



# การแข่งขันส่งออกของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทย ในตลาดญี่ปุ่น

## Export Competitiveness of the Thai Garment Industry in the Japanese Market

· **ดร. รุ่งระวี วีระเวสส์**

· ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ

· คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

· E-mail: rungravee\_wer@utcc.ac.th

· **ชัยยุทธ กระจำเอย**

· Collection Officer

· CITI Bank

· E-mail: toey0526@yahoo.com

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการแข่งขันส่งออกของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยในตลาดญี่ปุ่นได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถแข่งขันส่งออก โดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ และความสามารถแข่งขันของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยในตลาดญี่ปุ่น ภายใต้แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติ ผลการศึกษาในส่วนแรก พบว่า จากสินค้าจำนวน 100 รายการที่ส่งออกไปญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2548 เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์หรือเส้นใยสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีการขยายตัวลดลง ในขณะที่เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ทำด้วยฝ้ายมีการส่งออกเพิ่มขึ้น ซึ่งการขยายตัวดังกล่าวขึ้นอยู่กับผลการขยายตัวของตลาดโลก ผลจากทิศทางการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่น และผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง สำหรับผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติพบว่า ธุรกิจไทยมีความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กิจกรรมที่มีความสามารถแข่งขันในธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับดีมาก ระดับดี และระดับพอใช้ ซึ่งเป็นผลมาจากขนาดของกิจการ รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนแบ่งตลาดและราคา และประสิทธิภาพของการบริหารจัดการภายใน

**คำสำคัญ:** การแข่งขัน ส่งออก เสื้อผ้าสำเร็จรูป ญี่ปุ่น

## Abstract

This study aims to analyze the export competitiveness of the Thai garment industry in the Japanese market during 1999-2005. In the first part, the analysis, using the Constant Market Share Model (CMS) of key factors for export competitiveness, shows that from 100 garment products exported to the Japanese market, the major items which are usually made of synthetic fiber have been decreasing in export volumes, while the others generally made of cotton, have been increasing in export volumes. The results also show that volumes of exported garments have been depending on the World Trade effect, Commodity-composition effect and Competitiveness effect. In the second part, using the concept of National Competition Advantage, the competitiveness of garment exporting businesses are classified into 3 groups: Excellent, Good and Fair. This classification is based on the size of the business, design and quality of products, price and market share, and efficiency of the firm's management and control.

**Keywords:** Competitiveness, Export, Garment, Japan

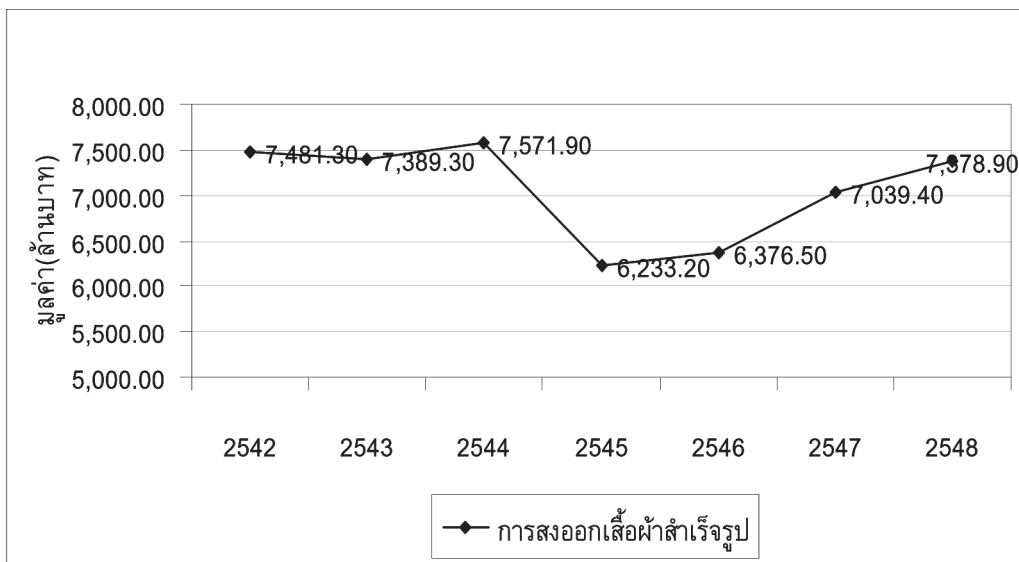
## บทนำ

เสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยมีมูลค่าสูงเป็นลำดับที่ 7 จากสินค้าส่งออกทั้งหมดของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2548 นอกจากนี้ยังเป็นสินค้าที่ไม่ได้พึ่งพิงการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศในการผลิตมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกประเภทอื่นๆ เช่น อุปกรณ์และส่วนประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบรถยนต์และแผงวงจรไฟฟ้า จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ พบว่าตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยที่มีมูลค่าสูงสุดในภูมิภาคเอเชีย คือ ตลาดญี่ปุ่น โดยในปี พ.ศ. 2548 คิดเป็นสัดส่วนการส่งออกร้อยละ 44.90 ของมูลค่าส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยในภูมิภาคเอเชีย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยในตลาดญี่ปุ่นในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2548 (ดังรูปที่ 1) เห็นได้ว่ามีการ

เปลี่ยนแปลงขึ้นลงที่ไม่แน่นอน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสาเหตุปัจจัยภายในประเทศและปัจจัยภายนอกประเทศ โดยปัจจัยภายในประเทศ ได้แก่ ต้นทุนการผลิต การตลาด การบริหารจัดการองค์กร ธุรกิจ และการวางกลยุทธ์ เป็นต้น สำหรับปัจจัยภายนอกประเทศ ได้แก่ การขยายตัวทางเศรษฐกิจของโลก และตลาดผู้นำเข้าสินค้า เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเกี่ยวกับการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่นจึงเป็นหัวข้อที่น่าสนใจศึกษา ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวกับการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยในตลาดต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นการศึกษาความสามารถในการแข่งขันการส่งออกด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เช่น งานวิจัยของนฤมล คงน้อย (2540) ธนพ ปัญญาพัฒนากุล (2541) อารีย์ กว้างขวาง (2542) ผ่องจิตต์ เอื้อสุนทรวัฒนา (2543) ศรีณญา สุวรรณรัตน์ (2544)

สุนทรีย์ โชคสุชาติ (2546) และเฉลิมพล วันแรก (2549) ซึ่งผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป (RCA>1) แต่ยังมีการวิจัยน้อยมากที่เกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการแข่งขัน และการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ด้วยเหตุนี้การศึกษาครั้งนี้ จึงสนใจศึกษาเรื่อง “การแข่งขันส่งออกของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่น” โดยใช้ทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อทราบถึงภาพรวมของความสามารถแข่งขันการส่งออกว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยใด และทราบถึงความสามารถ

แข่งขันในเชิงธุรกิจการค้าระหว่างประเทศทั้งปัจจัยกลยุทธ์ภายในและปัจจัยกลยุทธ์ภายนอก ฉะนั้นการศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถแข่งขันส่งออกของเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2548 ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share: CMS) 2) เพื่อศึกษาถึงความสามารถแข่งขันทางธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่น ด้วยแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติ (Competitive Advantage of Nations: CAN)



ที่มา: ศูนย์สารสนเทศเศรษฐกิจการค้า, กรมส่งเสริมการส่งออก

รูปที่ 1 มูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปญี่ปุ่น ปี พ.ศ. 2542-2548

### วิธีการศึกษาและข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดความสามารถแข่งขันส่งออกของสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่น ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2548 ด้วยแบบ

จำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ ใช้ข้อมูล World Trade Atlas ที่จัดเก็บโดยกระทรวงพาณิชย์ ทั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลรายการสินค้าตามรหัสฮาร์โมนิซ (Harmonized System) 6 หลัก ซึ่งสามารถคำนวณได้จากแนวคิด

ของ Leamer and Stern ปี 1970 (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์, 2547: 25) ดังนี้

$$v'_i - v_i = r_i v_i + (r_i - r) v_i + (v'_i - v_i - r_i v_i)$$

โดยที่

$v_i$  = มูลค่านำเข้าสินค้ารายการที่  $i$  ของญี่ปุ่นจากไทยในปีที่ 1

$v'_i$  = มูลค่านำเข้าสินค้ารายการที่  $i$  ของญี่ปุ่นจากไทยในปีที่ 2

$r$  = อัตราการขยายตัวของการนำเข้าสินค้ารวมทั้งหมดของญี่ปุ่นจากโลก จากปีที่ 1-2

$r_i$  = อัตราการขยายตัวของการนำเข้าสินค้า  $i$  ของญี่ปุ่น จากโลก จากปีที่ 1-2

จากสมการข้างต้น สามารถจำแนกปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการส่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1) World Trade Effect ( $r_i v_i$ ) คือ ผลจากการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่น เป็นการแสดงถึงแนวโน้มการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น ถ้าการส่งออกขยายตัวในอัตราเดียวกันกับการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศญี่ปุ่น แสดงว่าส่วนแบ่งตลาดของการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศญี่ปุ่นคงที่

2) Commodity-Composition Effect ( $(r_i - r)v_i$ ) คือ ผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาด ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยใช้ความพยายามขยายการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปในตลาดญี่ปุ่นที่หดตัวหรือลดการส่งออกไปในตลาดญี่ปุ่นที่ขยายตัว ผลกระทบร่วมจะมีค่าเป็นลบ แต่ถ้าประเทศไทยขยายตัวการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปในตลาดญี่ปุ่น

ที่มีการขยายตัวหรือลดการส่งออกไปในตลาดญี่ปุ่นที่หดตัว ผลกระทบร่วมจะมีค่าเป็นบวก

3) Competitiveness Effect ( $v'_i - v_i - r_i v_i$ ) คือ ผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง แสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างการขยายตัวของการส่งออกที่แท้จริงกับการขยายตัวของตลาดที่เพียงพอจะรักษาส่วนแบ่งตลาดให้ได้เท่าเดิม ถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นบวก หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีค่าเพิ่มขึ้น และถ้าผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริงมีค่าเป็นลบ หมายถึง ส่วนแบ่งตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีค่าลดลง

การศึกษาความสามารถแข่งขันทางธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยในตลาดญี่ปุ่นด้วยแนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างชาติ ของ Michael E. Porter (1990: 17-20) โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย (Thai Garment Manufacturers Association: TGMA) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยคัดเลือกเฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีจำนวนเครื่องจักรเย็บผ้าที่ใช้ในการผลิตตั้งแต่ 100-1,500 เครื่องขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมตั้งแต่ขนาดกลางจนถึงกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ การศึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่าง 50 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 40 ของจำนวนธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปตลาดญี่ปุ่น ทั้งนี้มีสถานประกอบการที่เป็นสมาชิกในสมาคมเครื่องนุ่งห่มไทย (ปี พ.ศ. 2547-2548) ทั้งหมด 127 แห่ง ที่ส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น สำหรับการวิเคราะห์นั้นใช้แนวคิดที่เรียกว่า ผลรวมปัจจัยภายในเชิงกลยุทธ์

(Internal Strategic Factor Analysis Summary: ISFAS) และผลรวมปัจจัยภายนอกเชิงกลยุทธ์ (External Strategic Factor Analysis Summary: ESFAS) ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

ความสามารถในการแข่งขันคิดจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน (Internal Strategic Factor: ISF)

$$ISF_i = \frac{\sum_{j=1}^f WCL_j}{5} * 100$$

โดยที่ ISF = ค่าร้อยละระดับความสามารถเชิงแข่งขันคิดจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน

$WCL_j$  = ระดับความสามารถถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์

f = จำนวนปัจจัยกำหนดระดับความสามารถ ซึ่งในกรณีนี้เท่ากับ 20

ความสามารถในการแข่งขันคิดจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอก (External Strategic Factor: ESF)

$$ESF_i = \frac{\sum_{j=1}^f WOL_j}{5} * 100$$

โดยที่ ESF<sub>j</sub> = ค่าร้อยละระดับโอกาสเชิงแข่งขันคิดจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอก

$WOL_j$  = ระดับโอกาสถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์

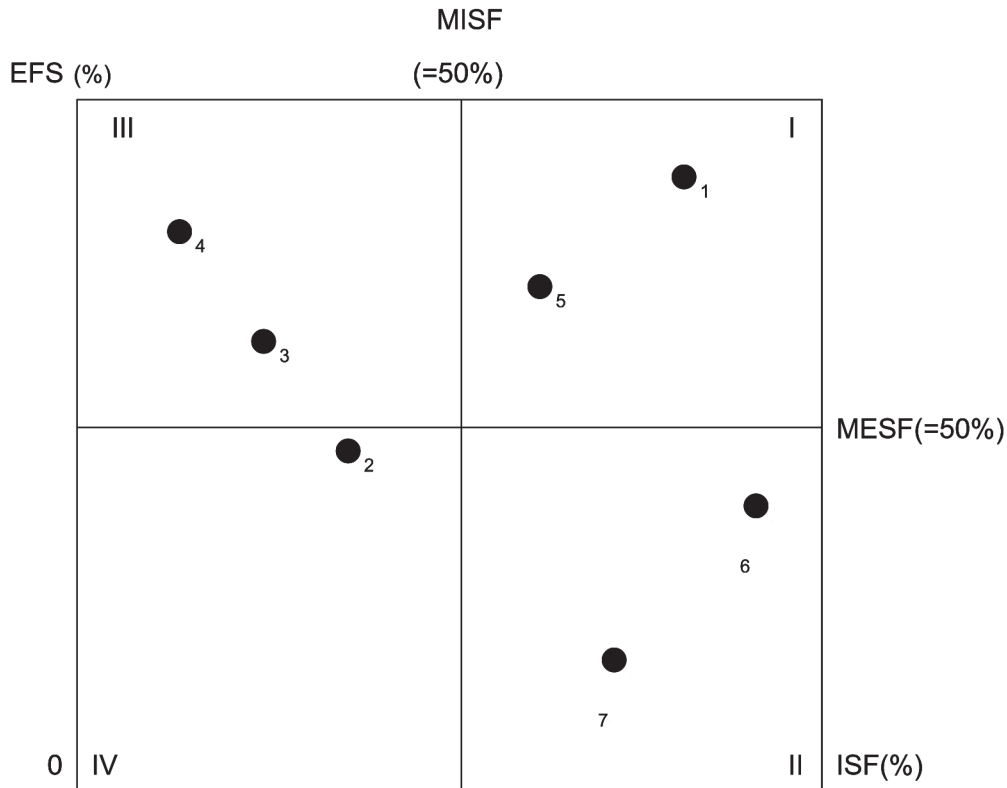
f = จำนวนปัจจัยกำหนดระดับโอกาส ซึ่งในกรณีนี้เท่ากับ 20

การหาระดับความสามารถเชิงแข่งขันในการค้าระหว่างชาติของแต่ละผู้ประกอบการส่งออก

เสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย โดยนำค่า ISE และ ESF มากำหนดจุดบนแผนภาพ ซึ่งแผนภาพพื้นระนาบถูกแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ I, II, III และส่วนที่ IV และในส่วนต่างๆ ถูกแบ่งด้วยค่ากลางระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน (MISF) สำหรับค่ากลางระดับโอกาสในการแข่งขันจากปัจจัยกลยุทธ์ภายนอก (MESF) พื้นระนาบประกอบด้วยค่าพิกัด ISF และ ESF ของผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย เช่น ในส่วนที่ I ประกอบด้วยผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยกิจการ 1 และ 5 เป็นต้น ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยที่ตกอยู่ในส่วนที่ I มีความสามารถเชิงการแข่งขันระหว่างชาติอยู่ในระดับสูง เพราะมีความพร้อมภายในกิจการและโอกาสในการทำตลาดโลก กลุ่มกิจการในส่วนที่ II มีความสามารถเชิงการแข่งขันระหว่างชาติน้อยกว่ากลุ่มในส่วนที่ I และกลุ่มกิจการในส่วนที่ III มีความสามารถเชิงการแข่งขันระหว่างชาติรองจากกลุ่มในส่วนที่ II ส่วนกิจการในกลุ่ม IV มีความสามารถการแข่งขันระหว่างชาติน้อยที่สุด

กำหนดให้ MISF = ค่ากลางระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายในซึ่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 50

MESF = ค่ากลางระดับโอกาสในการแข่งขันจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอกซึ่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 50



## ผลการวิเคราะห์

**ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS)** พบว่าจากเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำนวน 100 รายการ รายการสินค้าที่มีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้น 39 รายการ และรายการที่มีการขยายตัวของการส่งออกลดลง 61 รายการ สำหรับรายการสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้นมีสาเหตุมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่น ผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาดและผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มี 9 รายการ ได้แก่ ทีเชิ้ต เสื้อชั้นในชนิดซิงเกิลด และเสื้อชั้นในอย่างอื่น ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำ

ด้วยวัสดุทออื่นๆ ถูงน่องกางเกงและเสื้อกางเกงยัดแบบเนื้อ ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยวัสดุทออื่นๆ และ เสื้อโอเวอร์โค้ดและเสื้อคลุมที่คล้ายกันของบุรุษหรือเด็กชาย ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย เป็นต้น

2. ผลจากการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่นและผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาด มี 12 รายการ ได้แก่ กางเกงชั้นในชนิดบรีฟ ไนท์เชิ้ตของบุรุษหรือเด็กชาย ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์ ชุดชั้นในชนิดสลิป และกระโปรงชั้นในของสตรีหรือเด็กหญิง ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์ และกางเกงชั้นในชนิดบรีฟ และกางเกงชั้นในของสตรีหรือเด็กหญิง

ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์ เป็นต้น

3. ผลจากการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่น และผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มี 10 รายการ ได้แก่ เจอร์ซี่ พูลโอเวอร์ เสื้อชนิดคาร์ดิแกน เสื้อกั๊กและเสื้อที่คล้ายกัน ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์ ถูบถัก ถูบถักชนิดต่างๆ และรองเท้าที่ไม่มีพื้นเสริม ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยเส้นใยสังเคราะห์ และกางเกงขาสั้นในชนิดบรีฟ และกางเกงขาสั้นในของสตรีหรือเด็กหญิง ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย เป็นต้น

4. ผลจากการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่น มี 8 รายการ ได้แก่ ทีเชิ้ต เสื้อชั้นในชนิดซิงเกิลด และเสื้อชั้นในอย่างอื่น ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย เครื่องแต่งกายและของที่ใช้ประกอบกับเครื่องแต่งกาย ทำด้วยหนังพอกหรือหนังอัด เครื่องแต่งกายและเสื้อโอเวอร์โค้ตของสตรีหรือเด็กหญิง ถักแบบนิต หรือแบบโครเชต์ ทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์ เป็นต้น

สำหรับรายการสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีการขยายตัวของการส่งออกลดลง มีสาเหตุมาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ผลจากการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่น และผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาด มี 30 รายการ ได้แก่ ถูบถัก ถูบถักชนิดต่างๆ และรองเท้าที่ไม่มีพื้นเสริม ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยขนแกะหรือขนละเอียดของสัตว์ ถูบถัก ถูบถักชนิดต่างๆ และรองเท้าที่ไม่มีพื้นเสริม ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย ถูบถัก ถูบถักชนิดต่างๆ และรองเท้าที่ไม่มีพื้นเสริม ถักแบบนิต

หรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย และถูบถัก ถูบถักชนิดต่างๆ และรองเท้าที่ไม่มีพื้นเสริม ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยวัสดุอื่นๆ เป็นต้น

2. ผลจากการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่น และผลจากความสามารถในการแข่งขันที่แท้จริง มี 2 รายการ ได้แก่ เครื่องแต่งตัวเป็นชุดของสตรีหรือเด็กหญิงทำด้วยฝ้าย และชุดของบุรุษหรือเด็กชายทำด้วยฝ้าย

3. ผลจากการขยายตัวของตลาดญี่ปุ่น มี 23 รายการ ได้แก่ เจอร์ซี่ พูลโอเวอร์ เสื้อชนิดคาร์ดิแกน เสื้อกั๊กและเสื้อที่คล้ายกันถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย เสื้อโอเวอร์โค้ตและเสื้อคลุมที่คล้ายกันของบุรุษหรือเด็กชาย ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์ และเสื้อโอเวอร์โค้ตและเสื้อคลุมที่คล้ายกันของสตรีหรือเด็กหญิง ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย เป็นต้น

4. ผลกระทบร่วมหรือผลจากทิศทางการขยายตลาด มี 6 รายการ ได้แก่ ชุดของบุรุษหรือเด็กชาย ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย ชุดของบุรุษหรือเด็กชาย ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยเส้นใยประดิษฐ์ และกางเกงขาสั้นในชนิดบรีฟไนท์ชุดของบุรุษหรือเด็กชาย ถักแบบนิตหรือแบบโครเชต์ ทำด้วยฝ้าย เป็นต้น

**ผลการวิเคราะห์ด้วยแนวคิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขันระหว่างชาติ (CAN) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้**

**1. ความสามารถแข่งขันจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน** ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ประกอบการให้ค่าระดับความสำคัญ (Important Level) เฉลี่ยของแต่ละปัจจัยทั้งหมดเท่ากับ 16.652 และ

ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายในที่มีความสำคัญมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ คือ ปัจจัยต้นทุนการผลิต รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยอัตราการเติบโตของรายได้ ปัจจัยวัตถุดิบ และปัจจัยความสามารถในการทำกำไร โดยปัจจัยด้านการออกแบบมีความสำคัญน้อยที่สุดในกลุ่มปัจจัยเชิงกลยุทธ์ (ตารางที่ 1) สำหรับผลระดับความสามารถ (Capability Level) ในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีความสามารถที่เด่นชัดมี 4 ปัจจัย ได้แก่ วัตถุดิบ ต้นทุนการผลิต ความสามารถในการทำกำไร และอัตราการเติบโตของรายได้ โดยปัจจัยที่กิจการมีความสามารถในระดับด้อย คือ การออกแบบ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต (ตารางที่ 2)

เมื่อนำค่าระดับความสามารถในแต่ละปัจจัยที่ผู้ประกอบการได้ประเมินไว้มาทำการหาผลคูณกับค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย จะได้ค่าระดับความสามารถถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน ซึ่งเมื่อนำค่าที่ได้ 20 ค่า จากปัจจัยทั้งหมด 20 ปัจจัยมารวมกันแล้วเทียบอัตราส่วนร้อยละออกมาจะได้ค่าความสามารถของกิจการผู้ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่พิจารณาจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน (Internal Strategic Factor) ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยที่ส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นทั้ง 50 กิจการ มีค่าเฉลี่ยของระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน ร้อยละ 74.24

ตารางที่ 1 ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายในของผู้ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น

ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายในประเทศญี่ปุ่น	ผลรวมระดับคะแนน	ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของระดับความสำคัญ	ค่าถ่วงน้ำหนักของระดับคะแนนของระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. วัตถุดิบ	47.40	0.948	0.0569	3
2. แรงงานที่ใช้ในการผลิต	44.40	0.888	0.0533	7
3. การออกแบบ	35.00	0.700	0.0420	17
4. เทคโนโลยีการผลิตที่ใช้	36.00	0.720	0.0432	16
5. ต้นทุนการผลิต	48.20	0.964	0.0579	1
6. คุณภาพผลิตภัณฑ์	44.60	0.892	0.0536	6
7. ราคาของผลิตภัณฑ์	45.40	0.908	0.0545	5
8. การวางส่วนแบ่งตลาด	38.40	0.768	0.0461	13
9. การวางกลุ่มตลาดเป้าหมาย	38.40	0.768	0.0461	13
10. แหล่งที่มาของเงินทุน	40.20	0.804	0.0483	10
11. ความสามารถในการทำกำไร	46.40	0.928	0.0557	4
12. อัตราการเติบโตของรายได้	47.60	0.952	0.0572	2
13. การบริหารความเสี่ยง	39.20	0.784	0.0471	11
14. ทักษะของแรงงาน	44.00	0.880	0.0528	8
15. การฝึกอบรมพนักงาน	38.40	0.768	0.0461	13
16. การประเมินผลงาน	37.80	0.756	0.0454	14

**ตารางที่ 1** ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายในของผู้ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น (ต่อ)

ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายในประเทศญี่ปุ่น	ผลรวมระดับคะแนน	ค่าเฉลี่ยของระดับคะแนนของระดับความสำคัญ	ค่าถ่วงน้ำหนักของระดับคะแนนของระดับความสำคัญ	ลำดับ
17. การติดต่อสื่อสาร/การประสานงาน	41.00	0.820	0.0492	9
18. การวางกลยุทธ์	38.60	0.772	0.0464	12
19. การติดตามประเมินผล	37.60	0.752	0.0452	15
20. ประสิทธิภาพของกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน	44.00	0.880	0.0528	8
รวม	832.60	16.652	1.0000	

ที่มา: จากการคำนวณ

**ตารางที่ 2** ระดับความสามารถในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายในในตลาดญี่ปุ่น

ปัจจัยที่	ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน	ระดับความสามารถ
1.	วัตถุดิบ	เด่น
2.	แรงงานที่ใช้ในการผลิต	ปานกลาง
3.	การออกแบบ	ด้อยที่สุด
4.	เทคโนโลยีการผลิตที่ใช้	ด้อย
5.	ต้นทุนการผลิต	เด่นที่สุด
6.	คุณภาพผลิตภัณฑ์	ปานกลาง
7.	ราคาของผลิตภัณฑ์	ปานกลาง
8.	การวางส่วนแบ่งตลาด	ปานกลาง
9.	การวางกลุ่มตลาดเป้าหมาย	ปานกลาง
10.	แหล่งที่มาของเงินทุน	ปานกลาง
11.	ความสามารถในการทำกำไร	เด่น
12.	อัตราการเติบโตของรายได้	เด่น
13.	การบริหารความเสี่ยง	ปานกลาง
14.	ทักษะของแรงงาน	เด่น
15.	การฝึกอบรมพนักงาน	ปานกลาง
16.	การประเมินผลงาน	ปานกลาง
17.	การติดต่อสื่อสาร/การประสานงาน	ปานกลาง
18.	การวางกลยุทธ์	ปานกลาง
19.	การติดตามประเมินผล	ปานกลาง
20.	ประสิทธิภาพของกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน	ปานกลาง

ที่มา: จากการคำนวณ

**2. ความสามารถแข่งขันจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอก** ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการให้ค่าระดับความสำคัญ (Important Level) เฉลี่ยของแต่ละปัจจัยทั้งหมดเท่ากับ 16.868 และให้ความสำคัญกับปัจจัยอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ แนวนโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่นที่มีต่อภาคอุตสาหกรรม และการติดต่อสื่อสารระหว่างไทยกับญี่ปุ่น โดยปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือการจัดหาและถ่ายทอดเทคโนโลยี และปัจจัยอัตราการว่างงานในประเทศญี่ปุ่น (ตารางที่ 3) สำหรับด้านระดับโอกาสในแต่ละปัจจัยภายนอก ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีโอกาสมากที่สุด มี 5 ปัจจัย ได้แก่ อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรารายได้ต่อหัวของประชากรชาวญี่ปุ่น อัตราการเจริญเติบโตของประชากร และการติดต่อสื่อสาร

ระหว่างไทยกับญี่ปุ่น โดยปัจจัยที่มีโอกาสระดับด้อยหรือเป็นอุปสรรค มี 3 ปัจจัย ได้แก่ จำนวนคู่แข่งชั้น ความรุนแรงในการแข่งขัน และการจัดหาและถ่ายทอดทางเทคโนโลยี

เมื่อนำค่าระดับโอกาสของแต่ละปัจจัยที่ผู้ประกอบการประเมินได้ไว้มาหาผลคูณกับค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยจะได้ค่าระดับโอกาสถ่วงน้ำหนักของแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอก เมื่อนำค่าที่ได้ 20 ค่าจากปัจจัยทั้งหมด 20 ปัจจัยมารวมกันแล้วเทียบส่วนร้อยละออกมา ได้ค่าความสามารถของผู้ประกอบการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป เมื่อพิจารณาจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอก (External Strategic Factor) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยที่ส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นทั้ง 50 กิจการมีค่าเฉลี่ยของระดับความสามารถเชิงการแข่งขันจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอกร้อยละ 74.24

**ตารางที่ 3** ค่าถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยในแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอกของผู้ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปยังตลาดญี่ปุ่น

ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอก ประเทศญี่ปุ่น	ผลรวม ระดับคะแนน	ค่าเฉลี่ยของระดับ คะแนนของ ระดับความสำคัญ	ค่าถ่วงน้ำหนักของ ระดับคะแนนของ ระดับความสำคัญ	ลำดับ
1. อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ	46.80	0.936	0.0555	1
2. อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา (ดอลลาร์แข็งขึ้น)	45.60	0.912	0.0541	2
3. รายได้ต่อหัวของประชากรชาวญี่ปุ่น	42.80	0.856	0.0507	7
4. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	43.20	0.864	0.0512	6
5. แผนนโยบายรัฐต่อภาคอุตสาหกรรม	44.20	0.884	0.0524	3
6. เสถียรภาพของรัฐบาลญี่ปุ่น	41.80	0.836	0.0496	10
7. ผลกระทบจากองค์การการค้า ระหว่างประเทศ	42.00	0.840	0.0498	9
8. อัตราการเจริญเติบโตของประชากร	40.60	0.812	0.0481	13
9. อัตราค่าแรงในประเทศไทย	40.60	0.812	0.0481	13
10. อัตราการว่างงานในประเทศญี่ปุ่น	40.20	0.804	0.0477	15
11. การติดต่อสื่อสารระหว่างไทยกับญี่ปุ่น	43.80	0.876	0.0519	4
12. เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์	40.80	0.816	0.0484	12
13. การจัดหาและถ่ายทอดทางเทคโนโลยี	38.60	0.772	0.0458	16
14. การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่น	41.80	0.836	0.0496	10
15. ความรุนแรงในการแข่งขัน	41.60	0.832	0.0493	11
16. จำนวนคู่แข่ง	40.80	0.816	0.0484	12
17. อำนาจการต่อรองของลูกค้า	40.40	0.808	0.0479	14
18. อำนาจการต่อรองของบริษัทนายหน้า	43.40	0.868	0.0515	5
19. การเงิน การลดอัตราภาษีและ เงินสนับสนุน	42.40	0.848	0.0503	8
20. สนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยเพื่อ พัฒนาเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ใหม่	42.00	0.840	0.0498	9
รวม	843.40	16.868	1.0000	

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 4 ระดับโอกาสของแต่ละปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอกในตลาดญี่ปุ่น

ปัจจัยที่	ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอก	ระดับความสามารถ
1.	อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ	เด่นที่สุด
2.	อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา (ดอลลาร์แข็งขึ้น)	เด่น
3.	รายได้ต่อหัวของประชากรชาวญี่ปุ่น	เด่น
4.	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	ปานกลาง
5.	แนวนโยบายรัฐต่อภาคอุตสาหกรรม	ปานกลาง
6.	เสถียรภาพของรัฐบาลญี่ปุ่น	ปานกลาง
7.	ผลกระทบจากองค์การการค้าระหว่างประเทศ	ปานกลาง
8.	อัตราการเจริญเติบโตของประชากร	เด่น
9.	อัตราค่าแรงในประเทศไทย	ปานกลาง
10.	อัตราการว่างงานในประเทศญี่ปุ่น	ปานกลาง
11.	การติดต่อสื่อสารระหว่างไทยกับญี่ปุ่น	เด่น
12.	เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์	ปานกลาง
13.	การจัดการและถ่ายทอดทางเทคโนโลยี	ด้อย
14.	การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในญี่ปุ่น	ปานกลาง
15.	ความรุนแรงในการแข่งขัน	ด้อย
16.	จำนวนคู่แข่ง	ด้อยที่สุด
17.	อำนาจการต่อรองของลูกค้า	ปานกลาง
18.	อำนาจการต่อรองของบริษัทนายหน้า	ปานกลาง
19.	การเงิน การลดอัตราภาษีและเงินสนับสนุน	ปานกลาง
20.	สนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีฯ	ปานกลาง

ที่มา: จากการคำนวณ

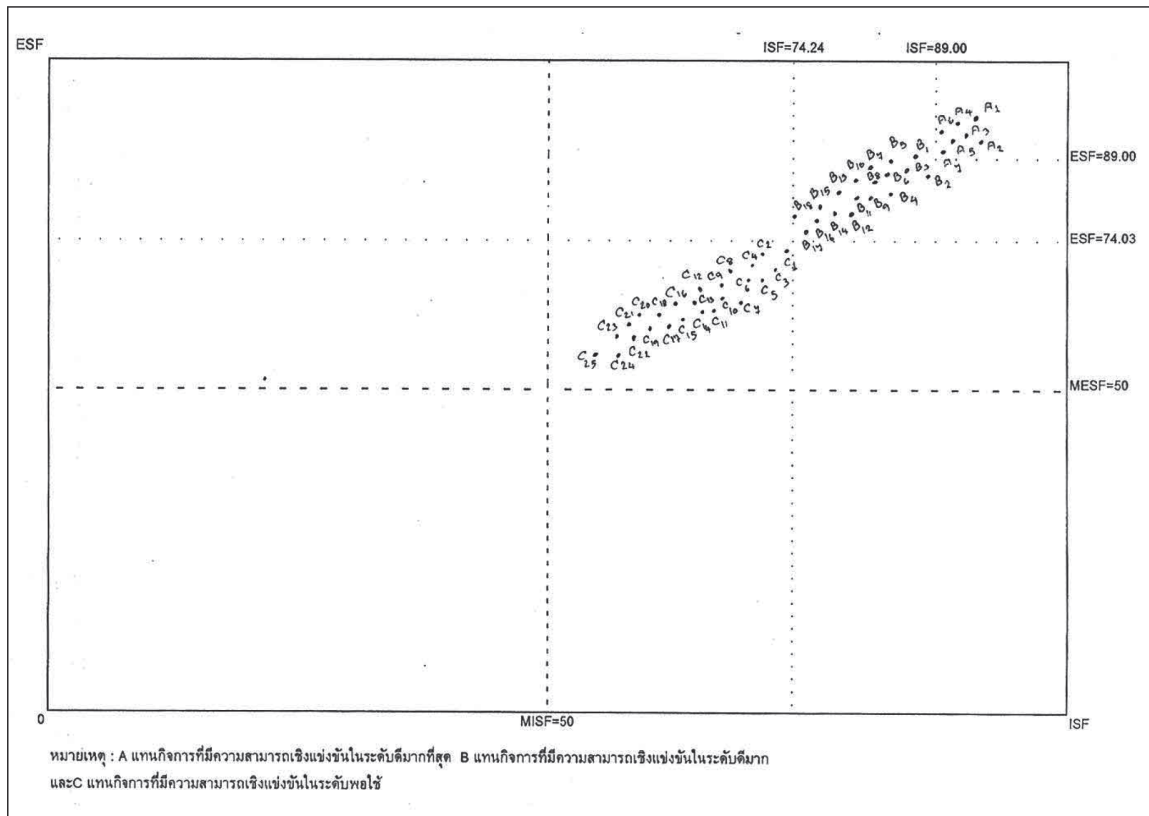
### 3. ความสามารถเชิงแข่งขันการค้าระหว่างประเทศของแต่ละผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย

เมื่อนำค่าความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยที่พิจารณาจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายใน (Internal Strategic Factor: ISF) มากำหนดค่าพิกัดในแนวนอนและนำค่าความสามารถของธุรกิจผู้ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยที่พิจารณาจากปัจจัยเชิงกลยุทธ์ภายนอก (External

Strategic Factor: ESF) มากำหนดพิกัดในแนวตั้ง ผลการวิเคราะห์ พบว่า ธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยที่ส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นทั้ง 50 กิจการ มีความสามารถเชิงแข่งขันอยู่ในส่วนที่ 1 ทั้งหมด คือ มีความสามารถเชิงการแข่งขันระหว่างประเทศอยู่ในระดับดี (รูปที่ 2) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ยังพบว่าสามารถแบ่งประเภทธุรกิจออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 กิจการที่มีความสามารถเชิงแข่งขันในธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปดีมากที่สุด มีจำนวน 7 กิจการ เนื่องจากเป็นกิจการขนาดใหญ่

มีกำลังการผลิตมากซึ่งช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้  
ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบและคุณภาพตรงตามความ  
ต้องการของลูกค้า มีการวางกลุ่มตลาดเป้าหมาย  
ส่วนแบ่งตลาดและราคาอย่างเหมาะสม มีการบริหาร  
จัดการภายในที่ดี และยังมีการปรับปรุงประสิทธิภาพ  
การดำเนินงานได้ดี กลุ่มที่ 2 ได้แก่ กิจกรรมที่มีความ  
สามารถแข่งขันในธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป  
อยู่ในระดับดี มีจำนวน 18 กิจกรรม สาเหตุที่กิจการ  
เหล่านี้มีความสามารถแข่งขันเป็นรองกลุ่มที่ 1  
เนื่องจากขาดความสามารถในเรื่องการพัฒนา  
ผลิตภัณฑ์ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังไม่ตรงความ

ต้องการของตลาด และกระบวนการบริหารการ  
จัดการภายในยังไม่ดีพอ ทำให้ต้นทุนการส่งออก  
สินค้ายังสูงอยู่เมื่อเทียบกับกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 3  
ได้แก่ กิจกรรมที่มีความสามารถแข่งขันในธุรกิจ  
ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปอยู่ในระดับพอใช้ มีจำนวน  
25 กิจกรรม สาเหตุที่กิจการเหล่านี้มีความสามารถ  
แข่งขันอยู่ในระดับพอใช้ เนื่องจากกิจการมี  
ขนาดไม่ใหญ่มากนัก มีกำลังการผลิตไม่มาก รูปแบบ  
ของผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีในการผลิตยังไม่  
ทันสมัย ทั้งยังขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน  
การบริหารจัดการ



**รูปที่ 2** ความสามารถแข่งขันในการค้าระหว่างประเทศของแต่ละผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของ  
ไทยในตลาดญี่ปุ่น ทั้ง 50 กิจกรรม

## ข้อเสนอแนะ

1. เพื่อให้การรักษาส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มรายการสินค้าที่มีการขยายตัวของการส่งออก ทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้ความร่วมมือกันส่งเสริมและสนับสนุนด้านคุณภาพของกลุ่มรายการสินค้า รวมทั้งติดตามข้อมูลข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมผู้บริโภคของประชากรในประเทศญี่ปุ่น สำหรับกลุ่มรายการสินค้าที่มีการขยายตัวของการส่งออกลดลง ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการผลิตด้านการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรหาช่องทางตลาดใหม่เพื่อเพิ่มการกระจายสินค้าซึ่งจะสามารถนำรายได้เข้าประเทศมากยิ่งขึ้น

2. เพื่อปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพความสามารถแข่งขันในธุรกิจการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปให้ดียิ่งขึ้น ภาครัฐและเอกชนควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการผลิตและด้านการตลาด สำหรับด้านการผลิตควรปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานโดยนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิตให้มากขึ้น และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทั้งเทคโนโลยี เครื่องจักรอุปกรณ์ และบุคลากร สำหรับด้านการตลาด ควรมีการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและการขาย โดยผู้ประกอบการควรเร่งดำเนินการตามมาตรการต่างๆ เช่น การแสวงหาตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ทำให้มีการกระจายตัวของตลาดและลดผลกระทบจากการพึ่งตลาดหลัก โดยให้หน่วยงานราชการไทยในต่างประเทศประสานความร่วมมือกับผู้ประกอบการภายในประเทศพัฒนากิจการการค้าและจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย พัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศการค้าและบริการสำหรับผู้ประกอบการทั้งภายใน

ประเทศและต่างประเทศ

## บรรณานุกรม

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์. 2547. “รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาการนำเข้าของไทยเพื่อกำหนดมาตรการด้านการค้าเชิงรุก.” กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เฉลิมพล วันแรก. 2549. “การวิเคราะห์ความสามารถแข่งขันส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชัยยุทธ กระจ่างเย่า. 2550. “การแข่งขันส่งออกของธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยในตลาดญี่ปุ่น.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธนพ ปัญญาพัฒนากุล. 2541. “การศึกษาความสามารถในการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นฤมล คงน้อย. 2540. “การวิเคราะห์ความได้เปรียบแข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พ่องจิตต์ เอื้อสุนทรวัฒนา. 2543. “การศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางการค้าสิ่งทอ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ศรัญญา สุวรรณรัตน์. 2544. “การเปรียบเทียบการขยายตัวของ การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของ ไทยในกลุ่มเอเปคและนอกกลุ่มเอเปค.” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ภาค วิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุนทรีย์ โชคสุชาติ. 2546. “การศึกษาความสามารถส่งออกและความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางธุรกิจเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรป.” วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

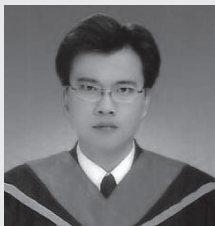
อารีย์ กว่างขวาง. 2542. “ความสามารถในการแข่งขันทางการค้าของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา.” ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Leamer, Edward E., and Stern, Robert M. 1970. **Quantitative International Economics.** Boston: Allyn and Bacon.

Porter, Michael E. 1990. **The Comparative Advantage of Nation.** London: Harvard Business School.



**Asst. Prof. Dr. Rungravee Weravess** received her Doctoral Degree (Population and Development) from the National Institute of Development Administration (NIDA). She is currently a lecturer for the School of Economics, University of the Thai Chamber of Commerce. Her research interests are International Economics, Applied Statistics and Econometrics.



**Mr. Chaiyuth Krajangyoa** received his Master of Business Economics Degree from the University of the Thai Chamber of Commerce. He is currently a collection officer at CITI Bank.