

บทที่ 1 บทนำ



1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การส่งออกมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) โดยรายได้จากการส่งออกคิดเป็นประมาณ ร้อยละ 58.87, 58.29, 51.14, 56.49 และ 64.09 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติในปี 2541 ถึง 2545 ตามลำดับ (สถิติการค้า [3 มีนาคม 2546], ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ [3 มีนาคม 2546]) ด้วยเหตุนี้การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการส่งออกจึงเป็นสิ่งที่นักวิจัยควรนำมาศึกษาวิจัยในทุกแง่มุม เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เป็นระบบ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการประยุกต์ปฏิบัติของผู้เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการส่งออก

ในอดีตที่ผ่านมาได้มีการศึกษาและวิจัยหลายเรื่อง ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออก มีการศึกษากันในหลายแง่มุม อาทิเช่น การศึกษาการวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับบริษัทขนาดเล็กที่ดำเนินธุรกิจส่งออกและนำเข้า (Dorsey and Berko, 1982) หรือการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการออกนโยบายส่งเสริมการส่งออกจากภาครัฐ (Katsikeas and Morgan, 1994) เป็นต้น

อนึ่ง มีการศึกษาพบว่าในหลายประเทศ อาทิเช่น ประเทศอิตาลี และประเทศเกาหลี เป็นต้น พบว่ามียอดส่งออกจากรูทิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ของยอดส่งออกทั้งหมด (Hall, 1995 อ้างถึงใน Viviers, 1999) และธุรกิจครอบครัวถูกจัดให้เป็นส่วนสำคัญของธุรกิจขนาดย่อม (Fox, Nilakant and Hamilton, 1996) ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะครอบครัวมีความสำคัญต่อสภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศชาติ ทั่วทั้งโลกเป็นอย่างมาก (Stavrou and Swiercz, 1998; Sharma, Chrisman, Pablo and Chua, 2001) โดย Suehiro (2001) พบว่าในประเทศไทยมีจำนวนธุรกิจครอบครัวร้อยละ 48.2 และในรายงานของนิตยสารฟอร์จูน 500 พบว่ามีจำนวนธุรกิจครอบครัวถึง 175 ราย จาก 500 ราย (Rosenblatt, de Mills, Anderson and Johnson, 1991 อ้างถึงใน Stavrou and Swiercz; Carsrud, 1994 อ้างถึงใน McConaughy, Matthews and Fialko, 2001) และเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาธุรกิจครอบครัวมีส่วนในการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP) สูงถึงร้อยละ 40 – 60 (Ward and Aronoff, 1990 อ้างถึงใน Daily and Dollinger, 1993)

อย่างไรก็ตาม ไม่พบว่ามีเอกสารและงานวิจัยใดที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่สนับสนุนการส่งออกของธุรกิจครอบครัว ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่สนับสนุนการส่งออกของธุรกิจครอบครัว โดยผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยสร้างตัวแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกและการวัดผลการส่งออกจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจครอบครัว อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และการส่งออก

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย เป็นภาคการผลิตที่มีความสำคัญอันดับหนึ่งของโลก (ทวีป ศิริวิศมี, 2544) ด้วยสาเหตุหลายประการ อาทิเช่น มีความชำนาญในการนำอัญมณีมาผ่านกรรมวิธีทางความร้อนเพื่อเพิ่มมูลค่า จึงส่งผลให้เป็นอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกที่สำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มียอดส่งออกติดอันดับใน 10 อันดับแรก ดังแสดงในตารางที่ 1.1 และมีมูลค่าการส่งออกในระดับสูงถึงประมาณ 81.289 พันล้านบาท ในปี 2544 (The Gem and Jewelry Institute of Thailand ในความร่วมมือกับ Thai Customs Department, 2002) โดยมีรายงานว่า ประมาณร้อยละ 80 ของผลผลิตที่แท้จริงของอุตสาหกรรมนี้ มีเพื่อการส่งออก (สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย [3 มีนาคม 2546])

อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับช่วยก่อให้เกิดการสร้างงานให้แก่ประเทศไทยถึงประมาณ 1,200,000 คนจากจำนวนผู้ผลิต 817 ราย (สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับไทย [3 มีนาคม 2546]) ยิ่งไปกว่านั้น อุตสาหกรรมนี้ยังช่วยสร้างรายได้ให้แก่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอื่น เช่น อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องจักรและอุปกรณ์การเจียรไนและการผลิตเครื่องประดับ รัฐบาลจึงได้ส่งเสริมการลงทุนด้วยมาตรการทางด้านภาษี อาทิเช่น การยกเว้นการเรียกเก็บภาษีนำเข้า เพชร และ พลอยสี เป็นต้น

