

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



E47252



THE HIGH EXPORT GROWTH POTENTIAL
OF THE THAI FOOD INDUSTRY

SARASIT BOOPANON

A DISSERTATION PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF PHILOSOPHY
(BUSINESS ADMINISTRATION)

2011

๒๐๑๒ 489

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



E47252

THE HIGH EXPORT GROWTH POTENTIAL
OF THE THAI FOOD INDUSTRY



SARASIT BOOPANON

A DISSERTATION PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF PHILOSOPHY
(BUSINESS ADMINISTRATION)

2011

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ศักยภาพในการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารไทยในอนาคต

สารสิทธิ์ บุพพานนท์

คุษฎีนิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
ปีการศึกษา 2554
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

Dissertation Title The High Export Growth Potential of the Thai Food Industry
Student's Name Mr. Sarasit Booppanon
Field of Study Business Administration

Advisory Committee

.....Chairperson

(Assoc.Prof. Dr. Carlos Alsua)

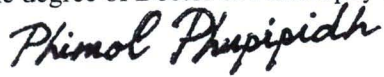
.....Member

(Prof. Dr. Pedro F. Pellet)


.....Member

(Assoc. Prof. Dr. Piboon Puriveth)

Ramkhamhaeng University approved this dissertation in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Business Administration.

.....Dean of Graduate School

(Asst. Prof. Phimol Phupipidh)

.....Director of the Institute of

(Assoc. Prof. Dr. Piboon Puriveth) International Studies

Examination Committee

.....Chairperson

(Prof. Dr. Pedro F. Pellet)

.....Member

(Prof. Dr. Margaret Hurley)

.....Member

(Prof. Dr. Wilford L. Hjort)

utilized the works of other researchers in the area of resource-based theory. In the view of the researcher, resource-based theory can be valuable to Thai food export companies who need to identify what resources are available to them and how to make optimal use of their production capabilities. The researcher has accordingly found that some companies have valuable resources but cannot deploy them in view of limited capabilities.

The instrument of research was a survey of 350 organizations concerned with the food export industry. Data collected were statistically verified that they were applicable to the study.

The subsequent data collected were ascertained as being suitable of application to the investigation as envisaged by the researcher. Upon verification, the researcher analyzed the data collected and subsequently used them in corroborating or disconfirming the hypotheses postulated for this inquiry.

In executing this task, various apposite factors and variables were isolated and subjected to quantitative analysis. In this connection, the researcher utilized the statistical techniques of confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM).

The researcher was thus able to establish that the factors that would influence competitive advantage in exporting food stuffs by the food export industry included organizational effectiveness, the marketing mix factor, the resource readiness factor, and the business network connection factor.

On the basis of integrating the results of statistical analysis and benefitting from background research on resource-based theory and export competitiveness, the researcher was able to infer a number of valuable conclusions.

Finally, the researcher offered recommendations for how the research findings of this dissertation could be used as the basis for future research in this field and cognate areas of investigation.

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องคุณิพนธ์ ศักยภาพในการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารไทยในอนาคต
ชื่อผู้เขียน นายสารสิทธิ์ บุพพานนท์
ชื่อปริญญา ปรัชญาคุณิพนธ์บัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ (ภาคภาษาอังกฤษ)
ปีการศึกษา 2554

คณะกรรมการที่ปรึกษาคุณิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร. คาลอส อัลซัว ประธานกรรมการ
2. ศาสตราจารย์ ดร. ปีโตร์ เอฟ เพลเลท
3. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพบูลย์ ฎริเวทย์

E47252

ประเทศไทยมีเศรษฐกิจการส่งออกค่อนข้างสูง ซึ่งในระยะเวลาที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยได้มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะเศรษฐกิจการส่งออกทางด้านผลิตภัณฑ์อาหาร และกำลังจะเติบโตเป็นผู้ส่งออกชั้นนำของโลก จากผลที่ได้จากการศึกษาวิทยานิพนธ์จากปีที่ผ่านมาของทฤษฎีทางวิชาการระหว่างประเทศและสภาพปัจจุบันในอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทย

จากผลงานสัมมนาของ Barney, Aaby และ Slater, Cavusgil และ Zou, Kim และ Mauborgne, Kotler และท่านอื่น ๆ ที่มีการวิจัยข้อมูลพื้นฐานสำหรับการศึกษาในเรื่องนี้ ซึ่งข้อสรุปที่ได้จากการศึกษาเพิ่มเติมและจากผลงานการศึกษาจากนักวิจัยท่านอื่นที่ผ่านมามีการใช้ทฤษฎีทรัพยากรเป็นพื้นฐานสำหรับหาเหตุผลเพื่อเป็นองค์ประกอบคุณภาพของวิทยานิพนธ์นี้ การประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้เป็นเครื่องมือเพื่อช่วยให้บริษัทส่งออกอุตสาหกรรมอาหารไทย ในบริษัทที่สามารถระบุจำนวนทรัพยากร และความสามารถในการผลิตได้ และในบางบริษัทสามารถที่จะระบุทรัพยากรได้แต่ไม่สามารถจัดการวางแผนการผลิตได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยวิทยานิพนธ์นี้ ได้ใช้วิธีการสำรวจจาก 350 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการส่งออกอาหาร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสำรวจจาก 350 องค์กรได้รับการยืนยันทางสถิติว่าพวกเขาสามารถใช้ฐานวิทยานิพนธ์นี้ได้ หลังจากการตรวจสอบที่ผู้เขียนวิเคราะห์จุดข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบกับสมมติฐานเดิมในปัจจุบัน ซึ่งมีหลายปัจจัยและตัวแปรที่มีการกำหนดและใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยเฉพาะสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลรวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่ยืนยัน (CFA) และการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารในอนาคต ซึ่งรวมถึงปัจจัยที่มีประสิทธิผลขององค์กรเป็นปัจจัยที่ผสมผสานทางการตลาด ปัจจัยความพร้อมของทรัพยากรและปัจจัยทางธุรกิจที่เป็นพันธมิตรเชื่อมต่อเครือข่าย

การจับคู่ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ทางสถิติกับความมั่งคั่งของการวิจัยบนพื้นฐานของทรัพยากร ระหว่างทฤษฎีพื้นฐานกับการแข่งขันการส่งออก ซึ่งผลกระทบบางอย่างจะถูกนำเสนอ โดยผู้วิจัยได้ให้คำแนะนำสำหรับการนำวิทยานิพนธ์ไปใช้พร้อมกับการวิจัยต่อไปในอนาคตทั้งในสาขานี้และสาขาที่เกี่ยวข้อง

ACKNOWLEDGEMENTS

Firstly, I would like to thank Associate Professor Dr. Piboon Puriveth for guiding me through my doctoral program at the Institute of International Studies, Ramkhamheang University.

In addition, I would sincerely like to thank Associate Professor Dr. Pimpan Vessakosol who has given me suggestions and understanding from the beginning of my doctoral program.

Finally, I would like to thank Pol. Gen. Aiyarat Vessakosol who has provided me with opportunities for growth and development.

Sarasit Booppanon

TABLE OF CONTENTS

	Page
ABSTRACT (ENGLISH)	(iv)
ABSTRACT (THAI)	(vii)
ACKNOWLEDGEMENTS	(ix)
LIST OF TABLES	(xiii)
LIST OF FIGURES	(xvi)
 Chapter	
1 INTRODUCTION.....	1
Introduction and Statement of the Problem.....	1
Thailand in the International Economy	2
Domestic and International Financial Crises 1997 Financial Crisis.....	3
Late 2000s.....	3
Brief History of Thai Exports	4
Thailand’s Shift to Manufactured Goods	5
Research Objectives.....	8
Operational Definitions in this Study.....	8
Scope of the Study	9
2 LITERATURE REVIEW	11
Part 1: Literature to Support the Framework.....	11
Part 2: Overview of World Trade and Market Characteristics....	20

Chapter	Page
Part 3: Theory and Concept of International Trade	23
Part 4 Concept of Marketing Strategy	31
Part 5: Thailand and Thai Food.....	39
Part 6: Related Research	42
Five Forces Model Analysis	48
Hypotheses of Study	65
Conclusion	74
3 RESEARCH METHODOLOGY	76
The Population and the Sample Groups	76
Firm Competencies	78
Marketing Mix	80
Readiness of Resources.....	83
Linking of Allied Business Networks	85
Exporting Strategies of the Firm	87
Creating Competitive Advantages	89
The Research Tools	91
The Data Collection	95
Data Analysis.....	96
Conclusion	100
4 THE RESULTS OF DATA ANALYSIS	102
The Results of the Analysis of General Data	103
Examination of Convergent Validity	185

Chapter	Page
The Discriminant Validity Examination	192
Conclusion.....	214
5 CONCLUSION OF THE RESEARCH RESULTS	
DISCUSSION AND SUGGESTIONS.....	215
The Population and Sampling Group	217
Conclusion of the Research Results	218
Conclusions on the Level of Opinion.....	219
The Conclusion of the Results According to the Research	
Objectives	222
Discussion of the Research Results.....	226
Anticipated Interests and Benefits Received.....	233
Restraints & Suggestions Concerning the Issues of Research	
Study in the Future.....	235
Conclusion.....	236
APPENDIX	
A List of Experts for Examination of the Framework	
Development Instrument	237
B Questionnaire	239
REFERENCES	257
VITAE.....	263

LIST OF TABLES

Tables	Page	
1	Composition of Gross Domestic Product at Current Market Prices, 1970-2005.....	5
2	Value of Agricultural Exports by Product, 2004-2008	6
3	Export Markets for Agricultural Products of Thailand	7
4	Export Competitiveness Measurements Used in Previous Research.....	19
5	Exports as of GDP.....	21
6	The Indicators of the Variables in the Firm Competencies.....	79
7	The Indicators of the Variable Factors of Marketing Mix	82
8	The Indicators of the Variable Factors for the Readiness of Resources	84
9	The Indicators of Variable Factors for Linking of the Allied Business Network.....	86
10	The Indicators of Variable Factors of the Exporting Business	88
11	The Indicators of the Variable Factors in Creating Competitive Advantages.....	90
12	General Data of the Sampling Group Responding to the Questionnaire Sample Descriptive Statistics	103
13	The Level of Opinions of Respondents on Generation Competition Advantages	108

Tables	Page
14 Normality Scattering	133
15 The Result of the Confirmatory Factor Analysis of Organizational Effectiveness with LISTEL Program	162
16 The Results of the Confirmatory Factor Analysis of Market Mix Factor with LISREL Program.....	167
17 The Results of the Confirmatory Factor Analysis of Resources Readiness with LISREL Program.....	172
18 The Results of the Confirmatory Factor Analysis of Business Allies Network Connection with LISREL Program.....	177
19 The Results of the Confirmatory Factor Analysis of Generation of Advantages in the Export Industry with LISREL Program	184
20 The Results of Convergent Validity Analysis	187
21 The Results of the Correlation Coefficient Analysis for Discriminant Validity Examination.....	193
22 Path Coefficients, Standard Errors, T values of Parameter Estimations of the Hypothesized Structural Equation Model	195
23 Path Coefficients, Standard Errors, T-values of Parameter Estimations of the Hypothesized Structural Equation Model	197
24 Comparison of Model Statistical Consistency Values Between Hypothesized Model and Modified Model.....	204
25 Direct Influences, Indirect Influences and Total Influences of the Model.....	206

Tables	Page
26 Direct Influences, Indirect Influences and Total Influences of the Model (with modified figures)	207
27 Conclusion of the Hypothesis Tests	212

LIST OF FIGURES

Figures	Page
1 Level of factors influencing competitive advantage.....	13
2 A Strategic model of export performance.....	15
3 Conceptual model of export performance	16
4 Strategic export performance model.....	17
5 General model for assessing export performance	18
6 Management influences on export performance.....	54
7 Conceptual framework.....	61
8 Scattering of attitudinal data variable of the operation management (ATT).....	113
9 Scattering of attitudinal data variable in the organization management (SAT).....	114
10 Scattering of organizational determination data variable (DET)	115
11 Scattering of technology and research data variable (TEC).....	116
12 Scattering of product data variable (PRO).....	117
13 Scattering of product pricing data variable (PRI).....	118
14 Scattering of market scattering channel data variable (PLA).....	119
15 Scattering of market promotion data variable (POM).....	120
16 Scattering of financial readiness data variable (FIN).....	121
17 Scattering of personnel readiness data variable (PER)	122
18 Scattering of Physical Readiness Data Variable (PHI).....	123

Figures	Page
19 Scattering of business partners relations data variable (REL)	124
20 Scattering of governmental support data variable (GOV)	125
21 Scattering of food industrial group data variable (FOO)	126
22 Scattering of supply chain network data variable (SUP)	127
23 Scattering of product differential strategy data variable (DIF)	128
24 Scattering of low cost strategy data variable (COS)	129
25 Scattering of trade business strategy data variable (BUS)	130
26 Scattering of market sharing data variable (MAR)	131
27 Scattering of export value data variable (EXP)	132
28 Scatting of low cost strategy data variable (SUC)	133
29 The correlation between standardized residual with standardized predicted value	136
30 The Correlation between the standardized residual with the independent variable attitudes in running the work operation (ATT)	137
31 The correlation between the standardized residual with the independent variable the satisfaction in the work operation results (SAT)	138
32 The correlation between the standardized residual with the independent variable the organizational determination (DET)	139
33 The Correlation between the standardized residual with the independent variable technology and research (TEC)	140

Figures	Page
34 The correlation between the standardized residual with the independent variable food products (PRO)	141
35 The correlation between the standardized residual with the independent variable products price (PRI)	142
36 The Correlation between the standardized residual with the independent variable product channel (PLA)	143
37 The correlation between the standardized residual with independent Variable market promotion (POM)	144
38 The correlation between the standardized residual with independent variable financial readiness (FIN)	145
39 The correlation between the standardized residual with independent variable readiness in human resource (PER)	146
40 The correlation between the standardized residual with independent variable physical readiness (PHI)	147
41 The Correlation between the standardized residual with independent variable readiness in relationship (REL)	148
42 The correlation between the standardized residual with independent Variable governmental readiness (GOV)	149
43 The correlation between the standardized residual with independent variable food industrial group (FOO)	150
44 The correlation between the standardized residual with independent variable supply chain network (SUP)	151

Figures	Page
45 The correlation between the standardized residual with independent variable different product strategy (DIF).....	152
46 The correlation between the standardized residual with independent variable low cost strategy (COS).....	153
47 The correlation between the standardized residual with independent variable trade business strategy (BUS).....	154
48 The correlation between the standardized residual with independent variable market sharing (MAR)	155
49 The correlation between the standardized residual with independent variable export Value (EXP).....	156
50 The correlation between the standardized residual with independent variable export success (SUC)	157
51 The result of second order CFA analysis of firm competencies measurement model (FIRM)	161
52 The results of second order CFA of measurement model of market mix factor variable (MARK)	166
53 The results of second order CFA of measurement model of resources readiness factors variable (RESO).....	171
54 The results of second order CFA of measurement model of business allies network connection factor variable (NETW).....	176

Figures	Page
55 The result of the confirmatory factor Analysis-CFA of the variable measurement model on organizational export strategy (STRA).....	180
56 The Correlation between the standardized residual with the independent variable (COMP).....	183