol.26(1), pp. 181-202.
- Namiki, N. (1988). "Export Strategy for Small Business." *Journal of Small Business Management*, April, pp. 32-37.
- Nanda, A. (1996). "Resources, Capabilities and Competencies." In B. Moingeon & A. Edmondson, (ed.), *Organizational Learning and Competitive Advantage*. pp.93-120. (n.p.): Sage Publications.
- Naver, J.C. and Slater, S.F. (1990). "The Effect of a Market Orientation and Business Profitability." *Journal of Marketing*. Vol.54, pp.20-35.
- Nelson, R. and Winter, S. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Ogram, E.W., Jr. (1982). "Exporters and Non-exporters: A Profile of Small Manufacturing Firms in Georgia." In Czinkota, M.R. and Tesar, G. (ed.), *Export Management: An International Context*, pp. 70-84. New York: Praeger.

- Olson, L.B. and Singsuwan, K. (1997). "The Effect of Partnership, Communication, and Conflict Resolution Behaviors on Performance Success of Strategic Alliances: American and Thai Perspective." In P.W. Beamish and J.P. Killing. (ed.), *Cooperative Strategies: Asian Perspectives*. San Francisco: The New Lexington Press.
- Parkhe, A. (1997). "Interfirm Diversity, Organizational Learning, and Longevity in Global Strategic Alliances." *Journal of International Business Studies*. Vol.24(4), pp. 579-602.
- Pfeffer, J. and Nowak, P. (1976). "Joint Ventures and Interorganizational Interdependence." *Administrative Science Quarterly*. Vol.21, pp. 315-339.
- Penhazur, E.J. and Kerlinger, F.N. (1973). *Multiple Regression in Behavioral Research*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Penrose, E. (1959). *The Theory of the Growth of the Firms*. New York: John Wiley and Sons.
- Permuter, H. (1969). "The Tortuous Evaluation of the Multinational Corporation." *Columbia Journal of World Business*. Vol.4, No.1, pp. 9-18.
- Peteraf, M.A. (1993). "The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View." *Strategic Management Journal*. Vol.14(3), pp. 179-191.
- Peters, T.J. and Waterman, R.H. (1982). *In Search of Excellence*. New York: Harper and Row.
- Piercy, N.F. (1981a). "British Export Market Selection and Pricing." *Industrial Marketing Management*. Vol.10, pp. 287-297.
- Piercy, N.F. (1982). *Export Strategy: Markets and Competition*. (n.p.): Allen and Unwin.
- Pinney, J.K. (1970). *Process of Commitment to Foreign Trade*. Indiana Department of Commerce.
- Polanyi, M. (1967). *The Tacit Dimension*. New York: Doubleday.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: The Free Press.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
- Reed, R. and DeFillippi, R.J. (1990). "Casual Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage." *Academy of Management Review*. January, Vol.15, pp. 88-102.
- Reid, S.D. (1986). "Is Technology Linked with Export Performance in Small Firms?" In Hubner (ed.), *The Art and Science of Innovation Management*, pp. 273-283. Elsevier Science Publishers, Amsterdam.
- Reid, S.D. (1983). "Managerial and Firm Influences on Export Behavior." *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol.11 No.3, Summer, pp. 323-332.
- Reid, S.D. (1982). "The Impact of Size on Export Behaviour in Small Firms." In Czinkota, M.R. and Tesar, G. (ed.), *Export Management: An International Context*, pp. 18-39. New York: Praeger Publishers.
- Rosson, P.J. (1984). "Success Factors in Manufacturer-Overseas Distributor Relationships in International Marketing." In Kaynak, E. (ed.), *International Marketing Management*, pp. 91-107. New York: Praeger Publisher.
- Rosson, P.J. and Ford, L.D. (1982). "Manufacturer-Overseas Distributor Relations and Export Performance." *Journal of International Business Studies*, Fall, pp. 57-72.
- Roth, K. (1995) "Managing International Interdependence: CEO Characteristics in A Resource-Based Framework." *Academy of Management Journal*, Vol.38, pp.200-231.
- Rugman, A.M. (1981). *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*. New York: Columbia University Press.
- Rugman, A.M. Lecraw, D.J. and Booth, L.D. (1985). *International Business*. (n.p.): McGraw-Hill Book.
- Rumelt, R.P. (1991). "How Much Does Industry Matter?" *Strategic Management Journal*, Vol.12, pp. 167-185.
- Rumelt, R.P. (1984). "Towards a Strategic Theory of the Firm." In R. Lamb (ed.), *Competitive Strategic Management*, pp. 556-570. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Samiee, S. and Walters P.G. (1990). "Influence of Firm Size on Export Planning and Performance." *Journal of Business Research*, pp. 235-248.
- Schlegelmilch, B.B. (1986). "Can Export Performance be Explained by Attitudinal Differences?" *Managerial Decision Economics*. Vol.7, pp. 249-254.
- Selznick, P. (1957). *Leadership and Administration: A Sociological Interpretation*. Evanston, IL: Pew, Peterson, and Co.

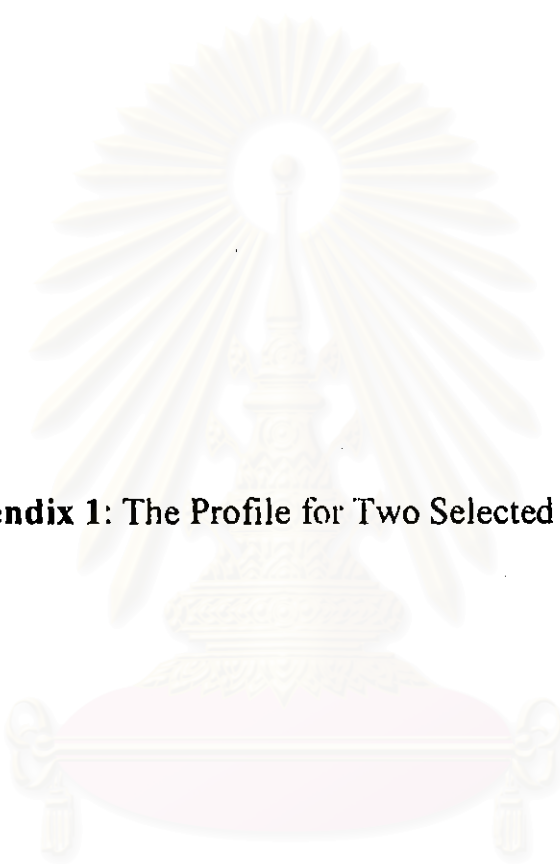
- Springhaus, F.H.R. (1993). "Comparative Marketing Behaviour of Canadian and Austrian Hightech Exporters," *Management International Review*, Vol.33, pp. 247-269.
- Siddharthan, N.S. and Kumar, N. (1990). "The Determinants of the Inter-industry Variations in the Proportion of Intra-firm Trade: The Behaviour of the US Multinationals," *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol.126, pp. 581-590.
- Simmonds, K. and Smith, H. (1968). "The First Exporting Order: A Marketing Innovation," *British Journal of Marketing*, Summer, Vol.2 pp. 93-100.
- Slevin, D.P. and Covin, J.G. (1997). "Strategy Formation Patterns, Performance, and the Significance of Context," *Journal of Management*, Vol.23, No.2, pp. 189-209.
- Snow, C.C. and Hrebiniak, L.G. (1980). "Strategy, Distinctive Competence, and Organizational Performance," *Administrative Science Quarterly*, Vol.25, pp. 317-336.
- Soete, L. (1987). "The Impact of Technological Innovation on International Trade Patterns: The Evidence Reconsidered," *Research Policy*, Vol.16, pp. 101-130.
- Soete, L. (1981). "A General Test of Technology Gap Theory," *Weltwirtschaftliches Archiv*, Vol.117, pp. 638-659.
- Sood, J. H. and Adams, P. (1984). "Model of Management Learning Styles as a Predictor of Export Behavior and Performance," *Journal of Business Research*, pp. 169-182.
- Srinivasan, K. (1993). "Three Essays on Foreign Investment (Joint Venture, Taxation, Subsidy)," *Dissertation*, Indiana University, pp. 151.
- Sriram, V. and Sapienza, H. (1991). "An Empirical Investigation of the Role of Marketing for Small Exporters," *Journal of Small Business Management*, October, Vol.29, pp. 33-43.
- Stata, R. (1989). "Organizational Learning-The Key to Management Learning," *Sloan Management Review*, Vol.30, pp. 63-74.
- Stevenson, H.H. (1976). "Defining Corporate Strengths and Weaknesses," *Sloan Management Review*, Spring, pp.51-68.
- Sullivan, D. and Bauerschmidt, A. (1989). "Common Factors Underlying Barriers to Export: A Comparative Study in the European and US Paper Industry," *Management International Review*, Vol.29, No., pp. 17-32.
- Sullivan, D. and Bauerschmidt, A. (1987). "Common Factors Underlying Barriers to Export: A Comparative Study in the European and US Paper Industry," *Paper presented at the annual meeting of the Academy of International Business*, Chicago, IL.
- Sveikauskus, L. (1983). "Science and Technology in US Foreign Trade," *The Economic Journal*, Vol.93, pp. 542-554.
- Tallman, S.B. and Fladmoe-Lindquist, K. (1994). "The Resource-based Strategy and Competitive Advantage Among Multinationals," *Advances in Strategic Management*, Vol.10, pp. 45-72.
- Tallman, S.B. and Li, J. (1996). "Effects of International Diversity and Product Diversity on the Performance of Multinational Firms," *Academy of Management Journal*, Vol.39(1), pp. 179-196.
- Tallman, S.B. and Shenkar, O. (1994). "A Managerial Decision Model of International Cooperative Venture Formation," *Journal of International Business Studies*, First Quarter, Vol.25, pp. 91-113.
- Tannenbaum, A.S. (1968). *Control in Organizations*, New York: McGraw-Hill.
- Teece, D.J., Pisano, G. and Shuen, A. (1990). "Firm Capabilities, Resources, and the Concept of Strategy," *Working Paper*, University of California, Berkeley.
- Teece, D.J. (1988). "Capturing Value from Technological Innovation: Integration, Strategic Partnering, and Licensing Decisions," *Interfaces*, Vol.18, pp. 46-61.
- Teece, D.J. (1977). "Technology Transfer by Multinational Firms: The Resources Cost of Transferring Technological Know-how," *Economic Journal*, June, Vol.87, pp. 242-261.
- Terpstra, V. and Yu, C.M. (1988). "Determinants of Foreign Investment of U.S. Advertising Agencies," *Journal of International Business Studies*, Vol.19, pp. 33-46.
- Tessler, A. (1977). "Alternative Strategies and the Key Market Principle," *Proceedings of a Conference Sponsored by the London Chamber of Commerce and Industry and the Institute of Export*, organized by Graham and Trotman Ltd, pp. 6-17.
- Tessler, A. (1980). "Britain's over-Ambitious Exporters," *Marketing U.K.* February, Vol. 10, pp. 67-74.
- Tichy, N. (1983). *Managing Strategic Change: Technical, Political, and Cultural Dynamics*, New York: Wiley.
- Tosi, H., Rizzo, J. and Carroll, S. (1986). *Managing Organizational Behavior*, Philadelphia, PA: Pittman.

- Tookey, D. (1970). *The Impact of Knitwear Imports: A Survey of Buyers' Attitudes*. London: National Economic Development Office.
- Tomlinson, J.W.C. (1970). *The Joint Venture Process in International Business: India and Pakistan*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Tseng, J. and Yu, C.J. (1991). "Export of Industrial Goods to Europe: The Case of Large Taiwanese Firms." *European Journal of Marketing*, Vol.25, pp. 51-63.
- Tuggle, F.D. (1978). *Organizational Processes*. Arlington Heights, IL: A.H.M. Publishing.
- Turnbull, P.W. and Valla, J. (1986). *Strategies for International Industrial Marketing*. London: Croom Helm.
- Unal, G. (1994). "Efficiency in Research Joint Ventures, and Sequential Adoption of Innovations: Two Essays in Research and Development." *Dissertation*. Boston College, pp. 126.
- U.S. Department of Commerce. (1977). "U.S. Export Promotion Programs: Policy, Rationale, Strategy, Accomplishment." Staff Report Prepared by the Office of Market Planning.
- Vernon, R. (1983). "Organizational and Institutional Responses to International Risk." In R.J. Herring, (ed.), *Managing International Risk*, pp. 191-216. New York: Cambridge University Press.
- Verspagen, B. and Wakelin, K. (1993). "International Competitiveness and its Determinants." *Maastricht, MERIT*. Mimeo. pp. 93-108.
- Walters, P.G.P. and Samice, S. (1990). "A Model for Assessing Performance in Small UK Exporting Firms." *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, pp. 33-50.
- Waterman, R. H. (1982). "The Seven Elements of Strategic Fit." *Journal of Business Strategy*, Winter, pp. 70-71.
- Wernerfelt, B. (1995). "The Resource-based View of the Firm: Ten Years After." *Strategic Management Journal*, Vol.16, pp. 171-174
- Wernerfelt, B. (1984). "A Resource-Based View of the Firm." *Strategic Management Journal*, Vol.5, pp. 171-180.
- Weylman, C.R. (1996). "Principles to Set your Professional Reputation." *National Underwriter*, Vol.100, pp. 21-23.
- Williams, D.F. (1992). "Retailer Internationalization: An Empirical Inquiry." *European Journal of Marketing*, Vol.26, pp. 8-24.
- Williamson, O.E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: Free Press.
- Williamson, O.E. (1975). "Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations." *Journal of Law and Economics*, October.
- Willmore, L. (1992). "Transnationals and Foreign Trades: Evidence from Brazil." *The Journal of Development Studies*, Vol.28, No.2, pp. 314-335.
- Winter, S. (1987). "Knowledge and Competence as Strategic Assets." In D. Teece, (ed.), *The Competitive Challenge: Strategies for Industrial Innovation and Renewal*, pp.159-184. Cambridge, MA: Ballinger.
- World Competitiveness Yearbook. (1997). The International Institute for Management Development (IIMD) and The World Economic Forum.
- World Competitiveness Yearbook. (1996). The International Institute for Management Development (IIMD) and The World Economic Forum.
- Wortzel, L. H. and Wortzel H.V. (1988). "Globalizing Strategies for Multinationals from Developing Countries." *Columbia Journal of Business*, Spring, pp. 27-35.
- Wortzel, L. H. and Wortzel H.V. (1981). "Export Marketing Strategies for NIC and LDC-based Firms." *Columbia Journal of World Business*, Spring, pp. 51-59.
- Yaprak, A. (1985). "An Empirical Study of the Differences Between Small Exporting and Non-Exporting US Firms." *International Marketing Review*, Vol.2, Summer, pp. 72-83.
- Yu, C.M. and Iw, K. (1988). "Oligopolistic Reaction and Foreign Direct Investment: The Case of the U.S. Tire and Textile Industries." *Journal of International Business Studies*, Vol.19, pp. 449-460.
- Yiyang, P. (1996). "Influences on Foreign Equity Ownership Level in Joint Ventures in China." *Journal of International Business Studies*, First Quarter, Vol.27, pp. 1-26.
- Yuchman, E. and Seashore, S.E. (1967). "A System Resource Approach to Organizational Effectiveness." *American Sociological Review*, Vol.32, pp. 891-903.
- Zucker, L.C. (1977). "The Role of Institutionalization in Cultural Persistence." *American Sociological Review*, Vol.42, pp. 726-743.



