

## รายการอ้างอิง



### ภาษาไทย

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล เวอร์ชัน 7-10  
พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 3.  
กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.
- กิงกนก พิทยานุคน, สุนทรี จรุง และ วรวิทย์ ภิโยพนากุล. 2535. การบัญชีต้นทุน. กรุงเทพฯ  
มหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธาริณี พงศ์สุพัฒน์. 2543. การบัญชีขั้นสูง 2. กรุงเทพมหานคร.
- ธีรยุทธ์ วัฒนศุภโชค. 2543. Strategic Alliances : Theoretical Myths Behind Real Business  
Practices. จุฬาลงกรณ์ปริทัศน์ 48 : 97-110.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. 2540. พันธมิตรทางธุรกิจ : ทางเลือกใหม่ของธุรกิจไทยในยุค  
โลกาภิวัตน์. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ 72 : 1-11.
- เบญจวรรณ วัชรสุธี. การเงินธุรกิจ. 2540. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชวนชื่น.
- เมธากุล เกียรติกระจาย และ ศิลปพร ศรีจันเพชร. 2543. ทฤษฎีการบัญชี. กรุงเทพมหานคร.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2545. การใช้สถิติในงานวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล  
กรุงเทพมหานคร: เฟื่องฟ้า พรินติ้ง.
- อุทัย ต้นละม้าย. 2542. พันธมิตรทางกลยุทธ์ของธุรกิจการสื่อสารโทรคมนาคม.

### ภาษาอังกฤษ

- Aaker, David A. 1992. Strategic Market Management. 3 ed. NY : John Wiley & Sons, : 319-326.
- Amy L Pablo, Sim B Sitkin, David B Jemision. 1996. Acquisition Decision-Making Processes : The Central Role of Risk. Journal of Management 39-51.
- Arino. 2003. Measures of Strategic Alliance Performance : An Analysis of Construct Validity. Journal of International Business Studies Jan : 66-79.
- Bamford, J, El. Al. 2002. Trading the Real Pay-offs from Alliances. Merger&Acquisition December : 33-7.
- Barney, J.B. 1986. Organizational Culture : Can it be a source to sustained competitive advantage?. Academy of Management Review 11 : 656-665.
- Barney, J.B. 1997. Gaining and Sustaining Competitive advantage?. Journal of Management 17 : 99-120
- Barry Higgins. 2003. Insurer/CPA Alliance Expands. National Underwriter (Life&Health Health/Financial Service Edition).
- Beamish, P.W. 1985. The Characteristics of Joint Ventures in Developed and Developing Countries. Columbia Journal of World Business 13-19.
- Contractor, F.J. and Lorange. 1988. Why should firm cooperate?. The Strategy and Economics To Basis for Cooperative Venture. In F.J. Contractor & Lorange (eds), Cooperative Strategies in International Business. Mass/Journal : D.C. Health& Co./Lexington 1-28.
- Contractor, F.J. 1990. Contractual and Cooperative Forms of International Business : Towards A Unified Theory of Model Choice. Management International Review 30(1) : 31-54.
- Cooke and Gilmour. 1992. Labour-Management Alliances: The Case of Alberta Power Limited. Human Resource Planning 4-25.
- Curtis, C. C. 1994. Non-financial Performance Measures in New Product Development. Journal of Cost Management 8(3) : 18-26.
- David Hannon. 2004. Sunshines by Combining Two Supplier Strategies. Purchasing.
- De La Sierra, M.C. 1995. Managing Global Alliance-Key Step for Successful Collaboration. Addison-Wesley Publishing.

