การศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

สารนิพนธ์

ของ

นันทิยา เสนาเหนือ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2553

การศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

บทคัดย่อ

ของ

นันทิยา เสนาเหนือ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
พฤษภาคม 2553

นันทิยา เสนาเหนือ. (2552). *การศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม.* สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์. อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิในการศึกษาวิจัย และแบ่งการศึกษาวิจัยออกเป็น 2 ตอน โดยมีความมุ่งหมายของการศึกษา คือ (1) เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยกับประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกาปี 2544 – 2551 (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยกับประเทศเวียดนามในช่วงปี 2544 – 2551

ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS 61-62) ประเทศไทยและประเทศเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า1 คือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริกา โดยค่า RCA ของประเทศเวียดนามมีค่าเพิ่มขึ้นและมากกว่าประเทศไทย

2. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

ด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) พิจารณาจากปัจจัยแรงงาน ประเทศไทยอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศเวียดนาม เมื่อเปรียบเทียบอัตราค่าจ้างแรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยจะสูงกว่าประเทศเวียดนาม

ด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในมากกว่าประเทศเวียดนาม เนื่องจากประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มต่อคนต่อปีและ GDP รวมมากกว่าประเทศเวียดนาม ซึ่งทำให้ขนาดของอุปสงค์ในประเทศของประเทศไทยมีขนาดใหญ่มากกว่าประเทศเวียดนาม

ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries) ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เนื่องจากประเทศไทยมีจำนวนโรงงานที่เป็นปัจจัยการผลิตขั้นต้นมากกว่าประเทศเวียดนามทำให้มีความต่อเนื่องในอุตสาหกรรมนี้มากกว่า

กลยุทธ์ (Strategy) และโครงสร้าง (Market Structure) ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันมากกว่าประเทศเวียดนาม เนื่องจากประเทศไทยมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้ามากกว่าประเทศเวียดนามส่งผลให้ผู้ผลิตมีการแข่งขันสูงและมีกลยุทธ์ที่หลากหลายกว่า เช่น การสร้างตราสินค้าและการรวมกลุ่มจัดงานแสดงสินค้า

โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance or Force) ประเทศไทยอาจมีความเสียเปรียบมากกว่าประเทศเวียดนาม แม้จะเผชิญกับ คือ การยกเลิกระบบโควตาจำกัดนำเข้าสิ่งทอ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 ซึ่งส่งผลดีต่อประเทศเวียดนามเนื่องจากประเทศที่มีการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะเลือกนำเข้าจากประเทศที่มีต้นทุนและปัจจัยการผลิตต่ำกว่า รวมทั้งประเทศเวียดนามได้รับโอกาส คือ ลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA) เมื่อปลายปี 2549 ทำให้ประเทศเวียดนามมีข้อได้เปรียบด้านมาตรการทางภาษีในการส่งออกไปสหรัฐอเมริกา

ด้านรัฐบาล (Government) ทั้งประเทศไทยและประเทศเวียดนาม รัฐบาลต่างให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแนวทางที่คล้ายกัน ไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งสถาบันหรือองค์กรเพื่อพัฒนาสิ่งทอรวมทั้งมีการจัดงานแสดงสินค้าและการส่งเสริมการลงทุนกับนักลงทุนต่างประเทศ

จากปัจจัยการผลิตที่ประเทศเวียดนามมีต้นทุนเรื่องค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศไทย รวมทั้งด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยที่ประเทศเวียดนามมีการทำข้อตกลง TIFA กับสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้รับการลดหย่อนภาษีนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้าระหว่างกัน ทำให้ราคาผ้าผืนในสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกาต่ำกว่าของประเทศไทย อาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ประเทศไทยเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและเสียเปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศเวียดนาม

An Analysis the Revealed Comparative Advantage of Thailand and Vietnam Textiles and Clothing export to of The United States of America

AN ABSTRACT

BY

NUNTHIYA SENANUA

Present in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master

Of Economics degree in Managerial Economics

At Srinakharinwirot University

May 2010

Nunthiya Senanua. (2010). *An Analysis the Revealed Comparative Advantage of Thailand and Vietnam Textiles and Clothing export to of The United States of America.* Master's Project, M.Econ.(Management Economics). Bangkok: Graduate school, Srinakarinwirot University. Project Advisor: Mr. Maitri Abhibhatanamontri

The purposes of this study were (1) to study comparative advantage index of Thai and Vietnam Textiles and clothing export to of The United States of America, using RCA from, 2001 to 2008, (2) to study competitive advantage of Textiles and clothing Thai and Vietnam Textiles and clothing export to of The United States of America from 2001 to 2009

The results of this research were found as the following:

1. The study of the revealed comparative Index : RCA Index;

According to the study, RCA Indexes of Thailand and Vietnam were more than 1 this means that both countries had comparative advantage although garment industry from Vietnam was larger than Thailand's.

2. The study of revealed comparative advantage of garment industry between Thailand and Vietnam;

Factor Production Conditions were found that Thailand were disadvantage competitive than Vietnam. Compared to wage workers in the garment industry in Thailand is higher than Vietnam.

Demand condition were found that Thailand were advantage competitive than Vietnam because of Thailand had expenditure on clothing consumption per capita and GDP per year were more than Vietnam. The size of the domestic demand's Thailand were larger than Vietnam.

Supporting and Related Industries were found that Thailand were advantage competitive than Vietnam because of Thailand had number of factories this were more basic factor of production more than Vietnam.

Strategy and Market Structure were found that Thailand were advantage competitive than Vietnam because of Thailand had number of garment factories more than Vietnam which made Thailand were highly competitive and had vary strategy as branding and exhibition grouping more than Vietnam.

Chance or Face were found that Thailand were disadvantage competitive than Vietnam. Although both countries were got quota textiles import cancellation since January 1,

2006 so made good impact on Vietnam as country this were low cost for production. Furthermore Vietnam got opportunity were signed Trade and Investment Framework Agreement (TIFA) between the United States of America since last 2007 and got good impact from Tax measures for export to the United States.

Government both of Thailand and Vietnam were support garment industries same direction, whether the institution or organization established to develop the textile and exhibitions and promotion of investment with foreign investors.

For factors of production in Vietnam's cost on worker at lower wages more than Thailand, As well as the chance or force that Vietnam had TIFA agreement with the the United States of America which got special Tax import and export between them which made Vietnam' s textiles price were lower than Thailand in the United Stated of America market. That result in disadvantage in comparative and in competitive advantage of Textiles and clothing over Vietnam.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ของ นันทิยา เสนาเหนือ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ดร.อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ประพาฬ เฟื่องฟูสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ

(รองศาสตราจารย์ดร.เรณู สุขารมณ์)

วันที่.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่ง จาก อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และประธานคณะกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล และ อาจารย์ประพาพ เฟื่องฟูสกุล กรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษาและแนะนำในการจัดทำการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะที่ให้ทั้งความรู้ และกระบวนการทางความคิดแก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาในการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ และในการดำเนินชีวิตต่อไป

ท้ายสุดผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคน และขอบพระคุณครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณอาชวนพิศ เสนาเหนือ, และคุณย่าแฝง เสนาเหนือ ที่ให้ทั้งการสนับสนุนและกำลังใจตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วง

นันทิยา เสนาเหนือ

สารบัญ

บทที่ **หน้า**

1 บทนำ..... 1
ภูมิหลัง..... 1
ความมุ่งหมายของการวิจัย..... 8
ความสำคัญของการวิจัย..... 8
ขอบเขตของการวิจัย..... 8
นิยามศัพท์เฉพาะ..... 9
กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 10

2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 12
แนวคิดและทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง..... 12
แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ 12
แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน 15
อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย..... 21
อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของเวียดนาม..... 30
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 35

3 วิธีดำเนินการวิจัย..... 45
ขอบเขตการศึกษา..... 45
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล..... 45
การรวบรวมข้อมูล..... 46
การจัดกระทำและรวบรวมข้อมูล..... 46

4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 49
ผลการศึกษา..... 49

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ……	68
สรุปผลการวิจัย..……..	69
การอภิปรายผล.....…..	71
ข้อเสนอแนะทั่วไป……..…….	73
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป……..……..	73
บรรณานุกรม..……...…….……	75
ภาคผนวก..……...…….……..	79
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์ภาคผนวก..……...……	81

บัญชีตาราง

ตาราง **หน้า**

1 มูลค่าส่งออก มูลค่านำเข้า และดุลการค้าของไทย ปี 2541-2550…..... 1
2 มูลค่าสินค้าส่งออกและสัดส่วนโครงสร้างสินค้าออกตามเป้าหมายการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ปี 2550 เทียบกับปี2551..... 2
3 มูลค่าสินค้าส่งออกสำคัญ 15 อันดับแรกของไทย ปี 2545-2549..... 2
4 ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย ปี 2545-2549..... 5
5 การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศสหรัฐอเมริกา..... 6
6 ปริมาณการผลิตและการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม..... 24
7 จำนวนโรงงานและการจ้างงานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม..... 25
8 จำนวนเครื่องเย็บผ้า..... 26
9 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเครื่องนุ่งห่ม..... 26
10 ตลาดนำเข้าเครื่องนุ่งห่มของไทย..... 27
11 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม..... 27
12 ตลาดส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทย..... 28
13 ประเภทสิ่งทอและปริมาณการผลิตของประเทศเวียดนาม ระหว่างปี 2538 - 2541..... 32
14 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 42
15 ข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการวิจัย…….. 45
16 มูลค่าการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS 61-62) ของประเทศไทยและประเทศเวียดนามไปประเทศสหรัฐอเมริกา..... 50
17 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยและประเทศเวียดนามไปประเทศสหรัฐอเมริกา..50
18 มูลค่าการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS61-62) ของประเทศสหรัฐอเมริกา..... 51
19 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา..... 51
20 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ปี 2544 – 2551..... 52
21 ค่าจ้างในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2547 – 2551..... 54
22 โครงการและเงินลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในอุตสาหกรรมสิ่งทอ..... 55
23 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มระหว่างประเทศไทยและประ เทศเวียดนามในช่วงปี 2544 – 2551..... 56
24 จำนวนประชากรและ GDP ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนาม ปี 2544 – 2551 57

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง **หน้า**

25 เปรียบเทียบจำนวนโรงงานปั่นด้ายของประเทศไทยและประเทศเวียดนามช่วงปี 2544 – 2551 58
26 จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนามช่วงปี 2544 – 2551 60
27 สรุปความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม 65
28 เปรียบเทียบราคาผ้าผืนในสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียดนามช่วงปี 2544 – 2551 ในตลาดสหรัฐอเมริกา 67
29 ค่า RCA ของประเทศเวียดนามไปยังสหรัฐอเมริกา 80
30 ค่า RCA ของประเทศเวียดนามไปยังสหรัฐอเมริกา 80

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ **หน้า**

1 ส่วนแบ่งทางตลาดนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2544 และปี พ.ศ. 2551 7
2 กรอบแนวคิดการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) 10
3 กรอบแนวคิดดัดแปลงจากแบบจำลองเพชร (Michel E .Porter. ,1990) 11
4 Diamond Model (แบบสมบูรณ์) 16
5 โครงสร้างอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป 22
6 กระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป 23
7 ส่วนแบ่งตลาดการส่งทอสิ่งทอและเสื้อผ้าของเวียดนาม ปี 2550 33
8 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS 61-62) ไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม 53

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

เศรษฐกิจหลักของประเทศ ได้แก่ เกษตรกรรม อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การบริการ และทรัพยากรธรรมชาติ ถือเป็นเศรษฐกิจหลักที่ทำรายได้ให้กับประเทศ ที่ผ่านมาประเทศไทยให้ความสำคัญกับภาคการส่งออก ซึ่งมีหลายนโยบายของรัฐบาลที่ช่วยกระตุ้นและส่งเสริมภาคการส่งออกให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง เช่น มาตรการสนับสนุนการส่งออกสำหรับสินค้าบางชนิด และการส่งออกซึ่งถือเป็นตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งที่ส่งผลต่อรายได้ประชาชาติและการเติบโตของGDP ของประเทศและเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการพัฒนาประเทศ โดยจะเห็นได้จากตาราง 1 มูลค่าการส่งออกเทียบกับ GDP มีสัดส่วนสูงขึ้นเป็นลำดับจากร้อยละ 48.6 ในปี 2541 เป็นร้อยละ 61.9 ในปี 2550 (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์) ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นว่าหากภาคการส่งออกมีการขยายตัวสูงขึ้นก็จะช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจขยายตัวสูงขึ้นด้วย

ตาราง 1 มูลค่าส่งออก มูลค่านำเข้า และดุลการค้าของไทย ปี 2541-2550

ปี	มูลค่าส่งออก Export		มูลค่านำเข้า Import		ดุลการค้า Trade Balance	
	พันล้านบาท Billion of Baht	ร้อยละของ GDP As% of GDP	พันล้านบาท Billion of Baht	ร้อยละของ GDP As% of GDP	พันล้านบาท Billion of Baht	ร้อยละของ GDP As% of GDP
2541	2,248.1	48.6	1,774.1	38.3	474.0	10.3
2542	2,214.2	47.7	1,907.4	41.1	306.9	6.6
2543	2,768.1	56.2	2,494.1	50.7	273.9	5.6
2544	2,884.7	56.2	2,752.3	53.6	132.4	2.6
2545	2,923.9	53.6	2,774.8	50.9	149.1	2.7
2546	3,325.6	56.2	3,138.8	53.0	186.9	3.2
2547	3,873.7	59.7	3,801.1	58.6	72.6	1.1
2548	4,438.7	62.6	4,754.0	67.0	-315.3	-4.4
2549	4,937.4	63.1	4,942.9	63.1	-5.5	0.1
2550	5,241.9	61.9	4,870.2	57.5	371.7	4.4

ที่มา : สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์ (ออนไลน์)

สินค้าอุตสาหกรรมนับว่ามีมูลค่ามากที่สุดในการส่งออกทั้งหมดของไทย โดยปี 2550 สินค้าอุตสาหกรรมมีสัดส่วนร้อยละ 78.74 และปี 2551มีสัดส่วนร้อยละ 75.31 ของสินค้าส่งออกทั้งหมดดังแสดงไว้ในตาราง 2

ตาราง 2 มูลค่าสินค้าส่งออกและสัดส่วนโครงสร้างสินค้าออกตามเป้าหมายการส่งออกของกระทรวงพาณิชย์ปี 2550 เทียบกับปี 2551

หมวด	ปี 2550		ปี 2551		การเปลี่ยนแปลง (%)
	มูลค่าทั้งหมด (เหรียญสหรัฐฯ)	คิดเป็นร้อยละ	มูลค่าทั้งหมด (เหรียญสหรัฐฯ)	คิดเป็นร้อยละ	
รวมทุกหมวด	**5,215,459.09**	**100**	**5,853,618.81**	**100**	**12.24**
หมวด 1 สินค้าเกษตรกรรม	522,946.41	10.03	662,251.52	11.31	26.64
หมวด 2 สินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร	327,710.17	6.28	385,781.99	6.59	17.72
หมวด 3 สินค้าอุตสาหกรรม	4,106,455.59	78.74	4,408,208.84	75.31	7.35
หมวด 4 สินค้าแร่และเชื้อเพลิง	258,346.92	4.95	397,376.47	6.79	53.82

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (ออนไลน์)

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่สำคัญอย่างหนึ่งของประเทศไทย จากมูลค่าสินค้าออกสำคัญ 15 อันดับแรกของประเทศไทย (ตาราง 3) และเป็นอุตสาหกรรมหมวดหนึ่งในอุตสาหกรรมสิ่งทอที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 2 เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานและบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ได้แก่ การสร้างผลผลิต การจ้างงาน และการส่งออก

ตาราง 3 มูลค่าสินค้าส่งออกสำคัญ 15 อันดับแรกของไทย ปี 2545-2549

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ				
	2545	2546	2547	2548	2549
1. เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	7,430.35	8,189.69	9,185.45	11,848.66	14,869.39
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(10.90)	(10.23)	(9.52)	(10.68)	(11.46)

ตาราง 3 (ต่อ)

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ				
	2545	2546	2547	2548	2549
2. รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,919.71	3,965.53	5,495.24	7,745.44	9,524.19
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(4.28)	(4.95)	(5.69)	(6.98)	(7.34)
3. แผงวงจรไฟฟ้า	3,307.99	4,624.57	4,902.78	5,950.64	7,029.98
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(4.85)	(5.78)	(5.08)	(5.36)	(5.42)
4. ยางพารา	1,740.25	2,787.72	3,428.64	3,709.99	5,396.59
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(2.55)	(3.48)	(3.55)	(3.34)	(4.16)
5. เม็ดพลาสติก	1,775.24	2,148.43	3,104.60	4,198.45	4,498.43
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(2.60)	(2.68)	(3.22)	(3.78)	(3.47)
6. อัญมณีและเครื่องประดับ	2,169.28	2,514.47	2,645.59	3,232.66	3,668.29
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(3.18)	(3.14)	(2.74)	(2.91)	(2.83)
7. น้ำมันสำเร็จรูป	1,052.37	1,020.40	1,763.54	2,352.11	3,648.86
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(1.54)	(1.27)	(1.83)	(2.12)	(2.81)
8. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	1,249.69	1,687.20	2,477.84	2,895.63	3,528.61
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(1.83)	(2.11)	(2.57)	(2.61)	(2.72)
9. เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์และส่วนประกอบ	2,094.58	2,501.77	3,224.46	3,141.84	3,457.34
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(3.07)	(3.13)	(3.34)	(2.83)	(2.67)
10. เคมีภัณฑ์	1,192.97	1,581.36	2,059.96	2,646.08	3,434.34
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(1.75)	(1.98)	(2.13)	(2.39)	(2.65)
11. เสื้อผ้าสำเร็จรูป	2,721.50	2,760.19	3,089.23	3,150.21	3,198.83
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(3.99)	(3.45)	(3.20)	(2.84)	(2.47)
12. ผลิตภัณฑ์ยาง	1,260.31	1,556.44	1,943.68	2,351.20	3,082.00
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(1.85)	(1.94)	(2.01)	(2.12)	(2.38)
13. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	2,016.60	2,135.75	2,255.93	2,501.04	2,974.21
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(2.96)	(2.67)	(2.34)	(2.25)	(2.29)

ตาราง 3 (ต่อ)

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ				
	2545	2546	2547	2548	2549
14. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	930.22	1,244.97	1,670.14	2,111.26	2,655.15
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(1.36)	(1.56)	(1.73)	(1.90)	(2.05)
15. ข้าว	1,631.71	1,833.85	2,693.00	2,328.96	2,583.04
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(2.39)	(2.29)	(2.79)	(2.10)	(1.99)
รวม 15 รายการ	33,492.76	40,552.31	49,939.16	60,164.16	73,549.24
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(49.14)	(50.67)	(51.75)	(54.23)	(56.70)
อื่น ๆ	34,663.54	39,487.67	46,563.65	50,773.50	56,171.19
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(50.86)	(49.33)	(48.25)	(45.77)	(43.30)
รวมส่งออกทั้งสิ้น	68,156.31	80,039.98	96,502.82	110,937.66	129,720.43
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)	(100.00)

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (ออนไลน์)

จากตาราง 3 ชี้ให้เห็นว่า อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยมีแนวโน้มส่วนแบ่งตลาดลดลงทุกปี ในปี พ.ศ. 2549 อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปอยู่ลำดับที่ 11 ของการส่งออกทั้งหมดของไทย ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 3,198.83 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 2.47 ของการส่งออกทั้งหมด

ตาราง 4 ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย ปี 2545-2549

รายการ	มูลค่า : ล้านเหรียญสหรัฐฯ				
	2545	2546	2547	2548	2549
1. โลก	2,721.50	2,760.19	3,089.23	3,150.21	3,989.83
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)
2. อาเซียน	52.39	64.26	72.44	75.53	69.82
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(1.93)	(2.33)	(2.34)	(2.4)	(2.18)
3. ญี่ปุ่น	145.11	153.02	175.94	184.71	182.24
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(5.33)	(5.54)	(5.7)	(5.86)	(5.7)
4. สหรัฐอเมริกา	1,536.34	1,507.32	1,629.86	1,664.93	1,627.26
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(56.45)	(54.61)	(52.76)	(52.85)	(50.87)
5. สหภาพยุโรป	602.62	659.99	783.66	774.31	859.20
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(22.14)	(23.91)	(25.37)	(24.58)	(26.86)
6. อื่นๆ	385.04	375.60	427.33	450.73	1251.31
(สัดส่วน : ร้อยละ)	(14.15)	(13.61)	(13.83)	(14.31)	(14.39)

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร (ออนไลน์)

ตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปตามรายงานของกรมส่งเสริมการส่งออกตาราง 4 พบว่าตลอด 5 ปีที่ผ่านมา สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปอันดับ 1 ของประเทศไทย โดยมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา ในปี 2549 เท่ากับ 1,627.26 ล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือคิดเป็นร้อยละ 50.87 ของมูลค่าการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งหมด โดยตลาดที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่นตามลำดับ

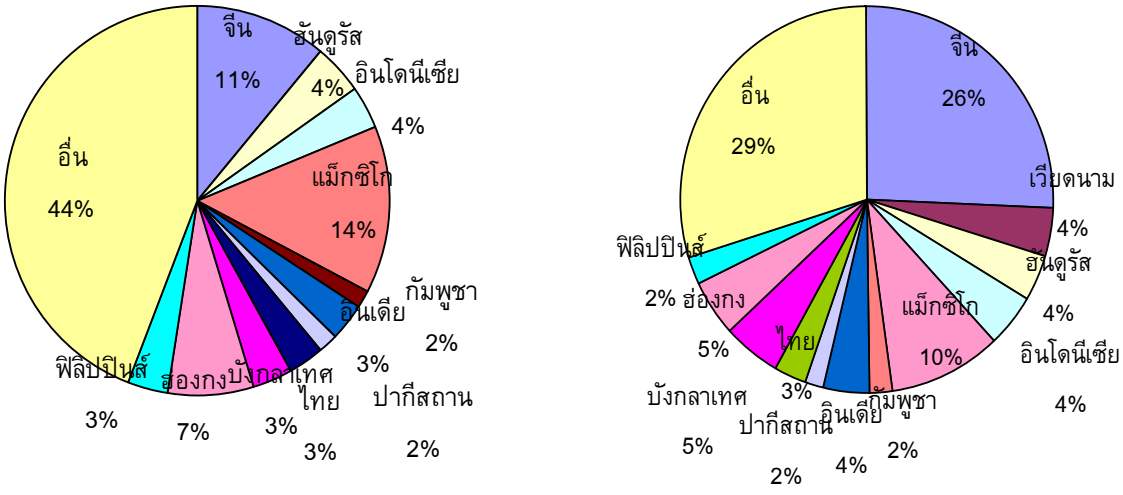
สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปยังสหรัฐอเมริกาที่สำคัญ ได้แก่ เวียดนาม อินโดนีเซีย กัมพูชา ไทย และฟิลิปปินส์ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศ	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551
	1,000,000 เหรียญสหรัฐฯ							
จีน	6,416	6,734	7,748	8,864	12,499	14,122	15,671	15,580
เวียดนาม	47	458	1,262	1,443	1,561	1,789	2,158	2,360
ฮันดูรัส	2,437	2,424	2,404	2,453	2,392	2,322	2,325	2,258
อินโดนีเซีย	2,203	2,066	2,161	2,369	2,619	2,859	2,840	2,625
แม็กซิโก	8,027	7,860	7,526	7,492	7,197	6,593	6,170	5,889
กัมพูชา	921	990	1,127	1,180	1,231	1,238	1,241	1,190
อินเดีย	1,774	1,882	1,978	2,085	2,628	2,577	2,403	2,286
ปากีสถาน	931	887	873	920	979	1,026	1,076	1,092
ไทย	1,839	1,799	1,833	1,875	1,873	1,807	1,731	1,697
บังกลาเทศ	1,929	1,744	1,739	1,852	2,161	2,555	2,658	2,892
ฮ่องกง	4,176	4,123	4,101	4,186	3,746	3,498	3,119	2,862
ฟิลิปปินส์	1,876	1,738	1,808	1,795	1,686	1,652	1,471	1,324
อื่น	25,898	25,458	27,153	27,451	24,031	22,413	20,355	18,109
รวมทั้งหมด	58,474	58,163	61,713	63,965	64,603	64,451	63,218	60,164

ที่มา : U.S. Department of Commerce and the U.S. International Trade Commission.

จากตาราง 5 พบว่าการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกาจากประเทศไทย มีการเพิ่มขึ้นในบางปีและลดลงในบางปีเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ แต่เวียดนาม และกัมพูชา กลับมีการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพิ่มขึ้น โดยสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากทั้ง 2 ประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปี 2551 ซึ่งสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศเวียดนามเพิ่มมากขึ้นจนในปี 2550 มีการนำเข้ามากกว่าประเทศไทย ซึ่งนำเข้าจากประเทศไทย 1,731 ล้านเหรียญสหรัฐ แต่นำเข้าจากประเทศเวียดนาม 2,158 ล้านเหรียญสหรัฐ และเมื่อพิจารณาย้อนหลังปี 2544 สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าจากเวียดนามเพียง 47 ล้านเหรียญสหรัฐเท่านั้น



พ.ศ.2544 พ.ศ.2551

ภาพประกอบ 1 ส่วนแบ่งทางตลาดนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบระหว่างปี 2544 และปี 2551

ที่มา : U.S. Department of Commerce and the U.S. International Trade Commission.

จากภาพประกอบ 1 ในปี 2544 ในตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกา ประเทศเวียดนามไม่มีส่วนแบ่งในตลาดของสหรัฐอเมริกา ซึ่งประเทศที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดคือประเทศจีนมีส่วนแบ่งทางการตลาด 11 เปอร์เซ็น และประเทศไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 3 เปอร์เซ็น แต่ในปี 2551 ประเทศที่ยังคงมีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุดคือประเทศจีนโดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 26 เปอร์เซ็น แต่ประเทศไทยมียังคงส่วนแบ่งในตลาด 3 เปอร์เซ็น และประเทศเวียดนามมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นถึง 4 เปอร์เซ็น เมื่อเปรียบเทียบจากปี 2544 ประเทศเวียดนามไม่มีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกา เพื่อให้ทราบว่าเหตุใดประเทศเวียดนามจึงสามารถเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาได้ แต่ขณะที่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดตั้งแต่ปี 2544 แต่ไม่สามารถเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยกับประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา ในช่วงปี 2544 - 2551

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยกับประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2544 – 2551

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนามในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกา

2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ว่าปัจจัยใดเป็นประโยชน์ต่อแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏจะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของไทยในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปกับประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2544 – 2551 โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ซึ่งมีสินค้า 2 รายการตามพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมไนซ์ Harmonize System รหัส HS.61- 62 เป็นขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

- เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแบบถัก HS 61
- เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแบบทอ HS 62

2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยกับประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2544 – 2551 โดยศึกษาจากแบบจำลองเพชร (Diamond Model) (Michael E. Porter,1990) ตามปัจจัยดังนี้

- ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
- ความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Conditions)
- อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Anticipatory Buyer Needs)
- กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)
- โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance or Force)
- รัฐบาล (Government)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เสื้อผ้าสำเร็จรูป หมายถึง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้ผ่านกระบวนการจัดหาวัตถุดิบและออกแบบจนถึงขั้นตอนการตัดเย็บที่ได้สำเร็จรูปออกมา ซึ่งมีทุกขนาด หลายแบบและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ (กรมศุลกากร. 2552: ออนไลน์) ซึ่งในที่นี้หมายถึง

- เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแบบถัก รหัส HS 61
- เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแบบทอ รหัส HS 62

2. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA Index) เป็นดัชนีแสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปกับการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศไทยหรือประเทศเวียดนามไปสหรัฐอมเริกาต่อสัดส่วนการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกากับการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา

ถ้าค่า RCA > 1 มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ถ้าค่า RCA < 1 มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ

3. ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง การแข่งขันของประเทศในการส่งออก โดยดูจากปัจจัย 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิต, ปัจจัยด้านอุปสงค์, อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง, กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต รวมทั้งปัจจัยเสริมที่เกี่ยวข้อง 2 ปัจจัย คือ รัฐบาลและโอกาสหรือเหตุสุดวิสัย

4. ปัจจัยด้านการผลิต (Factor Conditions) หมายถึง ปัจจัยการผลิตที่ประเทศมีอยู่ ได้แก่ ค่าจ้างแรงงาน

5. ด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ได้แก่ ความต้องการภายในประเทศและ ขนาดอุปสงค์ภายในประเทศ

6. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)หมายถึง ความเกี่ยวเนื่องกันของอุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ โดย อุตสาหกรรมต้นน้ำ หรืออุตสาหกรรมวัตถุดิบเบื้องต้น, กลางน้ำ หรือ วัตถุดิบจากอุตสหกรรมสิ่งทอขั้นต้นมาผ่านกระบวนการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เส้นด้ายและผ้าผืน และปลายน้ำ หรือ การผลิตเครื่องนุ่งห่มสิ่งทอประเภทอื่นๆ เช่น พรม ,เสื้อผ้าสำเร็จรูป

7. กลยุทธ์ (Strategy) และโครงสร้าง(Market Structure) โดยกลยุทธ์ หมายถึง วิธีการที่ผู้ผลิตหรือสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขัน และโครงสร้าง หมายถึง ลักษณะตลาดตามประเภทการแข่งขันกันซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นๆ ในที่นี้ได้แก่ จำนวนโรงงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป

8. โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance or Force) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้คาดการณ์มาก่อนล่วงหน้า เช่น การยกเลิกสัญญา, โอกาสต่ออุตสาหกรรมในประเทศ

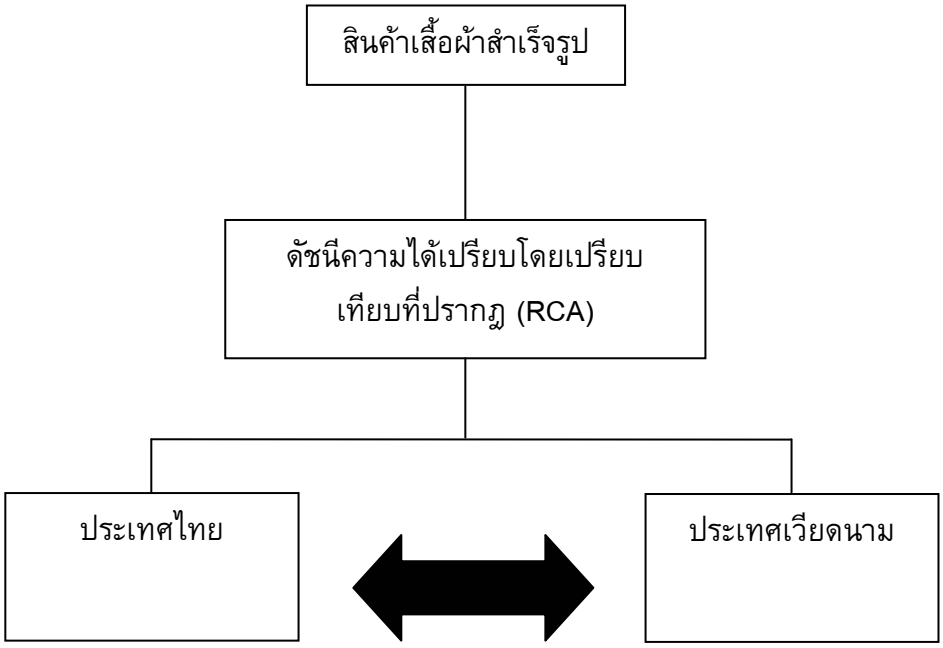
9. รัฐบาล (Government) หมายถึง นโยบายของรัฐบาลที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ตอน คือ

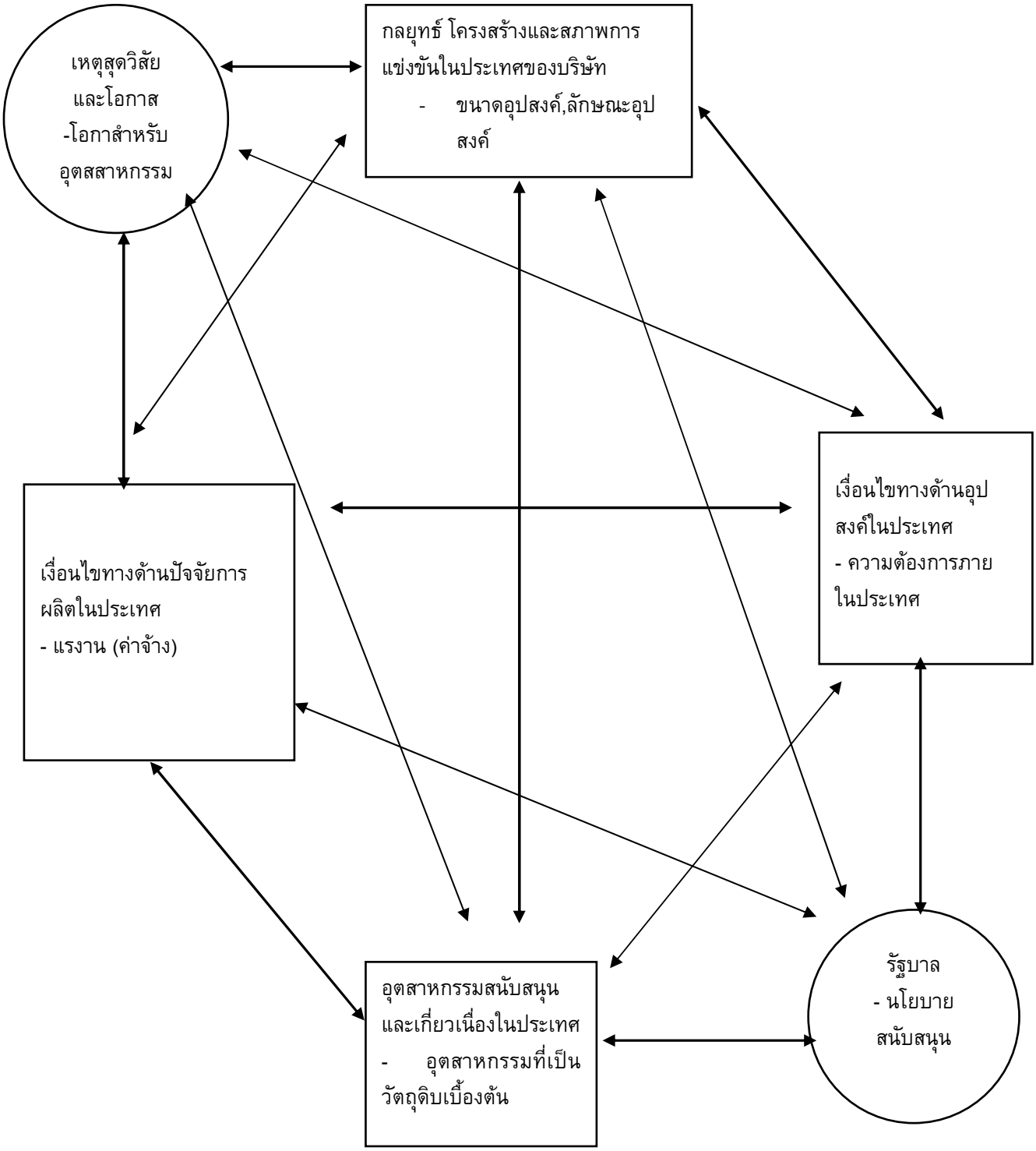
1. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)
2. ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันจากแบบจำลองเพชร (Diamond Model)

1. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

2.ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันจากแบบจำลองเพชร (Diamond Model)



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดดัดแปลงจากแบบจำลองเพชร (Michel E .Porter. ,1990)

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1.แนวคิดและทฤษฎี

1.1 แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

1.2 แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Competitive Advantage)

2. อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย

3. อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของเวียดนาม

4.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดและทฤษฎี

1.1 แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

อดัม สมิธ(Adam Smith) ได้แสดงแนวคิดว่า การค้าระหว่างประเทศสองประเทศเกิดขึ้นจากความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ โดยนำเสนอทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์(Theory of Absolute Advantage) คือ ประเทศ 2 ประเทศจะมีการค้าที่เกิดจากการได้เปรียบโดยสมบูรณ์ โดยประเทศหนึ่งจะผลิตและส่งออกสินค้าที่ประเทศตนมีความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ ในขณะที่อีกประเทศหนึ่งจะไม่ผลิตสินค้าแต่จะนำเข้าสินค้าที่ประเทศตนไม่มีประสิทธิภาพในการผลิตหรือเสียเปรียบเชิงสมบูรณ์ซึ่งการได้เปรียบเชิงสมบูรณ์นี้ สามารถอธิบายความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์จากการเปรียบเทียบจากจำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าเวลาใดเวลาหนึ่งที่กำหนดให้ โดยการวัดความได้เปรียบเชิงสมบูรณ์ ก็คือ การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแรงงานในประเทศทั้งสองในการผลิตสินค้านั่นเอง (เกษร จันทรภูติรักษ์,2538 108 -115)

จากนั้น เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo) นำทฤษฎีในเรื่องความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (Theory of Absolute Advantage) มาพัฒนาเป็นความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Theory of Comparative Advantage) ที่สามารถอธิบายแบบแผนการค้าระหว่างประเทศได้อย่างชัดเจน โดยอธิบายเพิ่มเติมจาก อดัม สมิธ (Adam Smith) ว่าแต่ละประเทศมีความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้าที่สามารถผลิตได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่า และแต่ละประเทศจะนำเข้าสินค้าที่ผลิตแล้วมีต้นทุนโดยเปรียบเทียบในการผลิตสูงกว่าแทน ซึ่งใน ค.ศ. 1817 Ricardo เป็นผู้เสนอแนวคิดในการเลือกผลิตสินค้าว่า ประเทศใดควรจะผลิตสินค้าอะไร โดยดูจากการเปรียบเทียบความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Theory of Comparative Advantage) คือ ประเทศหนึ่งจะส่งออกสินค้า

ที่มีประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตสูงกว่า หรือมีความได้เปรียบมากกว่า และนำสินค้าที่ประเทศตนมีประสิทธิภาพของปัจจัยการผลิตต่ำกว่าของประเทศอื่น แนวความคิดนี้อธิบายภายใต้ข้อสมมติที่ว่า

1. มีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียว คือ แรงงานถูกใช้ในสัดส่วนคงที่ ซึ่งเท่ากันในการผลิตสินค้าทุกชนิดและมีคุณภาพเหมือนกันหมด(Homogeneous)
2. ปัจจัยการผลิตเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้
3. การค้าเป็นไปอย่างเสรี
4. ไม่มีการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีการผลิต
5. ความพอใจในการบริโภคของแต่ละประเทศเหมือนกัน

Ricardo ไม่ได้คัดค้านการวิเคราะห์ของ Adam Smith ทั้งนี้เพราะเป็นการชัดเจนที่ว่า ถ้าประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าชนิดหนึ่งเหนือประเทศอื่น และในประเทศอื่นนั้นก็มีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในสินค้าอีกชนิดหนึ่งเหนือประเทศแรก ดังนั้นประเทศทั้งสองย่อมได้ประโยชน์จากการทำการค้า แต่จะเกิดอะไรขึ้น ถ้าประเทศหนึ่งมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์เหนือประเทศหนึ่งโดยสิ้นเชิงในการผลิตสินค้าทุกๆชนิด ประเทศที่ทำการค้ากันในกรณีนี้จะได้ประโยชน์จากการค้าหรือไม่ ซึ่ง Adam Smith ไม่ได้อธิบายไว้ แต่ Ricardo ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ถึงแม้ว่าประเทศหนึ่งจะมีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ในการผลิตสินค้าทุกชนิดเหนืออีกประเทศหนึ่ง ประเทศทั้งสองก็สามารถได้รับประโยชน์จากการทำการค้าได้ตราบเท่าที่การได้เปรียบเสียเปรียบในการผลิตระหว่างประเทศทั้งสองนั้นมีอัตราไม่เท่ากัน นั่นคือ Ricardo เสนอแนวคิดในการเปรียบเทียบอัตราการได้เปรียบหรืออัตราการเสียเปรียบในการผลิตสินค้าในประเทศทั้งสอง โดย Ricardo ได้กำหนดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) เป็นตัวกำหนดแบบแผนของการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเขาสรุปว่า ประเทศควรเลือกและส่งออกสินค้าที่ตนได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด (Most Comparative Advantage) หรือสินค้าที่ตนเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยที่สุด (Least Comparative Advantage) และนำเข้าสินค้าที่ตนได้เปรียบโดยเปรียบเทียบน้อยที่สุด หรือสินค้าที่ตนเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุด ถ้าทุกประเทศกำหนดแบบแผนการค้าในลักษณะนี้แล้ว ทุกประเทศจะได้ผลจากการทำการค้าในการเสนอแนวคิดเหล่านี้ Ricardo ยังมีแนวคิดเช่นเดียวกับ Adam Smith ในเรื่องนโยบายการค้าเสรี และยึดหลักการกำหนดมูลค่าสินค้าตามทฤษฎีมูลค่าแรงงาน (Labor Theory Value)

ตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรี จะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อการผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของระบบเศรษฐกิจนั้น (เกษร จันทรภูติรักษ์, 2538: 108-117)

เฮคเชอร์ โอลีน (Heckscher-Ohlin) นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิค ได้พัฒนาทฤษฎีอธิบายต้นเหตุการค้าและทิศทางของการค้าที่เกิดขึ้น โดยอาศัยปัจจัยหลัก 2 ประการเป็นตัวกำหนด คือสัดส่วนของปัจจัยการผลิตที่แต่ละประเทศมีอยู่ และสัดส่วนของการใช้ปัจจัยการผลิตสำหรับสินค้าแต่ละชนิด ซึ่งเป็นไปตามลักษณะทางเทคโนโลยีของการผลิตสินค้าชนิดนั้น

ทฤษฎีนี้กล่าวว่า “ภายใต้ข้อสมมุติ สิ่งที่กำหนดให้และแบบจำลองคือ ประเทศ A จะมีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า X ซึ่งมีวิธีการผลิตที่ใช้ปัจจัยแรงงานที่ประเทศนี้มีอยู่มากเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต” (อุดม เกิดพิบูลย์. 2543:45) โดยประเทศที่มีปัจจัยทุนมากกว่าก็จะเลือกผลิตและส่งออกเฉพาะสินค้าที่ต้องใช้ปัจจัยทุนมากกว่าในการผลิต (Capital Intensive) ส่วนประเทศที่มีปัจจัยแรงงานมากก็จะส่งออกสินค้าที่อาศัยปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยอื่นในการผลิต(Labor Intensive)(วรนันท์ กิตติอัมพานันท์. 2530: 26-27) จากแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสามารถนำมาใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของแต่ละประเทศได้โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

จากแนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบโดยเปรียบสามารถนำมาใช้วัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกของแต่ละประเทศได้ Balassa กล่าวว่า การวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสามารถวัดได้จากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ซึ่งคำนวณจากมูลค่าการส่งออกของสินค้าแต่ละชนิดเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกรวมทั้งประเทศและนำไปเปรียบเทียบกับมูลค่าของตลาดโลก แนวคิดนี้เป็นการศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของสินค้าแต่ละชนิดนั้น โดยค่า RCA จะเป็นเพียงดัชนีที่จะบอกเพียงว่าประเทศที่ทำการส่งออกนั้นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าหรือไม่เท่านั้น ไม่สามารถนำค่า RCA ของประเทศต่างๆ มาเปรียบเทียบกันว่าประเทศใดมีความได้เปรียบเทียบมากกว่ากัน แต่จะอธิบายได้เพียงว่าภาคการส่งออกของประเทศนั้นๆ มีการพึ่งพาการส่งออกสินค้าชนิดดังกล่าวมากกว่าประเทศอื่นเท่านั้น (Balassa, 1989 : 63-80)

ดัชนี RCA คำนวณจากสูตรต่อไปนี้

$$XRCA_{ij} = \frac{\left(X_{ij} / \sum X_{ij}\right)}{\left(\sum_i X_{ij} / \sum_i \sum_j X_{ij}\right)}$$

โดยที่

$XRCA_{ij}$	คือ	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในสินค้า i ของประเทศ j
X_{ij}	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้า i โดยประเทศ j
$\sum_j X_{ij}$	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ j
$\sum_i X_{ij}$	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้า i ของโลก
$\sum_i \sum_j X_{ij}$	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

ในการศึกษาเกี่ยวกับดัชนีความได้เปรียบโดยเทียบที่ปรากฏของผู้วิจัยได้กำหนดช่วงของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏตามแนวคิดของ Bender, & Wai Li.(2009: Online)

ถ้าค่า RCA > 2 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศคู่แข่ง มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับสูงมาก

ถ้าค่า 2>RCA>1 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศคู่แข่งมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปในระดับสูง

ถ้าค่า 1>RCA>0.5 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศคู่แข่งเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปอยู่ในระดับต่ำ

ถ้าค่า RCA<0.5 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศคู่แข่งเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปอยู่ในระดับสูงมา

แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย(หรือประเทศเวียดนาม) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกา ดังนั้นจึงใช้สูตรในการคำนวณดังนี้ (Balassa. 1989:44)

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่

RCA_{ik}	คือ	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผู้ส่งออกสุทธิในสินค้า k ของประเทศ i ที่มีต่อประเทศ w
X_{ik}	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w
X_i	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศ w
X_{wk}	คือ	มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w
X_w	คือ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w
k	คือ	สินค้า ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป
i	คือ	ประเทศผู้ส่งออก คือ ประเทศไทยและประเทศเวียดนาม
w	คือ	ประเทศผู้นำเข้า คือ สหรัฐอเมริกา

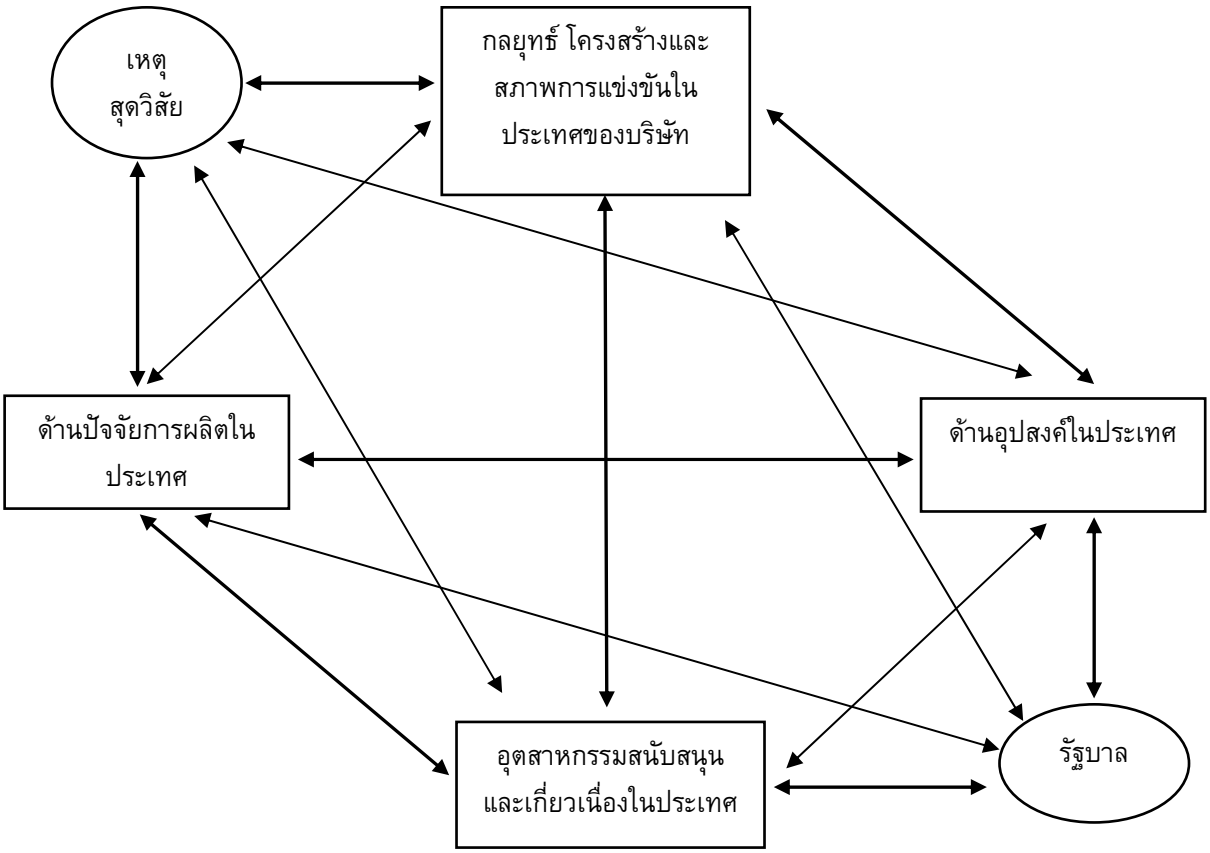
1.2 แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Competitive Advantage)

ไมเคิล อี.พอร์ตเตอร์ (Michel E .Porter. ,1990) ได้พัฒนาแนวคิดเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage Of Nation) ของ Heacher and Ohlin ที่พิจารณาเพียงอุปทานภายในประเทศหรือต้นทุนการผลิตของสินค้าจากปัจจัยการผลิตภายในประเทศ แต่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันจะพิจารณาถึงปัจจัยในด้านอื่นๆ ด้วย และต้องการหาคำตอบว่า เหตุใดอุตสาหกรรมบางประเทศมีความสามารถในการแข่งขันสูงหรือประสบความสำเร็จกว่าประเทศอื่น และพบว่าข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน (Competitive advantage) ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตาม

ธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นมาได้และเปลี่ยนแปลงได้ โดย Porter ได้พัฒนาเครื่องมือ Dynamic Diamond ที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม ซึ่งมีแนวคิดว่าภาวะการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน (Competitive advantage) ในอุตสาหกรรมในประเทศของตน ดังนั้นประเทศจึงจำเป็นที่จะต้องประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน โอกาส อุปสรรคของภาวะการแข่งขันจากประเทศคู่แข่ง (Strength, Weakness, Opportunity, and Treat :SWOT) ของอุตสาหกรรม และ Porter เชื่อว่า สิ่งสำคัญคือ เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมของประเทศนั้น ในกรอบความคิดในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ปัจจัย 4 ด้านที่เป็นข้อบ่งชี้ (Determinants) ของข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนี้

1. ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)
2. ความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Conditions)
3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Anticipatory Buyer Needs)
4. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

โดยความสัมพันธ์ของปัจจัยแวดล้อมทั้ง 4 ด้านจะมีผลสนับสนุนซึ่งกันและกัน ซึ่งชี้ถึงปัจจัยความได้เปรียบของอุตสาหกรรมในประเทศต่างๆ ว่าเกิดจากอะไร ถ้าประเทศต้องการให้เกิดความสามารถในการแข่งขันต้องมีข้อได้เปรียบตามปัจจัยในแบบจำลอง



ภาพประกอบ 4 Diamond Model (แบบสมบูรณ์)

1.ด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ด้านปัจจัยการผลิต ซึ่งก็คือ ทักษะกำลังแรงงานหรือโครงสร้างพื้นฐาน ที่จำเป็นต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมและความสามารถของชาติในการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรพื้นฐาน ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรอื่นที่ทำให้เกิดความได้เปรียบ ปัจจัยการผลิตสามารถแบ่งเป็นลำดับขั้นได้ดังนี้ ปัจจัยการผลิตทั่วไป และปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง โดยปัจจัยทั่วไป หมายถึง ระบบถนน แหล่งเงินทุนประเภทหนี้ บุคลากรระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าที่จำกัดต้องใช้กับอุตสาหกรรมใดโดยเฉพาะ ปัจจัยเฉพาะทางหมายถึง บุคลากรที่ได้รับการศึกษาหรือได้การฝึกอบรมเฉพาะทางซึ่งมักเป็นการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี โครงสร้างพื้นฐานสำหรับจุดมุ่งหมายพิเศษเฉพาะทาง และวิทยาการความรู้ขั้นสูงที่ใช้ได้เฉพาะทาง เป็นต้น ปัจจัยทางเหล่านี้ใช้ได้กับบางอุตสาหกรรมเท่านั้น

ปัจจัยทั่วไปมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่ต่ำ ในขณะที่ปัจจัยเฉพาะทางมักเป็นบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันสูง ปัจจัยเฉพาะทางก่อให้เกิดนวัตกรรมได้มากกว่าปัจจัยทั่วไปในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันหรือข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศและบริษัท ดังนั้นจึงต้องยกระดับและเพิ่มจำนวนปัจจัยการผลิตอย่างไม่หยุดยั้ง จากปัจจัยทั่วไปสู่ปัจจัยเฉพาะทาง นอกจากนั้นมาตรฐานในการแบ่งระหว่างปัจจัยทั่วไปกับปัจจัยเฉพาะทางก็ยกสูงขึ้นเรื่อยๆไปพร้อมๆกับความเจริญก้าวหน้าของประเทศ ปัจจัยเฉพาะทางสำหรับปัจจุบันจะกลายเป็นปัจจัยทั่วไปในอนาคต

2.ด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

ด้านอุปสงค์ คือ ความต้องการต่อผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับตลาดภายในประเทศ ปริมาณ และระดับความต้องการของผู้บริโภคต่อสินค้าอุตสาหกรรม กำลังการผลิตของบริษัท ปริมาณความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ อุปสงค์ในประเทศมีผลต่อรูปแบบของบริษัทต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ประเทศจะมีได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนของอุตสาหกรรมที่อุปสงค์ในประเทศมีความต้องการของผู้ซื้อที่ชัดเจนกว่าและมีอุปสงค์ก่อนประเทศอื่น นอกจากนั้นประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมหรือส่วนของอุตสาหกรรมที่ผู้ซื้อในประเทศกดดันให้บริษัทต่างๆ ในประเทศที่มีนวัตกรรมเร็วกว่าเพื่อให้ได้ข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่นๆ ข้อแตกต่างระหว่างอุปสงค์ในประเทศของปรเทศต่างๆ จะก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างประเทศในด้านข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ ดังนั้น สามารถแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการอยู่ใกล้กับผู้ซื้อรายที่สำคัญต่อการเสริมสร้าง เพื่อรักษาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของบริษัทและของประเทศ อุปสงค์ในประเทศมีลักษณะ 3 ข้อที่สำคัญต่อการส่งเสริมและรักษาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ คือ

2.1 โครงสร้างการแบ่งตลาดในประเทศ (Segment Structure of Demand) บริษัทอุตสาหกรรมมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมี

อุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกและตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกเป็นตลาดส่วนที่สำคัญของบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่นๆ ในทางกลับกันตลาดที่มีความสำคัญน้อยในอุตสาหกรรมมักจะเสียเปรียบคู่แข่งขันจากต่างประเทศ ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

2.2 ผู้ซื้อที่รู้จริง ผู้ซื้อที่รู้จริงในสินค้าหรือบริการใด ก็ตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้นประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ คำว่า ผู้ซื้อ ณ ที่ หมายถึง ทั้งผู้อุปโภคและบริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือผู้ซื้อที่เป็นบริษัท สถาบัน องค์กร โรงงานต่างๆ

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่นๆ อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ ถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อนประเทศอื่นๆ ในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศก็อาจก่อให้เกิดอุปสงค์ในประเทศล่วงหน้าและล้ำหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นแล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็จะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศหรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นก็เสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

ทั้งนี้ ขนาดอุปสงค์ในประเทศมีความสำคัญมาก คือ ตลาดใหญ่โอกาสสูงกว่าตลาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economics of Scale) หรือ ที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจาการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายครั้ง (Learning Curve) แต่ขนาดของอุปสงค์ในประเทศอาจจะไม่สำคัญในบางกรณีถ้าประเทศเล็กที่อุปสงค์ในประเทศขนาดเล็กเกินไปอาจจะเพิ่มขนาดของอุปสงค์ด้านการส่งออก อย่างไรก็ตาม ตลาดใหญ่มีความสำคัญและช่วยส่งเสริมให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ

3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Anticipatory Buyer Needs)

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน การที่ประเทศมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนที่มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศมีประโยชน์ในการก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนนั้นมีความเกี่ยวเนื่องด้านการผลิต ทั้งนี้มาจากสาเหตุปัจจัย 3 ประการได้แก่

1. ช่องทางที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพและบางครั้งมีสิทธิพิเศษมากกว่าผู้อื่นในต่างประเทศในการเข้าถึงวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด
2. ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างบริษัทผู้ใช้กับบริษัทผู้ผลิตวัตถุดิบชิ้นส่วน หรือเครื่องจักร
3. ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาในกระบวนการนวัตกรรม และกระบวนการยกระดับและ

เพิ่มจำนวนบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในระบบคุณค่าโลกของทั้งบริษัทและซัพพลายเออร์ การที่ทั้งสองฝ่ายร่วมมือกันแก้ปัญหาหรือแลกเปลี่ยนการวิจัยและพัฒนาระหว่างกัน จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพและประสทธิผลมากขึ้นได้อย่างรวดเร็วขึ้น

ประเทศใดประเทศหนึ่งไม่จำเป็นต้องมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันครบทุกอุตสาหกรรม สนับสนุนของอุตสาหกรรมหนึ่งเพื่อทำให้อุตสาหกรรมนั้นได้เปรียบด้านการแข่งขันวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่สามารถซื้อหามาได้จากต่างประเทศจะไม่สำคัญมากนักต่อข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ และถ้าอุตสาหกรรมนับสนุนอุตสาหกรรมหนึ่งตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน จะมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้นและมีความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศกับอุตสาหกรรมที่ล้วนเป็นอุตสาหกรรมที่สนับสนุนนั้นในประเทศอื่นๆ

4. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน คือ สภาพการก่อตั้ง จัดระเบียบและการบริหารบริษัท รวมไปถึงสภาพการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมด้วย โครงสร้างและการแข่งขัน ความสำเร็จของธุรกิจ ประเทศมักจะประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมที่มีบ่อเกิดแห่งข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันที่สอดคล้องและระบบการจัดการ อันหมายถึง การเลือกใช้ยุทธการและโครงสร้างของบริษัทที่สะท้อนลักษณะเฉพาะทางนวัตกรรมของประเทศนั้น เช่น ประเทศเยอรมนีมีพื้นฐานทางเทคโนโลยีระดับสูง ชักนำสู่การผลิตสินค้าที่ต้องใช้เทคโนโลยีมากเป็นพิเศษ หรือสินค้าที่ต้องอาศัยการผลิตที่แม่นยำมาก จึงประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมรถยนต์ เคมี เครื่องจักร ที่สลับซับซ้อน เป็นต้น

ส่วนสภาพการแข่งขันระหว่างประเทศจะเป็นตัวกำหนดตัวหนึ่งใน Diamond model โดยการแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมในประเทศ จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในระดับสูงมาก เนื่องจากเกิดแรงกดดันกันและกันให้มีการพัฒนาและนวัตกรรม ซึ่งการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติม เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละมากๆ

กระบวนการแข่งขันข้างต้นจะทวีคุณประโยชน์ขึ้นอีกมาก ถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในบริเวณหรือเมืองเดียวกันและเปิดตลาดในประเทศโดยไม่กีดกันการนำเข้าอย่างสมบูรณ์ อาจทดแทนการขาดแคลนสภาพทางการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็กๆ และจำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ จุดสำคัญ คือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นถือเป็นทรัพยากรที่ล้ำค่าของประเทศ

การพัฒนาของปะเทศขึ้นอยู่กับการยกระดับกลยุทธ์ของบริษัทและคุณภาพของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจระดับชาติไปพร้อมๆกัน นอกจากตัวกำหนดทั้งสี่ใน Diamond Model ที่ปัจจัยบ่งชี้ภายใน

แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความเป็นได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้, การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เช่น วิกฤตการณ์ราคาน้ำมัน, การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่อง ที่เปิดช่องทางให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขันหรือลดข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิม และทำให้เกิดเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเหตุสุดวิสัยอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างอุตสาหกรรมใน Diamond Model หรือในปัจจัยที่กำหนดความได้เปรียบด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรม

รัฐบาล

เป็นสถาบันที่มีผลต่อและพร้อมๆกับได้รับผลกระทบจากปัจจัยทั้งสี่ทั้งที่เป็นผลทางบวกและผลทางลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาล เช่น ทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านการเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลทางด้านการโฆษณาและด้านอื่นๆ รวมทั้ง ยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านภาษี ด้านการป้องกันการผูกขาด เป็นต้น

2. อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย

อุตสาหกรรมสิ่งทอ เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้างการผลิตตั้งแต่อุตสาหกรรมขั้นต้นต่อเนื่องไปจนถึงขั้นปลายที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศจำนวนมากและสามารถสร้างแรงงานจำนวนมาก อุตสาหกรรมสิ่งทอได้ผลิตสินค้าหลายชนิด หลายประเภทต่อให้อุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ด้านการเกษตร การแพทย์ ยานยนต์ เป็นต้น แต่ที่เห็นได้ชัดและรู้จักกันดี คือ อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ทั้งนี้เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตซึ่งในปัจจุบันนอกจากคุณสมบัติพื้นฐานทั่วไปแล้ว กลุ่มผู้บริโภคเริ่มมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะที่พิเศษมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น

2.1 โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรม

2.1.1 อุตสาหกรรมขั้นต้น (Upstream)

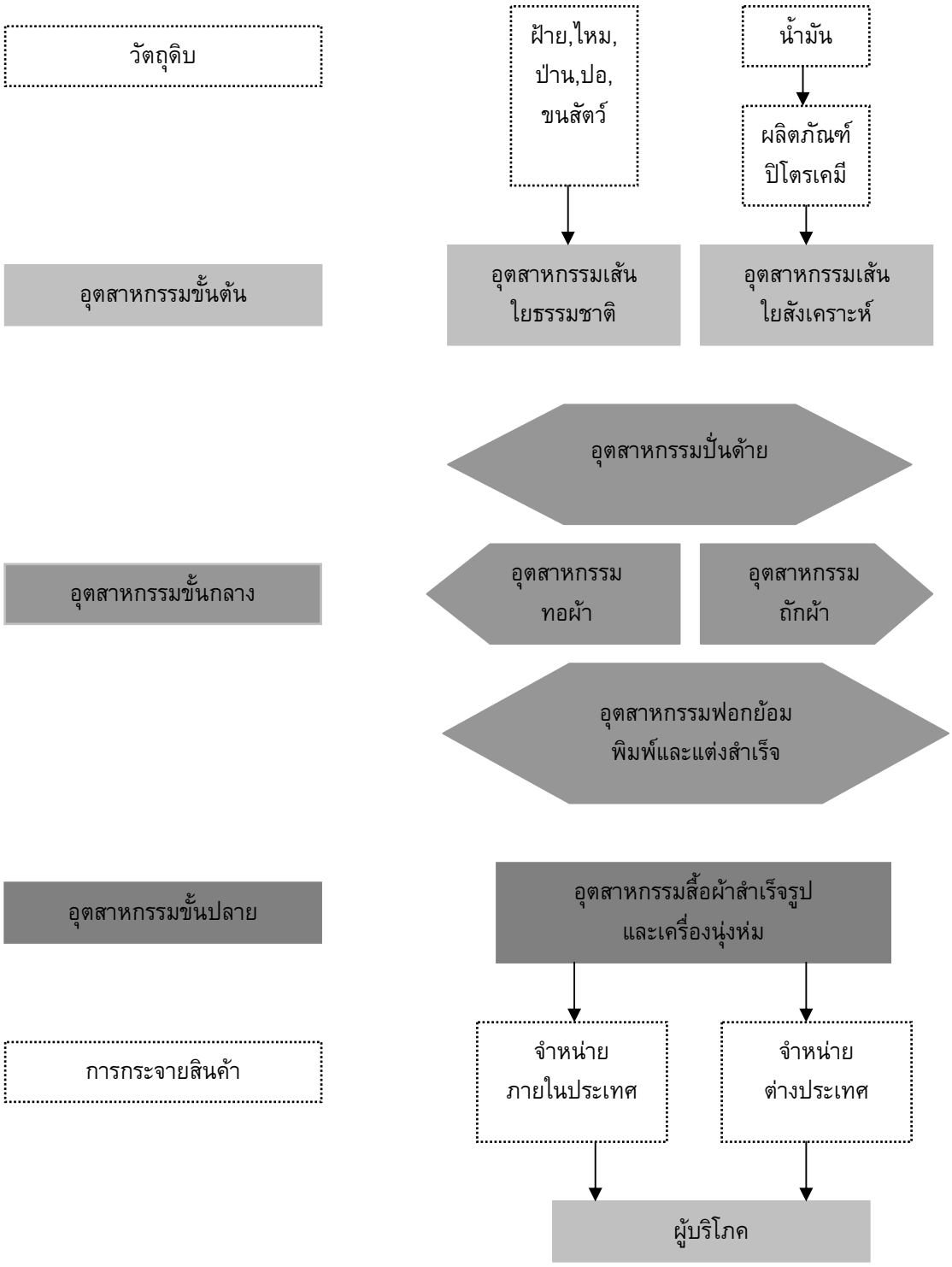
เป็นอุตสาหกรรมเริ่มแรกของโครงสร้าง ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลัก 2 ประเภท ได้แก่ เส้นใยธรรมชาติ และเส้นใยประดิษฐ์ การผลิตในอุตสาหกรรมขั้นนี้มีลักษณะการผลิตที่ต้องใช้ทุนเข้มข้น (Capital Intensive) กล่าวคือ มีการใช้ทุนและเทคโนโลยีที่สูงมาก ในขณะที่มีการใช้แรงงาน จำนวนน้อย ลักษณะของโรงงานจะต้องเป็นโรงงานขนาดใหญ่ เพื่อก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economics of Scale) ผลผลิตในอุตสาหกรรมนี้จะนำไปใช้ต่อในอุตสาหกรรมขั้นกลาง

2.1.2 อุตสาหกรรมขั้นกลาง (Midstream)

กระบวนการผลิตประกอบด้วย การปั่นด้าย การทอผ้า การถักผ้า การฟอก ย้อม พิมพ์ และการแต่งสำเร็จ ซึ่งต้องอาศัยวัตถุดิบจากอุตสหกรรมสิ่งทอขั้นต้นมาผ่านกระบวนการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์เส้นด้าย และผ้าผืน เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินทุนและเทคโนโลยีสูงและเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงเร็วมาก ผลผลิตที่ได้จะนำไปใช้ในการผลิตในอุตสาหกรรมขั้นปลายต่อไป

2.1.3. อุตสาหกรรมขั้นปลาย (Downstream)

คือขบวนการผลิตขั้นสุดท้ายของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มประกอบด้วยการผลิตเครื่องนุ่งห่ม และสิ่งทอประเภทอื่นๆ เช่น พรม ผลิตภัณฑ์ป่านและปอ เป็นต้น แต่สินค้าที่สำคัญและมีบทบาทในการค้าโลกมากที่สุดก็คือ เสื้อผ้าสำเร็จรูป การผลิตในอุตสาหกรรมขั้นนี้จะมีความแตกต่างจากการผลิตในอุตสาหกรรมขั้นต้นและขั้นกลาง เพราะลักษณะการผลิตโดยส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตที่ต้องใช้แรงงานอย่างเข้มข้น (Labor Intensive) โดยเฉพาะเสื้อผ้าสำเร็จรูป ลักษณะการผลิตนี้เองที่ทำให้อุตสาหกรรมขั้นนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาของหลายๆ ประเทศทั่วโลกในแง่ของการสร้างงาน ผลผลิตจากอุตสาหกรรรมนี้จะจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคต่อไป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550)

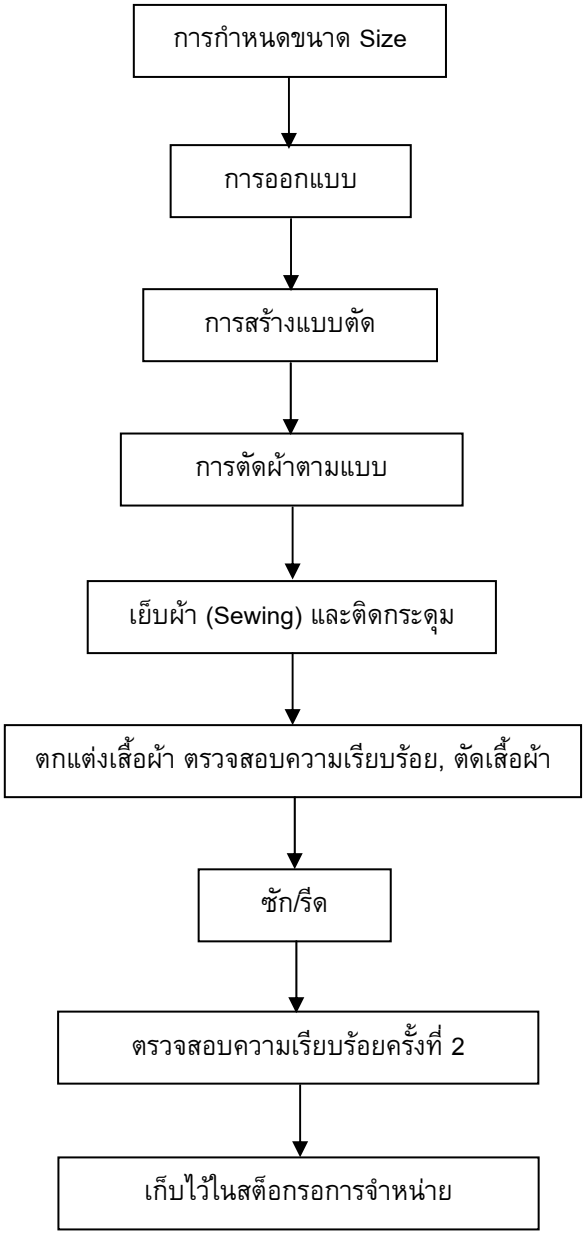


ภาพประกอบ 5 โครงสร้างอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Online)

2. การผลิต

การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีกระบวนการผลิตที่คล้ายกันไม่ว่าจะผลิตเสื้อ กางเกง และกระโปรง เช่น ขั้นตอนการเตรียมผ้าที่จะตัด กระบวนการตัด การตรวจสอบ ส่วนที่แตกต่างกัน คือ วัสดุที่นำมาใช้ประกอบของแต่ละผลิตภัณฑ์

กระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป มีดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 6 กระบวนการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป

3. การบริโภค

ในปี 2544 มีปริมาณการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม 260,700 ตัน โดยแบ่งเป็นเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าทอ 183,800 ตัน และเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าถัก 76,900 ตัน มีปริมาณการบริโภคทั้งหมดลดลง 14,100 ตัน หรือลดลงร้อยละ 5.1 เมื่อเทียบกับปี 2538 โดยในช่วงปี 2539-2541 มีปริมาณการบริโภคที่ลดลง เนื่องจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และกลับมามีการบริโภคที่เพิ่มขึ้นในปี 2542

ตาราง 6 ปริมาณการผลิตและการบริโภคของเครื่องนุ่งห่ม

	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544
ปริมาณการผลิต (1,000 ตัน)							
เครื่องนุ่งห่ม (ผ้าทอ)	285.5	268.3	250.0	223.3	230.1	264.2	264.3
เครื่องนุ่งห่ม (ผ้าถัก)	173.8	163.1	158.8	151.0	157.8	177.2	182.3
ปริมาณการผลิตทั้งหมด	459.3	431.4	408.8	374.3	387.9	441.4	446.6
อัตราการเพิ่ม (ร้อยละต่อปี)	(0.5)	(-6.1)	(-5.2)	(-8.4)	(3.6)	(13.8)	(1.2)
ปริมาณการบริโภค (1,000 ตัน)							
เครื่องนุ่งห่ม (ผ้าทอ)	184.5	196.8	184.1	153.3	162.0	187.7	183.8
เครื่องนุ่งห่ม (ผ้าถัก)	90.3	86.4	79.9	61.8	60.2	74.3	76.9
ปริมาณการบริโภคทั้งหมด	274.8	283.2	264.0	215.1	222.2	262.0	260.7
อัตราการเพิ่ม (ร้อยละต่อปี)	(10.9)	(3.1)	(-6.8)	(-18.5)	(3.3)	(17.9)	(-0.5)

ที่มา : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.4. จำนวนโรงงาน การจ้างงาน และเครื่องจักร

2.4.1.จำนวนโรงงาน

โดยทั่วไปอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง กล่าวคือ โรงงานขนาดเล็ก ที่มีเครื่องเย็บผ้าเพียงไม่กี่เครื่องก็สามารถเปิดดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มได้ ทำให้อุตสาหกรรมนี้ประกอบไปด้วยโรงงานขนาดเล็กจำนวนมาก ในขณะที่โรงงานขนาดใหญ่มีอยู่เพียงไม่กี่แห่ง จึงทำให้จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มมีจำนวนโรงงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.6 ของจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งหมด จากข้อมูลจำนวนโรงงานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม ระหว่างปี 2535-2544 พบว่า ในปี 2544 มีจำนวนโรงงาน

2,641 โรงงาน ซึ่งมีจำนวนโรงงานลดลง 365 โรงงาน เมื่อเทียบกับปี 2538 โดยระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเพิ่มขึ้นในช่วงปี 2535-2538 ต่อมาในช่วงปี 2539-2542 มีจำนวนโรงงานลดลง เนื่องจากต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ทำให้โรงงานใต้องปิดกิจการลง ดังแสดงในตาราง 7

2.4.2 การจ้างงาน

อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยแรงงานอย่างมาก โดยมีอัตราการจ้างงานที่สุดเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมสิ่งทอประเภทอื่น คือ มีอัตราการจ้างงานร้อยละ 77.8 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งหมด ซึ่งในระยะเวลาที่ผ่านมามีการจ้างงานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปี 2534-2538 จากนั้นภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ทำให้โรงงานหลายแห่งต้องปิดกิจการลง ส่งผลให้การจ้างงานลดลงตั้งแต่ปี 2539-2542 ส่วนในปี 2544 มีการจ้างงานจำนวน 840,460 คน

ตาราง 7 จำนวนโรงงานและการจ้างงานของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม

(มูลค่า : พันล้านบาท, ปริมาณ : พันตัน)

	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544
โรงงานเครื่องนุ่งห่ม (แห่ง)	2,211	2,530	2,787	3,006	2,890	2,854	2,742	2,666	2,672	2,641
อัตราเพิ่ม (ร้อยละต่อปี)	(9.0)	(14.4)	(10.2)	(7.9)	(-3.9)	(-1.2)	(-4.0)	(-2.8)	(0.2)	(-1.2)
การจ้างงาน (คน)	827,330	846,470	862,500	877,040	862,120	857,830	849,570	843,030	843,200	840,460
อัตราเพิ่ม (ร้อยละต่อปี)	(1.7)	(2.3)	(1.9)	(1.7)	(-1.7)	(-0.5)	(-1.0)	(-0.8)	(0.02)	(-0.3)

ที่มา : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.4.3 เครื่องจักร

เครื่องจักรที่ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทย ก็คือ จักรเย็บผ้า ปัจจุบันบางโรงงานได้นำเอาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาผลิต เช่น คอมพิวเตอร์ ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ช่วยการออกแบบ CAD (Computer Aided Design) เครื่องตัดผ้า CAS (Computer Cutter System) เครื่องปูผ้าอัตโนมัติ (Computer Spreader System) และ CAM (Computer Aided Manufacturing) เพื่อช่วยในการผลิต แต่การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ดังกล่าวมาช่วยในการผลิตยังอยู่ในระยะเริ่มต้นเท่านั้น จากข้อมูลจำนวนเครื่องจักรเย็บผ้า ระหว่างปี 2535-2544 พบว่าในปี 2538 มีจำนวนเครื่องจักรเย็บผ้ามากที่สุด 779,396 เครื่อง ต่อมาเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้มีจำนวนเครื่องจักรเย็บผ้าลดลง ในปี 2539-2542 โดยในปี 2544 มีจำนวนเครื่องจักรเย็บผ้า 757,307 เครื่อง ลดลงร้อยละ 0.3 จากปี 2543

ตาราง 8 จำนวนเครื่องจักรเย็บผ้า

	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544
จำนวนจักรเย็บผ้า (เครื่อง)	745,343	764,229	771,495	779,396	773,828	772,128	764,618	759,012	759,438	757,307
อัตราเพิ่ม (ร้อยละต่อปี)	(1.7)	(2.5)	(1.0)	(1.0)	(-0.7)	(-0.2)	(-1.0)	(-0.7)	(0.1)	(-0.3)

ที่มา : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.5. การนำเข้าและส่งออก

2.5.1. การนำเข้า

เครื่องนุ่งห่มในประเทศไทย ในปี 2544 มีปริมาณการนำเข้า 5,820 ตัน คิดเป็นมูลค่า 3,880 ล้านบาท แบ่งเป็นเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าทอ 1,420 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,090 ล้านบาท และเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าถัก 4,400 ตัน คิดเป็นมูลค่า 2,790 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1,890 ตัน คิดเป็นมูลค่า 1,100 ล้านบาท เมื่อเทียบกับปี 2540 ในระยะเวลาที่ผ่านมามีปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้น และลดลงตามภาวะเศรษฐกิจ ดังแสดงไว้ในตาราง 9

ตาราง 9 ปริมาณและมูลค่าการนำเข้าเครื่องนุ่งห่ม

(มูลค่า: พันล้านบาท, ปริมาณ: พันตัน)

	2540		2541		2542		2543		2544	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ทำจากผ้าทอ	0.76	1.00	0.40	0.60	0.42	0.49	0.77	0.89	1.42	1.09
ทำจากผ้าถัก	3.17	1.77	1.87	1.37	2.10	1.86	3.88	2.51	4.40	2.79

ที่มา : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

จากข้อมูลตลาดนำเข้าเครื่องนุ่งห่มของไทยตาราง 10 พบว่า ประเทศไทยมีการนำเข้าเครื่องนุ่งห่ม จากจีนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ฮ่องกง และอิตาลี โดยในปี 2544 มีมูลค่าการนำเข้า 2,714.3, 421.8 และ 114.8 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69.97, 10.87 และ 2.96 ของมูลค่านำเข้าเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด ตามลำดับ

ตาราง 10 ตลาดนำเข้าเครื่องนุ่งห่มของไทย

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)			สัดส่วน (%)		
	2542	2543	2544	2542	2543	2544
1. จีน	1,625.5	2,246.5	2,714.3	69.06	66.10	69.97
2. ฮ่องกง	291.5	508.6	421.8	12.38	14.97	10.87
3. อิตาลี	73.7	123.2	114.8	3.13	3.63	2.96
4. สหราชอาณาจักร	17.4	85.1	77.3	0.74	2.50	1.99
5. ฝรั่งเศส	41.0	76.3	66.7	1.74	2.25	1.72
6. อื่นๆ	304.7	358.7	484.3	13.0	10.6	12.48
รวม	2,353.8	3,398.4	3,879.2	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.5.2 การส่งออก

เครื่องนุ่งห่มมีสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 67 ของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอไทยทั้งหมด โดยในปี 2544 มีปริมาณการส่งออก 191,760 ตัน คิดเป็นมูลค่า 136,870 ล้านบาท แบ่งเป็นเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าทอ 81,970 ตัน คิดเป็นมูลค่า 65,410 ล้านบาท และเครื่องนุ่งห่มที่ทำจากผ้าถัก 109,790 ตัน คิดเป็นมูลค่า 71,460 ล้านบาท จากข้อมูลตาราง 11

ตาราง 11 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกเครื่องนุ่งห่ม

(มูลค่า: พันล้านบาท, ปริมาณ: พันตัน)

	2540		2541		2542		2543		2544	
	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า	ปริมาณ	มูลค่า
ทำจากผ้าทอ	66.68	50.14	70.35	59.79	68.67	53.16	77.28	62.25	81.97	65.41
ทำจากผ้าถัก	82.08	49.69	91.07	67.25	99.75	61.41	106.74	68.27	109.79	71.46
รวม	148.76	99.83	161.42	127.04	168.42	114.57	184.02	130.52	191.76	136.87

ที่มา : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ตลาดส่งออกเครื่องนุ่งห่มที่สำคัญของไทย ตาราง 12 คือ สหรัฐอเมริกา รองลงมาได้แก่ สหภาพยุโรป และญี่ปุ่น โดยในปี 2544 มีมูลค่าการส่งออก 76,171.5, 28,980.9 และ 8,296.3 ล้านบาท ตามลำดับ หรือคิดเป็นร้อยละ 55.65, 21.17 และ 6.06 ของมูลค่าส่งออกเครื่องนุ่งห่มทั้งหมด

ตาราง 12 ตลาดส่งออกเครื่องนุ่งห่มของไทย

ประเทศ	มูลค่า (ล้านบาท)			สัดส่วน (%)		
	2542	2543	2544	2542	2543	2544
1. สหรัฐอเมริกา	59,212.6	70,787.4	76,171.5	51.68	54.23	55.65
2. สหภาพยุโรป	8,326.0	8,172.8	28,980.9	7.27	6.26	21.17
3. ญี่ปุ่น	5,770.9	6,812.3	8,296.3	5.04	5.22	6.06
4. เอเชียตะวันออกกลาง	5,045.2	5,185.0	5,908.0	4.4	3.97	4.32
5. แอฟริกา	4,475.1	4,658.6	3,472.2	3.91	3.57	2.54
6. อื่นๆ	31,738.5	34,912.3	14,048.7	27.7	26.75	10.26
รวม	114,568.3	130,528.4	136,877.6	100.0	100.0	100.0

ที่มา : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

2.6 การตลาด

ตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มแบ่ง 2 ประเภท คือ (1) ตลาดในประเทศ และ (2) ตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ ตลาดทั้งสองประเภทดังกล่าวยังสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับคือ ตลาดระดับบน ระดับกลาง และระดับล่าง

2.6.1 ตลาดในประเทศ

ตลาดในประเทศระดับบนและกลางส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ซื้อลิขสิทธิ์ กลุ่มผู้สร้างแบรนด์เนมของตัวเอง และกลุ่มผู้นำเข้าโดยตรงจากต่างประเทศ เนื่องจากกำลังการซื้อของคนไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา และการลดภาษีนำเข้าเครื่องนุ่งห่มตามข้อตกลงอาฟต้า และองค์การการค้าโลก ทำให้พฤติกรรมการบริโภค และรสนิยมการใช้เสื้อผ้าของคนไทยมีความเป็นสากลมากขึ้น โดยคำนึงถึงคุณภาพ และเน้นการออกแบบมากขึ้น ทำให้ตลาดระดับนี้มีศักยภาพในการขยายตัวสูง แต่จากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวในปัจจุบัน และมาตรการปล่อยค่าเงินบาทลอยตัว ทำให้เสื้อผ้าสำเร็จรูประดับบนและกลางที่นำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูงขึ้นมากกว่าร้อยละ 20 อีกทั้งจากการที่ไทยรับเงื่อนไขจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ทำให้ทางภาครัฐต้องปรับเพิ่มอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มจากร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 10 รวมทั้งปล่อยให้ราคาสาธารณูปโภคมีการปรับตัวตามต้นทุนการผลิตที่แท้จริง จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านภาษี ด้านสาธารณูปโภค และวัตถุดิบต่างๆ

เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งผลกระทบที่ตามมาจากมาตรการเหล่านี้คือ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ในขณะที่ภาวะเงินเฟ้อก็มีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้รายได้ที่แท้จริงของประชาชนลดลง

ตลาดระดับล่าง ส่วนใหญ่จะเป็นการเลียนแบบจากตลาดระดับบนและกลาง ตลาดระดับนี้มีมูลค่าตลาดสูง และมีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นรายย่อย และมีจำนวนมาก ทำให้ภาวะการแข่งขันในตลาดสูง โดยเฉพาะการแข่งขันทางด้านราคา อีกทั้งปัจจุบันมีเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศศรีลังกา จีน และอินเดีย เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดในไทยมากขึ้น โดยอาศัยความได้เปรียบด้านราคา ทำให้เสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยประสบปัญหา ทั้งด้านการแข่งขัน และต้นทุนการผลิตที่สูง ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับเสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาถูกจากต่างประเทศได้ กอปรกับมีมาตรการปล่อยค่าเงินลอยตัว และผลจากการที่ไทยรับเงื่อนไขของ IMF นับเป็นปัจจัยลบต่อการเจริญเติบโตของตลาดนี้เพิ่มมากขึ้น ตลาดเสื้อผ้าระดับล่างจึงมีแนวโน้มชะลอตัวลงร้อยละ 7-10 ต่อปีอย่างต่อเนื่อง

1.6.2 ตลาดต่างประเทศ

จากตลาดแต่ละประเภทของตลาดภายในประเทศ การส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศสามารถแบ่งลักษณะเช่นเดียวกับตลาดในประเทศ โดยตลาดระดับบนและกลางความต้องการเสื้อผ้าในตลาดระดับนี้มีอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งตลาดส่งออกส่วนใหญ่ของไทย คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา แคนนาดา และกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป ซึ่งประเทศเหล่านี้เป็นตลาดในโควตา ส่วนตลาดนอกโควตา คือ ประเทศญี่ปุ่น ข้อได้เปรียบของประเทศไทย คือ มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำสำหรับการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูประดับบนและกลาง ดังนั้น ผู้ผลิตจึงควรมีการปรับตัว ทั้งทางด้านคุณภาพ การออกแบบ และการสร้างความหลากหลายของสินค้า รวมทั้งทำการตลาดในเชิงรุกมากขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการผลิตและส่งมอบสินค้าได้ตรงความต้องการของผู้สั่งด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้พร้อมรับกับข้อตกลงขององค์การการค้าโลกตามนโยบายการค้าเสรี ส่วนนโยบายปล่อยค่าเงินบาทลอยตัว และมาตรการรักษาเสถียรภาพค่าเงินบาทของ IMF นั้นส่งผลกระทบทางด้านบวกต่อตลาดระดับนี้ เนื่องจากทำให้สินค้ามีราคาถูกลงโดยเปรียบเทียบ

กรณีตลาดระดับล่างนั้น ปัจจุบันประสบปัญหาการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก เนื่องจากมีประเทศคู่แข่งมากขึ้น อีกทั้งปัญหาต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น จีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม ซึ่งประเทศเหล่านี้มีต้นทุนการผลิตโดยเฉพาะค่าแรงงานที่ต่ำกว่าไทยประมาณ 3 เท่า ซึ่งตลาดระดับนี้เน้นการแข่งขันด้านราคามากกว่าคุณภาพ ทำให้ไทยไม่สามารถแข่งขันกับประเทศเหล่านี้ได้ ดังนั้น มาตรการปล่อยค่าเงินบาทลอยตัว และผลจากการที่ไทยรับเงื่อนไขของ IMF จึงมีผลกระทบด้านบวกเพียงเล็กน้อยต่อตลาดส่งออกระดับนี้ เนื่องจากไทยมีความเสียเปรียบทางด้านความสามารถในการแข่งขันกับประเทศคู่แข่งอยู่แล้ว การส่งออกของตลาดในระดับล่างจึงมีแนวโน้มลดลงในอัตราร้อยละ 5-10 เพราะฉะนั้น ในระยะ 3 ปีข้างหน้า การที่อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของไทยยังต้องการรักษาตลาดระดับล่างนี้ไว้ คงต้องพิจารณาถึงการย้ายฐานการผลิตไปยังแหล่งที่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตด้วย

3. อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของเวียดนาม

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของเวียดนามขยายตัวอย่างรวดเร็ว จนกลายเป็นสินค้าส่งออกสำคัญอันดับ 2 รองจากน้ำมันดิบ มูลค่าส่งออกปีละกว่า 5 พันล้านเหรียญสหรัฐ การที่เวียดนามเข้าเป็นสมาชิกอาเซียนในปี 2538 ทำให้เวียดนามต้องลดภาษีนำเข้าเหลือร้อยละ 0-5 ภายในปี 2549 (แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของเวียดนามภายในปี 2558 และวิสัยทัศน์ปี 2563, กรมส่งเสริมการส่งออก)

3.1 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ

1. น้ำมัน

เวียดนามเป็นประเทศผู้ผลิตและผู้ส่งออกน้ำมันดิบรายสำคัญของภูมิภาค โดยส่งออกเกือบทั้งหมด เพราะเวียดนามไม่มีโรงกลั่นน้ำมันในประเทศ และนำเข้าน้ำมันสำเร็จรูปและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมอื่นๆ จากต่างประเทศทั้งนี้เวียดนามมีส่วนแบ่งตลาด 0.48 % ของตลาดโลก และเป็นผู้ผลิตที่ใหญ่เป็นอันดับที่ 34 ของโลกเช่นกัน บริษัทผู้ผลิตรายสำคัญที่ซื้อน้ำมันดิบของเวียดนามได้แก่ BP, Shell, Exon Mobil, Chevron, China Oil, Sinopec, Sojitz และ Mitsubishi

2. สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม

จากการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างจริงจัง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ ซึ่งทำให้มีการลงทุนปรับปรุงโรงงานเก่าที่ล้าสมัยและการเพิ่มกำลังผลิตของโรงงานใหม่ ข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างเวียดนามกับสหรัฐฯ ทำให้เวียดนามสามารถส่งออกสิ่งทอและผลิตภัณฑ์ไปสหรัฐฯ ได้สูงอย่างน่าสังเกตโดยสหรัฐฯ จนกลายเป็นตลาดสำคัญอันดับ 1 มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 50 ของมูลค่าการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มรวมของเวียดนาม

3. รองเท้าและเครื่องหนัง

อุตสาหกรรมรองเท้าและเครื่องหนังของเวียดนามขยายตัวอย่างรวดเร็วจนปัจจุบันกลายเป็นผู้ส่งออกสำคัญอันดับ 4 ของโลก รองจาก จีน ฮ่องกง และอิตาลี แต่โรงงานที่ส่งออกส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างผลิตให้บริษัทต่างชาติ และใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงที่นำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด รวมถึงการออกแบบ เทคโนโลยี และการหาตลาด อุตสาหกรรมนี้จึงยังต้องการการพัฒนาอีกมาก โดยเฉพาะเมื่อคำนึงถึงคู่แข่งอย่างจีน ซึ่งมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าเวียดนาม

4. การแปรรูปสัตว์น้ำ

ภาคการประมงนับเป็นสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญของเวียดนามและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งเวียดนามมีชายฝั่งทะเลยาวกว่า 3,260 กิโลเมตร และแหล่งน้ำจืดในประเทศ มีพันธุ์ปลากว่า 2,000 ชนิด และประมาณ 100 ชนิดที่มีปริมาณมากพอในการผลิตเชิงพาณิชย์ ข้อมูลจากสถาบันการวางผังและการออกแบบด้านการเกษตรของ กระทรวงการเกษตรและพัฒนาชนบท

เวียดนาม ปี 2546 พื้นที่ในการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำของเวียดนามเพิ่มขึ้น 312,864 เฮ็กตาร์ (โดยการนำพื้นที่ซึ่งปลูกข้าวได้ผลน้อย และพื้นที่ชายฝั่งทะเลที่น้ำนิ่ง หรือพื้นหาดทรายริมบริเวณน้ำนิ่ง มาใช้ในการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เช่น กุ้ง กั้ง กุ้งมังกร ปลาน้ำจืด เป๋าฮื้อ ปูทะเล ปูม้า และปลาทะเลบางชนิด)

5. การแปรรูปผักผลไม้

เวียดนามมีผลผลิตทางการเกษตรทางด้าน พืชผัก ผลไม้ สัตว์น้ำ ชา กาแฟ เป็นจำนวนมาก แต่กระบวน การผลิตเก็บเกี่ยว และการแปรรูป ยังไม่ได้มาตรฐาน รวมถึงการบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้อาจครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ปุ๋ยชีวภาพ อาหารสัตว์ ห้องเย็น เครื่องปรุงรส บรรจุภัณฑ์ ชิ้นส่วนอุปกรณ์ที่ใช้ในโรงงาน ไร่นา เพื่อการจับสัตว์น้ำ เป็นต้น ดังนั้น การแปรรูปผักและผลไม้เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพแก่นักลงทุนต่างชาติ

6. การผลิตรถจักรยานยนต์

รถจักรยานยนต์ในเวียดนามมีการพัฒนาขึ้นมาอย่างซับซ้อน ซึ่งในแต่ละช่วงของการพัฒนาทำให้ผู้บริโภคชาวเวียดนามมีความรู้ และประสบการณ์เกี่ยวกับรถจักรยานยนต์มากยิ่งขึ้น ในตลาดรถจักรยานยนต์ของเวียดนามมีรถจักรยานยนต์มากมายหลายยี่ห้อ ซึ่งมีที่มาอย่างหลากหลาย อีกทั้งระดับคุณภาพก็แตกต่างเช่นกัน ทำให้ผู้บริโภคชาวเวียดนามมีทางเลือกอย่างมากมายในการซื้อรถจักรยานยนต์

ในปัจจุบันเวียดนามมีการซื้อรถจักรยานยนต์ต่อปีประมาณ 2 ล้านคัน ซึ่งในปี 2553 อัตราการซื้อรถจักรยานยนต์จากการพยากรณ์จะอยู่ที่ประมาณ1.5 – 1.8 ล้านคันต่อปี จากการที่เวียดนามเข้าร่วมกับ WTO เวียดนามจะต้องเปิดตลาดอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์ โดยเฉพาะในส่วนของรถจักรยานยนต์ที่มีเครื่องยนต์ตั้งแต่ 175cc ขึ้นไปจะได้รับการลดภาษีเหลือเพียง 40% เป็นระยะเวลา 8 ปี นี้เป็นโอกาสที่ดีแก่นักธุรกิจต่างชาติ โดยเฉพาะนักธุรกิจไทย

3.2 ภาวะการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอของเวียดนาม

อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าของเวียดนามมีผู้ผลิตประมาณ 2,500 บริษัท ซึ่งในจำนวนนี้มากกว่า 70% ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในนครโฮจิมินห์ และมีกระจายอยู่ในจังหวัดรอบๆ นครโฮจิมินห์ เช่น ลองอาน (Long An) ต่องนาย (Dong Nai) บิ่นเยือง (Binh Duong) อีกประมาณ 20% ตั้งอยู่ทางตอนเหนือโดยมีฮานอยเป็นหลัก และส่วนที่เหลือกระจายอยู่ทางภาคกลางของประเทศ

จำนวนคนงานในสาขาสิ่งทอของเวียดนามมีประมาณ 2.2 ล้านคน (ไม่นับรวมแรงงานที่ปลูกฝ้ายและปลูกหม่อนเลี้ยงไหม) ซึ่งในจำนวนนี้ทำงานในนิคมอุตสาหกรรมประมาณ 1ล้านคน

การผลิตผ้าผืนยังมีคุณภาพต่ำและไม่คงที่ ไม่ความสม่ำเสมอของสีและความทนของสีของผ้ายอมส่วนใหญ่จะจำหน่ายตลาดภายในประเทศ

การผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่วนใหญ่ประมาณ 90% เป็นแบบรับจ้างผลิต ซึ่งต้องพึ่งพาคำสั่งซื้อจากต่างประเทศอย่างมาก และมีสัดส่วนในการใช้วัสดุดิบภายในประเทศเพียง 35 %

อุตสาหกรรมสิ่งทอของเวียดนามกำลังพัฒนาเป็นลำดับและพยายามสร้างระบบมาตรฐานด้านการทอให้ดีขึ้น แต่ยังไม่สามารถสนองความต้องการในประเทศได้ ปัญหาที่เผชิญขณะนี้ คือ การขาดแคลนแรงงานที่ได้รับการอบรมแล้ว ขาดประสบการด้านการบริหาร ขาดข้อมูลการตลาด และยังไม่มีความสามารถในการออกแบบผลิตภัณฑ์

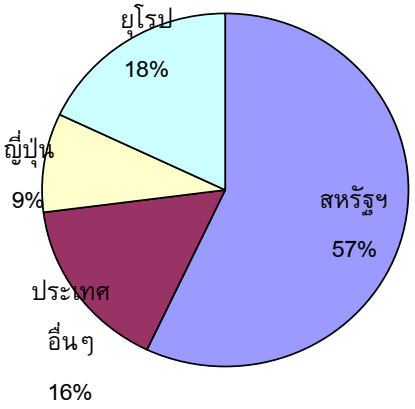
ตาราง 13 ประเภทสิ่งทอและปริมาณการผลิตของประเทศเวียดนาม ระหว่างปี 2538 – 2541

	หน่วย	2538	2539	2540	2541
เส้นใย	ตัน	59,222	65,390	67,540	71,172
ไหมพรม	ตัน	1,165	1,585	1,696	1,600
ผ้าไหม	ล้านเมตร	263	285	299	317
ผ้าใบ	ล้านชิ้น	2,058	2,269	2,484	2,600
ผ้าเช็ดหน้า-ผ้าขนหนู	ล้านชิ้น	276	278	385	405
เสื้อผ้าสำเร็จรูป	ล้านชิ้น	172	207	302	290
เสื้อผ้ายืด	ล้านชิ้น	30.18	25.25	25.09	29.11

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

การส่งออก

นับตั้งแต่ปี 2548 เสื้อผ้าและสิ่งทอของเวียดนามสามารถเข้าสู่ตลาดสำคัญอย่างสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปได้โดยไม่มีข้อจำกัดด้านโควตา เนื่องจากการยกเลิกโควตาสิ่งทอขององค์การการค้าโลกหรือ WTO ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นมา ทำให้การส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทองของเวียดนามขยายตัวอย่างมากและต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยปีละ 20%



ภาพประกอบ 7 ส่วนแบ่งตลาดการส่งทอสิ่งทอและเสื้อผ้าของเวียดนาม ปี 2550
ที่มา : แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของเวียดนามภายในปี 2558 และวิสัยทัศน์ปี 2563, กรมส่งเสริมการส่งออกประเทศไทย

สหัฐอเมริกาเป็นตลาดที่รองรับการส่งออกสิ่งทอ และเสื้อผ้าของเวียดนามที่สำคัญเป็นอันดับ1 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 57% ของการส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าของเวียดนาม รองลงมาคือสหภาพยุโรปและญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วน 18% และ 9% ตามลำดับ จากการส่งออกสิ่งทอรวม 100 % ของประเทศเวียดนาม

การบริโภคในประเทศ

เมื่อมองการบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนาม 100 เปอร์เซ็น จะพบว่าการบริโภคเสื้อผ้าสำเร็จรูปของเวียดนาม 80 – 90 % เป็นการผลิตในเวียดนาม โดยค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มของเวียดนามเฉลี่ย 20 ดอลลาร์สหรัฐต่อคนต่อปี เนื่องจากมาตรฐานการครองชีพในเวียดนามยังค่อนข้างต่ำ เสื้อผ้าแฟชั่นและเสื้อผ้าเด็กจะมีการนำเข้าจากต่างประเทศนิยมใช้เฉพาะกลุ่มคนที่มีรายได้สูง (สถาบันพัฒนาสิ่งทอประเทศเวียดนาม 2550, Online)

การลงทุน

การลงทุนในเวียดนามในปี 2549 มีมูลค่ารวม 398.9 แสนล้านด่อง หรือประมาณ 2.493 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นการลงทุนจากภาครัฐของเวียดนาม ร้อยละ 50.1 เอกชน

ภายในประเทศเวียดนาม ร้อยละ 32.4 และการลงทุนจากต่างประเทศ ร้อยละ 16.3 สำหรับการลงทุนจากต่างประเทศในปี 2549 มีมูลค่ารวม 10.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสูงเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ที่ได้มีการออกกฎหมายส่งเสริมการลงทุนเมื่อปี 2530 โดยเป็นการลงทุนในโครงการใหม่ 7.83 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และการลงทุนเพิ่มของโครงการลงทุนในเวียดนาม 2.63 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีโครงการลงทุนจากต่างประเทศในเวียดนามทั้งสิ้น 6,813 โครงการ เงินลงทุนจดทะเบียน 60,473.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งใช้จ่ายเงินในการลงทุนแล้ว 28,783.28 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และประเทศที่ลงทุนในเวียดนามมาก 15 อันดับ ได้แก่ (1) ไต้หวัน (2) สิงคโปร์ (3) สาธารณรัฐเกาหลี (4) ญี่ปุ่น (5) ฮ่องกง (6) เกาะบริติชเวอร์จิน (7) เนเธอร์แลนด์ (8) ฝรั่งเศส (9) สหรัฐอเมริกา (10) มาเลเซีย (11) เกาะเคย์แมน (12) อังกฤษ (13)ไทย (14) จีน และ (15) เกาะซามัว

และเมื่อพิจารณาการลงทุนจากต่างประเทศเป็น 100 เปอร์เซ็น ซึ่ง 6 ประเทศที่เข้าไปลงทุนในเวียดนามมาก ได้แก่ ไต้หวัน สิงคโปร์ ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี และฮ่องกง มีมูลค่าการลงทุนรวมกันในเวียดนามเป็นสัดส่วน ร้อยละ 60.6 ของมูลค่าเงินลงทุนจดทะเบียนทั้งหมด และเป็นการลงทุนด้านอุตสาหกรรมและการก่อสร้างมากที่สุด ร้อยละ 67.5 และ ร้อยละ 62 ของมูลค่าเงินลงทุนจดทะเบียนทั้งหมด ทั้งนี้ การลงทุนจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นน่าจะเป็นผลจากการที่เวียดนามเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (World Trade Organization –WTO) และได้รับสถานะประเทศคู่ค้าปกติถาวร (Permanent Normal Trade Relations – PNTR) จากสหรัฐฯ รวมทั้งการยกเลิกโควต้าการส่งออกสินค้าจากสหภาพยุโรป นครโฮจิมินห์เป็นเมืองที่ได้รับการลงทุนจากต่างประเทศมากที่สุดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 23.4 ของเงินลงทุนจดทะเบียนทั้งหมด หรือ ร้อยละ 30.2 ของโครงการลงทุนจากต่างประเทศทั้งหมด รองลงไป คือ กรุงฮานอย ร้อยละ 16.7 ของเงินลงทุนจดทะเบียนทั้งหมด จังหวัดดองไนในภาคใต้ของเวียดนาม ร้อยละ 15 ของเงินลงทุนจดทะเบียนทั้งหมด และจังหวัดบาเรียหวุงเต่าในภาคใต้ของเวียดนามเช่นกัน ร้อยละ 10 ของเงินลงทุนจดทะเบียนทั้งหมด

การลงทุนจากต่างประเทศในเวียดนาม ซึ่งเป็นธุรกิจการลงทุนซึ่งต่างประเทศเป็นเจ้าของทั้งหมด (100-percent foreign-invested project) เป็นสัดส่วน ร้อยละ 76.1 ของโครงการลงทุนทั้งหมด และ ร้อยละ 58.1 ของเงินลงทุนจดทะเบียนทั้งหมด โดยในส่วนของไทยมีโครงการลงทุนรวมในเวียดนามนับถึงวันที่ 20 ธันวาคม 2549 จำนวน 142 โครงการ เงินทุนจดทะเบียน 1,335.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งใช้จ่ายเงินในการลงทุนแล้ว 816.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐ(สถาบันพัฒนาสิ่งทอประเทศเวียดนาม, Online)

4.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

เบลา บาราสา (Bela Balassa. 1989) ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศญี่ปุ่นกับสหรัฐอเมริกา ในการเปรียบเทียบระหว่างดัชนีการส่งออกและการส่งออกสุทธิของประเทศญี่ปุ่นจะเน้นการใช้ทุนมนุษย์เป็นหลัก และในช่วงปี 1967-1985 จะใช้แรงงานไร้ฝีมือ และทรัพยากรทางธรรมชาติ สำหรับสหรัฐอเมริกาเน้นทางด้านทรัพยากรในการผลิตและเน้นการวิจัยและพัฒนาเป็นอันดับหนึ่ง แต่สหรัฐอเมริกาไม่มีความได้เปรียบในปัจจัยแรงงานไร้ฝีมือ เมื่อพิจารณาในด้านความสัมพันธ์ของความได้เปรียบในทุนมนุษย์และการใช้ปัจจัยทุนมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยตลอดเวลา ในการตรวจสอบข้อมูลกลุ่มสินค้าที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (การใช้การวิจัยและพัฒนาในการผลิตสินค้า) โดยสรุปแล้วประเทศที่ใช้ทุนมนุษย์เป็นหลักจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นหรืออาจจะพิจารณาจากกลยุทธ์ทางการค้าและความแตกต่างในลักษณะของกิจกรรมในการวิจัยและพัฒนา ซึ่งจะนำไปปฏิบัติตามความแตกต่างของอุตสาหกรรม

ขอบเขตของรูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยการผลิตระหว่างสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจากปัจจัยทุนมนุษย์ โดยการเปลี่ยนแปลงของกำลังแรงงานและทุนมนุษย์ไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ในอดีต แต่ในอนาคตสามารถเคลื่อนย้ายปัจจัยทุนระหว่างประเทศและทำให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบหมดไป ดังนั้นในอนาคตรูปแบบของปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศก็คือไม่แน่นอน

อิสระพล คันศร (2534) ทำการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไปสหรัฐอเมริกา โดยศึกษาถึงโครงสร้างการผลิตและการส่งออกไปสหรัฐอเมริกา ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสินค้าไทยที่ส่งออกไปสหรัฐอเมริกา เพื่อให้เกิดการพัฒนาการส่งออกสินค้าไทยให้มีขีดความสามารถสูงขึ้น โดยศึกษาถึงสินค้า 26 ชนิด ซึ่งรวมทั้งการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปด้วย โดยใช้ข้อมูลเพื่อทำการศึกษาปี 2534-2541 พบว่า ด้านการผลิตภาคอุตสาหกรรมมีการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในด้านปัญหาการกีดกันทางการค้านั้นไม่มีผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกามากนัก ทั้งนี้เพราะว่ามีความสามารถในการปรับตัวเพื่อเผชิญปัญหาอย่างรวดเร็ว แต่ในอนาคตคาดว่าการกีดกันทางการค้าของสหรัฐอเมริกาจะขยายตัวและเข้มงวดมากขึ้น ในการวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา ใช้แนวคิดส่วนถือครองตลาดคงที่ (Constant Market Share : CMS) ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และส่วนถือครองตลาด (Market Share) โดยเปรียบเทียบกับผู้ส่งออกอื่นๆ ในการวิเคราะห์ส่วนถือครองตลาดคงที่ พบว่าการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกาทั้ง 26 ชนิด มีการขยายตัวของการส่งออกเพิ่มขึ้น 24 ชนิด และลดลง 2 ชนิด คือ ดีบุกและน้ำตาล ส่วนการศึกษาวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปรากฏว่า สินค้าไทยมีความได้เปรียบ

โดยเปรียบเทียบ 25 ชนิด ในจำนวนนี้สินค้าไทยมีแนวโน้มความได้เปรียบเพิ่มขึ้นถึง 24 ชนิด และสินค้าที่มีแนวโน้มความได้เปรียบลดลง 11 ชนิด ในการพิจารณาถึงส่วนแบ่งตลาดพบว่าสินค้า 22 ชนิด มีแนวโน้มของส่วนถือครองตลาดเพิ่มขึ้น ดังนั้นสรุปได้ว่าสินค้าส่วนใหญ่มีความสามารถทางการแข่งขันดีขึ้น และสามารถแข่งขันได้ดีกับประเทศอาเซียนด้วย

