

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ



นาย ณัฐนต์ หมวดเมือง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-1745-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

FACTORS INFLUENCING EXPORT PERFORMANCE OF FAMILY BUSINESS
IN GEMS AND JEWELRY INDUSTRY

Mr. Nasun Moadmuang

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Business Administration in Business Administration

Faculty of Commerce and Accountancy

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974-53-1745-4

ณสันต์ หมวดเมือง : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (FACTORS INFLUENCING EXPORT PERFORMANCE OF FAMILY BUSINESS IN GEMS AND JEWELRY INDUSTRY) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร.อัจฉรา จันทร์ฉาย, อ.ที่ปรึกษาร่วม : ผศ. ดร.ภูเบศร์ สมุทรจักร 115หน้า. ISBN 974-53-1745-4.

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของธุรกิจครอบครัว และเพื่อศึกษาถึงระดับของผลกระทบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของธุรกิจครอบครัว ตัวแบบและสมมติฐานการวิจัยได้สร้างจากการรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจครอบครัว และกิจกรรมการส่งออกซึ่งตีพิมพ์ในช่วงปี 2500-2546 ข้อมูลสำหรับการวิจัยได้จากแบบสอบถามจำนวน 81 ฉบับ ที่ได้รับจากเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารของหน่วยธุรกิจครอบครัวที่ส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ซึ่งเป็นกรอบตัวอย่างจำนวน 723 หน่วย คิดเป็นอัตราตอบกลับที่ร้อยละ 11.20 การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบตัวแบบใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และ 0.05

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการส่งออกของธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย มี 5 ประการ โดยเรียงลำดับตามระดับของอิทธิพล จากสูงไปต่ำได้ดังนี้คือ การวางแผนที่ดี เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ บุคลากรที่ดี ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้

ผลจากการวิจัยทำให้สามารถเสนอแนะได้ว่า ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจส่งออกของธุรกิจครอบครัวไทยในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ขึ้นอยู่กับ การวางแผนของกิจการ การปรับเปลี่ยนสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ การมีบุคลากรที่รักและทุ่มเทกับงานส่งออก การพัฒนาเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศ และการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจทางธุรกิจ

สาขาวิชา.....บริหารธุรกิจ.....
ปีการศึกษา.....2547.....

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4482235126 : MAJOR BUSINESS ADMINISTRATION

KEY WORD: BUSINESS / FAMILY BUSINESS / EXPORT / GEMS / JEWELRY

NASUN MOADMUANG : FACTORS INFLUENCING EXPORT PERFORMANCE OF FAMILY BUSINESS IN GEMS AND JEWELRY INDUSTRY. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. ACHARA CHANDRACHAI, Ph.D., THESIS CO-ADVISOR : ASST. PROF. BHUBATE SAMUTACHAK, D.B.A, 115 pp. ISBN 974-53-1745-4.

The objective of this research is to study the factors influencing export performance of a family business in the gems and jewelry industry in Thailand. The research model and research hypotheses are based on the literature review of family business and export activities published during 1957-2003. The field survey is employed using response from 81 family business owners or managers in exporting companies of gems and jewelry industry in Thailand, which is sampling frame of 723 units. The response rate of this research is 11.20%. The correlation coefficient, at the 0.01 and 0.05 level, is used to examine the proposed model.

This study suggests that the success of export performance of family business relies on 5 factors, by ranking as to its influence, the business planning, the development of distribution network, the attitude toward export of staff, the product development to the customer's requirements, and the usage of international market information.

The research findings suggest that the success of Thai family business in gems and jewelry export depends on the business plan, the product development to the market's needs, human resource who dedicate to the export, the development of the distributing agents in export market, the adoption of the export market's information supporting in business decision making.

Field of study...Business Administration..Student's signature.....
 Academic year.....2004.....Advisor's signature.....
 Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เกิดจากความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสองท่านที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้คำปรึกษาและชี้แนะตั้งแต่เริ่มทำงานถึงขั้นสุดท้าย ด้วยความตั้งใจและทุ่มเทอย่างหาที่เปรียบมิได้ เกิดจากความกรุณาของประธานและอาจารย์กรรมการสอบที่กรุณาสละเวลาพิจารณาและชี้แนะ และเกิดจากการสนับสนุนของครอบครัวและเพื่อนของผู้วิจัยเอง รวมทั้งยังเกิดจากผู้ช่วยวิจัยที่ช่วยจัดส่งและติดตามแบบสอบถาม และผู้ประกอบการทุกท่านที่ได้กรุณาตอบและส่งแบบสอบถามกลับคืน

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

สารบัญ

๕

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.4 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ธุรกิจครอบครัว.....	5
2.1.1 ความหมายของ "ธุรกิจครอบครัว".....	5
2.1.2 ความสำคัญของธุรกิจครอบครัว.....	7
2.1.3 ข้อดีและข้อเสียของธุรกิจครอบครัว.....	8
2.1.4 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจครอบครัว.....	11
2.2 กิจกรรมการส่งออก.....	14
2.2.1 การให้ความหมายการส่งออก.....	14
2.2.2 ความสำคัญของการส่งออก.....	15
2.2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก.....	16
2.2.4 การวัดผลการส่งออก.....	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
3.1 ประชากร.....	22
3.2 ตัวแบบและสมมติฐานการวิจัย.....	23