- Dollinger Et Al and Fombrun. 1997. Reputation Building: Small Business Strategies for Successful Venture Development. Journal of Small Business Management 33-52.
- Eric M. Olaons, Stanley F Slater and G. Thomas M. Hult. 2005. The Importance of Structure and Process to Strategy Implementation. Business Horizons 62-72.
- Gabby. 1996, p. 68-168. Cited in . Dollinger Et Al and Fombrun. Reputation Building: Small Business Strategies for Successful Venture Development.
- Gilroy, Bernard Micheal. 1993. Networking in Multinational Enterprises : The Importance Of Strategic Alliances. Columbia, SC: University of South Carolina Press 16-38.
- Golden and Dollinger. 1993. Cooperative Alliances and Competitive Strategies in Small Manufacturing Firms. Entrepreneurship : Theory and Practice 43-56.
- Goldberg, A.L, et.al. 2003. Reputation Buiding : Small Business Strategies for Successful Venture Development. Journal of Small Business Management 25-63.
- Goulian, C., and Mersereau, A. 2000. Performance measurement. Ivey Business Journal 65(1) : 48-53.
- Grant, R.M. 1991. The Resource-Base Theory of Competitive Advantage : Implication for Strategy Formulation. California Management Review Spring : 114-135.
- Griffin, JI, and Mahon, J. F. 1997. The corporate social performance and corporate Financial Performance debate : Twenty-five years of incomparable Research. Business and Society 36(1) : 5-31
- Hakansson, H.1987. Industrial Technological Development : A Network Approach. London.
- Hamel, G. and Prahalad, C.K. 1993. Strategy as Stretch and Leverage. Harvard Business Review Mar/Apr : 75-84.
- Hamel, G., Doz, Y.L. and Prahalad, C.K. 1989. Collaborate with Your Competitors and Win. Harvard Business Review Jan/Feb : 133-139.
- Harrigan, K.R. 1988. Joint Ventures and Competitive Strategy. Strategic Management Journal 9 : 141-158.
- Homin Chen, Tain-jy Chen. 1998. Network Linkages and Location Choice in Foreign Direct Investment. Journal of International Business Studies 29(3) : 445-467.

- Ittner, D. C., Larcker, F. D., and Rajan, V. M. 1998. Innovation in Performance Measurement :Trends and Research Implication. Journal of Management Accounting Research 10 : 205-238.
- Janger, A.R. 1980. Organization of International Joint Ventures. The Conference Board. New York.
- Jarillo, J.C. 1988. On Strategic Networks. Strategic Management Journal 9 : 31-45.
- Jim Bamford. 2002. Tracking the Real Pay-off. Merger and Acquisition 12 : 33-7.
- Johanson, J. and Mattsson, L. 1987. International Relation in Industrial System : A Networks Approach Compared with the Transaction Cost Approach. International studies Of Management and Organizations 17(1) : 34-48.
- Joseph Chang. 2004. ISP Ramps Up M & A and Alliances to Further Accelerate Growth. Chemical Market Reporter. 16 : 1-18.
- Killing, P. 1980. Technology Acquisition : License Agreement or Joint Venture. Columbia Journal of World Business 15(3) : 38-46.
- Kisiel, R. 2000. Deal Rock Retail World : Web Tie-ups Unite Dealers with Online Services and Portals. Automotive News.
- Kogut, B. 1988. Joint Venture : Theoretical and Empirical Perspective. Strategic Management Journal 9 : 319-332.
- Kotable, M., et. Al. 2000. Strategic alliances in Emerging Latin America : A view from Bazilian,Chilean, and Maxican Companies. Journal of World Business 223-240.
- Lei, David and John W. Scholes . 1992. Global Strategy, Competence-Building and Strategic Alliances. California Management Review 81-97.
- Lei, David. 1993. Offensive and Defensive Used of Alliances. Long Range Planning 32-41.
- Levin, A. 1999. Ethics Rates Highest When Hiring. National Underwriter (Property and Casualty/Risk and Benefit Management Edition).
- Mckee, L. 2004. Diversity in Your Franchise Community : A Way of Life. Franchising World 33-52.
- Nueno, P. and Osterveld, J. 1988. Management Technological Alliances. Long Range Planning 21(3) : 11-17.

- Ohmae, Kenichi. 1989. The Global Logic of Strategic Alliances. Harvard Business Review 20 : 143-154.
- Ohmae, Kenichi. 1993. The Global Logic of Strategic Alliances. In Bleeke, Joel and David Ernst. Collaborating to Compete : Using Strategic Alliances and Acquisition in the Global Marketplace 35-54.
- Pekar, P. and Allio, R. 1994. Making Alliance Work-Guidelines for Success. Long Range Planning 27(4) : 54-68.
- Porter, M and Fuller, M. 1986. Coalitions and Global Strategy In Porter, M. (ed), Competition in Global Industries. Boston, Mass : Harvard Business School Press. 316-343.
- Prahalad C. K. and Gary Hamel. 1991. The Core Competence of The Corporation. In Montgomery, Cynthia A. and Micheal E. Porter (eds). Strategy : Seeking and Securing Competitive Advantage. Boston, MA: The Harvard Business Review 227-99.
- Prahalad & Doz. 2003. Governance structures in strategic alliances: transaction cost versus resource-based Perspective. Journal of World Business 38(1) : 1-14.
- Quinn, James Brian and Frederick G. Hilmer. 1994. Strategic Outsourcing. Sloan Management Review Summer : 43-55.
- Reijnders, Will, and Verhallen. 1996. Strategic Alliances Among Small Retailing Firms : Empirical Evidence for the Netherlands. Journal of Small Business Management, January : 36-45.
- Schwabish, J.A. 2004. Accounting for Wages and Benefits Using the ECI. Monthly Labour Review 12-38.
- Sprouses, Robert T. and Moonitz. An Accounting Research Study No. 3. A Tentative Set Of Broad Accounting Principles of Business Enterprise. AICPA, NY.
- Steven J Trecha. 2002. Incentivized Buyer and Supplier Alliances Drive Continuous Supply Chain Improvement. 1-51pp. Pulp & Paper.
- Steven S. Lui, Hang-Yue Ngo. 2004. The Role of Trust and Contractual Safeguard on Cooperation in Non-Equity Alliances. Journal of Management 52-85.
- Tomlinson, J.W.C. 1970. The Joint Venture Process in International Business : India and Pakistan. Cambridge : MIT Press

