

การวิเคราะห์ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของ  
อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

นางสาวอาริษา ปาน้อยนนท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)  
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)  
are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

ANALYSIS OF OWNERSHIP ADVANTAGE INFLUENCING TENDENCY OF OUTWARD  
FOREIGN DIRECT INVESTMENT OF THAI GARMENT INDUSTRY

Miss Aliza Panoiont

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration Program in Business Administration

Faculty of Commerce and Accountancy

Chulalongkorn University

Academic Year 2011

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การวิเคราะห์หี้อัดได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของต่อ  
แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของ  
อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

โดย

นางสาวอริษา ปาน้อยนนท์

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร.สมชนก ภาสกรจรัส

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้  
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหาร  
ศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

(รองศาสตราจารย์ ดร.พสุ เดชะรินทร์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พสุ เดชะรินทร์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชนก ภาสกรจรัส)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชพงศ์ ตั้งมณี)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ดร.สาคร สุขศรีวงศ์)

อาริษา ปาน้อยนนท์ : การวิเคราะห์ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย.  
(ANALYSIS OF OWNERSHIP ADVANTAGE INFLUENCING TENDENCY OF OUTWARD FOREIGN DIRECT INVESTMENT OF THAI GARMENT INDUSTRY)  
อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ.ดร.สมชนก ภาสกรจรัส, 137 หน้า.

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันเหนือกว่าบริษัทอื่นๆ โดยข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นได้แก่ ความได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของเงินทุน เทคโนโลยี ความสามารถในการจัดการ ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนารวมถึงความสามารถอื่นๆ การประหยัดต่อขนาด ตราสินค้า และความสามารถในการเข้าถึงตลาด โดยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาตัวแบบของการวิจัยให้มีความเหมาะสมกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย วิธีการเก็บข้อมูลจะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลทางการเงินของบริษัท และนำมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression)

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า มีบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศคิดเป็น 67% ในขณะที่อีก 33% ยังไม่มีแผนจะลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยประเทศที่บริษัทสนใจจะไปลงทุนทางตรงมากที่สุดได้แก่ เวียดนาม และกัมพูชา คิดเป็น 28.26% และ 26.10% ตามลำดับ ทั้งนี้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแบบงานวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความสามารถในการจัดการ และความสามารถในการเข้าถึงตลาด เป็นข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

สาขาวิชา.....บริหารธุรกิจ.....ลายมือชื่อนิสิต.....

ปีการศึกษา.....2554.....ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

# # 5281947226 : : MAJOR Business Administrative

KEYWORDS : International Business / Foreign Direct Investment / Garment Industry /  
Internationalization Process / Ownership Advantage

ALIZA PANOINONT : ANALYSIS OF OWNERSHIP ADVANTAGE  
INFLUENCING TENDENCY OF OUTWARD FOREIGN DIRECT INVESTMENT  
OF THAI GARMENT INDUSTRY. ADVISOR: ASSOC.PROF. SOMCHANOK  
PASSAKONJARAS, Ph.D., 137 pp.

The purpose of this study is to analyze ownership advantage, which influences tendency of outward foreign direct investment (Outward FDI) of garment industry of Thailand. Reviews of literature have shown ownership advantage of garment industry including capital, technology, managerial capabilities, surplus R&D and other capacity, trademark and market accessibility, but garment industry of Thailand is different. The research framework is developed by depth interview. This research collected the data by using questionnaires, which sent to executive of companies in garment industry, and the hypotheses of this research were tested by using Logistic Regression.

The results are 67% of garment companies plan to invest aboard. Vietnam and Cambodia are the most favorite countries to invest. Research results confirm the relationship between managerial capabilities and market accessibility, and tendency of outward foreign direct investment.

Field of Study : Business Administration Student's Signature .....

Academic Year : 2011 Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่ผู้วิจัยมีความภาคภูมิใจอย่างยิ่ง ทั้งนี้วิทยานิพนธ์ฉบับคงจะสำเร็จลุล่วงไม่ได้ หากปราศจากความช่วยเหลือด้านต่างๆ จากอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.สมชนก ภาสกรจรัส ซึ่งมีเมตตาทั้งความรู้ในกระบวนการวิจัย และความรู้ทางวิชาการ ให้แก่ผู้วิจัย รวมถึงความความช่วยเหลือจากผศ.ดร.ชัชพงศ์ ตังมณี ที่คอยแนะนำทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญในการกลั่นกรององค์ความคิดในการทำวิจัย รวมถึงกระบวนการทางสถิติ อีกทั้งบุคคลที่ขาดไม่ได้คือ รศ.ดร.พสุ เดชะรินทร์ และดร.สาคร สุขศรีวงศ์ ที่ทำให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์เข้มข้น อาจารย์ทั้งสองมีเมตตาได้ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นแรงสำคัญที่ทำให้งานวิจัยชิ้นสำเร็จลุล่วงไปได้ดี คุณสุกิจ คงปิยาจารย์ ท่านนายกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยที่ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และให้คำแนะนำอย่างยิ่ง รวมถึงท่านผู้บริหารในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มทั้งหลายที่โปรดสละเวลาในการให้ข้อมูล ให้คำแนะนำและชี้แนะจนเกิดเป็นความรู้ ความเข้าใจในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากนี้ยังต้องขอบคุณคุณจินต์ฤดี ทักษิณธรรม ที่ประจำหลักสูตรภาคปกติที่คอยดูแลการเรียนตลอดทั้งหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คอยตามคอยถามไถ่ตั้งแต่วันแรกจนมาถึงวันสุดท้ายของการทำวิทยานิพนธ์

ทั้งนี้ต้องขอบพระคุณคุณดำรงค์ ปาน้อยนนท์ และคุณมลิวัดย์ ปาน้อยนนท์ ท่านเป็นคุณพ่อคุณแม่ที่ได้ให้กำเนิดและอบรมส่งเสริมเลี้ยงดูผู้วิจัย สอนให้เป็นคนดี สอนให้มีความพยายาม และได้ให้การศึกษาค้นคว้าทำให้ได้รู้เรียนได้รู้มาจตุรีแห่งนี้ทั้งในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท รวมถึงเพื่อนๆ ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตภาคปกติรุ่น 28 เพื่อนๆ สถิติจุฬาฯ รุ่น 38 เพื่อนๆ โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย นนทบุรีรุ่น 23 พี่ๆ Exec 25 และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณพิสิฐ พล เหมะประเสริฐสุข ที่เป็นทั้งกำลังใจ เป็นที่พึ่งในทุกๆ เรื่องไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือตั้งแต่ให้คำแนะนำในการทำวิจัยรวมไปถึงการจัดหน้ากระดาษจนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

และสุดท้ายขอขอบคุณคนอื่นๆ ที่ไม่ได้เอ่ยนาม ที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ได้เข้ามาพบและรู้จักกัน ซึ่งอยากให้ทุกคนรู้ว่าได้เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จได้

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
1.3 ปัญหาการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
1.7 ข้อจำกัดของการวิจัย.....	7
บทที่ 2 วรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	8
2.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นนานาชาติ (Internationalization).....	8
2.2 ปัจจัยที่มีผลกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ.....	12
2.3 การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัทในประเทศไทย.....	17
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	23
2.4 ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) .....	23
2.5 การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment).....	24
2.5.1 ความหมายของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ .....	24
2.5.2 ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ.....	27
2.5.3 ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างผสมผสาน (Eclectic Paradigm) .....	30

2.6 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย .....	33
2.6.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยปี 2553 .....	35
2.6.2 การส่งออก และนำเข้า ในช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ 2554 .....	37
2.6.3 จำนวนโรงงาน เครื่องจักร และการจ้างงาน .....	40
2.6.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย .....	43
บทที่ 3 กรอบของการวิจัย .....	48
3.1 ปัญหาของการวิจัย (Research Questions) .....	48
3.1.1 ที่มาของปัญหาการวิจัย .....	48
3.1.2 ปัญหาของการวิจัย .....	51
3.2 ที่มาของสมมุติฐานการวิจัย .....	51
3.3 ตัวแบบเบื้องต้นของงานวิจัย (Initial Research Model) .....	53
3.4 สมมุติฐานการวิจัย .....	54
3.6 ตัวแปรของงานวิจัย (Research Variable) .....	56
บทที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัย .....	58
4.1 แหล่งข้อมูล .....	58
4.2 ประชากรในการศึกษา .....	59
4.3 กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย .....	59
4.4 ขนาดตัวอย่าง .....	60
4.5 ผู้ตอบแบบสอบถาม .....	60
4.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	61
4.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	61
4.7.1 การสัมภาษณ์เจาะลึก (Depth Interview) .....	61
4.7.2 การเก็บข้อมูลทางการเงินของหน่วยตัวอย่าง .....	62
4.7.3 การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม .....	62



4.8 การวิเคราะห์ผล .....	64
4.8.1 การคำนวณค่าตัวแปรจากตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization) .....	64
4.8.2 การคำนวณค่าตัวแปรตามจากตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization) .....	65
ทั้งนี้การเรียงลำดับตัวแปรตามทำให้มีกลุ่มย่อยทั้งสิ้น 17 กลุ่มนั้น เพื่อจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ Multinomial Logistic Regression แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ ทำให้ จำเป็นต้องมีการปรับตัวแปรตามให้เป็นค่าแบบไบนารี คือ มีเพียง 2 ค่าได้แก่.....	67
1) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในอนาคต .....	67
2) บริษัทที่ไม่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในอนาคต .....	67
4.8.3 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) .....	68
บทที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
5.1 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	69
5.2 ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของจำนวนหน่วยตัวอย่าง .....	72
5.3 สัดส่วนการตอบกลับ .....	72
5.3.1 การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างการตอบกลับแบบสอบถามและทุนจดทะเบียนของบริษัท ..	74
5.3.2 การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างการตอบกลับแบบสอบถามและสินทรัพย์ของบริษัท .....	75
5.3.3 การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างการตอบกลับแบบสอบถามและยอดขายของบริษัท .....	76
5.3.4 การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างการตอบกลับแบบสอบถามและกำไรสุทธิของบริษัท .....	77
5.4 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยตัวอย่าง.....	78
5.4.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ .....	78
5.4.2 การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ .....	79
5.4.3 ประเทศคู่ค้า .....	80
5.4.4 จำนวนพนักงานทั้งในออฟฟิศและโรงงาน.....	81
5.4.5 มาตรฐานที่กิจการได้รับ.....	82
5.5 การพรรณนาข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของของกิจการ.....	83

5.5.1	เงินทุน (Capital)	83
5.5.2	เทคโนโลยี (Technology)	84
5.5.3	ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities)	84
5.5.4	ส่วนที่เหลือจากการวิจัย (Surplus R&D and Other capacity)	87
5.5.5	การประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)	88
5.5.6	การเข้าถึงตลาด (Access to Market)	89
5.6	การพหุภวณแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ	90
5.6.1	แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ	90
5.6.2	สัดส่วนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ	91
5.6.3	รูปแบบธุรกิจสำหรับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ	92
5.6.4	ประเทศที่สนใจจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ	93
5.6.5	ข้อจำกัดในการลงทุนทางตรงต่างประเทศ	94
5.7	การวิเคราะห์หรืออิทธิพลของข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ	95
5.5.1	การทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ	96
5.5.2	การสร้างตัวแบบความถดถอยโลจิสติก	100
5.5.3	การสรุปผลจากการทดสอบสมมุติฐานของงานวิจัย	100
บทที่ 6	การสรุปผลการวิจัย ข้อจำกัดในการทำวิจัย และข้อเสนอแนะ	102
6.1	สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล	102
6.2	ข้อจำกัดในการทำวิจัย	105
6.3	ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย	105
	รายการอ้างอิง	107
	ภาคผนวก	121
	ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	121
	ภาคผนวก ข ผลจากการสัมภาษณ์บริษัท	123

ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกและการตรวจสอบความเหมาะสมของ Model .....	131
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	137

## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1.1 ตารางแสดงมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของภูมิภาคต่างๆ.....	2
ตารางที่ 1.2 Outward Foreign Direct Investment Performance Index Value.....	3
ตารางที่ 2.1 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยไปยังตลาดโลก.....	36
ตารางที่ 2.2 มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยไปยังตลาดโลก.....	37
ตารางที่ 2.3 สถิติการส่งออก นำเข้า สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย.....	37

## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	แผนภูมิแสดงมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทย.....	2
ภาพที่ 1.2	สัดส่วนของมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเทียบกับ GDP ของประเทศต่างๆในเอเชีย....	3
ภาพที่ 2.1	ตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรบุคคลกับความเป็นธุรกิจนานาชาติ.....	10
ภาพที่ 2.2	ตัวแบบความสัมพันธ์ของ Mlinaric และ Mlinaric .....	11
ภาพที่ 2.3	ตัวแบบปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ.....	15
ภาพที่ 2.4	ข้อได้เปรียบสามประการของ Dunning แบ่งตามประเภทของการผลิตในระดับนานาชาติ.....	30
ภาพที่ 2.5	โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งระบบของประเทศไทย.....	32
ภาพที่ 2.6	มูลค่าการส่งออกสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย.....	33
ภาพที่ 2.7	จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทยปี 2552.....	38
ภาพที่ 2.8	จำนวนเครื่องจักรในอุตสาหกรรมสิ่งทอประเภทต่างๆ ของประเทศไทยปี 2552.....	39
ภาพที่ 2.9	จำนวนการจ้างงานในสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทยปี 2552.....	40
ภาพที่ 3.1	ตัวแบบการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ของ Dunning.....	47
ภาพที่ 3.2	The Determinants of International Production.....	50
ภาพที่ 3.3	อิทธิพลของข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่บริษัทสร้างขึ้น.....	51
ภาพที่ 5.1	ตัวแบบของงานวิจัยหลังจากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	66
แผนภาพที่ 5.1	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ.....	72
แผนภาพที่ 5.2	การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ.....	73
แผนภาพที่ 5.3	ประเทศคู่ค้า.....	74
แผนภาพที่ 5.4	จำนวนพนักงานทั้งในออฟฟิศและโรงงาน.....	75
แผนภาพที่ 5.5	มาตรฐานที่กิจการได้รับ.....	76
แผนภาพที่ 5.6	แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ.....	84

แผนภาพที่ 5.7 สัดส่วนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ.....	85
แผนภาพที่ 5.8 รูปแบบธุรกิจสำหรับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ.....	86
แผนภาพที่ 5.9 ประเทศที่สนใจจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ.....	87
แผนภาพที่ 5.10 ข้อจำกัดในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ.....	88
ภาพที่ 5.2 ผลสรุปของงานวิจัย.....	94

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและที่มาของปัญหา

เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทุกประเทศต่างได้รับผลกระทบจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนา สาเหตุสำคัญประการหนึ่งคือ การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้วไปยังประเทศอื่นทั่วโลก การแข่งขันทางธุรกิจมิใช่เพียงการแข่งขันภายในประเทศอีกต่อไป ทำให้ผู้เกี่ยวข้องหลายๆ ฝ่ายหันมาให้ความสำคัญกับธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) มากขึ้น ซึ่งในอดีตที่ผ่านมารัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการส่งออก (Export) และการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (FDI Inflow) เป็นหลัก (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2554) ในขณะที่ประเทศในแถบเอเชียหลายประเทศกำลังปรับตัวโดยการปรับปรุงนโยบายเพื่อส่งเสริมการลงทุนอย่างมากจะเห็นได้จากมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของภูมิภาคแถบเอเชียมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีพ.ศ.2548 ถึงปีพ.ศ.2550 ดังตารางที่ 1.1 ด้วยเหตุนี้หากประเทศไทยไม่ปรับตัวในเชิงโครงสร้างทางธุรกิจโดยแปรสภาพจากการเป็นประเทศผู้ผลิต (Manufacturing Base) มาเป็นประเทศผู้ค้า (Trading Nation) และประเทศผู้ลงทุน (Investor Country) อาจทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในระยะยาวและแบบยั่งยืน

ตารางที่ 1.1: ตารางแสดงมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของภูมิภาคต่างๆ

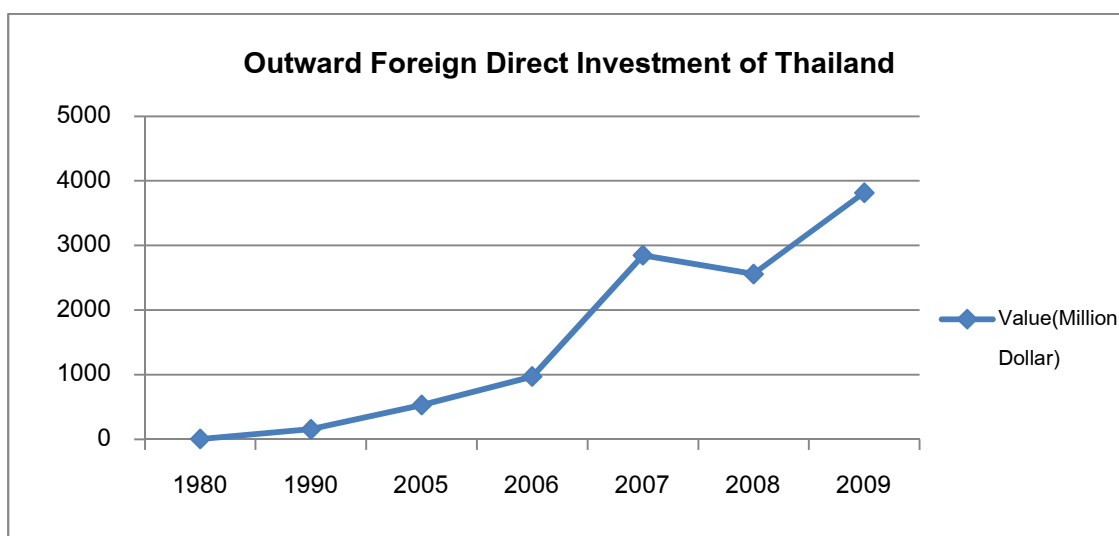
จำแนกตามการลงทุน Inflow และ Outflow

Region		FDI inflows (Billion Dollar)			FDI Out flows (Billion Dollar)		
		2005	2006	2007	2005	2006	2007
World		959	1,411	1,833	88	1,323	1,997
Developed economies		611	941	1,248	749	1,087	1,692
Developing economies		316	413	500	118	212	253
	Africa	29	46	53	2	8	6
	Latin America	76	93	126	36	63	53
	West Asia	43	64	71	12	23	44
	South, East and South-East Asia and Oceania	168	210	249	67	118	151
Transition economies (South-East Europe and CIS)		31	57	86	14	24	51

ที่มา: UNCTAD, FDI/TNC Database ปี 2008

ถึงแม้ว่ามูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2552 มูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทยมีมูลค่าประมาณ 3,818 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังรูปภาพที่ 1.1 แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านแล้วพบว่ามูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทยมีสัดส่วนที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านซึ่งมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศคิดเป็นมูลค่า 2.9% ของ GDP หรือคิดเป็นมูลค่าสะสมเพียง 6.2% ของ GDP ดังรูปภาพที่ 1.2

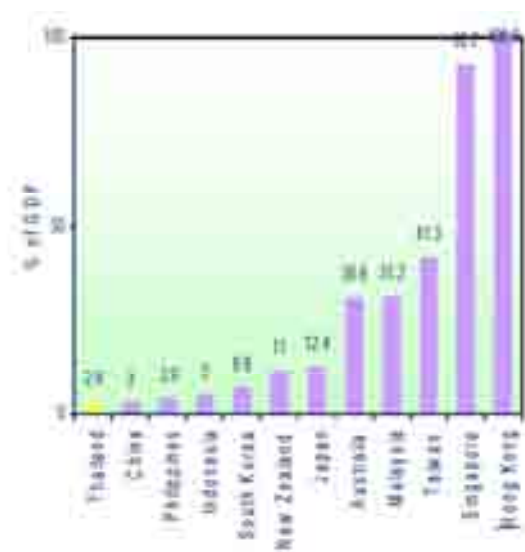
รูปภาพที่ 1.1: แผนภูมิแสดงมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทย



ที่มา: UNCTAD ปี 2010



รูปภาพที่ 1.2: สัดส่วนของมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเทียบกับ GDP ของประเทศต่างๆในเอเชีย



ที่มา: UNCTAD ปี 2010

อีกทั้งเมื่อไปดูความสามารถในการแข่งขันด้านการลงทุนระหว่างประเทศของธุรกิจไทยในเวทีโลกยังอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศใกล้เคียงอย่าง สิงคโปร์ จีน และฮ่องกง โดยวัดจากดัชนีประสิทธิภาพในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ดังตารางที่ 1.2 และจากข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าประเทศไทยควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันเศรษฐกิจของโลกเป็นเศรษฐกิจที่เปิดมากขึ้น ทำให้ประเทศต่างๆ สามารถดำเนินกิจกรรมการค้าการลงทุนในต่างประเทศได้ง่ายขึ้น และหากประเทศไทยมีการค้า การลงทุนระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้น อาจจะทำให้ประเทศไทยสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางที่ 1.2: Outward Foreign Direct Investment Performance Index Value

Rank	Economy	Index value
1	Luxembourg	18.071
2	Iceland	16.58
3	Hong Kong, China	7.799
4	Switzerland	5.202
5	Panama	4.291
...		
66	Thailand	0.187

ที่มา: UNCTAD ปี 2010

ถึงแม้ว่าจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายหน่วยงานได้ให้คำแนะนำถึงอุปสรรคและปัญหาของธุรกิจไทยโดยประเด็นที่ถูกหยิบยกมาพูดถึงในหลายๆ ครั้งคือ การที่ธุรกิจไทยยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ขาดระบบงานที่ได้มาตรฐาน (Best practice) รวมถึงซอฟต์แวร์ และเครื่องมือต่างๆ (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2551) ทำให้ไม่สามารถขยายกิจการออกนอกประเทศได้ แต่คำแนะนำเหล่านั้นก็ยังไม่มีความจริงจังรองรับที่เป็นรูปธรรม ซึ่งทั้งหมดนี้ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงสาเหตุที่จะก่อให้เกิดแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อพิสูจน์สมมุติฐานเหล่านั้นและเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพทางการจัดการของธุรกิจไทยให้มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเนื่องจากลักษณะของการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นจะเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมากและในปัจจุบันต้นทุนแรงงานในประเทศไทยปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยมีความจำเป็นต้องมองหากลยุทธ์ในการลดต้นทุนเพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่ง ซึ่งการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้นเป็นวิธีหนึ่งซึ่งธุรกิจสามารถเลือกดำเนินการได้ อีกทั้งอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยมีความใกล้ชิดกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ กล่าวคือ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยนั้นมีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงศักยภาพในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมนี้ จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยนี้

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาข้อได้เปรียบของการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางประการของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย
- 1.2.2 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของธุรกิจใอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย
- 1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลกับแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

### 1.3 ปัญหาการวิจัย

- 1.3.1 ธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีข้อได้เปรียบของการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ในระดับใด
- 1.3.2 ธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในระดับใด
- 1.3.3 ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์เป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศใช่หรือไม่

### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้จะเป็นการศึกษาข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของเฉพาะสินทรัพย์ที่บริษัทสร้างขึ้นเอง โดยสินทรัพย์ที่ผู้วิจัยเลือกมานั้นจะเป็นทั้งสินทรัพย์ที่มีตัวตน สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน และเป็นสินทรัพย์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย โดยประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ บริษัทที่จัดอยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ โดยการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และแจกแบบสอบถาม จากนั้นจะนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติเพื่อวิเคราะห์และสรุปผล

### 1.5 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

- 1.5.1 ธุรกิจไทย หมายถึง บริษัทที่ก่อตั้งและมีการดำเนินงานในประเทศไทย ผู้ก่อตั้งและผู้มีอำนาจในการบริหารเป็นบุคคลที่มีสัญชาติไทย โดยมีผู้มีสัญชาติไทยถือหุ้นมากกว่า 50%
- 1.5.2 องค์กร (Organization) หมายถึง กลุ่มคนที่รวมตัวกัน โดยมีจุดมุ่งหมายร่วมกันในการทำกิจกรรมหรืองานอย่างใดอย่างหนึ่งโดยอาศัยกระบวนการจัดโครงสร้างของ

กิจกรรมหรืองานนั้นออกเป็นประเภทต่างๆ เพื่อแบ่งงานให้แก่สมาชิกในองค์กร ดำเนินการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย (ธงชัย สันติวงศ์, 2540)

- 1.5.3 การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ หมายถึง การที่นักลงทุนหรือบริษัทจากประเทศใดประเทศหนึ่ง เข้าไปทำการลงทุนประกอบกิจการผลิตสินค้าและบริการขึ้นในประเทศอื่น ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ของการลงทุนเพื่อเป็นการเข้าไปมีบทบาทและอำนาจในการควบคุมกระบวนการจัดการงาน การตัดสินใจ ตลอดจนผลกำไรของกิจการที่ทำการลงทุนนั้นซึ่งการลงทุนทางตรงในต่างประเทศดังกล่าวนี้สามารถกระทำได้ในหลายลักษณะ อาทิ การลงทุนสร้างโรงงาน หรือกิจการสาขาขึ้นมาใหม่ การซื้อกิจการเดิมที่มีอยู่หรือการร่วมลงทุนหรือร่วมเป็นเจ้าของกิจการกับนักลงทุนรายอื่น เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นมุมมองของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยในฐานประเทศแม่ (Home Country) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการลงทุนทางต่างประเทศขาออก (Outward Foreign Direct Investment: OFDI) ซึ่งจะเรียกว่า การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
- 1.5.4 ผู้บริหาร หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูงของสายบังคับบัญชา เป็นผู้ที่กำหนดวัตถุประสงค์และนโยบายสำคัญๆ ให้กับบริษัท ในบางบริบทอาจหมายถึงเจ้าของบริษัทที่มีอำนาจในการบริหาร
- 1.5.5 ผู้จัดการ หมายถึง พนักงานผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเรื่องทั่วไปของบริษัท อยู่ใต้บังคับบัญชาของผู้บริหารแต่เป็นผู้ที่มีอำนาจในการสั่งการควบคุมดูแลพนักงานระดับปฏิบัติการ

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### ประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจในประเทศไทย

เพื่อให้ผู้บริหารในองค์กรทราบถึงระดับปัจจัยภายในขององค์กร ที่มีผลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนา ปรับปรุงองค์กรให้มีการจัดการกับปัจจัยภายในที่ดี ทำให้มีความพร้อมสำหรับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

### ประโยชน์ต่อส่วนรวม

เพื่อให้รัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ใช้เป็นแนวทางประกอบในการกำหนดมาตรการ และวางนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพขององค์กร ในประเทศไทยให้มีความพร้อมในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

## ประโยชน์ต่อการศึกษาทางด้านวิชาการ

เพื่อพัฒนาแนวคิดด้านการลงทุนทางตรงระหว่างประเทศให้มีความหลากหลายมากขึ้น และเพื่อพัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์ของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศกับปัจจัยภายในของ ธุรกิจเพื่อเป็นแนวทางต่อยอดการศึกษาด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศต่อไป

### 1.7 ข้อจำกัดของการวิจัย

การศึกษาคั้งนี้จะเป็นการศึกษาด้านการจัดการของธุรกิจในประเทศไทยจากประเภท อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยสาเหตุที่เลือกอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมาศึกษาเนื่องจาก อุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ แต่ทว่าธุรกิจ จำนวนมากในอุตสาหกรรมนี้ยังไม่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศซึ่งการเลือกให้อุตสาหกรรม เดียวเป็นประชากรนั้นมีข้อได้เปรียบคือ การที่เลือกศึกษาเพียงอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพียง อุตสาหกรรมเดียวนั้น เนื่องจากสภาพแวดล้อมในการแข่งขันของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรม เดียวกันมีความคล้ายคลึงกันมาก สามารถตัดปัจจัยด้านความได้เปรียบเสียเปรียบของการลงทุน ทางตรงในต่างประเทศของทั้งอุตสาหกรรมออกไปได้

ถึงแม้ว่ากระบวนการศึกษาจะเป็นการศึกษาธุรกิจไทย แต่การเลือกอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มเป็นประชากรในการศึกษาทำให้ข้อสรุปในงานวิจัยมีข้อจำกัดสำหรับใช้เพื่อเป็น ตัวแทนของทั้งประเทศ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เขียนข้อจำกัดในการใช้ผลงานวิจัยอย่างละเอียดรวมถึง ข้อเสนอแนะแนวทางการวิจัยต่อไปในอนาคตในส่วนท้ายของบทสรุป

## บทที่ 2

### วรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการจัดการกับแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยนั้นผู้วิจัยได้แยกหัวข้อในการนำเสนอแนวคิดโดยแบ่งเป็นการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นงานวิจัยที่จะเกี่ยวข้องกับภาพรวมของประเทศในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ แต่เนื่องจากการศึกษาคำนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในระดับกิจการ และแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศยังเป็นเรื่องที่มีการวิจัยน้อยมาก Banga (2007) กล่าวว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงผลักดันของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศกำลังพัฒนานั้นมีจำนวนน้อยมาก ด้วยเหตุผลดังนี้ หนึ่ง งานวิจัยในระดับประเทศถูกจำกัดด้วยจำนวนข้อมูลที่มีไม่มากนัก เนื่องจากบริษัทที่ได้ลงทุนทางตรงในต่างประเทศยังมีจำนวนน้อย และระยะเวลาที่ประเทศกำลังพัฒนาได้ลงทุนทางตรงในต่างประเทศเป็นเวลานาน ทำให้ผู้วิจัยจึงต้องทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศในมุมมองต่างๆ ดังนี้

#### 2.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นนานาชาติ (Internationalization)

Graves และ Thomas (2006) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างความสามารถทางการจัดการของธุรกิจครอบครัวและธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจครอบครัวกับระดับความเป็นนานาชาติของกิจการ (Degree of Internationalization) ซึ่งเป็นการศึกษาในประเทศออสเตรเลีย โดยใช้ Resource Base View Theory เป็นหลักของงานวิจัย โดย Graves และ Thomas (2006) ได้อธิบายถึงสาเหตุที่เลือกปัจจัยด้านความสามารถในการจัดการเพียงอย่างเดียวมาเป็นตัวแปรในการศึกษาโดยการอ้างถึงงานของ Sirmon and Hitt (2003) ที่กล่าวว่า ทรัพยากรเพียงอย่างเดียวไม่สามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ทรัพยากรเหล่านั้นต้องได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมถึงจะสามารถสร้างคุณค่าได้ ทั้งนี้ระดับความเป็นนานาชาติของกิจการวัด

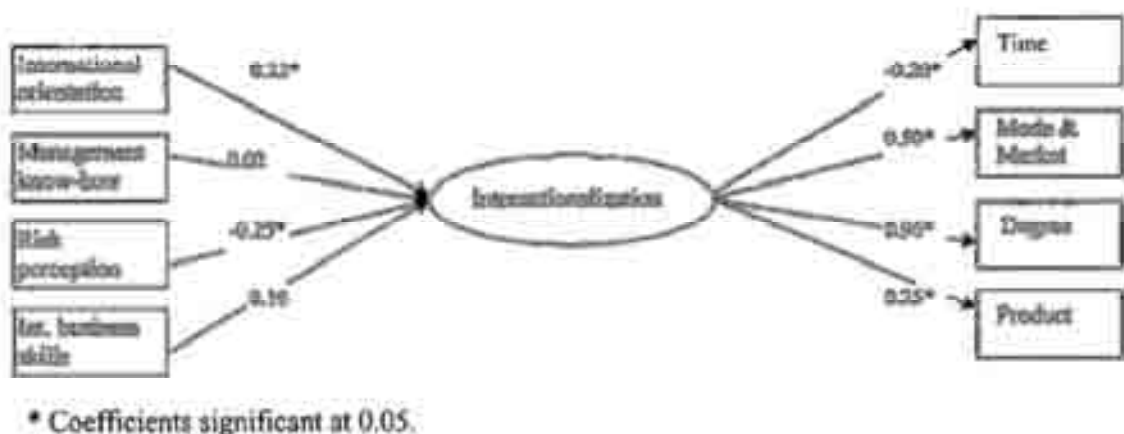
จากสัดส่วนของรายได้จากการส่งออกต่อรายได้ทั้งหมดของบริษัท (Export sale/Total sales Ratio) และตัวแปรความสามารถในการจัดการของ Graves และ Thomas (2006) นั้นประกอบไปด้วย ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities) ความเชี่ยวชาญด้านการจัดการ (Management expertise) และกระบวนการด้านการจัดการ (Management processes) สำหรับผลการวิจัยนั้น Graves และ Thomas พบว่า ธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจครอบครัวนั้นจะมีความสามารถในการจัดการมากกว่าธุรกิจครอบครัวทั้งความสามารถในการจัดการ ความเชี่ยวชาญในการจัดการ และกระบวนการด้านการจัดการ นอกจากนี้ยังพบว่า ในธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจของครอบครัว ความสามารถในการจัดการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับระดับความเป็นนานาชาติของกิจการ แต่ผลการวิจัยของธุรกิจครอบครัวพบว่าไม่มีความแตกต่างมากนักสำหรับความสามารถในการจัดการของกิจการที่มีความเป็นสากลในระดับกลางและสูง ทั้งนี้ Graves และ Thomas ได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่าธุรกิจครอบครัวอาจจะมีปัจจัยด้านอื่นที่ทำให้สามารถมีระดับความเป็นนานาชาติมากซึ่งอาจจะเกิดจากการใช้ทรัพยากรด้านความสามารถในการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งหากพิจารณาไปที่การวัดระดับความเป็นนานาชาติของกิจการของงานวิจัยชิ้นนี้นั้นผู้วิจัยพบว่าแท้จริงแล้วอาจจะสรุปได้เพียงว่า ความสามารถในการจัดการของธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจครอบครัวในประเทศออสเตรเลียนั้นมีผลต่อระดับการส่งออก ทั้งนี้การให้ข้อสังเกตโดยตั้งตัวแปรด้านความสามารถในการจัดการของ Graves และ Thomas นั้นมีความน่าสนใจ หากแต่ควรพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ที่น่าจะส่งผลต่อความเป็นนานาชาติของกิจการ

Arbaugh, Camp และ Cox (2008) ได้ศึกษาถึงสาเหตุว่าทำไมบริษัทที่มีลักษณะของการดำเนินธุรกิจที่ไม่ได้มีมาตรฐานมากนัก ถึงไม่ต้องการจะพัฒนาความเป็นนานาชาติของบริษัท ซึ่งสมมุติฐานของ Arbaugh et. al. เชื่อว่า ความสำเร็จในธุรกิจภายในประเทศ ปัจจัยด้านความรู้ วัฒนธรรมขององค์กร และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริหาร เป็นสิ่งกีดขวางสามประการที่ทำให้ไม่สามารถทำธุรกิจระหว่างประเทศ โดยผลจากการสำรวจบริษัททั่วโลกจำนวน 872 บริษัท พบว่า ปัจจัยที่ทำให้บริษัทไม่ต้องการจะพัฒนาความเป็นนานาชาติของตนเองนั้นคือ ปัจจัยด้านความรู้ วัฒนธรรมขององค์กร และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริหาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่พัฒนาความเป็นนานาชาติของบริษัท ในขณะที่ปัจจัยด้านความสำเร็จในธุรกิจภายในประเทศนั้นไม่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาความเป็นนานาชาติของบริษัท ทั้งนี้ถึงแม้ว่างานวิจัยของ

Arbaugh et. al. จะดูเป็นเหตุเป็นผล หากแต่เมื่อพิจารณาการเก็บข้อมูลเรื่องการพัฒนาความเป็นนานาชาติของบริษัทซึ่งใช้ข้อมูลเพียง ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ทำให้ไม่สามารถทราบได้ว่าตัวแปรนั้นสามารถแทนการพัฒนาความเป็นนานาชาติของบริษัทว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้

Ruzzier, Antoncic and Konecnik (2007) ได้พบความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรบุคคลกับความเป็นนานาชาติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีการเสนอตัวแบบของการวิจัยในมุมมองของทรัพยากรบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารไว้ 4 ด้าน ได้แก่ ทิศทางการดำเนินงานระหว่างประเทศ (International Orientation) ความรู้ความสามารถของการจัดการ (Management Know-how) การรับรู้ความเสี่ยง (Risk Perception) และทักษะทางธุรกิจระหว่างประเทศ (International business skills) และวัดระดับของความเป็นนานาชาติของบริษัทโดยมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ เวลา (Time) รูปแบบของตลาด (Mode & Market) ระดับความเป็นนานาชาติของบริษัท (Degree of Internationalization) และ ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลสรุปในภาพรวมพบว่า ทุกด้านของทรัพยากรบุคคลนั้นมีผลต่อความเป็นนานาชาติของกิจการดังรูปภาพที่ 2.1 แต่เมื่อพิจารณารายปัจจัยแล้วนั้นพบว่ามีปัจจัยเพียง 2 ประการที่มีอิทธิพลต่อการเป็นธุรกิจระหว่างประเทศ ได้แก่ ความรู้ความสามารถของการจัดการ (Management Know-how) และความสามารถในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ (International business skills)

รูปภาพที่ 2.1 ตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรบุคคลกับความเป็นธุรกิจนานาชาติ



ที่มา: Human Capital and SME Internationalization: A Structural Equation Modeling Study

(Ruzzier, Antoncic and Konecnik, 2007)



Mlinaric และ Mlinaric (2010) ได้เสนอตัวแบบของการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการจัดการ และระดับความเป็นนานาชาติ (Degree of Internationalization) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และได้นำเสนอตัวแบบระดับความเป็นนานาชาติของบริษัท กับประสิทธิภาพของบริษัท ไว้ดังรูปภาพที่ 2.2 ทั้งนี้ปัจจัยด้านการจัดการนั้นประกอบไปด้วย ทักษะคติของผู้จัดการที่มีต่อความเป็นนานาชาติของบริษัท ความรู้ความสามารถของทีมจัดการในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ และประสบการณ์ด้านธุรกิจระหว่างประเทศของผู้จัดการ ส่วนการวัดระดับความเป็นนานาชาตินั้นประกอบด้วย ความเข้มข้นในการส่งออก ความพึงพอใจของประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ และความเกี่ยวข้องของผู้จัดการที่มีต่อการทำธุรกิจระหว่างประเทศ ส่วนประสิทธิภาพขององค์กรนั้นใช้อัตราส่วนทางการเงินเพื่อสะท้อนประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัท

ผลสรุปของ Mlinaric และ Mlinaric (2010) พบความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคติของผู้จัดการที่มีต่อความเป็นนานาชาติ รวมถึงความรู้ความสามารถของทีมงานในการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศว่ามีอิทธิพลต่อระดับของการเป็นความเป็นนานาชาติ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทิศทางเดียวกันที่ความเชื่อมั่น 95% ในขณะที่ยังศึกษาต่อพบว่า ระดับของความเป็นนานาชาติ ส่งผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ผลกำไร และการเติบโตของบริษัทที่วัดด้วยจำนวนพนักงานว่ามีความสัมพันธ์เช่นเดียวกันแต่ความสัมพันธ์นี้มีความเชื่อมั่นเพียง 90%

รูปภาพที่ 2.2 ตัวแบบความสัมพันธ์ของ Mlinaric และ Mlinaric



ที่มา: Small Firms in a Small Country: Managerial Factors, Internationalization and Performance of Slovenian SMES (Mlinaric and Mlinaric, 2010)

Jones (2009) ได้ศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการที่ Gordon Ramsay Holdings Ltd (GRH) ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจร้านอาหารตั้งอยู่ในเมืองลอนดอน ประเทศอังกฤษประสบความสำเร็จในการก้าวสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ โดยการศึกษาค้นพบว่า บุคคลิกภาพและพฤติกรรมของผู้บริหาร วัฒนธรรมขององค์กรในเรื่องความเป็นผู้นำและการทำงานเป็นทีม รวมทั้งความมีประสิทธิผลของทรัพยากรบุคคลอย่างเช่น ประสบการณ์ ความรู้ และความจงรักภักดี มีความสำคัญอย่างมากในการก้าวสู่ธุรกิจระหว่างประเทศ นอกจากนี้การศึกษาค้นพบว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของบริษัทได้แก่ การถ่ายทอดความรู้ การเรียนรู้ และการบริหารความสามารถพิเศษเฉพาะ มีส่วนในการทำให้บริษัทประสบความสำเร็จในการเป็นธุรกิจระหว่างประเทศ

## 2.2 ปัจจัยที่มีผลกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

Gilmore, O'Donnell, Carson และ Cummins (2003) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ในมุมมองระดับประเทศ จากธุรกิจต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในไอร์แลนด์เหนือ และบารห์เรน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เข้ามาลงทุนทางตรง และความพึงพอใจในการเข้ามาลงทุนทางตรงแก่ผู้บริหารของบริษัทจำนวน 40 บริษัทที่เข้ามาลงทุนในไอร์แลนด์เหนือ และ อีก 42 บริษัทที่เข้ามาลงทุนทางตรงในบารห์เรน ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจและความพึงพอใจของผู้บริหารที่เข้ามาลงทุนทางตรงในทั้งสองประเทศนั้นแตกต่างกัน โดยแรงจูงใจหลักที่เข้ามาลงทุนในไอร์แลนด์เหนือได้แก่ การลงทุนเพื่อทดแทนการส่งออกหรือการออกใบอนุญาต ความพร้อมของแรงงานที่มีทักษะ แรงจูงใจทางการเงิน การลงทุนเพื่อใช้เป็นฐานในการส่งออก และความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินงาน ในขณะที่แรงจูงใจหลักของบริษัทที่ลงทุนในบารห์เรนนั้น ได้แก่ โครงสร้างภาษี การจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ค่าสินน้ำใจที่ต่ำ ความมั่นคงทางการเมือง และความสามารถในการทำกำไรจากการดำเนินงาน ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลของ Gilmore, et. al. (2003) นั้นเป็นการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา มีการเก็บข้อมูลจากหน่วยตัวอย่างที่จำกัดซึ่งอาจทำให้ผลการวิเคราะห์สามารถต่อยอดงานวิจัยได้เพียงบางส่วนเท่านั้น

Anastassopoulos และ Traill (1998) ศึกษาตัวกำหนดกลยุทธ์จากเข้าลงทุนของต่างประเทศในอุตสาหกรรมอาหารในประเทศกรีซ เพื่ออธิบายสาเหตุของรูปแบบในการเข้าตลาด

ได้แก่ การส่งออก (Export) การอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Licensing) และการเปิดบริษัทย่อย (Subsidiary) โดยใช้ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ (Eclectic Paradigm) ในการอธิบายสาเหตุ ทั้งนี้ Anastassopoulos และ Traill (1998) กำหนดตัววัดข้อได้เปรียบสามประการ ดังนี้ หนึ่ง ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) ในแต่ละบริษัท ประกอบด้วย ความเข้มข้นของการตลาด (Marketing Intensity) วัดจาก สัดส่วนของค่าโฆษณา ต่อยอดขายของทั้งอุตสาหกรรม และความเข้มข้นของเทคโนโลยี (Technology Intensity) วัดจาก สัดส่วนของเงินลงทุนด้านวิจัยและพัฒนาในประเทศกรีซต่อยอดขายของทั้งอุตสาหกรรม ในขณะที่ ข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง (Location Advantage) และข้อได้เปรียบจากการทำภายในบริษัทเอง (Internalization Advantage) วัดจากสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อยอดขายของทั้งอุตสาหกรรม และ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายด้านกฎหมายต่อยอดขายของทั้งอุตสาหกรรม ตามลำดับ ผลการวิจัยในช่วงปี 1987 ถึง 1992 บ่งบอกถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการเข้าตลาดของต่างประเทศ โดยอุตสาหกรรมที่มีการนำเข้าเป็นจำนวนมากนั้นจะส่งผลให้เกิดการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์สรุปตรงตามทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ กล่าวโดยสรุปได้ดังนี้ ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (O) ทักษะทางการตลาด และเทคโนโลยี ข้อได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง (L) และข้อได้เปรียบจากการทำภายในบริษัทเอง (I) มีอิทธิพลต่อยอดขายของบริษัทย่อยนั้น ซึ่งหมายความว่า การที่บริษัทเปิดบริษัทย่อยนั้นต้องมีความได้เปรียบครบทั้งสามประการ ซึ่งแตกต่างจากการอนุญาตให้ใช้สิทธิที่ได้รับอิทธิพลจาก ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (O) ทักษะทางเทคโนโลยี แต่ไม่มีอิทธิพลของความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง (L) ทำให้บริษัทเลือกที่จะอนุญาตให้บริษัทอื่นๆ ใช้สิทธิมากกว่า

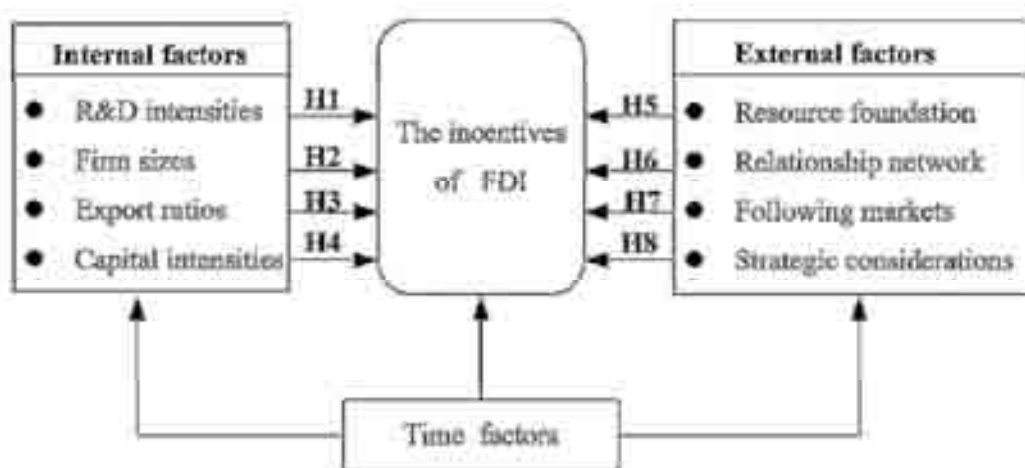
Louri, Papanastassiou และ Lantouris (2000) ใช้ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ (Eclectic Paradigm) ในการอธิบายกลยุทธ์ของบริษัทจากประเทศกรีซ ที่เข้าไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศในประเทศที่อยู่นอกเขต EU โดย Louri et. al. (2000) ให้ข้อสังเกตว่างานวิจัยเก่าๆ นั้นมักให้ความสำคัญกับความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง (L) มากกว่าข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (O) งานวิจัยของ Louri et. al. (2000) ได้นำตัวแปรด้านข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ ในมุมมองทางการเงินมากกว่ามุมมองอื่นๆ โดยตัวแปรที่ใช้เพื่อแสดงความได้เปรียบทางการเงินได้แก่ มูลค่าหนี้สินทั้งหมด มูลค่าหนี้สินระยะกลางและระยะยาวของกิจการเพื่อ

แสดงถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของบริษัท ขนาดของกิจการ (Firm size) เพื่อแสดงความได้เปรียบทางเศรษฐกิจศาสตร์ นอกจากนี้ยังมีความสามารถด้านธุรกิจระหว่างประเทศที่วัดโดยความหลากหลายของประเทศในการดำเนินกิจการ ความสามารถด้านแรงงานของบริษัท โดยการเก็บข้อมูลทางการเงินนั้นได้ให้ความสำคัญกับช่วงเวลา โดยการนำมาหาค่าเฉลี่ยเนื่องจาก Louri et. al. (2000) กล่าวว่าการศึกษาทางกลยุทธีนั้นต้องใช้เวลา Louri et. al. (2000) จำแนกผลการวิจัยโดยแบ่งบริษัทออกเป็นประเภทต่างๆ 2 ประเภท ได้แก่ บริษัทที่เกี่ยวข้องกับตลาดในประเทศ และบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก ผลการวิจัยสรุปได้ว่าการที่บริษัทมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนระยะกลางและระยะยาวนั้นส่งผลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ นอกจากนี้ขนาดของกิจการยังส่งผลต่อการเติบโตของยอดขาย อีกทั้งบริษัทที่มีการส่งออกมากมายนั้นมีความน่าจะเป็นที่จะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากอีกด้วย ทั้งนี้กลยุทธีความได้เปรียบดั้งเดิมอย่างการลดต้นทุนแรงงานนั้นก็เป็นปัจจัยที่ทำให้บริษัทแสวงหาประเทศในการลงทุนเพื่อลดต้นทุนอีกด้วย

Kuo และ Li (2003) ได้ศึกษาถึงปัจจัยภายใน และภายนอกของกิจการที่จะมีผลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในไต้หวัน โดยตัวแบบความสัมพันธ์ของ Kuo และ Li (2003) นั้นแสดงดังรูปภาพที่ 2.3 ซึ่งการวิจัยของ Kuo และ Li (2003) ใช้สถิติ Hazard rate ในการพยากรณ์ปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัท โดยสาเหตุที่ใช้ Hazard rate นั้น Kuo และ Li (2003) ให้เหตุผลว่าปัจจัยต่างๆได้รับผลกระทบจากเวลาที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงเลือกศึกษาช่วงเวลาที่แตกต่างกันโดยใช้ข้อมูลจากการวิจัยในอดีตตั้งแต่ปี 1989 ถึง 1996 โดยผลสรุปของงานวิจัยพบว่า ปัจจัยภายในโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเป็นนวัตกรรม ซึ่งวัดจากสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อยอดขายทั้งหมด นั้นมีอิทธิพลต่อการไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างมากในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่ขนาดของกิจการ และสัดส่วนของการส่งออก มีอิทธิพลเช่นกันตามลำดับ แต่ความเข้มข้นของเงินทุนนั้นมีอิทธิพลในทิศทางตรงข้าม ในขณะที่เดียวกันปัจจัยภายนอกได้แก่ การแสวงหาทรัพยากร ความสัมพันธ์กับกิจการในอุตสาหกรรมเดียวกัน และการติดตามตลาด นั้นมีอิทธิพลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ในขณะที่ปัจจัยด้านกลยุทธีของกิจการนั้นไม่มีอิทธิพลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ทั้งนี้งานวิจัยของ Kuo และ Li (2003) มีความ

น่าสนใจในด้านการเสนอมุมมองการนำปัจจัยด้านเวลาเข้ามาเป็นตัวแปรที่ทำให้ปัจจัยอื่นๆ เปลี่ยนไป แต่การกำหนดตัววัดด้านต่างๆ ของ Kuo และ Li (2003) นั้นยังขาดความกระจ่างชัดถึงที่มาที่เป็นทฤษฎีรองรับที่ชัดเจน

รูปภาพที่ 2.3: ตัวแบบปัจจัยภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



ที่มา: A Dynamic Decision Model of SMEs' FDI (Kuo and Li, 2003)

Sykianakis และ Bellas (2005) ได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนทางตรงในต่างประเทศของผู้จัดการด้านการเงินของบริษัท Delphi ในประเทศกรีซเพื่อศึกษาแนวโน้มเกี่ยวกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ พบว่ากระบวนการตัดสินใจลงทุนทางตรงในต่างประเทศมีดังนี้

- 1) การรับรู้ความต้องการ (Recognition) คือ ต้องมีการระบุถึงโครงการที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยในลำดับขั้นนี้จะเกิดจากการที่มีปัจจัยภายในหรือภายนอกบริษัทที่จะส่งผลให้บริษัทมีแรงจูงใจในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
- 2) การวินิจฉัย (Diagnosis) คือ การหาทางเลือกที่จะเป็นไปได้โดยอาศัยข้อมูลจากหลายส่วนงาน โดยในขั้นตอนนี้จะเริ่มจากการเลือกประเทศที่มีความเป็นไปได้ในการลงทุน และเลือกกลุ่มของผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปลงทุนเป็นลำดับถัดมา โดยข้อมูลในกระบวนการนี้เป็นข้อมูลคร่าวๆ ของทางเลือกต่างๆ

- 3) การคัดกรอง (Screening) คือ การประเมินข้อมูลในแต่ละทางเลือกซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญที่สุดของการตัดสินใจลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ข้อมูลที่ใช้ได้แก่ ตัวเลขทางเศรษฐกิจ การเมือง การตลาด รวมถึงข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ
- 4) การพัฒนาและออกแบบ (Development and Design) คือ การออกแบบโครงการในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยใช้ข้อมูลเชิงลึกในการวิเคราะห์ มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน ทำงบประมาณโครงการ และวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เพื่อประเมินโครงการที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
- 5) การเจรจาต่อรอง (Negotiation) คือ การเจรจากับผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะ หุ้นส่วน ซึ่งในบางครั้งขั้นตอนนี้ถูกรวมอยู่ในการพัฒนาและออกแบบโครงการแล้ว

ทั้งนี้ Sykianakis และ Bellas (2005) ได้ศึกษาเป็นกรณีศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพียง 1 บริษัท แล้วกล่าวสรุปผลการวิจัยว่าเป็นไปตามกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนนั้น ในขณะที่การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของ Sykianakis และ Bellas (2005) นั้นพบว่า ผู้วิจัยก่อนหน้านี้ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าการตัดสินใจขององค์กรไม่จำเป็นต้องเป็นในรูปแบบเส้นตรงเพียงเท่านั้น เนื่องจากกระบวนการต่างๆสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ และเป็นไปได้ว่าอาจจะมีการข้ามขั้นตอนหรือย้อนขั้นตอนในการตัดสินใจได้

ทั้งนี้พบว่างานวิจัยต่างๆ ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น ได้แก่ ปัจจัยทางด้านความพร้อมของบุคลากรภายในบริษัท (Human Capital) การเงิน (Finance) ขนาดของบริษัท (Firm size) ความเข้มข้นของการตลาด (Marketing Intensity) ความเข้มข้นของเทคโนโลยี (Technology Intensity) รวมถึงการที่บริษัทมีการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

## 2.3 การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัทในประเทศไทย

Pananond และ Zeithaml (1998) ได้ทำการศึกษาการขยายตัวของกิจการระหว่างประเทศ (International expansion) ของกลุ่มบริษัทที่อยู่ในประเทศกำลังพัฒนา โดยใช้กรณีศึกษาคือ บริษัท ซีพี ของประเทศไทย พบว่า การสะสมความรู้และความสามารถ โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาตลาด และเทคโนโลยี ถือเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาบริษัทให้เป็นบริษัทนานาชาติ นอกจากนี้ Pananond (2001) ยังได้ศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จที่อยู่เบื้องหลังการเติบโตในระดับนานาชาติของบริษัทในกลุ่มโทรคมนาคม กรณีศึกษากลุ่มจัสมีน (Jasmine Group) พบว่าการที่บริษัทอยู่ในธุรกิจที่ตลาดกำลังเติบโต มีการแข่งขันน้อย และมีสิ่งขวางกั้นไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาด รวมถึงข้อบังคับทางกฎหมาย ทำให้บริษัทสามารถเติบโตได้รวดเร็ว อย่างไรก็ตามบริษัทมีความจำเป็นต้องรักษาความอยู่รอดของการดำเนินธุรกิจไว้ด้วยปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ การลงทุนด้านเทคโนโลยี หรือ ความสามารถทางการจัดการ นอกจากนี้จากเติบโตของกลุ่มจัสมีนนั้น ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในส่วนต่างๆ (Network Capabilities) ซึ่งส่งผลให้บริษัทเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้กลุ่มจัสมีนได้มุ่งที่จะพัฒนาเรื่องของความสัมพันธ์มากขึ้นไปจนละเลยการพัฒนาความได้เปรียบอื่นๆ ทำให้บริษัทให้เจอกับวิกฤตทางเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นบทเรียนครั้งสำคัญที่ทำให้บริษัทต้องหันกลับมาความสามารถด้านอื่นๆ ที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจต่อไป

Banga (2007) ได้อธิบายแรงผลักดันที่ประเทศในแถบเอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ลงทุนทางตรงในต่างประเทศซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนา โดย Banga ได้กล่าวว่า ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ (Electric Paradigm) ของ Dunning (1980) สามารถใช้อธิบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศที่กำลังพัฒนาได้ไม่สมบูรณ์ เนื่องจาก หนึ่ง บริษัทในประเทศกำลังพัฒนานั้นไม่ได้ครอบครองความได้เปรียบที่เกิดขึ้นจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง (Ownership advantages) ได้แก่ ชื่อสินค้า (Brand name) คุณภาพของสินค้า และเทคโนโลยี เหนือกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว สอง ข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง (Location advantage) โดยค่าแรงงานของประเทศที่กำลังพัฒนานั้นต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว สาม ความได้เปรียบที่เกิดจากการทำให้เป็นภายในของบริษัท (Internalization advantage) โดยกล่าวว่า อัตราภาษีศุลกากรที่ไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ ทำให้

ปัจจัยที่สอง และสามนั้นมีความเป็นไปได้น้อยลงที่จะอธิบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศที่กำลังพัฒนา โดย Banga ได้สรุปแรงผลักดันที่ทำให้เกิดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศที่กำลังพัฒนาไว้ใหม่ด้วยกัน 3 ปัจจัยได้แก่ หนึ่ง ปัจจัยความเกี่ยวข้องของการค้า (Trade-relates factor) คือ การค้าระหว่างประเทศจะสามารถนำไปสู่การลงทุนทางตรงในต่างประเทศซึ่งบริษัทที่มีปริมาณการส่งออกมากนั้น จะมีความเสี่ยงน้อยเนื่องจากมีตลาดรองรับอยู่แล้ว ในขณะที่บริษัทที่นำเข้ามาเท่านั้นจะช่วยลดต้นทุนทางการผลิต สอง ปัจจัยด้านความสามารถที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความรู้ และข้อมูลของประเทศเจ้าบ้านที่รับทุน ทักษะด้านการจัดการ ทักษะด้านการตลาด และทักษะด้านผู้ประกอบการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย สาม ปัจจัยภายในประเทศของประเทศผู้ลงทุน ได้แก่ ขนาดตลาดภายในประเทศ และความเสี่ยงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาด สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ค่าแรงงานที่มีทักษะสูง การมีเทคโนโลยีที่ไม่ทันสมัย ต้นทุนเงินที่สูง รวมถึงนโยบายทางเศรษฐกิจ และกฎหมายแรงงาน และถึงแม้ว่า Banga จะได้รวบรวมปัจจัยขึ้นมาใหม่ทั้งสามปัจจัยนั้น แต่ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยสามประการที่ Banga ได้สร้างขึ้นมาใหม่นั้นมีลักษณะที่คล้ายกับทฤษฎีการลงทุนทางต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ เพียงแต่หยิบยกประเด็นขึ้นมาสรุปใหม่อีกครั้ง โดยจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านความเกี่ยวข้องของการค้านั้น ก็มีความใกล้เคียงกับการทำให้เป็นภายในของบริษัทเอง ปัจจัยด้านความสามารถที่เกี่ยวข้องที่เปรียบเสมือน การที่บริษัทมีความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง และ ปัจจัยความเสี่ยงเปรียบภายในประเทศของผู้ลงทุนนั้นเปรียบเสมือนการได้เปรียบจากทำเลที่ตั้งของประเทศผู้รับทุน

การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของธุรกิจในประเทศไทยไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย โดยจะเห็นได้จากการที่ธนาคารกรุงเทพได้ลงทุนทางตรงในต่างประเทศมาตั้งแต่ปี 2493 (Wee, 2007) โดยการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศไทยนั้นแบ่งออกได้เป็น 4 ระยะด้วยกัน ได้แก่ หนึ่ง ระยะเริ่มต้น (Early stage) คือ ตั้งแต่ก่อนกลางปี 2523 ถึงประมาณปี 2528 ถือเป็นช่วงแรกที่ประเทศไทยเริ่มมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ สอง ระยะที่ทยานขึ้น (Take-off stage) ตั้งแต่ประมาณปี 2529 ถึง 2539 ถือเป็นระยะที่ประเทศไทยมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศที่มีการเติบโตสูงมาก สาม ระยะถดถอยที่เกิดจากวิกฤตทางการเงิน (Financial crisis impact stage) คือ ช่วงประมาณปี 2540 ถึง 2545 ธุรกิจในประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการ



ลวยตัวค่าเงินบาท ส่งผลกระทบเชิงลบต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ หลายธุรกิจต้องปิดตัวลง สี่ ระยะฟื้นตัว (Recovering stage) คือ ช่วงเวลาหลังจาก 2545 ถึงปัจจุบัน ซึ่งธุรกิจในประเทศไทยเริ่มมีการขยายตัวโดยการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น แต่ก็ยังถือเป็นจำนวนที่ไม่มากนัก

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551) ได้อธิบายแรงจูงใจ 4 ประการที่ทำให้ธุรกิจไทยลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ได้แก่

- 1) การขยายตลาด (Market-seeking) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอาหารและสิ่งทอ รวมถึงกลุ่มบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- 2) การเพิ่มประสิทธิภาพจากปัจจัยการผลิต (Efficiency-seeking) โดยแสวงหาแหล่งที่มีปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนต่ำกว่า เช่น การย้ายฐานการผลิตในอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานสูงอย่าง สิ่งทอ เครื่องประดับ ไปยังประเทศที่มีค่าแรงต่ำ
- 3) การแสวงหาวัตถุดิบที่สำคัญ (Resource-seeking) โดยการจัดหาแหล่งพลังงาน เช่น น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ และถ่านหิน เป็นต้น
- 4) การแสวงหาสินทรัพย์ (Asset-seeking) โดยการจัดหาสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ที่จะเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน เช่น เทคโนโลยี ชื่อสินค้า (Brand name)

นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศไทยยังได้จัดทำกรณีศึกษา การลงทุนของไทยในจีนตอนใต้ โดยได้สรุปถึงปัจจัยที่ทำให้นักลงทุนจากประเทศไทยเข้าไปลงทุนทางตรงในจีนว่า หนึ่ง แรงจูงใจของนักลงทุนไทยประกอบไปด้วย ความต้องการขยายฐานการตลาดของสินค้า โดยเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการส่งออก และนำเข้าของบริษัท เพื่อแสวงหาวัตถุดิบและแรงงานราคาถูก และต้องการเพิ่มความหลากหลายให้ธุรกิจปัจจุบัน สอง จุดแข็งสำคัญของธุรกิจไทย ได้แก่ การมีเทคโนโลยี มีความรู้ และมีสินค้าที่เหนือกว่านักลงทุนท้องถิ่น การมีเงินทุนที่เพียงพอ มีคู่ค้าที่ดี และการมีความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรม

Wee (2007) ได้อธิบายแรงจูงใจที่ทำให้ธุรกิจในประเทศไทยลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยกล่าวว่า แรงจูงใจหลักนั้นคือ การแสวงหาตลาด (Market-seeking) ซึ่งประกอบด้วย การ

ขยายตลาด การส่งเสริมการจัดส่ง และการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า สำหรับการแสวงหาประสิทธิภาพ (Efficiency-seeking) นั้นยังไม่สำคัญมากนักในขณะนี้แต่เชื่อว่าเป็นสิ่งที่ประเทศไทยจะต้องการในอนาคต ส่วนการแสวงหาทรัพยากร (Resource-seeking) นั้นยังเป็นไปได้อย่างจำกัด ซึ่งจะเห็นได้จากการที่บริษัทในประเทศไทยส่วนใหญ่ที่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในเขตเอเชีย โดย Wee แนะนำว่าโอกาสที่ธุรกิจของประเทศไทยจะลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้นควรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาล โดยธุรกิจส่วนใหญ่ที่อยู่ในช่วงอิมมัตูร์ (Maturity) นั้นมีความสนใจในกิจการต่างประเทศ โดยควรพัฒนาสถานการณ์ทางการเงินของธุรกิจ และปัจจัยระดับภูมิภาคเพื่อดึงดูดให้ธุรกิจลงทุนในต่างประเทศ นอกจากนี้ Wee ยังได้เสนอแนะถึงความท้าทาย และอุปสรรค โดยกล่าวถึงความท้าทายหลักของธุรกิจไทยว่าประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

- 1) ความยากที่จะเข้าใจความซับซ้อนของนโยบาย และกฎเกณฑ์ภายในประเทศผู้รับทุน (Host country)
- 2) การขาดแคลนข้อมูลทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลทางการตลาดเชิงลึกภายในประเทศผู้รับทุน ซึ่งเป็นสาเหตุให้มีการชะลอการตัดสินใจในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
- 3) การขาดแคลนการสนับสนุนของสถาบันที่เชื่อมโยงกัน และแนวทางส่งเสริมจากรัฐบาล แม้ว่ารัฐบาลจะมีนโยบายที่สนับสนุนเพื่อส่งเสริมการลงทุนทางตรงในต่างประเทศแต่อย่างไรก็ดี นโยบายและแนวทางเหล่านั้นล้วนแต่มีความคลุมเครือในมุมมองของบริษัทในประเทศไทย
- 4) แรงจูงใจจากรัฐบาลที่จะส่งเสริมการลงทุนทางตรงในต่างประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ เช่น เงินอุดหนุนสำหรับการลงทุน หรือ การยกเว้นภาษีสำหรับผู้ลงทุนในต่างประเทศ
- 5) ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของบริษัทไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

- 6) การขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้จัดการระดับกลาง การขาดทักษะทางภาษา และความไม่สนใจของผู้จัดการที่มีคุณภาพในการทำงานในต่างประเทศเป็นข้อจำกัดในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทย
- 7) ข้อจำกัดที่เกิดจากประเทศผู้รับทุน อย่างเช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินคงที่ ข้อกีดกันในการเข้าตลาด สาธารณูปโภคพื้นฐาน ข้อจำกัดในการจ้างงานผู้ที่จะย้ายภูมิลำเนา ค่าดำเนินงานที่สูง และความยากในการหาผู้ร่วมทุนในท้องถิ่นที่เหมาะสม

ซึ่งทั้งหมดนี้จะเห็นได้ว่าข้อจำกัดที่ Wee กล่าวมานั้น แบ่งออกเป็นปัจจัยสองประเภท ได้แก่ หนึ่ง ปัจจัยที่ธุรกิจควบคุมได้ หรือปัจจัยภายในของธุรกิจ ได้แก่ ความรู้ ความสามารถของธุรกิจที่จะเข้าใจนโยบาย เจือจาง สภาพแวดล้อมทางการตลาดของประเทศผู้รับทุน รวมถึงทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ทักษะความสามารถ และความเต็มใจของผู้จัดการ สอง ปัจจัยที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ หรือปัจจัยภายนอก ได้แก่ การสนับสนุนจากสถาบันต่างๆ หรือจากรัฐบาล ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และ นโยบายทางเศรษฐกิจ สาธารณูปโภคพื้นฐาน และการจัดหาผู้ร่วมทุนของประเทศผู้รับทุน

เสาวรินทร์ (2537) ได้ศึกษาการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัทไทย โดยทำการศึกษาภาพรวมและกรณีศึกษาของ 4 อุตสาหกรรมได้แก่ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ อุตสาหกรรมอาหารทะเลกระป๋อง อุตสาหกรรมเครื่องปรับอากาศรถยนต์ และอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บริษัทจำนวนทั้งสิ้น 4 บริษัท แบ่งเป็นอุตสาหกรรมละ 1 บริษัท และวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิอื่นๆประกอบ พบว่า มูลเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้บริษัททั้ง 4 บริษัททำการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ (Eclectic Theory) ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นสาเหตุหลักๆ ได้ 4 ประการ หนึ่ง เพื่อให้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติของประเทศผู้รับทุนที่มีความอุดมสมบูรณ์มากกว่า สอง เพื่อให้ประโยชน์จากปัจจัยแรงงานของประเทศผู้รับทุนที่มีราคาถูกกว่า ซึ่งมูลเหตุสองประการนี้ตรงกับข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง (Location Advantage) สาม เพื่อให้ประโยชน์จากการมีภาษีที่ให้ความปกป้องคุ้มครองแก่ผู้ผลิตภายในประเทศของผู้รับทุน ซึ่งตรงกับข้อได้เปรียบจากการทำภายในบริษัทเอง (Internalization Advantage) และสี่ เพื่อให้ประโยชน์จากการมีข้อได้เปรียบทางเทคโนโลยี และความชำนาญด้านการผลิตที่เหนือกว่าของบริษัท ซึ่งตรง

กับข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง (Ownership Advantage) ทั้งนี้ข้อสรุปงานวิจัยของเสาวนีย์นั้น  
เกิดขึ้นจากกรณีศึกษาทำให้อาจจะไม่สะท้อนความเป็นจริงของทั้งอุตสาหกรรมหรือทั้งประเทศ อีก  
ทั้งเป็นงานวิจัยที่ผ่านมานานกว่า 10 ปีแล้ว

มัลลิกา (2547) ได้ใช้ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ (Eclectic Theory) ในการหาปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ พบว่า การที่ธุรกิจ  
ตัดสินใจลงทุนทางตรงในต่างประเทศมีมูลเหตุสำคัญ 3 ประการตามทฤษฎีได้แก่ ข้อได้เปรียบจาก  
การเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) ในธุรกิจพลังงานจากแหล่งก๊าซธรรมชาติ ธุรกิจ  
ก่อสร้างเขื่อน ธุรกิจด้านประมง ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจก่อสร้างถนน และธุรกิจบริการและออกแบบภูมิ  
ทัศน์ นั้นมีความได้เปรียบที่เกิดขึ้นจากความรู้ ความชำนาญทางเทคโนโลยี และบุคลากรที่มี  
ประสบการณ์ในการดำเนินกิจการ และข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง (Location Advantage) นั้น  
ธุรกิจไทยแสวงหาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและค่าแรงงานที่ถูกลงกว่า ส่วนข้อได้เปรียบจากการทำ  
ภายในบริษัทเอง (Internalization Advantage) จะเป็นมูลเหตุปัจจัยของธุรกิจร้านอาหาร  
เนื่องจากมีความคล้ายคลึงกันในด้านวัฒนธรรมและประเพณีทำให้เป็นประโยชน์แก่ธุรกิจ ทั้งนี้งานวิจัย  
ของมัลลิกานั้นใช้หน่วยตัวอย่างเพียง 18 บริษัท และดำเนินการวิจัยนั้นใช้แบบสอบถามและ  
วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อใช้อธิบายแรงจูงใจของธุรกิจ ทำให้ผลสรุปที่ได้จากการ  
วิจัยนั้นเป็นไปโดยภาพรวม ไม่มีการใช้สถิติที่ทดสอบความสัมพันธ์เพื่อใช้อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพล  
โดยตรง

เนื่องจากผู้วิจัยได้พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของ  
ประเทศไทยนั้นมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากประเทศไทยนั้นเป็นประเทศที่มีการลงทุนทางตรงใน  
ต่างประเทศยังไม่มากนัก ทำให้ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางจากงานวิจัยที่กล่าวมาในข้างต้นนี้ในเรื่องของ  
ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ (Eclectic Theory) เพื่อมาอธิบายแนวโน้ม  
การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยต่อไป

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.4 ธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business)

ธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึง กิจกรรมทางการค้าข้ามชาติที่เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้า ทุน บริการ แรงงานและเทคโนโลยี การนำเข้าและการส่งออก การเคลื่อนย้ายทรัพย์สินทางปัญญาข้ามเขตแดน (สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ชื่อเสียง ความรู้ ลิขสิทธิ์) โดยการให้ใบอนุญาตและการให้สัมปทาน การลงทุนในตัวสินค้าและหลักทรัพย์ทางการเงินในต่างประเทศ สัญญาจ้างผลิต หรือการประกอบชิ้นส่วนสำหรับขายในท้องถิ่นหรือส่งออกไปต่างประเทศ การซื้อและการขายในต่างประเทศ การสร้างระบบคลังสินค้า และการจัดจำหน่าย และการนำเข้าสินค้าจากประเทศหนึ่งไปขายยังอีกประเทศหนึ่ง (Bennett, 1996)

สมชนก (2551) กล่าวว่า ธุรกิจระหว่างประเทศหมายถึง การประกอบกิจกรรมทางธุรกิจที่มีขอบเขตการดำเนินงานมากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป โดยส่วนมากมักเป็นการกล่าวถึงกิจกรรมทางธุรกิจสองประเภทใหญ่ๆ คือ หนึ่ง การค้าระหว่างประเทศ (International Trade) ซึ่งรวมถึงการนำเข้าและการส่งออกสินค้าและบริการ สอง การลงทุนระหว่างประเทศ (International Investment) ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment) หรือ การลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเทศ (Foreign Portfolio Investment) ก็ได้ อย่างไรก็ตาม กิจกรรมทางธุรกิจระหว่างประเทศยังครอบคลุมถึงกิจกรรมในลักษณะอื่นๆ อีกหลายประการ เช่น การผลิตตามใบอนุญาตของบริษัทต่างชาติ การอนุญาตให้ใช้สิทธิของตนกับบริษัทในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในรูปของลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า เป็นต้น

อีกนัยหนึ่ง Robbin และ Coulter (2003) กล่าวถึง การก้าวสู่ธุรกิจระหว่างประเทศขององค์กรนั้น องค์กรธุรกิจมักจะเริ่มจากวิธีง่ายๆ ลงทุนไม่มากและมีความเสี่ยงน้อย แล้วจึงขยายวิธีการให้ใหญ่ขึ้นตามลำดับ การก้าวสู่ธุรกิจระหว่างประเทศสามารถแบ่งได้ 3 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การนำเข้าหรือส่งออก (Importing or Exporting) คือ การที่บริษัทซื้อสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาขายภายในประเทศ (Importing) หรือ บริษัทผลิตสินค้าและส่งไปขายยังต่างประเทศ (Exporting) โดยการทำธุรกรรมเหล่านี้ผ่านทางคนกลางในการซื้อขาย บริษัทมีอำนาจในการจัดการจัดการเพียงภายในบริษัทเท่านั้น

- 2) ธุรกิจขายสินค้าให้ต่างประเทศ คือ การที่บริษัทไปตั้งโรงงานผลิตที่ประเทศนั้น แต่ว่าจ้างผู้บริหาร พนักงาน และตัวแทนจำหน่ายของประเทศนั้นๆ ในการจัดการงาน บริษัทผู้ขายจะส่งผู้บริหารไปเจรจาตกลง หรือดูแลควบคุมเป็นระยะๆ
- 3) ธุรกิจเข้าสู่การเป็นธุรกิจระหว่างประเทศอย่างเต็มตัว ประกอบไปด้วย การจัดตั้งบริษัทย่อยในต่างประเทศ (Foreign Subsidiary) บริษัทร่วมค้า (Joint Venture) การอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ (Licensing) การให้สัมปทาน (Franchising) และพันธมิตรทางธุรกิจ (Strategic Alliance)

โดยสรุปแล้ว ธุรกิจระหว่างประเทศ หมายถึง การประกอบกิจกรรมทางธุรกิจที่มีขอบเขตการดำเนินงานมากกว่าหนึ่งประเทศขึ้นไป โดยอาจจะเป็นกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศ หรือกิจกรรมการลงทุนระหว่างประเทศก็ได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้สนใจกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนระหว่างประเทศในรูปแบบของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment) ซึ่งจะกล่าวอธิบายในหัวข้อถัดไป

## 2.5 การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment)

### 2.5.1 ความหมายของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

Kindleberger (1988) ได้กล่าวถึง การลงทุนทางตรงในต่างประเทศว่าเป็นการเคลื่อนย้ายทุนซึ่งประกอบด้วย เงิน แรงงาน และเทคโนโลยีระหว่างประเทศ โดยทั่วไปแล้ว ประเภทของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การลงทุนตั้งกิจการใหม่หรือสร้างโรงงานใหม่ในต่างประเทศ การลงทุนเพื่อให้ได้กิจการเดิมที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น และการตั้งกิจการร่วมลงทุน

Buckley (1989) กล่าวว่า การลงทุนทางตรงในต่างประเทศมี 10 รูปแบบ ได้แก่

- 1) การเป็นเจ้าของกิจการทั้งหมดของชาวต่างชาติ (Wholly-owned Foreign Subsidiaries)
- 2) บริษัทร่วมทุน (Joint Venture)
- 3) บริษัทที่ถือหุ้นหลักโดยชาวต่างชาติ (Foreign Minority Holding)

- 4) การมีข้อตกลง Fading-out (Fading-out agreement)
- 5) การอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Licensing)
- 6) การทำสัญญาเฟรนไชส์ (Franchising)
- 7) การทำสัญญาการบริหาร (Management Contracts)
- 8) การทำข้อตกลงซื้อขายเทคโนโลยี (Turnkey Venture)
- 9) การทำสัญญาร่วมทุน (Contractual Joint Venture)
- 10) การทำสัญญารับช่วงการผลิตระหว่างประเทศ (International Subcontracting)

การที่องค์กรจะมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น ถือเป็นกาณ์ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจระหว่างประเทศในระดับสูงที่สุด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นองค์กรที่จะมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศจะต้องผ่านการทำธุรกิจระหว่างประเทศในรูปแบบอื่นๆมาก่อนซึ่งได้แก่ การนำเข้า การส่งออก การค้าระหว่างประเทศ หรือเคยร่วมค้าร่วมลงทุนกับบริษัทต่างชาติในประเทศของตนเองเป็นต้น (Johanson และ Vahlne, 1977)

สมชนก (2551) กล่าวว่า การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) หมายถึง การที่นักลงทุนหรือบริษัทหนึ่งๆ ได้มีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่างประเทศ หรือการลงทุนในกิจการที่อยู่ต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเข้าควบคุมการบริหารสินทรัพย์หรือกิจการนั้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับกิจการโดยรวม โดยการลงทุนนี้อาจเป็นการร่วมลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น หรือนักลงทุนจากประเทศที่สาม หรือเป็นการลงทุนเองทั้งหมด 100% ก็ได้ และกิจการที่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างน้อย 1 รายการก็จะถูกเรียกว่า เป็นบริษัทข้ามชาติ (Multinational Company: MNC)

ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ให้คำนิยามการลงทุนทางตรงในต่างประเทศไว้ว่าเป็น คือ กิจกรรมการลงทุนซึ่งมีเสถียรภาพที่ผู้ลงทุนที่มีถิ่นฐานในประเทศหนึ่งมีต่อธุรกิจที่มีถิ่นฐานในอีกประเทศหนึ่ง โดยผู้ลงทุนมีส่วนในการบริหารธุรกิจนั้นๆ ทั้งที่จัดตั้งเป็นนิติบุคคล และส่วนบุคคล ประกอบด้วเงินลงทุนในสามลักษณะคือ หนึ่ง เงินลงทุนในเรือนหุ้นตั้งแต่ร้อยละ 10 ขึ้นไป หรือมีสิทธิใน

การร่วมบริหารกิจการ สอง เงินกู้จากบริษัทแม่หรือบริษัทในเครือ (Loans from parent company or from affiliates) ยกเว้นกรณีบริษัทเงินทุน หรือบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ โดยจะถือเป็นเงินกู้ยืมอื่นๆ แทนและ สาม กำไรที่นำกลับมาลงทุน (Reinvested earnings) หมายถึง รายได้ในรูปเงินปันผลของผู้มาลงทุนทางตรงที่สมควรได้รับตามสัดส่วนการถือหุ้นในวิสาหกิจนั้นๆ หรือรายได้ของสาขาที่ไม่ส่งกลับผู้ลงทุน (ธนาคารแห่งประเทศไทย อ้างถึงใน สมชนก, 2551)

การลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้นจะประกอบไปด้วยประเทศที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยสองประเทศขึ้นไป โดยประเทศที่เข้าไปเป็นผู้ลงทุน เรียกว่า ประเทศแม่ที่เป็นเจ้าของเงินลงทุน (Home Country) และ ประเทศที่ได้รับการลงทุน เรียกว่า ประเทศเจ้าบ้านที่รับเงินลงทุน (Host Country) (สมชนก, 2551) โดยการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในฐานะประเทศแม่ที่เป็นเจ้าของเงินลงทุนนั้นจะเรียกว่า การลงทุนทางต่างประเทศขาออก (Foreign Direct Investment Outflow: FDI Outflow) และการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในฐานะประเทศเจ้าบ้านที่รับเงินลงทุนนั้นจะเรียกว่า การลงทุนทางต่างประเทศขาออก (Inflow Foreign Direct Investment: FDI Inflow)

โดยสรุปแล้ว การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (Foreign direct investment) หมายถึง การที่นักลงทุนหรือบริษัทจากประเทศใดประเทศหนึ่ง เข้าไปทำการลงทุนประกอบกิจการผลิตสินค้าและบริการขึ้นในประเทศอื่น ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์ของการลงทุนเพื่อเป็นการเข้าไปมีบทบาทและอำนาจในการควบคุมกระบวนการจัดการงาน การตัดสินใจ ตลอดจนผลกำไรของกิจการที่ทำการลงทุนนั้นซึ่งการลงทุนทางตรงในต่างประเทศดังกล่าวนี้สามารถกระทำได้ในหลายลักษณะ อาทิ การลงทุนสร้างโรงงาน หรือกิจการสาขาขึ้นมาใหม่ การซื้อกิจการเดิมที่มีอยู่หรือการร่วมลงทุนหรือร่วมเป็นเจ้าของกิจการกับนักลงทุนรายอื่น เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นมุมมองของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยในฐานะประเทศแม่ (Home Country) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการลงทุนทางต่างประเทศขาออก (Outward Foreign Direct Investment: OFDI) ซึ่งจะเรียกว่า การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



## 2.5.2 ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ในบรรดาทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น มีทฤษฎีหลายอย่างที่พยายามจะอธิบายสาเหตุของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของธุรกิจ โดยทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบไปด้วย

### ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle Theory)

Vernon (1966) ได้กล่าวถึงการลงทุนทางตรงในต่างประเทศและการค้าระหว่างประเทศว่ามีความสัมพันธ์กัน โดยธุรกิจต่างๆ จะมีการพัฒนาตนเองจากการดำเนินธุรกิจในประเทศไปสู่การค้าระหว่างประเทศ และจะมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในท้ายที่สุด ซึ่งวงจรนี้ จะมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์เนื่องจาก วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ตามลำดับ ได้แก่ หนึ่ง ช่วงแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Stage) คือ ช่วงที่ผลิตภัณฑ์ยังเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่นั้น ธุรกิจที่จะเป็นผู้บุกเบิก หรือผลิตสินค้าใหม่ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่พัฒนาทางเศรษฐกิจแล้วและเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสูง จะมีการประดิษฐ์สินค้าใหม่ๆ ออกมาขายในประเทศของตนก่อน เพื่อบุกตลาดในประเทศ จากนั้นจะเริ่มมีการส่งออกสินค้าไปประเทศอื่นๆ ในช่วงกลางๆ ขั้นที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ในขณะที่มีการส่งออกสินค้าไปยังประเทศอื่นนั้น ช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์จะก้าวสู่ช่วงเจริญเติบโต (Growth Stage) ประเทศผู้ที่เคยนำเข้าผลิตภัณฑ์นั้นๆ เริ่มที่จะเรียนรู้เทคโนโลยีจากประเทศผู้ส่งออกแล้ว เริ่มมีการผลิตขึ้นเองภายในประเทศเกิดขึ้น แต่ก็ยังไม่เพียงพอ จึงต้องมีการนำเข้าสินค้าอยู่บ้าง ต่อมาเมื่อผลิตภัณฑ์ก้าวเข้าสู่ช่วงเจริญเติบโตเต็มที่ (Mature Stage) ในช่วงนี้ผลิตภัณฑ์เริ่มเป็นที่แพร่หลายมากขึ้น ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐานความได้เปรียบทางเทคโนโลยีของธุรกิจที่เข้ามาก่อนเริ่มลดลงมากหรือแทบหมดไป ทำให้การแข่งขันรุนแรงมาก ดังนั้นทำให้นักลงทุนเริ่มให้ความสนใจด้านต้นทุน โดยผู้ผลิตจะพยายามแสวงหาแหล่งผลิตที่ทำให้ได้ต้นทุนต่ำที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา เนื่องจากต้นทุนของแรงงานของประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนานั้นต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ทำให้ช่วงที่สามนี้เป็นช่วงที่ธุรกิจขยายการลงทุนไปตั้งโรงงานผลิตในประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนา

ทั้งนี้ทฤษฎีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์นี้สามารถใช้อธิบายได้เป็นอย่างดีในอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูง หรืออุตสาหกรรมที่มีนวัตกรรมตลอดเวลา เช่น คอมพิวเตอร์ และเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น แต่หากเป็นอุตสาหกรรมทั่วไป เช่น เสื้อผ้า อาหาร ทฤษฎีนี้จะใช้อธิบายได้ไม่ดีนัก เนื่องจากความไม่เด่นชัดของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (สมชนก, 2551) ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำเพียงแนวคิดบางประการจากทฤษฎีนี้ขึ้นมาใช้ในงานวิจัย

### ทฤษฎีความได้เปรียบแบบผูกขาด (Monopolistic Advantage Theory)

ทฤษฎีความได้เปรียบแบบผูกขาดนี้นับเป็นทฤษฎีดั้งเดิมที่สุดทฤษฎีหนึ่งที่ใช้อธิบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (สมชนก, 2551) ทฤษฎีนี้คิดค้นขึ้นโดย Hymer และ Kindleberger ทฤษฎีนี้อธิบายว่า การที่ธุรกิจทำการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเนื่องจากมีข้อได้เปรียบบางประการเหนือคู่แข่งที่เป็นธุรกิจที่อยู่ในประเทศนั้นๆ Hymer (1976) อธิบายว่า การที่นักลงทุนจากประเทศที่พัฒนาแล้วเคลื่อนย้ายการลงทุนของตนออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศที่กำลังพัฒนานั้น มูลเหตุหรือปัจจัยสำคัญเป็นเพราะนักลงทุนดังกล่าวมีความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์เฉพาะบางประการ (Ownership-Specific Advantage) ซึ่งเกิดขึ้นเนื่องจากความไม่สมบูรณ์ของตลาด ทำให้นักลงทุนจากประเทศที่พัฒนาแล้วมีอำนาจผูกขาดที่เหนือกว่านักลงทุนท้องถิ่นของประเทศผู้รับทุน ซึ่งความได้เปรียบนั้นจะสามารถชดเชยความเสียเปรียบที่นักลงทุนต้องเผชิญในการลงทุนในประเทศของผู้รับทุนนั้น ข้อเสียเปรียบที่ว่านี้ได้แก่ ต้นทุนในการเรียนรู้ถึงความแตกต่างทางภาษาพูด ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม รสนิยม ระบบเศรษฐกิจ การตลาด การเมือง และกฎหมายของประเทศผู้รับทุน เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันKindleberger (1988) กล่าวว่า การลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น ธุรกิจที่ไปลงทุนมีข้อเสียเปรียบที่อาศัยการผลิตของต่างประเทศ อยู่ห่างไกลศูนย์กลางในการตัดสินใจ ดังนั้นผู้ลงทุนจึงต้องมีข้อได้เปรียบบางประการเพื่อชดเชยข้อเสียเปรียบต่างๆ ข้อได้เปรียบบางประการนั้นอาจจะเป็นข้อได้เปรียบทางด้านเทคโนโลยี การจัดการ เป็นต้น

ความได้เปรียบของผู้ลงทุนนั้นอาจอยู่ในรูปของความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ความสามารถทางการตลาด เทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น โดยความได้เปรียบนี้มักจะเป็นสิ่งที่มีค่ากับบริษัทมาก และเป็นความได้เปรียบที่ทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งท้องถิ่นได้ ทั้งๆที่คู่แข่งในท้องถิ่นมีความรู้ในตลาดท้องถิ่นเหนือกว่า นั่นคือ ความสามารถหรือความได้เปรียบเหล่านี้เป็นสิ่งที่ เป็นความรู้หรือเป็นสิ่งที่ติดตัวบริษัท ทำให้การโอนย้ายความรู้กระทำได้ง่ายกว่าหากดำเนินกิจกรรมภายในบริษัทเอง (คือการตั้งสาขาต่างประเทศ) จึงทำให้เป็นการ

บังคับไปในตัวที่ทำให้บริษัทเหล่านี้เลือกลงทุนทางตรงในต่างประเทศ แทนที่จะให้บุคคลที่สามเข้ามาดำเนินการให้ (โดยวิธีการอนุญาตให้ใช้สิทธิ หรือ Licensing) เนื่องจากความรู้เหล่านั้นไม่สามารถจัดใส่ระบบหรือคู่มือแล้วขายให้กับบุคคลที่สามได้ (สมชนก, 2551)

### ทฤษฎีการเลือกทำโดยบริษัทเอง (Internalization Theory)

ทฤษฎีการเลือกทำโดยบริษัทเองนั้นได้นำปัจจัยด้านความไม่สมบูรณ์ตลาดมาเป็นปัจจัยในการใช้อธิบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของธุรกิจ โดยความไม่สมบูรณ์ของตลาดนั้นเกิดขึ้นมาได้จากสองปัจจัยหลักๆ คือ

- 1) การกีดกันทางการค้า ซึ่งวิธีการกีดกันทางการค้าหลักๆ คือ การกีดกันในรูปแบบของภาษี ดังนั้นประเทศที่มีการกีดกันทางการค้าไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของภาษีและที่มีใช้ภาษี ทำให้การส่งออกและนำเข้าไม่เป็นไปอย่างเสรี เกิดต้นทุนในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศขึ้น ทำให้เป็นปัจจัยสำคัญให้ผู้ลงทุนเลือกที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศทดแทนการส่งออก
- 2) อุปสรรคในการขายความรู้ ความสามารถ (Know-How) ของบริษัท ในกรณีนี้ อุปสรรคในการขายความรู้ ความสามารถนั้นยังมิได้อธิบายว่าทำไมบริษัทถึงเลือกลงทุนทางตรงในต่างประเทศ เพราะต้องมีเงื่อนไขสองประการคือ ต้นทุนของการลงทุนดูน่าดึงดูดกว่าการส่งออก และ บริษัทที่เหตุผลที่จะไม่นำความรู้ ความสามารถที่สั่งสมมาในบริษัทออกไปขายให้ผู้อื่น (หรือบุคคลที่สาม) เนื่องจากบริษัทพิจารณาแล้วว่าตนเองต้องเป็นผู้ลงมือทำเท่านั้น เพื่อที่จะนำความรู้ ความสามารถที่ตนมีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด (สมชนก, 2551)

ซึ่งโดยสรุปแล้วทฤษฎีการเลือกทำโดยบริษัทเองนั้น เป็นทฤษฎีที่อธิบายสาเหตุหรือปัจจัยที่กำหนดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศว่า เกิดขึ้นเนื่องจากความไม่สมบูรณ์ของตลาดระหว่างประเทศ ทำให้การทำธุรกรรมต่างๆมีต้นทุนเกิดขึ้น ดังนั้นเพื่อให้การลดต้นทุนการทำธุรกรรมเหล่านี้บริษัทจึงเลือกที่จะต้องทำให้ตลาดดังกล่าวมาอยู่ภายในบริษัท และทำให้เกิดประโยชน์แก่บริษัทด้วยตนเองโดยผ่านกลไกของการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ แม้ว่าทฤษฎีการเลือกทำโดยบริษัทเองนั้นจะเป็นทฤษฎีที่สามารถอธิบายการลงทุนทางตรงใน

ต่างประเทศได้ แต่การที่ทฤษฎีดังกล่าวเน้นความสำคัญของปัจจัยการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเฉพาะการมีความไม่สมบูรณ์ของตลาดเพียงเท่านั้น จึงทำให้ทฤษฎีนี้สามารถอธิบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศได้เพียงบางส่วนเท่านั้น

### 2.5.3 ทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ (Eclectic Paradigm)

ในบรรดาทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น ทฤษฎีการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ (Eclectic Paradigm) ถือเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสมบูรณ์มากที่สุด โดยทฤษฎีดังกล่าวนี้เสนอโดย Dunning (1980) กล่าวว่า การที่บริษัทจะลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อต้องมีข้อได้เปรียบครบทั้งสามประการ หากบริษัทมีข้อได้เปรียบเพียงบางประการ หรือมีข้อได้เปรียบไม่ครบทั้ง 3 ประการนั้นบริษัทจะเลือกดำเนินกิจกรรมการค้าระหว่างประเทศในรูปแบบอื่นๆ โดยข้อได้เปรียบทั้งสามประการนั้นได้แก่

- 1) ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของโดย (Ownership Advantage: O) คือ ข้อได้เปรียบของการที่บริษัทครอบครองสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันบางประการ ซึ่งข้อได้เปรียบดังกล่าวนี้ประกอบไปด้วยสองส่วน คือ หนึ่ง ข้อได้เปรียบจากการสภาวะภายนอกที่บริษัท ดำเนินการอยู่ ตัวอย่างเช่น ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน ความใกล้ชิดกับตลาด และกฎหมาย เป็นต้น ซึ่งข้อได้เปรียบเหล่านี้ บริษัทที่อยู่ในทำเลที่ตั้งเดียวกันจะไม่มีข้อได้เปรียบเหล่านี้เหมือนกันในทุกบริษัท สอง ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่บริษัทสร้างขึ้นเอง ซึ่งสินทรัพย์ในที่นี้อาจเป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตนหรือไม่มิตัวตนก็ได้ เช่น เทคโนโลยี ความสามารถขององค์กร เงินทุน ตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันเหนือบริษัทในประเทศผู้รับทุน
- 2) ข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง (Location Advantage: L) คือ การที่บริษัทจำเป็นต้องเข้าไปลงทุนและดำเนินงานในประเทศนั้นจึงจะได้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้น เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ แรงงานที่มีประสิทธิภาพ โครงสร้างพื้นฐานที่ดี สภาวะแวดล้อมทางการเมือง กฎหมาย วัฒนธรรม และสังคม และนโยบายต่างๆของรัฐบาลในประเทศนั้น เป็นต้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้งนั้นเป็นข้อได้เปรียบที่เกิดขึ้นจากปัจจัย

ภายนอกซึ่งเป็นปัจจัยที่บริษัทจะได้รับเมื่อเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน โดยตัวอย่างที่เห็นได้ชัด ได้แก่ การที่บริษัทใดๆ มีความต้องการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ อย่างแร่ธาตุบางชนิด ก็จะไปตั้งโรงงานอยู่ใกล้แหล่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น

- 3) ข้อได้เปรียบจากการทำภายในบริษัทเอง (Internalization Advantage: I) คือ ความคล่องตัวและความสามารถในการผลิต และการทำภายในสาขาบริษัทตนเอง ซึ่งความได้เปรียบนี้ทำให้บริษัทไม่ต้องการให้สินทรัพย์และทักษะที่บริษัทเป็นเจ้าของอยู่นั้นรั่วไหลไปยังบริษัทอื่น จึงเลือกลงทุนในต่างประเทศโดยตรงแทนการใช้การอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Licensing) หรืออภูกฎเกณฑ์ (Franchising) โดยทั่วไปแล้วบริษัทต่างๆ มีเหตุผลในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเนื่องจากบริษัทมีค

จากข้อได้เปรียบทั้งสามประการนั้นจะเห็นได้ว่าหากมีข้อได้เปรียบไม่ครบทั้งสามประการ บริษัทจะไม่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศตัวอย่างเช่น หากบริษัทมีความได้เปรียบเฉพาะ O กับ I บริษัทจะเลือกที่จะส่งออกแทนเข้าตลาดของประเทศนั้นในรูปแบบของการลงทุนทางตรง เนื่องจากทำเลที่ตั้งไม่เอื้ออำนวยให้การลงทุนทางตรงในต่างประเทศเกิดประโยชน์สูงสุด และถ้าบริษัทมีเพียงความได้เปรียบเฉพาะ O บริษัทก็จะเลือกที่จะใช้วิธีเข้าตลาดของประเทศนั้นโดยผ่านการอนุญาตให้ใช้สิทธิ (Licensing) หรืออภูกฎเกณฑ์ (Franchising) แทน ทั้งนี้ Dunning ยกตัวอย่างข้อได้เปรียบของบริษัทในธุรกิจต่างๆ ดังรูปภาพที่ 2.4 ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้อได้เปรียบในแต่ละประการนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพการแข่งขันของแต่ละอุตสาหกรรม

รูปภาพที่ 2.4: ข้อได้เปรียบสามประการของ Dunning แบ่งตามประเภทของการผลิตในระดับนานาชาติ

The Determinants of International Production				
Types of International Production	Ownership Advantages	Location Advantages	Internalization Advantages	Illustration of types of activity which favor MNCs
1. Resource-based	Capital, technology, access to markets	Proximity of resources	To ensure stability of supply of input prices; Control of markets	Oil, copper, tin, zinc, bananas, lemons, pineapples, coconuts, tea
2. Import substituting manufacturing	Capital, technology, management and organizational skills, surplus R & D & other capacity, economies of scale; Trade marks	Material & labor costs, markets, government policy (with respect to transfer to imports, investment incentives, etc.)	Wish to exploit technology advantages; High transaction or information costs; Buyer uncertainty, etc.	Computers, pharmaceuticals, motor vehicles, cigarettes
3. Export platform manufacturing	As above, but also access to markets	Low labor costs incentives to local production by host governments.	The economics of vertical integration	Consumer electronics, textiles & clothing, cameras, etc.
4. Trade & distribution	Products to distribute	Local markets. Need to be near customers. After-sales servicing.	Need to ensure sales outlets & to protect company's name	A variety of goods—particularly those requiring close customer contact.
5. Auxiliary services	Access to existing facilities of other foreign firms	Markets	Supplier's proximity	Insurance, banking & consulting services
6. Multinational	Widespread—but broadly concentrated through similar patterns & forms	Markets	Factor price parity	Widespread a) Foreign investment—properties b) Where capital flows essential (banking & hotels)

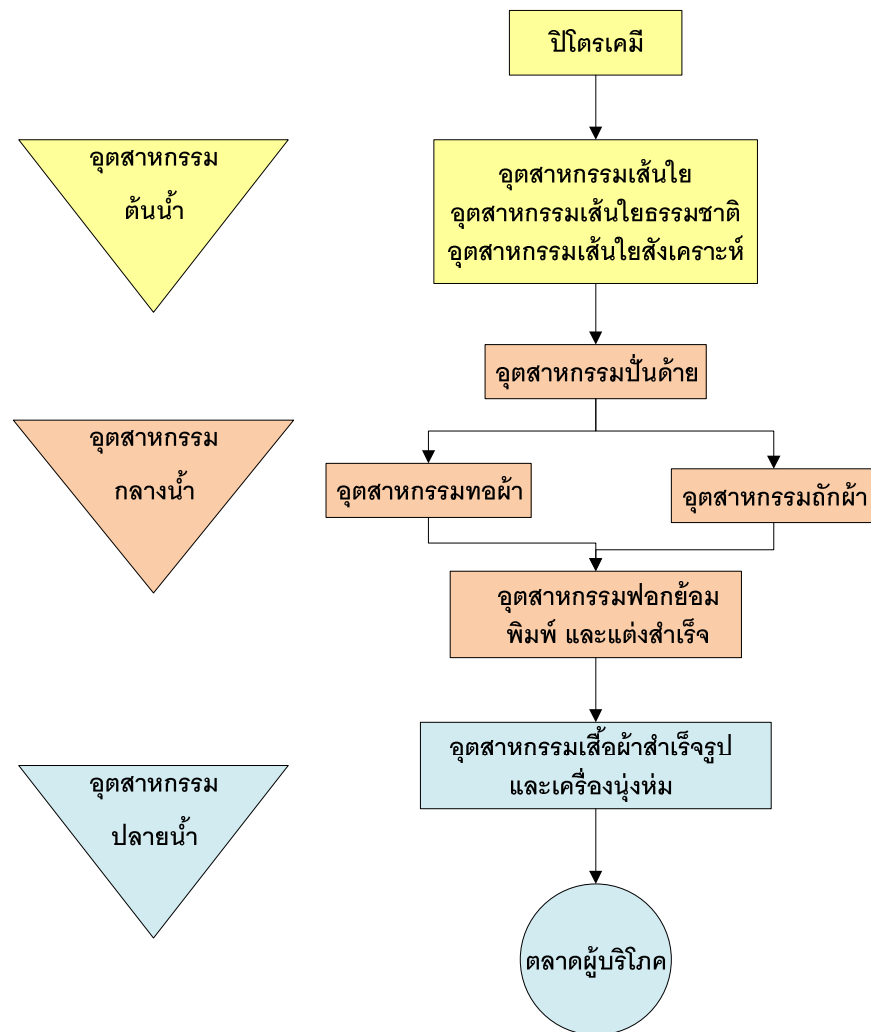
ที่มา: Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests (Dunning, 1980)

จากตารางจะพบว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจัดอยู่กลุ่มของบริษัทที่ผลิตเพื่อการส่งออก (Export platform manufacturing) โดยข้อได้เปรียบดังนี้ หนึ่ง ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางประการของอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้ได้แก่ เงินทุน เทคโนโลยี การจัดการ และทักษะขององค์กร ความสามารถส่วนเกินของการวิจัยและพัฒนาและความสามารถอื่นๆ การประหยัดจากขนาด และตราสินค้า สอง ข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้งได้แก่ ต้นทุนแรงงานต่ำ รวมถึงแรงจูงใจจากรัฐบาลของประเทศผู้รับทุน สาม ข้อได้เปรียบจากการทำเองภายในบริษัท ได้แก่ การประหยัดจากการขยายกิจการในแนวตั้ง เช่นการขยายกิจการไปผลิตวัตถุดิบเอง เพื่อลดความเสี่ยงด้านวัตถุดิบหรือลดต้นทุนของวัตถุดิบลง ทั้งนี้ Verbeke และ Yuan (2010) ได้ให้ข้อเสนอแนะถึงข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของบางประการว่า ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ทั้งหลายนั้นควรเป็นสินทรัพย์ที่สามารถโอนย้ายไปสร้างรายได้เปรียบยังประเทศผู้รับทุนได้ มิเช่นนั้นหากข้อได้เปรียบนั้นเกิดที่ประเทศผู้ลงทุนแต่ไม่สามารถโอนย้ายไปยังประเทศผู้รับทุนแล้ว ข้อได้เปรียบเหล่านั้นจะไม่สามารถสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่บริษัท

## 2.6 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม จัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมย่อยของอุตสาหกรรมสิ่งทอซึ่งประกอบด้วย อุตสาหกรรมเส้นใย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) อุตสาหกรรมปั่นด้าย อุตสาหกรรมทอผ้าและถักผ้า และอุตสาหกรรมฟอกย้อม พิมพ์ และตกแต่งสำเร็จ เป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำ (Midstream) และอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) โดยทุกอุตสาหกรรมย่อยเหล่านี้มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันทั้งระบบ ดังรูปภาพที่ 2.5

รูปภาพที่ 2.5: โครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งระบบของประเทศไทย



ที่มา: สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ([www.thaitextile.org](http://www.thaitextile.org))

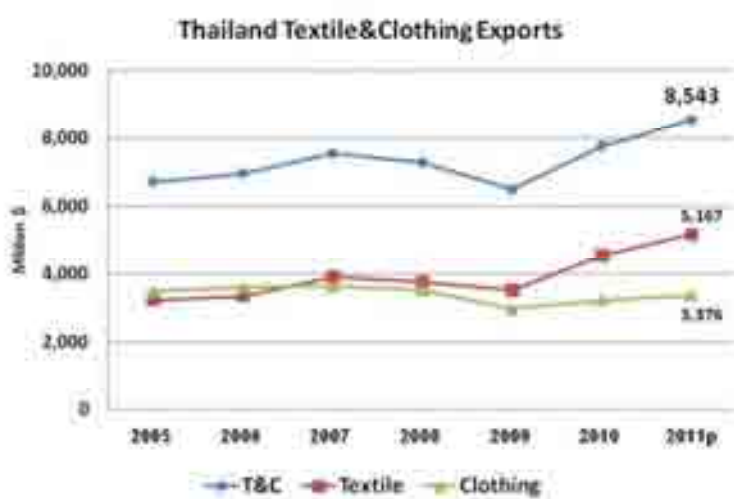
โดยอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำของระบบโครงสร้างอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย วงจรชีวิตของอุตสาหกรรมอยู่ในช่วงของการอิ่มตัว มีการเติบโตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งทั้งนี้การผลิตส่วนใหญ่ยังใช้เครื่องจักรที่มีอายุการใช้งานมานาน โดยช่วงก่อนปี 2550 นั้นอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุด สาเหตุประการสำคัญคือ แรงงานไทยเป็นแรงงานที่มีฝีมือ ผลิตรถยนต์เครื่องนุ่งห่มที่ได้จึงมีความประณีต ทำให้เป็นที่ต้องการของตลาด โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการทอ เสื้อผ้าสำเร็จรูปจากการถัก แต่ปัจจุบันสถานการณ์การส่งออกเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ซึ่งจะกล่าวในหัวข้อถัดไป



## 2.6.1 สถานการณ์อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยปี 2553

มูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยปี 2553 อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 7,678 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกรวมเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนร้อยละ 19.2 ตลาดหลักส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของไทยพบว่า ในตลาดสหรัฐอเมริกาที่มีมูลค่าการส่งออกสูงสุดคิดเป็นมูลค่า 1,524 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.2 รองลงมาคือตลาดสหภาพยุโรปที่มีมูลค่าการส่งออก 1,413 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และตลาดอาเซียนมูลค่าการส่งออก 1,365 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.5

รูปภาพที่ 2.6: มูลค่าการส่งออกสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก <http://www.thaitextile.org/th>

โดยสามารถจำแนกรายละเอียดของการส่งออกได้ดังนี้

- 1) กลุ่มสิ่งทอ มีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 4,472 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.5 โดยตลาดอาเซียนเป็นตลาดหลักสิ่งทอที่สำคัญของไทย มีมูลค่าการส่งออก 1,247 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.5

- 2) กลุ่มเครื่องนุ่งห่ม มีมูลค่าการส่งออกทั้งหมด 3,206 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.3 โดยตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักที่สำคัญของธุรกิจเครื่องนุ่งห่มไทย มีมูลค่าการส่งออก 1,262 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ร้อยละ 7.3 จากกรณีที่เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มดีขึ้น มีฟื้นตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในปี 2553 ปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.2 เมื่อเทียบกับปีก่อน

โดยมูลค่าส่งออกที่เพิ่มขึ้นอยู่ในกลุ่มสินค้าสิ่งทอ ซึ่งเห็นได้จากปัจจุบันสินค้าสิ่งทอมีส่วนของมูลค่าการส่งออกสูงกว่า เครื่องนุ่งห่มมาตั้งแต่ปี 2550 อันเกิดจากสาเหตุ 2 ประการใหญ่ๆ ด้วยกัน กล่าวคือ

- 1) ประการแรก เกิดจากการรวมกลุ่มภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียนและการรวมกลุ่มการค้าอื่นๆ ที่มีความต้องการนำเข้าเส้นใย เส้นด้าย และผ้าผืน อันเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตเครื่องนุ่งห่มในกลุ่มอาเซียนคือ เวียดนาม ลาว กัมพูชา และพม่า ทำให้การส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยในอาเซียนขยายตัว เพิ่มขึ้น
- 2) ประการที่สอง ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย ได้มีการย้ายฐานการผลิตไปอยู่ในประเทศที่มีค่าแรงถูกกว่า อาทิเช่น ลาว ฯลฯ เพื่อลดต้นทุนในการผลิต คาดการณ์ว่าในปี 2554 แนวโน้มในการขยายตัวต่อการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย ยังน่าจะขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อาจจะไม่มากเท่าเมื่อเทียบกับปี 2553 คาดการณ์ว่ามูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยในปี 2554 จะมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 8,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 และมีการคาดการณ์ว่าตลาดอาเซียนจะเข้ามาเป็นคู่ค้าอันดับ 1 แทนที่สหรัฐอเมริกา

การส่งออกสินค้าประเภทต้นน้ำและกลางน้ำ ซึ่งได้แก่ เส้นใย เส้นด้าย และผ้าผืน ให้กับสมาชิกในภูมิภาคอาเซียน คาดว่าในปี 2554 มูลค่าการส่งออกสิ่งทอโดยรวมจะเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับปี 2553 จากสิทธิประโยชน์ของการเปิดการค้าเสรีระดับภูมิภาคหรือพหุภาคีของอาเซียน และอาจจะเกิดการลงทุนข้ามชาติ ทั้งการที่มีต่างชาติเข้ามาลงทุนในประเทศไทยหรือประเทศเพื่อนบ้าน อาทิเช่น ประเทศจีนมาลงทุนในประเทศเวียดนาม เพื่อใช้เป็นฐานการผลิตและ

ส่งออก และเพื่อให้ได้สิทธิแหล่งกำเนิดสินค้า หรือการที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปลงทุนในประเทศที่มีต้นทุนค่าจ้างแรงงาน ที่ต่ำกว่าในประเทศ เช่น พม่า ลาว และกัมพูชา เพื่อสร้างความได้เปรียบเทียบในเรื่องของต้นทุนแรงงาน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่ม คาดว่ามูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่มจะเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 5 เมื่อเทียบกับปี 2553

ปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลด้านลบต่อการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทย คือ

- 1) ราคาวัตถุดิบได้แก่ เส้นใยฝ้ายและใยสังเคราะห์ที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งเกิดจากภัยธรรมชาติ ทำให้พื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตฝ้ายลดลง ประกอบกับความต้องการบริโภคเส้นใยที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการลงทุนเพื่อเก็งกำไรของนักลงทุนในตลาด
- 2) ปัญหาค่าแรงงานที่ปรับตัวสูงขึ้น และการขาดแคลนแรงงานของอุตสาหกรรม เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาแรงงานจำนวนมาก แรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในต่างจังหวัดมักจะมีการลาออกในช่วงการเกษตร ทำให้ขาดแคลนแรงงาน อีกทั้งยังทำให้ขาดการพัฒนาทักษะของฝีมือแรงงาน
- 3) การแข็งค่าของค่าเงินบาท ทำให้บริษัทต่างๆ โดยเฉพาะบริษัทเล็กที่อาจจะต้องนำเครื่องมือทางการเงินมาช่วยในการป้องกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้น

## 2.6.2 การส่งออก และนำเข้า ในช่วงเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ 2554

### การส่งออก

สำหรับสถานการณ์ด้านการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยไปยังตลาดโลก ในรอบเดือน ม.ค.-ก.พ. 2554 ที่ผ่านมามีมูลค่ารวม 1,348.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แบ่งเป็นมูลค่าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอย่างละ 826.9 และ 521.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2553 ซึ่งทั้งนี้ ฝ้ายเป็นสิ่งที่มียอดส่งออกสูงสุดขณะที่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มที่มียอดการส่งออกสูงสุดสำหรับรอบเดือน ม.ค.-ก.พ. 2554 ที่ผ่านมามีมูลค่าที่ 2.1 โดยทั้งนี้หากพิจารณาเฉพาะยอดส่งออกของเดือน ก.พ.2554 จะพบว่ามียอดการขยายตัวร้อยละ 20.2 เมื่อเทียบกับเฉพาะเดือน ก.พ. 2553 และขยายตัวมากขึ้นร้อยละ 1.2 เมื่อเทียบกับยอดการส่งออกเดือนก่อนหน้านี้นี้ คือเดือน ม.ค.2554 แต่

ถ้าหากแยกพิจารณาเป็นประเภทสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแล้ว จะพบว่าในเดือน ก.พ.2554 สิ่งทอมียอดการส่งออกเพิ่มขึ้นจากเดือนม.ค.2554 ร้อยละ 2.7 ในขณะที่เครื่องนุ่งห่มกลับมียอดการส่งออกลดลงร้อยละ 1.0 ดังตารางที่ 2.3

### การนำเข้า

ด้านการนำเข้าจากตลาดโลก ไทยมีการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรวม 748.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แบ่งเป็นการนำเข้าสิ่งทอ 630.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และการนำเข้าเครื่องนุ่งห่ม 118.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.5 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ทั้งนี้ ด้ายและเส้นใย มีการนำเข้ามากที่สุดในส่วนของผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ขณะที่เสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องนุ่งห่มที่มีการนำเข้าสูงสุด ดังตารางที่ 2.2 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเทียบเฉพาะรอบเดือน ก.พ.2554 จะพบว่า มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 21.1 เมื่อพิจารณาเทียบแบบเดือนต่อเดือน กับ เดือน ก.พ.2553 ขณะที่กลับมีการขยายตัวลดลงถึงร้อยละ 13.3 เมื่อพิจารณาเทียบรายเดือนกับเดือนก่อนหน้า ซึ่งก็คือเดือน ม.ค.2554 โดยการนำเข้าสิ่งทอลดลงร้อยละ 14.6 และเครื่องนุ่งห่มนำเข้าลดลงร้อยละ 13.9 ตามลำดับ ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.1: มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

ผลิตภัณฑ์	มูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยไปยังตลาดโลก				มูลค่าล้านเหรียญสหรัฐฯ %การขยายตัว (ก.พ.53/ก.พ.54)
	2551	2552	2553	2554 (ม.ค.-ก.พ.)	
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	7,199.0	6,442.3	7,077.9	1,348.8	19.5
สิ่งทอ	3,694.4	3,481.3	4,472.0	826.9	29.0
- เส้นใยและเส้นด้าย	808.6	740.0	1,044.8	203.1	37.5
- ผ้าผืน	1,294.0	1,106.1	1,454.4	258.8	24.9
- เศษสิ่งทอ	361.5	322.0	365.5	65.5	15.4
- สิ่งทออื่นๆ	1,320.3	1,252.0	1,607.3	309.5	30.0
เครื่องนุ่งห่ม	3,505.2	2,961.0	3,205.9	521.9	7.1
- นิตยภัณฑ์สำเร็จรูป	3,086.4	2,598.3	2,780.6	456.0	7.8
- เครื่องนุ่งห่มอื่นๆ	418.8	362.7	425.1	65.9	2.6

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก <http://www.thaitextile.org/th>

ตารางที่ 2.2: มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

มูลค่าการนำเข้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยจากตลาดโลก					มูลค่าการค้ากับสหรัฐอเมริกา
ผลิตภัณฑ์	2551	2552	2553	2554	รายการภาษีศุลกากร
	(ล้านบาท)				(ก.พ. 53 / ก.พ. 54)
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	3,723.5	2,877.5	4,903.1	748.3	26.5
สิ่งทอ	3,186.0	2,372.4	3,370.0	639.2	30.5
- เสื้อโขนและเสื้อตัวนอก	1,807.3	1,188.8	1,755.5	370.3	44.1
- ผ้าผืน	1,578.7	1,202.8	1,814.5	259.9	15.0
เครื่องนุ่งห่ม	537.5	505.1	833.1	118.1	18.8
- เสื้อกั๊กผ้าใยบัว	268.5	270.1	338.1	60.4	8.1
- เครื่องนุ่งห่มอื่นๆ	269.0	235.0	295.0	57.7	9.6

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก <http://www.thaitextile.org/th>

ตารางที่ 2.3: สถิติการส่งออก นำเข้า สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

• ตลาดโลก



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก <http://www.thaitextile.org/th>

## 2.6.3 จำนวนโรงงาน เครื่องจักร และการจ้างงาน

### จำนวนโรงงาน

จำนวนโรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอมีการเปลี่ยนแปลงลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2546 โดยพบว่าในปี 2552 มีจำนวนโรงงาน 4,344 แห่ง เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของอุตสาหกรรมแล้วพบว่า อุตสาหกรรมทอผ้ามีจำนวนโรงงาน 598 แห่ง อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีจำนวนโรงงาน 2,458 แห่ง อุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์มีจำนวนโรงงาน 398 แห่ง ด้านอุตสาหกรรมปั่นด้ายนั้นเส้นใยสังเคราะห์มีจำนวนโรงงาน 150 แห่ง อุตสาหกรรมถักผ้าเส้นใยสังเคราะห์มีจำนวนโรงงาน 724 แห่ง และอุตสาหกรรมผ้าทอมือมีโรงงานเพียง 16 แห่ง ดังแสดงในรูปภาพที่ 2.7

รูปภาพที่ 2.7: จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทยปี 2552



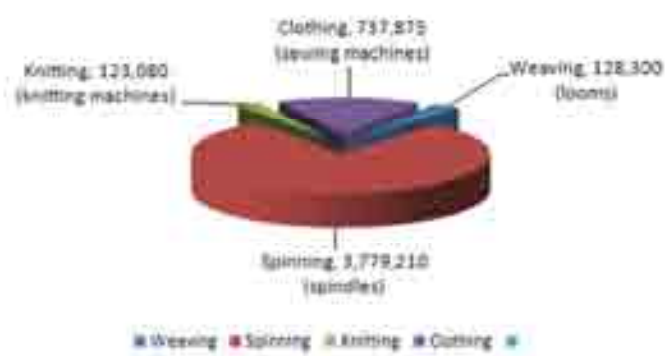
ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก <http://www.thaitextile.org/th>

### จำนวนเครื่องจักร

อุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยเครื่องจักรจำนวนมาก เพื่อใช้ในกระบวนการผลิต โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเส้นใยสังเคราะห์และปั่นด้าย ที่ส่วนใหญ่เป็นโรงงานขนาดใหญ่ และใช้ปัจจัยทุนในการผลิตสูง (Capital Intensive) ในขณะที่โรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปใช้เงินลงทุนในเครื่องจักรต่ำกว่า

ข้อมูลในปี 2552 พบว่า อุตสาหกรรมถักผ้ามีจำนวนเครื่องจักร 123,080 เครื่อง อุตสาหกรรมปั่นด้ายมีจำนวนเครื่องจักร 3,779,210 เครื่อง ส่วนอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และทอผ้ามีจำนวนเครื่องจักร 737,875 และ 128,300 เครื่องตามลำดับ ดังรูปภาพที่ 2.8

รูปภาพที่ 2.8: จำนวนเครื่องจักรในอุตสาหกรรมสิ่งทอประเภทต่างๆ ของประเทศไทยปี 2552



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก <http://www.thaitextile.org/th>

## การจ้างงาน

อุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานสูงที่สุดในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอของไทย โดยในปี 2552 มีการจ้างงานสูงถึง 1,045,205 คน ดังรูปภาพที่ 2.9 ที่ผ่านมการจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอคิดเป็นประมาณร้อยละ 20 ของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมหรือคิดเป็นร้อยละ 3ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ แต่เมื่อสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำลง จำนวนการจ้างงานก็ลดลงมาตามลำดับ การบริโภคโดยรวมลดลง ส่งผลให้การผลิตสิ่งทอลดลง และโรงงานต้องปิดกิจการลงเป็นจำนวนมาก และผลที่ตามคือ การจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยต้องลดลงตามไปด้วย ซึ่งจากปี 2546 มีการจ้างงานสูงถึง 1,083,000 คน

รูปภาพที่ 2.9: จำนวนการจ้างงานในสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทยปี 2552



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก <http://www.thaitextile.org/th>

#### 2.6.4 การตลาดของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

จากรายงานของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ได้แบ่งตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็น 2 ประเภท คือ (1) ตลาดในประเทศ และ (2) ตลาดต่างประเทศ โดยได้แบ่งตลาดทั้งสองประเภทดังกล่าวเป็น 3 ระดับคือ ตลาดระดับบน ระดับกลาง และระดับล่าง

- 1) ตลาดในประเทศ ตลาดในประเทศระดับบนและกลางส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ซื้อลิขสิทธิ์ กลุ่มผู้สร้างแบรนด์เนมของตัวเอง และกลุ่มผู้นำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศ เนื่องจากกำลังการซื้อของคนไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา และการลดภาษีนำเข้าเครื่องนุ่งห่มตามข้อตกลงอาฟต้า และองค์การการค้าโลก ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภค และรสนิยมการใช้เสื้อผ้าของคนไทยมีความเป็นสากลมากขึ้น โดยคำนึงถึงคุณภาพ และเน้นการออกแบบมากขึ้น ทำให้ตลาดระดับนี้มีศักยภาพในการขยายตัวสูง แต่ปัจจัยทางเศรษฐกิจจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านภาษี ด้านสาธารณูปโภค และวัตถุดิบต่างๆ เพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิต สูงขึ้น ในขณะที่ภาวะเงินเฟ้อก็มีแนวโน้มสูงขึ้น ตลาดระดับล่าง ส่วนใหญ่จะเป็นการเลียนแบบจากตลาดระดับบนและกลาง ตลาดระดับนี้มีมูลค่าตลาดสูง และมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นรายย่อย และมีจำนวนมาก ทำให้ภาวะการแข่งขันในตลาดสูง โดยเฉพาะการแข่งขันทางด้านราคา อีกทั้งปัจจุบันมีเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศศรีลังกา จีน และอินเดีย เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในไทยมากขึ้น โดยอาศัยความได้เปรียบด้านราคา ทำให้เสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยประสบปัญหา ทั้งด้านการ



แข่งขัน และต้นทุนการผลิตที่สูง ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาถูกลงจากต่างประเทศ

- 2) ตลาดต่างประเทศ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย มีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลาดระดับบนและกลาง ความต้องการเสื้อผ้าในตลาดระดับนี้มีอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งตลาดส่งออกส่วนใหญ่ของไทย คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา และกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป ซึ่งประเทศเหล่านี้เป็นตลาดในโควตา ส่วนตลาดนอกโควตา คือ ประเทศญี่ปุ่น ข้อได้เปรียบของประเทศไทย คือ มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำสำหรับการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับบนและกลาง ดังนั้น ผู้ผลิตจึงควรมีการปรับตัว ทั้งทางด้านคุณภาพ การออกแบบ และการสร้างความหลากหลายของสินค้า รวมทั้งทำการตลาดในเชิงรุกมากขึ้น นอกจากนี้ควรมีการผลิตและส่งมอบสินค้าได้ตรงความต้องการของผู้สั่งด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้พร้อมรับกับข้อตกลงขององค์การการค้าโลกตามนโยบายการค้าเสรีทำให้สินค้ามีราคาถูกลงโดยเปรียบเทียบกรณีตลาดระดับล่างนั้น ปัจจุบันประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก เนื่องจากมีประเทศคู่แข่งมากขึ้น อีกทั้งปัญหาต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งเช่น จีน อินเดียเซีย และเวียดนาม ซึ่งประเทศเหล่านี้มีต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะค่าแรงงานที่ต่ำกว่าไทยประมาณ 3 เท่า ซึ่งตลาดระดับนี้เน้นการแข่งขันด้านราคามากกว่าคุณภาพ ทำให้ไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศเหล่านี้ได้ นอกจากนี้การส่งออกของตลาดในระดับล่างจึงมีแนวโน้มลดลงในอัตราร้อยละ 5-10 การที่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยยังต้องการรักษาตลาดระดับล่างนี้ไว้ คงต้องพิจารณาถึงการย้ายฐานการผลิตไปยังแหล่งที่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตด้วย

#### 2.6.5 การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย

การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยตามแบบจำลองของ Michael E. Porter เพื่อวิเคราะห์ถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม โดยชโยดม สมชนก และอักษรภาค (2546) ได้ข้อสรุปดังนี้

เงื่อนไขปัจจัยด้านการผลิต

- 1) ทรัพยากรธรรมชาติ กระบวนการผลิตอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำมีการพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้าเป็นส่วนใหญ่ โดยในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนั้น ต้องพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้าที่สูงมากในรูปของฝ้าย และผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี ที่นำมาใช้ในการผลิตเส้นใยสังเคราะห์ต่อไป รวมทั้งยังต้องนำเข้าสารเคมีที่ใช้ในการฟอกย้อม โดยเฉพาะที่มีคุณภาพสูง
- 2) ทรัพยากรบุคคล ประเทศไทยขาดแคลนนักออกแบบที่มีคุณภาพ นักออกแบบในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยนั้นนับว่ายังมีจำนวนจำกัดอยู่มากและมีนักออกแบบของไทยจำนวนไม่มากนักที่เข้าใจรสนิยมและความต้องการของชาวตะวันตกอย่างแท้จริง ทำให้ผู้ประกอบการของไทยต้องเป็นผู้รับจ้างผลิตมากกว่าที่จะทำการผลิตโดยมีแบบเป็นของตนเอง ในขณะที่อุตสาหกรรมปลายน้ำมีบุคคลากรในการผลิตที่มีความสามารถและคุณภาพที่เพียงพอ ประเทศไทยมีแรงงานที่มีฝีมือและความประณีตสูงเป็นจำนวนมากซึ่งเหมาะสมกับอุตสาหกรรมปลายน้ำในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น และต้องเป็นแรงงานที่มีฝีมือ
- 3) โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าเทคโนโลยีขั้นสูงอยู่มาก และในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มยังต้องนำเข้าเทคโนโลยีทางด้านวัสดุศาสตร์ และเทคนิคการฟอกย้อม

### เงื่อนไขด้านอุปสงค์หรือความต้องการ

- 1) ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ โดยอุปสงค์ภายในประเทศสำหรับสินค้าระดับต่ำเนื่องจากอุปสงค์ภายในประเทศสำหรับสินค้าระดับบนมีขนาดจำกัด ทำให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยจึงไม่พัฒนาเท่าที่ควร
- 2) ลักษณะของอุปสงค์ในประเทศ ซึ่งลักษณะของอุปสงค์ภายในประเทศไม่มีความพิถีพิถัน ยกเว้นกลุ่มลูกค้าในกลุ่มสินค้าดั้งเดิม โดยทั่วไปลูกค้าชาวไทยมักเลือกซื้อสินค้าแฟชั่นอย่างเครื่องนุ่งห่ม โดยอ้างอิงจากแฟชั่นตะวันตกเป็นหลัก มีเพียงสินค้าบางประเภทที่พัฒนามาจากความต้องการของคนไทยอย่างแท้จริง เช่น ผ้าไหม พลอยสี เป็นต้น นอกจากนี้เวลาคนไทยเลือกซื้อสินค้ามักไม่ค่อยพิถีพิถันมากนัก แต่จะพิจารณาจากราคาเป็นหลัก หรือกล่าวได้ว่าความต้องการภายในประเทศไม่ได้สร้างแรงจูงใจให้อุตสาหกรรมของไทยผลิตสินค้าหลากหลายประเภท

### อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

- 1) ความร่วมมือภายในอุตสาหกรรม โดยความร่วมมือในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นยังขาดความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม มีลักษณะและขั้นตอนมาก และแต่ละขั้นตอนก็ต้องการเงินลงทุนสูง โดยเฉพาะอุตสาหกรรมต้นน้ำ จึงทำให้มีเพียงไม่กี่บริษัทที่มีกิจกรรมครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ และเนื่องจากการขาดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการที่อยู่ในอุตสาหกรรมขั้นตอนต่างๆ จึงทำให้มีความขัดแย้งกันอยู่บ่อยๆ
- 2) ความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุน พบว่าอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศยังไม่เข้มแข็ง ทำให้ต้องพึ่งพาต่างประเทศสูง ในอุตสาหกรรมต้นน้ำ และกลางน้ำของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มนั้น พบว่าการนำเข้าเครื่องจักรในการปั่นด้าย ทอผ้า และถักผ้าสูงมาก

### บริบทของกลยุทธ์ทางธุรกิจและการแข่งขัน

- 1) กลยุทธ์ทางการแข่งขัน อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มขาดการเน้นกลยุทธ์ทางการตลาด เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่เป็นผู้รับจ้างผลิต เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้รับจ้างผลิต ไม่มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง จึงทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดแรงจูงใจที่จะใช้กลยุทธ์เชิงรุก และขาดการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ในการหาลูกค้าเพราะไม่เห็นความจำเป็นของการออกแบบและมีตราสินค้าเป็นของตนเอง
- 2) ระดับความเข้มข้นของการแข่งขันในอุตสาหกรรม ในบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมมีระดับการแข่งขันด้านราคาเข้มข้น โครงสร้างอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งผู้ประกอบการเหล่านี้มักเป็นผู้รับจ้างผลิตให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ จึงทำให้การแข่งขันมีความเข้มข้นในระดับสูง แต่เป็นการแข่งขันตัดราคามากกว่าการเพิ่มคุณภาพ เพราะคุณภาพนั้นถูกกำหนดโดยผู้ว่าจ้างอยู่แล้ว ดังนั้นจึงทำให้การพัฒนาแฟชั่นของไทยยังล้าหลังประเทศอื่นอยู่มาก ในบริษัทขนาดใหญ่มีระดับการแข่งขันต่ำ เนื่องจากมีการแบ่งแยกตลาดที่ชัดเจน โดยทั่วไปแล้ว บริษัทขนาดใหญ่ (ซึ่งมีจำนวนไม่มากในอุตสาหกรรมปลายน้ำ) จะมีการแบ่งแยกตลาดที่ค่อนข้างชัดเจน คือแต่ละบริษัทก็มีความชำนาญในการผลิตสินค้าเฉพาะอย่าง และมีลูกค้าที่ไม่ทับซ้อนกับบริษัทอื่น เช่น อุตสาหกรรมเครื่องประดับ ส่วนในอุตสาหกรรมเสื้อผ้า นั้น บริษัทขนาดใหญ่ที่มีตราสินค้าเป็นของตนเอง ก็มีการแข่งขันในระดับที่ไม่สูงมากนัก เนื่องจากสินค้ามีภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่แตกต่างกัน

### บทบาทของรัฐบาล

นโยบายภาษีไม่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมต้นน้ำ โดยอัตราภาษีอากรขาเข้าวัตถุดิบสูง ทั้งๆ ที่ยังต้องพึ่งพาวัตถุดิบนำเข้า โดยวัตถุดิบหลักและส่วนประกอบของสินค้าของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย ยังมีอัตราภาษีนำเข้าในอัตราที่สูงเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ก่อให้เกิดความเสียเปรียบทางการแข่งขันสำหรับผู้ผลิตสินค้าสำเร็จรูปเหล่านี้ เช่น ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อัตราภาษีนำเข้าผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีของไทยอยู่ในระดับที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในเขตการค้าเสรีอาเซียนด้วยกัน

โดยสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องรวมถึงแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้นเป็นปัจจัยทางด้านความได้เปรียบที่เกิดขึ้นตามทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศที่แสดงถึงความได้เปรียบในแง่มุมมองต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นปัจจัยภายนอกการควบคุมของบริษัท มีเพียงงานวิจัยบางชิ้นเท่านั้นที่เสนอมุมมองเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการภายใน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มองในมุมมองของการจัดการภายในองค์กรว่า น่าจะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ ทั้งนี้หากการศึกษาครั้งนี้พบความสัมพันธ์ตามที่ระบุจริง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะมีประโยชน์ในเชิงรูปธรรม เนื่องจากปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่บริษัทสามารถสร้างขึ้น หรือปรับเปลี่ยนเองได้

## บทที่ 3

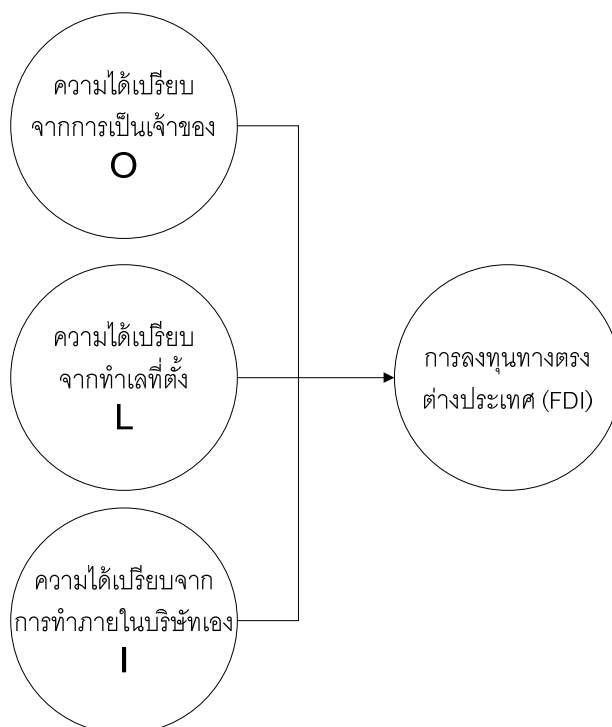
### กรอบของการวิจัย

#### 3.1 ปัญหาของการวิจัย (Research Questions)

##### 3.1.1 ที่มาของปัญหาการวิจัย

จากการศึกษางานวรรณกรรมในอดีตที่เกี่ยวข้องรวมถึงแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องซึ่งอ้างถึงในบทที่ 2 ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย สาเหตุที่สนใจแนวโน้มการลงทุนเนื่องจากปัจจุบันบริษัทอยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีจำนวนน้อยมากที่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ทำให้ไม่สามารถศึกษาด้านปริมาณการลงทุนทางตรงในต่างประเทศได้โดยตรง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้หยิบยกทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ (Dunning, 1980) ที่กล่าวถึงความได้เปรียบสามประการที่จะทำให้เกิดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ มาเป็นทฤษฎีหลักในการอธิบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ทั้งนี้ความได้เปรียบสามประการของ Dunning สามารถสรุปออกมาเป็นแผนภาพดังรูปภาพที่ 3.1

รูปภาพที่ 3.1 ตัวแบบการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ของ Dunning



ทั้งนี้ตามที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 เมื่อนำมาพิจารณาปัจจัยต่างๆของบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยแล้วนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจต่อปัจจัยทั้งสามประการดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านข้อได้เปรียบที่เกิดขึ้นจากทำเลที่ตั้ง (Location Advantage) จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบริษัทมีการแสวงหาทำเลที่จะลงทุนในต่างประเทศ และเนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานสูง ดังนั้นความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่เกิดจากทำเลที่ตั้งนั้นคือ การแสวงหาทำเลที่มีค่าแรงงานต่ำและมีฝีมือดี ทั้งนี้เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งบนพื้นฐานของอุตสาหกรรมเดียวกันแล้ว ผู้วิจัยมีความเห็นว่าความได้เปรียบจากทำเลที่ตั้งที่จะเกิดขึ้นเมื่อบริษัทแสวงหาทำเลนั้นมีความได้เปรียบที่ไม่มีความแตกต่างกันในทุกบริษัทในอุตสาหกรรมนี้ ทำให้ผู้วิจัยยกเว้นการศึกษาตัวแปรด้านข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง
- 2) ปัจจัยด้านข้อได้เปรียบจากการทำภายในบริษัทเอง (Internalization Advantage) เมื่อพิจารณาในมุมมองของทั้งอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้น จะพบว่าความได้เปรียบการทำภายในบริษัทเองนั้นมีความคล้ายคลึงกัน ได้แก่ การลดความเสี่ยงในด้านต่างๆของบริษัท การสงวนไว้ซึ่งความรู้ของบริษัท รวมถึงความไม่ต้องการถ่ายทอดความรู้ ความสามารถ

ให้แก่บริษัทอื่นๆ นอกจากนี้ Anastassopoulos และ Traill (1998) ยังกล่าวไว้ว่า ข้อได้เปรียบจากการทำภายในบริษัทเองนั้นยากที่ทำการวัด ซึ่งในหลายๆ ครั้ง ข้อได้เปรียบนี้มักจะถูกยกเว้นไว้ในการคำนวณ ทำให้ผู้วิจัยยกเว้นการศึกษาตัวแปรความได้เปรียบจากการทำภายในบริษัทเองไว้ด้วยเช่นกัน

- 3) ปัจจัยด้านข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 2 แล้วว่า ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของนั้นประกอบไปด้วยสองส่วน คือ หนึ่ง ข้อได้เปรียบจากการสภาวะภายนอกที่บริษัท ดำเนินการอยู่ โดยเมื่อพิจารณาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยแล้วนั้น จะเห็นเด่นชัดเลยว่าข้อได้เปรียบเหล่านี้ ทุกบริษัทที่อยู่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่ตั้งอยู่ในประเทศไทยจะมีข้อได้เปรียบเหล่านี้เหมือนๆ เช่น นโยบายสนับสนุนจากรัฐบาล สาธารณูปโภคพื้นฐาน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการตลาดในประเทศ เป็นต้น ส่วนข้อได้เปรียบที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบริษัท และเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยสนใจจะศึกษา คือ ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่บริษัทสร้างขึ้นมาเอง เช่น เทคโนโลยี ความสามารถขององค์กร เงินทุน ตราสินค้า เป็นต้น ซึ่งข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่บริษัทสร้างขึ้นมาเองนั้นจะทำให้แต่ละบริษัทมีความแตกต่างกัน และน่าจะเป็นปัจจัยที่ทำให้แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของแต่ละบริษัทแตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจมีความสนใจพิเศษสำหรับปัจจัยด้านความสามารถในการจัดการของบริษัท (Wee, 2007) ว่าจะจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงให้แต่ละบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยมีความแตกต่างกัน และมีแนวโน้มในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศที่แตกต่างกัน



### 3.1.2 ปัญหาของการวิจัย

จากที่มาของปัญหาการวิจัยสามารถสรุปเป็นปัญหาการวิจัยได้ดังนี้

- 1) ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีข้อได้เปรียบของการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่บริษัทสร้างขึ้นเองระดับใด
- 2) ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในระดับใด
- 3) ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่บริษัทสร้างขึ้นเองเป็นปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยมีแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศใช่หรือไม่

### 3.2 ที่มาของสมมุติฐานการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ของความสามารถในการจัดการกับแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนทางตรงนั้นต่างประเทศนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการจัดการของบริษัทเพื่อพิสูจน์ว่าปัจจัยด้านใดของบริษัทที่มีผลต่อแนวโน้มจากลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ทั้งนี้จากการรวบรวมวรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องนั้น Dunning ได้เสนอแนะเกี่ยวกับข้อได้เปรียบทั้งสามประการของอุตสาหกรรมต่างๆ โดยเมื่อพิจารณาข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะพบว่า มีปัจจัยดังนี้

- 1) เงินทุน (Capacity)
- 2) เทคโนโลยี (Technology)
- 3) การจัดการและทักษะองค์กร (Management and Organization skill)
- 4) ความสามารถส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆ (Surplus R&D and Other Capacity)
- 5) การประหยัดเชิงขนาด (Economy of Scale)
- 6) ตราสินค้า (Trade marks)
- 7) การเข้าถึงตลาด (Access to Market)

ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นข้อได้เปรียบที่ Dunning (1980) แนะนำไว้ดังรูปภาพที่ 3.2

รูปภาพที่ 3.2: The Determinants of International Production

The Determinants of International Production				
Type of International Production	Ownership Advantages	Location Advantages	Internalization Advantages	Illustration of types of activity which favor MNCs
1. Resource-based	Capital, technology, access to markets	Presence of resources	To ensure stability of supply at right price. Control of markets	Oil, copper, tin, zinc, bananas, pineapples, cocoa, tea
2. Import substituting manufacturing	Capital, technology, management and organizational skills; surplus r & d & other capacity, economies of scale; Trade marks	Material & labor costs, markets, government policy (with respect to barrier to imports, investment incentives, etc.)	Wish to exploit technology advantages, High transaction or information costs, Buyer uncertainty, etc.	Computers, pharmaceuticals, motor vehicles, cigarettes
3. Export platform manufacturing	As above, but also access to markets	Low labor costs incentives to local production by host governments.	The economies of vertical integration	Consumer electronics, textiles & clothing, cameras, etc.
4. Trade & Distribution	Products to distribute	Local markets. Need to be near customers. Alternative marketing, etc.	Need to secure sales outlets & to protect company's base	A variety of goods—particularly those involving close relationships with consumers
5. Ancillary services	Access to markets (in the case of other foreign investors)	Markets	Broadly as for 2/4	Insurance, banking & consultancy services
6. Miscellaneous	Variety—but include geographical diversification (airlines & hotels)	Markets	Various (see above)	Various kinds (a) Portfolio investment—properties (b) Whose equities have high growth potential (airlines & hotels)

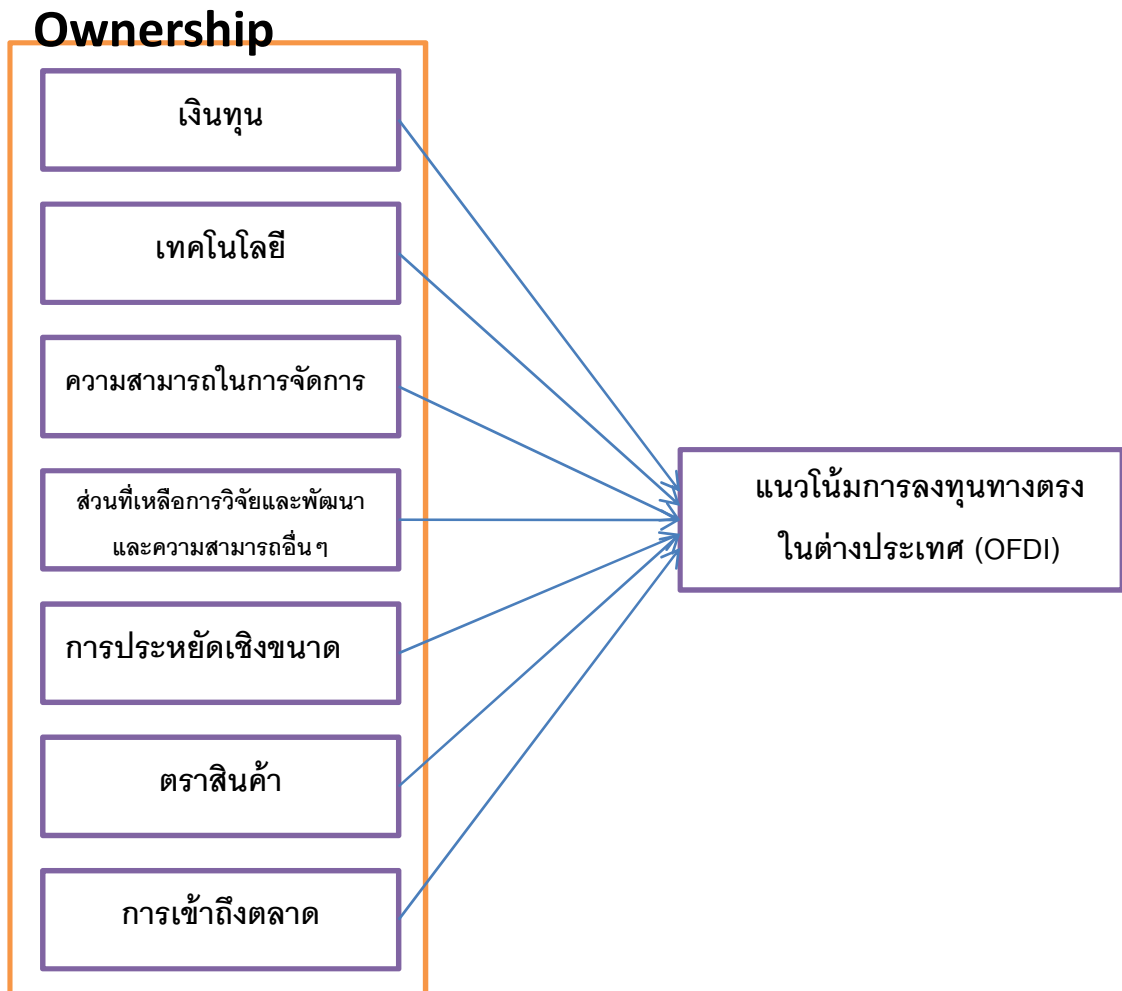
ที่มา: Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests (Dunning, 1980)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานเบื้องต้นตามทฤษฎีของ Dunning (1980) แต่เนื่องจากสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยนั้น อาจจะมีแตกต่างกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศอื่นๆ ทำให้ผู้วิจัยได้ออกแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกขึ้นเพื่อใช้ในการตัดตัวแปรที่คาดว่าไม่น่าจะมีผลกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้นจะเป็นการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญของอุตสาหกรรม ได้แก่ เจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูงของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย รวมถึงนายกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย เพื่อตัดปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยออกไปจากสมมุติฐานเบื้องต้น

### 3.3 ตัวแบบเบื้องต้นของงานวิจัย (Initial Research Model)

ผู้วิจัยได้สร้างตัวแบบเบื้องต้นของงานวิจัยดังรูปภาพที่ 3.3

รูปภาพที่ 3.3 อิทธิพลของข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่บริษัทสร้างขึ้น  
ต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



### 3.4 สมมุติฐานการวิจัย

เนื่องจากการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เงินทุนในการลงทุนเป็นจำนวนหนึ่ง ทำให้บริษัทต่างๆ จำเป็นต้องมีแหล่งเงินทุนในการลงทุนในต่างประเทศ จากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา Dunning (1980) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของว่ามีความเกี่ยวข้องกับเงินทุน ทำให้ผู้วิจัยกำหนดสมมุติฐานข้อที่ 1 ดังนี้

สมมุติฐานที่ 1: เงินทุนมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

นอกจากนี้เทคโนโลยียังเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องที่จะช่วยทำให้บริษัทต่างๆ นั้นมีความสามารถเหนือคู่แข่งจากการที่บริษัทมีการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีจากต่อเนื่องจะ ทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขัน โดยสามารถผลิตสินค้าที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง รวมถึงมีคุณภาพในการตัดเย็บ การผลิตที่ดีกว่า ทำให้สมมุติฐานข้อที่ 2 คือ

สมมุติฐานที่ 2: เทคโนโลยีของบริษัทมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

ความสามารถในการจัดการมีส่วนช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถบริหารงานตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยเฉพาะการมีหัวหน้างาน ผู้จัดการ ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถ จะช่วยให้บริษัทนั้นมีความสามารถในการจัดการสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลา ทำให้สมมุติฐานข้อที่ 3 นั้นเชื่อว่าความสามารถในการจัดการของแต่ละบริษัทจะส่งผลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศดังนี้

สมมุติฐานที่ 3: ความสามารถในการจัดการมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

การวิจัยและพัฒนา เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืนของบริษัท โดยบริษัทจำนวนมาก ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีการวิจัยและพัฒนาอย่างไม่มากนัก ทำให้บริษัทที่มีการวิจัยและพัฒนา สามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่างไป ส่งผลให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มากกว่าและมีรายได้มากกว่า ซึ่งทำให้บริษัทเหล่านี้มีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าบริษัท อื่นๆ ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมุติฐานในข้อที่ 4 ดังนี้

สมมุติฐานที่ 4: ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆ มีอิทธิพลต่อแนวโน้ม การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

อุตสาหกรรมการผลิตนั้น ต้นทุนการผลิตถือเป็นต้นทุนส่วนที่ใหญ่ที่สุด ทำให้บริษัทต่างๆ นั้นให้ความสำคัญกับการควบคุมการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนี้บริษัทที่มีขนาดใหญ่ นั้นจะผลิตได้จำนวนมาก ส่งผลให้ต้นทุนต่ำกว่าบริษัทที่มีการผลิตในปริมาณน้อยกว่า ทำให้บริษัท เหล่านี้จะสามารถแข่งขันด้านราคาได้มากกว่า ดังนั้นสมมุติฐานข้อที่ 5 คือ

สมมุติฐานที่ 5: การประหยัดเชิงขนาดมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

ตราสินค้าจะเป็นส่วนที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการของบริษัท เนื่องจาก ตราสินค้านั้นจะสร้างการรับรู้ และจดจำ จนไปถึงความจงรักภักดีของลูกค้าต่อบริษัท ทำให้บริษัทสามารถใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายได้ ทั้งนี้จึงเกิดเป็นสมมุติฐานที่ 6 ของ งานวิจัยดังนี้

สมมุติฐานที่ 6: ตราสินค้ามีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

ความสามารถในการเข้าถึงตลาดใหม่ๆ จะสร้างโอกาสให้กับบริษัทในการขยายฐานลูกค้า ทำให้บริษัทมียอดขายที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังช่วยกระจายความเสี่ยงจากยอดขายที่ซบเซาจาก ลูกค้าเดิม ดังนั้นสมมุติฐานข้อที่ 7 ได้แก่

สมมุติฐานที่ 7: การเข้าถึงตลาดมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

### 3.6 ตัวแปรของงานวิจัย (Research Variable)

ในหัวข้อนี้จะแสดงตัวแปรต่างๆที่ใช้ในงานวิจัย และอธิบายคำจำกัดความเชิงนามธรรม (Conceptual definition) รวมถึงตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization) ดังนี้

ตัวแปร	คำจำกัดความเชิงนามธรรม (Conceptual definition)	ตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization)
แนวโน้มการลงทุน ทางตรงใน ต่างประเทศ (Tendency of Outward FDI)	ระดับที่บริษัทเข้าไปมีส่วน เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรง ในต่างประเทศ	1) ช่วงเวลาที่จะไปลงทุนทางตรงใน ต่างประเทศในอนาคต 2) สัดส่วนของการถือหุ้นในการลงทุน ทางตรงในต่างประเทศในอนาคต
เงินทุน (Capital)	เงินตราที่ธุรกิจจัดหามาเพื่อ นำมาใช้ในการดำเนินกิจการ	1) ทุนจดทะเบียน (บาท) 2) สินทรัพย์รวม (บาท) 3) รายได้ต่อปีของบริษัท (บาท) 4) กำไรต่อปีของบริษัท (บาท)
เทคโนโลยี (Technology)	ความรู้ทางด้านเทคนิคต่างๆที่ ธุรกิจจัดหามาใช้เพื่อดำเนิน กิจการ	1) ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
ความสามารถใน การจัดการ (Managerial Capabilities)	การที่บริษัทมีทรัพยากรทางการ จัดการที่เพียงพอและมีคุณภาพ	1) จำนวนผู้บริหารทั้งหมด (คน) 2) จำนวนผู้จัดการทั้งหมด (คน) 3) ประสิทธิภาพทำงานโดยเฉลี่ยของ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท (ปี) 4) ประสิทธิภาพทำงานโดยเฉลี่ยของ ผู้จัดการของบริษัท (ปี) 5) สัดส่วนรายได้ต่อจำนวนผู้บริหาร 6) ) สัดส่วนกำไรต่อจำนวนผู้บริหาร 7) สัดส่วนรายได้ต่อจำนวนผู้จัดการ 8) สัดส่วนกำไรต่อจำนวนผู้จัดการ

ตัวแปร	คำจำกัดความเชิงนามธรรม (Conceptual definition)	ตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization)
ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆ (Surplus R&D and Other Capacity)	ความสามารถในการวิจัยเพิ่มเติมและความสามารถอื่นๆที่เกี่ยวข้อง	1) งบประมาณส่วนเหลือในการวิจัยและพัฒนา 2) งบประมาณส่วนเหลือที่ตั้งไว้เพื่อการอบรมและพัฒนาบุคลากร
การประหยัดเชิงขนาด (Economy of scale)	ความสามารถในการทำให้ต้นทุนต่ำลงเมื่อมีปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น	1) สัดส่วนต้นทุนสินค้าต่อยอดขาย
ตราสินค้า (Trade Marks)	ตราที่ห่อของผลิตภัณฑ์ที่ตั้งขึ้นมาสำหรับสินค้าโดยเฉพาะเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า	1) ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและโฆษณาต่อปีของบริษัท
การเข้าถึงตลาด (Access to Market)	การมีฐานลูกค้าอยู่ในตลาดต่างประเทศ	1) จำนวนประเทศคู่ค้าต่างชาติ 2) จำนวนบริษัทที่เป็นคู่ค้าต่างชาติ

## บทที่ 4

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัยที่ผู้วิจัยได้ยึดถือเป็นแนวทางโดยการวิจัยข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของที่มีผลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยนั้นเป็นการใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เป็นหลัก โดยเน้นการเก็บข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตามเพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้นำการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพมาเป็นส่วนประกอบหนึ่งของการวิเคราะห์ ซึ่งกระบวนการเก็บข้อมูลและการดำเนินงานวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 4.1 แหล่งข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดแหล่งข้อมูลที่จะทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยผู้วิจัยโดยตรง โดยผู้วิจัยออกแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยเพื่อคัดเลือกปัจจัยที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ทั้งนี้ผู้วิจัยเชื่อว่าลักษณะของธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยมีความแตกต่างจากประเทศอื่นๆ เพื่อปรับปรุงตัวแบบตั้งต้นของงานวิจัยให้มีความเหมาะสม ในการตั้งสมมุติฐานและเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป
- 2) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยพัฒนาแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆขององค์กร และแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยมีการทดสอบแบบสอบถามเพื่อวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามด้วยกระบวนการทางสถิติจากนั้นจะส่งแบบสอบถามไปให้หน่วยตัวอย่างที่ถูกเลือกจากประชากรด้วยกระบวนการทางสถิติ



เพื่อให้แน่ใจได้ว่า หน่วยตัวอย่างเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรจากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้จาก หน่วยตัวอย่างมาประมวลผลด้วยกระบวนการทางสถิติต่อไป

## 4.2 ประชากรในการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกประชากรในการวิจัยคือ บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรม เครื่องนุ่งห่มที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นประชากร สาเหตุที่เลือกเพียงอุตสาหกรรมเดียว เนื่องจาก อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานสูง (Labor intensive) โดยปัจจุบันค่าแรงงานในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อต้นทุนที่สูงขึ้น บริษัทต่างๆพยายามมองหาความสามารถในการแข่งขันโดยการลดต้นทุน และการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเป็นทางเลือกของบริษัทในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากสาเหตุประการแรกแล้วนั้นบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยมีศักยภาพในลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ ทำให้ผู้วิจัยเลือกบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมาเป็นประชากรในการวิจัยครั้งนี้

โดยประชากรในการศึกษาคือ บริษัทที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์และจัดอยู่ในหมวดอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องแต่งกายรวมทั้งการตกแต่งและย้อมสีขนสัตว์ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5,239 บริษัท

## 4.3 กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

ถึงแม้ว่าประชากรของงานวิจัยนี้จะเป็นประชากรที่ผู้วิจัยทราบขนาดของประชากร ซึ่งโดยปกติแล้วนั้นหากทราบขนาดของประชากร เทคนิคการเลือกตัวอย่างที่เหมาะสมคือ การเลือกตัวอย่างด้วยวิธีชั้นภูมิ แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของข้อมูลเชิงลึกของบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ทำให้ผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูลจนได้รับข้อมูลเชิงลึกจากสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (*Thai Garment Manufacturers Association: TGMA*) ดังนั้นการเลือกตัวอย่างในงานวิจัยนี้จึงใช้วิธีเลือกตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) กล่าวคือ ผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยซึ่งมีจำนวนสมาชิกในปัจจุบันทั้งสิ้น 383 บริษัท

#### 4.4 ขนาดตัวอย่าง

จากจำนวนประชากรดังกล่าวได้นำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากทฤษฎีการคำนวณขนาดแบบมีความน่าจะเป็นของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น .95

$$\text{ขนาดตัวอย่าง } n = N / (1 + Ne^2)$$

โดย	n	คือ จำนวนตัวอย่าง หรือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ จำนวนประชากร หรือ ขนาดของประชากร
	E	คือ ความคาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (Sampling error)

งานวิจัยนี้มีประชากรทั้งสิ้น 5,239 บริษัท กำหนดความเชื่อมั่นของการสุ่มตัวอย่าง 95% จึงกำหนดให้มีความคาดเคลื่อนที่ระดับ .05 แทนค่าสูตรได้ดังนี้

$$n = 5,239 / (1 + 5,239 (0.05^2))$$

$$n = 5,239 / 14.0975$$

$$n = 372.1 \text{ หรือประมาณ } 373$$

ดังนั้นจึงได้จำนวนตัวอย่างตามทฤษฎีของยามาเน่จำนวน 373 บริษัท แต่ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยสามารถหาได้มีจำนวนทั้งสิ้น 383 บริษัท ซึ่งมากกว่าจำนวนที่คำนวณได้ตามทฤษฎี ผู้วิจัยเลือกหน่วยตัวอย่างทั้งหมดมาเป็นหน่วยตัวอย่าง จึงทำให้ขนาดตัวอย่างของงานวิจัย n = 383 บริษัท

#### 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เจ้าของกิจการ หรือผู้ถือหุ้นใหญ่ หรือผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ซึ่งเป็นผู้มีหน้าที่หลักในการกำหนดวัตถุประสงค์ และทิศทางการดำเนินงานของบริษัท

## 4.6 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการวิจัย (Research Instrument) ที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย ดังนี้

- 1) คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) ผู้วิจัยได้เลือกสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัทสิ่งทอของประเทศไทย โดยเลือกตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 3 บริษัท โดยสัมภาษณ์เจ้าของกิจการ หรือผู้บริหารระดับสูงที่มีอำนาจกำหนดทิศทางขององค์กร เพื่อระบุข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย
- 2) แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบสอบถามถูกเลือกเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากหน่วยตัวอย่าง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกิจการ ปัจจัยด้านข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ แนวโน้มลงทุนทางตรงในต่างประเทศ และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

## 4.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย ซึ่งข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ได้มาจาก 2 ส่วน คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม และข้อมูลทางการเงินจาก Business Online

### 4.7.1 การสัมภาษณ์เจาะลึก (Depth Interview)

การสัมภาษณ์เจาะลึกจะเป็นการสัมภาษณ์ถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย โดยเน้นหัวข้อการสัมภาษณ์ไปที่ปัจจัยที่มีความสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจว่าประกอบด้วยปัจจัยใดบ้าง และปัจจัยเหล่านั้นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในรูปแบบของการลงทุนทางตรงหรือไม่ ทั้งนี้คำถามในการสัมภาษณ์ได้ทำการทดสอบคำถาม (Pre-Test) จากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ก่อนที่จะนำมาปรับปรุง จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำคำถามเหล่านี้ไปสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกเลือกให้เป็น

ตัวแทนของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมซึ่งประกอบด้วย นายกสภาคอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย และผู้บริหารของบริษัทชั้นนำในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

#### 4.7.2 การเก็บข้อมูลทางการเงินของหน่วยตัวอย่าง

เนื่องจากงานวิจัยนี้มีตัววัดเชิงรูปธรรมที่เป็นข้อมูลทางการเงิน โดยผู้วิจัยสามารถหาข้อมูลทางการเงิน ที่อยู่ในงบการเงินของหน่วยตัวอย่างได้จากการสืบค้นข้อมูลจาก Business Online: [www.bol.co.th](http://www.bol.co.th) ที่ห้องสมุด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยข้อมูลทางการเงินที่ต้องการมีดังนี้

- |                                      |                        |
|--------------------------------------|------------------------|
| 1) ทุนจดทะเบียน (บาท)                | ซึ่งเป็นข้อมูลปัจจุบัน |
| 2) สินทรัพย์รวม (บาท)                | ข้อมูลปี 2553          |
| 3) ยอดขาย (บาท)                      | ข้อมูลปี 2553          |
| 4) ต้นทุนขาย (บาท)                   | ข้อมูลปี 2553          |
| 5) ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร (บาท) | ข้อมูลปี 2553          |
| 6) กำไรสุทธิ (บาท)                   | ข้อมูลปี 2553          |

#### 4.7.3 การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยจะจัดเตรียมแบบสอบถามที่มีการพัฒนาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อส่งให้กับหน่วยตัวอย่างกรอกข้อมูล โดยกระบวนการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) การเตรียมรายชื่อบริษัทจัดที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ และเป็นสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย จากนั้นจะตรวจสอบสถานภาพของหน่วยตัวอย่างว่ายังคงมีสถานะการดำเนินงานอย่างปกติ ไม่เลิกกิจการ หรือถูกพิพากษาล้มละลายจากเว็บไซต์ Business Online: [www.bol.co.th](http://www.bol.co.th)
- 2) ใส่รหัสของหน่วยตัวอย่างแต่ละหน่วย รวมถึงข้อมูลพื้นฐานที่สามารถหาได้จากสมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย จากนั้นเตรียมการเก็บข้อมูลจากหน่วยตัวอย่าง โดย

ระยะเวลาที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากหน่วยตัวอย่าง คือตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 ถึง เดือนธันวาคม 2554

### การเก็บข้อมูลจากหน่วยตัวอย่างจะใช้วิธีการดังนี้

- 1) การส่งแบบสอบถามทางจดหมาย ไปให้หน่วยตัวอย่างกรอกพร้อมทั้งแนบซองเปล่าติดแสตมป์เพื่อให้หน่วยตัวอย่างส่งกลับมายังผู้วิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้มีการติดตามผลการตอบแบบสอบถาม มีการจัดทำจดหมายติดตามในรอบที่ 2 ใน 1 เดือนถัดมาและการติดตามรอบที่ 3 ในอีก 2 เดือนจากการส่งจดหมายรอบที่ 2 เพื่อให้หน่วยตัวอย่างตอบกลับ มีการโทรศัพท์ไปสอบถามติดตามไปยังหน่วยตัวอย่าง เพื่อให้หน่วยตัวอย่างตอบกลับ
- 2) การส่งแบบสอบถามออนไลน์ ไปยังได้มีไปยังอีเมลของหน่วยตัวอย่างโดยตรง เพื่อให้หน่วยตัวอย่างสามารถตอบกลับมาได้อย่างรวดเร็ว โดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ จะส่งทั้งสิ้น 2 รอบ คือ ส่งพร้อมกับการส่งจดหมายรอบที่ 1 และส่งพร้อมกับการส่งจดหมายติดตามรอบที่ 3
- 3) การเก็บข้อมูลภาคสนาม เนื่องจากผลกระทบจากอุทกภัยครั้งใหญ่ จากสถานการณ์อุทกภัยตั้งแต่ช่วงกลางเดือนกันยายน 2554 ถึง ช่วงต้นของเดือนธันวาคม 2554 ทำให้มีการตอบกลับมาต่ำ หลังจากสถานการณ์คลี่คลายลง ผู้วิจัยได้พยายามเก็บข้อมูลอีกครั้ง โดยผู้วิจัยได้ไปเก็บข้อมูลจากบริษัทโดยตรงในงาน BOI Fair 2012 ที่อิมแพค อารีน่า เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 9 ถึง 13 มกราคม 2555

### รายละเอียดการเก็บข้อมูลจากหน่วยตัวอย่างมีดังนี้

	ส.ค.-54	ก.ย.-54	ต.ค.-54	พ.ย.-54	ธ.ค.-54	ม.ค.-55
1. การส่งแบบสอบถามทางจดหมายรอบที่ 1						
2. การส่งแบบสอบถามออนไลน์รอบที่ 1						
3. การติดตามทางจดหมายรอบที่ 2						
4. การติดตามทางจดหมายรอบที่ 3						
5. การติดตามทางออนไลน์รอบที่ 2						
6. การโทรศัพท์ติดตาม						
7. การเก็บข้อมูลภาคสนาม						

## 4.8 การวิเคราะห์ผล

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยดังนี้

### 4.8.1 การคำนวณค่าตัวแปรจากตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization)

การคำนวณค่าตัวแปรต่างๆ จะใช้วิธีการดังนี้

- 1) ข้อมูลทุนจดทะเบียนของหน่วยตัวอย่าง จะใช้ข้อมูลทุนจดทะเบียน ณ ปี 2554
- 2) ข้อมูลทางการเงินอื่นๆ ได้แก่ สินทรัพย์รวม ยอดขาย ต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กำไรสุทธิ ใช้ข้อมูลของปี 2553
- 3) การกำหนดค่าตัวแปรแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ กำหนดให้
- 4) บริษัทที่จะมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ = 1
- 5) บริษัทที่ยังไม่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ = 0
- 6) การรวมตัวแปรต้นจะใช้วิธีการบวกค่าของตัวแปรต่างๆ จากตัววัดเชิงรูปธรรม (Operationalization) โดยการบวกนั้นจะมีการทำให้ตัววัดต่างๆ อยู่ในค่ามาตรฐาน (Standardize) ที่มีค่าเฉลี่ย = 0 และค่าความแปรปรวน = 1 (กัลยา, 2550) ทุกตัววัดเชิงรูปธรรม (Operationalization) เพื่อตัดความอคติจากหน่วยของตัววัดทำให้สามารถรวมค่าของตัวแปรที่มีความแตกต่างของหน่วยได้ โดยการรวมตัวแปรจะทำดังนี้

ตัวแปร		
เงินทุน	=	ทุนจดทะเบียน + สินทรัพย์รวม + รายได้ต่อปีของบริษัท + กำไรต่อปีของบริษัท
เทคโนโลยี	=	ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา
ความสามารถในการ	=	จำนวนผู้บริหาร + จำนวนผู้จัดการ + ประสบการณ์เฉลี่ยของผู้บริหาร + ประสบการณ์เฉลี่ยของผู้จัดการ + ยอดขายต่อ

<b>จัดการ</b>		จำนวนผู้บริหาร + ยอดขายต่อจำนวนผู้จัดการ + กำไรต่อผู้บริหาร + กำไรต่อผู้จัดการ
<b>ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆ</b>	=	งบประมาณส่วนเหลือในการวิจัยและพัฒนา + งบประมาณส่วนเหลือจากการอบรมและพัฒนาบุคลากร
<b>การประหยัดเชิงขนาด</b>	=	สัดส่วนต้นทุนสินค้าต่อยอดขาย
<b>ตราสินค้า</b>	=	ค่าใช้จ่ายด้านการตลาด
<b>การเข้าถึงตลาด</b>	=	จำนวนประเทศคู่ค้าต่างชาติ + จำนวนบริษัทที่เป็นคู่ค้าต่างชาติ

#### 4.8.2 การคำนวณค่าตัวแปรตามจากตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization)

แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ถูกวัดจากตัวแปรสองตัวได้แก่ ระยะเวลาที่บริษัทจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ และสัดส่วนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยระยะเวลาที่บริษัทจะไปลงทุนนั้นมีกลุ่มย่อย(K- treatments) ได้แก่

- 1) บริษัทไม่มีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
- 2) บริษัทมีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1 ปี
- 3) บริษัทมีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี
- 4) บริษัทมีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี
- 5) บริษัทมีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่า 10 ปี

สัดส่วนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมีกลุ่มย่อย (K- treatments) ได้แก่

- 1) ลงทุนทางตรงโดยถือหุ้นน้อยกว่า 10%
- 2) ลงทุนทางตรงโดยถือหุ้น ตั้งแต่ 10% ถึง 49%

- 3) ลงทุนทางตรงโดยถือหุ้น ตั้งแต่ 50% ถึง 99%
- 4) ลงทุนทางตรงโดยถือหุ้น 100%

ซึ่งเมื่อได้ทบทวนวรรณกรรมในเชิงนามธรรม โดยระยะเวลาที่บริษัทใดๆ จะเข้าไปลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ คือการที่บริษัทนั้นๆ มีความพร้อมในการก้าวสู่ความเป็นบริษัทระหว่างประเทศที่เข้มข้นขึ้น (Johanson และ Vahlne, 1977) ทำให้การรวมตัวแปรด้านแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเป็นลักษณะการรวมตัวแปรโดยจัดกลุ่มใหม่เพียงเรียงลำดับดังนี้

- 1) บริษัทที่ไม่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ระดับแนวโน้มการลงทุน = 1
- 2) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุนน้อยกว่า 10% ระดับแนวโน้ม = 2
- 3) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 10%-49% ระดับแนวโน้ม = 3
- 4) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 50% - 99% ระดับแนวโน้ม = 4
- 5) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 100% ระดับแนวโน้ม = 5
- 6) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุนน้อยกว่า 10% ระดับแนวโน้ม = 6
- 7) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 10%-49% ระดับแนวโน้ม = 7
- 8) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 50% - 99% ระดับแนวโน้ม = 8
- 9) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 100% ระดับแนวโน้ม = 9
- 10) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1-5 ปี มีสัดส่วนการลงทุนน้อยกว่า 10% ระดับแนวโน้ม = 10



- 11) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1-5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 10%-49% ระดับแนวโน้ม = 11
- 12) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1-5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 50% - 99% ระดับแนวโน้ม = 12
- 13) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1-5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 100% ระดับแนวโน้ม = 13
- 14) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1 ปี มีสัดส่วนการลงทุนน้อยกว่า 10% ระดับแนวโน้ม = 14
- 15) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 10%-49% ระดับแนวโน้ม = 15
- 16) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 50% - 99% ระดับแนวโน้ม = 16
- 17) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 100% ระดับแนวโน้ม = 17

ซึ่งจะทำให้ตัวแปรตามคือ แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมีจำนวนกลุ่มย่อยทั้งหมด 17 กลุ่ม คือ เป็นสเกลลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งสามารถเรียงลำดับกันได้ แต่ไม่สามารถบอกระยะห่างที่แท้จริงของแต่ละกลุ่มได้

ทั้งนี้การเรียงลำดับตัวแปรตามทำให้มีกลุ่มย่อยทั้งสิ้น 17 กลุ่มนั้น เพื่อจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ Multinomial Logistic Regression แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ ทำให้จำเป็นต้องมีการปรับตัวแปรตามให้เป็นค่าแบบไบนารี คือ มีเพียง 2 ค่า ได้แก่

- 1) บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในอนาคต
- 2) บริษัทที่ไม่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในอนาคต

### 4.8.3 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

ผู้วิจัยได้ประมวลผลและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากหน่วยตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความไม่เอนเอียงจากการไม่ได้รับข้อมูลจากหน่วยตัวอย่าง (Non-response bias test) เนื่องจากหน่วยตัวอย่างตอบกลับมาไม่ครบ ทำให้ต้องมีการทดสอบว่า หน่วยตัวอย่างที่ได้ข้อมูลมาเป็นตัวแทนที่ดีของหน่วยตัวอย่างทั้งหมด ใช้สถิติทดสอบ Independent t-test (กัลยา, 2554) โดยตัวแปรที่นำมาทดสอบความไม่เอนเอียงได้แก่ พუნจัตพะเบียนของกิจการ สิ้นทรัพย์รวม รายได้ และกำไรสุทธิ
- 2) การตรวจสอบข้อมูล (Data Editing) เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้องของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา
- 3) การลงรหัสข้อมูล (Data Coding) เป็นการกำหนดตัวเลขให้แก่ตัวแปรต่างๆที่ใช้ในการวิจัย
- 4) การทำตารางข้อมูล (Data Tabulation) เป็นการสร้างตารางข้อมูลแสดงจำนวนคำตอบหรือความถี่ที่ได้สำหรับคำถามแต่ละข้อ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์
- 5) การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ทั้งนี้ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ ตัวแปรต้นเป็นตัวแปรปริมาณ ที่อยู่ในมาตรวัด Ratio ในขณะที่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ที่อยู่ในมาตรวัด Ordinal ทำให้ซึ่งมีหลายกลุ่มจำนวนกลุ่มย่อย = 17 กลุ่ม ซึ่งโดยทฤษฎีแล้วผู้วิจัยจะต้องใช้สถิติ Multinomial Logistic Regression แต่เนื่องจากมีข้อจำกัดในการวิเคราะห์ ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ทบทวนตัวแบบของงานวิจัยเชิงแนวคิด (Conceptualization) พบว่าสามารถใช้สถิติทดสอบ Logistic Regression ในการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตามได้

## บทที่ 5

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามกระบวนการในบทที่ 4 โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นดังนี้

#### 5.1 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) ตามทฤษฎี OLI Electric Diagram ของ Dunning เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางประการต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ซึ่งตามทฤษฎีที่ Dunning ได้เคยเสนอไว้ นั้น ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของ ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม นั้น ประกอบด้วย

- 1) เงินทุน
- 2) เทคโนโลยี
- 3) ความสามารถในการจัดการ
- 4) ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆ
- 5) การประหยัดเชิงขนาด
- 6) ตราสินค้า
- 7) การเข้าถึงตลาด

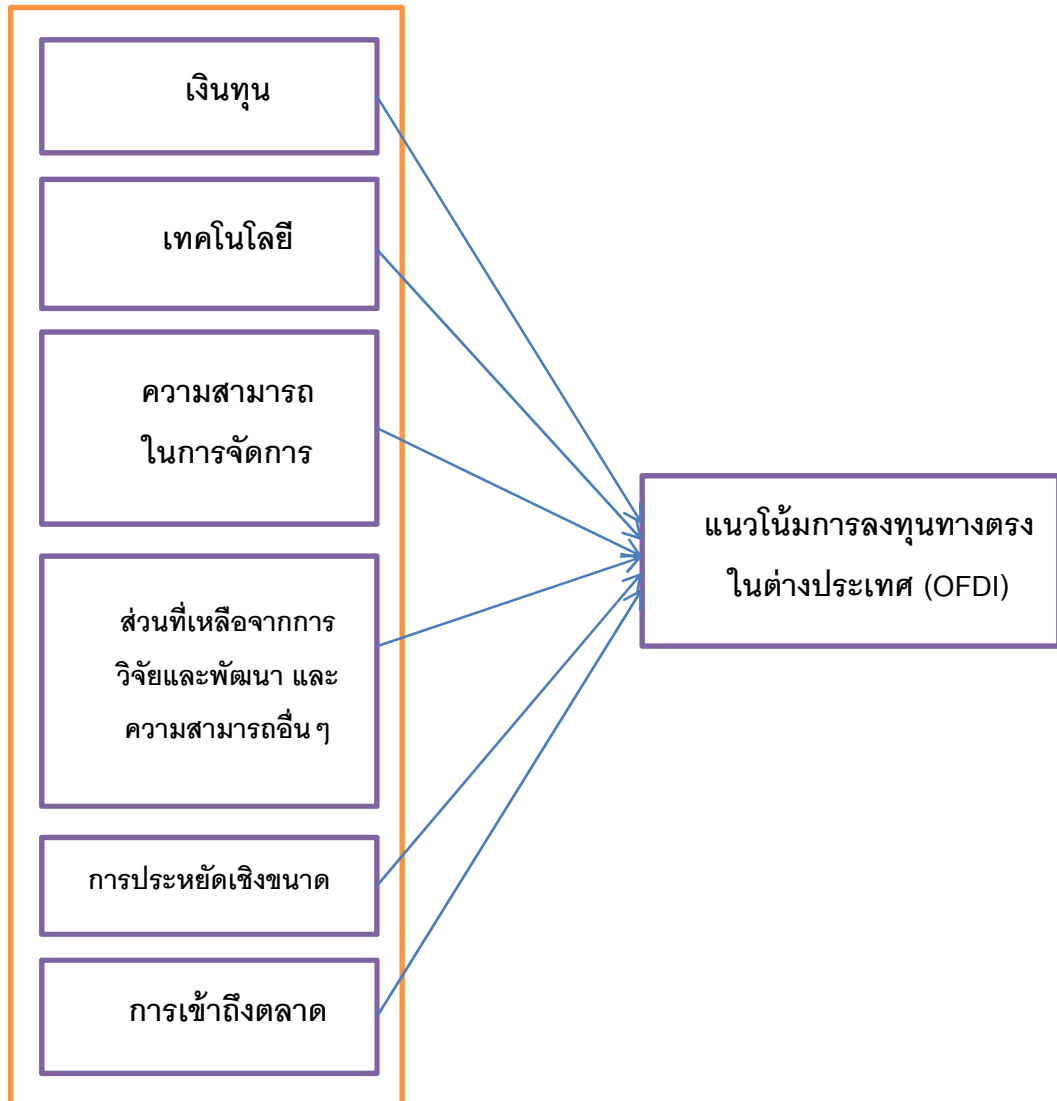
ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คำนึงถึงความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจระหว่างอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย และอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศที่พัฒนาแล้วจึงได้สัมภาษณ์เชิงลึกนายกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย รวมถึงผู้บริหารของบริษัทที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 3 บริษัท เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมของแบบสอบถาม โดยได้สรุปผลการสัมภาษณ์ดังนี้

บริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยประมาณร้อยละ 90 ดำเนินธุรกิจในลักษณะการรับจ้างผลิตสินค้าสำเร็จรูป (OEM) (อนันต์ เตชะมงคลลาภวิวัฒน์, สัมภาษณ์,

13 กรกฎาคม 2554) การรับจ้างผลิตส่วนใหญ่จะผลิตให้กับบริษัทต่างชาติซึ่งเป็นแบรนด์ดัง บริษัทต่างชาติเหล่านี้จะเข้ามามองหาผู้ผลิตในประเทศไทย โดยมีแบบของเสื้อผ้า การตัดเย็บ สีสนัและความต้องการครบอยู่แล้ว เหลือเพียงแต่การหาโรงงานผลิตเท่านั้น (มานพ ท้วมยัง, สัมภาษณ์, 30 มิถุนายน 2554) ทำให้สิ่งที่บริษัทต่างชาติเหล่านี้คำนึงถึงคือ การมองหาโรงงานที่มีกำลังการผลิตเพียงพอ มีการควบคุมคุณภาพในการผลิตทำให้สินค้ามีคุณภาพและมีมาตรฐาน มีเทคโนโลยีในการตัดเย็บ และที่สำคัญมีราคาต่ำกว่าโรงงานอื่น ทำให้บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยส่วนใหญ่สร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาคุณภาพของการตัดเย็บและการลดต้นทุนเป็นประเด็นสำคัญ และด้วยความที่บริษัทในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นโรงงาน ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าเก่า หรือบริษัทในเครือต่างๆ ทำให้บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยเน้นไปที่ตัวการผลิตมากกว่า จะเห็นว่าบริษัทส่วนใหญ่เกินร้อยละ 80 ไม่มีการตลาด ไม่มีการสร้างแบรนด์ของตนเอง (สุกิจ คงปิยาจารย์, สัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2554) ทำให้ปัจจัยด้านความได้เปรียบของการเป็นเจ้าของสินทรัพย์อย่าง “ตราสินค้า” ไม่เป็นสิ่งที่บริษัทส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกันมากนัก โดยสะท้อนจากงบประมาณและค่าใช้จ่ายต่างๆ ของบริษัท ซึ่งจะไม่มีการงบประมาณสำหรับการตลาดทำให้ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องตัดตัวแปรตราสินค้า (Trade Mark) ออกจากการวิเคราะห์ และสำหรับตัวแปรอื่นๆ นั้นผู้วิจัยยังคงเก็บไว้ในตัวแบบของการวิจัย ดังแสดงในรูป 5.1

รูปภาพที่ 5.1: ตัวแบบของงานวิจัยหลังจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

## Ownership Advantage



## 5.2 ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของจำนวนหน่วยตัวอย่าง

การตรวจสอบสภาพของหน่วยตัวอย่างที่ถูกเลือกจากข้อมูลของ Business Online พบว่า มีความจำเป็นต้องลดจำนวนของหน่วยตัวอย่างลง เนื่องจากสาเหตุสำคัญ 2 ประการ คือ หนึ่ง หน่วยตัวอย่งนั้นปิดกิจการไปแล้ว สอง หน่วยตัวอย่างไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจำนวนหน่วยตัวอย่าง ดังนี้

ลำดับ	รายละเอียด	จำนวน
1	หน่วยตัวอย่างที่กำหนดไว้	383
2	หัก หน่วยตัวอย่างที่ปิดกิจการ	24
3	หัก หน่วยตัวอย่างที่ไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม	16
4	จำนวนหน่วยตัวอย่างที่แท้จริง	343

ดังนั้นจำนวนหน่วยตัวอย่างที่แท้จริงของงานวิจัยชิ้นนี้จึง = 343 ตัวอย่าง

## 5.3 สัดส่วนการตอบกลับ

ผลของการตอบกลับแบบสอบถามจากหน่วยตัวอย่างเป็นดังนี้

- 1) การตอบกลับจากการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ รอบที่ 1 = 11 ราย
- 2) การตอบกลับจากการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ รอบที่ 2 = 3 ราย
- 3) การตอบกลับจากการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ รอบที่ 3 = 2 ราย
- 4) การตอบกลับแบบสอบถามออนไลน์ ไปยังผู้บริหารโดยตรงรอบที่ 1 = 13 ราย
- 5) การตอบกลับแบบสอบถามออนไลน์ ไปยังผู้บริหารโดยตรงรอบที่ 2 = 9 ราย
- 6) การตอบแบบสอบถามจากการติดตามแบบสอบถามจากงาน BOI Fair 2012 = 9 ราย
- 7) การติดตามไปสัมภาษณ์ยังบริษัทของหน่วยตัวอย่าง = 2 ราย

รวมการตอบกลับทั้งสิ้น = 2 ราย หักแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวน = 2 ราย ดังนั้นได้ ข้อมูลทั้งสิ้น = 46 ราย คิดเป็นสัดส่วนการตอบกลับ = 0.13411 หรือคิดเป็นเปอร์เซ็นต์การตอบกลับ = 13.41% ทั้งนี้สัดส่วนการตอบกลับเป็นตัวเลขที่ค่อนข้างน้อย ทั้งนี้เกิดจากสาเหตุประการสำคัญคือ เหตุการณ์อุทกภัยที่บริษัทต่างได้รับผลกระทบ ทำให้มีการตอบแบบสอบถามกลับมาค่อนข้างน้อย อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้พยายามในการติดตาม โดยวิธีการโทรศัพท์ไปติดตาม หรือขอนัดสัมภาษณ์ที่บริษัทโดยตรง เพื่อตรวจสอบสอดคล้องของผลการวิจัย อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้ทดสอบความไม่เอนเอียงจากการไม่ได้รับข้อมูลจากหน่วยตัวอย่าง (Non-response bias test) โดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test ได้ผลดังนี้

### 5.3.1 การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างการตอบกลับแบบสอบถามและทุนจดทะเบียนของบริษัท

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
Capital Registration	2.234	.136	.866	341	.387	3.101	3.58	-3.94	1.01	
Equal variances assumed										
Equal variances not assumed			1.935	312.673	.054	3.101	1.60	52082	6.25	

จากผลการทดสอบความแปรปรวนพบว่า จากตาราง Levene's Test ได้ค่า Sig = 0.136 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มที่ตอบกลับแบบสอบถามและไม่ตอบกลับมีค่าเท่ากัน จากนั้นไปทดสอบความเป็นอิสระของค่าเฉลี่ยด้วยค่า t-test ได้ค่า Sig (2-tailed) = 0.387 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับว่า หน่วยตัวอย่างกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามและไม่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



### 5.3.2 การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างการตอบกลับแบบสอบถามและสินทรัพย์ของบริษัท

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Asset	Equal variances assumed	.253	.615	.192	341	.848	2.9405	1.5330	-2.7214	3.3095
	Equal variances not assumed			.325	127.475	.746	2.9405	9.0494	-1.4966	2.0847

จากผลการทดสอบความแปรปรวนพบว่า จากตาราง Levene's Test ได้ค่า Sig = 0.615 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มที่ตอบกลับแบบสอบถามและไม่ตอบกลับมีค่าเท่ากัน จากนั้นไปทดสอบความเป็นอิสระของค่าเฉลี่ยด้วยค่า t-test ได้ค่า Sig (2-tailed) = 0.848 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับว่า หน่วยตัวอย่างกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามและไม่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### 5.3.3 การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างการตอบกลับแบบสอบถามและยอดขายของบริษัท

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Sale	Equal variances assumed	.292	.589	.248	341	.804	5.5488	2.2351	3.8415	4.9513
	Equal variances not assumed			.454	158.424	.651	5.5488	1.2226	1.8598	2.9696

จากผลการทดสอบความแปรปรวนพบว่า จากตาราง Levene's Test ได้ค่า Sig = 0.589 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มที่ตอบกลับแบบสอบถามและไม่ตอบกลับมีค่าเท่ากัน จากนั้นไปทดสอบความเป็นอิสระของค่าเฉลี่ยด้วยค่า t-test ได้ค่า Sig (2-tailed) = 0.804 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับว่า หน่วยตัวอย่างกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามและไม่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### 5.3.4 การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างการตอบกลับแบบสอบถามและกำไรสุทธิของบริษัท

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Net Income	Equal variances assumed	.143	.706	-.164	341	.870	-2.2109	1.3518	-2.8801	2.43799
	Equal variances not assumed			-.258	107.590	.797	-2.2109	8.5709	-1.9200	1.4778

จากผลการทดสอบความแปรปรวนพบว่า จากตาราง Levene's Test ได้ค่า Sig = 0.706 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับว่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มที่ตอบกลับแบบสอบถามและไม่ตอบกลับมีค่าเท่ากัน จากนั้นไปทดสอบความเป็นอิสระของค่าเฉลี่ยด้วยค่า t-test ได้ค่า Sig (2-tailed) = 0.870 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับว่า หน่วยตัวอย่างกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามและไม่ตอบแบบสอบถาม ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

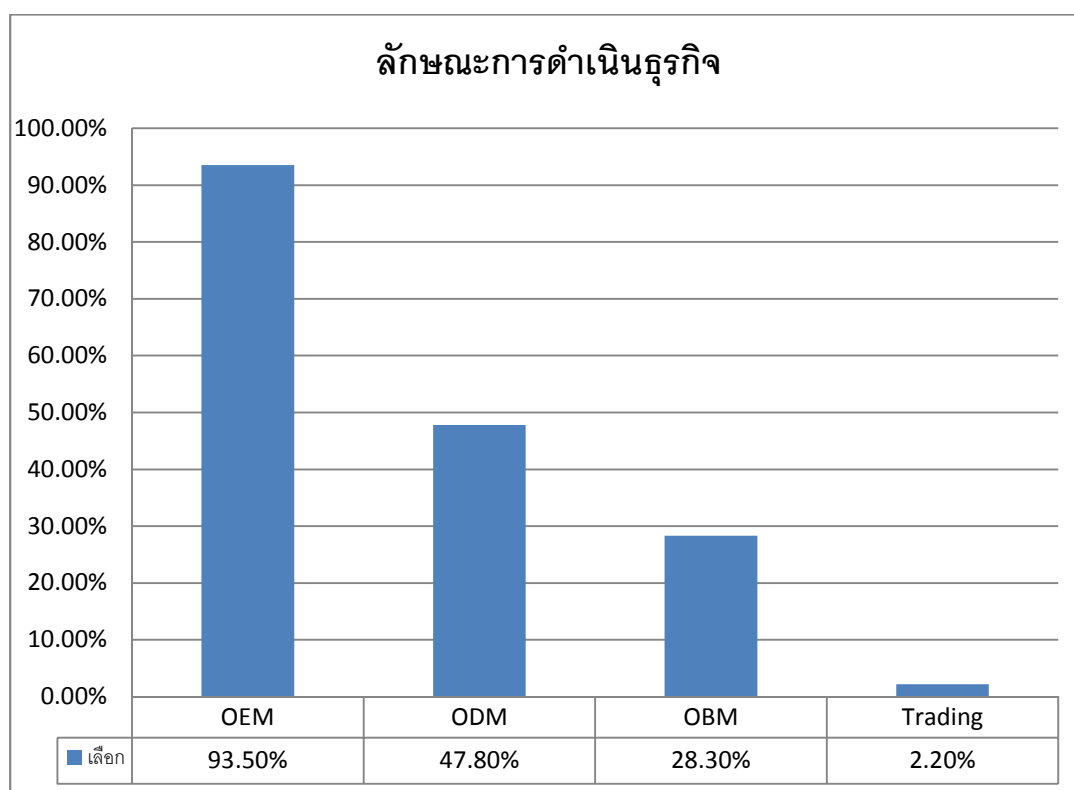
จากการทดสอบความไม่เอนเอียงจากการไม่ได้รับข้อมูลจากหน่วยตัวอย่าง (Non-response bias test) สามารถสรุปได้ว่า หน่วยตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับมา ไม่มีความแตกต่างกับหน่วยตัวอย่างที่ไม่ได้ตอบแบบสอบถามกลับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทำให้ผู้วิจัยสามารถกล่าวได้ว่า หน่วยตัวอย่างที่ตอบกลับมาเป็นตัวแทนที่ดีของหน่วยตัวอย่างทั้งหมดที่ความเชื่อมั่น 95%

## 5.4 ข้อมูลทั่วไปของหน่วยตัวอย่าง

ในหัวข้อนี้จะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ดังนี้

### 5.4.1 ลักษณะการดำเนินธุรกิจ

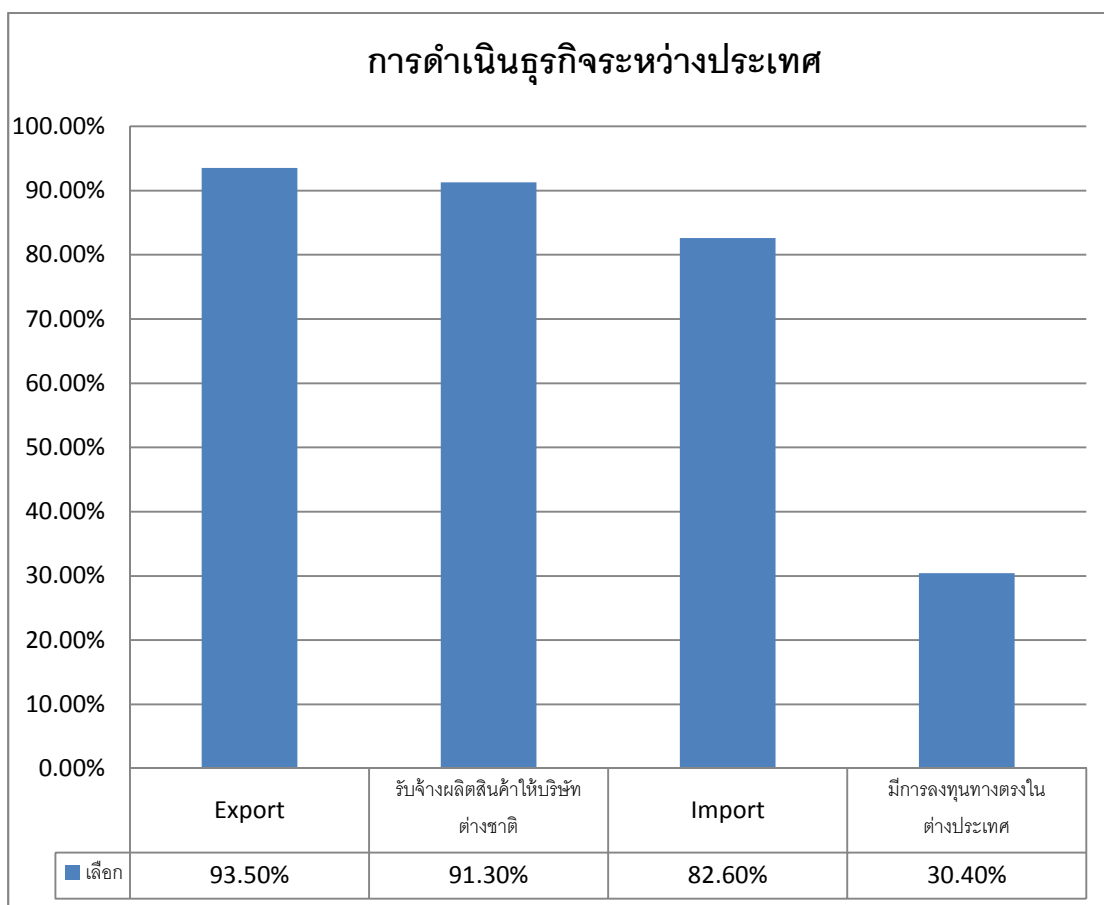
แผนภาพที่ 5.1: ลักษณะการดำเนินธุรกิจ



บริษัทส่วนใหญ่มีการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของการรับจ้างผลิต (Original Equipment Manufacturer: OEM) ซึ่งมีเปอร์เซ็นต์มากที่สุด 93.50% รองลงมาคือ การรับจ้างออกแบบและผลิต (Original Design Manufacturer: ODM) 47.80% การผลิตเพื่อขายในตราสินค้าของตนเอง (Original Brand Manufacturer: OBM) 28.30% และเป็นนายหน้าการค้า (Trading) 2.20%

## 5.4.2 การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ

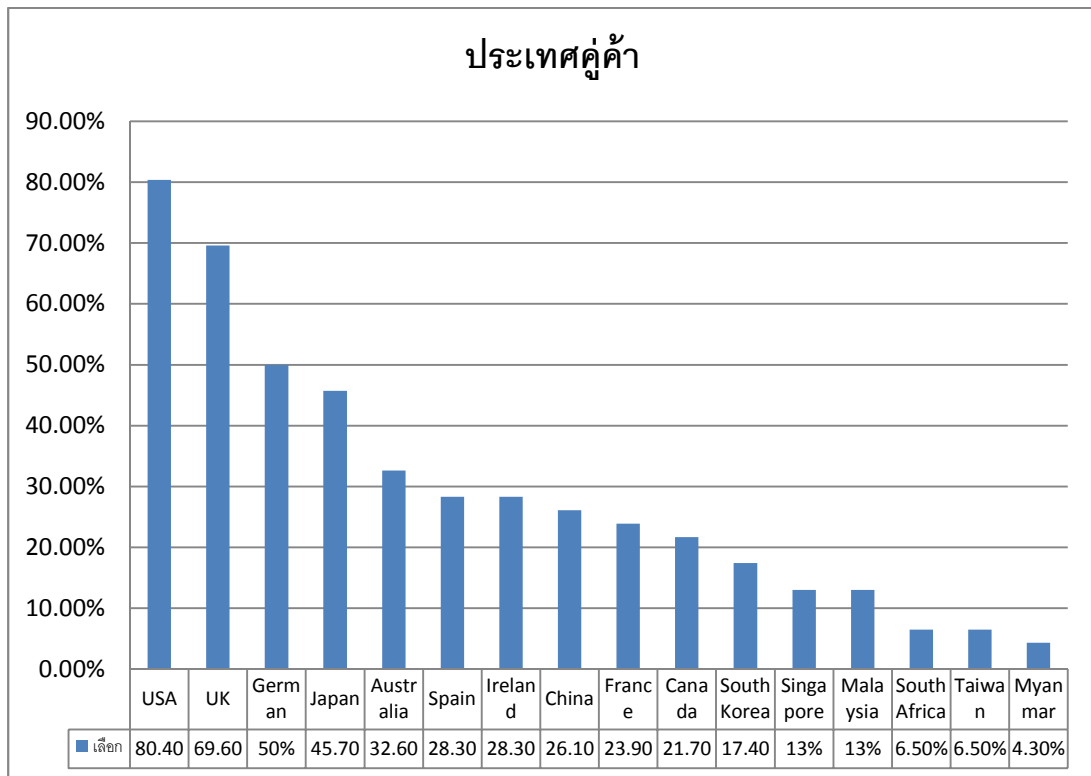
แผนภาพที่ 5.2: การดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ



บริษัทส่วนใหญ่มีการส่งออกสินค้าสำเร็จรูปไปขายยังต่างประเทศ และมีการรับจ้างผลิตให้กับบริษัทต่างชาติ มีเปอร์เซ็นต์ 93.50% และ 91.30% ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีการนำเข้าวัตถุดิบ หรือสินค้าสำเร็จรูปจากต่างประเทศ คิดเป็น 82.60% และมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศคิดเป็น 30.40%

### 5.4.3 ประเทศคู่ค้า

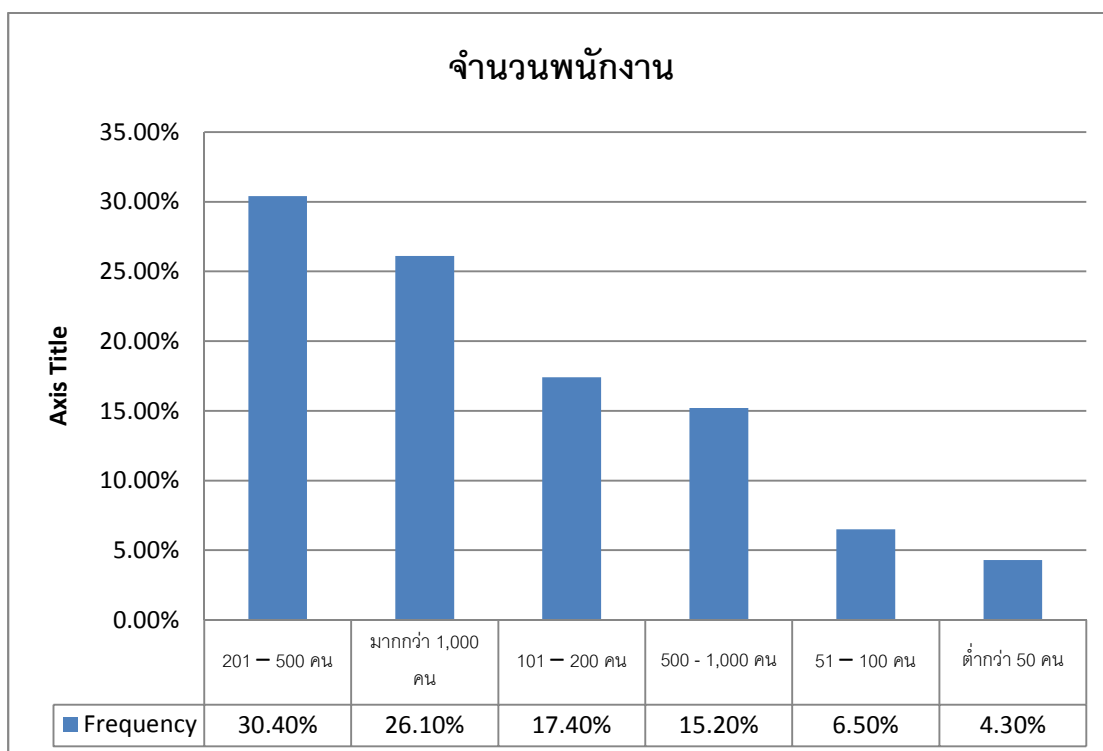
แผนภาพที่ 5.3: ประเทศคู่ค้า



ประเทศคู่ค้าส่วนใหญ่จะเป็นในแถบอเมริกา และสหราชอาณาจักร คิดเป็น 80.40% และ 69.60% ตามลำดับ รองลงมาคือ ประเทศเยอรมันนี่คิดเป็น 50% ประเทศญี่ปุ่นคิดเป็น 45.70% ประเทศออสเตรเลียคิดเป็น 32.60% ประเทศสเปนและไอร์แลนด์คิดเป็น 28.30% ประเทศจีนคิดเป็น 26.10% ประเทศฝรั่งเศสคิดเป็น 23.90% ประเทศแคนาดาคิดเป็น 21.70% ประเทศเกาหลีใต้คิดเป็น 17.40% ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียคิดเป็น 13% ประเทศอิตาลีคิดเป็น 6.5% และประเทศพม่าคิดเป็น 4.30%

#### 5.4.4 จำนวนพนักงานทั้งในออฟฟิศและโรงงาน

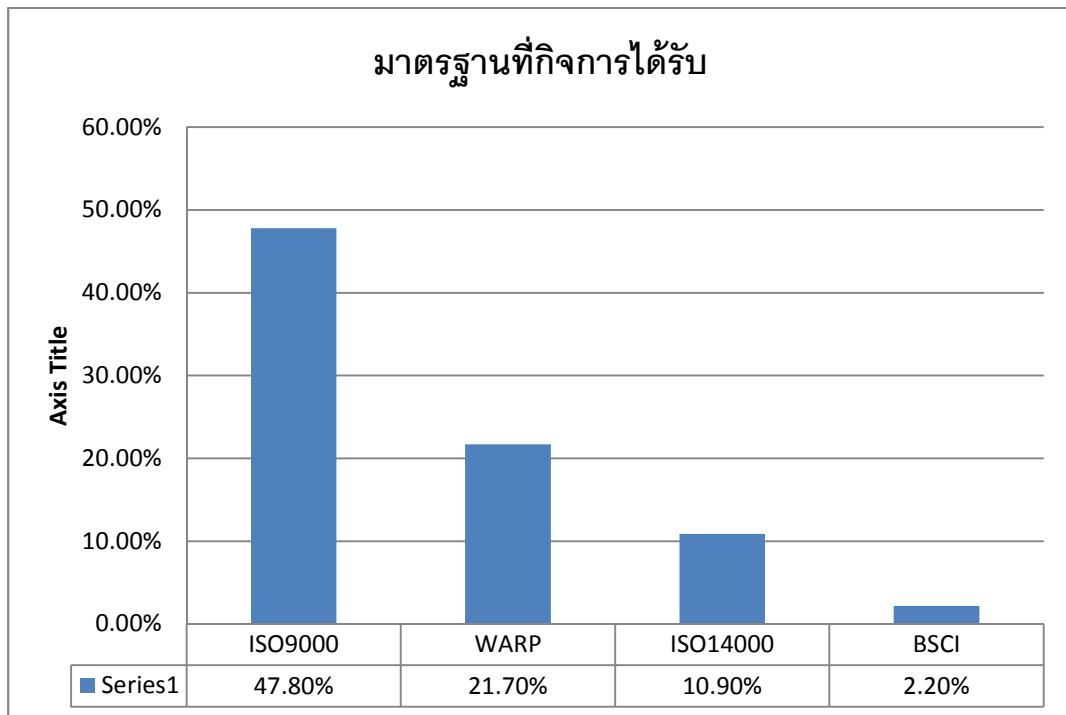
แผนภาพที่ 5.4: จำนวนพนักงานทั้งในออฟฟิศและโรงงาน



บริษัทส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานทั้งในออฟฟิศและโรงงานประมาณ 201 – 500 คน ซึ่งคิดเป็น 30.4% ของบริษัททั้งหมด และมีจำนวนพนักงานมากกว่า 1,000 คน คิดเป็น 26.10% มีพนักงานจำนวน 101 – 200 คน คิดเป็น 17.4% มีพนักงานจำนวน 501 – 1,000 คน คิดเป็น 15.2% มีพนักงานจำนวน 51 – 100 คน คิดเป็น 6.50% และมีพนักงานต่ำกว่า 50 คน คิดเป็น 4.3%

### 5.4.5 มาตรฐานที่กิจการได้รับ

แผนภาพที่ 5.5: มาตรฐานที่กิจการได้รับ



บริษัทได้รับมาตรฐาน ISO9000 มากที่สุดคิดเป็น 47.80% รองลงมาคือ มาตรฐาน Worldwide Responsible Apparel Production (WARP) คิดเป็น 21.70% ISO14000 คิดเป็น 10.90% และ มาตรฐาน Business Social Compliance Initiative (BSCI) คิดเป็น 2.20%



## 5.5 การพรรณนาข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของของกิจการ

### 5.5.1 เงินทุน (Capital)

เงินทุนประกอบด้วย ทุนจดทะเบียน มูลค่าสินทรัพย์รวม ยอดขายต่อปี และกำไรสุทธิต่อปี ซึ่งเงินทุนของบริษัทมีลักษณะดังนี้

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Capital	46	1,000,000.00	180,000,000.00	48,056,932.29	52,555,453.64
Registration	46	33,375.05	1,972,491,166.00	320,190,521.52	463,380,968.84
Asset	46	86,053.53	3,060,056,899.00	391,114,898.57	583,007,040.21
Sale	46	-54,816,016.55	277,417,416.00	12,259,340.05	46,157,383.02
Net Income	46				
Valid N (listwise)	46				

- 1) ทุนจดทะเบียนของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 48,056,932.29 บาท โดยทุนจดทะเบียนต่ำที่สุดคือ 1 ล้านบาท และทุนจดทะเบียนสูงที่สุดคือ 180 ล้านบาท มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 52,555,453.64 บาท
- 2) สินทรัพย์รวมของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 320,190,521.52 บาท โดยสินทรัพย์รวมของบริษัทต่ำที่สุดคือ 33,375.05 บาท และสินทรัพย์รวมสูงที่สุดคือ 1,972,491,166 บาท มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 463,380,968.84 บาท
- 3) ยอดขายของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 390,224,995.76 บาท โดยสินทรัพย์รวมของบริษัทต่ำที่สุดคือ 86,053.53 บาท และยอดขายสูงที่สุดคือ 3,060,056,899.00 บาท มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 583,007,040.21 บาท
- 4) กำไรสุทธิของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 12,259,340.05 บาท โดยกำไร(ขาดทุน)สุทธิของบริษัทต่ำที่สุดคือ -54,816,016.55 บาท และกำไรสุทธิสูงที่สุดคือ 277,417,416.00 บาท มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 46,157,383.02 บาท

### 5.5.2 เทคโนโลยี (Technology)

เทคโนโลยีประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อปีของบริษัท ซึ่งเทคโนโลยีของบริษัทมีลักษณะดังนี้

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
R&D Expense	46.00	0.00	28,876,400.50	4,535,629.42	6,162,502.96
Valid N (listwise)	46.00				

- 1) ค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อปีของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4,535,629.42 บาท โดยค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อปีของบริษัทต่ำที่สุดคือ 0.00 บาท และค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนาต่อปีของบริษัทสูงที่สุดคือ 28,876,400.50บาท มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 6,162,502.96 บาท

### 5.5.3 ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities)

ความสามารถในการจัดการของบริษัทประกอบด้วย จำนวนผู้จัดการ จำนวนผู้บริหาร ประสบการณ์ทำงานเฉลี่ยของผู้จัดการ ประสบการณ์ทำงานเฉลี่ยของผู้บริหาร ยอดขายต่อจำนวนผู้จัดการ ยอดขายต่อจำนวนผู้บริหาร กำไรสุทธิต่อจำนวนผู้จัดการ กำไรสุทธิต่อผู้บริหาร ซึ่งความสามารถในการจัดการของบริษัทมีลักษณะดังนี้

## Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Manager	46.00	1.00	90.00	17.13	17.18
Executive	46.00	1.00	14.00	5.26	3.39
Manager_Experience	46.00	3.00	18.00	9.37	3.77
Executive_Experience	46.00	5.00	28.00	16.11	5.10
Sale_Manager	46.00	21,513.38	122,326,167.35	21,943,475.17	23,611,022.14
Sale_Executive	46.00	28,684.51	229,261,882.00	66,397,884.67	70,701,600.27
NI_Manager	46.00	-3,323,057.69	5,160,096.17	347,513.77	1,411,381.71
NI_Executive	46.00	-6,090,668.51	19,815,529.71	1,336,178.67	4,349,767.08
Valid N (listwise)	46.00				

- 1) จำนวนผู้จัดการบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 17 คน โดยจำนวนผู้จัดการต่ำที่สุดคือ 1 คน และจำนวนผู้จัดการสูงที่สุดคือ 90 คน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 17.18 คน
- 2) จำนวนผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5 คน โดยจำนวนผู้บริหารต่ำที่สุดคือ 1 คน และจำนวนผู้บริหารสูงที่สุดคือ 14 คน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.39 คน
- 3) ประสบการณ์ทำงานเฉลี่ยของผู้จัดการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 9.37 ปี โดยประสบการณ์ทำงานเฉลี่ยของผู้จัดการต่ำที่สุดคือ 3 ปี และประสบการณ์ทำงานเฉลี่ยของผู้จัดการที่สูงสุดคือ 18 ปี มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.77 ปี
- 4) ประสบการณ์ทำงานเฉลี่ยของผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 16.11 ปี โดยประสบการณ์ทำงานเฉลี่ยของผู้บริหารต่ำที่สุดคือ 5 ปี และประสบการณ์ทำงานเฉลี่ยของผู้บริหารที่สูงสุดคือ 28 ปี มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.77 ปี
- 5) ยอดขายต่อผู้จัดการบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 21,943,475.17 บาทต่อคน โดยยอดขายต่อผู้จัดการต่ำที่สุดคือ 21,513.38 บาทต่อคน และยอดขายต่อผู้จัดการสูงที่สุดคือ 122,326,167.35 บาทต่อคน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 23,611,022.14 บาทต่อคน

- 6) ยอดขายต่อผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 66,397,884.67 บาทต่อคน โดยยอดขายต่อผู้บริหารต่ำที่สุดคือ -3,323,057.69 บาทต่อคน และยอดขายต่อผู้บริหารที่สูงที่สุดคือ 5,160,096.17 บาทต่อคน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1,411,381.71 บาทต่อคน
- 7) กำไรสุทธิต่อผู้จัดการบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 347,513.77 บาทต่อคน โดยกำไรสุทธิต่อผู้จัดการต่ำที่สุดคือ 21,513.38 บาทต่อคน และกำไรสุทธิต่อผู้จัดการสูงที่สุดคือ 122,326,167.35 บาทต่อคน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 23,611,022.14 บาทต่อคน
- 8) กำไรสุทธิต่อผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1,336,178.67 บาทต่อคน โดยกำไรสุทธิต่อผู้บริหารต่ำที่สุดคือ -6,090,668.51 บาทต่อคน และกำไรสุทธิต่อผู้บริหารที่สูงที่สุดคือ 19,815,529.71 บาทต่อคน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4,349,767.08 บาทต่อคน

#### 5.5.4 ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆ (Surplus R&D and Other capacity)

ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆ ประกอบด้วย เงินส่วนที่เหลืองบประมาณวิจัยและพัฒนาของบริษัท และเงินส่วนที่เหลืองบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัท ซึ่งส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆของบริษัท มีลักษณะดังนี้

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Surplus R&D	46.00	0.00	205,892,935.39	10,192,849.48	35,283,697.90
Surplus HRD	46.00	0.00	285,278,607.80	19,211,570.01	54,876,101.18
Valid N (listwise)	46.00				

- 1) เงินส่วนที่เหลืองบประมาณวิจัยและพัฒนาของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 10,192,849.48 บาท โดยเงินส่วนที่เหลืองบประมาณวิจัยและพัฒนาที่มีค่าต่ำที่สุดคือ 0.00 บาท และเงินส่วนที่เหลืองบประมาณวิจัยและพัฒนาสูงที่สุดคือ 205,892,935.39 บาท มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 35,283,697.90 บาท
- 2) เงินส่วนที่เหลืองบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 19,211,570.01 บาท โดยเงินส่วนที่เหลืองบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลมีค่าต่ำที่สุดคือ 0.00 บาท และเงินส่วนที่เหลืองบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลสูงที่สุดคือ 285,278,607.80 บาท มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 54,876,101.18 บาท

### 5.5.5 การประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)

การประหยัดต่อขนาด ประกอบด้วย สัดส่วนต้นทุนสินค้าขายต่อยอดขายของบริษัทซึ่งการประหยัดต่อขนาดของบริษัท มีลักษณะดังนี้

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Economy of Scale	46	27.27	333.88	87.2748	42.17904
Valid N (listwise)	46				

- 1) ต้นทุนสินค้าขายต่อยอดขายของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 87.2748% โดยต้นทุนสินค้าขายต่อยอดขายของบริษัทต่ำที่สุดคือ 27.27% และต้นทุนสินค้าขายต่อยอดขายของบริษัทสูงที่สุดคือ 333.88% มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 42.17904%

### 5.5.6 การเข้าถึงตลาด (Access to Market)

การเข้าถึงตลาด ประกอบด้วย จำนวนประเทศคู่ค้าต่างประเทศ และจำนวนบริษัทคู่ค้าที่เป็นบริษัทจากต่างประเทศ ซึ่งการเข้าถึงตลาดของบริษัท มีลักษณะดังนี้

#### Descriptive Statistics

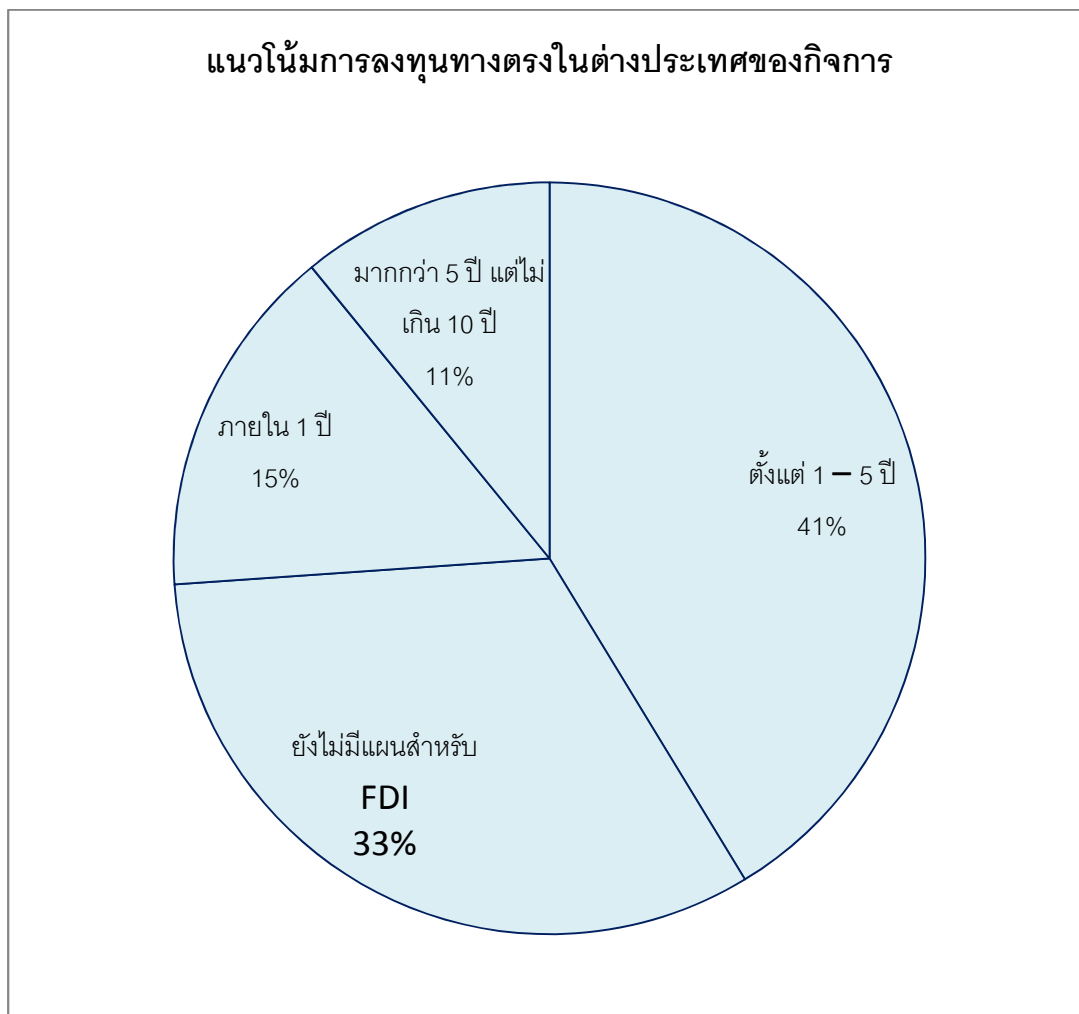
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
No. of Country	46	1	11	4.61	2.333
No. of International Customer	46	2	35	12.70	7.831
Valid N (listwise)	46				

- 1) จำนวนประเทศคู่ค้าต่างประเทศของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.61 ประเทศ โดยจำนวนประเทศคู่ค้าต่างประเทศของบริษัทต่ำที่สุดคือ 1 ประเทศ และจำนวนประเทศคู่ค้าต่างประเทศของบริษัทสูงที่สุดคือ 11 ประเทศ มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.333 ประเทศ
- 2) จำนวนบริษัทคู่ค้าที่เป็นบริษัทจากต่างประเทศของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 12.70 บริษัท โดยจำนวนบริษัทคู่ค้าที่เป็นบริษัทจากต่างประเทศต่ำที่สุดคือ 2 บริษัท และจำนวนบริษัทคู่ค้าที่เป็นบริษัทจากต่างประเทศสูงที่สุดคือ 35 บริษัท มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 7.831 บริษัท

## 5.6 การพรรณาแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

### 5.6.1 แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ

แผนภาพที่ 5.6: แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ

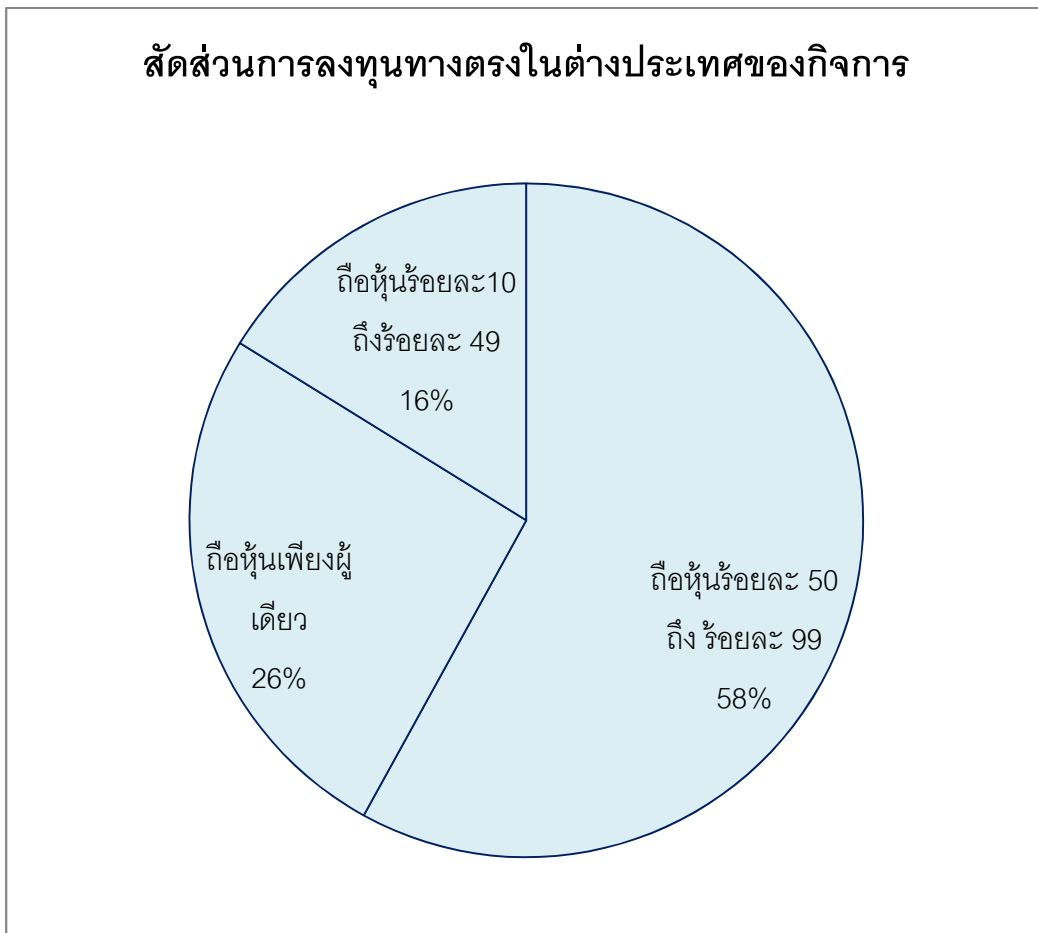


แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการนั้น มีแนวโน้มมากที่สุดในช่วงเวลาตั้งแต่ 1 ถึง 5 ปี คิดเป็น 41% รองลงมาคือยังไม่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศคิดเป็น 33% มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1 ปี คิดเป็น 15% และมีแผนการลงทุนมากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี คิดเป็น 11%



## 5.6.2 สัดส่วนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ

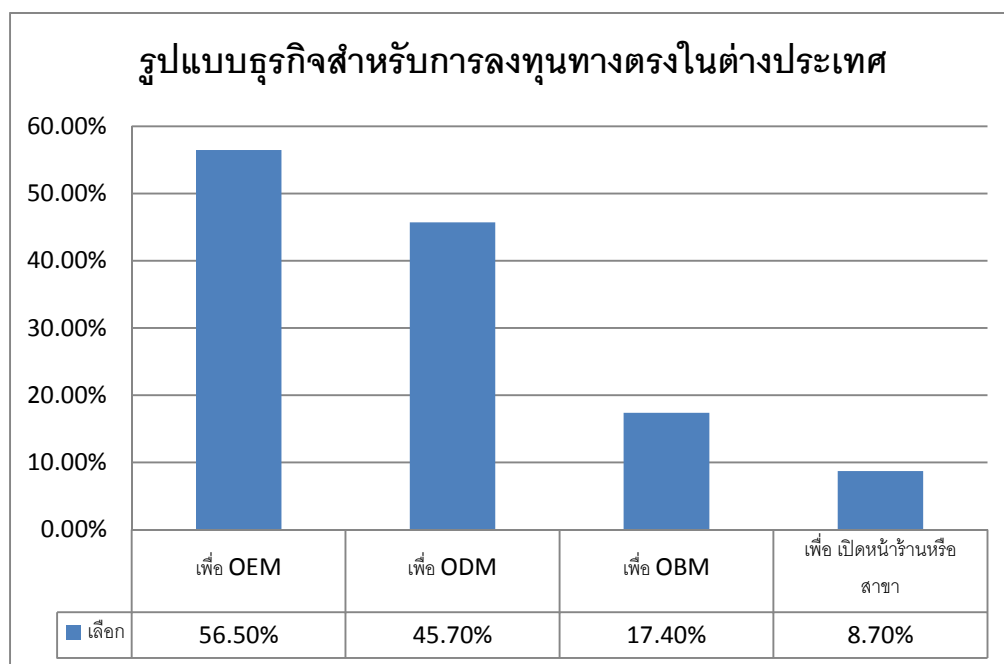
แผนภาพที่ 5.7: สัดส่วนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ



สัดส่วนการถือหุ้นในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศบริษัทมีความต้องการถือหุ้นร้อยละ 50 ถึง 99 มากที่สุดคิดเป็น 59% ถือหุ้นเพียงผู้เดียวคือเป็น 26% และถือหุ้นเพียงร้อยละ 10 ถึง ร้อยละ 49 คิดเป็น 16%

### 5.6.3 รูปแบบธุรกิจสำหรับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

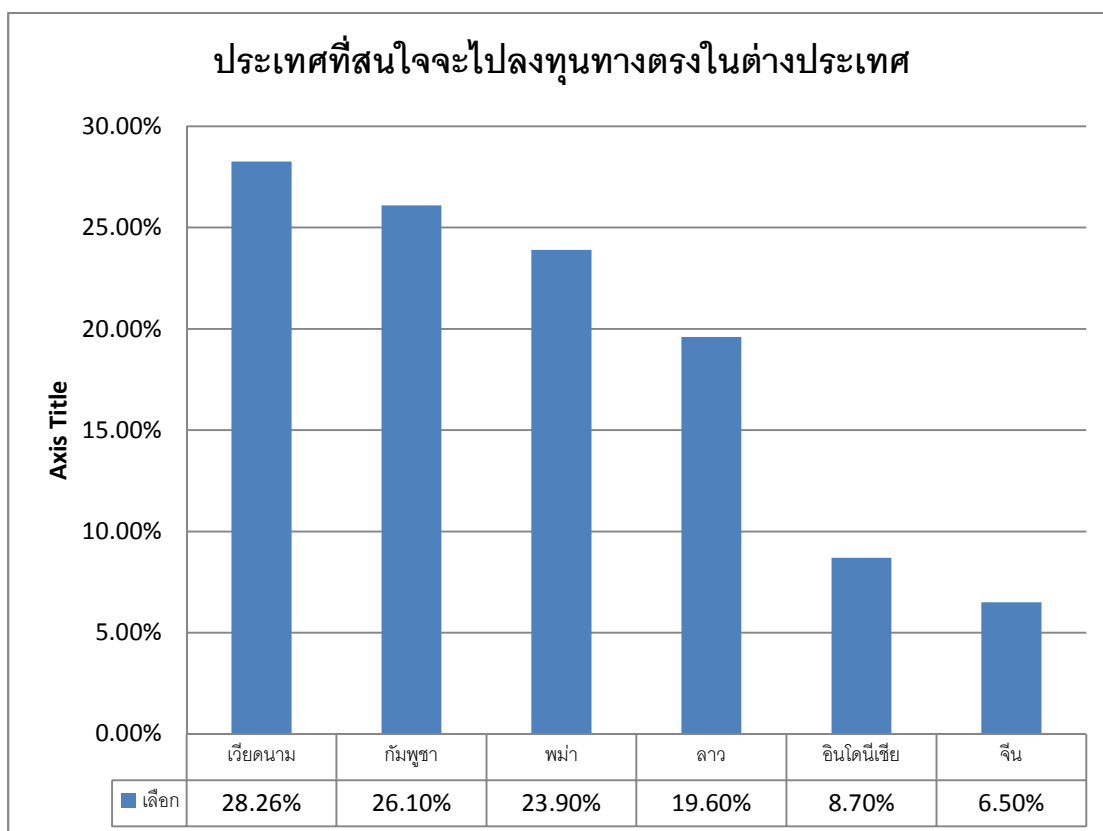
แผนภาพที่ 5.8: รูปแบบธุรกิจสำหรับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



บริษัทที่มีวัตถุประสงค์ในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากที่สุดเพื่อรับจ้างผลิตสินค้าสำเร็จรูป (OEM) คิดเป็น 56.50% รองลงมาคือ เพื่อการรับจ้างออกแบบและผลิต (ODM) คิดเป็น 45.70% การผลิตเพื่อขายในตราสินค้าของตนเอง (OBM) คิดเป็น 17.40% และเพื่อเปิดร้านหรือสาขาคิดเป็น 8.70%

#### 5.6.4 ประเทศที่สนใจจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

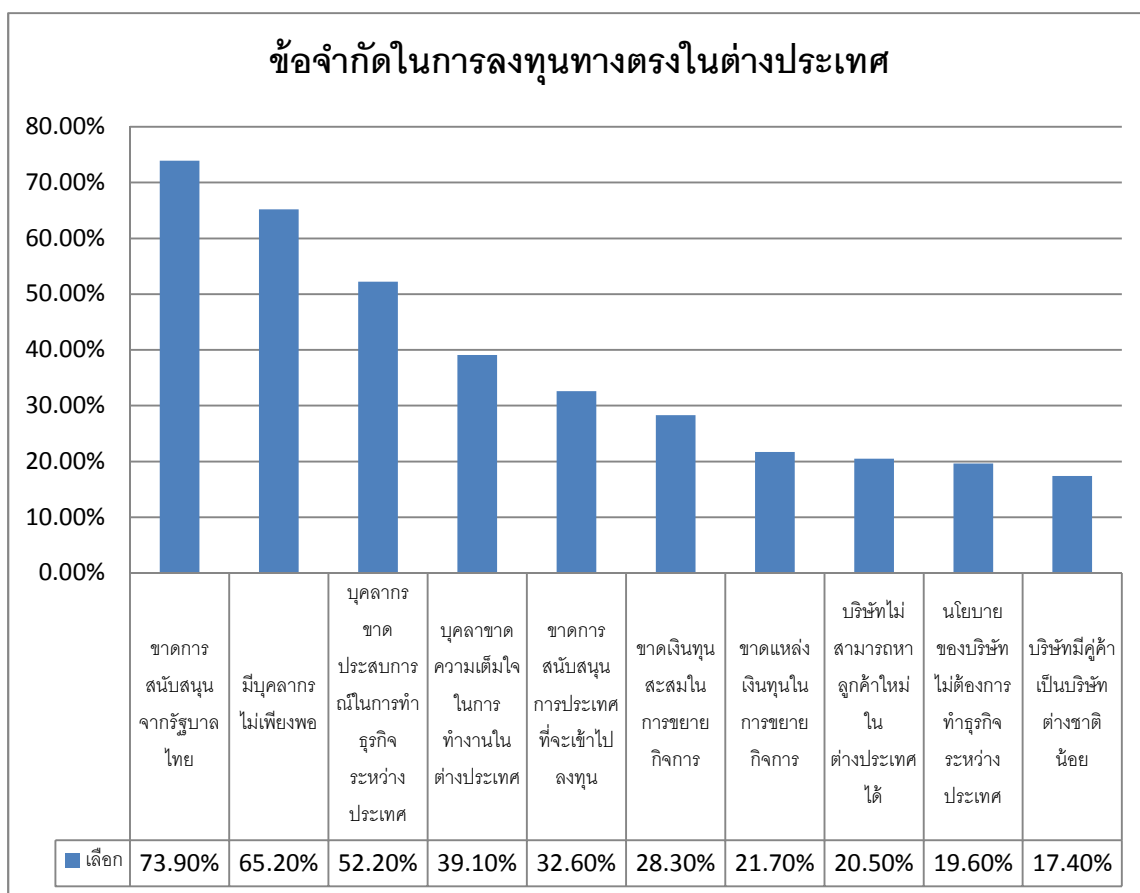
แผนภาพที่ 5.9: ประเทศที่สนใจจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



บริษัทส่วนใหญ่สนใจที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากที่สุดในประเทศเวียดนาม และ กัมพูชา คิดเป็น 28.2% และ 26.10% ตามลำดับ ส่วนประเทศพม่ามีผู้สนใจจะไปลงทุนทางตรงคิดเป็น 23.90% ประเทศลาวคิดเป็น 19.60% ประเทศอินโดนีเซียคิดเป็น 8.70% และสุดท้ายคือ ประเทศจีนคิดเป็น 6.5%

## 5.6.5 ข้อจำกัดในการลงทุนทางตรงต่างประเทศ

แผนภาพที่ 5.10: ข้อจำกัดในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



ในส่วนนี้จะเป็นความคิดเห็นจากบริษัทต่างๆ ถึงข้อจำกัดในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ซึ่งสาเหตุประการสำคัญคือ ขาดการสนับสนุนจากรัฐบาลไทยคิดเป็น 73.90% การมีบุคลากรไม่เพียงพอในการขยายกิจการคิดเป็น 65.20% บุคลากรขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจในต่างประเทศคิดเป็น 52.20% บุคลากรขาดความเต็มใจในการไปทำงานในต่างประเทศคิดเป็น 39.10% ขาดการสนับสนุนจากประเทศที่จะเข้าไปลงทุนคิดเป็น 32.60% ขาดเงินทุนในการขยายกิจการคิดเป็น 21.70% บริษัทไม่สามารถหาลูกค้าใหม่ในต่างประเทศได้คิดเป็น 20.50% นโยบายของบริษัทไม่สนใจทำธุรกิจระหว่างประเทศคิดเป็น 19.70% และบริษัทมีลูกค้าเป็นบริษัทต่างชาติน้อยคิดเป็น 17.40%

## 5.7 การวิเคราะห์อิทธิพลของข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

การวิเคราะห์อิทธิพลของข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น จะใช้การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกแบบไบนารี (Binary Logistic Regression Analysis) เนื่องจากสาเหตุสำคัญ 2 ประการดังนี้

- 1) แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศซึ่งเป็นตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม มีการวัดในมาตรวัดแบบลำดับบัญญัติ (Ordinal) ทำให้ไม่สามารถใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นไม่เหมาะสมกับข้อมูลดังกล่าว (กัลยา, 2552)
- 2) จำนวนหน่วยตัวอย่างที่ได้รับการตอบรับมีจำนวนน้อย ทำให้ไม่สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ Multinomial Logistic Regression ได้ทำให้ผู้วิจัยได้ไปทบทวนคำจำกัดความเชิงนามธรรมของแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ถึงข้อจำกัดของการใช้ พบว่าสามารถใช้การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกแบบไบนารีได้

ทั้งนี้การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกนั้นตัวแปรตามจะต้องเป็นตัวแปรที่มีค่าได้เพียง 2 ค่าคือ ตัวแปรแบบไบนารี หรือ ตัวแปรแบบไม่ต่อเนื่อง โดยการแจกแจงของฟังก์ชันของข้อมูลเป็นการแจกแจงแบบเบอร์นูลลี (Bernoulli distribution) ซึ่งผลจากการสร้างสมการความถดถอยโลจิสติกจะเป็นรูปแบบสมการแบบ Link Function โดยเงื่อนไขเพียงสองประการที่ต้องการสำหรับการวิเคราะห์สมการความถดถอยโลจิสติกคือ หนึ่ง ตัวแปรตามต้องเป็นตัวแปรแบบไบนารี คือมีค่าได้เพียงแค่ 2 ค่า สอง ค่า Logit ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเป็นเส้นตรง (Xu and Wang, 2011) ซึ่งจะเห็นว่าการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกนั้นมีเงื่อนไขน้อยกว่าการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น อย่างไรก็ตามการตรวจสอบความเหมาะสมของสมการจะสามารถช่วยยืนยันความเหมาะสมของสมการได้ ด้วยค่า Hosmer-Lemeshow (Wu, 2010)

### 5.5.1 การทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup> Capital	-.362	.259	1.948	1	.163	.696
Technology	-.291	.581	.251	1	.616	.748
Managerial Capabilities	.407	.171	5.671	1	.017	1.502
SurplusR&D and Other	-.418	.223	3.514	1	.061	.658
Economy of Scale	-.024	.340	.005	1	.943	.976
Access to Market	1.047	.437	5.724	1	.017	2.848
Constant	1.269	.518	5.989	1	.014	3.557

a. Variable(s) entered on step 1: Capital, Technology, Managerial Capabilities, SurplusR&D and Other, Economy of Scale, Access to Market.

การทดสอบอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระมีดังนี้

#### 1. เงินทุน (Capital)

สมมุติฐาน  $H_0: \beta_{\text{Capital}} = 0$

$H_1: \beta_{\text{Capital}} \neq 0$

หรือ

$H_0$ : เงินทุนไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

$H_1$ : เงินทุนมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

พิจารณาค่า Sig = 0.163 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับ  $H_0$  สรุปได้ว่า เงินทุนไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## 2. เทคโนโลยี (Technology)

สมมุติฐาน  $H_0: \beta_{\text{Technology}} = 0$

$H_1: \beta_{\text{Technology}} \neq 0$

หรือ

$H_0$ : เทคโนโลยีไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

$H_1$ : เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

พิจารณาค่า Sig = 0.616 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับ  $H_0$  สรุปได้ว่า เทคโนโลยีไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## 3. ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities)

สมมุติฐาน  $H_0: \beta_{\text{Managerial Capabilities}} = 0$

$H_1: \beta_{\text{Managerial Capabilities}} \neq 0$

หรือ

$H_0$ : ความสามารถในการจัดการไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

$H_1$ : ความสามารถในการจัดการมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

พิจารณาค่า Sig = 0.017 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับ  $H_1$  สรุปได้ว่า ความสามารถในการจัดการมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่า  $\beta_{\text{Managerial Capabilities}}$  มีค่า = 0.407 หมายความว่า บริษัทที่มีความสามารถในการจัดการมากจะมีแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น

#### 4. ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนารวมถึงความสามารถอื่นๆ (Surplus R&D and Other)

สมมุติฐาน  $H_0: \beta_{\text{Surplus R\&D and Other}} = 0$

$H_1: \beta_{\text{Surplus R\&D and Other}} \neq 0$

หรือ

$H_0$ : ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนารวมถึงความสามารถอื่นๆไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

$H_1$ : ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนารวมถึงความสามารถอื่นๆมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

พิจารณาค่า Sig = 0.061 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับ  $H_0$  สรุปได้ว่า ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนารวมถึงความสามารถอื่นๆไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

#### 5. การประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)

สมมุติฐาน  $H_0: \beta_{\text{Economy of Scale}} = 0$

$H_1: \beta_{\text{Economy of Scale}} \neq 0$

หรือ

$H_0$ : การประหยัดต่อขนาดไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

$H_1$ : การประหยัดต่อขนาดมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

พิจารณาค่า Sig = 0.9437 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับ  $H_0$  สรุปได้ว่า การประหยัดต่อขนาดไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



## 6. การเข้าถึงตลาด (Access to Market)

สมมุติฐาน  $H_0: \beta_{\text{Access to Market}} = 0$

$H_1: \beta_{\text{Access to Market}} \neq 0$

หรือ

$H_0$ : การเข้าถึงตลาดไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

$H_1$ : การเข้าถึงตลาดมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

พิจารณาค่า Sig = 0.017 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับ  $H_1$  สรุปได้ว่า การเข้าถึงตลาดมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยค่า  $\beta_{\text{Access to Market}}$  มีค่า = 1.047 หมายความว่า บริษัทที่มีการเข้าถึงตลาดมากจะมีแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น

## 7. ค่าคงที่ (Constant)

สมมุติฐาน  $H_0: \alpha = 0$

$H_1: \alpha \neq 0$

หรือ

$H_0$ : ค่าคงที่ของสมการมีค่าเป็น 0

$H_1$ : ค่าคงที่ของสมการมีค่าไม่เท่ากับ 0

พิจารณาค่า Sig = 0.017 ซึ่งมากกว่า  $\alpha = 0.05$  จึงยอมรับ  $H_1$  สรุปได้ว่า ค่าคงที่มีค่าในสมการถดถอยโลจิสติก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### 5.5.2 การสร้างตัวแบบความถดถอยโลจิสติก

$$\text{จาก } P(Y) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2}}$$

จะได้ว่า

$$P(\text{FDI Tendency}) = \frac{e^{1.269 + 0.407 X_{\text{Managerial Capabilities}} + 1.047 X_{\text{Access to Market}}}}{1 + e^{1.269 + 0.407 X_{\text{Managerial Capabilities}} + 1.047 X_{\text{Access to Market}}}}$$

### 5.5.3 การสรุปผลจากการทดสอบสมมุติฐานของงานวิจัย

จากการทดสอบสมมุติฐานทางสถิติพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ได้แก่ ความสามารถในการจัดการ และการเข้าถึงตลาด โดยสามารถสรุปตัวแบบจากการวิจัยครั้งนี้ได้ดังรูปภาพที่ 5.2

รูปภาพที่ 5.2: ผลสรุปของงานวิจัย



จากการทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ พบว่าข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางประการที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยนั้น พบว่า ข้อได้เปรียบจากการมีความสามารถในการจัดการ และข้อได้เปรียบจากการเข้าถึงตลาดในต่างประเทศ เป็นอิทธิพลที่จะส่งผลให้บริษัทมีแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยความสัมพันธ์ระหว่างข้อได้เปรียบทั้งสองประการนั้นมีทิศทางเดียวกันกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ กล่าวคือ บริษัทใดมีข้อได้เปรียบจากการมีความสามารถในการจัดการมาก หรือ การเข้าถึงตลาดได้มาก จะทำให้บริษัทมีแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้นไปด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการอภิปรายผลของการวิจัยในบทถัดไป

## บทที่ 6

### การสรุปผลการวิจัย ข้อจำกัดในการทำวิจัย และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการวิจัย มีการอภิปรายผลของการวิจัย ข้อจำกัดของการวิจัย รวมถึงข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 6.1 สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีความคุ้นเคยกับการส่งออก (Export) เป็นอย่างมาก ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า บริษัท 93.50% มีการส่งออก ซึ่งการส่งออกเป็นธุรกรรมหนึ่งของธุรกิจระหว่างประเทศ การส่งออกที่มากบ่งบอกถึงระดับความเป็นนานาชาติของกิจการ (Wickramasekera and Oczkowski, 2006) ซึ่งเมื่อบริษัทมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศแล้วนั้นจะส่งทำให้บริษัทมีแนวโน้มที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยความสัมพันธ์ของการส่งออกและการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้นได้ถูกอธิบายไว้ด้วย Uppsala Internationalization Process Model (Johanson and Vahlne, 2006) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยได้มองหาปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัท ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage) 2 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities) และความสามารถในการเข้าถึงตลาด (Access to Market) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities) ของบริษัทเป็นเรื่องของความเพียงพอ รวมถึงความมีคุณภาพของผู้จัดการและผู้บริหาร (Graves and Thomas, 2006) ซึ่งจะ เป็นข้อบ่งชี้สำคัญที่ทำให้บริษัทมีการมองหาการลงทุนในต่างประเทศ Wee (2007) กล่าวถึงความขาดแคลนผู้จัดการระดับกลางของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยว่าเป็นสาเหตุหนึ่งที่บริษัทไม่สามารถไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศได้ ทั้งนี้ ที่การตั้งโรงงานอยู่ในประเทศไทยจะทำให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งจากประเทศอื่นๆ เนื่องจากต้นทุนค่าแรงงานที่มีราคาสูงขึ้น นอกจากนี้ปัญหาที่บริษัทไทยไม่สามารถไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศได้เกิดจากการขาดแคลนจำนวนผู้จัดการ และประสบการณ์การทำงานของผู้บริหารใน

บริษัทที่ไม่คุ้นเคยกับการดำเนินงานในต่างชาติดำเนินธุรกิจอยู่ภายในประเทศ ทั้งๆ ที่มีการแข่งขันสูงมากทั้งจากคู่แข่งภายในประเทศเอง รวมถึงคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำกว่าจากต่างประเทศ (ทัศนีย์ ธรรมพิทักษ์, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2555)

ความสามารถในการเข้าถึงตลาด (Access to Market) แสดงถึงความคุ้นเคยและประสบการณ์เกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ส่งผลต่อการพัฒนาความเป็นนานาชาติของประเทศ (Johanson and Vahlne, 1977) สิ่งเหล่านี้จะทำให้บริษัทเกิดความมุ่งมั่นและโอกาสที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศ (Johanson and Vahlne, 2006) ซึ่งการมีลูกค้าหรือตลาดในต่างประเทศอยู่แล้วนั้นทำให้บริษัทมีประสบการณ์ เรียนรู้ความต้องการของลูกค้า รวมถึงความสัมพันธ์อันดี จะส่งผลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีความซับซ้อนทางโครงสร้างในการจัดการอย่างอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและแฟชั่นนั้น ความสัมพันธ์และเครือข่ายอันดีระหว่างผู้ขายและลูกค้าล้วนมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่าอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนทางโครงสร้างทางการจัดการอย่างอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ น้ำมัน และเคมีภัณฑ์ (Tavoletti, 2011) การมีลูกค้าอยู่ในต่างประเทศทำให้เรารู้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ พอเรารู้ความต้องการของผู้บริโภค เราก็จะสามารถออกแบบสินค้าได้ตรงใจลูกค้า ทำให้ตลาดในต่างประเทศของเราเข้มแข็ง สามารถยืนหยัดได้ทุกๆ ที่เราไม่ได้เป็นบริษัทของประเทศนั้นๆ (บุญชัย บัณฑิตอัมพร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2555) โดยการเรียนรู้ตลาดเป็นสิ่งสำคัญการมีลูกค้าอยู่มาก ก็เหมือนเรามีช่องทางขายของมากกว่าคนอื่น ถ้าเราไม่มีตลาดรองรับก็จะส่งผลให้การไปดำเนินการหรือไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศเป็นความเสี่ยงที่มากกว่าผู้บริหารจะรับได้ (กฤษดา เจนพนธิช, สัมภาษณ์, 16 มกราคม 2555)

ด้านปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ เงินทุน เทคโนโลยี ส่วนเกินจากการวิจัยและความสามารถอื่นๆ การประหยัดเชิงขนาด ตราสินค้า ที่ผลการวิจัยระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

เนื่องจากปัจจุบันรัฐบาล และสถาบันการเงินต่างๆ ในประเทศไทยนั้นให้ความสำคัญกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น ทำให้มีแหล่งเงินทุนจำนวนมากที่กิจการต่างๆ สามารถเข้าถึง

ได้ง่าย ซึ่งแต่ละบริษัทก็มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนนั้นใกล้เคียงกัน อีกทั้งลักษณะของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยนั้น ไม่ใช่การลงทุนที่สูงมากนัก ทำให้ปัจจัยเรื่องเงินทุนจึงไม่มีอิทธิพลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ด้านเทคโนโลยี เนื่องจากสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มนั้น ไม่ใช่อุตสาหกรรมที่ลงทุนสูงมากนักในทางเทคโนโลยีทำให้บริษัทแต่ละบริษัทมีการลงทุนในเทคโนโลยีที่ใกล้เคียงกันส่ง มีการลงทุนในเครื่องจักรต่างๆ หรือเทคโนโลยีในการผลิตที่ใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ปัจจัยด้านเทคโนโลยีไม่มีอิทธิพลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ นอกจากนี้บริษัทที่มีการลงทุนด้านเทคโนโลยีน้อย และมีการวิจัยและพัฒนาบ่อยเช่นกัน จะเห็นได้ว่าแต่ละบริษัทมีพนักงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาบ่อยมาก แต่ละบริษัทก็ให้ความสำคัญน้อยเหมือนกัน ทำให้ปัจจัยด้านส่วนเกินจากการวิจัยและความสามารถอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลเช่นกัน

ด้านการประหยัดต่อขนาด เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน บริษัทต่างๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้จึงไม่ใช่อุตสาหกรรมเกิดใหม่ ส่งผลต่อต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านเครื่องจักรต่างๆ นั้นที่ไม่ได้เปลี่ยนมาเป็นเวลานาน มีต้นทุนที่ต่ำมากเกือบทั้งอุตสาหกรรม ทำให้ปัจจัยด้านการประหยัดต่อขนาดนั้นไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ปัจจัยด้านตราสินค้า เนื่องจากสภาพการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นเป็นรูปแบบการรับจ้างผลิตสินค้า ทำให้บริษัทต่างๆ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างชื่อเสียงให้ตราสินค้าตัวเองมากนัก ซึ่งทำให้ปัจจัยด้านตราสินค้าไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผลที่ได้จากการวิจัยของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยนั้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศ ในด้านของความสามารถในการจัดการและการเข้าถึงตลาด ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้เป็นเหมือนความพร้อมทางด้านจัดการ และความพร้อมทางด้านการตลาด เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศอย่างเต็มตัวนั่นคือ การลงทุนทางตรง ผู้วิจัยหวังว่าผลสรุปจากงานวิจัยชิ้นนี้จะสะท้อนปัจจัยที่จะทำให้บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มสามารถพัฒนาตัวเองเพื่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศต่อไปได้ในอนาคต

## 6.2 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยทั้งในไทยและต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศนั้น มีงานวิจัยจำนวนไม่มากนักที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทางตรง ทำให้มีการเสนอตัวแบบการวิจัยครั้งนี้อ้างอิงจากทฤษฎีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ (Dunning, 1980) แล้วมีการปรับเปลี่ยนด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกับประเทศอื่นๆ ดังที่ Dunning ได้กล่าวเสนอแนะไว้

ข้อจำกัดประการสำคัญคือ ข้อมูลทางการเงินที่นำมาใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลงบการเงินที่หน่วยตัวอย่างได้นำส่งกรมสรรพากร ซึ่งอาจจะเป็นงบการเงินที่ไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงของบริษัท แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยไม่สามารถทราบถึงงบการเงินที่แท้จริงของบริษัทได้ ทำให้มีความจำเป็นต้องใช้ข้อมูลจากงบการเงินเหล่านี้เป็นข้อมูลในการวิจัย นอกจากนี้ข้อจำกัดที่ผู้วิจัยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้คือ ปัญหาอุทกภัยครั้งใหญ่ในปี 2554 ซึ่งทำให้หน่วยตัวอย่างตอบกลับแบบสอบถามกลับมาเป็นจำนวนที่ค่อนข้างน้อย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบความไม่เอนเอียงจากการไม่ตอบกลับเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือในการวิจัยแล้ว

## 6.3 ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัย

### ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจใอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

ในปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น ทั้งจากคู่แข่งในประเทศ และคู่แข่งจากนอกประเทศ การที่ธุรกิจใอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยนั้นประสบปัญหาค่าแรงงานที่สูงขึ้น รวมถึงความไม่แน่นอนทางการเมือง หรือนโยบายของรัฐบาล ทำให้บริษัทใอุตสาหกรรมนี้ต้องมีการปรับตัวอย่างมาก การก้าวสู่ธุรกิจระหว่างประเทศใรูปแบบการลงทุนทางตรง ถือเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้บริษัทสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ได้ ทั้งนี้ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นว่า การที่บริษัทมีความพร้อมทางด้านการจัดการ และการเข้าถึงตลาดใต่างประเทศ จะช่วยให้ธุรกิจมีแผนที่จะเติบโตออกไปยังต่างประเทศได้ ทั้งนี้บริษัทควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรของบริษัท รวมถึงการพัฒนาตลาด เพิ่มฐานลูกค้าใหม่และ

รักษาความพึงพอใจของลูกค้า ก็จะมีส่วนช่วยให้บริษัทสามารถไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศได้ในอนาคต

#### ข้อเสนอแนะสำหรับงานด้านวิชาการในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปสามารถเลือกวิจัยในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีโครงสร้างของอุตสาหกรรมแตกต่างกันไป เช่น อุตสาหกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมไฟฟ้า หรือธุรกิจการบริการอื่นๆ ซึ่งผลของการวิเคราะห์นี้อาจจะมีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมนั้นๆ นอกจากนี้การวิจัยครั้งต่อไปยังสามารถวิจัยในภาพรวมของประเทศ โดยการเลือกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาเป็นประชากรในการศึกษา หรือการเปลี่ยนตัวแปรตามโดยเจาะจงประเทศที่สนใจจะเข้าไปลงทุนทางตรงเพื่อให้งานวิจัยในสาขาของการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศมีความหลากหลายมากขึ้นต่อไป



## รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กฤษดา เจนพาณิชย์. กรรมการผู้จัดการ บ.ไทย เจ.เพรส จำกัด. สัมภาษณ์. 16 มกราคม 2555.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. 12. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, 2552.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. 13. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, 2554.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS. 7. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, 2552.

ชโยดม สรรพศรี, สมชนก คุ่มพันธ์, และอัษฎารักษ์ เจริญวงศ์. การวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมแฟชั่นของไทย โดยใช้ตัวแบบเพชรของไมเคิล อี พอตเตอร์ ในการแสดงความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ. ใน โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย, หน้า 38-40. กรุงเทพมหานคร : แมคกรอ-ฮิล, 2546.

ทัศนีย์ ธรรมพิทักษ์. ผู้บริหารบริษัท การ์เมนต์ ทาร์วัน จำกัด. สัมภาษณ์. 12 มกราคม 2555.

ธงชัย สันติวงษ์. องค์กรและการจัดการ. 3. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2540.

บุญชัย ปันทุรอำมพร. ประธานบริหารบริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน). สัมภาษณ์. 12 มกราคม 2555.

พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, สถาบัน. ข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทย. [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: <http://www.thaitextile.org> [2554, มีนาคม 12]

มัลลิกา สมพลกรัง. ปัจจัยที่กำหนดการลงทุนทางตรงของไทยในประเทศพม่า. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2547.

มานพ ท้วมย้ง. ผู้บริหารบริษัทแพนกรุ๊ป ประเทศไทย จำกัด. สัมภาษณ์. 30 มิถุนายน 2554.

ส่งเสริมการส่งออก, กรม. ทิศทางการลงทุนทางตรงและศักยภาพการแข่งขันระยะยาวของประเทศไทย. [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา: [www.depthai.go.th](http://www.depthai.go.th) [2554, มีนาคม 8]

สมชนก ภาสกรจรัส. หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ. 1. กรุงเทพมหานคร: แมคกรอ-ฮิล, 2551.

สุกิจ คงปิยาจารย์. ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. สัมภาษณ์. 8 กรกฎาคม 2554.

เสาวรินทร์ สายรังษี. การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัทไทย: กรณีศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

แห่งประเทศไทย, ธนาคาร. รายงานนโยบายเงิน และสำนักงานภาค. สถานการณ์การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทย: ภาพรวมและกรณีศึกษา. [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: [www.sme.go.th/Documents/2554/](http://www.sme.go.th/Documents/2554/) [2554, มีนาคม 15]

อนันต์ เตชะมงคลาภิวัฒน์. ผู้จัดการอาวุโส บริษัท คาร์เทียร์ ครีเอชั่น จำกัด. สัมภาษณ์. 13 กรกฎาคม 2554.

ภาษาอังกฤษ

Anastassopoulos, G. G., & Anastassopoulos and Traill, W. B. Determinants of Foreign Entry Strategies in Greek Food Industry. Agribusiness 14 (April 1998): 267-279.

Arbaugh, J. B., Camp, S., & Cox, L. W. Why Don't Entrepreneurial Firms Internationalize More? Journal of Managerial Issues 20 (March 2008): 366-382.

Banga, R. Explaining Asian Outward FDI. India: UNCTAD-India, 2003.

Buckley, P. J. Foreign Direct Investment by Small and Medium Sized Enterprises: The Theoretical Background. Small Business Economics 1 (February 1989): 89-100.

- Drucker, P. F. Practice of Management. New York : HarperCollins, 1954.
- Dunning, J. H. Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. International Business Studies 11 (January 1980): 9-31.
- Griffin, R. W. Management. Boston New York : Houghton Mifflin, 2008.
- Hymer, S.H. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment (M.I.T. Monographs in Economics). Cambridge: The MIT Pres, 1976.
- Johanson, J., & Vahlne, J. Commitment and Opportunity Development in the Internationalization Process: A Note on the Uppsala Internationalization Process Model. Management International Review (MIR) 46 (February 2006): 165-178.
- Johanson, J., & Vahlne, J. The Internationalization Process of the Firm - A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market. Journal Of International Business Studies 8 (January 1977): 25-34.
- Jones, M. T. A celebrity chef goes global: the business of eating. The Journal of Business Strategy 30 (May 2009): 14.
- Kindleberger, C. P. The "New" Multinationalization of Business. ASEAN Economic Bulletin 5 (February 1088): 113-125.
- Kuo, H. C., & Li, Y. A Dynamic Decision Model of SMEs' FDI. Small Business Economics 20 (January 2003): 219-231.
- Louri, H., Papanastassiou, M., & Lantouris, J. FDI in the EU Periphery: A Multinomial Logit Analysis of Greek Firm Strategies. Regional Studies 34 (May 2000): 419-427.
- Mlinarič, C. M., & Mlinarič, F. Small Firms in a Small Country: Managerial Factors, Internationalization and Performance of Slovenian SMES. Managing Global

Transitions: International Research Journal 8 (March 2010): 239-259.

Pananond, P., & Zeithaml, C. P. The international expansion process of MNEs from developing countries: a case study of Thailand's CP Group. Asia Pacific Journal Of Management 15 (February 1998): 163-184.

Pananond, P. The International Expansion of Thailand's Jasmine Group: Built on Shaky Ground?. Asia Pacific Business Review 8 (February 2001): 121.

Robbins, S. P. and Coulter M. Management. Bangkok: Pearson Education Indochina, 2003.

Ruzzier, M., Antoncic, B., Hisrich, R. D., and Konecnik, M. Human Capital and SME Internationalization: A Structural Equation Modeling Study. Canadian Journal of Administrative Sciences (Canadian Journal of Administrative Sciences) 24 (January 2007): 15-29.

Sykianakis, N. and Bellas, A. The foreign direct investment decision making process. Managerial Auditing Journal 20 (September 2005): 954.

Tavoletti, E. The Internationalization Process of Italian Fashion Firms: Looking for an Analytical Generalization. South Asian Journal Of Management 18 (February 2011): 7-29.

Verbeke, A. and Yuan, W. A Strategic Management Analysis of Ownership Advantages in the Eclectic Paradigm. Multinational Business Review 18 (February 2010): 89-108.

Vernon, R. 1966. International Investment and International Trade in the Product Cycle. Quarterly Journal of Economics 2 (May 1996): 190-207.

Wee, K, H. Outward foreign direct investment by enterprises from Thailand. Transnational Corporations 16 (January 2007): 89 - 116.

Wickramasekera R, Oczkowski E. Stage Models Re-visited: A Measure of the Stage of Internationalisation of a Firm. Management International Review 46 (January 2006): 39-55.

Wu, S. Goodness-of-fit tests for logistic regression. Philosophy Dissertation, Department of Statistic The Florida State University, 2010.

Xu, G., & Wang, S. A goodness-of-fit test of logistic regression models for case-control data with measurement error. Biometrika, 98 (April 2011): 877-886.

### ภาคผนวก

ภาคผนวก ก



10 สิงหาคม 2554

**เรื่อง** ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลและสัมภาษณ์

**เรียน** ท่านผู้บริหาร

**สิ่งที่แนบมาด้วย:** แบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ และซองจดหมายเพื่อส่งกลับผู้วิจัย

เนื่องด้วยงานวิจัยเรื่อง "แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย" ซึ่งดิฉัน นางสาวอาริษา ปาน้อยนนท์ ผู้ดำเนินงานวิจัยมีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลจากบริษัทของท่าน ซึ่งได้รับเลือกให้เป็นหนึ่งในผู้ให้ข้อมูลแก่งานวิจัย โดยข้อมูลของท่านจะเป็นแนวทางที่สำคัญอย่างมากในการวิจัยนี้

**รายละเอียดของงานวิจัยมีดังนี้**

**หัวข้อการวิจัย:** “แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย”

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย:** เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:** ประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจไทยในเวทีการค้าโลก เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนของประเทศ

**หน่วยงานที่สังกัด:** หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ดิฉันได้แนบบแบบสอบถามพร้อมซองเปล่าติดแสตมป์สำหรับการตอบกลับมายังผู้วิจัย โดยแบบสอบถามนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 4 หน้า ใช้เวลาประมาณ 15 นาทีในการกรอกข้อมูลทั้งหมด ทั้งนี้ลำดับที่ด้านบนแบบสอบถามเป็นเพียงกระบวนการทางวิจัย ซึ่งทาง **ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับสูงสุด** โดยจะมีการนำเสนอเพียงภาพรวมเท่านั้น และเพื่อประโยชน์ของท่าน ผู้วิจัยยินดีส่งผลสรุปของงานวิจัยให้แก่ท่านเพียงท่านลงความประสงค์ในตอนท้ายของแบบสอบถาม

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากบริษัทของท่าน หากท่านมีข้อสงสัยประการใดท่านสามารถติดต่อผู้วิจัยได้โดยตรงที่นางสาวอาริษา ปาน้อยนนท์ โทรศัพท์ 02-574-2423, 085-905-8250 หรือ อีเมลล์ [thisisaliza@gmail.com](mailto:thisisaliza@gmail.com)

ขอแสดงความนับถือ

อาริษา ปาน้อยนนท์





แบบสอบถามเรื่องแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ของธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

### ส่วนที่ 1: ข้อมูลเบื้องต้นของกิจการ

คำอธิบาย: โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมคำตอบลงใน \_\_\_\_\_ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย

#### 1.1 กิจการของท่านดำเนินธุรกิจในรูปแบบใดบ้าง

คำอธิบายเพิ่มเติม: โปรดใส่สัดส่วนของยอดขายในการดำเนินงานของบริษัทท่าน ว่ามียอดขายที่เกิดจากกิจกรรมดังต่อไปนี้กี่เปอร์เซ็นต์ (กรุณาตอบเป็นเปอร์เซ็นต์ โดยประมาณ)

\_\_\_\_\_ % ของยอดขาย เป็นการรับจ้างผลิต OEM (Original Equipment Manufacturer)

\_\_\_\_\_ % ของยอดขาย เป็นการรับจ้างออกแบบและผลิต ODM (Original Design Manufacturer)

\_\_\_\_\_ % ของยอดขาย เป็นการผลิตเพื่อขายในตราสินค้าของตนเอง OBM (Original Brand Manufacturer)

\_\_\_\_\_ % ของยอดขาย เป็นรายได้อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

#### 1.2 การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจระหว่างประเทศของบริษัทท่าน มีลักษณะตรงกับข้อใดบ้าง (เลือกตอบได้หลายข้อ)

- รับจ้างผลิตสินค้าสำเร็จรูปให้แก่บริษัทต่างชาติ
- มีธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า เช่น นำเข้าวัตถุดิบ นำเข้าสินค้า เป็นต้น
- มีธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก เช่น ส่งออกสินค้าไปขายยังต่างประเทศ เป็นต้น
- มีการลงทุนในต่างประเทศ เช่น การตั้งโรงงาน การร่วมทุน การเปิดสาขาในต่างประเทศ เป็นต้น
- ไม่มีกิจกรรมทางการค้าภายนอกประเทศ (โปรดข้ามข้อ 1.3)

#### 1.3 ในปัจจุบันบริษัทของท่านมีการทำการค้าระหว่างประเทศ (รับจ้างผลิต หรือ ส่งออก) กับคู่ค้าประเทศใดบ้างเหล่านี้ และในประเทศต่างๆ มีจำนวนบริษัทที่ท่านทำการค้าด้วยจำนวนเท่าไร

- ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท
- ประเทศอังกฤษ จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท
- ประเทศเยอรมัน จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท
- ประเทศสเปน จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท
- ประเทศจีน จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท
- ประเทศญี่ปุ่น จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท
- ประเทศแอฟริกา จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท
- ประเทศ \_\_\_\_\_ จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท
- ประเทศ \_\_\_\_\_ จำนวนบริษัทคู่ค้า \_\_\_\_\_ บริษัท

## 1.4 มาตรฐานที่กิจการได้รับ (เลือกตอบได้หลายข้อ)

- ISO 9000  ISO 14000  
 มอก.  อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_ จำนวน \_\_\_\_\_

## 1.5 จำนวนพนักงานทั้งหมดของบริษัท(ในออฟฟิศและโรงงาน) โดยประมาณ (โปรดเลือกเพียง 1 ข้อ)

- ต่ำกว่า 50 คน  51 – 100 คน  
 101 – 200 คน  201 – 500 คน  
 มากกว่า 500 คน

## 1.6 จำนวนพนักงานที่ทำหน้าที่วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยประมาณ \_\_\_\_\_ คน

## 1.7 จำนวนผู้จัดการของบริษัทโดยประมาณ \_\_\_\_\_ คน

คำอธิบายเพิ่มเติม: ผู้จัดการ หมายถึง ผู้ที่ไม่ใช่พนักงานในระดับปฏิบัติการ มีอำนาจในการสั่งการควบคุมดูแลพนักงานระดับปฏิบัติการขึ้นไป

## 1.8 จำนวนผู้บริหารของบริษัทโดยประมาณ \_\_\_\_\_ คน

คำอธิบายเพิ่มเติม: ผู้บริหาร หมายถึง ผู้ที่ดำรงตำแหน่งอยู่ในระดับสูงของสายบังคับบัญชา เป็นผู้ที่ต้องกำหนดวัตถุประสงค์และนโยบายสำคัญๆ ให้กับบริษัท ในบางบริษัทอาจหมายถึงเจ้าของบริษัทที่มีอำนาจในการบริหาร

1.9 ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มโดยเฉลี่ยของผู้จัดการของบริษัท  
ประมาณ \_\_\_\_\_ ปี1.10 ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มโดยเฉลี่ยของผู้บริหารของบริษัทประมาณ  
\_\_\_\_\_ ปี

## 1.11 งบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์(R&amp;D)ประมาณ \_\_\_\_\_ บาท/ปี\*

\*ถ้าท่านไม่สามารถระบุจำนวนเงินได้โปรดตอบเป็น \_\_\_\_\_ % ของยอดขาย

## 1.12 งบประมาณด้านการอบรมและพัฒนาบุคลากร ประมาณ \_\_\_\_\_ บาท/ปี\*

\*ถ้าท่านไม่สามารถระบุจำนวนเงินได้โปรดตอบเป็น \_\_\_\_\_ % ของยอดขาย

## 1.13 ค่าใช้จ่ายจริงที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประมาณ \_\_\_\_\_ บาท/ปี\*

\*ถ้าท่านไม่สามารถระบุจำนวนเงินได้โปรดตอบเป็น \_\_\_\_\_ % ของยอดขาย

## 1.14 ค่าใช้จ่ายจริงที่ใช้ในการอบรมและพัฒนาบุคลากร ประมาณ \_\_\_\_\_ บาท/ปี\*

\*ถ้าท่านไม่สามารถระบุจำนวนเงินได้โปรดตอบเป็น \_\_\_\_\_ % ของยอดขาย



### 3.2 รูปแบบในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในอนาคต (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ตั้งโรงงานใหม่เพื่อรับจ้างผลิตสินค้า (OEM)
- ตั้งโรงงานใหม่เพื่อผลิตสินค้าที่ออกแบบเอง (ODM) เพื่อขายภายในประเทศนั้นๆ
- ตั้งโรงงานใหม่เพื่อผลิตสินค้าที่ออกแบบเอง (ODM) เพื่อส่งขายต่างประเทศ
- ตั้งโรงงานใหม่เพื่อผลิตสินค้าในตราสินค้าของตนเอง (OBM) เพื่อขายภายในประเทศนั้นๆ
- ตั้งโรงงานใหม่เพื่อผลิตสินค้าในตราสินค้าของตนเอง (OBM) เพื่อส่งขายต่างประเทศ
- การเข้าซื้อกิจการที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น
- การจัดตั้งบริษัทเพื่อเป็นตัวแทนค้าปลีก/ค้าส่งในประเทศนั้นๆ
- การลงทุนในรูปแบบอื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

### 3.3 ประเทศใดที่ท่านคิดว่าจะเข้าไปลงทุนทางตรงในอนาคต (เลือกตอบได้หลายข้อ)

- ลาว  เวียดนาม
- กัมพูชา  พม่า
- มาเลเซีย  จีน
- อื่นๆ โปรดระบุ \_\_\_\_\_

### 3.4 สัดส่วนของการถือหุ้นของบริษัทของท่านในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในอนาคต (โปรดเลือกเพียง 1 ข้อ)

- น้อยกว่า 10%  10% - 49%
- 50% - 99%  100%

**ส่วนที่ 4: ข้อจำกัด และข้อเสนอนะ:** ข้อจำกัดใดบ้างที่เป็นสาเหตุทำให้ท่านไม่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ และท่านมีข้อเสนอนะเกี่ยวกับด้านต่างๆ นั้นอย่างไร เพื่อพัฒนาให้บริษัทของท่านมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

คำอธิบาย: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  เพื่อเลือก และโปรดเติมข้อเสนอนะลงในตาราง เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย

ข้อจำกัด	ข้อเสนอนะ
<input type="checkbox"/> ขาดแคลนเงินทุนสะสมในการขยายกิจการ	
<input type="checkbox"/> ขาดแคลนแหล่งเงินทุนในการขยายกิจการ	
<input type="checkbox"/> จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อการขยายไปต่างประเทศ	
<input type="checkbox"/> บุคลากรในบริษัทขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจในประเทศ	

<input type="checkbox"/> บุคลากรขาดความเต็มใจในการย้ายการทำงานไปยังต่างประเทศ	
<input type="checkbox"/> ขาดการสนับสนุนจากรัฐบาลของประเทศที่จะเข้าไปลงทุน	
<input type="checkbox"/> ขาดการสนับสนุนจากรัฐบาลไทย	
<input type="checkbox"/> บริษัทมีบริษัทคู่ค้าต่างประเทศเป็นจำนวนน้อย	
<input type="checkbox"/> บริษัทไม่สามารถหาลูกค้าใหม่ในตลาดต่างประเทศได้	
<input type="checkbox"/> นโยบายของบริษัทไม่สนใจการทำธุรกิจในต่างประเทศ	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ _____	

ท่านมีความประสงค์ในการรับผลการสรุปของงานวิจัยนี้หรือไม่

- สนใจ โปรดใส่ E-mail \_\_\_\_\_
- ไม่สนใจ

- ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านด้วยใจจริงสำหรับการตอบแบบสอบถามนี้ -

ภาคผนวก ข

## ผลจากการสัมภาษณ์บริษัทที่ 1

อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น ต้นทุนของอุตสาหกรรมนี้ถูกอิงกับค่าแรงงานและจำนวนแรงงานที่ใช้เป็นหลัก การเพิ่มขึ้นของค่าแรงงานขั้นต่ำที่กำหนดโดยรัฐบาลเป็นแรงกดดันสำคัญที่ทำให้ทุกบริษัทในอุตสาหกรรมนี้ต้องเอาตัวรอด ปัจจุบันต้นทุนค่าแรงงานของประเทศไทยแพงที่สุดในอาเซียน บริษัทที่ดำเนินงานอยู่ในกรุงเทพฯ ต้องจ่ายค่าแรงงานถึง 260 - 270 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อเดือน ถ้าดำเนินงานอยู่ในต่างจังหวัดจะต้องจ่ายค่าแรงงานประมาณ 200 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อเดือน ในขณะที่ประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศลาวนั้น บริษัทจ่ายค่าแรงงานเพียง 100 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อเดือน ประเทศกัมพูชาจ่ายกันอยู่ที่ 60-70 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อเดือน ประเทศเวียดนามจ่ายอยู่ที่ 160 - 170 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อเดือน ซึ่งภาพรวมแล้วเฉลี่ยอยู่ที่ 120-150 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อเดือน ซึ่งหากรัฐบาลขึ้นค่าแรงงานขั้นต่ำเป็น 300 บาทต่อวันนั้น จะส่งผลให้ประเทศไทยมีค่าแรงงานที่เฉลี่ยสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านถึงเกือบ 2 เท่า ซึ่งแน่นอนว่าจะทำให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำลงไปมาก ไม่เพียงเฉพาะแต่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเท่านั้น แต่ยังรวมถึงอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานมากทุกประเภทอีกด้วย

ปัญหาการขึ้นค่าแรงงานขั้นต่ำนั้นไม่เพียงแต่จะส่งผลกระทบต่อภาคอุตสาหกรรมเท่านั้น ภาคประชาชนที่เป็นแรงงานเองจะได้รับผลกระทบจากการขึ้นค่าแรงงานขั้นต่ำเช่นกัน ซึ่งคาดการณ์ว่าแรงงานจำนวน 300,000 - 400,000 คนที่ขาดทักษะ หรือมีมาตรฐานวิชาชีพต่ำจะตกงาน เพราะบริษัทเองก็จ้างไม่ไหว บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มจะแบ่งตัวออกเป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจน คือ กลุ่มที่มีความเข้มแข็ง และกลุ่มที่อ่อนแอ ซึ่งกลุ่มแรกจะหันไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ไปมองหาประเทศเพื่อนบ้านที่มีศักยภาพด้านแรงงาน และทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ และเข้าไปลงทุนทางตรง ย้ายโรงงานจากประเทศไทยไปเปิดในต่างประเทศ ส่วนบริษัทที่จัดอยู่ในกลุ่มอ่อนแอจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจภายใต้สถานการณ์ที่ปีบครั้งนี้ต่อไปได้ จนอาจจะต้องปิดตัวลงในที่สุด

สิ่งที่เป็นปัจจัยกำหนดว่าบริษัทใดมีความเข้มแข็งนั้นเราจะวัดกันที่ ฐานการเงินของบริษัท ฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ความสามารถในการจัดการของบริษัท ความมีประสิทธิภาพของการผลิต การพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเทคโนโลยี

หากจะมองในเรื่องของการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยอย่างยั่งยืน นั้น เราต้องปรับตัวตามสภาพแวดล้อมภายนอก เพราะตอนนี้โลกข้างนอกเปลี่ยนแปลงไปมาก แต่ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยยังไม่โตตาม เราให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา สินค้ากันน้อย มุ่งแต่จะลดต้นทุนและตัดราคากันเอง จนสภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมไม่ พัฒนาไปข้างหน้า เหมือนอุตสาหกรรมอื่นๆ ผู้ผลิตจำนวนมากไม่เข้าใจว่าลูกค้าไม่ได้ซื้อสินค้าจากราคาที่ต่ำที่สุดอย่างเดียวเท่านั้น ลูกค้ามองถึงคุณภาพในการผลิต ความสามารถในการส่งสินค้าได้ ตรงต่อเวลา รวมถึงเทคโนโลยีในการผลิตก็มีผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสื้อผ้ากีฬา ที่ตอนนี้เทคโนโลยี การผลิตนั้นไปไกลมากขึ้น มีการนำคอมพิวเตอร์มาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบ การใช้เครื่องตัด เย็บที่ทำให้ไม่มีรอยตัด หรือขอบของด้ายทำให้ไม่ระคายเคืองในการสวมใส่ เป็นต้น

ถ้าพูดถึงทรัพยากรด้านบุคคลในธุรกิจนี้ถือเป็นประเด็นสำคัญ เพราะในอุตสาหกรรมนี้ ขาดผู้จัดการระดับกลาง เนื่องจากธุรกิจนี้ส่วนใหญ่เกิดจากการเป็นเจ้าของคนเดียว ก่อตั้งขึ้นมา ไม่ได้มีมาตรฐานในการดำเนินกิจการมากนัก ทำให้ขาดการพัฒนาบุคลากรอย่างผู้จัดการของ ธุรกิจ มีการแย่งตัวผู้จัดการระหว่างบริษัทต่างๆ ภาคการศึกษาไม่ได้ป้อนบุคลากรเข้ามาใน อุตสาหกรรมนี้ ภาคการศึกษาเพิ่งจะมาตื่นตัวเรื่องการพัฒนาบุคลากรให้ตรงสายอาชีพ จริงๆ วิศวกรการผลิตก็มีความสำคัญเช่นกัน เพราะในโรงงานของบริษัทก็มีจำนวนวิศวกร 30 ถึง 40 คน เราใช้วิศวกรในการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากในการกำหนดราคาให้แก่ ลูกค้า เพราะถ้าคำนวณพลาดก็หมายถึงกำไรที่หายไป หรืออาจจะทำให้ขาดทุนได้ นอกเหนือจาก นี้การคำนวณเวลาที่ใช้ในการผลิตก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะเรามีความจำเป็นต้องสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ลูกค้า ต้องส่งงานตรงเวลา ซึ่งทั้งหมดนี้เราจะเห็นว่าบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเป็นสิ่ง ที่อุตสาหกรรมนี้ต้องการ แต่กลับขาดแคลนซึ่งหากจะต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม อย่างยั่งยืน เราต้องหันมาพัฒนาบุคลากรในประเทศให้ตรงต่อความต้องการของอุตสาหกรรมมาก ขึ้น



## ผลจากการสัมภาษณ์บริษัทที่ 2

รูปแบบของบริษัทเป็นการรับจ้างผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งก็เหมือนกับบริษัทอื่นๆ ในอุตสาหกรรมนี้ คือ ตั้งแต่ดั้งเดิมมาแล้วอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มนั้นมีลักษณะเป็นโรงงาน จะใช้แรงงานจำนวนมากในการผลิต มีการสั่งซื้อวัตถุดิบจากทั้งในและต่างประเทศ สินค้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่จะไม่ได้วางขายตามร้านค้า แต่จะจัดส่งไปให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าสั่งซื้อไว้เท่านั้น ที่เห็นเหมือนว่าจะมีร้านค้าเสื้อผ้ามากมายนั้น จริงๆ แล้วร้านค้าเหล่านั้นเป็นส่วนน้อยของอุตสาหกรรม บริษัทที่มียอดขายจำนวนมากจริงๆ จะผลิตตามคำสั่งซื้อ ปัจจัยที่สร้างความสำเร็จให้กับบริษัทในธุรกิจนี้คือ การรักษารฐานลูกค้าเก่า และสร้างคุณภาพของสินค้าตัวเองให้มีมาตรฐาน การส่งงานที่ตรงต่อเวลา ความซื่อสัตย์และจริงใจที่บริษัทนำเสนอให้กับลูกค้า

ลูกค้าของบริษัทส่วนใหญ่เป็นลูกค้าในประเทศ มีลูกค้าจากต่างประเทศบ้างแต่คิดเป็นเพียง 20% ของยอดขายทั้งหมด ทั้งนี้ต้องเข้าใจก่อนว่าแต่ละโรงงานมีข้อจำกัดของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นจำนวนเครื่องจักร จำนวนพนักงาน ซึ่งทั้งสองอย่างนี้จะส่งผลต่อกำลังผลิตของบริษัท ตอนนี้แรงงานหายไปจากอุตสาหกรรมนี้เป็นจำนวนมาก ค่าแรงงานก็สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกบริษัทได้รับผลกระทบจากการขึ้นค่าแรงงาน ทำให้มีบริษัทจำนวนมากมองหาทางที่จะออกไปตั้งโรงงานในต่างประเทศ แต่อีกจำนวนหนึ่งก็ยังคงจะตั้งหลักปักฐานที่ประเทศไทยต่อไป

ส่วนตัวแล้วบริษัทเองยังไม่มียุทธศาสตร์จะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ หนึ่งเพราะนโยบายของบริษัทไม่ได้มองไว้ว่าเราจะไปเติบโตในต่างประเทศ เรามีฐานลูกค้าในประเทศไทยที่มีความเข้มแข็ง อีกทั้งบริษัทยังมีความคุ้นเคยกับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศ สาเหตุประการที่สอง คือ การที่บริษัทไม่สามารถจัดหาบุคลากรไปดำเนินงานในต่างประเทศได้ บริษัทให้ความสำคัญในการควบคุมคุณภาพในการผลิตมาก จะต้องมีผู้จัดการหรือวิศวกรคอยดูแลงานตลอด หากจะต้องย้ายโรงงานไปต่างประเทศแล้วนั้น บริษัทไม่แน่ใจว่าบุคลากรเหล่านั้นจะเต็มใจย้ายไปหรือไม่ อีกทั้งการดูแลอาจจะไม่ทั่วถึงซึ่งเป็นความเสี่ยงที่บริษัทยอมรับได้น้อย บริษัทจึงเลือกที่จะดำเนินธุรกิจในประเทศต่อไป

### ผลจากการสัมภาษณ์บริษัทที่ 3

ปัจจุบันการแข่งขันในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มนั้นรุนแรงมาก ทั้งจากคู่แข่งในและต่างประเทศ สำหรับบริษัทเราซึ่งเป็นบริษัทที่รับจ้างผลิตสินค้าให้กับบริษัทยักษ์ใหญ่จากต่างประเทศ ซึ่งการรับจ้างผลิตส่วนใหญ่จะผลิตให้กับบริษัทต่างชาติซึ่งเป็นแบรนด์ดัง บริษัทต่างชาติเหล่านี้จะเข้ามามองหาผู้ผลิตในประเทศไทย โดยมีแบบของเสื้อผ้า การตัดเย็บ สีสัสนและความต้องการครบอยู่แล้ว เหลือเพียงแต่การหาโรงงานผลิตเท่านั้น ถึงแม้ว่าบริษัทจะมีประสบการณ์การดำเนินธุรกิจมานาน แต่ทว่าบริษัทแทบจะไม่มีอำนาจต่อรองกับลูกค้าเลย ลูกค้าหลายรายพยายามต่อราคามากขึ้นเรื่อยๆ แต่ต้นทุนการผลิตนั้นก็กลับสูงขึ้นจนน่าตกใจ ทำให้หลายบริษัทต้องปิดตัวลงด้วยแรงกดดันหลายประการ คู่แข่งรายสำคัญอย่างประเทศจีนมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศไทยถึง 2 เท่า แต่ต้องยอมรับว่าตอนนี้คุณภาพการผลิตของประเทศเรามีมากกว่าประเทศจีน แต่ถ้าทั้งอุตสาหกรรมยังไม่มีปรับตัวไปข้างหน้า เชื่อว่าอีกไม่นานประเทศจีนจะพัฒนาความคุณภาพให้มาทัดเทียมประเทศไทยได้

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับภาคเกษตร แรงงานจำนวนมากจะเข้าสู่โรงงานหลักจากฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิต โรงงานส่วนใหญ่อยู่ในภาคอีสาน จะเห็นว่าโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้านั้นมีมลภาวะน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ โรงงานส่วนใหญ่มีคนไทยส่วนใหญ่เป็นเจ้าของ และมูลค่าการผลิตค่อนข้างสูง แต่น่าแปลกใจที่รัฐบาลไม่เคยให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้อย่างจริงจัง ตลอดเวลาที่ผ่านมาบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมต้องดูแลกันเอง มีการจัดตั้งสมาคมเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ของอุตสาหกรรมให้ก้าวไปข้างหน้า ตอนนี้ปัญหาของอุตสาหกรรมนี้เหมือนเราทุกคนเดินอยู่กับที่ ยังคงจมอยู่กับการลดต้นทุนการผลิต แต่ก็ต้องเข้าใจเพราะว่าต้นทุนการผลิตตอนนี้มันสูงมากจริงๆ แค่เอาเวลาไปบริหารจัดการก็ไม่มีเวลาจะทำอะไรแล้ว มันเหมือนเป็นแรงผลักดันเชิงลบที่ทำให้บริษัทไม่พัฒนาไปไหน พอเงินไม่เหลือ กำไรไม่มี ก็ไม่มีเวลาคิด ไม่มีการเพิ่มจำนวนบุคลากรเข้ามาในบริษัท ในขณะที่ประเทศอื่นนั้นมีการวางกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมที่ชัดเจน อย่างประเทศเกาหลีใต้ที่เปลี่ยนจากการผลิตมาทำการตลาด สร้างแบรนด์ของตนเอง ไม่ต้องห่วงเรื่องการลดต้นทุน เพราะสามารถตั้งราคาเองได้แล้ว ในขณะที่ประเทศไทยยังมีปัญญากับการสร้างแบรนด์ กับการพัฒนาการตลาดของตนเอง ก็ต้องมาปวดหัวกับค่าแรงงานที่เพิ่มขึ้นจนน่าตกใจ

นโยบายของบริษัทที่มีการมองการลงทุนทางตรงในต่างประเทศไว้แล้ว คือตอนนี้พอไม่สามารถลดต้นทุนในประเทศได้อีก เนื่องจากกฎเกณฑ์และข้อบังคับของภาครัฐ บริษัทก็ต้องหาทางรอดในแบบของตัวเอง การมองหาประเทศที่มีค่าแรงงานราคาถูกจึงเป็นทางเลือกที่บริษัทสามารถดำเนินงานได้ บริษัทมีการทำแผนการศึกษาความเป็นไปได้ในการตั้งโรงงานในต่างประเทศอย่างจริงจัง ศึกษากันมาหลายปีแล้ว ตอนนี้อยู่ในขั้นเจรจาต่อรองกับประเทศผู้รับทุน บริษัทมีความจำเป็นต้องเตรียมเงินทุน เตรียมบุคลากรที่มีทักษะ มีความรู้ความสามารถ และไว้วางใจได้ให้ไปดำเนินการในต่างประเทศ

#### ผลจากการสัมภาษณ์บริษัทที่ 4

ภาพรวมของการแข่งขันของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศได้รับแรงกดดันจากค่าแรงงานขั้นต่ำ 300 บาท เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจ คือ การรับจ้างผลิตสินค้า (OEM) ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าจากต่างชาติ ทำให้ต้องเน้นในเรื่องของการดำเนินงาน การบริหารจัดการต้นทุน ซึ่งแรงงานเป็นส่วนสำคัญในโครงสร้างต้นทุนของเครื่องนุ่งห่ม การปรับขึ้นค่าแรงงานอย่างกะทันหันทำให้ธุรกิจนี้ในอุตสาหกรรมนี้รับผลกระทบมาก เพราะส่งผลต่อต้นทุนโดยตรง และเมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้นก็มีความจำเป็นที่จะต้องขึ้นราคา ลูกค้าก็เริ่มหันไปมองสินค้าที่มีราคาถูกลงกว่า แต่มีคุณภาพใกล้เคียงกันทำให้คู่แข่งสำคัญอย่างประเทศจีน กัมพูชา เวียดนาม ได้เปรียบเรื่องราคาที่ถูกกว่าจนสามารถดึงลูกค้าไปได้

การรักษาฐานลูกค้าเก่าเป็นเรื่องสำคัญที่บริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมนี้ให้ความสนใจ เพราะคำสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้าใหม่นั้นหายากกว่าลูกค้าเก่ามาก และที่สำคัญถ้าลูกค้าของเราไปสั่งจากเจ้าอื่นแล้วนั้น เป็นการยากมากที่จะกลับมาสั่งสินค้าจากเราอีก ซึ่งตรงนี้อาจจะทำให้บริษัทที่ขาดความสามารถในการแสวงหาลูกค้าใหม่ อาจจะพบกับจุดวิกฤตเลยก็ว่าได้

เรื่องของบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้เป็นเรื่องที่ขาดแคลนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้จัดการระดับกลาง (Middle Manager) ประเด็นหนึ่งเลย คือ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่มีมานานแล้วในประเทศไทย และไม่มีมีความหวือหวาในเรื่องของผลตอบแทนเหมือนดังอุตสาหกรรมอื่นๆ ด้วยความที่รากฐานของอุตสาหกรรมนี้คือ การรับจ้างผลิตสินค้า ทำให้มีบริษัทใหญ่ๆ ที่มีชื่อเสียงที่คนทั่วไปรู้จักนั้นเพียงไม่กี่บริษัท บัณฑิตที่จบมาใหม่ที่มีความสามารถตรงสายนั้นแทบจะไม่มี ซึ่งตรงนี้เป็นประเด็นสำคัญของอุตสาหกรรมนี้ เราพบว่ามีการดึงตัวผู้จัดการกันไปมาภายในอุตสาหกรรม เพราะยากที่จะหาคนสนใจที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้ แต่ถ้าเราสามารถดึงดูคนเข้ามาทำงานได้จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ได้มาก เพราะคนรุ่นใหม่เหล่านี้มีความคิดที่เปิดใหม่ มีความรู้ความสามารถ มีความพร้อมที่จะช่วยพัฒนาให้อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยมีพัฒนาการ ซึ่งบริษัทเห็นความสำคัญมากในการเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพราะจากประสบการณ์เดิมที่เป็นบริษัทที่รับจ้างผลิตนั้นเราต้องจมอยู่กับการบริหารต้นทุนจนขาดการพัฒนาด้านการตลาด ทำให้แต่ละบริษัทไม่มีจุดขาย

หรือมีความโดดเด่นออกมา จนถึงจุดหนึ่งที่บริษัทหันมาให้ความสนใจการตลาดมากขึ้น ซึ่งใน 5 ปี  
 หลังมานี้ บริษัทได้มุ่งเน้นเรื่องของการตลาดมากขึ้น สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีการพัฒนา  
 สินค้าให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและมีกิจกรรมทางการตลาดเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้า  
 เป้าหมายมากขึ้น

เมื่อพูดถึงเรื่องการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น บริษัทมีทีมในการวิจัยและพัฒนา  
 ผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ แต่ก็ยังคงคิดว่าอุตสาหกรรมนี้แตกต่างจากอุตสาหกรรมที่เน้นเรื่องของ  
 เทคโนโลยี อย่างคอมพิวเตอร์ คือทีมวิจัยและพัฒนานั้นจำเป็นต้องมี แต่จุดนี้ก็ไม่ใช่ประเด็นสำคัญ  
 ที่จะมาเป็นปัจจัยความสำเร็จของบริษัท โดยบริษัทเลือกที่จะใช้การ Forward Integration มากกว่า  
 คือพัฒนาไปในการตลาด การขายสินค้ามากกว่าที่จะกลับไปมุ่งเน้นในเรื่องของการผลิต  
 (Backward Integration)

ในเรื่องนโยบายเกี่ยวกับธุรกิจระหว่างประเทศนั้นบริษัทให้ความสนใจมาก ซึ่งปัจจุบัน  
 บริษัทได้มีการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ มีการส่งสินค้าออก และมีการลงทุนทางใน  
 ต่างประเทศ โดยมีโรงงานอยู่ในประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนาม และกัมพูชา นอกจากนี้ใน  
 ระยะเวลาอันใกล้นี้บริษัทมีแผนที่จะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยจะเน้นไปที่การ  
 เปิดร้านค้าขายสินค้า (Shop Store) ในต่างประเทศ ซึ่งตลาดเพื่อนบ้านเป็นตลาดที่มีความ  
 น่าสนใจ เพราะมีรูปแบบของความต้องการที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย บริษัทได้ทดลองส่งสินค้า  
 ของบริษัทไปขายในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน บริษัทมีลูกค้าในต่างประเทศเป็น  
 จำนวนมาก ซึ่งจุดนี้เป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้บริษัทสามารถไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศได้มี  
 ประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการมีลูกค้าอยู่ในต่างประเทศทำให้เราเข้าถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคใน  
 ประเทศนั้นๆ พอเรารู้ความต้องการของผู้บริโภค เราก็จะสามารถออกแบบสินค้าได้ตรงใจลูกค้า  
 ทำให้ตลาดในต่างประเทศของเราเข้มแข็ง สามารถยืนหยัดได้ทั้งๆ ที่เราไม่ได้เป็นบริษัทของ  
 ประเทศนั้นๆ

## ผลจากการสัมภาษณ์บริษัทที่ 5

ทุกวันนี้ต้องบริษัทต้องดิ้นรนอย่างหนักในการอยู่รอด เพราะต้นทุนของการผลิตสินค้าสูงมาก ภาครัฐไม่เพียงแต่จะไม่สนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้เท่านั้น แต่ยังผลักภาระค่าแรงงานราคาแพงมาให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้อีกด้วย ทั้งนี้พอบริษัทต้องจมอยู่กับการบริหารต้นทุนทำให้บริษัทไม่มีเวลาจะไปทำอย่างอื่น อย่างสถานการณ์อุทกภัยครั้งนี้บริษัทก็ประสบปัญหาทางการเงินอย่างมาก เพราะนอกจากน้ำจะท่วมกรุงเทพฯ กินเวลาประมาณ 3 เดือนแล้วนั้น ช่วงระยะเวลาก่อนและหลังน้ำท่วมผู้บริโภคก็ไม่มีใครซื้อสินค้าแล้ว สินค้าที่บริษัทสต็อกไว้เนื่องจากปกติแล้วความต้องการในช่วงปลายปีจะมากนั้น แต่ปีนี้กลับขายแทบไม่ได้ทำให้บริษัทขาดสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งบริษัทก็ต้องหาหนทางแก้ไขกันไป

รูปแบบการทำธุรกิจของบริษัทจะเป็นการผลิตสินค้าสำเร็จรูปส่งออก มีนายหน้ามารับสินค้าไปขายยังต่างประเทศ ซึ่งกลุ่มลูกค้าจะเป็นลูกค้าเจ้าประจำที่เคยทำการค้าร่วมกัน การหาตลาดใหม่ๆ ค่อนข้างยาก เพราะลูกค้าอยู่ในต่างประเทศไม่รู้หนทางว่าควรจะไปหาอย่างไร บริษัทพยายามเข้าร่วมงานส่งเสริมการส่งออกของภาครัฐ หรืองานส่งเสริมการลงทุน แต่ความจริงก็คือบริษัทไม่เคยได้ลูกค้าใหม่ๆ จากการเข้าร่วมงานในลักษณะนี้เลย การค้าขายพึ่งพ่อค้าคนกลางได้มากกว่า เพราะเขามีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง จะมีบ้างที่โดนกดราคา แต่ถ้าคำสั่งซื้อไหนพอรับได้พอทำราคาได้ก็จำเป็นต้นขาย

บริษัทคิดว่าตนเองยังไม่มีความพร้อมในการดำเนินงานในต่างประเทศสืบเนื่องจากบริษัทไม่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจในประเทศด้วยตนเอง ไม่รู้ว่าจะสามารถหาลูกค้าได้หรือไม่ บริษัทยังคงขาดแคลนเงินทุน ทั้งในรูปของกำไรสะสมและแหล่งเงินทุนจากภายนอก เรื่องบุคลากรก็สำคัญ คนงาน และผู้จัดการหายาก อุตสาหกรรมนี้เกิดจากการขาดแคลนจำนวนผู้จัดการ และอีกทั้งประสบการณ์การทำงานของผู้บริหารในบริษัทก็ไม่คุ้นเคยกับการดำเนินงานในต่างชาติ ทำให้บริษัทเลือกที่จะดำเนินธุรกิจอยู่ภายในประเทศ ทั้งๆ ที่มีการแข่งขันสูงมากทั้งจากคู่แข่งภายในประเทศเอง รวมถึงคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำกว่าจากต่างประเทศ

## ผลจากการสัมภาษณ์บริษัทที่ 6

บริษัทได้เปลี่ยนตัวเองจากการแข่งขันด้านการผลิต หันเข้ามาสู่การตลาดมากขึ้น เนื่องจากวิสัยทัศน์ของผู้บริหารที่มองเห็นแล้วว่าศักยภาพการผลิตของประเทศ กำลังย่ำแย่ ที่ย่ำแย่ นี้ไม่ได้หมายถึงคุณภาพในการผลิต แต่หมายถึงต้นทุนทางการผลิตที่จะไม่สามารถสู้กับสินค้าในต่างประเทศไทย คู่แข่งสำคัญเลยคือ ประเทศจีน เพราะประเทศจีนเป็นประเทศที่มีต้นทุนค่าแรงงานต่ำ อีกทั้งประเทศจีนเป็นประเทศที่มีการแข่งขันสูง คนในประเทศเขามีการพัฒนาเพื่อความอยู่รอดตลอดเวลา เหมือนกันว่าประเทศเขาทรัพยากรธรรมชาติไม่เพียงพอต่อการดำเนินชีวิตของจำนวนประชากร เพราะฉะนั้นเขาจึงเป็นชนชาติที่ต้องต่อสู้ดิ้นรน ต่างจากประเทศไทย ประเทศเรามีทรัพยากรธรรมชาติอยู่มาก ทำให้คนในประเทศไม่จำเป็นต้องดิ้นรนมากนัก เราจะเห็นว่าประเทศเรามีการพัฒนาที่ช้ากว่าประเทศอื่นๆ ซึ่งตรงจุดนี้เป็นสิ่งที่รัฐบาลควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ ไม่ใช่การขึ้นค่าแรงงานตามใจ แต่ควรมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาฝีมือแรงงานให้ได้มาตรฐานมากกว่า เมื่อแรงงานมีคุณภาพแล้วนั้น ค่าแรงที่ได้รับก็จะเป็นไปตามฝีมือแรงงาน ประเทศเราก็จะอยู่ได้ เราจะมีความสุขกันทั้งแรงงานและเจ้าของโรงงาน

ทั้งนี้จากสาเหตุที่กล่าวไปข้างต้นว่า บริษัทได้เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานมาให้ความสำคัญกับการตลาด และการรับรู้ถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก การผลิตเป็นเรื่องรองลงมา เพราะถ้าบริษัทไม่สามารถทำราคาได้ดี บริษัทสามารถไปจ้างโรงงานอื่นๆ ผลิตให้ก็ได้ ซึ่งโรงงานในประเทศมีจำนวนมาก มีการแข่งขันสูงทำให้สามารถต่อราคาที่ต้องการได้ ทั้งนี้จะเห็นว่าบริษัทให้ความสำคัญกับลูกค้าและความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก คือเราทำธุรกิจอยู่ในประเทศมาเป็นเวลานาน เราเข้าใจถึงพฤติกรรมของคนไทย และสามารถออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ บริษัทให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ผู้บริโภค ซึ่งตอนนี้บริษัทยังไม่มีแผนในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ สาเหตุมีสองประการสำคัญคือ หนึ่ง ผู้บริหารมีนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจนี้ในประเทศไทย เพื่อสร้างงานสร้างรายได้ให้คนไทย สอง เนื่องจากบริษัทให้ความสำคัญกับการตลาด โดยการเรียนรู้ตลาดเป็นสิ่งสำคัญมาก การมีลูกค้าอยู่มาก ก็เหมือนเรามีช่องทางขายของมากกว่าคนอื่น ถ้าเราไม่มีตลาดรองรับก็จะส่งผลให้การไปดำเนินการหรือไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศเป็นความเสี่ยงที่มากเกินไปกว่าผู้บริหารจะรับได้

ภาคผนวก ค



## ผลการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกและการตรวจสอบความเหมาะสมของ Model

การทดสอบความเหมาะสมของ Model

ตั้งสมมุติฐาน

$H_0$  : Model มีความเหมาะสม

$H_1$  : Model ไม่เหมาะสม

สถิติทดสอบ Hosmer and Lemeshow Test

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3.196	7	.866

พิจารณาค่า Sig ของ Hosmer and Lemeshow Test พบว่า Sig. = 0.866 ซึ่งมากกว่า  $\alpha$  = 0.05 ยอมรับ  $H_0$  แสดงว่าสมการถดถอยโลจิสติกมีความเหมาะสม ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## Logistic Regression

## Case Processing Summary

Unweighted Cases <sup>a</sup>		N	Percent
Selected Cases	Included in Analysis	46	100.0
	Missing Cases	0	.0
	Total	46	100.0
Unselected Cases		0	.0
Total		46	100.0

a. If weight is in effect, see classification table for the total number of cases.

## Dependent Variable Encoding

Original Value	Internal Value
NO FDI	0
FDI_Anytime	1

Block 1: Method = Enter

#### Omnibus Tests of Model Coefficients

	Chi-square	df	Sig.
Step 1 Step	22.818	6	.001
Block	22.818	6	.001
Model	22.818	6	.001

#### Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	35.268 <sup>a</sup>	.391	.545

a. Estimation terminated at iteration number 6 because parameter estimates changed by less than .001.

Contingency Table for Hosmer and Lemeshow Test

		Tendency_FDI = NO FDI		Tendency_FDI = FDI_Anytime		Total
		Observed	Expected	Observed	Expected	
Step 1	1	4	4.531	1	.469	5
	2	4	3.963	1	1.037	5
	3	3	2.342	2	2.658	5
	4	2	1.682	3	3.318	5
	5	2	1.217	3	3.783	5
	6	0	.752	5	4.248	5
	7	0	.331	5	4.669	5
	8	0	.124	5	4.876	5
	9	0	.059	6	5.941	6

Classification Table<sup>a</sup>

Observed			Predicted		
			Tendency_FDI		Percentage Correct
			NO FDI	FDI_Anytime	
Step 1	Tendency_FDI	NO FDI	9	6	60.0
		FDI_Anytime	3	28	90.3
	Overall Percentage				80.4

a. The cut value is .500

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup> Capital	-.362	.259	1.948	1	.163	.696
Technology	-.291	.581	.251	1	.616	.748
Management Capacity	.407	.171	5.671	1	.017	1.502
Surplus R&D and Other	-.418	.223	3.514	1	.061	.658
Economy of Scale	-.024	.340	.005	1	.943	.976
Market Access	1.047	.437	5.724	1	.017	2.848
Constant	1.269	.518	5.989	1	.014	3.557

a. Variable(s) entered on step 1: Factor\_Capital, Factor\_Technology, Factor\_Management\_Capacity, Factoc\_SurplusRD\_Other, Factor\_Economic\_of\_Scale, Factor\_Market\_Access.

Correlation Matrix							
		Capital	Technology	Management Capacity	Surplus R&D and Other	Economic Of Scale	Market Access
Step 1	Constant	-.204	-.010	.216	-.199	-.168	.555
	Capital	1.000	-.327	-.689	.122	-.035	-.270
	Technology	-.327	1.000	-.173	-.095	.135	-.044
	Management Capacity	-.689	-.173	1.000	-.178	.007	.204
	Surplus R&D Other	.122	-.095	-.178	1.000	.013	-.284
	Economy of Scale	-.035	.135	.007	.013	1.000	-.110
	Market Access	-.270	-.044	.204	-.284	-.110	1.000

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอาริษา ปาน้อยนนท์ เกิดเมื่อวันที่ 5 มีนาคม 2530 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จาก สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อธุรกิจ ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปี 2552 และเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นปริญญาโท หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี การศึกษา 2553 ปัจจุบันทำงานเป็นที่ปรึกษาด้านสถิติ และการจัดการความเสี่ยงทางการเงินของ บริษัท เอเชียเสริมกิจ จำกัด (มหาชน)