Appendices

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Appendix 1: The Profile for Two Selected Industries

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Appendix 4: The Details for Two Selected Industries

Agro-based Industry: Food Processing

Today's Thailand is food supplier to the world. Thailand's tradition of hospitality, and enjoyment of good food, is now exported to supermarkets and restaurants around the world. Nutritious and exotic specialties -- from chilled prawns to frozen fruits and vegetables, and every imaginable variety of seafood, poultry and meats -- plus canned specialties of every variety and description, can now be found all over the world, exported from Thailand.

Today Thailand is the world's leading exporter of canned pineapple and canned tuna and many varieties of processed vegetables, fruits and canned seafood. In recent years the nearly temperate zones of Thailand's northern mountains have become home to an increasing variety of fruits and vegetables originating from abroad such as strawberries and apricots, asparagus and avocados, peaches and nectarines, all of which Thailand now exports.

Food processing technologies have improved, making possible increasingly wider selections of canned, dehydrated, juiced or concentrated fruits. Semi-processed food from animals, chilled or frozen poultry, eggs, seafood, fruits and vegetables, foods in airtight containers (from canned clams, shrimp, tuna and sardines to concentrated juices and beverages), dried and dehydrated foods, milk and milk products, honey and health foods flow out of the Thai cornucopia. Exports of Thai beer, fruit juices, soft drinks, health drinks and mineral water evidences their international market appeal.

An amazing variety of chilled and frozen seafood (frozen prawns, shrimp, fish fillets, lobster, squid, cuttlefish, baby clams and octopus) and canned seafood (tuna, sardines and clams, for example) have become identified with Thailand's growing export capability around the world. Select seafood, value-added marine exports contribute to Thailand's high profile in preferred supermarkets around the world -- demonstrating the readiness of our sources to meet the needs of wider and more sophisticated markets.

While frozen shrimp and prawns continue to dominate Thailand's processed food sub-sector, chilled and frozen chicken exports are attracting investor attention. In 1993 world poultry consumption passed the 47 million tons level, according to an International Finance Corporation Report, *The World Poultry Industry* -- and consumption could grow by another 15 million tons by the year 2000 according to DEP's forecast in 1996, making poultry the second most popular meat world-wide after pork. Demand is increasing fastest in Asia -- due to both rising lifestyle and population -- at some 10 percent annually. Thailand is a key exporter with more than 77 percent of its production in 1994 going to Japan, while the European Community ranks second in demand with 9 percent of Thailand's production. Poultry -- chicken, duck and others -- represents a more efficient conversion from feedgrains than other meats.

Light Industry: Garment and Textile

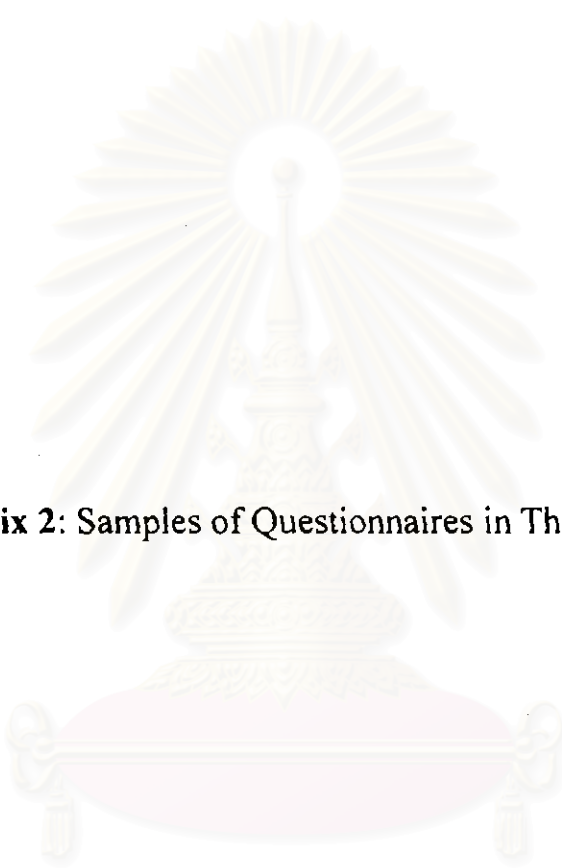
Garments and fabrics manufactured in Thailand are increasingly popular in high-end markets in Asia, Europe and North America. Summer and winter lines, conceived and executed by outstanding Thai designers who enjoy the challenge of international competition. Japan, Europe and the United States alike are opening their doors -- and their wardrobes -- for the "Made in Thailand" label. While the United States is top buyer of "Made in Thailand" fashions, including blue jeans and underwear, more design-conscious European consumers opt for quality ski-wear, elegant suits and fashionable women's wear -- a rapidly expanding segment of the Thai export market.

Thai manufacturers are set to overtake Hong Kong as quality, taste, style and value, continue to rise. Thailand's main competitors such as China, Indonesia and Vietnam don't have the range of textiles, design capability or fashion-consciousness that makes "Made in Thailand" apparel so popular. Ready-to-wear "Made in Thailand" garments ranging from upmarket childrenswear, sports and leisurewear, to bridal gowns and accessories, lingerie and swimwear are meticulously fashioned on the most advanced high-technology production lines. Thai products from men's neckties and handkerchiefs, to Thai silk accessories, men's and women's suits, slacks, blouses and skirts, are expanding Thailand's exports.

Thailand's textile industry ranked among the country's top-five foreign exchange earners with its export value growing by 23.9 % to 209.28 billion baht in 1998.

According to Department of Export Promotion (1997), investment in new spinning and weaving equipment accelerated in 1995, with replacement of 120,000 outmoded "shuttle" type machines -- resulting in an output of even better quality fabrics. Extensive investment demonstrates the commitment of Thai industry to the market, and to expanding exports.

High technology through CAD/CAM (computer assisted design and manufacturing) has brought the future fully into Thailand's present garment manufacturing, bringing the industry to new heights of design imagination and efficiency. Even so, Thai garment manufacturers are co-operating with major international designers to make even more competitive lines. Leading French, Italian and American designers bring new flair and felling into already appealing Thai products. Fashion needs people with good taste and knowledge -- and Thai producers have both for a real meeting of East and West. CAD/CAM and upgraded equipment mean higher quality.



Appendix 2: Samples of Questionnaires in Three Versions

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



The Impact of Firm-Specific Resources on Firm Performance under Different Ownership Structures

This questionnaire is a part of a research study currently being carried out by a doctoral candidate in Faculty of Commerce and Accountancy from the Joint Doctoral Program in Business Administration (JPBA): Chulalongkorn University, Thammasat University, and National Institute of Development Administration (NIDA) with the cooperation of Department of Export Promotion (DEP).

You are one of a number of manufacturing and exporting firms that have been selected to participate. Your participation will provide valuable information concerning: (1). general information about your firm, (2). the factors that are related to firm-specific resources and firm performance. The questionnaire takes approximately 10-15 minutes to complete, and a prepaid, preaddressed envelope has been enclosed for your convenience. Please be assured that **all responses are anonymous and will remain strictly confidential.**

Your participation in this research is greatly appreciated. The result from the research will be useful to both Department of Export Promotion (DEP) and the Office of the Board of Investment (BOI). Moreover, if you would like a summary of the results, please enclose your business card (Send in a separate envelop if you wish to preserve your anonymity).

Siripong Preutthipan
DBA Candidate

Email: preutthipan @ hotmail.com Mobile: 01-831-2020 ; Office: 220-4201 ; Fax: 220-4209



**THE JOINT DOCTORAL
PROGRAM IN BUSINESS
ADMINISTRATION**

Part 1 - General Information

Instruction: Please check in the appropriate box or fill in the numbers in the questionnaire. Please be assured that all responses are anonymous and will remain strictly confidential.

1. Your Company is (Choose either 1.1 or 1.2)

1.1 100% Thai ownership (If you select this choice, please continue to item no.2)

1.2 Joint Venture (Thai-Foreign)

1.2.1 Your **primary** reason for choosing a joint venture arrangement was:

- Management Marketing Technology Production
 Risk Sharing Others, please identify _____

1.2.2 Which nationality of foreign share holders is the most besides Thai partner ?

- Japan Taiwan United States
 India Europe Others, please identify _____

2. What industry is your company in?

- Canned Food and Drink Garment and Textile Others _____

3. Year established _____ Year started exporting _____

4. The full time equivalents of employees in company is..... Persons.

- less than 50 50- up to 99 100- up to 149 150- up to 199 200 and above

Management Team (from top managers up to Managing Directors).....Persons

Marketing Personnel (only in Marketing Department).....Persons

Research & Development Personnel (in company).....Persons

Technician or Technological Personnel.....Persons

5. If your company does not obtain Research & Development personnel, how often do you outsource these personnel?

- None 1 Time 2 Times 3 Times More than 4 Times Whole Year

6. Overseas markets of your company are.....(Can choose more than one choice)

- North America (USA, Canada, and Mexico)
 Central and South America (Caribbean countries, Brazil.....)
 Europe (Germany, France, Austria.....)
 Africa (Egypt, Kenya.....)
 Asian (Malaysia, Philippines, Indonesia.....)
 Asia and Pacific (Japan, China, Korea, Australia, New Zealand.....)

7. Your company's management style is.....

- Family Business Professional (Standard) Mixed Others _____

8. Are your company affected by trade barriers, such as import tariffs, strict import regulations or discriminatory rules, and export quota for overseas markets?

- Yes No

9. Are your company affected by BOI privileges such as tax reduction for imported machinery?
 Yes No
10. Are your company affected by the removal of GSP benefits?
 Yes No
11. In your industry, how is your company experiencing in the competition ?
 Low Somewhat low Neither high or low Somewhat high High
12. Financial status (Unit in US \$)

******* The answer for this question is very important for the result of the research which will benefit to the DEP and BOI *******

Year	1996	1997	1998
Total sales			
Export sales			
Domestic sales			
Capital			
Assets			

13. For the last 3 years, the average profit after tax of your company is (Unit in Million Baht)
 Loss 0 million baht - less than 3 million baht Loss 3 million baht - 6 million baht and above
 Profit 0 million baht - less than 3 million baht Profit 3 million baht - less than 6 million baht
 Profit 6 million baht - less than 9 million baht Profit 9 million baht - less than 12 million baht
 Profit 12 million baht and above Other _____
14. Does your company receive certified management standard, such as ISO's series.
 If so, please identify the series of ISO that your company obtains.
 Yes ISO.....or..... No Other _____

Part 2: Compare the level of Firm-Specific Resources to the average of industry in Thailand

Instruction: Please check ✓ in the appropriate box

As compared to the average of industry in Thailand,

1. What is the level of your management resources in your company?

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

2. What is the level of your marketing resources in your company?

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

3. What is the level of your technological resources in your company?

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

Part 3: Measurement of the Firm-Specific Resources of your Company

Instruction

Please check ✓ in one of the empty boxes for each item to rate the level of Firm-Specific Resources (FSRs) which your firm has as compared to the average level in your industry. These of Firm Specific Resources are Management, Marketing and Technological resources.

Management Resources Factors

1. In terms of numbers of years, the management overseas experiences of your company is

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> less than 1 year	<input type="checkbox"/> 1- less than 2 years	<input type="checkbox"/> 2- less than 5 years	<input type="checkbox"/> 5- less than 10 years	<input type="checkbox"/> 10- less than 15 years	<input type="checkbox"/> 15 years and above
-------------------------------	---	---	---	--	---	---

2. The level of management education in your firm is

<input type="checkbox"/> Less than High school	<input type="checkbox"/> High school	<input type="checkbox"/> Vocation school	<input type="checkbox"/> Diploma	<input type="checkbox"/> Bachelor	<input type="checkbox"/> Master	<input type="checkbox"/> Doctoral
--	--------------------------------------	--	----------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------	-----------------------------------

3. How often does your company hire specialists, experts or consultants in management each year?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1 Time	<input type="checkbox"/> 2 Times	<input type="checkbox"/> 3 Times	<input type="checkbox"/> 4 Times	<input type="checkbox"/> 5 Times	<input type="checkbox"/> Whole year
-------------------------------	---------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------

4. In term of days per year, the number of days for management training in your firm is

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1-10	<input type="checkbox"/> 11-20	<input type="checkbox"/> 21-30	<input type="checkbox"/> 31-40	<input type="checkbox"/> 51-60	<input type="checkbox"/> more than 2 months
-------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---

5. The management commitment to exporting / management involvement with export activities is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

6. The management attitude toward exporting to overseas markets appears

<input type="checkbox"/> Very Bad	<input type="checkbox"/> Bad	<input type="checkbox"/> Somewhat Bad	<input type="checkbox"/> Neither Good nor Bad	<input type="checkbox"/> Somewhat Good	<input type="checkbox"/> Good	<input type="checkbox"/> Very Good
-----------------------------------	------------------------------	---------------------------------------	---	--	-------------------------------	------------------------------------

7. The English language proficiency of the firm's managers or executives is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

8. The magnitude of personal contacts with foreign customers is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

9. The ability of managers to response the changing markets is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

10. The flexibility of executives in decision making in the changing environments such as technology, financial is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

11. The management connection between the firm and outside parties, such as political groups, government officers, or other business groups is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

12. Does your company receive certified management standard, such as ISO's series, trade marks in woolmark, or some kinds of quality certification. If so, how many?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> on process	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 4 and above
-------------------------------	-------------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------------------------

Marketing Resources Factors

1. In term of percentage of total company sales, what is the % of the budget for advertising and promotion for sales?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> less than 1 %	<input type="checkbox"/> 1-2 %	<input type="checkbox"/> 3-4 %	<input type="checkbox"/> 5-6 %	<input type="checkbox"/> 7-8 %	<input type="checkbox"/> more than 8 %
-------------------------------	--	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--

2. How often does your company hire specialists, experts or consultants in marketing each year ?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1 Time	<input type="checkbox"/> 2 Times	<input type="checkbox"/> 3 Times	<input type="checkbox"/> 4 Times	<input type="checkbox"/> 5 Times	<input type="checkbox"/> Whole year
-------------------------------	---------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------

3. In term of percentage of total company sales, what is the % of the expenses for research and development in marketing?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> less than 1 %	<input type="checkbox"/> 1-2 %	<input type="checkbox"/> 3-4 %	<input type="checkbox"/> 5-6 %	<input type="checkbox"/> 7-8 %	<input type="checkbox"/> more than 8 %
-------------------------------	--	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--

4. The overseas market coverage or the number of foreign markets countries of your company is

<input type="checkbox"/> 1 country	<input type="checkbox"/> 2 countries	<input type="checkbox"/> 3 countries	<input type="checkbox"/> 4 countries	<input type="checkbox"/> 5 countries	<input type="checkbox"/> 6 countries	<input type="checkbox"/> 6 countries and above
------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------	--

5. In term of day's per year, the number of days for marketing training for sales personnel in your firm is

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1-10	<input type="checkbox"/> 11-20	<input type="checkbox"/> 21-30	<input type="checkbox"/> 31-40	<input type="checkbox"/> 51-60	<input type="checkbox"/> more than 2 months
-------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---

6. The number of unique product lines of your company is

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> more than 5
-------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------------------------

7. Since your company operates, the numbers of awards, certificates, or medals, such as Prime Minister's Export Award that your company obtains is

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> more than 5
-------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------------------------

