

ความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรทางกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงิน
ของอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย



นายวีรพล แสงมณี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบัญญัตินิติศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาการบัญชี ภาควิชาการบัญชี

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-53-1857-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I22169945

7 มี.ย. 2549

THE RELATIONSHIP BETWEEN STRATEGIC ALLIANCES AND FINANCIAL PERFORMANCE :
THE STUDY OF SERVICES SECTOR ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

Mr. Weeraphon Sangmanee

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Accountancy Program in Accounting

Department of Accountancy
Faculty of Commerce and Accountancy

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-53-1857-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรทางกลยุทธ์กับผลการดำเนินงาน
ทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
โดย นายวีรพล แสงมณี
สาขาวิชา การบัญชี
อาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ดร. อุทัย ตันละม้าย

คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

..... อ. อนุพงศ์ คณบดีคณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดนุชา คุณพนิชกิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... อ. อรรณพ สุงสว่าง ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรรณพ สุงสว่าง)

..... อ. อุทัย ตันละม้าย อาจารย์ที่ปรึกษา
(ศาสตราจารย์ ดร. อุทัย ตันละม้าย)

..... พิศาล 4 กรรมการ
(นาย ลักษณะน้อย พึ่งรัมย์)

วีรพล แสงมณี : ความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรทางกลยุทธ์กับผลการดำเนินงาน
ทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (THE
RELATIONSHIP BETWEEN STRATEGIC ALLIANCES AND FINANCIAL PERFORMANCE
: THE STUDY OF SERVICES SECTOR ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND)
อ. ที่ปรึกษา : ศ. ดร. อุทัย ตันละมัย, 102 หน้า. ISBN 974-53-1857-4

วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรทางกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย องค์ประกอบของพันธมิตรทางกลยุทธ์ประกอบด้วย ลักษณะการทำพันธมิตรซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะ คือ (1) จำนวนพันธมิตร (2) ระยะเวลาในการทำพันธมิตร (3) ความมีชื่อเสียงของพันธมิตร (4) ระดับความสำคัญของพันธมิตร ส่วนรูปแบบในการทำพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งแบ่งออกตามลักษณะความสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 4 รูปแบบ คือ (1) ความสัมพันธ์ทางการตลาดอย่างหลวม ๆ (2) ความสัมพันธ์ในรูปของสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร (3) ความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของธุรกิจ (4) การรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บริษัทในอุตสาหกรรมบริการที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยการศึกษาสำรวจกับกลุ่มบัณฑิตและสันตนาการ ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกก่อนที่จะนำผลการทดสอบมาปรับปรุงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย ประเด็นหลักในการศึกษา ได้ทำการส่งแบบสอบถามไปยังผู้จัดการฝ่ายบัญชีทั้ง 73 บริษัท ใน 8 กลุ่มของอุตสาหกรรมบริการ ถึงแม้ว่าได้มีการโทรศัพท์เพื่อติดตามผลแล้วก็ตาม แต่ก็ได้รับการตอบกลับเพียง 38 บริษัท (52%) เท่านั้น ด้านผลการดำเนินงานในการวัดผลประกอบด้วย ภาษีสุทธิ ต้นทุนสินค้า/บริการ กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ EBIDA Margin และอัตราผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์สุทธิ ซึ่งเก็บรวบรวมจากรายงานทางการเงินสำหรับ 5 ปี (2542-2546)

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ลักษณะการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับกลุ่มผลประโยชน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินในด้านใด ๆ เลย อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรูปแบบพันธมิตรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า กำไรสุทธิเฉลี่ยในแต่ละรูปแบบของการทำพันธมิตรมีความแตกต่างกัน โดยการทำพันธมิตรในรูปแบบความสัมพันธ์ของสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษรและการทำพันธมิตรในรูปแบบของความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของธุรกิจ แตกต่างกับการทำพันธมิตรในรูปแบบของการรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ แต่ในส่วนของผลการดำเนินงานทางการเงินในด้านอื่น ๆ รูปแบบของการทำพันธมิตรทางธุรกิจแต่ละรูปแบบมีผลการดำเนินงานทางการเงินไม่แตกต่างกัน

ภาควิชา.....การบัญชี.....
สาขาวิชา.....การบัญชี.....
ปีการศึกษา.....2548.....

