

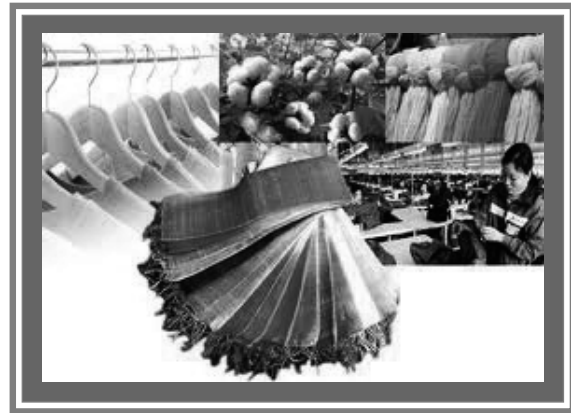
การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้ม การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย A Study of Factors Influencing Tendency of Outward Foreign Direct Investment of Thai Garment Industry

อาริษา ปาน้อยนนท์*
สมชนก ภาสกรจรัส**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของกิจการ โดยกรอบการวิจัยได้ถูกพัฒนาขึ้นมาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารในอุตสาหกรรมนี้ในเชิงลึก วิธีการเก็บข้อมูลประกอบไปด้วยการส่งแบบสอบถามไปยังผู้บริหารในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และการรวบรวมข้อมูลทางการเงินของบริษัท ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression)

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า 67% ของบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีแนวโน้มที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยประเทศที่บริษัทสนใจจะไปลงทุน



ทางตรงมากที่สุด ได้แก่ เวียดนาม และกัมพูชา ทั้งนี้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแบบงานวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความสามารถในการจัดการ และความสามารถในการเข้าถึงตลาด เป็นข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากที่สุด

คำสำคัญ : ธุรกิจระหว่างประเทศ ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

* นิสิตในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

** รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Abstract

The purpose of this research is to study factors which influence tendency of outward foreign direct investment of the Thai garment industry, by focusing on factors which are related to ownership advantages of the firm. The research framework was developed by a series of depth interview to executives in the industry. The data was collected by questionnaires, which were sent to executives in the garment industry, and by compiling financial performance of the firms.

The hypotheses of this research were tested by using Logistic Regression.

The results are 67% of garment companies plan to invest abroad. Vietnam and Cambodia are the most preferred countries firms intend to invest. It can be concluded that managerial capabilities and market accessibility are the most important factors that influence tendency of outward foreign direct investment.

Keywords : International Business, Ownership Advantages, Outward Foreign Direct Investment, Thai Garment Industry



บทนำ (Introduction)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้า และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทุกประเทศต่างได้รับผลกระทบจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ อีกทั้งประเทศไทยเองจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asean Economic Community) ในปี พ.ศ. 2558 ดังนั้นหลายหน่วยงานจึงให้ความสำคัญกับการแข่งขันที่มีใช้เพียงการแข่งขันภายในประเทศอีกต่อไป ทำให้ผู้เกี่ยวข้องหลายๆ ฝ่ายหันมาให้ความสำคัญกับธุรกิจระหว่างประเทศ (International Business) มากขึ้น โดยในอดีตที่ผ่านมารัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการส่งออก (Export) และการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment Inflow: FDI Inflow) เป็นหลัก เป็นที่น่าสังเกตว่าประเทศในแถบเอเชียหลายประเทศกำลังปรับตัวโดยการปรับปรุงนโยบายเพื่อส่งเสริมการลงทุนอย่างมากจะเห็นได้จากมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของภูมิภาคเอเชียมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้หากประเทศไทยไม่ปรับตัวในเชิงโครงสร้างทางธุรกิจโดยแปรสภาพจากการเป็นประเทศผู้ผลิต (Manufacturing Base) มาเป็นประเทศผู้ค้า (Trading Nation) และประเทศผู้ลงทุน (Investor Country) อาจทำให้ประเทศไทยต้องสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในระยะยาวและแบบยั่งยืน และถึงแม้ว่ามูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทยจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี (ในปี พ.ศ. 2554 มูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทยมีมูลค่าประมาณ 10,634 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านแล้วพบว่ามูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทยมีสัดส่วนที่ต่ำมาก เมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านซึ่งมูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศคิดเป็นมูลค่า 3.08% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross Domestic Product: GDP) อีกทั้งเมื่อไปดูความสามารถในการแข่งขันด้านการลงทุนในต่างประเทศของธุรกิจไทยใน

เวทีโลกก็ยังจัดว่าอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศใกล้เคียงอย่าง สิงคโปร์ จีน และฮ่องกง จากการวัดดัชนีประสิทธิภาพในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของ UNCTAD (2551) พบว่าประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 62 และจากข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าประเทศไทยควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันสภาพแวดล้อมในการแข่งขันทางธุรกิจมีกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจระหว่างประเทศมากขึ้น หากธุรกิจในประเทศไทยละเลยการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศ อาจทำให้สูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้

ทุกวันนี้มีอุตสาหกรรมในประเทศไทยหลายอุตสาหกรรมที่จำเป็นต้องปรับตัวเนื่องจาก การแข่งขันที่รุนแรงทั้งจากคู่แข่งในประเทศเอง และคู่แข่งจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับแฟชั่น อย่างเช่น อุตสาหกรรมเครื่องหนัง อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยเอง ซึ่งมีศักยภาพในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ แต่มูลค่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มยังมีน้อยมาก แม้ว่าปัจจุบันได้มีผู้ที่เกี่ยวข้องจากหลายหน่วยงานได้กล่าวถึงอุปสรรคและปัญหาของธุรกิจไทยที่มีการไปลงทุนในต่างประเทศน้อย และสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเองก็ได้หยิบยกประเด็นขึ้นมาพูดถึงในหลายๆ ครั้งว่าการที่ธุรกิจไทยนั้นยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ขาดระบบงานที่ได้มาตรฐาน (Best Practice) รวมถึงซอฟต์แวร์ เครื่องมือต่างๆ ทำให้ไม่สามารถขยายกิจการออกนอกประเทศได้ แต่คำถามเหล่านั้นก็ยังไม่มียุทธศาสตร์รองรับที่เป็นรูปธรรม ซึ่งทั้งหมดนี้ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่จะส่งผลให้เกิดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น โดยวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือเพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุน

ทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย โดยข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่ทำให้บริษัทมีความสามารถในการแข่งขันเหนือกว่าบริษัทอื่นๆ

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

สมชนก ภาสกรจรัส (2551) กล่าวว่า การลงทุนทางตรงต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) หมายถึง การที่นักลงทุนหรือบริษัทหนึ่งๆ ได้มีการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่างประเทศ หรือการลงทุนในกิจการที่อยู่ต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเข้าควบคุมการบริหารสินทรัพย์หรือกิจการนั้น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับกิจการโดยรวม โดยการลงทุนนี้อาจเป็นการร่วมลงทุนกับนักลงทุนท้องถิ่น หรือนักลงทุนจากประเทศที่สาม หรือเป็นการลงทุนเองทั้งหมด 100% ก็ได้ และกิจการที่มีการลงทุนทางตรงต่างประเทศอย่างน้อยหนึ่งรายการก็จะถูกเรียกว่า เป็นบริษัทข้ามชาติ (Multinational Company: MNC) การลงทุนทางตรงต่างประเทศนั้นจะประกอบไปด้วยประเทศที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยสองประเทศขึ้นไป โดยประเทศที่เข้าไปเป็นผู้ลงทุน เรียกว่า ประเทศแม่ที่เป็นเจ้าของเงินลงทุน (Home Country) และประเทศที่ได้รับการลงทุน เรียกว่า ประเทศเจ้าบ้านที่รับเงินลงทุน (Host Country) (สมชนก ภาสกรจรัส, 2551) โดยการลงทุนทางตรงต่างประเทศในฐานะประเทศแม่ที่เป็นเจ้าของเงินลงทุนนั้นจะเรียกว่า การลงทุนทางต่างประเทศขาออก (Foreign Direct Investment Outflow: FDI Outflow) และการลงทุนทางตรงต่างประเทศในฐานะประเทศเจ้าบ้านที่รับเงินลงทุนนั้นจะเรียกว่า การลงทุนทางต่างประเทศขาเข้า (Foreign Direct Investment Inflow: FDI Inflow)

มีทฤษฎีจำนวนมากที่ให้ข้อเสนอกเกี่ยวกับการที่บริษัทจะดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในรูปแบบของการ

ลงทุนทางตรง ซึ่งในบรรดาทฤษฎีการลงทุนทางตรงต่างประเทศนั้น ทฤษฎีการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศอย่างสมบูรณ (Eclectic Paradigm) ถือเป็นทฤษฎีที่ผู้วิจัยคิดว่าสมบูรณที่สุดในการอธิบายการเกิดขึ้นของการลงทุนทางตรงต่างประเทศ ทฤษฎีดังกล่าวนี้เสนอโดย Dunning (1980) ซึ่งได้กล่าวว่า การที่บริษัทจะลงทุนทางตรงต่างประเทศนั้นจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีข้อได้เปรียบครบทั้งสามประการ โดยข้อได้เปรียบทั้งสามประการนั้น ได้แก่

1) ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (Ownership Advantage: O) คือ ข้อได้เปรียบของการที่บริษัทครอบครองสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันบางประการ

2) ข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง (Location Advantage: L) คือ การที่บริษัทจำเป็นต้องเข้าไปลงทุนและดำเนินงานในประเทศนั้นจึงจะได้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้น

3) ข้อได้เปรียบจากการทำภายในบริษัทเอง (Internalization Advantage: I) คือ ความคล่องตัวและความสามารถในการผลิต ที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจด้วยบริษัทตนเอง

จากข้อได้เปรียบทั้งสามประการนี้จะเห็นได้ว่า หากบริษัทมีข้อได้เปรียบไม่ครบทั้งสามประการบริษัทจะไม่มีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศตัวอย่างเช่น หากบริษัทมีความได้เปรียบเฉพาะ O กับ I บริษัทจะเลือกที่จะส่งออกแทนการเข้าตลาดของประเทศนั้นในรูปแบบของการลงทุนทางตรง เนื่องจากทำเลที่ตั้งไม่เอื้ออำนวยให้การลงทุนทางตรงในต่างประเทศเกิดประโยชน์สูงสุด และถ้าบริษัทมีเพียงความได้เปรียบเฉพาะ O และเล็งเห็นข้อได้เปรียบของ L บริษัทก็จะเลือกที่จะใช้วิธีเข้าตลาดของประเทศนั้นโดยผ่านการอนุญาตให้ใช้

สิทธิ์ (Licensing) หรือการขายเฟรนไชส์ (Franchising) ในธุรกิจต่างๆ ดังรูปที่ 1 ซึ่งจะเห็นได้ว่าข้อได้เปรียบใน
 แทน ทั้งนี้ Dunning ยกตัวอย่างข้อได้เปรียบของบริษัท แต่ละประการนั้นมีความแตกต่างในแต่ละอุตสาหกรรม

ตารางที่ 1 ข้อได้เปรียบสามประการของ Dunning แบ่งตามประเภทของธุรกิจ The Determinants of International Production

Types of International Production	Ownership Advantages	Location Advantages	Internalization Advantages	Illustration of types of activity which favor MNEs
1. Resource-base	Capital, Technology, Access to markets	Possession of resources	To ensure stability of supply at right price. Control of markets	Oil, Copper, Tin, Zinc, Bauxite, Bananas, Pine-apples, Cocoa, Tea
2. Import substituting manufacturing	Capital, Technology, Management and Organization skills, Surplus R&D and Other capacity, Economies of scale, Trade marks	Material and 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.	Computer, Pharmaceuticals, Motor vehicles, Cigarettes
3. Export platform manufacturing	Capital, Technology, Management and Organization skills, Surplus R&D and Other capacity, Economies of scale, Trade marks, Access to markets	Low labor costs, Incentives to local production by host Governments.	The economies of vertical integration	Consumer electronics, Textile and Clothing, Cameras, etc.
4. Trade and distribution	Production to distribute	Local markets. Need to be near customers. After-sales servicing, etc.	Need to ensure sales outlets and to protect company's name	A variety of goods-particularly those requiring close consumer contact
5. Ancillary services	Access to markets (in the case of other foreign investors)	Markets	Wish to exploit technology advantages, High transaction or information costs, Buyer uncertainty, etc. Need to ensure sales outlets and to protect company's name	Insurance, Banking and Consultancy services
6. Miscellaneous	Variety - but include geographical diversification (airlines and hotels)	Markets	Various (see above)	Various kinds a) Portfolio investment properties b) Where spatial link-ages essential (airline and hotel)

ที่มา: Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests (Dunning, 1980) P.13

จากตารางที่ 1 จะพบว่าอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม จัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตที่เน้นการส่งออก โดยมีข้อได้เปรียบดังนี้ หนึ่ง ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางประการของอุตสาหกรรมในกลุ่มนี้ได้แก่ เงินทุน เทคโนโลยี การจัดการ และทักษะขององค์กร ความสามารถส่วนเกินของการวิจัยและพัฒนาและความสามารถอื่นๆ การประหยัดจากขนาด และเครื่องหมายการค้า หรือตราสินค้า สอง ข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง ได้แก่ ต้นทุนแรงงานต่ำ รวมถึงแรงจูงใจจากรัฐบาลของประเทศผู้รับทุน สาม ข้อได้เปรียบจากการทำเองภายในบริษัท ได้แก่ การประหยัดจากการขยายกิจการในแนวตั้ง เช่น การขยายกิจการไปผลิตวัตถุดิบเอง เพื่อลดความเสี่ยงด้านวัตถุดิบหรือลดต้นทุนของวัตถุดิบลง ทั้งนี้ Verbeke และ Yuan (2010) ได้ให้ข้อเสนอแนะถึงข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของบางประการว่า ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์ทั้งหลายนั้น ควรเป็นสินทรัพย์ที่สามารถโอนย้ายไปสร้างความได้เปรียบยังประเทศผู้รับทุนได้ มิเช่นนั้นหากข้อได้เปรียบนั้นเกิดที่ประเทศผู้ลงทุนแต่ไม่สามารถโอนย้ายไปยังประเทศผู้รับทุนแล้ว ข้อได้เปรียบเหล่านั้นจะไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่บริษัท

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต อธิบายว่าการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของธุรกิจไทยไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย โดยจะเห็นได้จากกรณีที่ธนาคารกรุงเทพได้ลงทุนทางตรงในต่างประเทศมาตั้งแต่ปี 2493 (Wee, 2007) โดยแรงจูงใจหลักของธุรกิจไทยที่ไปลงทุนในต่างประเทศ คือ การแสวงหาตลาด (Market-seeking) ซึ่งประกอบด้วย การขยายตลาด การส่งเสริมการจัดส่ง และการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า สำหรับการแสวงหาความมีประสิทธิภาพ (Efficiency-seeking) นั้นไม่ได้เป็นแรงจูงใจสำคัญนักในขณะนี้ แต่เชื่อว่าจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในอนาคตของธุรกิจไทยที่จะไปลงทุนในต่างประเทศ ส่วนการแสวงหาทรัพยากร

(Resource-seeking) นั้นยังมีค่อนข้างจำกัด นอกจากนี้ Wee (2007) ยังได้นำเสนอถึงความท้าทาย และอุปสรรคหลักๆ ที่ธุรกิจไทยประสบอยู่คือ

1) ความยุ่งยากในการทำความเข้าใจความซับซ้อนของนโยบาย และกฎเกณฑ์ภายในประเทศผู้รับทุน (Host Country)

2) การขาดแคลนข้อมูลทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลทางการตลาดเชิงลึกภายในประเทศผู้รับทุน ซึ่งเป็นสาเหตุให้มีการชะลอการตัดสินใจในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

3) การขาดแคลนการสนับสนุนของสถาบันที่เชื่อมโยงกัน และแนวทางการส่งเสริมจากรัฐบาล แม้ว่ารัฐบาลจะมีนโยบายที่สนับสนุนเพื่อส่งเสริมการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ดี นโยบายและแนวทางเหล่านั้นล้วนแต่มีความคลุมเครือในมุมมองของบริษัทในประเทศไทย

4) แรงจูงใจจากภาครัฐที่จะส่งเสริมการลงทุนทางตรงในต่างประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ เช่น เงินอุดหนุนสำหรับการลงทุน หรือ การยกเว้นภาษีสำหรับผู้ลงทุนในต่างประเทศ

5) ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของบริษัทไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

6) การขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์ที่มีทักษะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้จัดการระดับกลางที่ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะทางภาษา และความไม่สมัครใจของผู้จัดการที่มีคุณภาพในการทำงานในต่างประเทศ

7) ข้อจำกัดที่เกิดจากประเทศผู้รับทุน อย่างเช่น การใช้อัตราแลกเปลี่ยนคงที่ ข้อกีดกันในการเข้าตลาด ความไม่พร้อมของสาธารณูปโภคพื้นฐาน ข้อจำกัดในการจ้างงานชาวต่างชาติ ค่าดำเนินการธุรกรรมที่สูง และความยากในการหาผู้ร่วมทุนในท้องถิ่นที่เหมาะสม

Pananond และ Zeithaml (1998) ได้ทำการศึกษาการขยายตัวระหว่างประเทศของกลุ่มบริษัทที่อยู่ในประเทศกำลังพัฒนา โดยใช้กรณีศึกษาคือ บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ของประเทศไทย พบว่า การสะสมความรู้และความสามารถ โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาตลาด และเทคโนโลยี ถือเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาบริษัทให้เป็นบริษัทข้ามชาติ นอกจากนี้ Pananond (2001) ยังได้ศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จที่อยู่เบื้องหลังการเติบโตในระดับนานาชาติของบริษัทในกลุ่มโทรคมนาคม โดยใช้กรณีศึกษากลุ่มจัสมีน (Jasmine Group) และพบว่าบริษัทที่อยู่ในธุรกิจที่ตลาดกำลังเติบโต มีการแข่งขันน้อย และมีข้อกีดกันไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาด รวมถึงข้อบังคับทางกฎหมาย ทำให้บริษัทสามารถเติบโตได้รวดเร็ว อย่างไรก็ตามบริษัทที่มีความจำเป็นต้องรักษาความอยู่รอดของการดำเนินธุรกิจไว้ด้วยปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ การลงทุนด้านเทคโนโลยี หรือความสามารถทางการจัดการ นอกจากนี้การเติบโตของกลุ่มจัสมีนนั้น ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในส่วนต่างๆ (Network Capabilities) ซึ่งส่งผลให้บริษัทเติบโตอย่างรวดเร็ว แต่เนื่องจากกลุ่มจัสมีนได้มุ่งที่จะพัฒนาเรื่องของการความสัมพันธ์มากเกินไปจนละเลยการพัฒนาความสามารถเปรียบอื่นๆ ส่งผลให้เมื่อบริษัทประสบกับวิกฤตทางเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นบทเรียนครั้งสำคัญต่อบริษัท ทำให้บริษัทต้องหันกลับมาพัฒนาความสามารถด้านอื่นๆที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจต่อไป

Banga (2007) ได้อธิบายแรงผลักดันที่ประเทศในแถบเอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา) ลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดย Banga ได้กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีการลงทุนทางตรงต่างประเทศอย่างสมบูรณ์ (Electric Paradigm) ของ Dunning ใช้อธิบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศที่กำลังพัฒนาได้ไม่สมบูรณ์

เนื่องจาก หนึ่ง บริษัทในประเทศกำลังพัฒนานั้นไม่ได้ครอบครองความได้เปรียบที่เกิดขึ้นจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง (Ownership Advantages) ได้แก่ ชื่อสินค้า (Brand Name) คุณภาพของสินค้า และเทคโนโลยีเหนือกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว สอง ข้อได้เปรียบจากทำเลที่ตั้ง (Location Advantage) โดยค่าแรงงานของประเทศที่กำลังพัฒนานั้นต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว สาม ความได้เปรียบที่เกิดจากการทำให้เป็นภายในของบริษัท (Internalization Advantage) โดยกล่าวว่า อัตราภาษีศุลกากรไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ ทำให้ปัจจัยที่สอง และสามนั้นมีความเป็นไปได้น้อยลงที่จะอธิบายการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัทจากประเทศที่กำลังพัฒนา โดย Banga ได้สรุปแรงผลักดันที่ทำให้เกิดการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของประเทศที่กำลังพัฒนาไว้ใหม่ด้วยกัน 3 ปัจจัย ได้แก่ หนึ่ง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการค้า (Trade-related Factors) คือ การค้าระหว่างประเทศจะสามารถนำไปสู่การลงทุนทางตรงในต่างประเทศซึ่งบริษัทที่มีปริมาณการส่งออกมากนั้น จะมีความเสี่ยงน้อยเนื่องจากมีตลาดรองรับอยู่แล้ว ในขณะที่บริษัทที่นำเข้ามาานั้นจะช่วยลดต้นทุนทางการผลิต สอง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถ (Capability-related Factors) ได้แก่ ความรู้ และข้อมูลเกี่ยวกับประเทศเจ้าบ้านที่รับทุน ทักษะด้านการจัดการ ทักษะด้านการตลาด และทักษะด้านผู้ประกอบการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย สาม ปัจจัยภายในประเทศของประเทศผู้ลงทุน (Domestic Factors) ได้แก่ ขนาดตลาดภายในประเทศ และความเสี่ยงที่จะสูญเสียส่วนแบ่งตลาด สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ค่าแรงงานที่มีทักษะสูง การมีเทคโนโลยีที่ไม่ทันสมัย ต้นทุนเงินที่สูง รวมถึงนโยบายทางเศรษฐกิจ และกฎหมายแรงงาน

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551) ได้อธิบายแรงจูงใจ 4 ประการ ที่ทำให้ธุรกิจไทยลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ได้แก่

1. การแสวงหาตลาด (Market-seeking) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมอาหารและสิ่งทอ อุตสาหกรรมพื้นตัว อุตสาหกรรมพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

2. การแสวงหาความมีประสิทธิภาพ (Efficiency-seeking) โดยแสวงหาแหล่งที่มีปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนต่ำกว่า เช่น การย้ายฐานการผลิตในอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานสูงอย่าง สิ่งทอ เครื่องประดับ ไปยังประเทศที่มีค่าแรงต่ำ

3. การแสวงหาทรัพยากรและวัตถุดิบที่สำคัญ (Resource-seeking) เช่น การแสวงหาแหล่งพลังงาน เช่น น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ และถ่านหิน เป็นต้น

4. การแสวงหาสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Asset-seeking) โดยการจัดการสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ที่จะเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน เช่น เทคโนโลยี ชื่อสินค้า (Brand Name) เป็นต้น

นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศไทย (2551) ยังได้จัดทำกรณีศึกษา การลงทุนของไทยในจีนตอนใต้ โดยได้สรุปถึงปัจจัยที่ทำให้นักลงทุนจากประเทศไทยเข้าไปลงทุนทางตรงในจีนว่าประกอบไปด้วยแรงจูงใจและจุดแข็งของธุรกิจ โดยแรงจูงใจของนักลงทุนไทยประกอบไปด้วย ความต้องการขยายฐานการตลาดของสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการส่งออก และนำเข้าของบริษัท เพื่อแสวงหาวัตถุดิบและแรงงานราคาถูก และต้องการเพิ่มความหลากหลายให้ธุรกิจปัจจุบัน ส่วนจุดแข็งสำคัญของธุรกิจไทย ได้แก่ การมีเทคโนโลยี มีความรู้ และมีสินค้าที่คุณภาพเหนือกว่านักลงทุนท้องถิ่น การมีเงินทุนที่เพียงพอ มีคู่ค้าที่ดี และการมีความพร้อมด้านภาษาและวัฒนธรรม

ทั้งนี้หลังจากการทบทวนวรรณกรรม ที่มีการเสนอแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลที่บริษัทหนึ่งๆ จะมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ซึ่งแนวคิดส่วนใหญ่ นั้น จะให้ความสำคัญกับข้อได้เปรียบทั้งสามประการที่

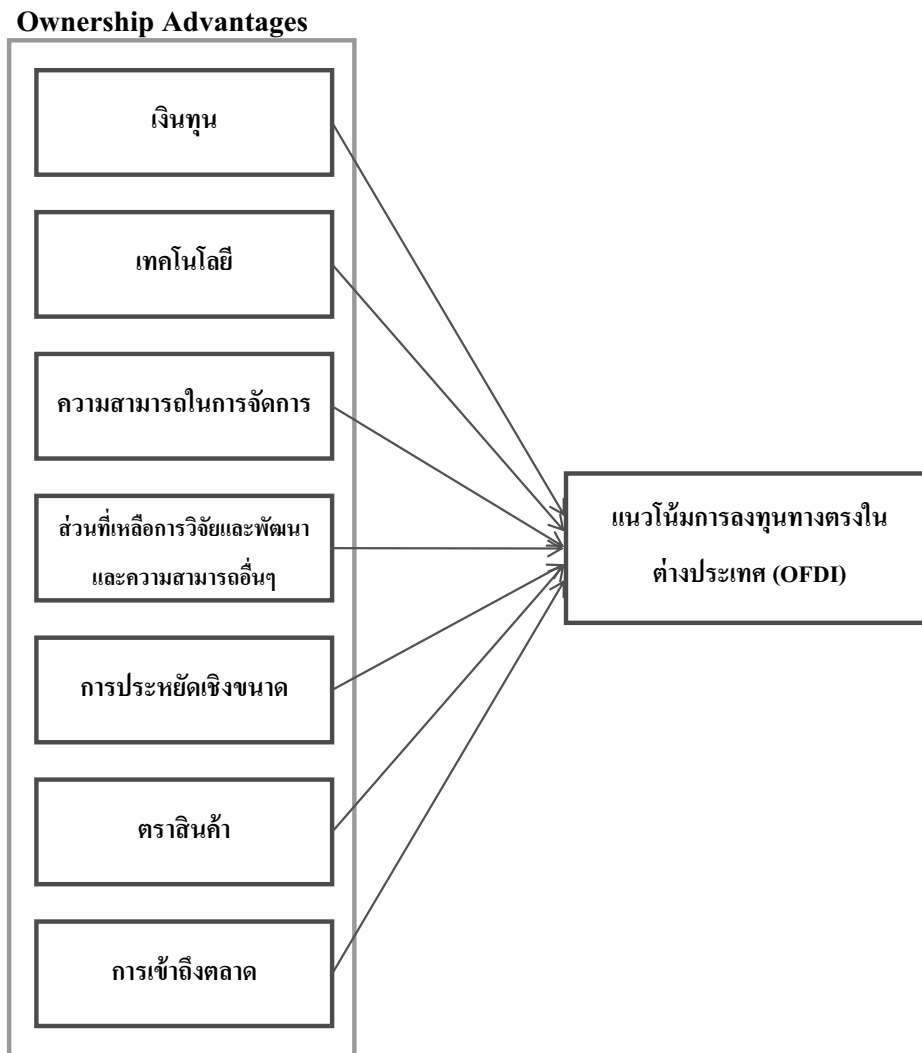
Dunning (1980) ได้นำเสนอไว้ เช่น การมีเงินทุนที่เพียงพอ การมีความได้เปรียบในการเข้าถึงตลาด และการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยแต่อย่างไรก็ตามยังมีผู้นำแนวคิดเหล่านี้มาวิจัยและประยุกต์กับอุตสาหกรรมในประเทศไทยค่อนข้างน้อย และการวิจัยของการลงทุนทางตรงต่างประเทศของไทยมักมุ่งเน้นไปที่บริษัทขนาดใหญ่มากกว่า ทำให้ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาตัวแบบของงานวิจัยโดยยึดหลักข้อเสนอของ Dunning (1980) ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจในการอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย ซึ่งมีความหลากหลายในแง่ของขนาดและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทำให้ผู้วิจัยได้เลือกข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางอย่างมาเป็นตัวแปรต้นในการวิจัยเพียงอย่างเดียวเนื่องจากสาเหตุสำคัญสองประการได้แก่ หนึ่ง ความได้เปรียบของทำเลที่ตั้ง (Location Advantage) นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อกิจการได้ทำการลงทุนทางตรงและตั้งอยู่ในประเทศนั้นๆ ซึ่งทุกกิจการจะได้รับความได้เปรียบจากทำเลที่ตั้งเท่าเทียมกันเมื่อเลือกไปลงทุนทางตรงในทำเลเดียวกัน ดังนั้นปัจจัยด้านนี้จึงถือเป็นปัจจัยภายนอกซึ่งไม่ได้เกิดจากตัวของกิจการเอง สาเหตุประการที่สอง คือ ข้อได้เปรียบจากการทำให้เป็นภายใน (Internalization Advantage) ของธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในการไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้นจะเกิดขึ้นหลังจากการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ซึ่งข้อได้เปรียบจากการทำให้เป็นภายในของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นจะมีลักษณะที่คล้ายกันคือ ต้องการเก็บความรู้ความสามารถที่สั่งสมไว้ในองค์กรมากกว่าจะขายความรู้เหล่านั้นให้กิจการอื่น ทำให้กิจการเลือกที่จะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศเองมากกว่าการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ (Licensing) หรือ การทำสัญญาแฟรนไชส์ (Franchising)

จากข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของที่ Dunning (1980) ได้นำเสนอไว้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ได้แก่ เงินทุน (Capital) เทคโนโลยี (Technology)

การจัดการ (Management and Organization Skills) ส่วนเกินการวิจัยและพัฒนาและความสามารถอื่นๆ (Surplus R&D and Other Capacity) การประหยัดเชิงขนาด (Economies of Scale), ตราสินค้า

(Trademarks) และการเข้าถึงตลาด (Access to Markets) ผู้วิจัยจึงได้นำข้อได้เปรียบต่างๆ เหล่านี้มาพัฒนาตัวแบบของการวิจัยเป็นดังรูปที่ 1

รูปที่ 1 การวิเคราะห์ข้อได้เปรียบในการเป็นเจ้าของที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



วิธีการวิจัย (Research Methodology)

กลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่าง: ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกประชากรในการวิจัยคือ บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์เป็นประชากร สาเหตุที่เลือกเพียงอุตสาหกรรมเดียวเนื่องจาก อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานสูง (Labor Intensive) โดยปัจจุบันค่าแรงงานในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลต่อต้นทุนที่สูงขึ้น บริษัทต่างๆ พยายามมองหาความสามารถในการแข่งขันโดยการลดต้นทุน และการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเป็นทางเลือกของบริษัทในอุตสาหกรรมนี้ โดยประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ บริษัทที่จดทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์และจัดอยู่ในหมวดอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องแต่งกายรวมทั้งการตกแต่งและย้อมสีขนสัตว์ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5,239 บริษัท จากจำนวนประชากรดังกล่าวได้นำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากทฤษฎีการคำนวณขนาดแบบมีความน่าจะเป็นของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% การคำนวณขนาดตัวอย่างได้ = 373 บริษัท ถึงแม้ว่าประชากรของงานวิจัยนี้จะเป็นประชากรที่ผู้วิจัยทราบขนาดของประชากร ซึ่งโดยปกติแล้วนั้นหากทราบขนาดของประชากร เทคนิคการเลือกตัวอย่างที่เหมาะสมคือ การเลือกตัวอย่างด้วยวิธีชั้นภูมิ แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของข้อมูลเชิงลึกของบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม และเล็งเห็นว่าบริษัทที่อยู่ในสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (Thai Garment Manufacturers Association: TGMA) จะให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลมากกว่าบริษัทที่ไม่อยู่ในสมาคม เพราะผู้วิจัยได้ทำการติดต่อขอความร่วมมือไปยังผู้บริหารของสมาคมโดยตรง ดังนั้นการเลือกตัวอย่างในงานวิจัยนี้จึงใช้วิธีเลือกตัวอย่างโดยใช้วิจารณญาณ (Judgment Sampling) กล่าวคือ ผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็น

สมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยซึ่งมีจำนวนสมาชิกในปัจจุบันทั้งสิ้น 383 บริษัท ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารของบริษัทซึ่งเป็นผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดเป้าหมาย และพันธกิจในการดำเนินงานของบริษัท นอกจากนี้ บริษัทที่เป็นสมาชิกของสมาคมก็มีความหลากหลายโดยมีขนาดและลักษณะของการดำเนินธุรกิจที่ครอบคลุมรูปแบบทั้งหมดของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ทำให้สามารถเป็นตัวแทนของบริษัทอื่นๆ ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยได้ กอปรกับการหารายชื่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในไทยทั้งหมดเป็นไปได้ยาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างเป็น สมาชิกในสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา: ผู้วิจัยกำหนดแหล่งข้อมูลที่จะทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมโดยผู้วิจัยโดยตรงซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย รวมถึงข้อมูลทางการเงินที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิที่ผู้วิจัยได้รวบรวมจาก Business Online ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่เก็บรวบรวมข้อมูลงบการเงินจากกระทรวงพาณิชย์ ทำให้ข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือ

ตัวแปรของงานวิจัย (Research Variable) : ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและกำหนดวิธีวัดค่าของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยดังตารางที่ 2 (ซึ่งตัววัดเหล่านี้เป็นเพียง Proxy เท่านั้น เนื่องจากตัวแปรมีความเป็นนามธรรมค่อนข้างมาก ยกตัวอย่างเช่น ตราสินค้า เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมไม่มีตราสินค้า จึงนำค่าใช้จ่ายทางการตลาดและโฆษณาต่อปีของบริษัทมาเป็นตัวแทน เพราะแสดงถึงความสนใจของบริษัทนั้นในการสร้างตราสินค้า ส่วนบริษัทที่มีตราสินค้าอยู่แล้ว ก็ยังจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายด้านนี้อยู่เช่นกัน)

ตารางที่ 2 ตัวแปรของงานวิจัย

ตัวแปร	คำจำกัดความเชิงนามธรรม (Conceptual Definition)	ตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization)
แนวโน้มการลงทุน ทางตรงในต่างประเทศ (Tendency of Outward FDI)	ระดับที่บริษัทเข้าไปมีส่วน เกี่ยวข้องกับการลงทุน ทางตรงในต่างประเทศ	1) ช่วงเวลาที่จะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ในอนาคต 2) สัดส่วนของการถือหุ้นในการลงทุนทางตรง ในต่างประเทศในอนาคต
เงินทุน (Capital)	เงินทุนที่ธุรกิจจัดหาเข้ามาเพื่อ นำมาใช้ในการดำเนินกิจการ	1) ทุนจดทะเบียน 2) สินทรัพย์รวม 3) รายได้ต่อปีของบริษัท 4) กำไรต่อปีของบริษัท
เทคโนโลยี (Technology)	ความรู้ทางด้านเทคนิคต่างๆ ที่ธุรกิจจัดหามาใช้เพื่อดำเนิน กิจการ	1) ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อปี ของบริษัท
ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities)	การที่บริษัทมีทรัพยากรทาง การจัดการที่เพียงพอและมี คุณภาพ	1) จำนวนผู้บริหารระดับสูงทั้งหมด 2) จำนวนผู้จัดการทั้งหมด 3) ประสิทธิภาพทำงานโดยเฉลี่ยของผู้บริหาร ระดับสูงของบริษัท 4) ประสิทธิภาพทำงานโดยเฉลี่ยของผู้จัดการ ของบริษัท 5) สัดส่วนรายได้ต่อจำนวนผู้บริหารระดับสูง 6) สัดส่วนกำไรต่อจำนวนผู้บริหารระดับสูง 7) สัดส่วนรายได้ต่อจำนวนผู้จัดการ 8) สัดส่วนกำไรต่อจำนวนผู้จัดการ
ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและ พัฒนารวมถึงความสามารถอื่นๆ (Surplus R & D and Other Capacity)	ความสามารถในการวิจัย เพิ่มเติมและความสามารถ อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	1) งบประมาณส่วนเหลือในการวิจัยและพัฒนา 2) งบประมาณส่วนเหลือที่ตั้งไว้เพื่อการอบรม และพัฒนาบุคลากร

ตารางที่ 2 ตัวแปรของงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	คำจำกัดความเชิงนามธรรม (Conceptual Definition)	ตัววัดในเชิงรูปธรรม (Operationalization)
การประหยัดเชิงขนาด (Economy of Scale)	ความสามารถในการทำให้ต้นทุนต่ำลงเมื่อมีปริมาณการผลิตที่เพิ่มขึ้น	1) สัดส่วนต้นทุนสินค้าต่อยอดขาย
ตราสินค้า (Trademarks)	ตราห้อยของผลิตภัณฑ์ที่ต้งขึ้นมาสำหรับสินค้า โดยเฉพาะเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า	1) ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและโฆษณาต่อปีของบริษัท
การเข้าถึงตลาด (Access to Market)	การมีฐานลูกค้าอยู่ในตลาดต่างประเทศ	1) จำนวนประเทศคู่ค้าต่างชาติ 2) จำนวนบริษัทที่เป็นคู่ค้าต่างชาติ

**การคำนวณค่าตัวแปรจากตัววัดในเชิงรูปธรรม
(Operationalization)**

การคำนวณค่าตัวแปรต่างๆ จะใช้วิธีการดังนี้

1. ข้อมูลทุนจดทะเบียนของหน่วยตัวอย่าง จะใช้ข้อมูลทุนจดทะเบียน ณ ปี 2554
2. ข้อมูลทางการเงินอื่นๆ ได้แก่ สินทรัพย์รวม ยอดขาย ต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน กำไรสุทธิ ใช้ข้อมูลของปี 2553
3. การกำหนดค่าตัวแปรแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ กำหนดให้บริษัทที่จะมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ = 1

บริษัทที่ยังไม่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ = 0

การรวมตัวแปรต้นจะใช้วิธีการบวกค่าของตัวแปรต่างๆ จากตัววัดเชิงรูปธรรม (Operationalization) เนื่องจากตัวแปรทุกตัวที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ทำให้สามารถรวมตัวแปรด้วยวิธีการบวก ซึ่งการรวมตัวแปรนั้นทำได้โดยปรับค่าของข้อมูลต่างๆ ให้อยู่ในค่ามาตรฐาน (Standardize) ที่มีค่าเฉลี่ย = 0 และค่าความแปรปรวน = 1 (กัลยา, 2552) ทุกตัววัดเชิงรูปธรรม เพื่อตัดความอคติจากหน่วยของตัววัดทำให้สามารถรวมค่าของตัวแปรที่มีความแตกต่างของหน่วยได้ โดยการรวมตัวแปรจะทำดังในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การรวมตัวแปร

ตัวแปร	วิธีการรวมตัวแปร	
เงินทุน	=	ทุนจดทะเบียน + สินทรัพย์รวม + รายได้ต่อปีของบริษัท + กำไรต่อปีของบริษัท
เทคโนโลยี	=	ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาต่อปีของบริษัท
ความสามารถในการจัดการ	=	จำนวนผู้บริหารระดับสูง + จำนวนผู้จัดการ + ประสบการณ์เฉลี่ยของผู้บริหารระดับสูง + ประสบการณ์เฉลี่ยของผู้จัดการ + ยอดขายต่อจำนวนผู้บริหารระดับสูง+ ยอดขายต่อจำนวนผู้จัดการ + กำไรต่อผู้บริหารระดับสูง + กำไรต่อผู้จัดการ
ส่วนที่เหลือจากการวิจัยและพัฒนา รวมถึงความสามารถอื่นๆ	=	งบประมาณส่วนเหลือในการวิจัยและพัฒนา + งบประมาณส่วนเหลือจากการอบรมและพัฒนาบุคลากร
การประหยัดเชิงขนาด	=	สัดส่วนต้นทุนสินค้าต่อยอดขาย
ตราสินค้า	=	ค่าใช้จ่ายทางการตลาดและโฆษณาต่อปีของบริษัท
การเข้าถึงตลาด	=	จำนวนประเทศคู่ค้าต่างชาติ + จำนวนบริษัทที่เป็นคู่ค้าต่างชาติ

แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ถูกวัดจากตัวแปรสองตัว ได้แก่ ระยะเวลาที่บริษัทจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ และสัดส่วนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ โดยระยะเวลาที่บริษัทจะไปลงทุนนั้น มีกลุ่มย่อย (K- treatments) ได้แก่

1. บริษัทไม่มีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
2. บริษัทมีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ภายใน 1 ปี
3. บริษัทมีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ มากกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี
4. บริษัทมีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี
5. บริษัทมีแผนจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ มากกว่า 10 ปี

สัดส่วนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมีกลุ่มย่อย (K- treatments) ได้แก่

1. ลงทุนทางตรงโดยถือหุ้นน้อยกว่า 10%
2. ลงทุนทางตรงโดยถือหุ้น ตั้งแต่ 10% ถึง 49%
3. ลงทุนทางตรงโดยถือหุ้น ตั้งแต่ 50% ถึง 99%
4. ลงทุนทางตรงโดยถือหุ้น 100%

เมื่อได้ทบทวนวรรณกรรมแล้วพบว่า ระยะเวลาที่บริษัทใดๆ จะเข้าไปลงทุนทางตรงระหว่างประเทศ คือ การที่บริษัทนั้นๆ มีความพร้อมในการก้าวสู่ความเป็นธุรกิจระหว่างประเทศที่เข้มข้นขึ้น (Johanson และ Vahlne, 1977) ทำให้การรวมตัวแปรด้านแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเป็นลักษณะการรวมตัวแปรโดยจัดกลุ่มใหม่ด้วยการเรียงลำดับดังนี้

1. บริษัทที่ไม่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ระดับแนวโน้มการลงทุน = 1

2. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุนน้อยกว่า 10%
ระดับแนวโน้ม = 2

3. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 10%-49%
ระดับแนวโน้ม = 3

4. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 50%-99%
ระดับแนวโน้ม = 4

5. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ระยะเวลามากกว่า 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 100%
ระดับแนวโน้ม = 5

6. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน
น้อยกว่า 10% ระดับแนวโน้ม = 6

7. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน
10%-49% ระดับแนวโน้ม = 7

8. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน
50%-99% ระดับแนวโน้ม = 8

9. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
มากกว่า 5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 100%
ระดับแนวโน้ม = 9

10. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ภายใน 1-5 ปี มีสัดส่วนการลงทุนน้อยกว่า 10% ระดับ
แนวโน้ม = 10

11. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ภายใน 1-5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน
10%-49% ระดับแนวโน้ม = 11

12. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ภายใน 1-5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน
50%-99% ระดับแนวโน้ม = 12

13. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ภายใน 1-5 ปี แต่ไม่เกิน 10 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 100%
ระดับแนวโน้ม = 13

14. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ภายใน 1 ปี และมีสัดส่วนการลงทุนน้อยกว่า 10% ระดับ
แนวโน้ม = 14

15. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ภายใน 1 ปี และมีสัดส่วนการลงทุน 10%-49% ระดับ
แนวโน้ม = 15

16. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ภายใน 1 ปี และมีสัดส่วนการลงทุน 50%-99% ระดับ
แนวโน้ม = 16

17. บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ภายใน 1 ปี มีสัดส่วนการลงทุน 100% ระดับแนวโน้ม
= 17

ตัวแปรตาม คือ แนวโน้มการลงทุนทางตรง
ในต่างประเทศมีจำนวนกลุ่มย่อยทั้งหมด 17 กลุ่ม คือ
เป็นสเกลลำดับ (Ordinal Scale) ซึ่งสามารถเรียงลำดับ
กันได้ แต่ไม่สามารถบอกระยะห่างที่แท้จริงของแต่ละ
กลุ่มได้ อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์ Multinomial Logistic
Regression ด้วยตัวแปรกลุ่มย่อย 17 กลุ่ม มีปัญหาคือ
กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ ทำให้
จำเป็นต้องมีการปรับตัวแปรตามให้เป็นค่าแบบไบนารี
(Binary) คือ มีเพียง 2 ค่า ได้แก่

1. บริษัทที่มีระดับแนวโน้ม 1 จะถูกปรับเป็น บริษัท
ไม่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศในอนาคต

2. บริษัทที่มีระดับแนวโน้มตั้งแต่ 2 ถึง 17 จะถูก
ปรับเป็น บริษัทที่มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
ในอนาคต

การวิเคราะห์ทางสถิติ: การวิจัยนี้มีกระบวนการวิเคราะห์
ทางสถิติดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบความไม่เอนเอียงจากการ
ไม่ตอบกลับ (Non-response Bias Test) ผู้วิจัย
ได้ทดสอบความไม่เอนเอียงจากการไม่ได้รับข้อมูลจาก
หน่วยตัวอย่างด้วยสถิติทดสอบ Independent t-test
โดยตัวแปรที่นำมาทดสอบ ได้แก่ ทุนจดทะเบียนของบริษัท
สินทรัพย์รวม ยอดขายต่อปี และกำไรสุทธิต่อปี ซึ่งเป็น
ข้อมูลที่ได้จากงบการเงินจากฐานข้อมูล Business Online
จากการทดสอบความไม่เอนเอียงจากการไม่ได้รับข้อมูล
จากหน่วยตัวอย่าง (Non-response Bias Test) สามารถ
สรุปได้ว่า หน่วยตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับมา

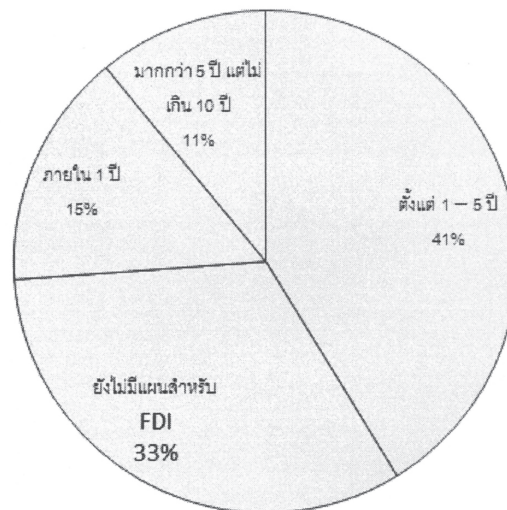
ไม่มีความแตกต่างกับหน่วยตัวอย่างที่ไม่ได้ตอบ
แบบสอบถามกลับ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสรุปได้ว่า
หน่วยตัวอย่างที่ตอบกลับมาเป็นตัวแทนที่ดีของหน่วย
ตัวอย่างทั้งหมดที่ความเชื่อมั่น 95%

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative
Analysis) การวิเคราะห์อิทธิพลของข้อได้เปรียบในการ
เป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น
จะใช้การวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกส์แบบไบนารี
(Binary Logistic Regression Analysis)

ผลการศึกษา (Research Finding)

ผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มการลงทุนทางตรงใน
ต่างประเทศของกิจการนั้น มีแนวโน้มมากที่สุดในช่วง
เวลาตั้งแต่ 1 ถึง 5 ปี คิดเป็น 41% รองลงมาคือยังไม่
มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศคิดเป็น 33%
มีแผนการลงทุนทางตรงในต่างประเทศภายใน 1 ปี
คิดเป็น 15% และมีแผนการลงทุนมากกว่า 5 ปี
แต่ไม่เกิน 10 ปี คิดเป็น 11% ดังรูปที่ 2

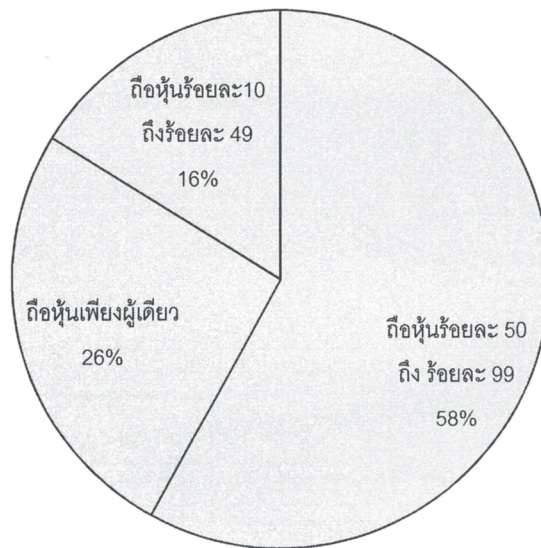
รูปที่ 2 แนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของกิจการ



สำหรับสัดส่วนในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
กิจการมีความต้องการถือหุ้นร้อยละ 50 ถึง 99 มากที่สุด
คิดเป็น 58% ถือหุ้นเพียงผู้เดียวคิดเป็น 26% และ

ถือหุ้นเพียงร้อยละ 10 ถึง ร้อยละ 49 คิดเป็น 16%
ดังรูปที่ 3

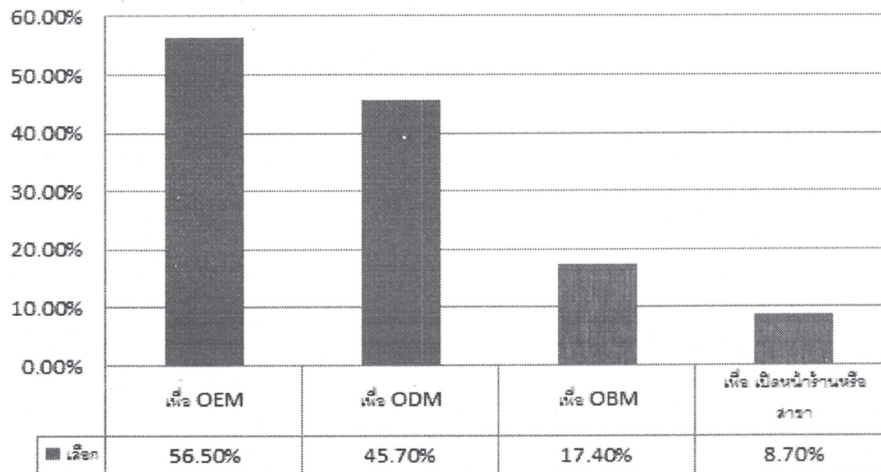
รูปที่ 3 สัดส่วนในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



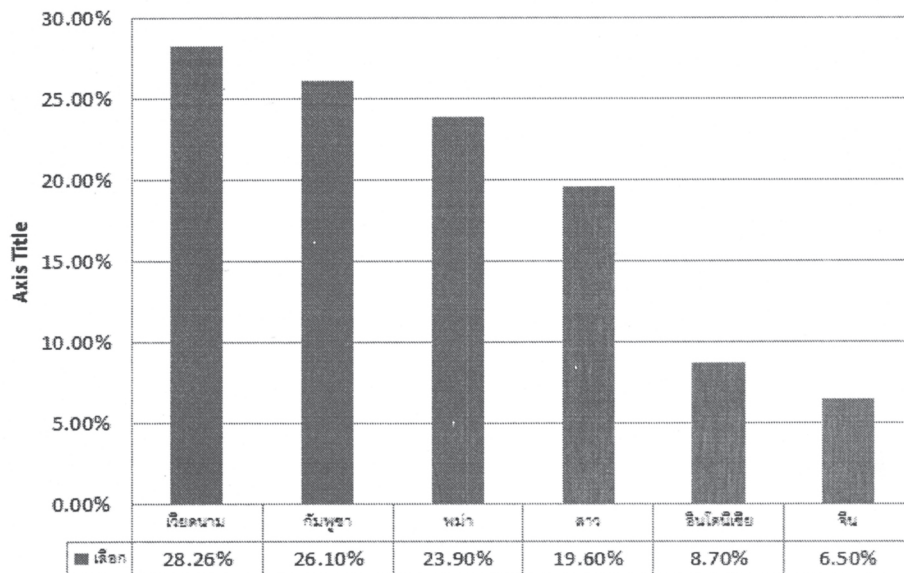
บริษัทมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนทางตรงใน
ต่างประเทศมากที่สุดเพื่อรับจ้างผลิตสินค้าสำเร็จรูป
(Original Equipment Manufacturing: OEM) คิดเป็น
56.50% รองลงมาคือ เพื่อการรับจ้างออกแบบและผลิต
(Original Design Manufacturing: ODM) คิดเป็น
45.70% การผลิตเพื่อขายในตราสินค้าของตนเอง
(Original Brand Manufacturing: OBM) คิดเป็น
17.40% และเพื่อเปิดร้านหรือสาขาคิดเป็น 8.70%
ดังรูปที่ 4

ประเทศที่บริษัทส่วนใหญ่สนใจที่จะลงทุนทางตรง
ในต่างประเทศมากที่สุดคือประเทศเวียดนาม และกัมพูชา
คิดเป็น 28.26% และ 26.10% ตามลำดับ ส่วนประเทศ
พม่ามีผู้สนใจจะไปลงทุนทางตรงคิดเป็น 23.90%
ประเทศลาวคิดเป็น 19.60% ประเทศอินโดนีเซีย
คิดเป็น 8.70% และสุดท้ายคือ ประเทศจีนคิดเป็น
6.50% ดังรูปที่ 5

รูปที่ 4 รูปแบบธุรกิจสำหรับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



รูปที่ 5 ประเทศที่สนใจจะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศ



การวิเคราะห์ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของที่มี
 อิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
 โดยการทดสอบสมมุติฐานทางสถิติพบว่า ตัวแปรอิสระ
 ที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ
 ได้แก่ ความสามารถในการจัดการ และการเข้าถึงตลาด
 ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ Binary Logistic Regression

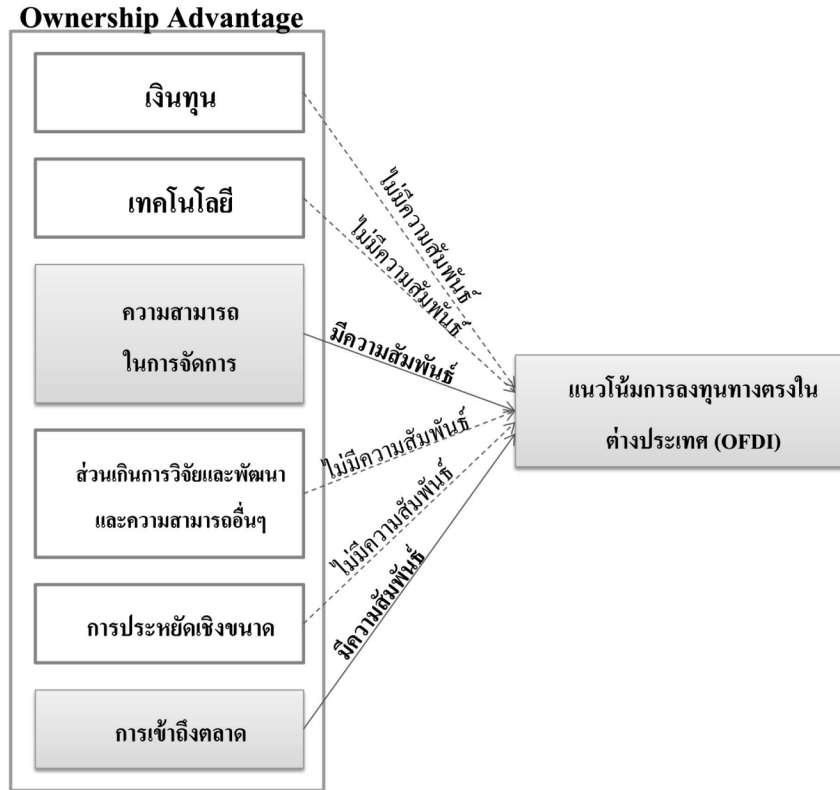
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)
Step 1a	Capital	-.362	.259	1.948	1	.163	.696
	Technology	-.291	.581	.251	1	.616	.748
	Managerial Capabilities	.407	.171	5.671	1	.017	1.502
	Surplus R & D and Other	-.418	.223	3.514	1	.061	.658
	Economy of Scale	-.024	.340	.005	1	.943	.976
	Access to Market	1.047	.437	5.724	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, Surplus R & D and Other, Economy of Scale, Access to Market.

จากผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Binary Logistic Regression พบว่า ตัวแปรความสามารถทางการจัดการ และการเข้าถึงตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรม

เครื่องนุ่งห่มไทย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลการวิเคราะห์สามารถสรุปตัวแบบจากการวิจัยครั้งนี้ได้ดังรูปที่ 6

รูปที่ 6 ผลสรุปของงานวิจัย



อภิปรายและสรุปผลการวิจัย (Discussion/ Conclusion)

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีความคุ้นเคยกับการส่งออก (Export) เป็นอย่างมาก ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า บริษัท 93.50% มีการส่งออก ซึ่งการส่งออกเป็นธุรกรรมหนึ่งของธุรกิจระหว่างประเทศ การส่งออกที่มากบ่งบอกถึงระดับความเป็นนานาชาติของกิจการที่มากด้วย (Wickramasekera and Oczkowski, 2006) และเมื่อบริษัทมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศ แล้วนั้นจะส่งผลให้บริษัทมีแนวโน้มที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศสูงขึ้น ซึ่งตรงกับคำอธิบายของ Uppsala

Internationalization Process Model (Johanson and Vahlne, 2006) ที่กล่าวไว้ว่ากิจการจะค่อยๆ เพิ่มระดับความผูกพัน (Level of Commitment) ในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ โดยมักเริ่มจากการส่งออกผ่านตัวแทน การส่งออกโดยมีสำนักงานขายในต่างประเทศ ไปจนถึงการลงทุนการผลิตในต่างประเทศในที่สุด นั่นคือกิจการได้สะสมประสบการณ์ในระหว่างทาง ทำให้มีความมั่นใจในการออกไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศอย่างเต็มรูปแบบ นับเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับปัจจัยที่จะส่งผลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Logistic Regression พบว่าข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของ (Ownership

Advantage) 2 ประการ ได้แก่ ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities) และความสามารถในการเข้าถึงตลาด (Access to Market) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ความสามารถในการจัดการ (Managerial Capabilities) ของบริษัทเป็นเรื่องของความเพียงพอ รวมถึงความมีคุณภาพของผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการ จากผลการวิจัยด้วย Logistic Regression พบว่า บริษัทที่มีความสามารถในการจัดการมากนั้นจะมีแนวโน้มหรือความน่าจะเป็นที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่าบริษัทที่มีความสามารถในการจัดการน้อย ซึ่งจำนวนผู้บริหารที่เพียงพอและมีความสามารถจะสามารถขจัดต้นให้บริษัทมีการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ Graves และ Thomas (2006) กล่าวว่า ผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นข้อบ่งชี้สำคัญที่ทำให้บริษัทมีการมองหาการลงทุนในต่างประเทศ นอกจากนี้ Wee (2007) กล่าวถึงความขาดแคลนผู้จัดการระดับกลางของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทยว่าเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บริษัทไม่สามารถไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศได้ ทั้งๆ ที่การตั้งโรงงานอยู่ในประเทศไทยจะทำให้บริษัทสูญเสียความสามารถในการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งจากประเทศอื่นๆ เนื่องจากต้นทุนค่าแรงงานที่มีราคาสูงขึ้น นอกจากนี้ ปัญหาที่บริษัทไทยไม่สามารถไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศได้เกิดจากการขาดแคลนผู้จัดการ และประสิทธิภาพการทำงานของผู้บริหารในบริษัทที่ไม่คุ้นเคยกับการดำเนินงานในต่างชาติดำเนินงานในต่างชาติดำเนินงานในต่างชาติดำเนินงานในต่างชาติ ทำให้บริษัทเลือกที่จะดำเนินธุรกิจอยู่ภายในประเทศ ทั้งๆ ที่มีการแข่งขันสูงมากทั้งจากคู่แข่งภายในประเทศเอง รวมถึงคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำกว่าจากต่างประเทศ (ทัศนีย์ ธรรมพิทักษ์, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2555)

ความสามารถในการเข้าถึงตลาด (Access to Market) แสดงถึงความคุ้นเคย และประสบการณ์เกี่ยวกับ

ตลาดในต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้บริษัทมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ ส่งผลต่อการพัฒนาความเป็นนานาชาติของบริษัท โดยผลจากการวิเคราะห์ด้วย Logistic Regression สามารถสรุปได้ว่า บริษัทที่มีความคุ้นเคยและมีลูกค้าซึ่งเป็นลูกค้าในต่างประเทศ มีการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศในรูปแบบของการส่งออกหรือค้าขายกับชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากจะส่งผลให้บริษัทมีแนวโน้มที่จะไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่าบริษัทที่ไม่คุ้นเคยกับลูกค้าต่างชาติ โดย Johanson และ Vahlne (1977) กล่าวถึง ความสามารถในการเข้าถึงตลาดว่า สิ่งเหล่านี้จะทำให้บริษัทเกิดความมุ่งมั่นและโอกาสที่จะลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ซึ่งการมีลูกค้าหรือตลาดในต่างประเทศอยู่แล้วนั้นทำให้บริษัทมีประสบการณ์ เรียนรู้ความต้องการของลูกค้า รวมถึงการมีความสัมพันธ์อันดี ซึ่งจะส่งผลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของบริษัท (Johanson & Vahlne, 2006) โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมที่ไม่ค่อยมีความซับซ้อนทางโครงสร้างในการจัดการอย่างอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มและแฟชั่นนั้น ความสัมพันธ์และเครือข่ายอันดีระหว่างผู้ขายและลูกค้าล้วนมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่าอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนทางโครงสร้างทางการจัดการอย่างอุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ น้ำมัน และเคมีภัณฑ์ (Tavoletti, 2011) การมีคู่ค้าอยู่ในต่างประเทศทำให้สามารถรู้ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศนั้นๆ และก็จะสามารถออกแบบสินค้าได้ตรงใจลูกค้า ทำให้ตลาดในต่างประเทศเข้มแข็ง (บุญชัย ปันจอร์อัมพร, สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2555) นอกจากนี้ การเรียนรู้ตลาดก็นับเป็นสิ่งสำคัญจากการมีคู่ค้าจำนวนมาก ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการขาย และถ้าธุรกิจไม่มีตลาดรองรับก็จะส่งผลให้การไปดำเนินการหรือไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศเป็นความเสี่ยงที่มากเกินไปกว่าที่ผู้บริหารจะรับได้ (กุลชดา เจนพณิช, สัมภาษณ์, 16 มกราคม 2555)

ด้านปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ เงินทุน เทคโนโลยี ส่วนเกินจากการวิจัยและความสามารถอื่นๆ การประหยัดเชิงขนาด ทรานสสินค้า ที่ผลการวิจัยระบุว่าไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศนั้น สามารถอภิปรายผลได้ว่าเนื่องจากปัจจุบันรัฐบาล และสถาบันการเงินต่างๆ ในประเทศไทยนั้นให้ความสำคัญกับการลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากขึ้น ทำให้มีแหล่งเงินทุนจำนวนมากที่กิจการต่างๆ สามารถเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งแต่ละบริษัทก็มีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนนั้นใกล้เคียงกัน อีกทั้งลักษณะของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยนั้น ไม่ใช่การลงทุนที่สูงมากนัก ทำให้ปัจจัยเรื่องเงินทุนไม่ใช่ปัจจัยสำคัญต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

ด้านเทคโนโลยี เนื่องจากสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องนุ่งห่มนั้น ไม่ใช่อุตสาหกรรมที่ลงทุนสูงมากนักในทางเทคโนโลยีทำให้บริษัทแต่ละบริษัทมีการลงทุนในเครื่องจักรและเทคโนโลยีที่ใกล้เคียงกัน ส่งผลให้ปัจจัยด้านเทคโนโลยีไม่มีอิทธิพลต่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ นอกจากนี้บริษัทมีการลงทุนด้านเทคโนโลยีน้อย และมีการวิจัยและพัฒนาน้อยเช่นกัน จะเห็นได้ว่าแต่ละบริษัทมีพนักงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนาอย่างมาก แต่แต่ละบริษัทก็ให้ความสำคัญน้อยเหมือนกัน ทำให้ปัจจัยด้านส่วนเกินจากการวิจัยและความสามารถอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศเช่นกัน

ด้านการประหยัดต่อขนาด เนื่องจากอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน บริษัทต่างๆ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้จึงไม่ใช่อุตสาหกรรมเกิดใหม่ จึงส่งผลให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านเครื่องจักรต่างๆ นั้นไม่ได้เปลี่ยนแปลงมาเป็นเวลานาน และมีต้นทุนที่ต่ำมากเกือบทั้งอุตสาหกรรม ทำให้ปัจจัยด้านการประหยัดต่อขนาดนั้นไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

สำหรับปัจจัยด้านทรานสสินค้า เนื่องจากสภาพการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มนั้นเป็นรูปแบบการรับจ้างผลิตสินค้า ทำให้บริษัทต่างๆ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างชื่อเสียงให้ตราสินค้าตัวเองมากนัก ซึ่งทำให้ปัจจัยด้านทรานสสินค้าไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ

กล่าวโดยสรุป ผลที่ได้จากการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศ ที่ความสามารถในการจัดการและการเข้าถึงตลาด ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้เป็นเหมือนความพร้อมทางด้านการจัดการและความพร้อมทางด้านการตลาด เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศอย่างเต็มตัว นั่นคือ การลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยหวังว่าผลสรุปจากงานวิจัยนี้จะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่จะทำให้บริษัทในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยสามารถพัฒนาตัวเองเพื่อการลงทุนทางตรงในต่างประเทศต่อไปได้ในอนาคต ดังที่จะได้กล่าวโดยละเอียดในหัวข้อถัดไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ข้อได้เปรียบจากการเป็นเจ้าของต่อแนวโน้มการลงทุนทางตรงในต่างประเทศของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทยนั้น ทำให้ได้ทราบถึงปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนทางตรงในต่างประเทศ คือ ความสามารถในการจัดการ และความสามารถในการเข้าถึงตลาด ซึ่งจะเห็นว่าปัจจัยทั้งสองนี้ เป็นปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และทรัพยากรบุคคลของบริษัท ผลจากงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าบริษัทที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดี และผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ด้านการค้าการลงทุนในต่างประเทศ จะมีความพร้อมในการไปลงทุนทางตรงในต่างประเทศมากกว่า

จากผลการวิจัยดังกล่าว ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มของไทยที่ยังขาดความพร้อมด้านทักษะ การจัดการและความสามารถในการเข้าถึงตลาดก็จะ ไม่มีความมั่นใจในการไปลงทุนในต่างประเทศ แต่ใน สถานการณ์ปัจจุบันที่ค่าแรงในประเทศเพิ่มขึ้นสูง น่าจะ เป็นแรงผลักดันที่สำคัญให้ธุรกิจเสื้อผ้าของไทยออกไป ลงทุนในต่างประเทศ กอปรกับการถูกตัดสิทธิพิเศษ ทางภาษีศุลกากรเป็นการทั่วไป (GSP: Generalized System of Preferences) จากประเทศนำเข้า ทำให้ ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม มีความ น่าสนใจในการไปลงทุนมากกว่า ก็น่าจะเป็นแรงดึงดูด สำคัญในการดึงดูดการลงทุนจากไทยเช่นกัน จึงสามารถสรุป ในเบื้องต้นได้ว่า หากกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของ ไทยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการไปลงทุนในต่างประเทศ จึงควรร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะในการจัดการ รวมทั้งร่วมมือกันในการหาตลาดในต่างประเทศ เพราะ เพียงบริษัทใดบริษัทหนึ่ง อาจไม่มีความสามารถในการ พัฒนาทักษะเหล่านั้นได้ดีพอ และอาจเป็นไปได้ว่าอาจ จำเป็นต้องขอความร่วมมือจากทางภาครัฐในแง่ของการ พัฒนาหลักสูตรการศึกษาที่มุ่งเน้นในการพัฒนาบุคลากร ขึ้นมาเป็นผู้บริหารระดับกลางในอุตสาหกรรมนี้โดยเฉพาะ เพื่อเตรียมพร้อมในการขยายธุรกิจไปในต่างประเทศ รวมทั้งอาจขอเงินสนับสนุนจากภาครัฐในการออกไป หาตลาดในต่างประเทศ เช่น การทำโรดโชว์ การออกงาน แสดงสินค้าในต่างประเทศ เป็นต้น

นอกจากนี้ผลการวิจัยในส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ของ ข้อเสนอแนะจากส่วนท้ายของแบบสอบถามที่บริษัท ส่วนใหญ่ได้เสนอให้แก่ผู้วิจัยยังชี้ให้เห็นถึงอุปสรรค สำคัญที่ทำให้กิจการในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไม่ สามารถเติบโตในต่างประเทศได้ ซึ่งสาเหตุสำคัญนั้นก็

มาจากอุตสาหกรรมนี้ขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล ต้อง ช่วยเหลือตัวเองมากกว่าอุตสาหกรรมอื่นๆ เพราะภาครัฐ มองว่าอุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมดาวร่วง (Sunset Industry) ทำให้ศักยภาพในการแข่งขันลดลงจนอาจจะ แพ้คู่แข่งจากประเทศเพื่อนบ้านได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้น่าจะ เป็นประโยชน์ที่จะช่วยให้รัฐบาลหันมาให้ความสำคัญ กับอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

ข้อจำกัดสำคัญของงานวิจัยนี้คือจำนวนตัวอย่างที่ ค่อนข้างจำกัด ทั้งนี้เนื่องจากการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วง ระยะเวลาที่ประเทศไทยประสบกับปัญหาหาทุกภัย อย่างไรก็ดี ได้มีการติดตามการส่งแบบสอบถามตามลำดับ และจากการทดสอบความไม่เอนเอียงจากการไม่ตอบกลับ (Non-response Bias) ก็ไม่พบว่ามีปัญหาของความเอนเอียง จากการไม่ตอบกลับแต่อย่างใด จึงมีความมั่นใจในการ นำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในอุตสาหกรรมเครื่อง นุ่งห่มในประเทศไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ในการลงทุนทางตรงในต่างประเทศ ในการวิจัยครั้งต่อไป สามารถเลือกวิจัยในอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่มีโครงสร้าง ของอุตสาหกรรมแตกต่างกันไป เช่น อุตสาหกรรมการผลิต อาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมไฟฟ้า หรือธุรกิจ การบริการอื่นๆ ซึ่งผลของการวิเคราะห์อาจจะมีความ แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมนั้นๆ นอกจากนี้การวิจัยครั้งต่อไปยังสามารถวิจัยในภาพรวม ของประเทศ โดยการเลือกวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมมาเป็นประชากรในการศึกษา หรือการเปลี่ยน ตัวแปรตามโดยเจาะจงประเทศที่สนใจจะเข้าไปลงทุน ทางตรงเพื่อให้ผลวิจัยมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กฤษดา เจนพาณิชย์. กรรมการผู้จัดการ บ.ไทย เจ.เพรส จำกัด. **สัมภาษณ์**, 16 มกราคม 2555.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS**. 7. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร, 2552.
- ทัศนีย์ ธรรมพิทักษ์. ผู้บริหารบริษัท การ์เมนต์ ทาวน์ จำกัด. **สัมภาษณ์**, 12 มกราคม 2555.
- บุญชัย ปัดทูลอัมพร. ประธานบริหารบริษัท ซาบีน่า จำกัด (มหาชน). **สัมภาษณ์**, 12 มกราคม 2555.
- พัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, สถาบัน. **ข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทย**. [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: <http://www.thaitextile.org> [2554, มีนาคม 12].
- ส่งเสริมการส่งออก, กรม. **ทิศทางการลงทุนทางตรงและศักยภาพการแข่งขันระยะยาวของประเทศไทย**. [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา: www.depthai.go.th [2554, มีนาคม 8].
- สมชนก ภาสกรจรัส. **หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ**. 1. กรุงเทพมหานคร: แมคกรอ-ฮิล, 2551.
- แห่งประเทศไทย, ธนาคาร. **สาขาย่อยขายเงิน และสำนักงานภาค. สถานการณ์การลงทุนทางตรงในต่างประเทศของไทย: ภาพรวมและกรณีศึกษา**. [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา: www.sme.go.th/Documents/2554/ [2554, มีนาคม 15].

ภาษาอังกฤษ

- Banga, R. **Explaining Asian Outward FDI**. India: UNCTAD-India, 2007.
- Dunning, J. H. Toward an Eclectic Theory of International Production: Some Empirical Tests. **Journal of International Business Studies** 11 (January 1980): 9-31.
- Graves, C., & Thomas, J. Internationalization of Australian Family Businesses: A Managerial Capabilities Perspective. **Family Business Review** 19 (March 2006): 207-225.
- 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.

- Pananond, P. The International Expansion of Thailand's Jasmine Group: Built on Shaky Ground?. **Asia Pacific Business Review** 8 (February 2001): 121.
- 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.
- 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.
- 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.
- Tavoletti, E. The Internationalization Process of Italian Fashion Firms: Looking for an Analytical Generalization. **South Asian Journal Of Management** 18 (February 2011): 7-29.
- Yamane, T. Statistics: An introduction analysis. New York : Harper & Row, 1973.