8. The number of members of association or institutions of your company that obtains, such as Board of Trade of Thailand, the Chamber of Commerce of each country, Department of Export Promotion is

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> more than 5
-------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------------------------

9. The level of market knowledge of overseas markets of your company is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

10. In terms of percentage per year, what is the % of customer complaints in after sales services of your company?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> less than 1 %	<input type="checkbox"/> 1 % - less than 2%	<input type="checkbox"/> 2 % - less than 3%	<input type="checkbox"/> 3 % - less than 4 %	<input type="checkbox"/> 5 % - less than 6%	<input type="checkbox"/> 6 % and above
-------------------------------	--	---	---	--	---	--

11. The marketing policies/planning for export of your company is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

12. How many new markets will your company plan to extend in the future?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> more than 5
-------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	--------------------------------------

Technological Resources Factors

1. How often does your company hire specialists, experts or consultants in technology each year ?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1 Time	<input type="checkbox"/> 2 Times	<input type="checkbox"/> 3 Times	<input type="checkbox"/> 4 Times	<input type="checkbox"/> 5 Times	<input type="checkbox"/> Whole year
-------------------------------	---------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------

2. The numbers of product lines that your company exports is

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1-2	<input type="checkbox"/> 3-4	<input type="checkbox"/> 5-6	<input type="checkbox"/> 7-8	<input type="checkbox"/> 9-10	<input type="checkbox"/> more than 11
-------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------------	---------------------------------------

3. The ability in innovation of the new product of your firm is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

4. In term of days per year, the number of days for technology training in technician or technology personnel of your company is

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> 1-10	<input type="checkbox"/> 11-20	<input type="checkbox"/> 21-30	<input type="checkbox"/> 31-40	<input type="checkbox"/> 51-60	<input type="checkbox"/> more than 2 months
-------------------------------	-------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	---

5. In terms of percentage per year, what is the % of reduction in operational costs with your company's technology?

<input type="checkbox"/> cannot reduce costs	<input type="checkbox"/> less than 1 %	<input type="checkbox"/> 1-2 %	<input type="checkbox"/> more than 2-4 %	<input type="checkbox"/> more than 4-6 %	<input type="checkbox"/> more than 6-8 %	<input type="checkbox"/> 8 % and above
--	--	--------------------------------	--	--	--	--

6. The level of technological advancement of your company is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

7. The level of difficulty to imitate or copy the products by competitors is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

8. The degree of product adaptation of your company is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

9. The degree of product development of your company is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

10. The degree of product differentiation of your company is

<input type="checkbox"/> Well Below Average	<input type="checkbox"/> Below Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Below Average	<input type="checkbox"/> Average	<input type="checkbox"/> Somewhat Above Average	<input type="checkbox"/> Above Average	<input type="checkbox"/> Well Above Average
---	--	---	----------------------------------	---	--	---

11. In term of percentage of total company sales, what is the % of the budget for research and development?

<input type="checkbox"/> none	<input type="checkbox"/> less than 1 %	<input type="checkbox"/> 1-2 %	<input type="checkbox"/> 3-4 %	<input type="checkbox"/> 5-6 %	<input type="checkbox"/> 7-8 %	<input type="checkbox"/> more than 8 %
-------------------------------	--	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--

Part 4: Perception toward Financial and Subjective Performance

Instruction: This part is related to financial and subjective performance.

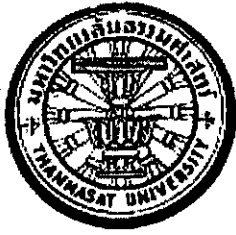
Please check ✓ in each item for financial performance. As compared to the average level of the industry, Which percentile of the financial performance does your company belong to?

Financial Performance		Bottom 10%	Bottom 30%	Average 50%	Top 70%	Top 90%
1	ROI (Return on Investment) ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับเงินลงทุน					
2	ROA (Return on Asset) ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับสินทรัพย์					
3	ROS (Return on Sales) ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับยอดขาย					
4	ROE (Return on Equity) ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับผู้ถือหุ้น					
5	Profit after taxes กำไรหลังหักภาษี					

Please check ✓ for each item in subjective performance.

How satisfied has your company been with each item in subjective performance?

Subjective Performance		Very Dissatisfied	Somewhat Dissatisfied	Neither Satisfied nor Dissatisfied	Somewhat Satisfied	Very Satisfied
1	Sales Level ระดับยอดขาย					
2	Increase in Market Share การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาด					
3	Transfer of knowledge and skills การถ่ายทอดความรู้และทักษะในการดำเนินงาน					
4	Research & Development การวิจัย&พัฒนา					
5	Technology development การพัฒนาด้านเทคโนโลยี					
6	Marketing development การพัฒนาด้านการตลาด					
7	Management development การพัฒนาด้านการจัดการ					
8	Cost control การควบคุมต้นทุน					
9	Customer service การให้บริการลูกค้า					
10	Distribution system ระบบการกระจายสินค้า					
11	Product design การออกแบบผลิตภัณฑ์					
12	Exploit economy of scale เกิดการประหยัดจากขนาด					
13	Manufacturing/ Quality Control การควบคุมคุณภาพการผลิต					
14	Logistics Policy: near to Raw Material การเลือกที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบ					
15	Logistics Policy: near to Labor Force การเลือกที่ตั้งใกล้แหล่งแรงงาน					
16	Logistics Policy: near to the Market การเลือกที่ตั้งใกล้แหล่งตลาด					
17	Overall Performance ผลประกอบการโดยรวม					



**ผลกระทบจากทรัพยากรจำเพาะในบริษัท ต่อผลการดำเนินงานของบริษัท
ภายใต้โครงสร้างการลงทุนที่แตกต่างกัน**
**The Impact of Firm-Specific Resources on Firm Performance
under Different Ownership Structures**

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้จัดทำได้ร่วมกับกรมส่งเสริมการส่งออก ทำการศึกษาถึงผลกระทบจากโครงสร้างแบบ การร่วมหรือไม่ร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติต่อผลการดำเนินงานของบริษัท โดยจะทำการวิจัยว่าปัจจัยของ ทรัพยากรจำเพาะดังกล่าวนี้จะมีส่วนส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด และผล ของการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนของหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม การส่งออกของประเทศ

ดังนั้นทางผู้จัดทำวิจัยใคร่ขอขอบพระคุณท่านกรรมการผู้จัดการและคณะผู้บริหารระดับสูงที่สละเวลาอันมีค่า ในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้และผู้วิจัยขอรับรองว่า “ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏในแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บไว้ เป็นความลับที่สุด”

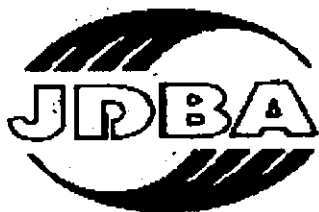
หากท่านมีคำถามหรือสงสัยในคำถามของแบบสอบถามนี้ กรุณาได้ชี้แนะผู้จัดทำในส่วนสุดท้ายต่อไป ด้วย หากท่านต้องการผลการศึกษาในครั้งนี้ โปรดกรุณาแนบนามบัตรหรือชื่อที่อยู่เพื่อที่จะได้จัดส่ง เอกสารให้เมื่อการวิจัยได้เสร็จสิ้นแล้ว

ถ้ามีคำถามข้อใดที่ท่านไม่ทราบตัวเลขคำตอบที่แน่นอน ขอความกรุณาใช้วิธีการประมาณโดยอยู่บนพื้นฐาน ของข้อเท็จจริงให้มากที่สุด หลังจากกรอกข้อมูลเสร็จ โปรดกรุณาส่งแบบสอบถามกลับโดยทางไปรษณีย์ตามที่อยู่ ปรากฏบนซองที่แนบมาพร้อมนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริพงษ์ พุกธิพันธ์
นิสิตปริญญาเอก โครงการ JDBA
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Email: preutthipan @ hotmail.com Mobile: 01-831-2020 ; Office: 220-4202 ; Fax: 220-4211



**THE JOINT DOCTORAL
PROGRAM IN BUSINESS
ADMINISTRATION**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางธุรกิจ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องสี่เหลี่ยมของแต่ละหัวข้อ หรือกรอกข้อมูลลงในช่องว่างที่จัดเตรียมไว้ให้ ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับ

1. บริษัทท่านอยู่ในลักษณะใด (เลือก 1.1 หรือ 1.2 ข้อใดข้อหนึ่ง)

1.1 หุ่นส่วนทั้งหมดเป็นของคนไทย (หากเลือกข้อนี้ กรุณาข้ามไปตอบคำถามข้อ 2 เลข)

1.2 ร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติ (ไทย - ต่างชาติ)

1.2.1 **วัตถุประสงค์หลัก** ในการเลือกร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติ คือ (สามารถเลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- ทางด้านการจัดการ ทางด้านการตลาด ทางด้านเทคโนโลยี ทางด้านการผลิต
 เพื่อช่วยลดความเสี่ยง อื่น ๆ โปรดระบุ _____

1.2.2 ผู้ถือหุ้นร่วมสูงสุด นอกเหนือจากผู้ถือหุ้นไทย คือ

- ญี่ปุ่น ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา
 อินเดีย ยุโรป อื่น ๆ โปรดระบุ _____

2. บริษัทท่านอยู่ในอุตสาหกรรมประเภท

- Food and Drink Garment Textile อื่น ๆ โปรดระบุ _____

3. บริษัทท่านเริ่มก่อตั้ง เมื่อปี พ.ศ. _____ บริษัทท่านเริ่มดำเนินการส่งออก เมื่อปี พ.ศ. _____

4. จำนวนพนักงานที่ทำงานเต็มเวลาของบริษัทท่านมี

- น้อยกว่า 50 คน 50-99 คน 100-149 คน 150-199 คน 200 คนขึ้นไป

จำนวนบุคลากรระดับการจัดการ (ตั้งแต่ระดับฝ่ายถึงระดับกรรมการผู้จัดการ) _____ คน

จำนวนบุคลากรทางด้านการตลาด (ในฝ่ายการตลาดเท่านั้น) _____ คน

จำนวนบุคลากรทางด้านเทคนิคหรือวิศวกรรมเทคโนโลยี _____ คน

จำนวนบุคลากรทางด้านการวิจัยและพัฒนา _____ คน

5. หากบริษัทไม่มีบุคลากรทางด้าน การวิจัยและพัฒนา ท่านมีการว่าจ้างทางด้านการวิจัยและพัฒนาหรือไม่

ถ้ามี จำนวนครั้งเท่าใดต่อปี

- ไม่มี 1 ครั้ง 2 ครั้ง 3 ครั้ง 4 ครั้งขึ้นไป ตลอดปี

6. บริษัทของท่านส่งสินค้าไปยังกลุ่มประเทศไหน (สามารถเลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- อเมริกาเหนือ (สหรัฐอเมริกา แคนาดา และ เม็กซิโก)
 อเมริกากลางและอเมริกาใต้ (กลุ่มประเทศแคริบเบียน บราซิล)
 ยุโรป (เยอรมันนี ฝรั่งเศส ออสเตรีย)
 แอฟริกา (อียิปต์ เคนยา)
 เอเชีย (มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ลาว พม่า สิงคโปร์ บรูไน เวียดนาม)
 เอเชียและแปซิฟิก (ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย และ นิวซีแลนด์)

7. การบริหารของบริษัทท่าน อยู่ในลักษณะใด

- แบบครอบครัว แบบมืออาชีพ (สากล) แบบผสม อื่น ๆ โปรดระบุ _____

8. บริษัทท่านได้รับผลกระทบจากการกำหนดโควตาในการส่งออกสินค้าหรือนำเข้าวัตถุดิบ หรือไม่

- ได้รับ ไม่ได้รับ

9. บริษัทท่านได้รับสิ่งจูงใจจากรัฐบาลภายในกรอบการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI เช่น การลดภาษีนำเข้าของเครื่องจักร หรือไม่
 ได้รับ ไม่ได้รับ
10. บริษัทท่านได้รับสิทธิพิเศษจาก การยกเลิกสิทธิพิเศษทางการค้า (GSP) จากตลาดต่างประเทศ หรือไม่
 ได้รับ ไม่ได้รับ
11. ในอุตสาหกรรมที่ท่านประกอบการอยู่ การแข่งขันเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด
 น้อยมาก น้อย ปานกลาง ต่อนข้างมาก มาก
12. สภาวะทางการเงิน (หน่วยเป็น US ดอลลาร์ : \$)

***** ข้อนี้จำเป็นอย่างมากต่อผลการวิเคราะห์เพื่อประโยชน์โดยรวม *****

ปี	2539	2540	2541
ยอดขายในต่างประเทศ			
ยอดขายในประเทศ			
เงินทุน			
ทรัพย์สิน			

13. ในช่วงปี 2539-2541 กำไรสุทธิหลังหักภาษีเงินได้ โดยเฉลี่ยของบริษัทท่านอยู่ในระดับใด

- ขาดทุน 0-3 ล้านบาท ขาดทุนตั้งแต่ 3-6 ล้านบาทขึ้นไป กำไรตั้งแต่ 0-3 ล้านบาท กำไรตั้งแต่ 3-6 ล้านบาท
 กำไรตั้งแต่ 6-9 ล้านบาท กำไรตั้งแต่ 9-12 ล้านบาท กำไรตั้งแต่ 12 ล้านบาทขึ้นไป อื่น ๆ โปรดระบุ.....