3.2.1 การวางแผนที่ดี.....	23
3.2.2 โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม.....	25
3.2.3 ผลិតภักทที่ที่เหมาะสม.....	25
3.2.4 การดำเนินงานที่ดี.....	26
3.2.5 บุคลากรที่ดี.....	27
3.2.6 เครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ.....	28
3.2.7 การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้.....	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	33
4.1 อัตราการตอบกลับ.....	33
4.2 ความเบี่ยงเบนจากการไม่ตอบกลับ.....	35
4.3 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	35
4.4 รายงานข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนา.....	42
4.4.1 ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรอิสระ.....	42
4.4.1.1 การวางแผนที่ดี.....	42
4.4.1.2 โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม.....	43
4.4.1.3 ผลิตภักทที่ที่เหมาะสม.....	44
4.4.1.4 การดำเนินงานที่ดี.....	45
4.4.1.5 บุคลากรที่ดี.....	47
4.4.1.6 เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ.....	48
4.4.1.7 การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้.....	49
4.4.2 ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อตัวแปรตาม.....	51
4.4.2.1 ผลประกอบการส่งออก.....	51
4.5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์.....	52
4.5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีตัวแปรตามคือยอดการส่งออก.....	52

4.5.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดย มีตัวแปรตามคือสัดส่วนยอดการส่งออกการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด.....	54
4.5.3 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดย มีตัวแปรตามคือกำไรจากการส่งออก.....	55
4.5.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดย มีตัวแปรตามคืออัตราการเติบโตของยอดการส่งออก.....	57
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	63
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	63
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	67
5.2.1 อภิปรายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	68
5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	73
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	77
5.3.1 การใช้ประโยชน์ทางทฤษฎี.....	77
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ.....	77
5.3.3 ข้อจำกัดของการวิจัยครั้งนี้ และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต.....	83
รายการอ้างอิง.....	85
ภาคผนวก.....	92
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	115

สารบัญตาราง

ญ

หน้า

ตารางที่ 1.1	เปรียบเทียบการส่งออกสินค้าสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย 2530 – 2540.....	3
ตารางที่ 2.1	ข้อดีและข้อเสียของธุรกิจครอบครัว.....	11
ตารางที่ 2.2	ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินธุรกิจครอบครัว.....	14
ตารางที่ 2.3	ปัจจัยที่สนับสนุนการส่งออก.....	19
ตารางที่ 2.4	แสดงตัววัดผลการส่งออกและผู้ที่เคยนำไปใช้.....	21
ตารางที่ 3.1	แสดงค่า cronbach's alpha.....	30
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถามในช่วงแรก.....	33
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถามในช่วงที่สอง.....	34
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวน และร้อยละของแบบสอบถามทั้งสองช่วง.....	34
ตารางที่ 4.4	แสดงการวิเคราะห์ความเบี่ยงเบนจากการไม่ตอบกลับ.....	35
ตารางที่ 4.5	แสดงประเภทกิจการ.....	36
ตารางที่ 4.6	แสดงประเภทสินค้า.....	37
ตารางที่ 4.7	แสดงช่วงอายุกิจการ.....	37
ตารางที่ 4.8	แสดงยอดสินทรัพย์ของกิจการ.....	37
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนพนักงานประจำในกิจการ.....	38
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนกิจการที่มีการวางตัวทายาท.....	39
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนกิจการที่มีเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศ.....	39
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนกิจการที่มีการรับรู้ข่าวสารต่างประเทศ.....	39
ตารางที่ 4.13	แสดงยอดส่งออกของปี 2546.....	40
ตารางที่ 4.14	แสดงผลประกอบการส่งออก.....	41
ตารางที่ 4.15	แสดงสัดส่วนกำไรต่อมูลค่าส่งออกของปี 2546.....	41
ตารางที่ 4.16	แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ ลักษณะทางการวางแผนที่ดี.....	43
ตารางที่ 4.17	แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ ลักษณะทางโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม.....	44
ตารางที่ 4.18	แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม.....	45
ตารางที่ 4.19	แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ ลักษณะของการดำเนินงานที่ดี.....	46

ตารางที่ 4.20 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ ลักษณะของบุคลากรที่ดี.....	48
ตารางที่ 4.21 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ ลักษณะของเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ.....	49
ตารางที่ 4.22 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ ลักษณะการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้.....	50
ตารางที่ 4.23 แสดงข้อมูลทางสถิติของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อ ผลประกอบการส่งออก.....	51
ตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมียอดขายการส่งออกเป็นตัวแปรตาม.....	53
ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีสัดส่วนยอดขายการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมดเป็นตัวแปรตาม.....	54
ตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีกำไรจากการส่งออกเป็นตัวแปรตาม.....	56
ตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีอัตราการเติบโตของยอดขายการส่งออกเป็นตัวแปรตาม.....	57
ตารางที่ 4.28 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน.....	59
ตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกันเอง.....	61
ตารางที่ 4.30 แสดงผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม ต่อตัวมันเอง.....	62
ตารางที่ 5.1 แสดงรายละเอียดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการส่งออก เฉพาะลักษณะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมาก.....	67

สารบัญภาพ

๗

หน้า

รูปที่ 3.1 แสดงตัวแบบการวิจัย.....	29
รูปที่ 4.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และยอดการส่งออก.....	53
รูปที่ 4.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และยอดการส่งออก ต่อยอดขายทั้งหมด.....	55
รูปที่ 4.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และกำไรจากการส่งออก.....	56
รูปที่ 4.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และอัตราการเติบโตของ ยอดการส่งออก.....	58
รูปที่ 4.5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม.....	59
รูปที่ 4.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกันเอง.....	60
รูปที่ 5.1 แสดงผลสรุปสมมติฐาน.....	64