อุตสาหกรรมนี้ มีความสำคัญและส่งผลต่อเศรษฐกิจ ดังนั้น ผลที่ได้จากการศึกษา จะสามารถนำไปเป็นแนวทางเพื่อปรับปรุงธุรกิจครอบครัวให้มีความสามารถทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และประสบความสำเร็จในการส่งออก

ตารางที่ 1.1 เปรียบเทียบการส่งออกสินค้าสำคัญ 10 อันดับแรกของไทย 2530- 2540

มูลค่า: ล้านบาท

สินค้า	2530	อันดับ ที่	2535	อันดับ ที่	2536	อันดับ ที่	2537	อันดับ ที่	2538	อันดับ ที่	2539	อันดับ ที่	2540	อันดับ ที่
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	35,556	1	56,696		89,594	1	100,679	1	102,019	2	79,875	2	97,153	2
ข้าว	22,703	2	36,214	4	32,958	7	39,187	8	48,626	9	50,734	6	65,093	4
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	20,661	3	29,613	6	21,735	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---
ยางพารา	20,539	4	26,925	7	29,163	8	41,824	5	61,260	3	63,373	3	57,450	5
อัญมณีและเครื่องประดับ	19,831	5	36,682	3	43,495	3	47,088	4	52,498	7	54,272	5	55,622	6
แผงวงจรไฟฟ้า	16,034	6	28,622	8	35,550	6	45,310	5	58,181	4	56,538	4	75,837	3
อาหารทะเลกระป๋อง	13,226	7	24,425	10	25,659	10	31,995	9	33,294	10	34,244	9	49,309	7
ผ้าเส้น	8,720	8	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---
เครื่องดนตรีชิ้นแซนซิง	5,749	9	31,709	5	37,843	4	49,155	3	50,302	8	43,404	7	47,163	9
เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	3,774	10	55,409	2	65,271	2	94,590	2	131,241	1	167,674	1	220,302	1
รองเท้าและชิ้นส่วน	-----	---	25,642	9	27,941	9	39,261	7	53,778	5	33,544	10	35,305	10
เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	-----	---	34,626	8	-----	
ยานพาหนะอุปกรณ์และส่วนประกอบ	-----	---	-----		-----	---	-----	---	-----	---	-----		45,419	8
รวม 10 อันดับแรก	167,093		383,939		409,229		489,089		591,199		520,284		751,673	
อื่นๆ	132,760		440,707		531,633		648,512		815,111		790,755		1,054,985	
รวมทั้งสิ้น	299,853		824,643		940,862		1,137,601		1,406,310		1,411,039		1,806,658	

ที่มา ศูนย์สถิติการพาณิชย์ โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร, 2541 อ้างถึงใน ทวีป ศิริวิศมี

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของธุรกิจครอบครัว
2. เพื่อศึกษาถึงระดับของผลกระทบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของธุรกิจครอบครัว

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. งานวิจัยจะศึกษาจากหน่วยตัวอย่างในกลุ่มผู้ประกอบการลักษณะธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อการส่งออก
2. งานวิจัยจะศึกษาจากข้อมูลที่ได้รับจากเจ้าของหรือผู้บริหารหน่วยธุรกิจ
3. งานวิจัยจะศึกษาเฉพาะปัจจัยภายในที่หน่วยธุรกิจสามารถควบคุมได้
4. ข้อมูลทุติยภูมิจะมาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งตีพิมพ์ในช่วงปี 2500-2546

1.4 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. **ธุรกิจครอบครัว** หมายถึง หน่วยธุรกิจที่ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการดังนี้ 1) สมาชิกในครอบครัวหนึ่งเป็นเจ้าของหรือถือหุ้นข้างมาก 2) สมาชิกในครอบครัวนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในระดับบริหารของหน่วยธุรกิจนั้น โดยผู้จัดการจะเป็นสมาชิกของครอบครัวหรือไม่ก็ตาม 3) มีสมาชิกในครอบครัวนั้นมากกว่าหนึ่งคนทำงานอยู่ในหน่วยธุรกิจนั้น
2. **การส่งออก** หมายถึง กิจกรรมและการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการตลาดระหว่างประเทศของหน่วยธุรกิจที่ทำการค้าระหว่างประเทศ
3. **อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ** หมายถึง หน่วยธุรกิจ ผลิตเพื่อขาย หรือ ซื้อมาเพื่อขาย สินค้าประเภท อัญมณี เครื่องประดับแท้ เครื่องประดับแฟชั่น อัญมณีสังเคราะห์ ทองคำยังไม่ขึ้นรูป โลหะมีค่าและของที่หุ้มด้วยโลหะมีค่าอื่นๆ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำเสนอแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ
2. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะธุรกิจครอบครัวของ อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ ในการเพิ่มศักยภาพของการส่งออก
3. ผลของการศึกษาสามารถเป็นข้อเสนอให้อุตสาหกรรมอื่นนำไปประยุกต์ใช้ได้