Ugboro, Obeng and Talley. 2001. Motivations and Impediments to Service Contracting, Consolidations and Strategic Alliances in Public Transit Organizations.

Administration & Society 33(1) : 79-103.

Zlotnikoff. 2003. Strength in Numbers. Progressive Grocer. 18 : 40-42

Zollo, Reuer and Singh. Inter-organizational Routines and Performance in Strategic Alliances. Organization Science November-December : 701-713.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.



### แบบสอบถาม

เรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรทางกลยุทธ์กับผลการดำเนินงานทางการเงินของ บริษัทในอุตสาหกรรมบริการในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย"

The Relationship Between Strategic Alliances and Financial Performance of Service-Sector Companies in The Stock Exchange of Thailand

#### วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า การนำพันธมิตรทางกลยุทธ์เข้ามาประยุกต์เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงินอย่างไร ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้แต่ละองค์กรนำแนวความคิดในความร่วมมือกันระหว่างองค์กรไปใช้เพื่อสร้างผลประกอบการที่ดีในองค์กร

#### ข้อแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

- แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้
  - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
  - ส่วนที่ 2 รูปแบบของพันธมิตร
  - ส่วนที่ 3 ผลกระทบต่อการดำเนินงานทางการเงินจากการร่วมเป็นพันธมิตร
  - ส่วนที่ 4 ความสำคัญของการร่วมเป็นพันธมิตร
- ถ้ามีคำถามในข้อใดที่ท่านไม่ทราบตัวเลข หรือคำตอบที่แน่นอน ขอความกรุณาใช้วิธีการประมาณโดยอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงให้มากที่สุด

ข้อมูลทุกอย่างที่อยู่ในแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับที่สุดและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของท่าน

นายวีรพล แสงมณี

นิสิตปริญญาโท

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หากท่านมีข้อสงสัยประการใดสามารถติดต่อได้ที่ 017558544

## ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

### ข้อมูลผู้สอบแบบสอบถาม

1. ตำแหน่งของท่านในบริษัท.....
2. อายุ.....

### ข้อมูลบริษัท

3. ในช่วงปี 2542 – 2546 บริษัทของท่านมีพันธมิตรทางธุรกิจ<sup>1</sup>หรือไม่  
 มี                       ไม่มี
4. จำนวนพนักงานในทุกระดับของบริษัท  
 น้อยกว่า 50 คน     50 – 99 คน     100 – 199 คน  
 200 – 499 คน     500- 1000 คน     มากกว่า 1000 คน
5. ท่านคิดว่าการมีพันธมิตรมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัทท่านหรือไม่  
 ไม่สำคัญเลย     ไม่ค่อยสำคัญ     ค่อนข้างสำคัญ     สำคัญ     สำคัญมาก
6. ท่านคิดว่าอะไรที่เป็นแรงจูงใจในการมีพันธมิตรทางธุรกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 เป็นการร่วมมือกันเพื่อลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจ  
 เพื่อเพิ่มกำไร และยอดขาย  
 เป็นการร่วมมือเพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน, ป้องกันคู่แข่งชั้นเข้าสู่ตลาด หรือเพิ่มอำนาจการตลาด  
 เพื่อเสาะหาหรือเรียนรู้เทคโนโลยี หรือความสามารถจากพันธมิตร  
 เป็นการร่วมมือกันเพื่อให้ได้มาในทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นในการทำธุรกิจจากพันธมิตร  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
7. กรุณาระบุเหตุผลในการร่วมเป็นพันธมิตร ท่านได้ประโยชน์ใดจากการร่วมเป็นพันธมิตร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 แหล่งทรัพยากร.....  
 แรงงาน.....  
 เทคโนโลยี.....  
 การตลาด.....  
 Brand หรือ Image.....  
 เงินทุน.....  
 กระบวนการผลิต.....  
 การจัดเก็บสินค้า.....  
 อื่น ๆ.....