ลายมือชื่อนิสิต.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

458271926 : MAJOR ACCOUNTING

KEYWORDS : STRATEGIC ALLIANCES/ COLLABORATIVE/ PARTNERING

WEERAPHON SANGMANEE : THE RELATIONSHIP BETWEEN STRATEGIC ALLIANCES AND FINANCIAL PERFORMANCE : THE STUDY OF SERVICES SECTOR ON THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND. THESIS ADVISOR: PROF. UTHAI TANLAMAI, Ph.D. 102 pp. ISBN 974-53-1857-4

The main objective of this thesis is to study the relationship between strategic alliances and financial performance in service industries. The alliance characteristics comprise (1) the number of alliance, (2) the length of time of strategic alliance formation, (3) the reputation of ally partners, and (4) the importance of ally partners. Also, the types of strategic alliances in terms of the extent of engagement are also examined, including (1) loose market relationship, (2) contractual relationship, (3) formalized ownership/relationship, and (4) formal integration.

The sampling frame covers all service sectors in the Stock Exchange of Thailand. A pilot study was carried out with all companies in the entertainment sector. In-depth interviews were used to test and modify the main survey instrument. In the main study, self-administered questionnaires were sent to the accounting manager of all 73 organizations listed in the 8 service industries. Although with extensive telephone follow-ups, only 38 firms (52%) responded. Financial performance ratios-- Net Sales, Cost of Good Sold, Net Income, Return on Asset, Return on Net Asset and EBIDA Margin-- were also collected from the firm's financial reports for 5 years (fiscal year 1999-2003).

The results showed no relationship between the strategic alliance characteristics and financial performances. However, the firms engaging in different types of strategic alliances appeared to differ in their financial performances. Contractual and formalized types of strategic alliances differed significantly from the Formal Integration in terms of their net profit margins.

Department.....Accountancy.....Student's signature...*Weeraphon Sangmanee*.....
Field of study.....Accounting.....Advisor's signature...*Uthai Tanlamai*.....
Academic year.....2005.....

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จไปได้ด้วยความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ ดร. อุทัย ดันละม้าย ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งท่านได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และเสนอความคิดเห็นที่มีคุณค่าต่อการศึกษ ตลอดจนการช่วยเหลือในสิ่งต่าง ๆ อย่างดียิ่ง ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรุณข สุงสว่าง ที่ท่านได้กรุณาเป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนคำแนะนำดี ๆ ที่มีต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมถึงขอกราบขอบพระคุณ คุณลักษณะน้อย พิงรัชมี ที่ท่านได้กรุณามาเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนคำแนะนำเพิ่มเติมที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ข้าพเจ้าขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ คุณพี่ชายคนโต สำหรับการให้ความดูแลทั้งในด้านร่างกายและจิตใจเป็นอย่างมาก และคุณลูกหมี ที่เป็นแรงกระตุ้นสำคัญอีกทั้งยังเป็นกำลังใจในทุกสถานการณ์ ตลอดช่วงของการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ นอกจากนี้ต้องขอขอบใจเพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาให้การสนับสนุนและช่วยเหลือให้ข้าพเจ้าด้วยดีตลอดมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 สมมติฐานของการวิจัย.....	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 คำนิยามศัพท์.....	6
1.6 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 พันธมิตรทางกลยุทธ์.....	10
2.2 รูปแบบของพันธมิตรทางกลยุทธ์	11
2.3 แรงจูงใจในการนำพันธมิตรทางกลยุทธ์มาประยุกต์.....	14
2.4 ลักษณะของการทำพันธมิตรทางกลยุทธ์.....	21
2.5 ปัญหาและอุปสรรคของการมีพันธมิตรทางกลยุทธ์.....	22
2.6 หลักการแสวงหาพันธมิตรทางธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ.....	23
2.7 การวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน.....	24

บทที่	หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย..... 31
3.1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 31
3.2	การเก็บรวบรวมข้อมูล..... 32
3.3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 37
3.4	การตรวจสอบเครื่องมือ..... 39
3.5	วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล..... 39
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 41
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น..... 41
4.1.1	ข้อมูลทั่วไป..... 41
4.1.2	รูปแบบพันธมิตรของบริษัท..... 44
4.1.3	ผลกระทบของการเป็นพันธมิตรที่มีต่อผลการดำเนินงาน..... 45
4.1.4	ความสำคัญของการร่วมพันธมิตร..... 53
4.2	ผลการทดสอบสมมติฐาน..... 53
5	สรุป..... 68
5.1	บทสรุปและอภิปรายผลการวิจัย..... 68
5.1.1	ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน..... 68
5.1.2	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการทำพันธมิตรกับผล การดำเนินงานทางการเงิน..... 71
5.1.3	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพันธมิตรในแต่ละรูปแบบกับผล การดำเนินงานทางการเงิน..... 72
5.2	ข้อเสนอแนะงานวิจัย..... 73
5.3	งานวิจัยในอนาคต..... 74
	รายการอ้างอิง..... 75
	ภาคผนวก..... 81
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 102

