บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการทำวิจัยแบบสำรวจ (Survey research) ที่ทำการสำรวจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออกของธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ โดยมีตัวแปรอิสระ (Independent variables) ที่ได้จากการรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จำนวน 7 ตัว ดังนี้คือ การวางแผนที่ดี โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม การดำเนินงานที่ดี บุคลากรที่ดี เครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ และการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ และมีตัวแปรตาม (Dependent variable) คือผลประกอบการการส่งออก ซึ่งวัดแบบปราศจากอคติ (Objective) และ วัดแบบที่ได้อิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) จาก ยอดการส่งออก สัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด กำไรจากการส่งออก และอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก

3.1 ประชากร

ประชากรที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ หน่วยธุรกิจครอบครัวที่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่ส่งออก โดยการกำหนดกรอบตัวอย่าง (Sample frame) สำหรับใช้เลือกตัวอย่างเพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะอ้างอิงจากรายชื่อสมาชิกของสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ซึ่งมีทั้งหมด 723 ราย เพราะจากทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยไม่พบว่ามีการทำรายชื่อผู้ส่งออกที่ดำเนินธุรกิจในลักษณะธุรกิจครอบครัวในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และจากการสอบถามเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลระเบียนสมาชิกของสมาคมฯ พบว่าสมาชิกของสมาคมฯนี้เป็นผู้ส่งออกทั้งหมด ดังนั้นการกำหนดกรอบตัวอย่างจึงจะอ้างอิงจากรายชื่อสมาชิกของสมาคมผู้ค้าอัญมณีไทยและเครื่องประดับ ทั้งนี้จะมีการคัดแยกหน่วยธุรกิจที่เป็นและไม่เป็นธุรกิจครอบครัวโดยการใช้คำถามในแบบสอบถาม (Screening Question) ในส่วนต้นของเครื่องมือในการวิจัย

การกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample size) เพื่อให้เกิดความเชื่อถือได้ของงานวิจัยครั้งนี้ จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะกำหนดตามค่าในตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรไดโคโตมัสของแอสกินและโกลตัน (Askin and Colton, 1963 อ้างถึงใน นราศรี ไววนิช

กุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี, 2542) ที่กำหนดขนาดตัวอย่างไว้ ผู้วิจัยใช้เกณฑ์แบ่งประชากรให้สอดคล้องกับลักษณะไดโคโตมัสจาก การเป็นธุรกิจในลักษณะครอบครัว และไม่ใช่ในลักษณะครอบครัว ซึ่งจากกรอบตัวอย่างที่ค่า 723 ราย ผู้วิจัยเลือกค่าจากตารางสำเร็จรูปเกี่ยวกับประชากรไดโคโตมัสของแอสกินและโกลตัน สำหรับระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ขนาดประชากร 1,000 ราย จะได้ขนาดตัวอย่าง 244 หน่วย

การเลือกตัวอย่าง (Sampling) ในการวิจัยครั้งนี้จะทำการเลือกตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability sampling) เพื่อให้หน่วยตัวอย่างแต่ละหน่วยจะได้รับการเลือกเป็นตัวแทนของประชากรอย่างมีหลักเกณฑ์ อีกทั้งผู้วิจัยสามารถคำนวณค่าความคลาดเคลื่อนจากการเลือกตัวอย่าง (Sampling error) ซึ่งจะสุ่มเลือกตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic sampling) เนื่องจาก ในการวิจัยครั้งนี้มีกรอบตัวอย่างที่สมบูรณ์ และมีการเรียงลำดับตามพยัญชนะอยู่แล้ว โดยจะระบุให้ผู้ตอบแบบสอบถาม (Sampling Unit) คือ เจ้าของ หรือ ผู้บริหารของหน่วยธุรกิจ

การเลือกตัวอย่างเพื่อการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้เลือกตัวอย่างแบบมีระบบและแยกหน่วยตัวอย่างที่เลือกไว้ 100 หน่วยจาก 723 หน่วยของกรอบตัวอย่าง และ หลังจากทดสอบเครื่องมือ แล้วพบว่า แบบสอบถาม มีความน่าเชื่อถือ จึงได้ดำเนินการเลือกตัวอย่างจาก 623 หน่วยที่เหลือ จำนวน 144 หน่วย และด้วยอัตราการตอบกลับที่ต่ำ (มีการตอบกลับเพียง 8 หน่วย และใน 8 หน่วยนี้ มีอยู่ในขอบเขตที่สนใจเพียง 6 หน่วย ภายในเวลารอและติดตาม 8 สัปดาห์) อาจจะทำให้ได้ผลการวิจัยขาดความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงได้ส่งแบบสอบถามแก่ทุกหน่วยที่เหลือในกรอบตัวอย่าง ซึ่งมีจำนวน 479 หน่วย

3.2 ตัวแบบและสมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างตัวแบบการวิจัยจากการรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยมีตัวแปรอิสระ (Independent variables) จำนวน 7 ตัว ดังนี้คือ การวางแผนที่ดี โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม การดำเนินงานที่ดี บุคลากรที่ดี เครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ และการนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ และมีตัวแปรตาม (Dependent variable) คือผลประกอบการการส่งออก ซึ่งวัดแบบปราศจากอคติ (Objective) และ วัดแบบที่ได้อิทธิพลจากความรู้สึกส่วนตัว (Subjective) จาก ยอดการส่ง

ออก สัดส่วนยอดการส่งออกต่อยอดขายทั้งหมด กำไรจากการส่งออก และอัตราการเติบโตของยอดการส่งออก ดังแสดงในรูปที่ 3.1

3.2.1 การวางแผนที่ดี

การวางแผนเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากสำหรับธุรกิจครอบครัวที่ดำเนินการส่งออก การวางแผนประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้คือ การวิเคราะห์ปัจจัยทั้งภายในและภายนอกหน่วยธุรกิจ กำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดทิศทาง เป้าหมายของหน่วยธุรกิจ การนำแผนไปปฏิบัติตามที่วางไว้ และการตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งการวางแผนจะมีทั้งระยะยาวและระยะสั้น ซึ่งแผนธุรกิจที่ดีนั้นควรต้องมีบุคคลนอกครอบครัวที่มีความสามารถเข้าร่วมวางแผนเพื่อให้เกิดความคิดที่หลากหลาย และมีความไม่เป็นอคติ (Objectivity) ในการบริหารงาน มีการยอมรับการตรวจสอบจากองค์กรภายนอก รวมทั้งต้องมีการเขียนแผนเป็นลายลักษณ์อักษร ที่มีรายละเอียดเพียงพอที่จะใช้เปรียบเทียบผลประกอบการกับแผนที่วางไว้ เพื่อสามารถนำมาเป็นแนวทางการปรับเปลี่ยนค่าตอบแทนได้อย่างเหมาะสม เมื่อดำเนินตามแผนแล้วต้องมีการเปิดเผยข้อมูลผลเปรียบเทียบระหว่างผลประกอบการและแผนธุรกิจที่วางไว้แก่หมู่พนักงาน โดยแผนที่ต้องวางเป็นอันดับแรกคือ แผนการตลาดเพื่อการส่งออก ซึ่งแผนนี้จะเป็นแผนหลักที่กำหนดทิศทางการดำเนินการส่งออกสินค้าจากหน่วยธุรกิจครอบครัวไปยังตลาดเป้าหมาย หลังจากนั้น ให้วางแผนระดับปฏิบัติการอื่นให้สอดคล้องกันกับแผนการตลาดที่ได้วางไว้ ทั้งนี้ต้องสอดคล้องทั้งในระยะยาวและระยะสั้น อาทิ เช่น แผนทางการเงินต้องมีทั้งระยะยาวและระยะสั้นที่สอดคล้องกับแผนการตลาดเพื่อการส่งออก อนึ่งธุรกิจครอบครัวมีประเด็นพิเศษที่ต้องคำนึงถึงคือ การวางแผนสืบทอดกิจการ ธุรกิจครอบครัวจำเป็นต้องมีการวางแผนการสืบทอดกิจการไว้แต่เนิ่นๆ และมีการเขียนแผนเป็นลายลักษณ์อักษรเช่นเดียวกันกับการวางแผนทางธุรกิจ (Dorsey and Berko, 1982; Birley, 1991 อ้างใน Stavrou and Swiercz, 1998; Bijmolt and Zwart, 1994; Hoy and Verser, 1994; Katsikeas, 1994; Rue and Ibrahim, 1995 อ้างใน Upton et al., 2001; Danco, 1996; Lin and Hinson, 1998; Sharma, Chrisman, Pablo and Chua, 2001; Upton, J and Felan , 2001; Scott, 2002)

ดังนั้นการวางแผนที่ดี ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง การมีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน มีการกำหนดวิสัยทัศน์ กำหนดเป้าหมาย โดยมีแผนการตลาดเพื่อการส่งออกเป็นแผนหลัก และในการวางแผนต้องมีบุคคลนอกครอบครัวที่มีความสามารถเข้าร่วมวางแผนด้วย มีการนำแผนมาเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร และดำเนินตามแผนที่วางไว้ มีการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน มีการยอมรับการตรวจสอบจากองค์กรภายนอก เมื่อดำเนินตาม

แผนแล้ว มีผลการดำเนินอย่างไร ต้องมีการเปิดเผยผลประกอบการกับแผนที่วางไว้กับพนักงาน มีการวางแผนการสืบทอดกิจการในขณะที่เจ้าของกิจการยังมีความสามารถในการบริหารกิจการอยู่ และนำแผนสืบทอดกิจการนี้มาเขียนเป็นลายลักษณ์อักษร

สมมติฐานที่ 1 การวางแผนที่ดีมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการส่งออก

3.2.2 โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม

โครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมเป็นปัจจัยส่งเสริมผลการส่งออกได้ ซึ่งโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมจะช่วยเอื้ออำนวยให้การดำเนินงานการส่งออกเป็นไปด้วยความราบรื่น ดังนั้น หน่วยธุรกิจครอบครัวจำเป็นต้องปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความเหมาะสมต่อการส่งออก ที่มีสายบังคับบัญชาที่ชัดเจน หลีกเลี่ยงการทับซ้อนของความรับผิดชอบทางด้านการบริหารงานของสมาชิกภายในครอบครัว โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ต้องมีการจัดตั้งและพัฒนาแผนกส่งออก เพื่อระบุถึงผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานที่ชัดเจน อาทิเช่น ผู้จัดการแผนกส่งออก เป็นต้น ทั้งนี้แผนกส่งออกต้องได้รับการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงานทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพ อาทิเช่น ด้านทรัพยาบุคคลที่พอเพียงทั้งในด้านจำนวนบุคลากรและความชำนาญของบุคลากรด้านการส่งออก เป็นต้น (Dorsey and Berko, 1982; Bijmolt and Zwart, 1994; Lin and Hinson, 1998; Scott, 2002)

ดังนั้นการมีโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง การมีสายบังคับบัญชาชัดเจนในโครงสร้างองค์กร ไม่มีการทับซ้อนของความรับผิดชอบทางการบริหารของสมาชิกของครอบครัวเจ้าของที่ทำงานในกิจการ มีแผนกส่งออกดูแลการส่งออก แผนกส่งออกนี้ได้รับทรัพยากรเพียงพอทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

สมมติฐานที่ 2 การมีโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการส่งออก

3.2.3 ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม

ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความสำเร็จในการส่งออกนั้น ต้องถูกออกแบบ หรือผ่านการปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ (product adaptation) โดยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์นี้เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยธุรกิจครอบครัวต้องดำเนินการให้ได้ในระดับที่สนองความต้องการของตลาดได้หมด มิฉะนั้นหน่วยธุรกิจอาจไม่สามารถชนะคู่แข่งขันใน

ตลาดได้ เพราะผลิตภัณฑ์คือสิ่งที่ตลาดซื้อเพื่อสนองความต้องการของตน หากผลิตภัณฑ์ของหน่วยธุรกิจครอบครัวไม่สนองความต้องการของตลาดแล้ว ตลาดก็อาจหันไปซื้อจากผู้เสนอขายรายอื่น นอกเหนือจากนั้นผลิตภัณฑ์ที่หน่วยธุรกิจครอบครัวเสนอสู่ตลาดต่างประเทศนั้นต้องเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมทุกความต้องการของตลาด (a family of products) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงกว่าที่คู่แข่งในตลาดเสนอโดยไม่เน้นการมีต้นทุนต่ำ (Low cost strategy) และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ (Richardson, 1991; Katsikeas, 1994; Cavusgil and Zou, 1994; Upton J and Felan, 2001)

ดังนั้นการเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบ และปรับปรุงตามความต้องการของตลาดต่างประเทศ โดยต้องทำการสำรวจถึงความต้องการของตลาด และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่มีคุณภาพสูงออกสู่ตลาดสม่ำเสมอ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้มีลักษณะเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ (a family of product) ที่ครอบคลุมทุกความต้องการของตลาด

สมมติฐานที่ 3 การเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการส่งออกมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการส่งออก

3.2.4 การดำเนินงานที่ดี

การดำเนินงานที่ดีช่วยส่งเสริมให้หน่วยธุรกิจครอบครัวประสบความสำเร็จในการส่งออกได้ เนื่องจากการดำเนินงานเป็นการแปลงรูปวัตถุดิบ (input) ที่หน่วยธุรกิจครอบครัวรับเข้ามาจากผู้ขายวัตถุดิบ (suppliers) ไปเป็นสินค้า (output) ที่หน่วยธุรกิจครอบครัวต้องส่งมอบต่อให้แก่ตลาดต่างประเทศ การมีการดำเนินงานที่ดีของหน่วยธุรกิจครอบครัวจะเป็นปัจจัยสำคัญในการลดต้นทุนสินค้า และค่าใช้จ่ายต่างๆ ส่งผลให้ผลประกอบการจากส่งออกดีขึ้น โดยการดำเนินงานที่ดีประกอบไปด้วย การพัฒนากระบวนการผลิตให้มีศักยภาพ การมีระบบควบคุมคุณภาพไม่ให้มีสินค้ามีตำหนิ การมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า เหมาะสมกับโอกาส การมีการสะสมความรู้ (Technology) ให้เพิ่มพูนเพื่อให้เกิดพัฒนาการในคุณภาพของสินค้า การมีการสื่อสารที่ดีกันที่ทำงานโดยเฉพาะระหว่างสมาชิกในครอบครัวที่เป็นเจ้าของหน่วยธุรกิจ เพื่อลดแนวโน้มปัญหาที่อาจเกิดขึ้นที่บ้าน รวมถึงการเปิดรับฟังคำชี้แนะจากองค์กรภายนอกในด้านการพัฒนาการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าหน่วยธุรกิจจะดำเนินได้อย่างยั่งยืน รวมถึงหน่วยธุรกิจครอบครัวต้องมีการเปิดรับฟังความคิดใหม่จากรุ่นลูกรุ่นหลานที่เข้า

มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของธุรกิจ (O'Connor, 1992; Vambery and Tae, 1993; Cavusgil and Zou, 1994; Katsikeas, 1994; Danco, 1996)

การดำเนินงานที่ดี ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง มีการพัฒนากระบวนการผลิตให้มีศักยภาพ มีระบบควบคุมคุณภาพสินค้าไม่ให้มีตำหนิ ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เหมาะสมกับโอกาส มีการสะสมความรู้ให้เพิ่มพูนเพื่อให้เกิดพัฒนาการในคุณภาพสินค้า มีการสื่อสารที่ดีระหว่างสมาชิกครอบครัวของเจ้าของที่ทำงาน มีการรับฟังคำชี้แนะจากองค์กรภายนอกทางด้านการพัฒนาการดำเนินงาน มีการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากรุ่นลูกรุ่นหลานที่เข้ามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

สมมติฐานที่ 4 การมีการดำเนินงานที่ดีมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการส่งออก

3.2.5 บุคลากรที่ดี

การมีบุคลากรที่ดีเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถก่อให้เกิดผลสำเร็จในการส่งออก บุคลากรของหน่วยธุรกิจครอบครัวนั้น ประกอบด้วยบุคลากรที่เป็นและไม่เป็นสมาชิกครอบครัว เพราะทั้งสองกลุ่มเป็นผู้ดำเนินงาน การมีบุคลากรที่ดีของธุรกิจครอบครัว คือ บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งออก บุคลากรอุทิศตนเพื่อสร้างความสำเร็จทางการส่งออก บุคลากรมีความชำนาญมีประสบการณ์ ผู้นำต้องมีลักษณะที่สอดคล้องกับสถานะที่ธุรกิจเป็นอยู่ หน่วยธุรกิจครอบครัวจำเป็นต้องมีการสะสมประสบการณ์ องค์ความรู้ด้านการส่งออกอย่างเป็นระบบ และต้องจัดให้มีการฝึกอบรมความรู้ด้านการส่งออกแก่บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้หากมีการวางตัวทายาทผู้รับสืบทอดกิจการแล้ว ทายาทเหล่านี้ต้องได้รับการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับกิจการและได้ทดลองปฏิบัติงานภายใต้การชี้แนะของผู้ประกอบการ (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ สถาบันนโยบายสังคมและเศรษฐกิจ, 2545:97; Cavusgil and Zou, 1994; Bijmolt and Zwart, 1994; Lin and Hinson, 1998; Ceynowa, 1999)

ดังนั้น บุคลากรที่ดี ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งออก ทุ่มเทกับการทำงาน มีประสบการณ์มากด้านการส่งออก กิจการมีการสะสมองค์ความรู้ด้านการส่งออกอย่างเป็นระบบ และมีการฝึกอบรมด้านการส่งออกอย่างสม่ำเสมอ ผู้นำของกิจการเป็นผู้ทำงานหนัก เรียนรู้จากการลองผิดลองถูก สามารถวางโครงสร้างรองรับการทำงานที่มีความซับซ้อนเกินกว่าที่เขาจะสามารถทำเองได้ทั้งหมด และสามารถบริหารการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง (Chance management) จากผู้ที่เคยพอใจกับการดำเนินงานที่ไม่เป็นระบบ รวมทั้งผู้นำได้รับการ

ศึกษา หรือประสบการณ์ที่เฉพาะทางอย่างใดอย่างหนึ่ง ในกิจการมีการวางตัวทายาท และทายาทได้รับการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับกิจการ และได้ทดลองปฏิบัติงานภายใต้การชี้แนะของผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 5 การมีบุคลากรที่ดีมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการส่งออก

3.2.6 เครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ

หน่วยธุรกิจครอบครัวจำเป็นต้องมีเครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีความสามารถ เนื่องจากเครือข่ายการกระจายสินค้าเป็นผู้นำสินค้าจากหน่วยธุรกิจครอบครัวไปสู่ตลาดต่างประเทศ การสร้างความสัมพันธ์ที่ก่อประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่ายจะก่อให้เกิดความสำเร็จในการทำตลาดต่างประเทศ ส่งผลให้หน่วยธุรกิจสามารถได้มาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเหตุนี้การมีเครือข่ายการกระจายสินค้าที่มีความสามารถเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อผลการส่งออก หน่วยธุรกิจจำเป็นต้องเลือกผู้กระจายสินค้าที่เหมาะสม มีความมั่นคง หน่วยธุรกิจครอบครัวต้องทำการติดต่ออยู่อย่างสม่ำเสมอ และทำการพัฒนาและสนับสนุนให้เครือข่ายเหล่านี้มีความสามารถทางการตลาด การกระจายสินค้า และการบริการลูกค้า (Dorsey and Berko, 1982; Cavusgil and Zou, 1994)

ดังนั้น เครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพ ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง เครือข่ายมีความมั่นคง มีการติดต่อระหว่างกิจการและเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ มีการสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย มีการสนับสนุนเครือข่ายในการทำการตลาด กระจายสินค้า และการบริการลูกค้า

สมมติฐานที่ 6 การมีเครือข่ายกระจายสินค้าในต่างประเทศที่มีศักยภาพมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการส่งออก

3.2.7 การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้

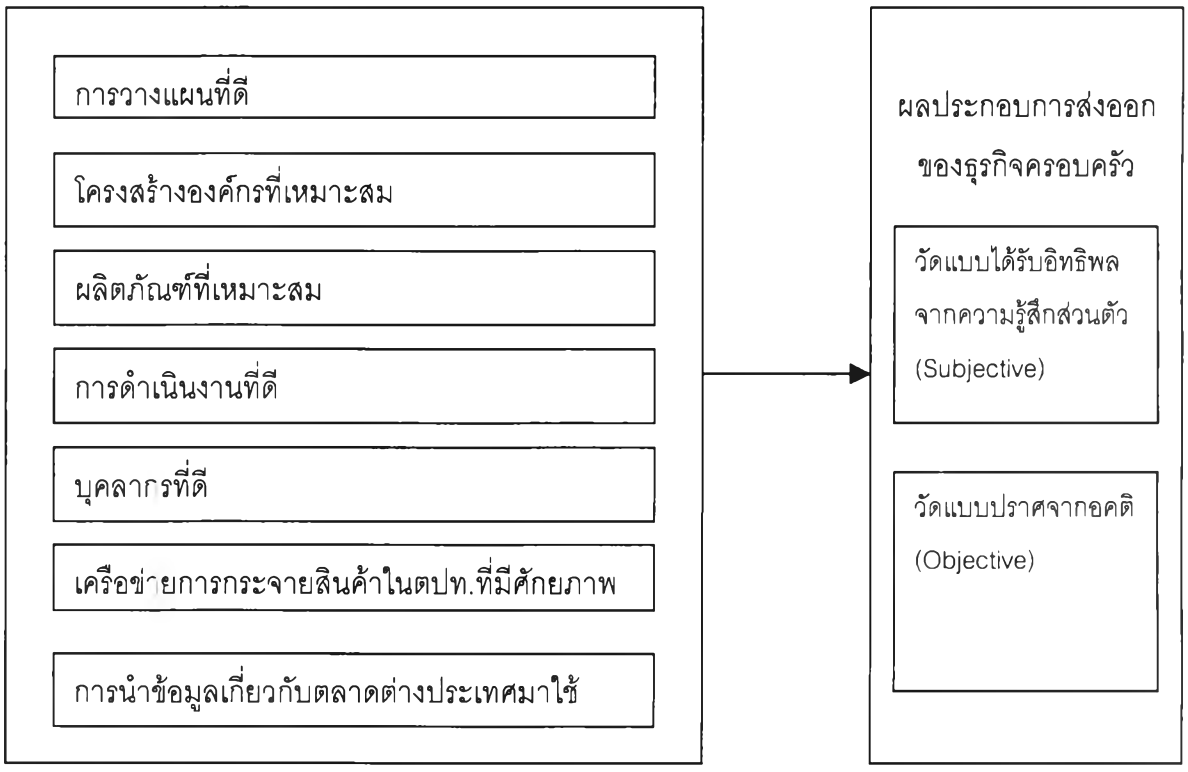
ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศที่หน่วยธุรกิจครอบครัวต้องการส่งมอบสินค้าให้เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้การตัดสินใจทางธุรกิจมีความถูกต้องมากขึ้น ส่งผลให้หน่วยธุรกิจประสบความสำเร็จทางการส่งออก ยิ่งมีการใช้ข้อมูลมากเท่าใดยิ่งมีผลส่งออกที่ดีขึ้นเท่านั้น ดังนั้นหน่วยธุรกิจครอบครัวจำเป็นต้องสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ และนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศเข้ามาใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งข้อมูลเหล่านั้นประกอบไปด้วย ข้อมูลขนาดและโครง

สร้างของตลาด, ข้อมูลภาวะการแข่งขัน ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ข้อมูลช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อมูลราคา ข้อมูลวัฒนธรรม และข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายและการเมือง เป็นต้น (Darling and Postnikoff, 1985; Sawyer, 1982; Hart and Tzokas, 1999; Leonidou and Adams-Florou, 1999)

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศมาใช้ หมายถึง มีการรับรู้ข่าวสารต่างประเทศเพื่อช่วยในการตัดสินใจทางธุรกิจ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้แก่ ขนาดของตลาดต่างประเทศ โครงสร้างตลาด ภาวะการแข่งขัน ข้อมูลสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ข้อมูลราคา ข้อมูลเศรษฐกิจ วัฒนธรรม กฎหมาย และการเมือง

สมมติฐานที่ 7 การนำข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศเข้ามาใช้ประกอบการตัดสินใจ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อผลการส่งออก

รูปที่ 3.1 แสดงตัวแบบการวิจัย



3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องในการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นการวิจัยแบบสำรวจโดยให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเองในแบบสอบถาม (Self-administered questionnaire) ซึ่งหมายถึงการส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบตอบเอง โดยส่งทางไปรษณีย์ไปยังสำนักงานของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ผู้ตอบสามารถเลือกเวลาตอบแบบสอบถามตามแต่ที่ผู้ตอบสะดวก โดยแบบสอบถามนี้จะเป็นแบบมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการและเปิดเผยวัตถุประสงค์ (Structure-Undisguised Questionnaires) ผู้ตอบทุกคนจะได้รับแบบสอบถามชุดเดียวกัน และวิธีการตอบก็อยู่ในรูปแบบเดียวกัน ซึ่งแบบสอบถามประเภทนี้ผู้ตอบจะตอบได้ง่าย และผู้วิจัยก็ประมวลผลได้ง่ายเช่นเดียวกัน เพราะคำตอบจะถูกแปลงเป็นรหัสและใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการประมวลผล

แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จะถูกออกแบบให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การวิจัย และเพื่อสร้างความถูกต้อง (Validity) และน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเนื้อความในแบบสอบถาม แบบสอบถามจะถูกพัฒนาตามกระบวนการดังต่อไปนี้คือ

1. การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ธุรกิจครอบครัว อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ และการส่งออก เพื่อค้นหาเกณฑ์ที่ใช้วัดตัวแปรแต่ละตัวในตัวแบบงานวิจัย
2. การร่างแบบสอบถามตามผลลัพธ์ที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. การเสนอร่างแบบสอบถามแก่อาจารย์ที่ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมและกรรมการทุกท่าน เพื่อขอคำแนะนำถึงความถูกต้อง(Validity) และนำกลับมาแก้ไข
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือด้วยการทดสอบเบื้องต้น (Pilot test) กับหน่วยธุรกิจที่ได้จากกรอบตัวอย่างจำนวน 20 ชุด โดยทำการเลือกตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability sampling) เพื่อหาข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นจากการตีความหมายของคำถามในแบบสอบถาม และแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบจะเข้าใจทุกคำถามในแบบสอบถามไปในทิศทางตรงกัน ซึ่งได้ค่าสถิติ Cronbach's alpha ดังแสดงในตาราง 3.1

ตารางที่3.1แสดงค่า cronbach's alpha

ตัวแปรที่มีลักษณะเป็นช่วง (Scale)	ค่า Cronbach's alpha
การวางแผน	0.7986
โครงสร้างองค์กร	0.8059
ผลิตภัณฑ์	0.8521
การดำเนินงาน	0.6562
บุคลากร	0.7107
เครือข่ายการกระจายสินค้าในต่างประเทศ	0.9552
ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ	0.7627
ผลประกอบการส่งออก	0.9300

การใช้มาตราส่วน การวัดผลทัศนคติต่อคำถามในแบบสอบถาม ได้ใช้วิธีสเกลของไลเกิท (Likert) ซึ่งเป็นคำตอบที่ให้คะแนนได้ ระหว่าง 1 ถึง 5 อยู่ใน 5 คำตอบ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อย, เห็นด้วยปานกลาง, เห็นด้วยมาก, เห็นด้วยมากที่สุด ตามลำดับ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ จะเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mailed questionnaire) เนื่องจากวิธีนี้ ผู้วิจัยสามารถตั้งคำถามได้ครอบคลุมปัญหา, สามารถกำหนดจำนวนตัวอย่างได้มาก, มีค่าใช้จ่ายต่ำ (ถ้าจำนวนที่ได้รับกลับคืนอยู่ในอัตราสูง), ผู้ตอบมีเวลามากที่จะคิดและทบทวนคำถามและสามารถเลือกตอบในขณะที่สะดวก, อีกทั้งวิธีนี้ยังปราศจากอคติจากตัวผู้สัมภาษณ์ ในการส่งแบบสอบถามครั้งนี้จะมีการจูงใจให้ผู้ตอบตอบและส่งแบบสอบถามกลับภายในระยะเวลาที่กำหนดโดย (1) การแจ้งในจดหมายนำว่าข้อมูลที่ได้จะเป็นความลับที่ใช้เพื่อการวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น, ไม่มีการนำเสนอข้อมูลรายบริษัทแก่บุคคลที่สามใดๆทั้งสิ้น และ (2) การแจ้งแก่ผู้ตอบว่าทุกแบบสอบถามที่ส่งกลับมาถึงผู้วิจัยภายในระยะเวลาที่กำหนดนั้น ผู้วิจัยจะนำเงินจำนวน 20 บาท บริจาคแก่ "โครงการน้ำใจไทยให้ดวงตา" มูลนิธิน้ำใจไทย ซึ่งเป็นการช่วยผู้ป่วยโรคต้อกระจกที่ยากไร้ ให้ได้มีโอกาสผ่าตัดเปลี่ยนเลนส์แก้วตาเทียม นอกเหนือกนั้นผู้วิจัยจะส่งการสรุปผลและข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยไปให้เมื่อการวิจัยเสร็จสมบูรณ์ ในการกำหนดเวลารอรับแบบสอบถามตอบกลับทางไปรษณีย์จะใช้เวลารอ 4 สัปดาห์ สำหรับแบบสอบถามที่ไม่ตอบกลับในระยะเวลาที่กำหนด ผู้วิจัยจะติดตามดังนี้คือ ใช้วิธีโทรศัพท์ในการติดตามซึ่งได้ใช้เวลาในการติดตามรวมประมาณ 4 สัปดาห์ จากการติดตาม และสอบถามทางโทรศัพท์นี้ แล้วพบว่ามีหน่วยตัวอย่างใดระบุว่าไม่ได้รับแบบสอบถาม หรือแบบสอบถามสูญหายแล้ว ก็ได้มีการส่งแบบสอบถามชุดใหม่ทางไปรษณีย์ และในกรณีส่งแบบสอบถามชุดใหม่นี้ก็มีการติดตามทางโทรศัพท์ทันทีว่าแบบสอบถามถึงผู้รับหรือไม่ และรอการตอบกลับอีก 4 สัปดาห์ หากหน่วยตัวอย่างใดแจ้งว่าไม่ได้รับ หรือ แบบสอบถามสูญหาย ก็ได้มีการส่งแบสอบถามชุดใหม่อีกชุดทันที

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science: SPSS For Windows) โดย แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ (1)การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) อันได้แก่ ความถี่ และสัดส่วนร้อยละ และ (2)การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)