<sup>1</sup> พันธมิตรทางธุรกิจ คือ ความร่วมมือที่เป็นทางการระหว่างบริษัทโดยที่หุ้นส่วนแต่ละฝ่ายมีการรวมหรือแลกเปลี่ยนทรัพยากรทางธุรกิจตามที่ตกลงกัน เพื่อผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน

## ส่วนที่ 2 : รูปแบบพันธมิตรของบริษัท

8. ในการทำพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ Supplier, Customer, Investor และ Agent บริษัทของท่านมีพันธมิตรกับบริษัทเหล่านี้ในรูปแบบอย่างไรบ้าง โปรดระบุ
- (1) ความสัมพันธ์ทางการตลาดอย่างหลวม ๆ (Loose Market Relationship)<sup>1</sup>
  - (2) ความสัมพันธ์ในรูปของสัญญาที่เป็นลายลักษณ์อักษร (Contractual Relationship)<sup>2</sup>
  - (3) ความสัมพันธ์ที่เป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นเจ้าของธุรกิจ (Formalised Ownership/Relationship)<sup>3</sup>
  - (4) การรวมตัวกันอย่างเป็นทางการ (Formal Integration)<sup>4</sup>

ชื่อพันธมิตรที่มีอยู่ในปี 2542-2546	ระบุปีที่เป็นพันธมิตร	รูปแบบพันธมิตร	ลักษณะของกลุ่มผลประโยชน์			
			Supplier	Customer	Investor	Agent
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						

<sup>1</sup> Loose Market Relationship คือ รูปแบบความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ไม่เป็นทางการนัก มักจะเกิดเนื่องจากสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจในขณะนั้นเชื่ออำนาจ และมักจะเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ไม่ยืนยาวนัก

<sup>2</sup> Contractual Relationship คือ รูปแบบความสัมพันธ์ที่มีความเป็นทางการมากกว่ารูปแบบที่ 1 เช่น ขายสิทธิใช้ชื่อ หรือขายแฟรนไชส์

<sup>3</sup> Formalised Ownership/Relationship คือ รูปแบบความสัมพันธ์จะมีความเป็นทางการมากกว่าสองประเภทแรก ทั้งนี้จะมีเรื่องสัดส่วนความเป็นเจ้าของธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้อง

<sup>4</sup> Fomal Integration เป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ความสัมพันธ์เป็นทางการมากที่สุด เป็นผลมาจากการที่องค์กรธุรกิจตั้งแต่สององค์กรขึ้นไปมีการรวมตัวกันเป็นหนึ่งเดียว เช่น การควบคุมธุรกิจ และการเข้าครอบงำกิจการ



13. ท่านคิดว่าการเป็นพันธมิตรกับบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างจากบริษัทท่าน มีผลต่อยอดขายสุทธิ ต้นทุนสินค้า/บริการ ยอดกำไรสุทธิ และ ROA ของบริษัทท่านหรือไม่อย่างไร

( ) มี ( ) ไม่มี

ปัจจุบันบริษัทพันธมิตรที่ดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกับบริษัทท่าน ทำธุรกิจประเภทใด (โปรดระบุ) เช่น กลุ่มเงินทุน สื่อสาร อาหารและเครื่องดื่ม บ้านเหิงและสันหนากการ เป็นต้น

1. ....

2. ....

3. ....

4. ....

5. ....

14. ท่านคิดว่า นอกจากปัจจัยในการทำพันธมิตรทางธุรกิจแล้ว ปัจจัยอื่นใดที่มีผลต่อความเปลี่ยนแปลงของยอดขายสุทธิ ต้นทุนสินค้า/บริการ ยอดกำไรสุทธิ และ ROA

( ) ความชำนาญหลัก

( ) การฝึกอบรม

( ) สภาพคล่อง

( ) อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา

( ) สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ

( ) กฎหมาย, ข้อบังคับของรัฐ

( ) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

15. ท่านคิดว่าระหว่างการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับปัจจัยอื่นมีส่วนต่อผลของความเปลี่ยนแปลงของยอดขายสุทธิ ต้นทุนสินค้า/บริการ ยอดกำไรสุทธิ และ ROA เป็นอย่างไร

การทำพันธมิตรทางธุรกิจ.....เปอร์เซ็นต์

ปัจจัยอื่น.....เปอร์เซ็นต์

16. ท่านคิดว่าการมีพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ต่อไปนี้มีผลต่อยอดขายสุทธิ ต้นทุนสินค้า/บริการ และกำไรสุทธิ และ ROA ของบริษัทท่านหรือไม่อย่างไร

กลุ่มผลประโยชน์	ระดับผลกระทบ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. Suppliers					
2. Customers					
3. Investors					
4. Agents					

17. ขอความกรุณาให้ท่านกะประมาณตัวเลข (%) ความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินในด้านต่าง ๆ ของบริษัทท่าน เฉพาะจากการทำพันธมิตร โดยกรอกข้อมูลตามปีที่เริ่มเป็นพันธมิตร และเทียบเปอร์เซ็นต์ความเปลี่ยนแปลงจากปีก่อนว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร ซึ่งข้อมูลดังกล่าวขอให้ท่านกะประมาณจากพื้นฐานข้อเท็จจริงให้มากที่สุด ตัวอย่างเช่น ถ้าท่านเริ่มทำพันธมิตรปี 2543 ให้ท่านวงกลมล้อมรอบปี 2543 ที่อยู่ด้านบนของตาราง แล้วกรอกตัวเลข (%) ความเปลี่ยนแปลงจากปี 2542 ลงในช่องของปี 2543 ตามหัวข้อต่าง ๆ

กลุ่มผลประโยชน์ที่ท่านคิดว่ามีความสำคัญที่สุดของบริษัทท่าน(โปรดระบุ).....

	ความเปลี่ยนแปลงทางการเงินในแต่ละปี				
	2542 (%)	2543 (%)	2544 (%)	2545 (%)	2546 (%)
ขายสุทธิ					
ต้นทุนสินค้า/บริการ					
กำไรสุทธิ					
อัตราผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ $\left( \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์ถาวร}} \right)$					

18. ขอความกรุณาให้ท่านกรอกตัวเลข (%) ความเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานทางการเงินในด้านต่าง ๆ ของบริษัทท่าน ในส่วนของภาพรวมองค์กร โดยกรอกข้อมูลตามปีที่เริ่มจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และเทียบเปอร์เซ็นต์ความเปลี่ยนแปลงจากปีก่อนว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร ตัวอย่างเช่น ถ้าท่านจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ปี 2543 ให้ท่านวงกลมล้อมรอบปี 2543 ที่อยู่ด้านบนของตาราง แล้วกรอกตัวเลข (%) ความเปลี่ยนแปลงจากปี 2542 ลงในช่องปี 2543 ตามหัวข้อต่าง ๆ (เพื่อความสะดวก ถ้าท่านนำตัวเลขในส่วนนี้มาจากงบการเงินที่นำส่งตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ท่านสามารถข้ามไปตอบคำถามในข้อถัดไปได้เลย)

	ความเปลี่ยนแปลงทางการเงินในแต่ละปี				
	2542 (%)	2543 (%)	2544 (%)	2545 (%)	2546 (%)
ขายสุทธิ					
ต้นทุนสินค้า/บริการ					
กำไรสุทธิ					
อัตราการผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ $\left( \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{สินทรัพย์ถาวร}} \right)$					

#### ส่วนที่ 4 : ความสำคัญ ของการร่วมเป็นพันธมิตร

19. การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรกับกลุ่มผลประโยชน์ใดที่ท่านคิดว่าจะมีความสำคัญมากที่สุด

กลุ่มผลประโยชน์	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	ปานกลาง	ไม่สำคัญ	ไม่สำคัญเลย
1. Suppliers					
2. Customers					
3. Investors					
4. Agents					

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของท่าน

ภาคผนวก ข.



รายชื่อบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมในการให้บริการ 73 แห่ง โดยแบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรมย่อย ที่จะเก็บข้อมูลผลการดำเนินงานทางการเงิน คือ ยอดขาย ต้นทุน กำไรสุทธิ และ อัตราผลตอบแทนจากการใช้สินทรัพย์ปี 2542-2546 จำนวน 5 ปี

#### 1. กลุ่มพาณิชย์ (Commerce)

1. บริษัทบิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน)
2. บริษัทเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด(มหาชน)
3. บริษัท ซี.พี. เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด(มหาชน)
4. บริษัทไดอาน่าดีพาร์ทเมนท์สโตร จำกัด(มหาชน)
5. บริษัทโฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด(มหาชน)
6. บริษัทไอ.ซี.ซี. อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด(มหาชน)
7. บริษัทลือกษเลย์ จำกัด(มหาชน)
8. บริษัทสยามแม็คโคร จำกัด(มหาชน)
9. บริษัทไมเนอร์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)
10. บริษัทนิวซีดี (กรุงเทพฯ) จำกัด(มหาชน)
11. บริษัทโอซีซี จำกัด(มหาชน)
12. บริษัทห้างสรรพสินค้าโรบินสัน จำกัด(มหาชน)
13. บริษัทสหพัฒนพิบูล จำกัด(มหาชน)
14. บริษัทสหพัฒนาอินเทอร์เน็ตโฮลดิ้ง จำกัด(มหาชน)
15. บริษัทไว้ท์กรุ๊ป จำกัด(มหาชน)

#### 2. กลุ่มบันเทิงและสันทนาการ (Entertainment and Recreation)

1. บริษัทปียีซี เวิลด์ จำกัด(มหาชน)
2. บริษัทเทพธานีกรีฑา จำกัด(มหาชน)
3. บริษัทซีวีดี เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด(มหาชน)
4. บริษัทดิจิตอลออนป้า อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด(มหาชน)
5. บริษัทอิจีวี เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด(มหาชน)
6. บริษัทจีเอ็มเอ็ม มีเดีย จำกัด(มหาชน)
7. บริษัทจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด(มหาชน)
8. บริษัทไอทีวี จำกัด(มหาชน)
9. บริษัทเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ จำกัด(มหาชน)

10. บริษัทอาร์.เอส. โปรโมชัน จำกัด(มหาชน)
11. บริษัทซาฟารีเวิลด์ จำกัด(มหาชน)
12. บริษัททราฟฟิคคอร์ปอเรชั่นโฮลดิ้งส์ จำกัด(มหาชน)
13. บริษัทยูไนเต็ด บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(มหาชน)

### 3. กลุ่มการแพทย์ (Health Care Services)

1. บริษัทโรงพยาบาลเอกชล จำกัด(มหาชน)
2. บริษัทกรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด(มหาชน)
3. บริษัทโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ จำกัด(มหาชน)
4. บริษัทโรงพยาบาลกรุงธน จำกัด(มหาชน)
5. บริษัทเชียงใหม่ธุรกิจการแพทย์ จำกัด(มหาชน)
6. บริษัทโรงพยาบาลมหาชัย จำกัด(มหาชน)
7. บริษัทวัฒนาการแพทย์ จำกัด(มหาชน)
8. บริษัทโรงพยาบาลนนทเวช จำกัด(มหาชน)
9. บริษัทโรงพยาบาลรามคำแหง จำกัด(มหาชน)
10. บริษัทศศิครินทร์ จำกัด(มหาชน)
11. บริษัทสมิติเวช จำกัด(มหาชน)
12. บริษัทโรงพยาบาลวิภาวดี จำกัด(มหาชน)

### 4. กลุ่มโรงแรมและบริการท่องเที่ยว (Hotels and Travel Services)

1. บริษัทโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา จำกัด(มหาชน)
2. บริษัทดุสิตธานี จำกัด(มหาชน)
3. บริษัทลากูน่า รีสอร์ท แอนด์ โฮเทล จำกัด(มหาชน)
4. บริษัทแมนดารินโฮเทล จำกัด(มหาชน)
5. บริษัทโรงแรมโอเรียนเต็ล จำกัด(มหาชน)
6. บริษัทแปซิฟิก แอสเซ็ทส์ จำกัด(มหาชน)
7. บริษัทรอยัลการ์เด้น รีซอร์ท จำกัด(มหาชน)
8. บริษัทโรงแรมราชดำริ จำกัด(มหาชน)
9. บริษัทโรงแรมรอยัลออคิด จำกัด(มหาชน)
10. บริษัทแซงกรี-ลา โฮเทล จำกัด(มหาชน)

#### 5. กลุ่มการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ (Printing and Publishing)

1. บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน)
2. บริษัทดิชน จำกัด(มหาชน)
3. บริษัทเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด(มหาชน)
4. บริษัทโพสต์พับลิชชิ่ง จำกัด(มหาชน)
5. บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด(มหาชน)
6. บริษัทสยามสปอร์ต ซินดิเคท จำกัด(มหาชน)
7. บริษัทไทยบริติช ซีเคียวริตี้ พริ้นติ้ง จำกัด(มหาชน)
8. บริษัทตงฮั่ว คอมมูนิเคชั่นส์ จำกัด(มหาชน)

#### 6. กลุ่มบริการเฉพาะ (Professional Services)

1. บริษัทประภิต โฮลดิ้ง จำกัด(มหาชน)
2. บริษัทฟาร์อีสท์ ดีดีบี จำกัด(มหาชน)

#### 7. กลุ่มขนส่ง (Transportation)

1. บริษัทเอเชีย นมารีน เซอร์วิสส์ จำกัด(มหาชน)
2. บริษัททางด่วนกรุงเทพฯ จำกัด(มหาชน)
3. บริษัทจุฑานาวี จำกัด(มหาชน)
4. บริษัทพรีเมียมส ชิฟปี้ง จำกัด(มหาชน)
5. บริษัทอาร์ ซี แอล จำกัด(มหาชน)
6. บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน)
7. บริษัทไทรเชนไทย เอเยนตชีส์ จำกัด(มหาชน)
8. บริษัทยูนิไทย ไลน์ จำกัด(มหาชน)

#### 8. กลุ่มคลังสินค้าและไซโล (Warehouse and Silo)

1. บริษัทบางปะกง เทอร์มินอล จำกัด(มหาชน)
2. บริษัทกรุงเทพฯโสภณ จำกัด(มหาชน)
3. บริษัททรัพย์ศรีไทยคลังสินค้า จำกัด(มหาชน)
4. บริษัทไทยชูการ์ เทอร์มินัล จำกัด(มหาชน)
5. บริษัทยูไนเต็ด แอสตาดาร์ด เทอร์มินัล จำกัด(มหาชน)

ภาคผนวก ค.

**ตารางการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างลักษณะการทำพันธมิตร  
และผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROS)**

(จำนวนตัวอย่าง = 38)

ตัวแปร	(Standardized)Beta	t-value
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ปัจจัยที่ 1 (ลักษณะการทำพันธมิตร)	.173	.917
<b>ตัวแปรควบคุม</b>		
มูลค่าสินทรัพย์	-.289	-1.523
สัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานจากปัจจัยอื่น	-.290	-1.761
F Statistic (Degree of freedom)	2.710 (3,34)	
Adjusted R Square	12.00%	

\*ระดับนัยสำคัญ 0.05

**ตารางการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวกับ  
กลุ่มลูกค้าและผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROS)**

(จำนวนตัวอย่าง = 38)

ตัวแปร	(Standardized)Beta	t-value
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ปัจจัยที่ 2 (เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า)	-.336	-2.244*
<b>ตัวแปรควบคุม</b>		
มูลค่าสินทรัพย์	-.117	-.770
สัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานจากปัจจัยอื่น	-.378	-2.527*
F Statistic (degree of freedom)	4.401 (3, 34)	
Adjusted R Square	21.00%	

\*ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวกับ  
กลุ่มตัวแทนจำหน่ายและผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROS)

(จำนวนตัวอย่าง = 38)

ตัวแปร	(Standardized)Beta	t-value
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ปัจจัยที่ 3 (เกี่ยวกับกลุ่มตัวแทนจำหน่าย)	.067	.402
<b>ตัวแปรควบคุม</b>		
มูลค่าสินทรัพย์	-.215	-1.271
สัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานจากปัจจัยอื่น	-.328	-2.061*
F Statistic (degree of freedom)	2.436 (3, 34)	
Adjusted R Square	10.00%	

\*ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวกับ  
กลุ่มเงินทุนและผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROS)

(จำนวนตัวอย่าง = 38)

ตัวแปร	(Standardized)Beta	t-value
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ปัจจัยที่ 4 (เกี่ยวกับกลุ่มเงินทุน)	-.136	-.871
<b>ตัวแปรควบคุม</b>		
มูลค่าสินทรัพย์	-.173	-1.093
สัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานจากปัจจัยอื่น	-.331	-2.105*
F Statistic (degree of freedom)	2.677 (3, 34)	
Adjusted R Square	12.00%	

\*ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางการวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวกับ  
กลุ่มผู้ขายและผลการดำเนินงานทางการเงิน (ROS)