14. การบริหาร การให้บริการ หรือ การผลิตงานของบริษัทท่าน ได้รับรองคุณภาพมาตรฐานโดยองค์กรระดับสากล เช่น ISO หรือไม่ ถ้าได้ โปรดระบุอนุกรมของ ISO

- ได้รับ ISO..... ไม่ได้รับ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2: การเปรียบเทียบโดยภาพรวม ระหว่างทรัพยากรและผลดำเนินการทางธุรกิจของแต่ละบริษัท

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องสี่เหลี่ยมของแต่ละข้อ

1. ทรัพยากรทางด้านการบริหารจัดการของบริษัทท่าน เมื่อเปรียบเทียบกับระดับเฉลี่ยอุตสาหกรรมของประเทศไทย อยู่ในระดับใด

- ต่ำกว่ามากที่สุด ต่ำกว่ามาก ต่อนข้างต่ำกว่า เท่าเทียมกัน ต่อนข้างสูงกว่า สูงกว่ามาก สูงกว่ามากที่สุด

2. ทรัพยากรทางด้านการตลาดของบริษัทท่าน เมื่อเปรียบเทียบกับระดับเฉลี่ยอุตสาหกรรมของประเทศไทย อยู่ในระดับใด

- ต่ำกว่ามากที่สุด ต่ำกว่ามาก ต่อนข้างต่ำกว่า เท่าเทียมกัน ต่อนข้างสูงกว่า สูงกว่ามาก สูงกว่ามากที่สุด

3. ทรัพยากรทางด้านเทคโนโลยีของบริษัทท่าน เมื่อเปรียบเทียบกับระดับเฉลี่ยอุตสาหกรรมของประเทศไทย อยู่ในระดับใด

- ต่ำกว่ามากที่สุด ต่ำกว่ามาก ต่อนข้างต่ำกว่า เท่าเทียมกัน ต่อนข้างสูงกว่า สูงกว่ามาก สูงกว่ามากที่สุด

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับผู้ประกอบการรายถิ่นในประเทศไทย

คำชี้แจง ในส่วนนี้ จะแสดง จำนวน ระดับ หรือ ปริมาณ ของคุณลักษณะ ทรัพยากรทางด้าน การ (Management Resources), ทรัพยากรทางด้าน การตลาด (Marketing Resources), และทรัพยากรทางด้าน เทคโนโลยี (Technological Resources) ขอได้โปรดพิจารณาว่าในแต่ละข้อที่ระบุถึง ควรอยู่ในระดับใด เมื่อเปรียบเทียบกับเฉลี่ยอุตสาหกรรมของประเทศ โดยทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องสี่เหลี่ยมที่คิดว่าเหมาะสมเพียงช่องเดียว

ทรัพยากรทางการจัดการ (Management Resources)

1. เมื่อคิดเป็นจำนวนปี ประสบการณ์ของผู้บริหารในการติดต่อกับต่างประเทศของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี	<input type="checkbox"/> 1- น้อยกว่า 2 ปี	<input type="checkbox"/> 2- น้อยกว่า 5 ปี	<input type="checkbox"/> 5- น้อยกว่า 10 ปี	<input type="checkbox"/> 10- น้อยกว่า 15 ปี	<input type="checkbox"/> 15 ปี ขึ้นไป
--------------------------------	--	---	---	--	---	---------------------------------------

2. ระดับการศึกษาของผู้บริหารส่วนใหญ่ ในบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ระดับต่ำกว่า มัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> วิชาชีพชั้นสูง	<input type="checkbox"/> อนุปริญญา	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
--	-------------------------------------	---	------------------------------------	------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------

3. บริษัทท่านมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาบริษัททางด้าน การจัดการหรือไม่ ถ้ามี จำนวนครั้งเท่าใดต่อปี

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 4 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 5 ครั้งขึ้นไป	<input type="checkbox"/> ตลอดปี
--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	--	---------------------------------

4. เมื่อคิดเป็นจำนวนวันต่อปี การอบรมทางด้าน การบริหาร/การจัดการของผู้บริหารของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1-10 วัน	<input type="checkbox"/> 11-20 วัน	<input type="checkbox"/> 21-30 วัน	<input type="checkbox"/> 31-40 วัน	<input type="checkbox"/> 51-60 วัน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 2 เดือน
--------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	--

5. ความทุ่มเท ความสนใจ ของผู้บริหารที่มีต่อกิจกรรมการส่งออกของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่อม้างต่ำ	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่อม้างสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------------

6. ทัศนคติของผู้บริหารต่อกิจกรรมการส่งออกของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่ดีมาก	<input type="checkbox"/> ไม่ดี	<input type="checkbox"/> ต่อม้างไม่ดี	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่อม้างดี	<input type="checkbox"/> ดี	<input type="checkbox"/> ดีมาก
-----------------------------------	--------------------------------	---------------------------------------	----------------------------------	------------------------------------	-----------------------------	--------------------------------

7. ความชำนาญทางด้าน ภาษาอังกฤษของผู้บริหารของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่อม้างต่ำ	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่อม้างสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------------

8. ความสามารถในการติดต่อสัมพันธ์เชิงส่วนตัวกับลูกค้าต่างประเทศของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่อม้างต่ำ	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่อม้างสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------------

9. ความฉับไวของผู้บริหารในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ช้ามาก	<input type="checkbox"/> ช้า	<input type="checkbox"/> ต่อม้างช้า	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่อม้างเร็ว	<input type="checkbox"/> เร็ว	<input type="checkbox"/> เร็วมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	--------------------------------------	-------------------------------	----------------------------------

10. ความยืดหยุ่นของผู้บริหารในการตัดสินใจต่อสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี หรือ วิกฤตการณ์ทางการเงินของบริษัทท่าน อยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่อม้างต่ำ	<input type="checkbox"/> พอใช้	<input type="checkbox"/> ต่อม้างสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------------

11. ความสัมพันธ์ของบริษัทท่านกับหน่วยงานภายนอก เช่น องค์กรเครือข่าย กลุ่มนักการเมือง กลุ่มข้าราชการ กลุ่มสื่อมวลชน อยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่อม้างต่ำ	<input type="checkbox"/> พอใช้	<input type="checkbox"/> ต่อม้างสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------------

12. การบริหาร การให้บริการ หรือ การผลิตงานของบริษัทท่าน ได้รับรองคุณภาพมาตรฐานโดยองค์กรระดับสากล เช่น ISO 9000 หรือ Woolmark หรือ ประกาศนียบัตรรับรองคุณภาพ (Quality Certification) มีจำนวนเท่าใด

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> กำลังดำเนินการ หรือจัดหาอยู่	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
--------------------------------	---	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

ทรัพยากรทางการตลาด (Marketing Resources)

- เมื่อคิดเป็นร้อยละของยอดขายรวมของบริษัท จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการขายของบริษัททำอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 %	<input type="checkbox"/> 1-2 %	<input type="checkbox"/> 3-4 %	<input type="checkbox"/> 5-6 %	<input type="checkbox"/> 7-8 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 9 %
--------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------------
- บริษัทท่านมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาบริษัททางการตลาดหรือไม่ ถ้ามี จำนวนครั้งเท่าใดต่อปี

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 4 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 5 ครั้งขึ้นไป	<input type="checkbox"/> ตลอดปี
--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	--	---------------------------------
- เมื่อคิดเป็นร้อยละของยอดขายรวมของบริษัท การใช้จ่ายทางด้านการวิจัยตลาดเพื่อการส่งออกของบริษัททำอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 %	<input type="checkbox"/> 1-2 %	<input type="checkbox"/> 3-4 %	<input type="checkbox"/> 5-6 %	<input type="checkbox"/> 7-8 %	<input type="checkbox"/> 9 % ขึ้นไป
--------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------
- จำนวนตลาดต่างประเทศที่บริษัทจัดส่งสินค้าไปจำหน่าย

<input type="checkbox"/> 1 ประเทศ	<input type="checkbox"/> 2 ประเทศ	<input type="checkbox"/> 3 ประเทศ	<input type="checkbox"/> 4 ประเทศ	<input type="checkbox"/> 5 ประเทศ	<input type="checkbox"/> 6ประเทศ	<input type="checkbox"/> มากกว่า 6 ประเทศ
-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	----------------------------------	---
- เมื่อคิดเป็นจำนวนวันต่อปี การอบรมของพนักงานขายของบริษัททำอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1-10 วัน	<input type="checkbox"/> 11-20 วัน	<input type="checkbox"/> 21-30 วัน	<input type="checkbox"/> 31-40 วัน	<input type="checkbox"/> 51-60 วัน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 2 เดือน
--------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	--
- จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัทท่านมีกี่ผลิตภัณฑ์

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> มากกว่า 5
--------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------------
- ตั้งแต่บริษัทท่านเปิดกิจการ จำนวนรางวัล โล่ประกาศเกียรติคุณ หรือ ประกาศนียบัตรในด้านต่าง ๆ ที่บริษัทท่านได้รับ จากหน่วยงานของรัฐ เช่น Prime Minister's Export Award มีกี่รางวัล

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> มากกว่า 5
--------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------------
- จำนวนสมาคมหรือสถาบันที่บริษัทท่านเป็นสมาชิกอยู่ เช่น สภาอุตสาหกรรม สภาหอการค้า กรมส่งเสริมการส่งออก ของบริษัทท่าน มีจำนวนเท่าใด

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> มากกว่า 5
--------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------------
- ความรู้ทางการตลาดต่างประเทศของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่อย่างต่ำ	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่อย่างสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------------
- เมื่อคิดเป็นร้อยละต่อปี จำนวนลูกค้าของบริษัท มีการร้องเรียนเกี่ยวกับการบริการหลังการขายของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 %	<input type="checkbox"/> 1 % - น้อยกว่า 2%	<input type="checkbox"/> 2 % - น้อยกว่า 3%	<input type="checkbox"/> 3 % - น้อยกว่า 4 %	<input type="checkbox"/> 5 % - น้อยกว่า 6%	<input type="checkbox"/> มากกว่า 6 % ขึ้นไป
--------------------------------	--------------------------------------	---	---	--	---	--
- นโยบายและแผนทางด้านการตลาดเพื่อการส่งออกของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่อย่างต่ำ	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่อย่างสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------------
- การแสวงหาตลาดใหม่ ๆ ของผู้บริหารของบริษัทท่านในอนาคต มีจำนวนเท่าใด

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> มากกว่า 5
--------------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	------------------------------------

ทรัพยากรทางด้านเทคโนโลยี (Technological Resources)

- บริษัทท่านมีการว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญหรือที่ปรึกษาบริษัททางด้านเทคโนโลยีหรือไม่ ถ้ามี จำนวนครั้งเท่าใดต่อปี

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 4 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 5 ครั้งขึ้นไป	<input type="checkbox"/> ตลอดปี
--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	----------------------------------	--	---------------------------------
- จำนวนสายผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่บริษัทดำเนินการส่งออกมีกี่สายผลิตภัณฑ์

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1-2	<input type="checkbox"/> 3-4	<input type="checkbox"/> 5-6	<input type="checkbox"/> 7-8	<input type="checkbox"/> 9-10	<input type="checkbox"/> มากกว่า 11 ขึ้นไป
--------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------------	--

3. ความสามารถในการคิดค้นหรือประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ของบริษัทท่านมีกี่สายผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อปี

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1-2	<input type="checkbox"/> 3-4	<input type="checkbox"/> 5-6	<input type="checkbox"/> 7-8	<input type="checkbox"/> 9-10	<input type="checkbox"/> มากกว่า 11 ขึ้นไป
--------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	-------------------------------	--

4. เมื่อคิดเป็นจำนวนวันต่อปี การอบรมทางด้านเทคโนโลยี ให้กับพนักงานทางด้านวิศวกรรมเทคโนโลยี ของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> 1-10 วัน	<input type="checkbox"/> 11-20 วัน	<input type="checkbox"/> 21-30 วัน	<input type="checkbox"/> 31-40 วัน	<input type="checkbox"/> 51-60 วัน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 2 เดือน
--------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	------------------------------------	--

5. ความสามารถในการลดต้นทุนในการดำเนินงานโดยใช้เทคโนโลยีของบริษัทท่านอยู่ในระดับใดต่อปี

<input type="checkbox"/> ลดไม่ได้	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 %	<input type="checkbox"/> 1-2 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 2-4 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 4-6 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 6-8 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 8 % ขึ้นไป
-----------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	--	--	--	---

6. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่ำปานกลาง	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่ำสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	---------------------------------	------------------------------	---------------------------------

7. ระดับความยากง่ายของการเลียนแบบผลิตภัณฑ์โดยคู่แข่งของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่ำปานกลาง	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่ำสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	---------------------------------	------------------------------	---------------------------------

8. ระดับความสามารถในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (product adaptation) ของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่ำปานกลาง	<input type="checkbox"/> พอใช้	<input type="checkbox"/> ต่ำสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------------------------	---------------------------------

9. ระดับความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development) ของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่ำปานกลาง	<input type="checkbox"/> พอใช้	<input type="checkbox"/> ต่ำสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------	---------------------------------	------------------------------	---------------------------------

10. ระดับความสามารถในการสร้างความแตกต่างของตัวผลิตภัณฑ์ (product differentiation) ของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ต่ำมาก	<input type="checkbox"/> ต่ำ	<input type="checkbox"/> ต่ำปานกลาง	<input type="checkbox"/> ปานกลาง	<input type="checkbox"/> ต่ำสูง	<input type="checkbox"/> สูง	<input type="checkbox"/> สูงมาก
---------------------------------	------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	---------------------------------	------------------------------	---------------------------------

11. เมื่อคิดเป็นร้อยละของยอดขายรวมของบริษัท งบประมาณค่าใช้จ่ายทางการวิจัยของบริษัทท่านอยู่ในระดับ

<input type="checkbox"/> ไม่มี	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 1 %	<input type="checkbox"/> 1-2 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 2-4 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 4-6 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 6-8 %	<input type="checkbox"/> มากกว่า 8 % ขึ้นไป
--------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------	--	--	--	---

ส่วนที่ 4: ความคิดเห็นต่อผลดำเนินการ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องว่างในแต่ละข้อ

ในอุตสาหกรรมที่ท่านอยู่ ท่านคิดว่าผลการดำเนินงานของบริษัทท่าน อยู่ในกลุ่มใด

ผลดำเนินงานของบริษัท	Bottom 10%	Bottom 30%	50%	Top 70%	Top 90%
1 ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับเงินลงทุน (Return on Investment)					
2 ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับยอดขาย (Return on Sales)					
3 ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ (Return on Assets)					
4 ผลตอบแทนเมื่อเทียบกับผู้ถือหุ้น (Return on Equity)					
5 กำไรหลังหักภาษี (Profit after Taxes)					

ท่านมีความพึงพอใจต่อปัจจัยในแต่ละหัวข้อของบริษัทท่าน อยู่ในระดับใด

ความพึงพอใจต่อ	ไม่พอใจ มาก	ค่อนข้าง ไม่พอใจ	เฉยเฉย	ค่อนข้าง พอใจ	พอใจ มาก
1 Sales Level ระดับยอดขาย					
2 Increase in Market Share การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาด					
3 Transfer of knowledge and skills การถ่ายทอดความรู้และทักษะในการดำเนินงาน					
4 Research and Development ด้านการวิจัย&พัฒนา					
5 Technology development การพัฒนาด้านเทคโนโลยี					
6 Marketing development การพัฒนาด้านการตลาด					
7 Management development การพัฒนาด้านการจัดการ					
8 Cost control การควบคุมต้นทุน					
9 Customer service การให้บริการลูกค้า					
10 Distribution system ระบบการกระจายสินค้า					
11 Product design การออกแบบผลิตภัณฑ์					
12 Exploit economy of scale เกิดการประหยัดจากขนาด					
13 Manufacturing/ Quality Control การควบคุมคุณภาพการผลิต					
14 Logistics Policy: near to Raw Material การเลือกที่ตั้งใกล้แหล่งวัตถุดิบ					
15 Logistics Policy: near to Labor Force การเลือกที่ตั้งใกล้แหล่งแรงงาน					
16 Logistics Policy: near to the Market การเลือกที่ตั้งใกล้หลังตลาด					
17 Overall Performance ผลประกอบการโดยรวม					

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

企業の特定資源要因より影響を受ける企業業績への所有構造の影響

当調査はチュラロンコーン大、タマサート大、NIDA並びに輸出促進局の協力により商業会計学部の経営学博士課程に在籍する研究生によって実施致します。

御社は当調査の為に、製造及び輸出企業の中から抽出させて頂きました。

御協力により以下についての貴重な情報が得られますことを期待しております。

(1) 御社についての一般情報及び(2) 企業の特定資源及び企業業績に関する要因。

調査は約10～15分を要します。返信用封筒を同封しております。全ての御回答は匿名で、秘密は厳守いたします。

御協力誠に有り難うございます。調査結果は輸出促進局(DEP)及び投資委員会(BOI)にとって有益です。調査結果の要旨を御要望の際は、お名刺を御同封お願いいたします。(なお、匿名の為に別封筒にてお送りいただいても結構です。)

