

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาลงทุนโดยตรงของ บริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ในกรอบแนวคิดของ ดันนิง (Dunning's Eclectic Theory) ผู้วิจัยขอเสนอผลจากการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ของกลุ่ม ตัวอย่าง บริษัทที่เป็นการลงทุนต่างประเทศในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Testing)

4.1 อัตราตอบกลับของการแจกแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 119 บริษัทที่เป็นการลงทุนโดยตรงของบริษัทจีนใน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย พบว่า การสำรวจด้วยแบบสอบถาม ผู้วิจัย ได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวน 92 บริษัท โดยเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาใช้ในการ วิเคราะห์และประมวลผลได้ คิดเป็นร้อยละ 77.31 และ แบบสอบถามที่ไม่ได้รับกลับคือ จำนวน 27 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.69

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ ทำการศึกษาวิจัย และปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาลงทุนโดยตรงของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอ และเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.2.1 ข้อมูลของบริษัท

การวิเคราะห์ข้อมูลของบริษัท ประกอบด้วย รูปแบบการลงทุน ปริมาณเงินทุนเริ่มต้นใน ประเทศไทย ปริมาณเงินทุนในประเทศไทยปัจจุบัน ระยะเวลาดำเนินการในประเทศไทย สถาน

ที่ตั้งโรงงาน สถานที่ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม ลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัท ลักษณะประเภทธุรกิจ รูปแบบการทำตลาด และลักษณะการได้รับการส่งเสริมการลงทุน รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.1 – 4.11

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของรูปแบบการลงทุน

รูปแบบการลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
ลงทุนเอง	52	56.5
ขยายสาขาจากบริษัทแม่	17	18.5
ร่วมลงทุน	23	25.0
รวม	92	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามรูปแบบการลงทุนเป็นการลงทุนเองมากที่สุด คือ 52 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ ร่วมลงทุน จำนวน 23 คิดเป็นร้อยละ 25.0 และเป็นการขยายสาขาจากบริษัทแม่ จำนวน 17 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของปริมาณเงินทุนเริ่มต้นในประเทศไทยโดยประมาณ

ปริมาณเงินลงทุนเริ่มต้นใน ประเทศไทยโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	32	34.8
1,000,000 – 10,000,000 บาท	30	32.6
10,000,001 – 50,000,000 บาท	21	22.8
สูงกว่า 50,000,000 บาท	9	9.8
รวม	92	100.0

ค่าต่ำสุด 100,000 บาท

ค่าสูงสุด 200,000,000 บาท

ค่ามัธยฐาน 20,721,739.13 บาท

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 38,987,021.87 บาท

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามปริมาณเงินทุนเริ่มต้นในประเทศไทยโดยประมาณ เป็นการลงทุนในประเทศไทยโดยประมาณมากที่สุดเป็นขนาดการลงทุนต่ำกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 32 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ ขนาดการลงทุนระหว่าง 1,000,000 – 10,000,000 บาท จำนวน 30 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 32.6 ขนาดการลงทุนระหว่าง 10,000,001 – 50,000,000 บาท จำนวน 21 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 22.8 และสูงกว่า 50,000,000 บาท จำนวน 9 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบันโดยประมาณ

ปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบันโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	22	23.9
1,000,000 – 10,000,000 บาท	39	42.4
10,000,001 – 50,000,000 บาท	18	19.6
สูงกว่า 50,000,000 บาท	13	14.1
รวม	92	100.0
ค่าต่ำสุด 300,000 บาท	ค่าสูงสุด 320,000,000 บาท	
ค่ามัธยฐาน 32,365,978.26 บาท	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 61,966,167.69 บาท	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามปริมาณเงินทุนในประเทศไทยปัจจุบันโดยประมาณ เป็นการลงทุนในประเทศไทยโดยประมาณมากที่สุดเป็นขนาดการลงทุนระหว่าง 1,000,000 – 10,000,000 บาท จำนวน 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมาคือ ขนาดการลงทุนต่ำกว่า 1,000,000 บาท จำนวน 22 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.9 ขนาดการลงทุนระหว่าง 10,000,001 – 50,000,000 บาท จำนวน 18 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 19.6 และสูงกว่า 50,000,000 บาท จำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาดำเนินการในประเทศไทย

ระยะเวลาดำเนินการใน ประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 2 ปี	11	12.0
3 – 4 ปี	7	7.6
4 – 5 ปี	19	20.7
5 ปีขึ้นไป	55	59.8
รวม	92	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามระยะเวลาดำเนินการในประเทศไทย บริษัทมีระยะเวลาดำเนินการในประเทศไทย 5 ปีขึ้นไปมากที่สุด จำนวน 55 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือ มีระยะเวลาดำเนินการในประเทศไทยระหว่าง 4 – 5 ปี จำนวน 19 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.7 ระยะเวลาดำเนินการในประเทศไทยไม่เกิน 2 ปี จำนวน 11 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 12.0 และระยะเวลาดำเนินการในประเทศไทยระหว่าง 3 – 4 ปี จำนวน 7 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของสถานที่ตั้งโรงงาน

สถานที่ตั้งโรงงาน	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	43	46.7
สมุทรปราการ	16	17.4
สมุทรสาคร	13	14.1
อื่นๆ	20	21.8
รวม	92	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งโรงงาน โดยสถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด จำนวน 43 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือ สถานที่ตั้งโรงงานกระจายอยู่ในจังหวัดอื่นๆ (ระยอง นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี อยุธยา ชุมพร และ นครราชสีมา) จำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.8 สถานที่ตั้ง

โรงงานอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 16 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 17.4 และสถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 13 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 14.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของสถานที่ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม

สถานที่ตั้งโรงงานใน นิคมอุตสาหกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อยู่	88	95.7
อยู่	4	4.3
รวม	92	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามสถานที่ตั้งโรงงานในนิคมอุตสาหกรรม สถานที่ตั้งโรงงานไม่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมมากที่สุด จำนวน 88 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 95.7 รองลงมาคือ สถานที่ตั้งโรงงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรม จำนวน 4 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัท

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
เส้นใย	15	7.7
ปั่นด้าย	17	8.7
ทอผ้า	45	23.0
ถักผ้า	23	11.7
ผ้าไม่ทอ	2	1.0
เสื้อผ้า	41	20.9
ย้อมเส้นด้าย	17	8.7
พิมพ์ผ้า	9	4.6
ฟอก ย้อม และตกแต่งสิ่งทอ	22	11.2
อื่นๆ	5	2.6

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามลักษณะผลิตภัณฑ์ของบริษัท เป็นผลิตภัณฑ์ทอผ้ามากที่สุด จำนวน 45 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า จำนวน 41 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.9 ผลิตภัณฑ์ฟอก ย้อม และตกแต่งสิ่งทอ จำนวน 22 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 11.2 ผลิตภัณฑ์ปั่นด้ายและผลิตภัณฑ์ย้อมเส้นด้าย จำนวนบริษัทเท่ากัน คือ 17 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 8.7 ผลิตภัณฑ์เส้นใย จำนวน 15 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 7.7 ผลิตภัณฑ์พิมพ์ผ้า จำนวน 9 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.6 ผลิตภัณฑ์อื่นๆ (ผลิตชิ้นส่วนชุดชั้นใน, koshibo, cotton spinning) จำนวน 5 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 2.6 และผลิตภัณฑ์ผ้าไม่ทอ จำนวน 2 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของลักษณะประเภทธุรกิจ

ประเภทธุรกิจ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตให้ลูกค้าภายในประเทศ	42	28.4
ผลิตให้ลูกค้าต่างประเทศ (Exporter)	37	25.0
ผลิตพร้อมเป็นผู้ค้าส่ง (Wholesaler)	39	26.4
ผลิตพร้อมเป็นผู้ค้าปลีก (Retailer)	6	4.1
ผลิตพร้อมเป็นผู้ค้าส่งและปลีก	24	16.2

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามลักษณะประเภทธุรกิจ เป็นการผลิตให้ลูกค้าภายในประเทศมากที่สุด จำนวน 42 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 28.4 รองลงมาคือ ผลิตพร้อมเป็นผู้ค้าส่ง (Wholesaler) จำนวน 39 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.4 ผลิตให้ลูกค้าต่างประเทศ (Exporter) จำนวน 37 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.0 ผลิตพร้อมเป็นผู้ค้าส่งและปลีก จำนวน 24 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 16.2 และผลิตพร้อมเป็นผู้ค้าปลีก (Retailer) จำนวน 6 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของรูปแบบการบริหารงาน

รูปแบบการบริหารงาน	จำนวน	ร้อยละ
นโยบายจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ	20	21.7
บริษัทดำเนินงานเอง	72	78.3
รวม	92	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามรูปแบบการบริหารงาน บริษัทที่มีรูปแบบการบริหารงานดำเนินงานเองมากที่สุด จำนวน 72 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือ บริหารงานตามนโยบายจากบริษัทแม่ในต่างประเทศ จำนวน 20 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 21.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของรูปแบบการทำตลาด

รูปแบบการทำตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ส่งพนักงานจากประเทศจีนมาทำตลาดเอง	45	48.9
จ้างบริษัทในประเทศไทยทำการตลาด	37	40.2
อื่นๆ	10	10.9
รวม	92	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามรูปแบบการทำตลาด บริษัทเลือกส่งพนักงานจากประเทศจีนมาทำตลาดเองมากที่สุด จำนวน 45 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมาคือ บริษัทจ้างบริษัทในประเทศไทยทำ จำนวน 37 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 40.2 และอื่นๆ จำนวน 10 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 10.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของลักษณะการได้รับการส่งเสริมการลงทุน

การได้รับการส่งเสริมการลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ขอ/ไม่ได้รับ BOI	73	79.3
ได้รับ BOI	19	20.7
รวม	92	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท เมื่อจำแนกตามลักษณะการได้รับการส่งเสริมการลงทุน บริษัทไม่ได้ขอหรือไม่ได้รับ BOI มากที่สุด จำนวน 73 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาคือ บริษัทได้รับ BOI จำนวน 19 บริษัท คิดเป็นร้อยละ 20.7 ตามลำดับ

4.2.2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาลงทุนโดยตรงของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย

การวิเคราะห์ ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ามาลงทุนโดยตรงของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง (Ownership-Specific Advantage) ความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเอง (Internalization Incentive Advantage) และความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantage) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.12 – 4.14

ตารางที่ 4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญกับความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง (Ownership-Specific Advantage)

ด้านความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง (Ownership-Specific Advantage)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการมีอิทธิพล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.แหล่งเงินทุนหมุนเวียน (เงินทุนสะสมจากกำไร)	27 (29.3)	43 (46.7)	19 (20.7)	2 (2.2)	1 (1.1)	4.01	0.83	มาก
2.การประสบความสำเร็จและการเติบโตของบริษัทแม่	19 (20.7)	37 (40.2)	28 (30.4)	5 (5.4)	3 (3.3)	3.70	0.97	มาก

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ด้านความได้เปรียบในการเป็น เจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง (Ownership-Specific Advantage)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ การมี อิทธิพล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
3.นโยบายและความเป็นผู้นำตลาด	13 (14.1)	41 (44.6)	27 (29.3)	7 (7.6)	4 (4.3)	3.57	0.98	มาก
4.การยอมรับในเครื่องหมายการค้าจากผู้บริโภค	22 (23.9)	43 (46.7)	22 (23.9)	3 (3.3)	2 (2.2)	3.87	0.89	มาก
5.ความได้เปรียบในการสร้างเครื่องหมายการค้าใหม่	11 (12.0)	32 (34.8)	43 (46.7)	6 (6.5)	0 (0.0)	3.52	0.79	มาก
6.ความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากร	24 (26.1)	43 (46.7)	22 (23.9)	2 (2.2)	1 (1.1)	3.95	0.83	มาก
7.ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร	23 (25.0)	47 (51.1)	18 (19.6)	3 (3.3)	1 (1.1)	3.96	0.82	มาก
8.ความซื่อสัตย์ อุดหนุน ของบุคลากร	26 (28.3)	44 (47.8)	20 (21.7)	2 (2.2)	0 (0.0)	4.02	0.77	มาก
9.ระบบการจัดการผลิต	21 (22.8)	46 (50.0)	22 (23.9)	3 (3.3)	0 (0.0)	3.92	0.77	มาก
10.การปรับเปลี่ยนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด	23 (25.0)	55 (59.8)	13 (14.1)	1 (1.1)	0 (0.0)	4.09	0.66	มาก
11.โครงสร้างหรือระบบของการจัดการของหน่วยงาน	16 (17.4)	37 (40.2)	33 (35.9)	6 (6.5)	0 (0.0)	3.68	0.84	มาก
12.ความรับผิดชอบของแต่ละส่วนงานในหน่วยงาน	14 (15.2)	49 (53.3)	27 (29.3)	2 (2.2)	0 (0.0)	3.82	0.71	มาก
13.เป้าหมายทางการตลาดและกลุ่มลูกค้า	31 (33.7)	43 (46.7)	18 (19.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.14	0.72	มาก
14.เทคโนโลยีการผลิต	27 (29.3)	41 (44.6)	17 (18.5)	5 (5.4)	2 (2.2)	3.93	0.95	มาก
15.เทคโนโลยีการจัดจำหน่าย	22 (23.9)	40 (43.5)	27 (29.3)	1 (1.1)	2 (2.2)	3.86	0.87	มาก
16.เทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร การประสานงานทั้งในและต่างประเทศ	33 (35.9)	38 (41.3)	18 (19.6)	2 (2.2)	1 (1.1)	4.09	0.86	มาก

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ด้านความได้เปรียบในการเป็น เจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง (Ownership-Specific Advantage)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ การมี อิทธิพล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
17.วัตถุดิบที่เหมาะสมกับการผลิต	35 (38.0)	38 (41.3)	17 (18.5)	2 (2.2)	0 (0.0)	4.15	0.80	มาก
18.การผลิตสินค้าในจำนวนมาก / ครั้งการผลิต	20 (21.7)	44 (47.8)	24 (26.1)	4 (4.3)	0 (0.0)	3.87	0.80	มาก
19.การพัฒนาสินค้าใหม่	20 (21.7)	42 (45.7)	21 (22.8)	7 (7.6)	2 (2.2)	3.77	0.95	มาก
20.เทคโนโลยีการผลิตและจำหน่าย ที่ทันสมัยกว่านักลงทุนในประเทศ	23 (25.0)	31 (33.7)	31 (33.7)	4 (4.3)	3 (3.3)	3.73	1.00	มาก
21.การบริหารจัดการองค์กรและ ตลาด	14 (15.2)	54 (58.7)	24 (26.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.89	0.64	มาก
22.การควบคุมการผลิตด้วยตนเอง	25 (27.2)	44 (47.8)	21 (22.8)	2 (2.2)	0 (0.0)	4.00	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ย						3.89	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท ให้ความสำคัญกับความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของสินทรัพย์บางอย่าง (Ownership-Specific Advantage) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากทุกรายข้อ โดยในประเด็น “วัตถุดิบที่เหมาะสมกับการผลิต” มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ “เป้าหมายทางการตลาดและกลุ่มลูกค้า” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 “การปรับเปลี่ยนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาด” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 “เทคโนโลยี การติดต่อสื่อสาร การประสานงานทั้งในและต่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 “ความซื่อสัตย์ อดทน ของบุคลากร” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 “แหล่งเงินทุนหมุนเวียน (เงินทุนสะสมจากกำไร)” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 “การควบคุมการผลิตด้วยตนเอง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 “ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 “ความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากร” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 “เทคโนโลยีการผลิต” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 “ระบบการจัดการผลิต” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 “การบริหารจัดการองค์กรและตลาด” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 “การยอมรับในเครื่องหมายการค้าจากผู้บริโภค” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 “การ

ผลิตสินค้าในจำนวนมาก / ครั้งการผลิต” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 “เทคโนโลยีการจัดจำหน่าย” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 “ความรับผิดชอบของแต่ละส่วนงานในหน่วยงาน” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 “การพัฒนาสินค้าใหม่” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 “เทคโนโลยีการผลิตและจำหน่ายที่ทันสมัยกว่านักลงทุนในประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 “การประสบความสำเร็จและการเติบโตของบริษัทแม่” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 “โครงสร้างหรือระบบของการจัดการของหน่วยงาน” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 “นโยบายและความเป็นผู้นำตลาด” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และ “ความได้เปรียบในการสร้างเครื่องหมายการค้าใหม่” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญกับความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเอง (Internalization Incentive Advantage)

ความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเอง (Internalization Incentive Advantage)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการมีอิทธิพล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.การเป็นเจ้าของการผลิตเอง	17 (18.5)	47 (51.1)	25 (27.2)	3 (3.3)	0 (0.0)	3.85	0.75	มาก
2.การทำการตลาดในต่างประเทศด้วยตนเอง	25 (27.2)	30 (32.6)	32 (34.8)	4 (4.3)	1 (1.1)	3.80	0.93	มาก
3.การเลือกใช้เทคโนโลยีเฉพาะของตนเอง	9 (9.8)	42 (45.7)	38 (41.3)	2 (2.2)	1 (1.1)	3.61	0.74	มาก
4.การกำหนดราคาสินค้ากับตลาดในแต่ละประเทศ	21 (22.8)	29 (31.5)	32 (34.8)	7 (7.6)	3 (3.3)	3.63	1.02	มาก
5.ความสามารถในการตอบสนองความต้องการลูกค้าในตลาดต่างประเทศ	14 (15.2)	42 (45.7)	28 (30.4)	8 (8.7)	0 (0.0)	3.67	0.84	มาก
6.ความสามารถในการขยายตลาดในต่างประเทศ	11 (12.0)	36 (39.1)	38 (41.3)	5 (5.4)	2 (2.2)	3.53	0.86	มาก
7.ความสามารถในการป้องกันและโต้ตอบคู่แข่ง	10 (10.9)	28 (30.4)	36 (39.1)	14 (15.2)	4 (4.3)	3.28	1.00	ปานกลาง

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ความได้เปรียบในการทำให้เป็น ประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเอง (Internalization Incentive Advantage)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ การมี อิทธิพล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
8.ความสามารถในการควบคุม วัตถุดิบในต่างประเทศ	15 (16.3)	30 (32.6)	35 (38.0)	9 (9.8)	3 (3.3)	3.49	0.99	มาก
9.อาจเป็นเจ้าของแหล่งปัจจัยการ ผลิตขนาดใหญ่ในต่างประเทศ	8 (8.7)	21 (22.8)	37 (40.2)	17 (18.5)	9 (9.8)	3.02	1.08	ปาน กลาง
10.ความสามารถในลดการกีดกัน ความเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตของ คู่แข่ง	15 (16.3)	24 (26.1)	39 (42.4)	8 (8.7)	6 (6.5)	3.37	1.07	ปาน กลาง
11.ความสามารถในลดอุปสรรคทาง การค้าระหว่างประเทศ	6 (6.5)	37 (40.2)	29 (31.5)	16 (17.4)	4 (4.3)	3.27	0.97	ปาน กลาง
12.ความสามารถในหลีกเลี่ยงการ แทรกแซงของรัฐบาลต่างประเทศ	11 (12.0)	37 (40.2)	27 (29.3)	10 (10.9)	7 (7.6)	3.38	1.08	ปาน กลาง
13.ความสามารถในหลีกเลี่ยงข้อกีด กันทางการค้าระหว่างประเทศ	3 (3.3)	41 (44.6)	30 (32.6)	12 (13.0)	6 (6.5)	3.25	0.96	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ย						3.47	0.58	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท ให้ความสำคัญกับความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเอง (Internalization Incentive Advantage) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ในประเด็น “การเป็นเจ้าของการผลิตเอง” โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.85 รองลงมาคือ “การทำการตลาดในต่างประเทศด้วยตนเอง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 “ความสามารถในการตอบสนองความต้องการลูกค้าในตลาดต่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 “การกำหนดราคาสินค้ากับตลาดในแต่ละประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 “การเลือกใช้เทคโนโลยีเฉพาะของตนเอง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 “ความสามารถในการขยายตลาดในต่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และ “ความสามารถในการควบคุมวัตถุดิบในต่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในประเด็น “ความสามารถในหลักเลียงการแทรกแซงของรัฐบาลต่างประเทศ” โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.38 รองลงมาคือ “ความสามารถในลดการกีดกันความเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตของกลุ่มแข่งขัน” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 “ความสามารถในการป้องกันและโต้ตอบคู่แข่ง” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 “ความสามารถในลดอุปสรรคทางการค้าระหว่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 “ความสามารถในหลักเลียงข้อกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และ “อาจเป็นเจ้าของแหล่งปัจจัยการผลิตขนาดใหญ่ในต่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้ความสำคัญกับความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantage)

ความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantage)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการมีอิทธิพล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.การเป็นแหล่งทรัพยากร (วัตถุดิบ)	30 (32.9)	32 (34.8)	20 (21.7)	7 (7.6)	3 (3.3)	3.86	1.06	มาก
2.ปริมาณของทรัพยากร (วัตถุดิบ)	26 (28.3)	33 (35.9)	20 (21.7)	10 (10.9)	3 (3.3)	3.75	1.09	มาก
3.ต้นทุนของทรัพยากร (วัตถุดิบ)	23 (25.0)	30 (32.6)	31 (33.7)	7 (7.6)	1 (1.1)	3.73	0.96	มาก
4.ระบบการขนส่งเพื่อการกระจายสินค้าในประเทศที่เข้าไปลงทุน	19 (20.7)	42 (45.7)	27 (29.3)	2 (2.2)	2 (2.2)	3.80	0.87	มาก
5.ระบบการขนส่งระหว่างประเทศ	20 (21.7)	36 (39.1)	34 (37.0)	2 (2.2)	0 (0.0)	3.80	0.80	มาก
6.การติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงธุรกิจ	18 (19.6)	46 (50.0)	25 (27.2)	3 (3.3)	0 (0.0)	3.86	0.76	มาก
7.การพัฒนาของเทคโนโลยี	8 (8.7)	41 (44.6)	32 (34.8)	10 (10.9)	1 (1.1)	3.49	0.85	มาก
8.ระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี	3 (3.3)	28 (30.4)	43 (46.7)	11 (12.0)	7 (7.6)	3.10	0.93	ปานกลาง
9.การลงทุนของภาครัฐบาล	3 (3.3)	31 (33.7)	39 (42.4)	14 (15.2)	5 (5.4)	3.14	0.91	ปานกลาง

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantage)	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการมีอิทธิพล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
10.การสนับสนุนทุนจากต่างประเทศ	4 (4.3)	21 (22.8)	24 (26.1)	27 (29.3)	16 (17.4)	2.67	1.14	ปานกลาง
11.นโยบายการค้าของรัฐบาล	12 (13.0)	22 (23.9)	39 (42.4)	17 (18.5)	2 (2.2)	3.27	0.98	ปานกลาง
12.การควบคุมการนำเข้าปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ	6 (6.5)	34 (37.0)	40 (43.5)	11 (12.0)	1 (1.1)	3.36	0.82	ปานกลาง
13.ความแตกต่างของวัฒนธรรม (ภาษา, การดำเนินชีวิต, สังคม และอื่นๆ)	12 (13.0)	38 (41.3)	21 (22.8)	12 (13.0)	9 (9.8)	3.35	1.16	ปานกลาง
14.ความแตกต่างของการประกอบธุรกิจ	12 (13.0)	29 (31.5)	34 (37.0)	10 (10.9)	7 (7.6)	3.32	1.08	ปานกลาง
15.ความแตกต่างลักษณะทางประชากร	12 (13.0)	28 (30.4)	37 (40.2)	9 (9.8)	6 (6.5)	3.34	1.04	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย						3.46	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 บริษัท ให้ความสำคัญกับความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantage) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ในประเด็น “การติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงธุรกิจ” และ “การเป็นแหล่งทรัพยากร (วัตถุดิบ)” โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.86 รองลงมาคือ “ระบบการขนส่งเพื่อการกระจายสินค้าในประเทศที่เข้าไปลงทุน” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 “ระบบการขนส่งระหว่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 “ปริมาณของทรัพยากร (วัตถุดิบ)” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 “ต้นทุนของทรัพยากร (วัตถุดิบ)” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และ “การพัฒนาของเทคโนโลยี” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ในประเด็น “การควบคุมการนำเข้าปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ” โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.36 รองลงมาคือ “ความแตกต่างของวัฒนธรรม (ภาษา, การดำเนินชีวิต, สังคม และอื่นๆ)” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 “ความแตกต่างลักษณะ

ทางประชากร” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 “ความแตกต่างของการประกอบธุรกิจ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 “นโยบายการค้าของรัฐบาล” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 “การลงทุนของภาครัฐบาล” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 “ระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และ “การสนับสนุนทุนจากต่างประเทศ” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 ตามลำดับ

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($\alpha = .05$) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยแสดงรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของมีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุนและปริมาณการลงทุนของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

ตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของกับรูปแบบการลงทุน

รูปแบบการลงทุน		ความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของ (Ownership-Specific Advantage)		รวม	P-value
		ความสำคัญต่ำ	ความสำคัญสูง		
1. ลงทุนเอง	จำนวน	24	28	52	0.260
	ร้อยละ	54.5%	58.3%	56.5%	
2. ขยายสาขาจากบริษัทแม่	จำนวน	11	6	17	
	ร้อยละ	25.0%	12.5%	18.5%	
3. ร่วมลงทุน	จำนวน	9	14	23	
	ร้อยละ	20.5%	29.2%	25.0%	
รวม	จำนวน	44	48	92	
	ร้อยละ	100.0%	100.0%	100.0%	
Pearson Chi-Square = 2.696, df = 2					

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$) แสดงว่า

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของกับปริมาณการลงทุน

ปริมาณการลงทุน	ความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของ (Ownership-Specific Advantage)	
	Pearson Correlation (r)	P-value Sig. (2-tailed)
เริ่มต้น	-0.124	0.238
ปัจจุบัน	-0.057	0.588

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การวิเคราะห์ระดับและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของกับปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = -0.124$ และค่า Sig. = 0.238 ($p > 0.05$) หมายความว่า ความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย

การวิเคราะห์ระดับและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของกับปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = -0.057$ และค่า Sig. = 0.588 ($p > 0.05$) หมายความว่า ความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน

สมมติฐานที่ 2 ความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเอง มีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุนและปริมาณการลงทุนของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเองกับรูปแบบการลงทุน

รูปแบบการลงทุน		ความได้เปรียบจากการทำด้วยตนเอง (Internalization Incentive Advantage)		รวม	P-value
		ความสำคัญต่ำ	ความสำคัญสูง		
1. ลงทุนเอง	จำนวน	28	24	52	0.911
	ร้อยละ	56.0%	57.1%	56.5%	
2. ขยายสาขาจากบริษัทแม่	จำนวน	10	7	17	
	ร้อยละ	20.0%	16.7%	18.5%	
3. ร่วมลงทุน	จำนวน	12	11	23	
	ร้อยละ	24.0%	26.2%	25.0%	
รวม	จำนวน	50	42	92	
	ร้อยละ	100.0%	100.0%	100.0%	
Pearson Chi-Square = 0.186, df = 2					

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเองไม่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตนเองกับปริมาณการลงทุน

ปริมาณการลงทุน	ความได้เปรียบจากการทำด้วยตนเอง (Internalization Incentive Advantage)	
	Pearson Correlation (r)	P-value Sig. (2-tailed)
เริ่มต้น	0.372	0.000**
ปัจจุบัน	0.377	0.000**

หมายเหตุ. ** แทนการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การวิเคราะห์ระดับและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตนเองกับปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = 0.372$ และค่า Sig. = 0.000 ($p < 0.01$) หมายความว่า ความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตนเองมีอิทธิพลต่อปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย โดยความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (ทางบวก) นั่นคือ หากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตนเองมากขึ้นจะทำให้ปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นด้วย

การวิเคราะห์ระดับและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตนเองกับปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = 0.377$ และค่า Sig. = 0.000 ($p < 0.01$) หมายความว่า ความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตนเองมีอิทธิพลต่อปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน โดยความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (ทางบวก) นั่นคือ หากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตนเองมากขึ้นจะทำให้ปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบันเพิ่มมากขึ้นด้วย

สมมติฐานที่ 3 ความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุนและปริมาณการลงทุนของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้งกับรูปแบบการลงทุน

รูปแบบการลงทุน		ความได้เปรียบจากแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantage)		รวม	P-value
		ความสำคัญต่ำ	ความสำคัญสูง		
1. ลงทุนเอง	จำนวน	19	33	52	0.001**
	ร้อยละ	40.4%	73.3%	56.5%	
2. ขยายสาขาจากบริษัทแม่	จำนวน	9	8	17	
	ร้อยละ	19.1%	17.8%	18.5%	
3. ร่วมลงทุน	จำนวน	19	4	23	
	ร้อยละ	40.4%	8.9%	25.0%	
รวม	จำนวน	47	45	92	
	ร้อยละ	100.0%	100.0%	100.0%	
Pearson Chi-Square = 13.574, df = 2					

หมายเหตุ. ** แทนการมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้งมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) แสดงว่า ความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้งมีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่ลงทุนเองส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อความได้เปรียบจากแหล่งที่ตั้งในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 73.3 ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ขยายสาขาจากบริษัทแม่และร่วมลงทุนซึ่งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อความได้เปรียบจากแหล่งที่ตั้งในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 19.1 และ 40.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้งกับปริมาณการลงทุน

ปริมาณการลงทุน	ความได้เปรียบจากแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantage)	
	Pearson Correlation (r)	P-value Sig. (2-tailed)
เริ่มต้น	-0.201	0.055
ปัจจุบัน	-0.094	0.373

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การวิเคราะห์ระดับและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบจากแหล่งที่ตั้งกับปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = -0.201$ และค่า Sig. = 0.055 ($p > 0.05$) หมายความว่า ความได้เปรียบจากแหล่งที่ตั้งไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย

การวิเคราะห์ระดับและทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบจากแหล่งที่ตั้งกับปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = -0.089$ และค่า Sig. = 0.399 ($p > 0.05$) หมายความว่า ความได้เปรียบจากแหล่งที่ตั้งไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน

4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($\alpha = .05$) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังสมมติฐานต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของมีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุนและปริมาณการลงทุนของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 ความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเอง มีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุนและปริมาณการลงทุนของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้ง มีอิทธิพลต่อรูปแบบการลงทุนและปริมาณการลงทุนของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทย

ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ความได้เปรียบจากความเป็นเจ้าของ (Ownership-Specific Advantage)	รูปแบบการลงทุน	ไม่มีอิทธิพล
	ปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย	ไม่มีอิทธิพล
	ปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน	ไม่มีอิทธิพล
ความได้เปรียบในการทำให้เป็นประโยชน์แก่องค์กรด้วยตัวเอง (Internalization Incentive Advantage)	รูปแบบการลงทุน	ไม่มีอิทธิพล
	ปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย	มีอิทธิพล
	ปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน	มีอิทธิพล
ความได้เปรียบที่เกิดจากแหล่งที่ตั้ง (Location-Specific Advantage)	รูปแบบการลงทุน	มีอิทธิพล
	ปริมาณการลงทุนเริ่มต้นในประเทศไทย	ไม่มีอิทธิพล
	ปริมาณการลงทุนในประเทศไทยปัจจุบัน	ไม่มีอิทธิพล