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
3.1	ตารางรายชื่อกลุ่มอุตสาหกรรมในการให้บริการ.....	32
3.2	รายละเอียดการตอบกลับแบบสอบถามจากการศึกษานำร่อง.....	33
4.1	อัตราการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่าง.....	41
4.2	รายละเอียดจำนวนพนักงานในทุกระดับของกลุ่มตัวอย่าง.....	42
4.3	แสดงความคิดเห็นถึงความสำคัญของพันธมิตรที่มีต่อความสำเร็จของบริษัท.....	43
4.4	แรงจูงใจในการทำพันธมิตรทางธุรกิจ.....	43
4.5	ประโยชน์ที่องค์กรได้รับจากการร่วมเป็นพันธมิตร.....	44
4.6	รูปแบบพันธมิตรและลักษณะของกลุ่มผลประโยชน์.....	44
4.7	ผลกระทบของการเป็นพันธมิตรที่มีต่อผลการดำเนินงาน.....	45
4.8	รายละเอียด จำนวน ระยะเวลาและระดับความมีชื่อเสียงเฉลี่ยในการทำพันธมิตร กับกลุ่มผลประโยชน์.....	46
4.9	ผลกระทบของปัจจัยอื่นที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน.....	47
4.10	สัดส่วนระหว่างการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับปัจจัยอื่นที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน ทางการเงิน.....	47
4.11	ระดับผลกระทบของกลุ่มผลประโยชน์ที่มีผลการดำเนินงานทางการเงิน.....	48
4.12	อัตราการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินจากการทำพันธมิตรทาง ธุรกิจ.....	49
4.13	รูปแบบพันธมิตรทางธุรกิจกับผลการดำเนินงานทางการเงิน.....	50
4.14	แสดงผลการดำเนินงานทางการเงินรายปีของกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามและกลุ่มที่ ไม่ตอบแบบสอบถาม.....	51
4.15	แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานทางการเงินรายปีจากภาพรวมของ กลุ่มที่ตอบแบบสอบถามและกลุ่มที่ไม่ตอบแบบสอบถาม.....	52
4.16	ระดับความสำคัญของกลุ่มผลประโยชน์.....	53
4.17	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการทำพันธมิตรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน....	54

ตาราง	หน้า
4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะการทำพันธมิตรของกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็น กลุ่มผู้ชาย.....	55
4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะการทำพันธมิตรของกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็น กลุ่มลูกค้า.....	56
4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะการทำพันธมิตรของกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็น กลุ่มเงินทุน.....	56
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะการทำพันธมิตรของกลุ่มผลประโยชน์ที่เป็น กลุ่มตัวแทนจำหน่าย.....	57
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการดำเนินงานทางการเงิน.....	57
4.23 การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรในกลุ่มลักษณะการทำพันธมิตร.....	58
4.24 ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินจาก การทำพันธมิตรและจากการดำเนินงานงานจริง.....	59
4.25 แสดงข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่ใช้ในการทดสอบ.....	60
4.26 การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างลักษณะการทำพันธมิตรและผลการ ดำเนินงานทางการเงิน(ROA).....	61
4.27 การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าและผลการ ดำเนินงานทางการเงิน (ROA).....	62
4.28 การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มตัวแทนจำหน่าย และผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROA).....	62
4.29 การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มเงินทุน และผล การดำเนินงานทางการเงิน (ROA).....	63
4.30 การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มผู้ชาย และผลการ ดำเนินงานทางการเงิน (ROA).....	64
4.31 ผลการทดสอบความแตกต่างของผลการดำเนินงานทางการเงินแต่ละรูปแบบ พันธมิตรทางธุรกิจ.....	65
4.32 แสดงรายละเอียดของความแตกต่างของผลกำไรสุทธิเฉลี่ยในแต่ละรูปแบบของ การทำพันธมิตร.....	65

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
1.1	กรอบแนวความคิดพันธมิตรทางกลยุทธ์..... 7