シリボン アルティパン

D B A

Email:preutthipan@hotmail.com

Mobile:01-831-2020

Office:220-4201

Fax:220-4209

パート1：一般情報

指示：各質問の該当する空欄にチェック（✓）又は、数値をご記入ください。

御回答は全て匿名にて、秘密は厳守いたします。

1. 御社は（1. 1又は1. 2を選択）

1. 1 100%タイ人所有（もしこの項を選ばれたら、質問2にお移り下さい）

1. 2 ジョイントベンチャー（タイ-外国）

1. 2. 1 ジョイントベンチャー方式を選んだ主な理由は：

経営 マーケティング 技術 生産 危険分散 その他 特定 _____

1. 2. 2 タイパートナー以外で、主な株主の国籍は

日本 台湾 アメリカ インド ヨーロッパ その他 特定 _____

2. 御社の産業は

医薬品及び飲料水 衣類及び繊維織物 その他 特定 _____

3. 御社の会社設立年 _____ 輸出を開始した年 _____

4. 御社の正規従業員数は _____ 名

50名未満 50-99名まで 100-149名まで 150-199名まで 200名以上

マネージメント（トップマネージャーから社長まで） _____ 名

マーケティング担当（マーケティング課のみ） _____ 名

R&D（開発）担当（全社で） _____ 名

技術者又は技術担当 _____ 名

5. 御社のR & D（開発）担当者がいないとき、どの頻度で外注しますか。

ゼロ 1回 2回 3回 4回以上 通年

6. 御社の海外市場は（複数回答可）

北米（アメリカ合衆国、カナダ、メキシコ）

中南米（カリブ諸国、ブラジル、...）

ヨーロッパ（ドイツ、フランス、オーストリア、...）

アフリカ（エジプト、ケニア、...）

アジア（マレーシア、フィリピン、インドネシア、...）

アジア及び大洋州（日本、中国、韓国、オーストラリア、ニュージーランド、...）

7. 御社のマネージメントスタイルは

家族商売 専門的（標準） 混合 その他 _____

8. 御社は輸入関税、輸入規制強化又は差別ルール、及び海外市場への輸出割当などの貿易障壁により影響を受けますか。

はい いいえ

9. 御社は輸入機械類減税措置等のBOI特権により影響されますか。

はい いいえ

10. 御社はGSP特典の撤廃に影響されますか。

はい いいえ

11. 御社の業界での競争の度合いは

低い やや低い 低くも高くもない やや高い 高い

12. 財務状態(単位:米ドル)

*****この質問の回答は当調査にとり特に重要で、結果はDEP及びBOI
にとって有益です*****

年	1996	1997	1998
売上高			
輸出売上			
国内売上			
資本			
資産			

13. 過去3年間、御社の税引後平均利益は _____ (単位:百万バーツ)

- 損失 0~3百万バーツ未満 損失 3百万バーツ~6百万バーツ以上
利益 0~3百万バーツ未満 利益 3百万バーツ~6百万バーツ未満
利益 6百万バーツ~9百万バーツ未満 利益 9百万バーツ~1200万バーツ未満
利益 1200万バーツ以上 その他 _____

14. 御社はISOシリーズ等のマネジメント基準証書を受けていますか。

もしそうであれば、それを特定して下さい。

はい ISO _____ 又は _____ いいえ その他 _____

パート2: 企業の特定資源レベルとタイの産業平均との比較

指示: 該当する空欄にチェック()して下さい。

タイの産業平均と比べて、

1. 御社のマネジメント資源のレベルは

平均よりかなり上 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

2. 御社のマーケティング資源のレベルは

平均よりかなり上 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

3. 御社の技術資源のレベルは

平均よりかなり上 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

次ページに続く⇒

パート3：御社の企業特定資源の測定

指示

御社の産業の平均レベルと比較して、御社の企業特定資源（FSRs）のレベル測るための各質問の該当する空欄の一つにチェック（✓）して下さい。これらの企業特定資源は、マネージメント資源、マーケティング資源、そして技術資源です。

経営資源要因

1. 年にして、御社の海外マネージメントの経験は
 ゼロ 1年未満 1-2年未満 2-5年未満 5-10年未満 10-15年未満 15年以上
2. 御社のマネージメントの教育レベルは
 高校以下 高卒 専門学校 証書 学士 修士 博士
3. 御社は各年、マネージメントの専門家、エキスパート又はコンサルタントをどの頻度で雇いますか。
 ゼロ 1回 2回 3回 4回 5回 通年
4. 日数にして、年間御社が実施するマネージメントトレーニングは
 ゼロ 1-10 11-20 21-30 31-40 51-60 2ヶ月以上
5. 輸出へのマネージメントの関わり/輸出活動へのマネージメントの関わりは
 平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上
6. 海外市場への輸出に対するマネージメントの態度は
 非常に悪い 悪い やや悪い よくも悪くもない やや良い 良い 非常に良い
7. 御社のマネージャーまたは役員の英語力は
 平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上
8. 外人客との個人的接触の程度は
 平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上
9. マーケット変化へのマネージャーの対応能力は
 平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上
10. 技術や金融などの環境変化において意思決定を行う役員の柔軟性は
 平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上
11. 政治グループ、役人又は他のビジネスグループ等の外部と御社マネージメント間の関係は
 平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

次ページに続く⇒

12. 御社はISOシリーズ、ウールマーク商標又は何等かの品質証書等のマネジメント標準証書を受けていますか。もしそうなら、いくつですか。

0 1 2 3 4 4及びそれ以上

マーケティング資源要因

1. 総売上高に対して、販売促進広告やプロモーションの予算は何パーセントですか。

0 1%未満 1-2% 3-4% 5-6% 7-8% 8%以上

2. 各年、マーケティングの専門家、エキスパート又はコンサルタントをどの程度備っていますか。

0 1回 2回 3回 4回 5回 通年

3. 総売上高に対するマーケティングのR&D費の％は

0 1%未満 1-2% 3-4% 5-6% 7-8% 8%以上

4. 御社の海外市場占有又は海外市場の国数は

1国 2国 3国 4国 5国 6国 6国及びそれ以上

5. 日数にして、各年販売員の為のマーケティングトレーニングにかかるのは

0 1-10 11-20 21-30 31-40 51-60 2ヶ月以上

6. 御社の特殊生産ラインの数は

0 1 2 3 4 5 5以上

7. 開業以来、御社が受けた総理大臣輸出費などの報奨や表彰状又はメダルの数は

0 1 2 3 4 5 5以上

8. タイ貿易委員会、各商工会議所、輸出促進局など御社が会員の団体数は

0 1 2 3 4 5 5以上

9. 御社の海外市場についての知識の程度は

平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

10. 御社が各年受ける販売後の苦情の％は

0 1%未満 1-2%未満 2-3%未満 3-4%未満 5-6%未満 6%及びそれ以上

11. 御社の輸出マーケティング方針/計画は

平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

12. 将来、いくつの新市場に進出する計画ですか。

0 1 2 3 4 5 5以上

技術資源要因

1. 御社は年に何度技術分野の専門家、エキスパート及びコンサルタントを備えますか。

0 1回 2回 3回 4回 5回 通年

次ページに続く⇒

2. 御社が輸出する生産ラインの数は

0 1-2 3-4 5-6 7-8 9-10 11以上

3. 御社の新製品革新の能力は

平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

4. 日数にして、各年御社が実施する技術者に対する技術研修は

0 1-10 11-12 21-30 31-40 51-60 2ヶ月以上

5. 各年、御社の技術による経営費削減の％は

削減不可 1%未満 1-2% 2以上-4% 4以上-6% 6以上-8% 8%及びそれ以上

6. 御社の技術進捗のレベルは

平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

7. 競合他社が御社製品を模造したりコピーしたりする難度は

平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

8. 製品適用の程度は

平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

9. 御社の製品開発の程度は

平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

10. 御社の製品差別化の程度は

平均よりかなり下 平均以下 平均よりやや下 平均 平均よりやや上 平均以上 平均よりかなり上

11. 総売上高に対するR&D予算の％は

0 1%未満 1-2% 3-4% 5-6% 7-8% 8%以上

パート4：財務及び主観的業績に対する受取り方

指示：この部分は財務及び主観的業績に関するものです。

財務業績についての各項目の該当欄にチェック(✓)してください。業界平均と較べて、御社の財務業績がどの範疇に当てはまるかで記して下さい。

次ページへ続く⇒

財務業績	底10%	底30%	平均50%	トップ70%	トップ90%
1 ROI (総資産利益率)					
2 ROA (資産利益率)					
3 ROS (純利益率)					
4 ROE (自己資本利益率)					
5 税引後利益					

主観的な業績の該当する欄にチェック(✓)して下さい。御社が以下の項目にどの程度満足しているかについての質問です。

主観的業績	非常に不満	やや不満	不満でも満足でもない	やや満足	非常に満足
1. 売上レベル					
2. 市場占有率増加					
3. 知識及びスキル移転					
4. R&D					
5. 技術開発					
6. マーケティング開発					
7. マネジメント開発					
8. コストコントロール					
9. 顧客サービス					
10. 販売システム					
11. 広告宣伝					
12. 生産販売効率					
13. 製造/品質管理					
14. 輸送方針 原材料					
15. 輸送方針 労働力					
16. 輸送方針 市場向					
17. 全体的業績					

次ページに続く⇒

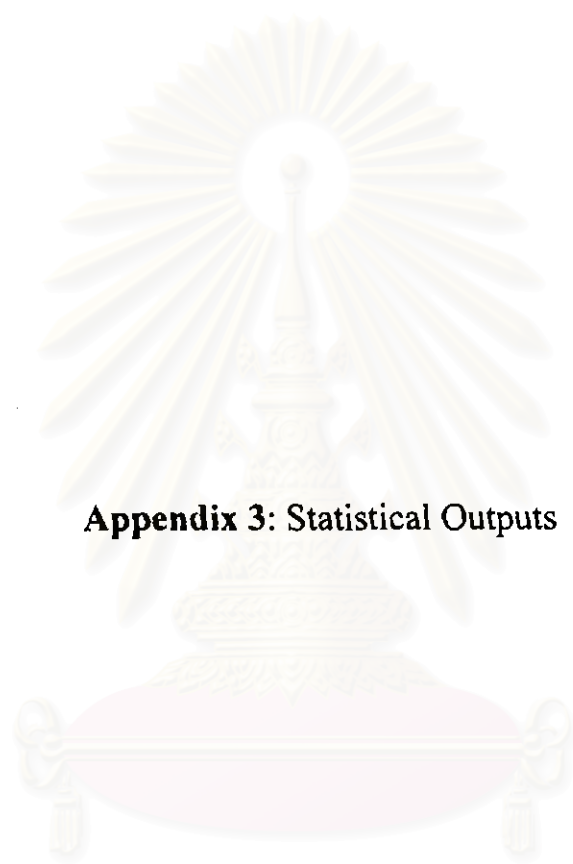
パート5：追加意見

指示：御社の特質で競合他社と違うものを特定して下さい。

貴重なお時間と御協力当調査に賜りまして有り難う御座いました。
なお、当調査につき御意見などございましたらどうぞお聞かせください。

なお当調査を終了されましたら、お手数ですが7ページ分を下記住所又は返信用封筒にてご返送お願いいたします。

Trade Information Division, Department of Export Promotion,
22/77 Rachadapisek Rd . Chulachak, Bangkok, Thailand 10900
Tel. (662) 511-5066-77 512-0093-104 Fax: (662) 5124294



Appendix 3: Statistical Outputs

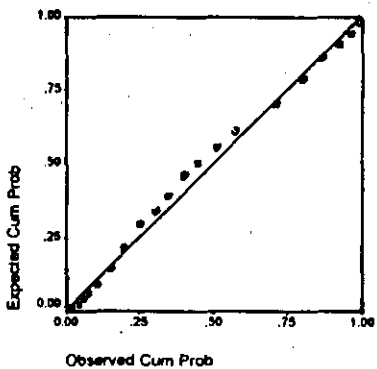
สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