(จำนวนตัวอย่าง = 38)

ตัวแปร	(Standardized)Beta	t-value
<b>ตัวแปรอิสระ</b>		
ปัจจัยที่ 5 (เกี่ยวกับกลุ่มผู้ขาย)	-.28	-1.509
<b>ตัวแปรควบคุม</b>		
มูลค่าสินทรัพย์	-.205	-1.330
สัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานจากปัจจัยอื่น	-.334	-2.171*
F Statistic (degree of freedom)	3.289 (3, 34)	
Adjusted R Square	16.00%	

\*ระดับนัยสำคัญ 0.05

ภาคผนวก ง.



ตาราง ผลการทดสอบความแตกต่างของผลการดำเนินงานทางการเงินแบ่งแยกตามกลุ่ม

อัตราความเปลี่ยนแปลงของ ผลการดำเนินงาน ทางการเงิน (เฉลี่ย)	กลุ่ม		t-value	p-value
	High ROA	Low ROA		
ขายสุทธิ	9.24	6.55	.862	.394
ต้นทุนสินค้า/บริการ	11.31	6.29	1.061	.296
กำไรสุทธิ	2.96	14.16	-1.390	.173
ROA	4.45	4.13	.151	.881

ตาราง ผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะการทำพันธมิตร  
แบ่งแยกตามกลุ่มที่เป็นกลุ่มผู้ชาย

อัตราความเปลี่ยนแปลงของ ผลการดำเนินงาน ทางการเงิน (เฉลี่ย)	กลุ่ม		t-value	p-value
	High ROA	Low ROA		
จำนวนพันธมิตร	10.85	14.00	-.467	.643
ระยะเวลาในการเป็นพันธมิตร	3.77	6.28	-1.887	.067
ระดับความมีชื่อเสียงของพันธมิตร	6.92	5.84	.810	.423
ความสำคัญของพันธมิตร	4.23	4.08	.621	.539

ตาราง ผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะการทำพันธมิตร  
แบ่งแยกตามกลุ่มที่เป็นกลุ่มลูกค้า

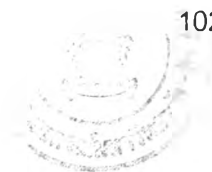
อัตราความเปลี่ยนแปลงของ ผลการดำเนินงาน ทางการเงิน (เฉลี่ย)	กลุ่ม		t-value	p-value
	High ROA	Low ROA		
จำนวนพันธมิตร	5.00	10.96	-1.470	.151*
ระยะเวลาในการเป็นพันธมิตร	2.08	4.20	-1.590	.121*
ระดับความมีชื่อเสียงของพันธมิตร	4.15	3.68	3.12	.757
ความสำคัญของพันธมิตร	4.08	3.96	.460	.648

ตาราง ผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะการทำพันธมิตร  
แบ่งแยกตามกลุ่มที่เป็นกลุ่มเงินทุน

อัตราความเปลี่ยนแปลงของ ผลการดำเนินงาน ทางการเงิน (เฉลี่ย)	กลุ่ม		t-value	p-value
	High ROA	Low ROA		
จำนวนพันธมิตร	.31	4.44	-1.496	.148*
ระยะเวลาในการเป็นพันธมิตร	.62	1.68	-1.353	.184*
ระดับความมีชื่อเสียงของพันธมิตร	1.08	1.92	-.797	.431
ความสำคัญของพันธมิตร	3.23	3.28	-.256	.799

ตาราง ผลการทดสอบความแตกต่างของลักษณะการทำพันธมิตร  
แบ่งแยกตามกลุ่มที่เป็นตัวแทนจำหน่าย

อัตราความเปลี่ยนแปลงของ ผลการดำเนินงาน ทางการเงิน (เฉลี่ย)	กลุ่ม		t-value	p-value
	High ROA	Low ROA		
จำนวนพันธมิตร	2.77	7.12	-.773	.445
ระยะเวลาในการเป็นพันธมิตร	1.31	2.20	-.955	.346
ระดับความมีชื่อเสียงของพันธมิตร	3.23	3.40	-.120	.905
ความสำคัญของพันธมิตร	3.85	3.64	.608	.609



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายวีรพล แสงมณี เกิดวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2523 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการบัญชี กลุ่มบัญชีต้นทุน คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร ในปีการศึกษา 2544 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท บัญชีมหาดบัณฑิต สาขาการบัญชีบริหาร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย