

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 โดยศึกษานำร่องกับกลุ่มบันเทิงและสันทนาการ ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกก่อนที่จะนำผลการทดสอบมาปรับปรุงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือหลักในการวิจัย ประเด็นหลักในการศึกษา ได้ทำการส่งแบบสอบถามไปยังผู้จัดการฝ่ายบัญชีทั้ง 73 บริษัท ใน 8 กลุ่มของอุตสาหกรรมบริการ ถึงแม้ว่าได้มีการโทรศัพท์เพื่อติดตามผลแล้วก็ตาม แต่ก็ได้รับการตอบกลับเพียง 38 บริษัท (52%) เท่านั้น ด้านผลการดำเนินงานในการวัดผลประกอบด้วย ขายสุทธิ 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*
Field of study.....Accounting.....Advisor's signature.....*Uthai Tanlamai*
Academic year.....2005.....