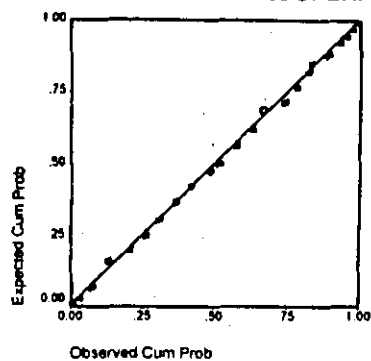
Normal Probability Plot and Histogram

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

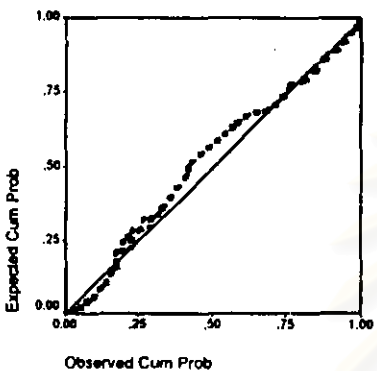
Normal P-P Plot of DIFFPERF



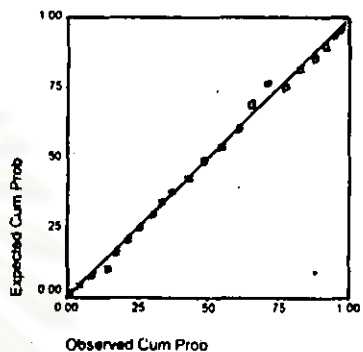
Normal P-P Plot of LOGPERF



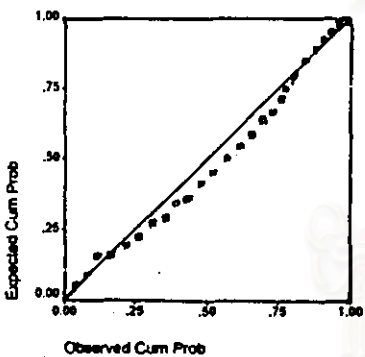
Normal P-P Plot of ex/total



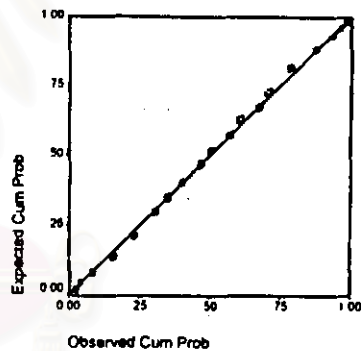
Normal P-P Plot of OVRPERF



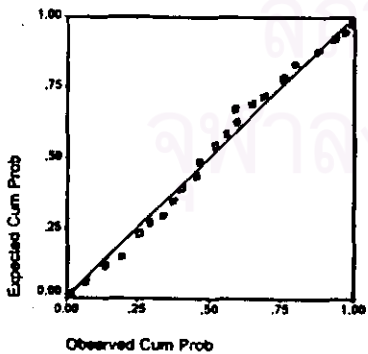
Normal P-P Plot of FINPERF



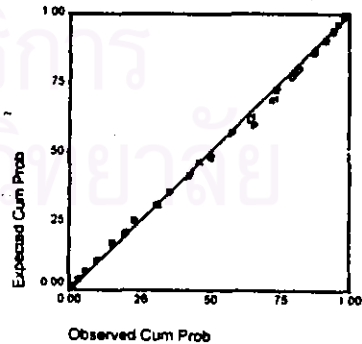
Normal P-P Plot of MKPERF



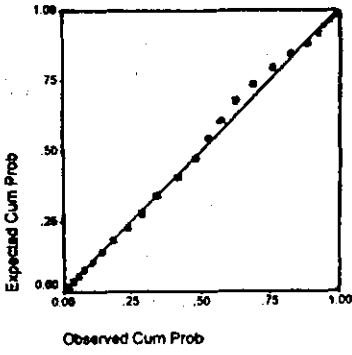
Normal P-P Plot of GWPERF



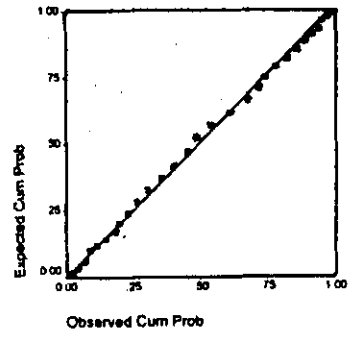
Normal P-P Plot of mgobj



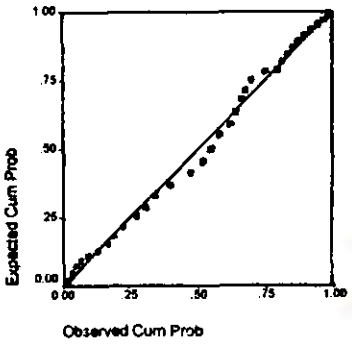
Normal P-P Plot of mgsbj



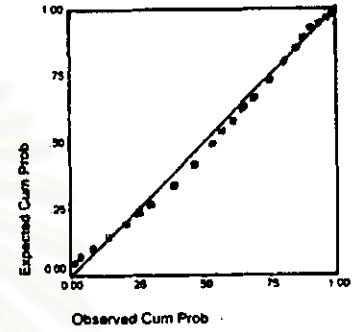
Normal P-P Plot of mg



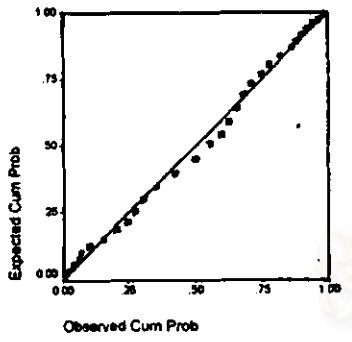
Normal P-P Plot of MK



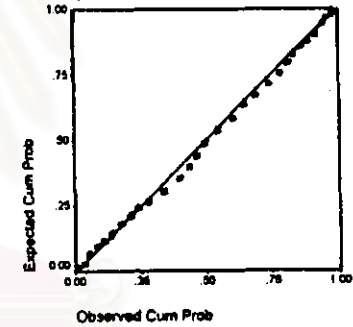
Normal P-P Plot of TOBJ



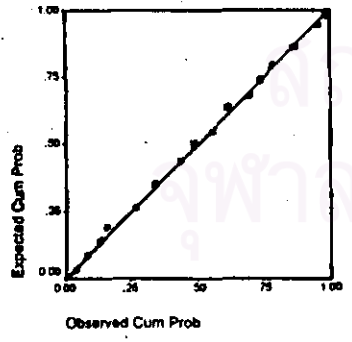
Normal P-P Plot of MKOJB



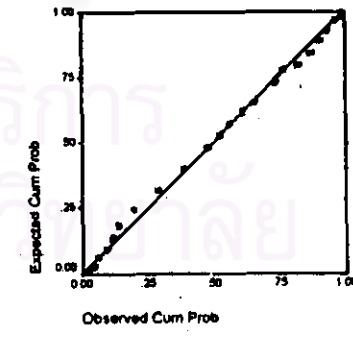
Normal P-P Plot of TS



Normal P-P Plot of MKSBJ

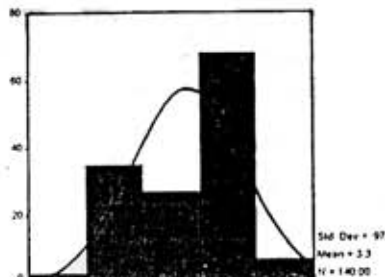


Normal P-P Plot of TSBJ

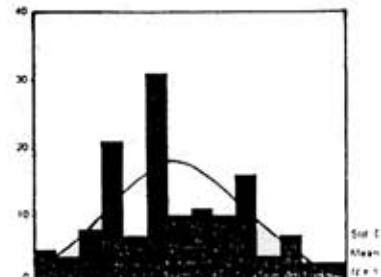




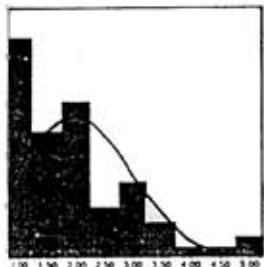
LFFPERF



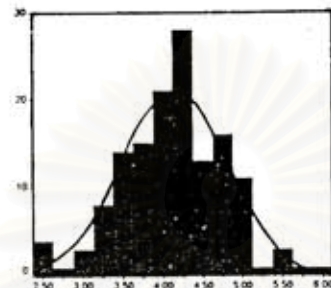
OVRPERF



MKOBJ



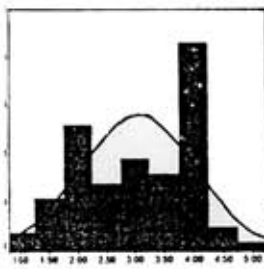
InvPERF



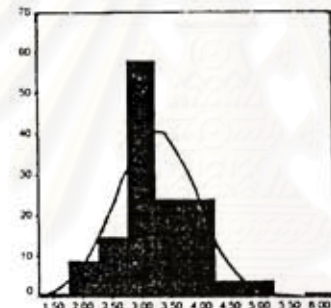
mg



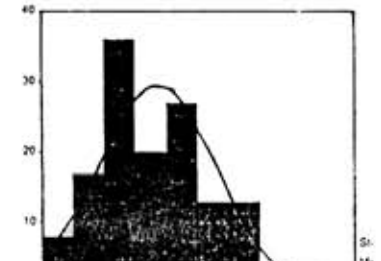
MKSBJ



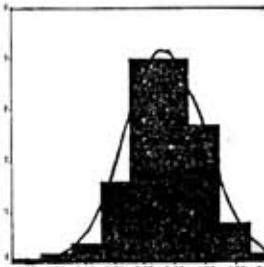
QVPERF



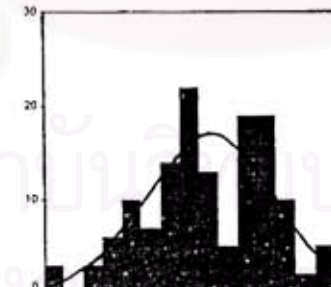
mgobj



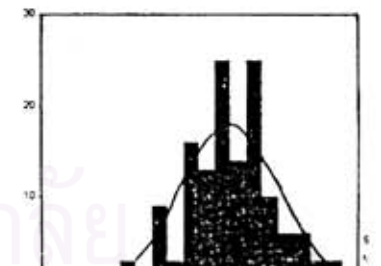
TOBJ



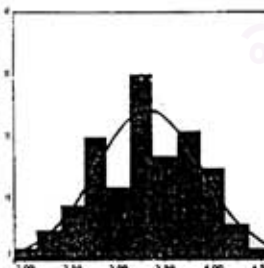
LOGPERF



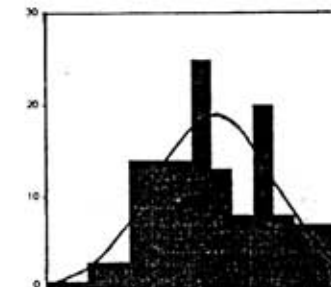
mgobj



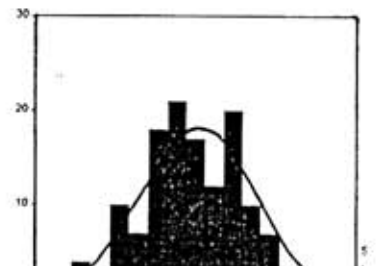
TSBJ



MKPERF



MK



TS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		DIFFPERF	EXGROWTH	ex/total	FINPERF	GWPERF
N		140	140	140	140	140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.9900	.3232658	.9140316	1.9757	3.0357
	Std. Deviation	.7458	1.5791596	.1339483	.9875	.9903
Most Extreme Differences	Absolute	.112	.355	.300	.162	.192
	Positive	.070	.355	.261	.141	.145
	Negative	-.112	-.322	-.300	-.162	-.192
Kolmogorov-Smirnov Z		1.331	4.198	3.547	1.912	2.272
Asymp. Sig. (2-tailed)		.258	.182	.197	.134	.551

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LOGPERF	mg	mgobj	mgsbj	MKOBJ
N		140	140	140	140	140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.3262	4.1333	3.2486	4.7653	3.2129
	Std. Deviation	.6684	.6619	.6869	.8172	.7849
Most Extreme Differences	Absolute	.148	.070	.127	.085	.100
	Positive	.137	.053	.127	.058	.100
	Negative	-.148	-.070	-.080	-.085	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		1.757	.828	1.503	1.007	1.183
Asymp. Sig. (2-tailed)		.417	.500	.218	.263	.121

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		MKPERF	MKSBJ	MK	OVRPERF	TS
N		140	140	140	140	140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3.3083	4.3786	3.4071	3.2929	3.2870
	Std. Deviation	.5742	.9998	.7384	.9708	.7616
Most Extreme Differences	Absolute	.074	.131	.091	.303	.062
	Positive	.069	.112	.091	.183	.062
	Negative	-.074	-.131	-.075	-.303	-.041
Kolmogorov-Smirnov Z		.871	1.551	1.082	3.580	.728
Asymp. Sig. (2-tailed)		.434	.163	.193	.163	.664

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TOBJ	TSBJ
N		140	140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2.5986	3.8607
	Std. Deviation	.9425	.7747
Most Extreme Differences	Absolute	.102	.091
	Positive	.102	.069
	Negative	-.062	-.091
Kolmogorov-Smirnov Z		1.202	1.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.111	.198

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Two-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Frequencies

	ownership	N
DIFFPERF	JV	50
	Thai	90
	Total	140
EXGROWTH	JV	50
	Thai	90
	Total	140
ex/total	JV	50
	Thai	90
	Total	140
FINPERF	JV	50
	Thai	90
	Total	140
GWPERF	JV	50
	Thai	90
	Total	140
LOGPERF	JV	50
	Thai	90
	Total	140
mg	JV	50
	Thai	90
	Total	140
mgobj	JV	50
	Thai	90
	Total	140
mgsbj	JV	50
	Thai	90
	Total	140
MK	JV	50
	Thai	90
	Total	140
MKOBJ	JV	50
	Thai	90
	Total	140
MKSBJ	JV	50
	Thai	90
	Total	140
TS	JV	50
	Thai	90
	Total	140
TOBJ	JV	50
	Thai	90
	Total	140
TSBJ	JV	50
	Thai	90
	Total	140
MKPERF	JV	50
	Thai	90
	Total	140
OVRPERF	JV	50
	Thai	90
	Total	140

Test Statistics^a

		DIFFPERF	EXGROWTH	ex/total	FINPERF	GWPERF
Most Extreme Differences	Absolute	.218	.093	.171	.140	.207
	Positive	.218	.093	.171	.127	.207
	Negative	-.018	-.064	-.064	-.140	.000
Kolmogorov-Smirnov Z		1.235	.529	.970	.794	1.172
Asymp. Sig. (2-tailed)		.195	.942	.303	.554	.128

Test Statistics^a

		LOGPERF	mg	mgobj	mgsbj	MK
Most Extreme Differences	Absolute	.076	.131	.073	.176	.209
	Positive	.076	.131	.073	.176	.136
	Negative	-.042	-.060	-.073	.000	-.209
Kolmogorov-Smirnov Z		.428	.743	.416	.995	1.184
Asymp. Sig. (2-tailed)		.993	.638	.995	.275	.121

Test Statistics^a

		MKOBJ	MKSBJ	TS	TOBJ	TSBJ
Most Extreme Differences	Absolute	.227	.158	.129	.162	.160
	Positive	.082	.158	.129	.162	.160
	Negative	-.227	.000	-.011	-.027	.000
Kolmogorov-Smirnov Z		1.285	.895	.731	.920	.907
Asymp. Sig. (2-tailed)		.274	.400	.660	.366	.383

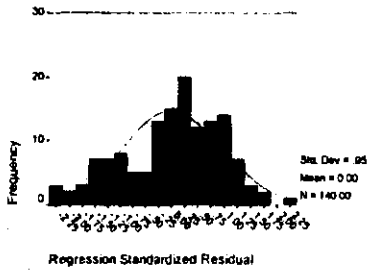
Test Statistics^a

		MKPERF	OVRPERF
Most Extreme Differences	Absolute	.204	.173
	Positive	.204	.173
	Negative	-.040	.000
Kolmogorov-Smirnov Z		1.159	.983
Asymp. Sig. (2-tailed)		.136	.289

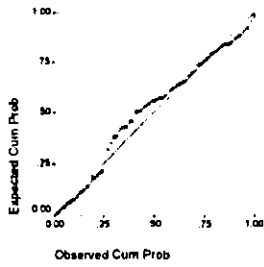
a. Grouping Variable: ownership structure

Histogram

Dependent Variable: DIFFPERF

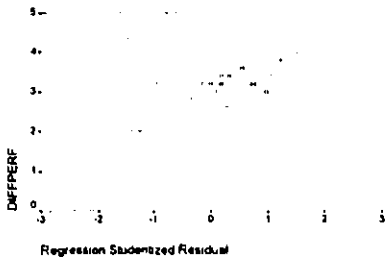


Normal P-P Plot of Regression Sta
Dependent Variable: DIFFPERF



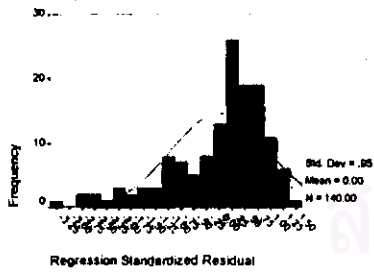
Scatterplot

Dependent Variable: DIFFPERF

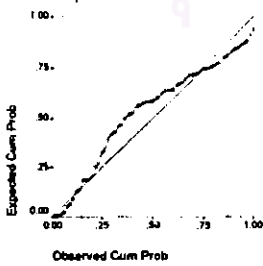


Histogram

Dependent Variable: ex/total



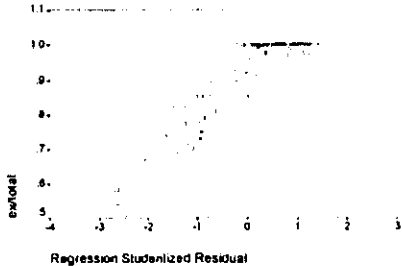
Normal P-P Plot of Regression Sta
Dependent Variable: ex/total



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

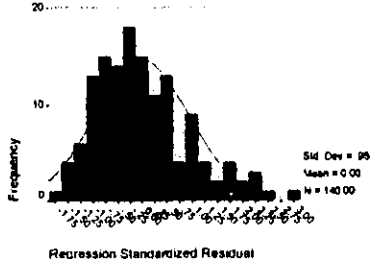
Scatterplot

Dependent Variable: ex/total



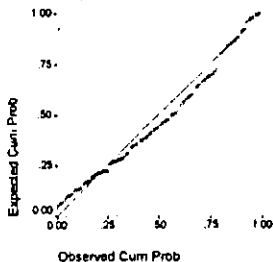
Histogram

Dependent Variable: FINPERF



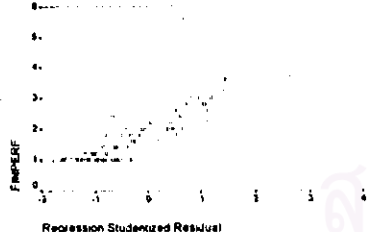
Normal P-P Plot of Regression St

Dependent Variable: FINPERF



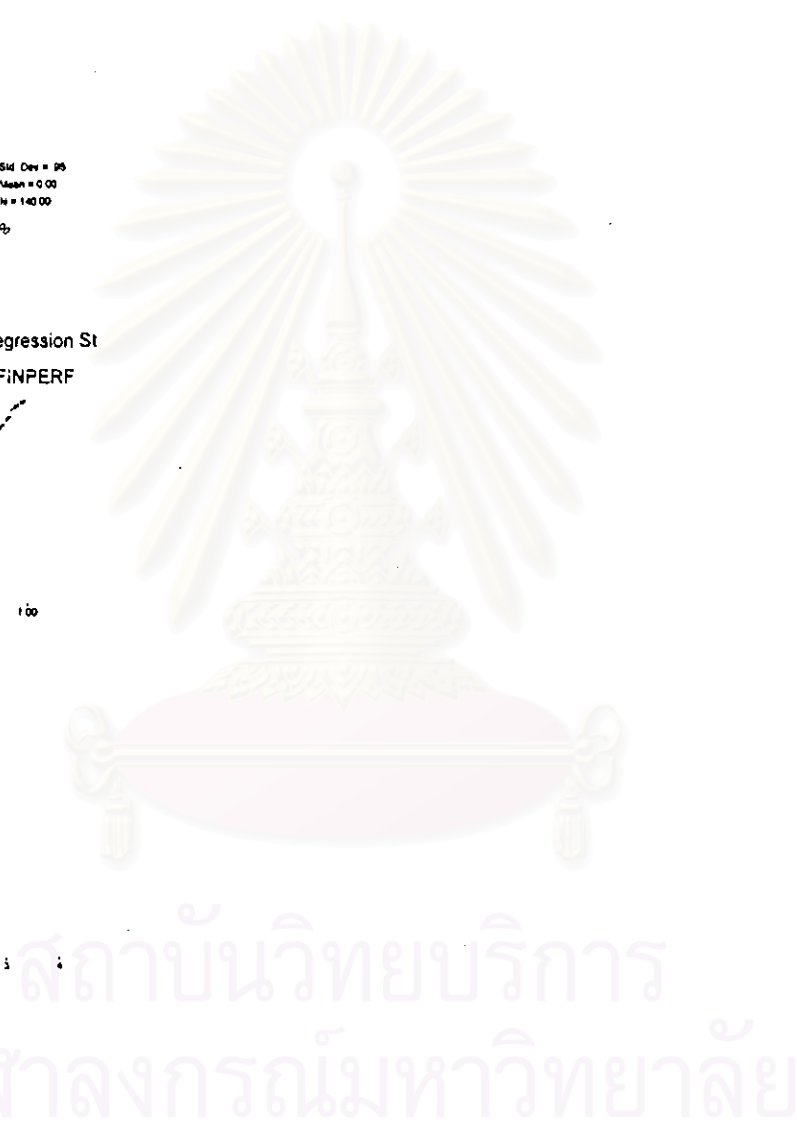
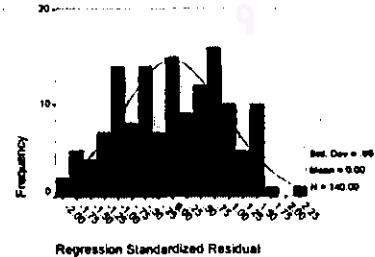
Scatterplot

Dependent Variable: FINPERF



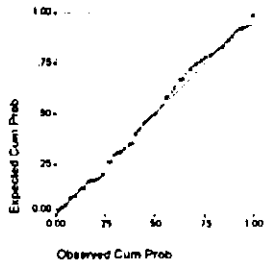
Histogram

Dependent Variable: GWPERF



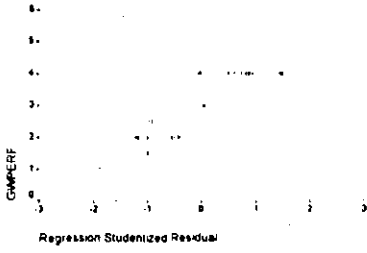
Normal P-P Plot of Regression Sta

Dependent Variable: GWPERF.



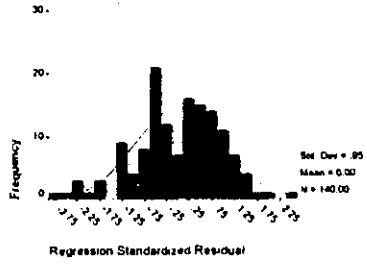
Scatterplot

Dependent Variable: GWPERF



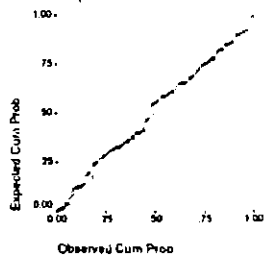
Histogram

Dependent Variable: LOGPERF



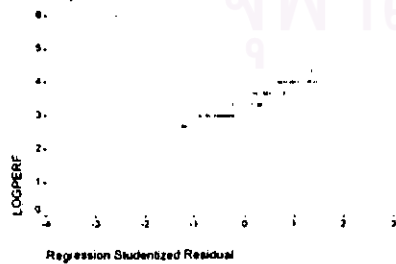
Normal P-P Plot of Regression Sta

Dependent Variable: LOGPERF

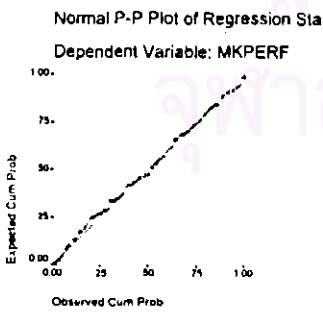
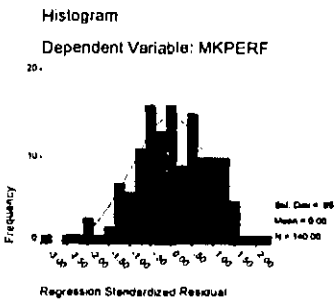
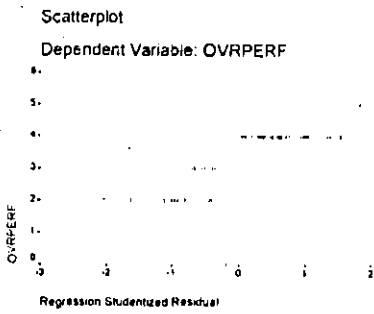
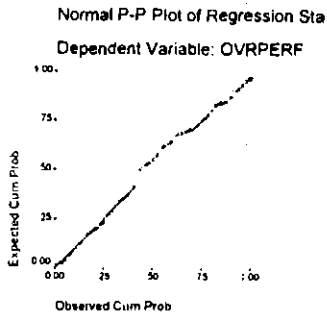
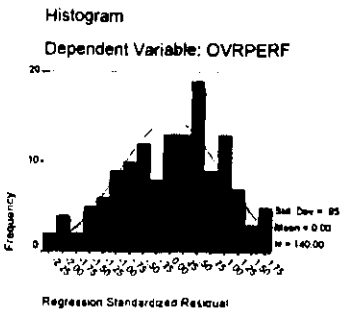


Scatterplot

Dependent Variable: LOGPERF



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Descriptive Statistics (Frequencies, Mean, Standard Deviation)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Frequencies

Statistics

	N		Mean		Median	Mode
	Valid	Missing	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
	Statistic	Statistic				
DIFFPERF	140	0	2.9900	6.303E-02	3.1000	3.20
num of total employees	140	0	3.43	.14	4.00	5
manager	140	0	11.68	1.78	6.00	2
marketer	140	0	5.85	.98	4.00	2
R & D men	140	0	2.78	.54	1.00	0
tecnologymen	140	0	5.41	1.10	2.00	0
TEMP	140	0	25.7214	3.1341	12.5000	11.00
YEAR	140	0	15.0500	1.0714	11.0000	9.00
EXGROWTH	140	0	.3232658	.1334633	5.791E-02	-.08884 ^a
EX96	140	0	15857049	3092266.9	4143930.5	1200000
EX97	140	0	13667448	2240646.6	3500000.0	3500000
EX98	140	0	15783419	2526722.4	4450000.0	1000000 ^a
ex/total	140	0	.9140316	1.132E-02	1.0000000	1.00000
ex/total*gr	140	0	.3079927	.1320325	5.575E-02	-.07586 ^a
FINPERF	140	0	1.9757	8.346E-02	1.8000	1.00
GWPERF	140	0	3.0357	8.370E-02	3.0000	4.00
LOGPERF	140	0	3.3262	5.649E-02	3.3333	3.00
OVRPERF	140	0	3.2929	8.205E-02	4.0000	4.00

Statistics

	Std. Deviation	Variance	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
DIFFPERF	.7458	.5562	-.480	.205	.160	.407
num of total employees	1.61	2.61	-.390	.205	-1.463	.407
manager	21.06	443.73	4.860	.205	27.373	.407
marketer	11.57	133.87	7.646	.205	70.369	.407
R & D men	6.39	40.78	4.895	.205	30.579	.407
tecnologymen	13.04	169.91	6.149	.205	46.359	.407
TEMP	37.0834	1375.1808	3.826	.205	18.491	.407
YEAR	12.6766	160.6953	3.553	.205	20.694	.407
EXGROWTH	1.5791597	2.4937452	7.860	.205	69.265	.407
EX96	36588196	1.34E+15	5.696	.205	43.546	.407
EX97	26511688	7.03E+14	3.485	.205	14.900	.407
EX98	29896583	8.94E+14	3.772	.205	18.843	.407
ex/total	.1339483	1.794E-02	-1.550	.205	1.354	.407
ex/total*gr	1.5622294	2.4405607	7.928	.205	69.875	.407
FINPERF	.9875	.9752	1.212	.205	1.066	.407
GWPERF	.9903	.9807	-.253	.205	-1.101	.407
LOGPERF	.6684	.4468	-.339	.205	.612	.407
OVRPERF	.9708	.9424	-.428	.205	-.889	.407

	Range	Minimum	Maximum	Sum
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
DIFFPERF	3.80	1.00	4.80	418.60
num of total employees	4	1	5	480
manager	150	0	150	1635
marketer	120	0	120	819
R & D men	53	0	53	389
technologymen	120	0	120	758
TEMP	278.00	.00	278.00	3601.00
YEAR	106.00	2.00	108.00	2107.00
EXGROWTH	16.09782	-.48701	15.61081	45.25721
EX96	337100000	20000	337120000	2.22E+09
EX97	185305000	20000	185325000	1.91E+09
EX98	225122857	20000	225142857	2.21E+09
ex/total	.48990	.51010	1.00000	127.96443
ex/total*gr	15.91207	-.46418	15.44789	43.11898
FINPERF	4.00	1.00	5.00	276.60
GWPERF	4.00	1.00	5.00	425.00
LOGPERF	4.00	1.00	5.00	465.67
OVRPERF	4.00	1.00	5.00	461.00

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std.
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Deviation Statistic
DIFFPERF	140	3.80	1.00	4.80	2.9900	6.303E-02	.7458
num of total employees	140	4	1	5	3.43	.14	1.61
EX96	140	337100000	20000	337120000	15857049	3092266.9	36588198
EX97	140	185305000	20000	185325000	13667448	2240846.6	26511688
EX98	140	225122857	20000	225142857	15783419	2526722.4	29898583
EXGROWTH	140	16.09782	-.48701	15.61081	.3232858	.1334633	1.5791597
ex/total	140	.48990	.51010	1.00000	.9140316	1.132E-02	.1339483
ex/total*gr	140	15.91207	-.46418	15.44789	.3079927	.1320325	1.5622294
FINPERF	140	4.00	1.00	5.00	1.9757	8.346E-02	.9875
GWPERF	140	4.00	1.00	5.00	3.0357	8.370E-02	.9903
LOGPERF	140	4.00	1.00	5.00	3.3262	5.649E-02	.6684
MKPERF	140	2.83	2.00	4.83	3.3083	4.853E-02	.5742
OVRPERF	140	4.00	1.00	5.00	3.2929	8.205E-02	.9708
Valid N (listwise)	140						

Descriptive Statistics

	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
DIFFPERF	-.480	.205	.160	.407
num of total employees	-.390	.205	-1.463	.407
EX96	5.696	.205	43.546	.407
EX97	3.485	.205	14.900	.407
EX98	3.772	.205	18.843	.407
EXGROWTH	7.860	.205	69.265	.407
ex/total	-1.550	.205	1.354	.407
ex/total*gr	7.928	.205	69.875	.407
FINPERF	1.212	.205	1.066	.407
GWPERF	-.253	.205	-1.101	.407
LOGPERF	-.339	.205	.612	.407
MKPERF	-.024	.205	-.448	.407
OVRPERF	-.428	.205	-.889	.407
Valid N (listwise)				

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Mediator Regression

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Variables Entered/Removed^c

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees ^a		Enter
2	ownership structure		Enter
3	mgsbj, TSBJ, MKOBJ, mgobj, TOBJ, MKSBJ ^b		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Tolerance = .000 limits reached.
- c. Dependent Variable: OVRPERF

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348 ^a	.121	.081	.9306
2	.359 ^b	.129	.083	.9297
3	.507 ^c	.257	.180	.8790

- a. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees
- b. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure
- c. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure, mgsbj, TSBJ, MKOBJ, mgobj, TOBJ, MKSBJ
- d. Dependent Variable: OVRPERF

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.820	6	2.637	3.045	.008 ^a
	Residual	115.173	133	.866		
	Total	130.993	139			
2	Regression	16.894	7	2.413	2.792	.010 ^b
	Residual	114.099	132	.864		
	Total	130.993	139			
3	Regression	33.633	13	2.587	3.348	.000 ^c
	Residual	97.360	126	.773		
	Total	130.993	139			

- a. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees
- b. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure
- c. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure, mgsbj, TSBJ, MKOBJ, mgobj, TOBJ, MKSBJ
- d. Dependent Variable: OVRPERF

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.837	.423		6.710	.000
	trade barriers	-6.946E-02	.173	-.036	-.402	.688
	BOI Privileges	.423	.178	.213	2.369	.019
	GSP benefit	-.568	.177	-.274	-3.205	.002
	num of total employees	.106	.056	.176	1.901	.059
	type of industry	-.255	.177	-.131	-1.440	.152
	YEAR	-7.768E-03	.006	-.101	-1.225	.223
	2	(Constant)	3.019	.453		6.665
trade barriers		-6.731E-02	.173	-.035	-.390	.697
BOI Privileges		.442	.179	.223	2.469	.015
GSP benefit		-.528	.180	-.255	-2.930	.004
num of total employees		9.447E-02	.057	.157	1.665	.098
type of industry		-.271	.177	-.139	-1.526	.130
YEAR		-6.210E-03	.006	-.081	-.958	.340
ownership structure		-.199	.179	-.099	-1.115	.266
3	(Constant)	1.078	.681		1.583	.116
	trade barriers	-.156	.167	-.080	-.934	.352
	BOI Privileges	.443	.178	.223	2.496	.014
	GSP benefit	-.572	.175	-.276	-3.273	.001
	num of total employees	4.078E-02	.060	.068	.679	.498
	type of industry	-.286	.174	-.147	-1.643	.103
	YEAR	-5.452E-03	.006	-.071	-.883	.379
	ownership structure	-5.401E-02	.174	-.027	-.310	.757
	mgobj	3.423E-02	.146	.024	.235	.815
	mgsbj	.213	.141	.180	1.514	.041
	MKOBJ	.140	.128	.114	1.099	.274
	MKSBJ	.164	.113	.169	1.448	.150
	TOBJ	9.119E-03	.120	.009	.076	.940
	TSBJ	.225	.133	.179	1.688	.094

a. Dependent Variable: OVRPERF

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	
1	ownership structure	-.099 ^a	-1.115	.267	-.097	.840
	mgobj	.096 ^a	1.079	.283	.093	.838
	mgsbj	.306 ^a	3.840	.000	.317	.942
	mg	.270 ^a	3.261	.001	.273	.897
	MK	.135 ^a	1.514	.133	.131	.827
	MKOBJ	.064 ^a	.723	.471	.063	.850
	MKSBJ	.322 ^a	3.888	.000	.321	.870
	TS	.242 ^a	2.680	.008	.227	.778
	TOBJ	.143 ^a	1.509	.134	.130	.732
	TSBJ	.267 ^a	3.171	.002	.266	.870
2	mgobj	.096 ^b	1.082	.281	.094	.838
	mgsbj	.299 ^b	3.723	.000	.309	.929
	mg	.264 ^b	3.172	.002	.267	.890
	MK	.144 ^b	1.618	.108	.140	.821
	MKOBJ	.077 ^b	.867	.388	.076	.838
	MKSBJ	.315 ^b	3.777	.000	.313	.860
	TS	.237 ^b	2.630	.010	.224	.776
	TOBJ	.145 ^b	1.531	.128	.133	.732
	TSBJ	.261 ^b	3.071	.003	.259	.862
3	mg	. ^c000
	MK	. ^c000
	TS	. ^c000

a. Predictors in the Model: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees

b. Predictors in the Model: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure

c. Predictors in the Model: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure, mgsbj, TSBj, MKOBJ, mgobj, TOBJ, MKSBJ

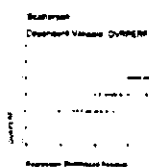
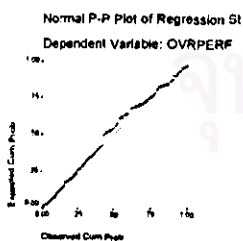
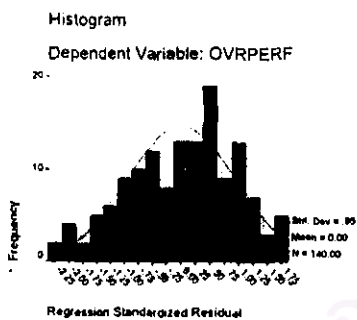
d. Dependent Variable: OVRPERF

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.8915	4.4060	3.2929	.4919	140
Std. Predicted Value	-2.849	2.263	.000	1.000	140
Standard Error of Predicted Value	.1932	.6078	.2731	5.187E-02	140
Adjusted Predicted Value	1.8780	4.4026	3.2931	.4952	140
Residual	-2.0587	1.5818	-2.98E-16	.8369	140
Std. Residual	-2.342	1.799	.000	.952	140
Stud. Residual	-2.440	1.895	.000	1.001	140
Deleted Residual	-2.2352	1.7546	-2.11E-04	.9267	140
Stud. Deleted Residual	-2.490	1.915	-.001	1.007	140
Mahal. Distance	5.723	65.457	12.907	6.352	140
Cook's Distance	.000	.091	.008	.011	140
Centered Leverage Value	.041	.471	.093	.046	140

a. Dependent Variable: OVRPERF

Charts



Regression

Variables Entered/Removed^c

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees		Enter
2	ownership structure		Enter
3	mgsbj, TSBJ, MKOBJ, mgobj, TOBJ, MKSBJ ^b		Enter

a. All requested variables entered.

b. Tolerance = .000 limits reached.

c. Dependent Variable: ex/total

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.346 ^a	.119	.080	.1285010
2	.350 ^b	.122	.076	.1287716
3	.437 ^c	.191	.107	.1265493

a. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees

b. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure

c. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure, mgsbj, TSBJ, MKOBJ, mgobj, TOBJ, MKSBJ

d. Dependent Variable: ex/total

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.298	6	4.963E-02	3.006	.009 ^a
	Residual	2.196	133	1.651E-02		
	Total	2.494	139			
2	Regression	.305	7	4.359E-02	2.629	.014 ^b
	Residual	2.189	132	1.658E-02		
	Total	2.494	139			
3	Regression	.476	13	3.662E-02	2.287	.010 ^c
	Residual	2.018	126	1.601E-02		
	Total	2.494	139			

a. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees

b. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure

c. Predictors: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure, mgsbj, TSBJ, MKOBJ, mgobj, TOBJ, MKSBJ

d. Dependent Variable: ex/total

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.078	.058		18.472	.000
	trade barriers	-6.309E-02	.024	-.235	-2.645	.009
	BOI Privileges	3.868E-02	.025	.141	1.571	.119
	GSP benefit	-3.656E-02	.024	-.128	-1.495	.107
	num of total employees	1.473E-02	.008	.178	1.912	.158
	type of industry	-3.077E-02	.024	-.115	-1.259	.210
	YEAR	-2.110E-03	.001	-.200	-2.411	.173
	2	(Constant)	1.093	.063		17.425
trade barriers		-6.291E-02	.024	-.234	-2.632	.010
BOI Privileges		3.706E-02	.025	.135	1.494	.137
GSP benefit		-3.333E-02	.025	-.117	-1.334	.018
num of total employees		1.569E-02	.008	.189	1.998	.478
type of industry		-3.208E-02	.025	-.119	-1.306	.194
YEAR		-1.982E-03	.001	-.188	-2.206	.029
ownership structure		-1.647E-02	.025	-.059	-.665	.007
3	(Constant)	1.279	.098		13.055	.000
	trade barriers	-4.812E-02	.024	-.179	-1.996	.048
	BOI Privileges	3.446E-02	.026	.126	1.348	.180
	GSP benefit	-3.828E-02	.025	-.134	-1.521	.031
	num of total employees	1.094E-02	.009	.132	1.265	.208
	type of industry	-3.585E-02	.025	-.133	-1.428	.156
	YEAR	-2.024E-03	.001	-.192	-2.276	.025
	ownership structure	-1.750E-02	.025	-.063	-.697	.487
	mgobj	6.769E-03	.021	.035	.323	.747
	mgsbj	2.645E-02	.020	.161	1.303	.195
	MKOBJ	2.746E-02	.018	.161	1.493	.138
	MKSBJ	2.075E-02	.016	.155	1.271	.061
	TOBJ	1.013E-02	.017	.071	.586	.559
	TSBJ	3.452E-02	.019	.200	1.801	.740

a. Dependent Variable: ex/total

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	ownership structure	-.059 ^a	-.665	.507	-.058	.840
	mgobj	-.090 ^a	-1.017	.311	-.088	.838
	mgsbj	-.142 ^a	-1.700	.091	-.146	.942
	mg	-.144 ^a	-1.682	.095	-.145	.897
	MK	-.198 ^a	-2.248	.026	-.192	.827
	MKOBJ	-.203 ^a	-2.335	.021	-.199	.850
	MKSBJ	-.057 ^a	-.655	.514	-.057	.870
	TS	-.196 ^a	-2.151	.033	-.184	.778
	TOBJ	-.126 ^a	-1.333	.185	-.115	.732
	TSBJ	-.208 ^a	-2.424	.017	-.206	.870
2	mgobj	-.090 ^b	-1.013	.313	-.088	.838
	mgsbj	-.150 ^b	-1.787	.076	-.154	.929
	mg	-.149 ^b	-1.742	.084	-.151	.890
	MK	-.194 ^b	-2.192	.030	-.188	.821
	MKOBJ	-.198 ^b	-2.262	.025	-.194	.838
	MKSBJ	-.064 ^b	-.730	.467	-.064	.860
	TS	-.199 ^b	-2.182	.031	-.187	.776
	TOBJ	-.125 ^b	-1.318	.190	-.114	.732
	TSBJ	-.215 ^b	-2.500	.014	-.213	.862
3	mg	.c000
	MK	.c000
	TS	.c000

a. Predictors in the Model: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees

b. Predictors in the Model: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure

c. Predictors in the Model: (Constant), YEAR, type of industry, BOI Privileges, GSP benefit, trade barriers, num of total employees, ownership structure, mgsbj, TSBJ, MKOBJ, mgobj, TOBJ, MKSBJ

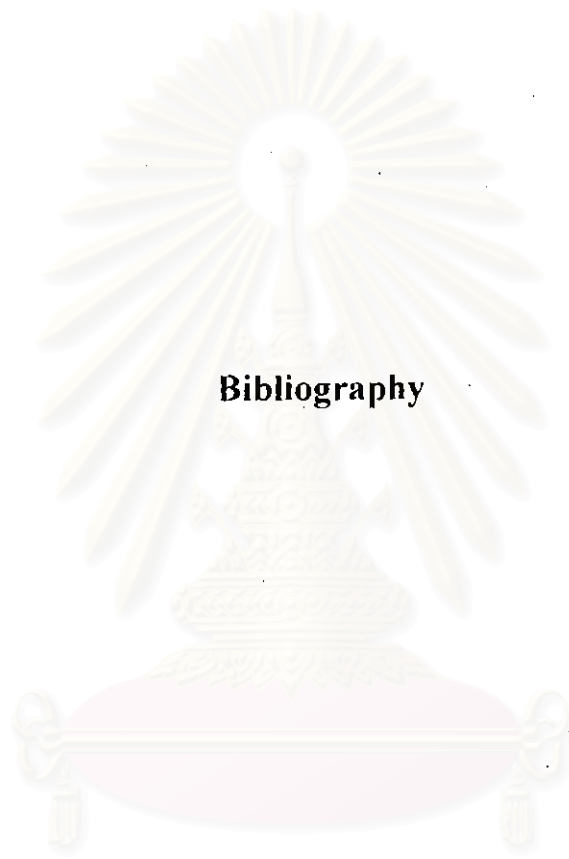
d. Dependent Variable: ex/total

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	ex/total
89	-3.314	.52755

a. Dependent Variable: ex/total

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



Bibliography

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SIRIPONG PREUTTHIPAN

99/373-374 Soi 23, Sukapiban 3 Road ;
 Bangapi District, Bangkok, Thailand 10240
 Tel : 01-817-2702

BIRTH DATE: 14 September 1962

BIRTH PLACE: Surathani Province

EDUCATION : **The Joint Doctoral Program In Business Administration (JDBA)**
Chulalongkorn University (CU), Thammasat University (TU), and
The National Institute of Development Administration (NIDA)
 Faculty of Commerce and Accountancy
 GPA: 3.94
 A Candidate for the DBA in International Business (IB)
 June 1996-Present

Japanese International Cooperation Agency (JICA)
 Certificate, Colloquium on Urban Public Transport Tokyo, Japan
 October - December 1998

The University of New South Wales (UNSW) Sydney, Australia
 Certificate, Transport Planning, Management and Control
 March - June 1996

Bureau of Economic And Social Research And Consultancy (WES)
 Diploma, Multimodal Transport Management Course Brugge, Belgium
 November 1993 - February 1994

Japanese International Cooperation Agency (JICA)
 Certificate, Urban Transport Course Tokyo, Japan
 May - July 1992

University of Minnesota (U of M) Minneapolis, Minnesota
 Carlson School of Management
 Master of Business Administration, June 1988
 Concentration: Management Information Systems (MIS) and
 Transportation & Logistics (T&L)

Ohio State University (OSU) Columbus, Ohio
 College of Business and Administration
 B.S.B.A., June 1986
 Concentration: Information System and Transportation & Logistics
 National Dean's List, 1984-1985
 Ohio State University Honorary Society (Cum Laude), June 1986
 UVC Summa Award, July 1983

Alief Hastings High School Houston, Texas
 Diploma with honor, May 1982

EXPERIENCES : **The 1st CEO Forum on Campus**
 Faculty of Commerce and Accountancy
 Chulalongkorn University
 Master of Ceremony (MC)
 19 January 1999

Seminar on Modernization of Railway Management

Japan Railway Technical Services (JARTS)

Master of Ceremony (MC)

9 October 1998

Training in Research Proposal Writing in Social Sciences

National Research Council of Thailand (NRCT)

15 - 18 September 1998

19th Joint Conference RSR & KTMB

Bangkok, Thailand

19th ASEAN Railway General Managers' Conference

Master of Ceremony (MC)

9-13 June 1997

18th Joint Conference RSR & KTMB

Kuala Lumpur, Malaysia

17th ASEAN Railway General Managers' Conference

Delegate to attend the conference

23-28 July 1995

Hamburg Congress Centre

Hamburg, Germany

Delegate for attending Intermodal' 93 conference and exhibition

6 - 8 December 1993

The State Railway of Thailand

Bangkok, Thailand

Chief of Passenger Division

April 1999- Present

Chief of Traffic Planning and Development Division,

October 1997- April 1999

Chief of Car Control Division,

October 1996 - October 1997

Chief of Car Tracing Section, Car Control Division,

July 1992 - October 1996

Chief of Claims Section, Goods Division,

March - July 1992

Traffic Inspector at Hat Yai District

Songkhla, Thailand

February 1990 - March 1992

Traffic Inspector at Lampang District

Lampang, Thailand

May 1989 - February 1990

Traffic Inspector at Kaeng Khoi District

Saraburi, Thailand

July 1988 - May 1989

ABAC University

Teaching in business computer courses

August 1992 - Present

University of Minnesota

Minneapolis, Minnesota

Teaching Assistant for MIS classes

March - June 1988

Consultant for MIS classes and Senior Data Operator Entry

September 1986 - June 1988

Consultant for Donaldson Company Field Project

Helping developing the 'total unit cost' program as an adequate tool

to analyze and evaluate order quantities that take into account all

costs December 1986 - April 1987

Bangkok Bank, Ltd.

Bangkok, Thailand

Student Internship Program (SIP 8)

July - August 1987

ACTIVITIES :**Children's International Summer Villages (CISV)**

Youth Leader for Thai CISV participants Christchurch, New Zealand

December 1994 - January 1995

The Ship Southeast Asian Youth Program
(SSEAYP 91, NIPPON MARU 18)

The Youth Leader for participants of SSEAYP 1991

This program is based on the joint statements issued between Japan and the respective countries of ASEAN. 270 young people from ASEAN countries and 45 Japanese Young people live together on board a ship and visit these 7 countries to engage in such activities as exchanging goodwill with local young people in each country visited.



Thai Student Association

Secretary and Treasure

Minneapolis, Minnesota

Vice President

Columbus, Ohio

Organizing cultural shows and activities with other international student organizations.

September 1982 - June 1988

Member of Beta Gamma Sigma, Beta of Ohio Chapter

June 1986

Columbus, Ohio

American Field Service Exchange Student Program (AFS 20)

A representative from Thailand for AFS program

Houston, Texas

August 1981 - July 1982

Member of a C.I.S.V. organization

Bangkok, Thailand

PAPERS:

JDBA Research Forum # 2

Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University

A Resource-Based Model of Mode of Entry on Export Performance:

A Thai Perspective

Success Factors, Strategy and Structure of Strategic Alliances in

Thai Financial Sector

25 May 1998

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย