

Abstract

Project Code: PDF/83/2544

Project Title: Development of degree of internationalization construct and study of antecedents and outcomes of internationalization of Thai firms

Investigator: Assistant Professor Dr. Somchanok Coompanthu

Faculty of Commerce and Accountancy

Chulalongkorn University

E-mail Address: Somchanok@acc.chula.ac.th

Project Period: July 2001-April 2004

This research aims to develop a measure of degree of internationalization (DOI) specifically for SMEs, and to study the antecedents and outcomes of internationalization of SMEs. DOI was measured by two sub constructs: structure and process. Structure was measured by foreign ownership structure and export structure of a firm. Process or engagement in international business of a firm was composed of export intensity, international diversification, exporting staff employment, and export promotion level. The model was developed based on the assumption that top management is the center of all decisions made by SMEs. Top management international attitude was hypothesized to be positively related with DOI. DOI, in turn, was posited to have a positive relationship with a firm's performance. 61 Thai SMEs were a sample of this study, with a response rate of 24.5% as 254 questionnaires were sent out of which 5 questionnaires were returned due to address change. The result yields that only export organization structure and export promotion expenses as percentage of total sales were valid measures of DOI. Only attitude toward foreign investment and ownership was found to be positively related with DOI. Finally, degree of performance satisfaction relative to expected performance was negatively related with DOI. This may be due to the fact that firms with higher DOI expect higher performance thus yielding lower satisfaction level. Actual performance was not found to be related with DOI. In sum, this study has an exploratory nature in developing a DOI measure specifically for SMEs

whose their international activities are mainly exporting. It is also important to note that top management has a direct and an important role in a firm's internationalization behavior.

A survey was used in collecting data. 61 Thai SMEs were sample of this study. Despite low response rate of 24.5%, non response bias was found. Exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis were used in testing unidimensionality of and purifying the constructs. Composite scores were thus formed by aggregating selected items to be used in testing hypothesis. Multiple regression technique was adopted as ideal structural equation modeling technique can not be achieved due to a limited sample size.

Only two variables were found to be a good measure of DOI, i.e., export organization structure (STRUCT) and export promotion expenses as a percentage of total sales (EXPROMOT). However, DOI measure needs a further validation in future research since sample size is limited. The measure thus should be taken as an exploratory. Only attitude toward foreign investment and ownership was significantly positively related with DOI, while attitude toward export was not significantly related with DOI. Only degree of performance satisfaction relative to expectation was found significantly related with DOI but surprisingly in a negative sign. This may be because firms with higher degree of international commitment expect higher performance than those with lower degree of international involvement. Therefore, actual performance of the former is more likely to be below their expectation, yielding negative relationship between DOI and SATIS. With limited sample size, this study should be taken as exploratory. It is interesting to note the importance of top management in directing the international business behavior of SMEs.

Keywords: Degree of Internationalization, Thai SMEs

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: PDF/83/2544

ชื่อโครงการ: การพัฒนาตัวแปรโครงสร้างระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและการศึกษาตัวกำหนดและผลของการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของบริษัทไทย

นักวิจัย: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชนก คุ่มพันธุ์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail Address: Somchanok@acc.chula.ac.th

ระยะเวลาโครงการ: กรกฎาคม 2544-เมษายน 2547

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้มีสองประการใหญ่ คือ เพื่อพัฒนาตัวแปรที่ใช้ในการวัดระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเพื่อเป็นการศึกษาตัวกำหนดและผลของการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของธุรกิจเหล่านี้ โดยใช้บริษัทไทยเป็นกรณีตัวอย่าง ระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศถูกวัดโดยสองตัวแปรหลัก คือ โครงสร้างและกระบวนการ โครงสร้างยังถูกแบ่งย่อยออกเป็นโครงสร้างของบริษัท โดยพิจารณาว่ามีต่างประเทศเป็นผู้ถือหุ้นร่วมด้วยไหม และโครงสร้างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกของบริษัท ส่วนกระบวนการหรือความเกี่ยวข้องในธุรกิจระหว่างประเทศถูกวัดโดยระดับของการส่งออก การกระจายไปในต่างประเทศ สัดส่วนของพนักงานที่ดูแลเกี่ยวกับกิจการส่งออก และระดับของการใช้จ่ายในการส่งเสริมการส่งออก การพัฒนาการศึกษาขึ้นอยู่กับสมมติฐานที่ว่าผู้บริหารระดับสูงเป็นศูนย์กลางการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตัวกำหนดของระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศที่สำคัญจึงเป็นทัศนคติของผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศ ในขณะที่ระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศนี้คาดว่าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลประกอบการของบริษัท จากแบบสอบถามที่ส่งไป 254 ชุด มีแบบสอบถามที่ถูกส่งคืนกลับมา 5 ชุดเนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงในที่อยู่ และมีแบบสอบถามจำนวน 61 ชุดที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ นั่นคือคิดเป็น 24.5% ของอัตราการตอบคืน ผลของการวิเคราะห์สรุปได้ว่าระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถวัดได้โดยสองตัวแปรเท่านั้น คือ โครงสร้างองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่งออก และสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการส่งออกเมื่อเทียบกับยอดขาย นอกจากนี้ทัศนคติของผู้บริหารระดับสูงเฉพาะที่เกี่ยวกับเรื่องของการลงทุนในต่างประเทศ และการมีหุ้นส่วนเป็นชาวต่างประเทศ เท่า

นั้นที่มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ส่วนระดับความพึงพอใจในผลประกอบการของบริษัท กลับมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งอาจเป็นเพราะบริษัทที่มีระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศสูงมีความคาดหวังในผลประกอบการสูง ส่วนผลประกอบการที่แท้จริงกลับไม่ถูกพบความสัมพันธ์ใด ๆ กับระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้ถือเป็นงานเบื้องต้นในการพัฒนาตัวแปรโครงสร้างระดับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นลักษณะของการส่งออก มากกว่าที่จะเป็นการลงทุนในต่างประเทศ และยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของผู้บริหารระดับสูงที่มีบทบาทสำคัญโดยตรงต่อการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของธุรกิจเหล่านี้อีกด้วย