สุพินดา วะศินรัตน์ (2539) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและครื่องประดับของไทย โดยใช้การศึกษาวิเคราะห์ ซึ่งอยู่บนพื้นฐานทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage: RCA) และใช้การศึกษาวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model) ศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยระยะเวลาที่ทำการศึกษาอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2535 จากผลการศึกษาความได้เปรียบโดบเปรียบเทียบพบว่าไทยมีความสามารถในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้น แสดงว่าไทยมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในตลาดโลกได้ โดยตลาดที่ทำการศึกษาได้แก่ เบลเยี่ยม ฝรั่งเศส เยอรมัน ฮ่องกง อิสราเอล ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกา โดยประเทศไทยสามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้นในทุกตลาดยกเว้นในสหราชอาณาจักร และผลการศึกษาส่วนแบ่งการตลาดพบว่าเหตุปัจจัยที่ทำให้การส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาจากการขยายตัวของตลาดโลก (World Growth Effect), ผลจากความสามารถในการแข่งขัน (Pure Share of Competiveness Effect) และผลจากการปรับการส่งออกถูกหรือผิดทาง (Interaction Effect) นอกจากนี้ยังพบว่ามีปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยมีศักยภาพและขีดความสามารถมากขึ้นด้วย

วิยะดา บิ้งไชย (2549) ทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยระหว่างปี 2542 – 2546 โดยศึกษาสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการผลิต และการส่งออกตลอดจนถึงปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย รวมทั้งศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย ฟิลิปินส์และอินโดนีเซียในการนำเข้าสับปะรดกระป๋องของสหรัฐอเมริกา เยอรมันและญี่ปุ่นระหว่าง ปี 2542 – 2546 เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณาและค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA) จากผลการศึกษาพบว่า 1. การผลิตและการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยยังประสบปัญหาด้านการผลิตและการส่งออก คือ ปัญหาด้านวัตถุดิบ ได้แก่ ผลผลิต, ราคาและคุณภาพไม่แน่นอนรวมทั้งการเผชิญปัญหาการกีดกันทางการค้าของประเทศนำเข้าที่สำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกาทำให้มีแนวโน้มการส่งออกสับปะรดที่ลดลง 2.ความเปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยในตลาดส่งออกสหรัฐอเมริกา เยอรมัน และญี่ปุ่นเทียบกับฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียพบว่า 2.1 ในตลาดสหรัฐอเมริกา ไทยและฟิลิปินส์มีความ

ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนอินโดนีเซียมีแนวโน้มลดลง 2.2 .ในตลาดนำเข้าเยอรมัน ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงขณะที่ฟิลิปินส์และอินโดนีเซียมีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น 2.3 ในตลาดญี่ปุ่น ไทย ฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียต่างก็มีแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลง

ยุพดี เมธามนตรี (2550) ทำการศึกษาการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่งประดับของไทยไปสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับระหว่างไทย จีน และอินเดียไปสหรัฐอเมริกา โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) และศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกของสินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปสหรัฐและปัจจัยที่เป็นที่มาของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกในสินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จากการศึกษาพบว่าแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ไทยเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าประเภท ไข่มุก และเพชร มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าประเภท พลอย อัญมณีสังเคราะห์ เครื่องประดับเงิน เครื่องประดับทองและแพลตินัม และเครื่องประดับเทียม แต่แนวโน้มของค่าความได้เปรียบที่ปรากฏนั้นเป็นไปในทิศทางที่ลดลง ซึ่งต่างจากคู่แข่ง ได้แก่ จีนและอินเดีย และจากผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทยไปสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี 2542-2548 พบว่า สินค้าที่มีเปอร์เซ็นต์ของการเปลี่ยนแปลงลดลง ได้แก่ ไข่มุก และสินค้าที่มีเปอร์เซ็นการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ได้แก่ เพชร เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับทองและแพลตินัม และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากที่สุดได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันของไทยในสหรัฐอเมริกา รองลงมาได้แก่ การขยายตัวในการนำเข้าสินค้าของสหรัฐอเมริกาและการขยายตัวของสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ

วิรัญญา วิวัฒนะชัยแสง(2550) ทำการศึกษาการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปสหรัฐอเมริกา กรณีศึกษา เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปี 2544-2548 โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) เปรียบเทียบการส่งออกสินค้าสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยและอินโดนีเซียไปยังสหรัฐอเมริกา จากการศึกษาพบว่า ค่า RCA ของทั้งสองประเทศมีค่ามากกว่า 1 ซึ่งไทยและอินโดนีเซีย ต่างมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกาแต่อินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่าไทย

4.2 แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Competitive Advantage)

นฤมล คงน้อย (2540) ศึกษาเรื่องความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage) ของ Micheal E. Porter ในการวิเคราะห์โดยพิจารณาถึงบ่อเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมของเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยดังนี้

1.ปัจจัยการผลิตในประเทศ พิจารณาถึงความอุดมสมบูรณ์ของปัจจัยการผลิตระดับราคาของปัจจัยการผลิต โดยวิเคราะห์จากโครงสร้างต้นทุนการผลิต

2.ความต้องการภายในประเทศ ได้ศึกษาโดยวิเคราะห์ระดับคุณภาพของเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ประชาชนภายในประเทศมีความต้องการใช้ จากการเปรียบเทียบระหว่างดัชนีผู้บริโภคประเภทสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปกับดัชนีราคาผู้บริโภคสินค้ารวม รวมถึงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับราคาเสื้อผ้าสำเร็จรูปนำเข้า (C.I.F) กับราคาเสื้อผ้าสำเร็จรูปส่งออก (F.O.B) เพื่อดูคุณภาพเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เป็นที่ต้องการภายในประเทศ

3.อุตสาหกรรมที่สนับสนุนเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ ได้วิเคราะห์ระดับการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสนับสนุนของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปแต่ละอุตสาหกรรม โดยใช้การวัดการกระจุกตัวบางส่วนด้วยวิธี Concentration Ratio นอกจากนี้ยังได้คำนวณหาดัชนีการเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage Index) ของอุตสาหกรรมสนับสนุนภายในประเทศด้วยเมตริกซ์ผกผันจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตของประเทศไทย

4.โครงสร้างของบริษัทและสภาพการแข่งขันในประเทศ ใช้วิธีการวัดการกระจุกตัวบางส่วนในการวัดภาวะการณ์แข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป รวมถึงคำนวณดัชนีการเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkage Index)

5.เหตุสุดวิสัย ได้ศึกษาถึงผลกระทบจากนโยบายการค้าของรัฐบาลประเทศต่างๆ ที่เป็นตลาดส่งออกรวมถึงผลกระทบจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ

6. นโยบายรัฐบาล ได้ศึกษาถึงนโยบาลรัฐบาลไทยในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป รวมถึงศึกษาเปรียบเทียบกับนโยบายประเทศคู่แข่ง

จากผลการศึกษาพบว่า ตลาดเสื้อสำเร็จรูปในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในระดับคุณภาพปานกลางและต่ำเป็นส่วนใหญ่ แต่เนื่องจากค่าแรงงานไทยสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งในระดับคุณภาพนี้ คือ ประเทศจีน อินโดนีเซีย และเวียดนาม ทำให้ไทยสูญเสียความได้เปรียบเชิงแข่งขันในตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปคุณภาพปานกลางและต่ำนี้ ส่วนตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่ไทยพอจะแข่งขันได้คือ ตลาดสินค้าระดับบน

ทิพพา เพิ่มลาภ (2545) ได้ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย โดยทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสภาวะอุตสาหกรรมสิ่งทอในทุกด้านและทำการวิเคราะห์ความได้เปรียบในเชิงแข่งขันด้วยวิธี Diamond Model ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการกำหนดความได้เปรียบในเชิงแข่งขันของประเทศ ได้แก่ ปัจจัยการผลิตในประเทศ (Factor Conditions) ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions), อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ (Related and Supporting Industries) กลยุทธ์โครงสร้าง สภาพการแข่งขันและคู่แข่งในประเทศ (Firm Strategy, Structure and Rivalry), เหตุที่ควบคุมไม่ได้ (Chance) และรัฐบาล (Government) นอกจากนั้นการศึกษานี้ยังได้วิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมสิ่งทอ จากการผลการศึกษาพบว่า ในด้านปัจจัยการผลิต ไทยมีความได้เปรียบเนื่องจากมีแรงงานจำนวนมาก แต่เสียเปรียบเนื่องจากขาดแรงงานและบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทางรวมทั้งอัตราค่าจ้างแรงงานสูงกว่าประเทศคู่แข่ง ด้านปัจจัยอุปสงค์ ไทยมีความเปรียบจากการที่มีตลาดในประเทศที่ใหญ่ มีความต้องการที่หลากหลาย แต่มีความเสียเปรียบจากการที่ผู้ผลิตในบางอุตสาหกรรมไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ไทยมีความได้เปรียบจากการที่อุตสาหกรรมสิ่งทอไทยมีการผลิตที่ครบวงจรเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องซึ่งกันและกัน แต่ก็มีสิ่งที่ลดความได้เปรียบนี้ลงคือ การขาดความเชื่องโยงระหว่างแต่ละอุตสาหกรรม ด้านกลยุทธ์โครงสร้าง สภาพการแข่งขันและคู่แข่งในประเทศ เป็นปัจจัยที่ไทยมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันเนื่องจากมีการแข่งขันในประเทศที่รุนแรงเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ผลิตต้องพยายมปรับปรุงคุณภาพของสินค้าอยู่เสมอ ส่วนเหตุที่ควบคุมไม่ได้ เช่น การเปิดเสรีการค้าสิ่งทอเป็นปัจจัยที่ไทยจะต้องคำนึงถึงและหาทางพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อฉกฉวยโอกาสและทำให้ไทยได้เปรียบจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอให้ได้ โดยปัจจัยที่สำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นได้คือรัฐบาล ที่จะต้องมีการกำหนดนโยบายและมาตรการต่างๆ ที่เหมาะสม และจากการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค พบว่า ไทยมีจุดอ่อนหลายด้าน เช่น ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ขาดบุคลากรที่มีทักษะ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต่อเนื่องในกระบวนการผลิต คุณภาพวัตถุดิบไม่ดีพอ ไม่มี Brand Name ของตนเอง เป็นต้น และมีอุปสรรคในเรื่องของโครงสร้างภาษี กฎระเบียบของหน่วยงานราชการ มาตรการของต่างประเทศ แต่ไทยเองก็มีจุดแข็งหลายประการ ที่สำคัญคือการที่อุตสาหกรรมสิ่งทอไทย มีการผลิตที่ครบวงจรผู้ประกอบการมีประสบการณ์มายาวนาน มีตลาดในประเทศที่ใหญ่มีแรงงานจำนวนมากและฝึกฝนง่ายและมีโอกาสจากการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอขององค์กรการค้าโลก การเปิดเสรีการค้าสิ่งทอภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน ซึ่งทำให้ไทยขยายตลาดได้มากขึ้นหากไทยสามารถปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อน และหาทางลดปัญหาและอุปสรรคต่างๆลงได้

พรพรรณ ชื่อประเสริฐสุข (2546) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของหัตถกรรมอุตสาหกรรมเซรามิก: กรณี ศึกษา เซรามิคศลาดลในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาถึงโครงสร้างการผลิต การตลาดและการส่งออก และการทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แนวคิด Diamond model ของ Micheal E. Porter รวมทั้งใช้แนวคิดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ผลจากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดย Diamond Model พบว่า

ด้านปัจจัยการผลิตมีข้อได้เปรียบ คือ มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น แรงงานมีฝีมือ มีรากฐานทางวัฒนธรรม ข้อด้อยคือคุณภาพวัถุดิบไม่คงที่ ระดับการศึกษาของแรงงานต่ำ ขาดนักออกแบบ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้านปัจจัยสนับสนุน มีข้อได้เปรียบคือ มีอุตสาหกรรมต้นน้ำถึงปลายน้ำครบวงจร มีสถาบันส่งเสริม สนับสนุนและให้ความรู้อยู่ในพื้นที่ ข้อด้อยคือ ขาดความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน และหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้านปัจจัยอุปสงค์มีข้อได้เปรียบคือ ความต้องการของลูกค้าภายในประเทศมีความละเอียดและพิถีพิถันในตัวศิลาดล แต่มีข้อด้อยตรงที่ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับศิลาดลน้อยในด้านคุณค่าและกระบวนการผลิต ส่วนด้านกลยุทธ์โครงสร้างขององค์กร และสภาวะการแข่งขัน มีข้อได้เปรียบเกี่ยวกับกลยุทธ์การผลิต เช่น มีเทคนิค ภูมิปัญญา กลยุทธ์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การแข่งขันสูงด้านรูปแบบและคุณภาพ แต่มีข้อด้อยคือ ขาดความรู้กลยุทธ์การตลาดและการส่งเสริมการตลาด ขาดทัศนคติในการพัฒนาตนเองและธุรกิจ

สุนิดา พลังศักดิ์ (2549) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ในประเทศไทย โดยได้ศึกษาวิเคราะห์แบบจำลองเพชร (Diamond model) และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาศและข้อจำกัด (SWOT Analysis) เพื่ออธิบายศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการแต่ละขนาด จากผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ขนาดใหญ่มีระดับศักยภาพในระดับสูงมีการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร โดยทำการผลิตเพื่อใช้ในฟาร์ม,การจัดจำหน่ายภายในประเทศและการส่งออก ทั้งนี้ยังมีความพร้อมในการดำเนินงานทุกด้าน ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีระดับศักยภาพค่อนข้างสูงและปานกลาง ทำการผลิตเพื่อใช้ในฟาร์มและการจัดจำหน่ายโดยรักษาฐานลูกค้าเดิมในเขตพื้นที่ซึ่งสามารถครองตลาดในเขตพื้นที่ได้ ทำให้สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องแต่เป็นเพียงส่วนน้อยในอุตสาหกรรม ซึ่งผู้ประกอบการขนาดใหญ่เป็นทั้งผู้นำราคาและครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดจึงทำให้อุตสาหกรรมอาหารสัตว์มีโครงสร้างทางการตลาดเป็นแบบตลาดผู้ขายน้อยราย สำหรับการแข่งขันจะใช้ทั้งการแข่งขันทางด้านราคาและการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา โดยการแข่งขันทางด้านราคาขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้และการให้ส่วนลดทางการค้าแก่ลูกค้า ส่วนการแข่งที่มิใช่ราคาจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเน้นส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้สินค้าเกิดความแตกต่าง

วิรัญญา วิวัฒนะชัยแสง (2550) ทำการศึกษาการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปสหรัฐอเมริกา กรณีศึกษา เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซีย ในช่วงปี 2544-2548 โดยได้ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยและอินโดนีเซีย โดยใช้วิเคราะห์แบบจำลองเพชร (Diamond Model) จากการศึกษาพบว่า

1. เงื่อนไขทางด้านการผลิตภายในประเทศ ไทยมีข้อได้เปรียบด้านอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำกว่า และมีอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เหนือกว่าอินโดนีเซีย แต่อินโดนีเซียมีข้อได้เปรียบด้านการขนส่ง เนื่องจากมีปริมาณเรือขนส่งและท่าเรือมากกว่าไทย และข้อเสียเปรียบของไทยที่สำคัญคือ ไทยมีค่าจ้างแรงงานสูงกว่า

2. เงื่อนไขทางด้านความต้องการภายในประเทศ อินโดนีเซียมีประชากรที่มากกว่าไทย ดังนั้นตลาดอินโดนีเซียจึงใหญ่มากกว่าไทยแต่เป็นสินค้าระดับล่างเหมือนกัน

3.อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องภายในประเทศ พบว่าทั้งอินโดนีเซียและไทยมีปัญหาเดียวกันคือ การขาดการเชื่อมโยงภายในประเทศ

4. โครงสร้างของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปไทยและอินโดนีเซียเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมมีการแข่งขันทางราคา แต่บริษัทขนาดใหญ่มีการแข่งขันกันต่ำเนื่องจากมีส่วนแบ่งการตลาดอย่างชัดเจน ประสบปัญหาด้านกลยุทธ์ เนื่องจากส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเป็นผู้รับจ้าง (OEM)

5. เหตุสุดวิสัยที่ไทยอินโดต้องเผชิญ คือ การยกเลิกระบบโควตาจำกัดการนำเข้าสิ่งทอตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548

6. ด้านนโยบายรัฐบาล พบว่ารัฐบาลไทยและอินโดนีเซียต่างสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอในแนวคล้ายกัน เช่น การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ การจัดงานแสดงสินค้า การส่งเสริมการลงทุน และผลการศึกษาทำให้พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากไทยมีเพียงปัจจัยราคานำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพียงปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกาจากไทย

ตาราง 14 ตารางสรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ผู้วิจัยและชื่อเรื่อง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ผลการวิจัย
เบลา บาราสา (1989), The Changing Comparative of Japan and United States	การเปรียบเทียบระหว่างดัชนีการส่งออกและการส่งออกสุทธิของประเทศญี่ปุ่นจะเน้นการใช้ทุนมนุษย์เป็นหลัก	สหรัฐอเมริกาเน้นทางด้านทรัพยากรในการผลิตและเน้นการวิจัยและพัฒนา แต่ไม่มีความได้เปรียบในปัจจัยแรงงานไร้ฝีมือประเทศญี่ปุ่นที่ใช้ทุนมนุษย์เป็นหลักจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น
อิสระพล คันศร (2534), วิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage: RCA) และใช้การศึกษาวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model)	ดัชนี RCA สินค้าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นและส่วนแบ่งตลาดมีแนวโน้มของส่วนถือครองตลาดเพิ่มขึ้น สรุปได้ว่าสินค้าส่วนใหญ่มีความสามารถทางการแข่งขันดีขึ้น และสามารถแข่งขันได้ดีกับประเทศอาเซียนด้วย
สุพินดา วะศินรัตน์(2539), การศึกษาศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage: RCA) และใช้การศึกษาวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model)	ค่าดัชนี RCA พบว่าไทยมีความสามารถในการส่งออกสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับเพิ่มขึ้นและแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดพบ ว่าเหตุปัจจัยที่ทำให้การส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมาจากการขยายตัวของตลาดโลก
วิยะดา บิ้งไชย (2549), การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยระหว่างปี 2542 – 2546	ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage : RCA)	การผลิตและการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยยังประสบปัญหาด้านการผลิตและการส่งออก และค่า RCA การส่ง ออกสับปะรดในตลาดสหรัฐ อเมริกาเพิ่มขึ้นแต่ในตลาดเยอรมันและญี่ปุ่นกลับลดลง

ตาราง 14 (ต่อ)

แนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ผู้วิจัยและชื่อเรื่อง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ผลการวิจัย
ยุพดี เมธามนตรี (2550), การศึกษาการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปสหรัฐอเมริกา	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)	ดัชนี RCA เป็นไปในทิศทางที่ลดลงได้แก่ ไข่มุก และเปอร์เซ็นการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น ได้แก่ เพชร เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับทองและแพลติ นัม และปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกมากที่สุด ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขันของไทยในสหรัฐอเมริกา
วิรัญญา วิวัฒนะชัยแสง (2550), การศึกษาการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปสหรัฐอเมริกา:กรณี ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)	RCA ของทั้งไทยและอินโดนีเซียมีค่ามากกว่า 1 ซึ่งต่างมีความ ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกาแต่อินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมากกว่าไทย
แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Competitive Advantage)		
ผู้วิจัยและชื่อเรื่อง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ผลการวิจัย
นฤมล คงน้อย (2540), การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุต-สาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทย	ใช้ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage) ของ Micheal E. Porter	ตลาดเสื้อสำเร็จรูปในไทยส่วนใหญ่อยู่ในระดับคุณภาพปานกลางและต่ำ แต่เนื่องจากค่าแรงงานไทย สูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งนี้ คือ จีน อินโดนีเซียและเวียดนาม ทำให้ไทย สูญเสียความได้เปรียบเชิงแข่งขันในระดับคุณภาพปานกลางและต่ำ ส่วนพอจะแข่งขันเป็นตลาดระดับบน

ตาราง 14 (ต่อ)

แนวคิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Theory of Competitive Advantage)

ผู้วิจัยและชื่อเรื่อง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ผลการวิจัย
ทิพพา เพิ่มลาภ (2545), ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย	วิเคราะห์ความได้เปรียบในเชิงแข่งขันด้วยวิธี Diamond Model	ประสิทธิภาพการผลิตต่ำ ขาดบุคลากรที่มีทักษะ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต่อเนื่องในกระบวนการผลิตคุณภาพวัตถุดิบไม่ดีพอ ไม่มี Brand Name ของตนเอง เป็นต้น และมีอุปสรรคในเรื่องของโครงสร้างภาษี กฎระเบียบของหน่วยงานราชการ
พรพรรณ ชื่อประเสริฐสุข (2546), ความสามารถในการแข่งขันของหัตถกรรมเซรามิก	ทำการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แนวคิด Diamond model ของ Micheal E. Porter	ข้อได้เปรียบ คือ มีแหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่น แรงงานมีฝีมือ มีรากฐานทางวัฒนธรรม ข้อด้อยคือ คุณภาพวัตถุดิบไม่คงที่ แรงงานคุณภาพต่ำ ขาดนักออกแบบ ขาดเทคโนโลยีที่ทันสมัย
สุนิดา พลังศักดิ์ (2549), ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ในประเทศไทย	ศึกษาวิเคราะห์แบบจำลองเพชร (Diamond model) และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาศและข้อจำกัด (SWOT Analysis)	อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ขนาดใหญ่มีระดับศักยภาพในระดับสูงมีการดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร ผู้ประกอบการขนาดใหญ่เป็นทั้งผู้นำราคาและครองส่วนแบ่งตลาดสูงสุดจึงทำให้โครงสร้างทางการตลาดเป็นผู้ขายน้อยราย
วิรัญญา วิวัฒนะชัยแสง (2550), การศึกษาการส่งออกสินค้าในอุตสาห-กรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปสหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างไทยกับอินโดนีเซีย	ได้ศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ใช้วิเคราะห์แบบจำลองเพชร (Diamond Model)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากไทยมีเพียงปัจจัยราคานำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพียงปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการนำเข้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกาจากไทย

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงพรรณา โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์ และแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ตอนด้วยกัน คือ ตอนที่ 1. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกาของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ตอนที่ 2. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตของการศึกษา
2. การรวบรวมข้อมูล
3. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

ขอบเขตของการศึกษา

ระยะเวลาที่ศึกษา

1. ศึกษาดัชนีได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูประหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา โดยทำการตั้งแต่ปี 2544 - 2551 เป็นระยะเวลา 8 ปี

2. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม โดยทำการตั้งแต่ปี 2544 - 2551 เป็นระยะเวลา 8 ปี

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ตาราง 15 ข้อมูลและแหล่งข้อมูลในการวิจัย

ข้อมูล	แหล่งข้อมูล
มูลค่าการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยและเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา ปี 2544 - 2551	Global Trade Atlas
มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทยและเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา ปี 2544 - 2551	World Trade Atlas

ที่มา: ห้องสมุดกรมส่งเสริมการส่งออก

ตาราง 15 (ต่อ)

ข้อมูล	แหล่งข้อมูล
มูลค่าการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกา ปี 2544 - 2551	Global Trade Atlas
มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา ปี 2544 - 2551	World Trade Atlas

ที่มา: ห้องสมุดกรมส่งเสริมการส่งออก

การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเสื้อผ้าของประเทศไทยและประเทศเวียดนามที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมดเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และเป็นข้อมูลประเภทอนุกรมเวลา (Time Series Data) เป็นรายปีตั้งแต่ปี 2544-2551 เป็นระยะเวลา 8 ปี ซึ่งแบ่งการรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1.การศึกษาดัชนีได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูประหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา รวบรวมโดย World Trade Atlas และ Global Trade Atlas เป็นการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของตลาดสหรัฐอเมริกาและการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยและประเทศเวียดนาม

ตอนที่ 2.การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม รวบรวมจากแหล่งข้อมูลได้จากหน่วยงานรัฐบาล, ภาคเอกชน, หน่วยงานต่างๆ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านทางอินเตอร์เน็ต

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดเตรียมการกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล โดยมี 2 ตอนของวิเคราะห์ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ขั้นที่ 1 นำข้อมูลมูลค่าการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยและเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา, ข้อมูลมูลค่าการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกา จาก Global Trade Atlas และ ข้อมูลมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทยและเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา, ข้อมูลมูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาจาก World Trade Atlas นำมาใช้ในการวิเคราะห์

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

ขั้นที่ 3 ปรับข้อมูลให้อยู่ในระบบที่สามารถจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อใช้ในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์

ขั้นที่ 4 การหาค่า RCA ของเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยหาสัดส่วนการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยและประเทศเวียดนามกับการนำเข้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา

ขั้นที่ 5 ศึกษา RCA ของเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม โดยทำการเปรียบเทียบว่าประเทศใดมีความได้เปรียบมากกว่ากัน

ในการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏมีสูตรที่นำมาใช้ในการคำนวณดังนี้(Balassa. 1989:44)

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่ RCA_{ik} คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผู่ส่งออกสุทธิในสินค้า k ของประเทศ i ที่มีต่อประเทศ w

X_{ik} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w

X_i คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศ w

X_{wk} คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w

X_w คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w

k คือ สินค้า ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป

i คือ ประเทศผู้ส่งออก คือ ประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

w คือ ประเทศผู้นำเข้า คือ สหรัฐอเมริกา

ในการศึกษาเกี่ยวกับดัชนีความได้เปรียบโดยเทียบที่ปรากฏของผู้วิจัยได้กำหนดช่วงของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏตามแนวคิดของ Bender, & Wai Li. (2009)

ถ้าค่า RCA > 2 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริการะดับสูงมาก

ถ้าค่า 2>RCA>1 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศเวียดนามมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกาในระดับสูง

ถ้าค่า 1>RCA>0.5 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศเวียดนาม เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับต่ำ

ถ้าค่า RCA<0.5 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศเวียดนาม เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับสูงมาก

ตอนที่ 2 การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

การพิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรรณาโดยอาศัยข้อมูลตามปัจจัยดังนี้

- ปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) จะทำการศึกษาข้อมูลจากส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรมและศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย ปี 2552

- ความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Conditions) จะทำการศึกษาข้อมูล จากส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม, ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย ปี 2552 และ International Financial Statistics Yearbook of International Monetary Fund 2010

- อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Anticipatory Buyer Needs) จะทำการศึกษาข้อมูลจากส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม, สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย ปี 2552 และ Vietnam Textile & Apparel Association Year 2009

- กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry) จะทำการศึกษาข้อมูลจากส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม, สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย ปี 2552 และ Vietnam Textile & Apparel Association Year 2009

- โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance or Force) จะทำการศึกษาข้อมูลจากส่วนสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย ปี 2552

- รัฐบาล (Government) จะทำการศึกษาข้อมูลจากส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม, ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย ปี 2552 และ Vietnam Textile & Apparel Association Year 2009

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม มีการแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของประเทศไทย (หรือประเทศเวียดนาม) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกา ใช้สูตรในการคำนวณดังนี้ (Balassa. 1989:44)

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik} / X_i}{X_{wk} / X_w}$$

โดยที่

RCA_{ik}	คือ	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผู้ส่งออกสุทธิในสินค้า k ของประเทศ i ที่มีต่อประเทศ w
X_{ik}	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ w
X_i	คือ	มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i ไปประเทศ w
X_{wk}	คือ	มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ w
X_w	คือ	มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ w
k	คือ	สินค้า ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป
i	คือ	ประเทศผู้ส่งออก คือ ประเทศไทยและประเทศเวียดนาม
w	คือ	ประเทศผู้นำเข้า คือ สหรัฐอเมริกา

ตาราง 16 มูลค่าการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS 61-62) ของประเทศไทยและประเทศเวียดนามไปประเทศสหรัฐอเมริกา

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ปี	ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม
2544	1,725.3	47.2
2545	1,651.5	875.9
2546	1,608.7	2,339.0
2547	1,756.2	2,505.9
2548	1,796.4	2,665.4
2549	1,812.5	3,158.5
2550	1,776.4	4,293.5
2551	1,609.4	5,151.6

ที่มา: Global Trade Atlas 2009

ตาราง 17 มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยและประเทศเวียดนามไปประเทศสหรัฐอเมริกา

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ปี	ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม
2544	13,192.9	1,065.3
2545	13,439.9	2,452.8
2546	13,638.8	3,938.6
2547	15,438.3	5,024.8
2548	16,915.0	5,924.0
2549	19,608.8	7845.1
2550	20,595.8	1,104.5
2551	20,285.6	11,68.5

ที่มา: World Trade Atlas 2009

ตาราง 18 มูลค่าการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS61-62) ของประเทศสหรัฐอเมริกา

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ปี	มูลค่า
2544	58,544.9
2545	58,712.3
2546	62,910.6
2547	66,874.7
2548	70,810.5
2549	73,392.2
2550	75,553.9
2551	73099.4

ที่มา: Global Trade Atlas 2009

ตาราง 19 มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศสหรัฐอเมริกา

มูลค่า: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ปี	มูลค่า
2544	1,140,999.3
2545	1,161,365.9
2546	1,257,121.2
2547	1,469,704.3
2548	1,673,454.5
2549	1,853,938.4
2550	1,956,961.8
2551	2,103,640.7

ที่มา: World Trade Atlas 2009

การคำนวณดัชนี RCA ของประเทศไทย ปี 2544

มูลค่าการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปสหรัฐอเมริกา 1,725.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทยไปสหรัฐอเมริกา 13,192.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
มูลค่าการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกา 58,544.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา 1,140,999.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik}/X_i}{X_{wk}/X_w} = \frac{1{,}725.3/13{,}192.9}{58{,}544.9/1{,}140{,}999.3} = 2.548$$

การคำนวณดัชนี RCA ของประเทศเวียดนาม ปี 2544

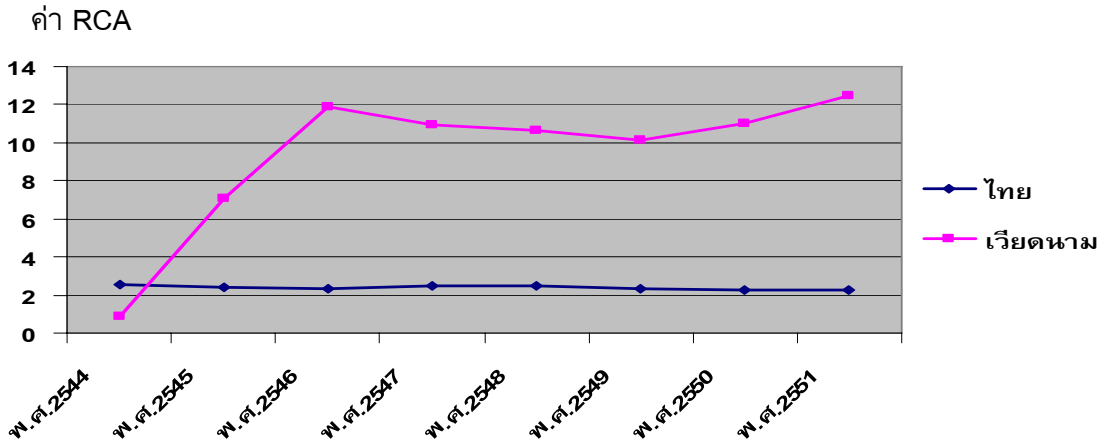
มูลค่าการส่งออกสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา 47.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของเวียดนามไปสหรัฐอเมริกา 1,065.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
มูลค่าการนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปของสหรัฐอเมริกา 58,544.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา 1,140,999.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

$$RCA_{ik} = \frac{X_{ik}/X_i}{X_{wk}/X_w} = \frac{47.2/1{,}065.3}{58{,}544.9/1{,}140{,}999.3} = 0.874$$

ตาราง 20 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ปี 2544 – 2551

ปี	ไทย		เวียดนาม		เปรียบเทียบค่า RCA
	ค่า RCA	ความหมาย	ค่า RCA	ความหมาย	
2544	2.548	ได้เปรียบสูงมาก	0.874	เสียเปรียบต่ำ	ไทยมากกว่าเวียดนาม
2545	2.430	ได้เปรียบสูงมาก	7.063	ได้เปรียบสูงมาก	ไทยน้อยกว่าเวียดนาม
2546	2.356	ได้เปรียบสูงมาก	11.867	ได้เปรียบสูงมาก	ไทยน้อยกว่าเวียดนาม
2547	2.500	ได้เปรียบสูงมาก	10.959	ได้เปรียบสูงมาก	ไทยน้อยกว่าเวียดนาม
2548	2.509	ได้เปรียบสูงมาก	10.633	ได้เปรียบสูงมาก	ไทยน้อยกว่าเวียดนาม
2549	2.334	ได้เปรียบสูงมาก	10.170	ได้เปรียบสูงมาก	ไทยน้อยกว่าเวียดนาม
2550	2.234	ได้เปรียบสูงมาก	11.005	ได้เปรียบสูงมาก	ไทยน้อยกว่าเวียดนาม
2551	2.283	ได้เปรียบสูงมาก	12.491	ได้เปรียบสูงมาก	ไทยน้อยกว่าเวียดนาม
ค่าRCA เฉลี่ย	2.339	ได้เปรียบสูงมาก	9.382	ได้เปรียบสูงมาก	ไทยน้อยกว่าเวียดนาม

ที่มา : จากการคำนวณ



ภาพประกอบ 8 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS 61-62) ไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างไทยและเวียดนาม

จากตาราง 20 ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ตั้งแต่ปี 2544 จนถึงปี 2551 ประเทศไทยมีความมีค่า RCA เฉลี่ยเท่ากับ 2.339 มีค่าความได้เปรียบสูงมาก คือ มีค่า RCA > 2 แสดงว่า ประเทศไทย และ ประเทศเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริการะดับสูงมาก

สำหรับประเทศเวียดนาม ปี 2544 ประเทศเวียดนาม มีค่า RCA เท่ากับ 0.874 ซึ่งความเสียเปรียบสูง คือ ถ้าค่า 1>RCA>0.5 แสดงว่า ประเทศไทย หรือ ประเทศเวียดนาม เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (สูญเสียความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริกาอยู่ในระดับต่ำ แต่ ปี 2545 ปะเทศเวียดนามกลับ มีค่า RCA เท่ากับ 7.063 และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.382 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความได้เปรียบสูงมาก คือ ถ้าค่า RCA > 2 แสดงว่าประเทศไทย หรือ ประเทศเวียดนาม มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริการะดับสูงมาก และเมื่อเปรียบเทียบค่า RCA ระหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม เฉลี่ยตั้งแต่ปี 2544 – 2551 ประเทศไทยมีค่า RCA เฉลี่ยน้อยกว่าประเทศเวียดนาม ซึ่งในช่วงปี 2543 -2547 รัฐบาลประเทศเวียดนามใช้กฎหมายธุรกิจ เมื่อ วันที่ 1 มกราคม 2543 เช่น มาตรการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งจากกฎหมายดังกล่าวส่งผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ขยายตัวจากการลงทุนของภาคเอกชนโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs ของประเทศเวียดนามเป็นมูลค่าการลงทุน 19.3 ล้านดอลลาร์ (ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2549)

ตอนที่ 2 การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม โดยใช้แบบจำลองเพชร (Diamond Model) ตั้งแต่ปี 2544 - 2551 เป็นระยะเวลา 8 ปี

ด้านปัจจัยการผลิต(Factor Conditions)

ปัจจัยแรงงาน

อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป เป็นอุตสาหกรรมที่เน้นใช้แรงงานมาก (Labor Intensive) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานมากอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศโดยแรงงานต้องมีทักษะและเป็นแรงงานที่มีฝีมือ แม้บางโรงงานมีการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยในขั้นตอนของการผลิต แต่เครื่องจักรเหล่านั้นก็สามารถทดแทนแรงงานได้เพียงบางส่วนของขั้นตอนการผิตเท่านั้น เช่น กระบวนการย้อมสีที่สามาถใช้เครื่องจักรในการทดแทนได้ แต่ขั้นตอนการตัดเย็บยังคงต้องอาศัยแรงงานที่มีทักษะและฝีมือในการผลิต

ตาราง 21 ค่าจ้างในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2545 – 2551

ปี	ค่าจ้างแรงงาน(ดอลลาร์สหรัฐฯต่อชั่วโมง)	
	ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม
2544	1.27	0.29
2545	1.28	0.30
2546	1.29	0.30
2547	1.32	0.33
2548	1.33	0.35
2549	1.34	0.38
2550	1.35	0.42
2551	1.37	0.42
เฉลี่ย	1.32	0.35

ที่มา: ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม. (2552)

พิจารณาค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยและประเทศเวียดนามในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป จากตาราง 21 พบว่าค่าจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยค่าจ้างเฉลี่ยอยู่ที่ 1.32 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อชั่วโมง ขณะที่ประเทศเวียดนาม ค่าจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป ค่าจ้างเฉลี่ยอยู่ที่ 0.35 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อชั่วโมง ดังนั้นเมื่อสรุป

ค่าจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูประหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนามพบว่าประเทศเวียดนามมีอัตราค่าจ้างต่ำกว่าประเทศไทย ความได้เปรียบในด้านค่าจ้างแรงงาน อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของเวียดนามต่ำมากเพียง 30 ดอลลาร์สหรัฐฯ/เดือน หรือประมาณ 50 บาท/วัน (ปี 2542) ถูกกว่าอัตราค่าจ้างแรงงานของไทยที่มีค่าจ้างประมาณเกือบ 3 เท่าของค่าจ้างประเทศเวียดนาม (ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม, 2552)

ตาราง 22 โครงการและเงินลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในอุตสาหกรรมสิ่งทอ

ประเทศ	จำนวนโครงการ	สัดส่วน (%)	เงินลงทุน (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วน (%)
ไต้หวัน	69	35.75	408.50	21.69
เกาหลีใต้	41	21.24	692.77	36.78
ญี่ปุ่น	29	15.03	99.81	5.30
ฮ่องกง	21	10.88	76.92	4.08
เยอรมัน	5	2.59	36.06	1.91
มาเลเซีย	4	2.07	483.90	25.69
สหราชอาณาจักร	3	1.55	17.50	0.93
สิงคโปร์	3	1.55	11.10	0.59
สหรัฐอเมริกา	3	1.55	10.75	0.57
ชาวเวียดนามในต่างประเทศ	4	2.07	14.54	0.77
อื่นๆ	11	5.70	31.88	1.69
รวม	183	100	1,883.72	100

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2552)

จากความได้เปรียบทางด้านค่าจ้างแรงงานของประเทศเวียดนาม พบว่ามีการลงทุนจากต่างประเทศในโครงการและเงินลงทุนของนักลงทุนต่างชาติในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ดังตาราง 22 รวมทั้งอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปต้องพึ่งพาแรงงานมีฝีมือในการผลิต ซึ่งมีอัตราค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยสูงขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดระดับล่างอย่างประเทศเวียดนาม จึงทำให้ไทยมีต้นทุนการผลิตที่สูงกว่า

ดังนั้นด้านปัจจัยการผลิตซึ่งพิจารณาจากค่าจ้างแรงงาน ไทยซึ่งมีค่าจ้างแรงงานในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่าเวียดนามและอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศเวียดนามในด้านปัจจัยการผลิต (ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2552)

ด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

อุปสงค์ภายในประเทศ

อุปสงค์ในประเทศมีผลต่อรูปแบบที่บริษัทต่างๆ มองและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ประเทศจะมีได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรม ขนาดอุปสงค์ในประเทศมีความสำคัญมาก คือ ตลาดใหญ่โอกาสสูงกว่าตลาดเล็กที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจากการผลิตครั้งละมากๆ (Economics of Scale) หรือ ที่จะลดต้นทุนต่อหน่วยที่เกิดจาการสะสมความชำนาญที่ได้จากการผลิตหลายครั้ง (Learning Curve) แต่ขนาดของอุปสงค์ในประเทศอาจจะไม่สำคัญในบางกรณีถ้าประเทศเล็กที่อุปสงค์ในประเทศขนาดเล็กเกินไป อาจจะเพิ่มขนาดของอุปสงค์ด้านการส่งออก อย่างไรก็ตาม ตลาดใหญ่มีความสำคัญและช่วยส่งเสริมให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันของประเทศ

ตาราง 23 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มระหว่างประเทศไทยและประ เทศเวียดนามในช่วงปี 2544 - 2551

ประเทศ	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม (ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อปี)
ไทย	131
เวียดนาม	20

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2552)

จากตาราง 23 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มระหว่างประเทศไทยและประเวียดนาม ประเทศไทยมีการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม 131 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อปี ซึ่งมากกว่าประเทศเวียดนามที่มีการใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม 20 ต่อคนดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี เนื่องจากมาตรฐานการครองชีพในเวียดนามยังค่อนข้างต่ำ เสื้อผ้าแฟชั่นและเสื้อผ้าเด็ก ที่นำเข้าจากต่างประเทศนิยมใช้เฉพาะในกลุ่มคนที่มีรายได้สูง และปัจจุบันผู้คนนิยมซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูปสวมใส่มากกว่าการไปตัดที่ร้านตัดเย็บเสื้อผ้ามีผลให้เสื้อผ้าสำเร็จรูป ที่ลักลอบนำเข้าจากจีนตามแนวชายแดนเป็นที่นิยม มีสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากเกาหลีใต้ ฮ่องกง และไทยนำเข้าไปจำหน่ายแต่ปริมาณไม่มากนักเนื่องจากภาษีนำเข้าสูงถึง 50% (ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2552)

ขนาดของอุปสงค์ภายในประเทศ

ตาราง 24 จำนวนประชากรและ GDP ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนาม ปี 2544 - 2551

ปี	ประเทศไทย		ประเทศเวียดนาม	
	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	จำนวนประชากร (ล้านคน)	GDP (พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)
2544	62.67	115.53	78.68	32.48
2545	63.14	126.87	79.72	35.08
2546	63.66	142.64	80.9	39.79
2547	64.2	161.33	82.03	45.35
2548	64.76	176.41	83.1	53.11
2549	65.23	206.7	84.13	60.82
2550	65.75	245.81	85.17	70.99
2551	65.78	181.80	86.21	89.10
เฉลี่ย	64.39	169.63	82.49	53.34

ที่มา : International Monetary Fund. (2010). International Financial Statistics Yearbook

จากตาราง 24 .ในปี 2551 ประเทศไทยมีจำนวนประชากร 65.78 ล้านคน มี GDP 181.80 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และประประเทศเวียดนามมีจำนวนประชากร 86.21 ล้านคน มี GDP 89.10 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และโดยเฉลี่ยในปี 2544-2551 ประเทศไทยมีจำนวนประชากร 64.39 ล้านคน มี GDP 169.63 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และประเทศเวียดนาม มีจำนวนประชากร 82.49 ล้านคน มี GDP 53.34 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เมื่อเปรียบเทียบจำนวนประชากรของประเทศเวียดนามมีมากกว่าจำนวนประชากรของประเทศไทย แต่ GDP ของประเทศเวียดนามมีน้อยกว่า GDP ของประเทศไทย รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มต่อคนต่อปีของประเทศไทยมีมากกว่าค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มต่อคนต่อปีของประเทศเวียดนาม

ดังนั้นขนาดตลาดของเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเทศไทยย่อมมีขนาดตลาดเสื้อผ้าสำเร็จรูปใหญ่กว่าประเทศเวียดนาม ซึ่งประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศเวียดนามในด้านขนาดอุปสงค์ภายในประเทศ(ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2552)

<u>อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)</u>

อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง การที่ประเทศมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศมีประโยชน์ในการก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องและสนับสนุนนั้นมีความเกี่ยวเนื่องด้านการผลิต โดยเฉพาะความเชื่อมโยงภายในอุตสาหกรรมจะก่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิต การประหยัดต้นทุน ซึ่งผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสามารถจัดสรรและจัดการการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ตาราง 25 เปรียบเทียบจำนวนโรงงานปั่นด้ายของประเทศไทยและประเทศเวียดนามช่วงปี 2544 – 2551

ปี	จำนวนโรงงานงานปั่นด้าย(โรงงาน)	
	ประเทศไทย /1	ประเทศเวียดนาม /2
2544	149	95
2545	151	100
2546	147	99
2547	155	107
2548	152	112
2549	155	109
2550	147	125
2551	149	123
เฉลี่ย	151	109

ที่มา: /1 ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม. (2552). (ออนไลน์)

/2 Vietnam Textile & Apparel Association. (2009). (Online)

จากตาราง 25 จำนวนโรงงานปั่นด้ายของประเทศไทย ตั้งแต่ช่วงปี 2544 ถึง 2551 มีจำนวนโรงงานปั่นด้ายเฉลี่ย 151 โรงงาน ประเทศเวียดนามมีจำนวนโรงงานปั่นด้ายเฉลี่ย 109 โรงงาน ด้ายเป็นปัจจัยของอุตสาหกรรมสิ่งทอเป็นการผลิตขั้นต้นหรืออุตสาหกรรมต้นน้ำซึ่ง เป็นส่วนเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมหากประเทศมีโรงงานอุตสหกรรมของตนเอง นั่นหมายถึงจะสามารถผลิตในขั้นตอนต่อไปของอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบทำให้ต้นทุนของเครื่องนุ่งห่มและเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีต้นทุนต่ำ และสามารถเชื่อมโยงขั้นตอนการผลิตในอุตสาหกรรมที่สนับสนุนในขั้นตอนต่อไป ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของจำนวนโรงงานปั่นด้ายของประเทศเวียดนามมาจากการสนับสนุนของรัฐบาลที่ต้องการลดการนำเข้าปัจจัยการผลิตต่างประเทศโดยมี

การสนับสนุนให้ประเทศปลูกฝ้ายเพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้า โดยกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าของเวียดนาม และกลุ่ม VINATEX ได้ร่วมกันจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่ปลูกฝ้ายเพื่อตอบสนองอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนฝ้ายซึ่งเป็นปัจจัยเริ่มต้นของอุตสาหกรรมนี้ และส่งผลต่อโรงงานปั่นด้ายที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน แต่จากจำนวนโรงงานปั่นด้าย หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมขั้นต้นของการผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนามยังคงมีน้อยกว่าประเทศไทยจึงส่งผลให้อุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนามอาจขาดความเชื่อมโยงในอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Vietnam Textile & Apparel Association, 2009)

ดังนั้น ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ประเทศไทยซึ่งมีโรงงานปั่นด้ายและเป็นปัจจัยการผลิตขั้นต้นของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปมีมากกว่า อาจทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องมากกว่าประเทศเวียดนาม

กลยุทธ์ (Strategy) และโครงสร้าง (Market Structure)

กลยุทธ์ หมายถึง วิธีการที่ผู้ผลิต หรือการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มความสามารถของการแข่งขัน ซึ่งหากประเทศมีการแข่งขันที่รุนแรงของอุตสาหกรรมในประเทศ จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จระหว่างประเทศในระดับสูงมาก เนื่องจากเกิดแรงกดดันให้มีการพัฒนาและนวัตกรรม และทำให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติม ก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละมากๆ

สำหรับโครงสร้าง หมายถึง จำนวนผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในตลาด ผู้ผลิตและผู้ประกอบการที่มีจำนวนมากและมีการเข้าออกอย่างเสรี จะก่อให้เกิดการความการพัฒนาสินค้าอย่างเนื่องและมีการพัฒนาเพื่อสินค้าประเภทใหม่เพื่อสามารถเข้าสู่ตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดจากผู้ผลิตรายอื่นๆ

ตาราง 26 จำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนามช่วงปี 2544 – 2551

ปี	จำนวนโรงงานเสื้อผ้าสำเร็จรูป(โรงงาน)	
	ประเทศไทย /1	ประเทศเวียดนาม /2
2544	2,641	557
2545	2,658	659
2546	2,658	659
2547	2,588	828
2548	2,588	828
2549	2,588	828
2550	2,545	985
2551	2,588	828
เฉลี่ย	2,600	758

ที่มา: /1 ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม. (2552). (ออนไลน์)

/2 Vietnam Textile & Apparel Association. (2009). (Online)

จากตาราง 26 ประเทศไทยในช่วงปี 2544 ถึง 2551 มีจำนวนโรงงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเฉลี่ย 2,600 โรงงาน ประเทศเวียดนามมีโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเฉลี่ย 758 โรงงาน ซึ่งประเทศไทยมีจำนวนโรงงานมากกว่าประเทศเวียดนาม นั่นแสดงถึงการแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยย่อมมีมากกว่าประเทศเวียดนาม ผู้ผลิตต้องสร้างกลยุทธ์เพื่อแข่งในตลาดที่มีจำนวนผู้ผลิตที่มากกว่าหรือคู่แข่งมากกว่า ซึ่งจากจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มากกว่าของไทยทำให้ผู้ผลิตต้องทำการแข่งขันและพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ในด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาด้านคุณภาพ ด้านการตัดเย็บ และสร้างตราสินค้าของตน รวมทั้งมีการรวมกลุ่มของดีไซเนอร์ไทยและจัดแสดงในแฟชั่นทุกปี (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึกสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย, 2552)

ดังนั้น ในปัจจัยด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขัน ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศเวียดนาม

โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance or Force)

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความเป็นได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้, การเปลี่ยนแปลงราคาปัจจัยการผลิตที่สำคัญ เช่น วิกฤตการณ์ราคาน้ำมัน, การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่อง ที่เปิดช่องทางให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขันหรือลดข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิม และทำให้เกิดเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน

การยกเลิกระบบโควตาจำกัดการนำเข้าสิ่งทอ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548

ตามการตกลงสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม (Agreement on Textiles and Clothing) ขององค์กรการค้าโลก (WTO) ประเทศสมาชิก WTO ที่เป็นผู้นำเข้าสินค้าสิ่งทอต้องเลิกใช้โควตาจำกัดการนำเข้าสิ่งทอ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไป ซึ่งหมายถึงการเปิดตลาดให้มีการนำเข้าสินค้าสิ่งทออย่างเสรี

สาระสำคัญของความตกลงว่าด้วยสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ATC คือ กำหนดบทบัญญัติให้ประเทศสมาชิก ถือปฏิบัติในระหว่างช่วงเวลาปรับเปลี่ยนสำหรับภาคการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มกลับเข้าไปอยู่ภายใต้แกตต์ 1994 คือ การค้าเสรีโดยไม่มีการจำกัดการนำเข้า มีหลักการสำคัญคือให้ประเทศสมาชิกปรับตัวทางอุตสาหกรรมด้วยตัวเองอย่างต่อเนื่องและเพิ่มการแข่งขันในตลาดของตนเอง กำหนดแนวปฏิบัติให้ทยอยปลดปล่อยการค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มให้เสรีขึ้นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือลดการจำกัดปริมาณการนำเข้า ที่ละขั้นไปจนไม่มีการจำกัดการนำเข้าในที่สุด เมื่อสิ้นอายุความตกลง คือ 10 ปี นับตั้งแต่วันที่ความตกลงองค์การการค้าโลกมีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นไป

ดังนั้นการเปิดเสรีการค้าสิ่งทอจึงเป็นเรื่องใหญ่สำหรับประเทศผู้นำเข้าและผู้ส่งออก เนื่องจากทั้งสองฝ่ายต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยประเทศผู้นำเข้าต้องยกเลิกการจำกัดโควตาการนำเข้า ซึ่งทำให้มีการนำเข้าสิ่งทอได้อย่างเสรี โดยเฉพาะสิ่งทอจากประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำ เช่น ประเทศจีนและประเทศเวียดนาม (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย, 2552)

ประเทศเวียดนามลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA)

ตั้งแต่ปี 2544 ประเทศเวียดนามมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป

โดย เมื่อ วันที่ 1 มกราคม 2543 ได้มีการออกกฎหมายกระตุ้นเศรษฐกิจให้ขยายตัวจากการลงทุนของภาคเอกชนโดยเฉพาะกลุ่ม SMEs เช่น มาตราการลดหย่อนภาษี จนตั้งแต่ ปี 2548 เสื้อผ้าและสิ่งทอของประเทศเวียดนามสามารถเข้าสู่ตลาดที่สำคัญอย่างสหรัฐและสหภาพยุโรปโดยไม่มีข้อจำกัดด้านโควตา เนื่องจากการยกเลิกโควตาสิ่งทอขององค์การการค้าโลก หรือ WTO ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 เป็นต้นมา ทำให้การส่งออกเสื้อผ้าและสิ่งทอของประเทศเวียดนามขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราร้อยละ 20 % ต่อปี นอกจากนี้เมื่อปลายปี 2549 ประเทศเวียดนามได้ลงนามการตกลงการค้าและการลงทุน (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA) กับสหรัฐอเมริกาเพื่อให้ได้รับฐานะประเทศคู่ค้าถาวร ทำให้การส่งออกสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนามไปยังตลาดสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของประเทศเวียดนามได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วและสามารถทำรายได้แซงการส่งออกของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทย

ในกรณีของประเทศไทย หลังจากที่มีการยกเลิกโควตาการนำเข้าสิ่งทอและเสื้อผ้าจากประเทศไทยลดลง และประะเทศไทยอาจจะต้องปรับเปลี่ยนมาเป็นผู้ผลิตเสื้อผ้าที่ต้องใช้ฝีมือในการตัดเย็บที่ซับซ้อนหรือใช้ความปราณีตเป็นพิเศษในการตัดเย็บ ซึ่งประเทศไทยมีจุดเด่นคือมีแรงงานที่มีฝีมือสูงแต่ค่าจ้างแรงงานก็สูงเช่นเดียวกัน เนื่องจากอุตสาหกรรมนี้ยังขาดแคลนแรงงาน

ดังนั้น ในด้านปัจจัยโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยที่ประเทศไทยและประเทศเวียดนามได้รับเหมือนกัน แต่การยกเลิกโควตาสิ่งทอกลับส่งผลดีต่อประเทศเวียดนามพร้อมทั้งมีโอกาสการลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯมาสนับสนุนเพิ่ม ทำให้ประเทศไทยอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันในด้านนี้เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเวียดนาม(แผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศเวียดนาม, ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย, 2552)

<u>รัฐบาล (Government)</u>

ปัจจัยการผลิตในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาล เช่น ทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านการเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลทางด้านการโฆษณาและด้านอื่นๆ รวมทั้ง ยุทธศาสตร์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศอาจได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านภาษี ด้านการป้องกันการผูกขาด (ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย, 2552)

การจัดตั้งสถาบันสิ่งทอพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทย

สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2539 โดยความเห็นชอบของกระทรวงอุตสาหกรรม ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทยทั้งระบบ ให้เจริญเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างต่อเนื่องโดยมีวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอทั้งระบบ และเป็นศูนย์กลางในการดำเนินงานพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศไทยทั้งระบบให้มีศักยภาพสูงขึ้น

โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City)

โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นเป็นโครงการแฟชั่นเกิดภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรม ความจำเป็นของการจัดตั้งโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่นเกิดขึ้นเนื่องจากอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศไทยประกอบไปด้วย 3 อุตสาหกรรมหลัก คือ อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและอุตสาหกรรมหนังและผลิตภัณฑ์หนังต่างเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากกับเศรษฐกิจของประเทศไทย กล่าวคือ เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากและสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศได้จากการที่มีมูลค่าการส่งออกสูงเป็นระยะเวลาติดต่อกันยาวนาน โดยมีการจัดแสดงแฟชั่นตั้งแต่ปี 2548 เพื่อเป็นการแสดงสินค้าในทั้ง 3 อุตสาหกรรมให้เป็นที่รู้จักแก่นักลงทุน

จุดประสงค์ของการจัดตั้งโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นขึ้นมา เพื่อแก้ไขสถานการณ์การสูญเสียสถานภาพทางการแข่งขัน เนื่องจากลักษณะการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการรับจ้างการผลิต ทำให้สินค้าไทยเป็นเพียงสินค้าระดับล่าง ขาดตราสินค้าและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจโดนเฉพาะทางด้านการตลาด ดังนั้นการจัดโครงการกรุงเทพฯเมืองแฟชั่นเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศไทยโดยมีวิสัยทัศน์ให้กรุงเทพฯเป็นศูนย์กลางและเป็นศูนย์ธุรกิจแฟชั่นแห่งหนึ่งของโลก เพื่อเป็นตัวผลักดันให้อุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าของประเทศไทยเข้มแข็ง

กลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของเวียดนาม (The Vietnam National Textile and Garment Group: VINATEX)

VINATEX มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจที่มีสมาชิกเป็นองค์กร/ผู้ประกอบการในธุรกิจสิ่งทอเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งมีการก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2539 เพื่อร่วมกลุ่มพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศเวียดนามตามกฎหมายของเวียดนาม โดยให้คำแนะนำแก่รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่นๆ รวมทั้งเป็นตัวแทนของประเทศในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศเวียดนามกับต่างประเทศ (Vietnam Textile & Apparel Association, 2009).

นโยบายหลักของ VINATEX

1.กำหนดวิสัยทัศน์ให้พัฒนากลุ่มสมาชิกให้เป็นเลิศในด้านขนาดและความสามารถในการแข่งขันในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ภายในปี 2553

2.ตอบสนองนโยบายรัฐที่จะให้มีการลงทุนด้านสิ่งทอเพื่อผลิตป้อนโรงงานเครื่องนุ่งห่มเพิ่มเติม โดยสนใจจะร่วมทุนกับต่างประเทศ

3.ลดการเป็นเจ้าของกิจการของรัฐวิสาหกิจเอง โดยให้ปรับบริษัทเป็น Joint Stock Company ที่มีการขายหุ้นให้เอกชน มีลงทุนและร่วมทุนจากต่างประเทศ และรัฐถือหุ้นเพียง 10% ภายในปี 2550

การผลิตเสื้อผ้าของประเทศเวียดนามเป็นการผลิตตามคำสั่งเช่นเดียวกับประเทศไทย โดยเมื่อมีการยกเลิกคำสั่งจากตลาดต่างประเทศจะสงผลกระทบโดยตรงกับแรงงานในอุตสาหกรรมนี้ โดย VINATEX ได้เสนอให้รัฐบาลใช้มาตรการกีดกันทางการค้าทางเทคนิค (Technical Barriers) เพื่อปกป้องโรงงานตัดเย็บเสื้อผ้าในประเทศจากการทะลักเข้ามาจากเสื้อผ้าของประเทศเพื่อนบ้านโดยเฉพาะ จีนในขณะเดียวกัน VINATEX ได้มีขยายตลาดการส่งออกไปยังตลาดใหม่ในแอฟริกาตะวันออกลางและรัสเซีย

โครงการเวียดนามอินเตอร์เนชั่นเนลแฟร์ (Vietnam International Fashion Fair :VIFF)

เวียดนาม International Fashion Fair (VIFF) ขึ้นจัดโดยกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศเวียดนาม (Vietnam Textile and Apparel Association: VINATAX) มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเทรนด์แฟชั่นล่าสุด และเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศเวียดนาม พร้อมทั้งเป็นการพัฒนาตลาดในประเทศและแนวทางในสำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม เนื่องจากอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าของประเทศเวียดนามมีการผลิตตามคำสั่งเช่นเดียวกับประเทศไทย การจัดให้เวียดนามมีสัปดาห์แฟชั่นเพื่อเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าของประเทศเวียดนาม รวมทั้งการจัดงานเพื่อให้เป็นศูนย์กลางในเรื่องอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าอีกด้วย

ดังนั้น สำหรับปัจจัยด้านรัฐบาลทั้งประเทศไทยและประเทศเวียดนามมีการสนับสนุนและก่อตั้งสถาบันที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอของประเทศและกิจกรรมเพื่อแสดงสินค้า ซึ่งทำให้มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันเของทั้งสองประเทศอาจอยู่ในระดับเดียวกันหรือเท่ากัน

ตาราง 27 สรุปความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

รายการ	ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม	เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขัน
<u>ด้านปัจจัยการผลิต(Factor Conditions)</u>			
ปัจจัยค่าแรงงาน	- ค่าจ้างแรงงานเฉลี่ย 1.33 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อชั่วโมง	- ค่าแรงเฉลี่ยแรงงานเฉลี่ย 0.36 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อชั่วโมง	ไทยเสียเปรียบเวียดนาม
<u>ด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)</u>			
อุปสงค์ภายในประเทศ	- ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม 131 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อปี	- ค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม 20 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อปี	ไทยได้เปรียบเวียดนาม
ขนาดของอุปสงค์ในประเทศ	- มีจำนวนประชากรเฉลี่ย 64.39 ล้านคน	- มีจำนวนประชากรเฉลี่ย 82.49 ล้านคน	
	- มี GDP เฉลี่ย 169.63 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ	- มี GDP เฉลี่ย 53.34 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ	
<u>อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)</u>			
	- มีจำนวนโรงงานปั่นด้าย 151 โรงงาน	- มีจำนวนโรงงานปั่นด้าย 109 โรงงาน - รัฐบาลเวียดนามสนับสนุนให้มีการปลูกฝ้ายเพิ่ม ลดการนำเข้าจากต่างประเทศ	ไทยได้เปรียบเวียดนาม

ตาราง 27 (ต่อ)

รายการ	ประเทศไทย	ประเทศเวียดนาม	เปรียบเทียบความได้เปรียบเชิงแข่งขัน
กลยุทธ์ (Strategy) และโครงสร้าง (Market Structure)			
	- มีจำนวนโรงงานอุตสหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป 2,600 โรงงาน - มีการรวมกลุ่มไทยดีไซเนอร์และจัดงานแสดงเสื้อผ้า	-มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป 758 โรงงาน	ไทยได้เปรียบเวียดนาม
โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance or Force)			
	- การยกเลิกระบบโควตาจำกัดการนำเข้าสิ่งทอ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548	- การยกเลิกระบบโควตาจำกัดการนำเข้าสิ่งทอตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 - ประเทศเวียดนามลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA)	ไทยเสียเปรียบเวียดนาม
รัฐบาล (Government)			
	- การจัดตั้งสถาบันสิ่งทอพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ	- สมาคมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของเวียดนาม (Vietnam Textile and Apparel Association: VINATAX)	ไทยและเวียดนามมีความได้เปรียบ
	- โครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น (Bangkok Fashion City)	- โครงการเวียดนามอินเตอร์เนชั่นเนลแฟร์ (Vietnam International Fashion Fair :VIFF)	

ที่มา: จากผลการวิจัย

จากตาราง 27 ข้อสรุปความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียดนามตามปัจจัยทั้ง 6 ด้านของ Dimond Model แล้วนั้น อาจสรุปได้ว่าประเทศไทยอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิตและด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยมากกว่าประเทศเวียดนาม

และประเทศเวียดนามเองก็อาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันในด้านอุปสงค์, ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง และกลยุทธ์และโครงสร้างมากกว่าประเทศไทย ซึ่งด้านรัฐบาลทั้งประเทศไทยและเวียดนามต่างมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

แต่ทั้งนี้จากด้านปัจจัยการผลิตที่ประเทศเวียดนามมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศไทย รวมทั้งด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยที่ประเทศเวียดนามได้มีโอกาสลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA) โดยมีข้อตกลงด้านมาตรการทางด้านภาษีและมิใช่ภาษี (Tariff and Non-tariff Measures) รัฐบาลเวียดนามและรัฐบาลสหรัฐอเมริกาจะลดภาษีนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้าระหว่างกัน เช่น การกำหนดภาษีนำเข้าบนมาตรฐานเดียวกันกับประเทศคู่ค้าอื่นที่มีพันธกรณีกับสหรัฐฯ นอกจากนี้ยังมีในเรื่องของมาตรการทางการค้าต่างๆ อาทิ การตรวจสอบคุณภาพสินค้า ฯลฯ ระหว่างสินค้าที่ผลิตในประเทศกับสินค้าที่นำเข้าจากต่างประเทศบนมาตรฐานเดียวกันกับประเทศคู่ค้าอื่นที่มีพันธกรณีกับสหรัฐฯ (Exim News, ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย)

ตาราง 28 เปรียบเทียบราคาผ้าผืนในสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียดนามช่วงปี 2544 – 2551 ในตลาดสหรัฐอเมริกา

ประเทศ	ราคาต่อน้ำหนัก (ดอลลาร์สหรัฐฯต่อเมตร)
ไทย	3.37
เวียดนาม	3.33

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศไทย ปี 2552

จากข้อตกลงด้านภาษีดังกล่าวส่งผลต่อราคาผ้าผืนในสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกา ดังตาราง 28 ราคาเฉลี่ยต่อน้ำหนักสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกามีราคาต่อน้ำหนัก 3.37 ดอลลาร์สหรัฐต่อเมตร ของประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกามีราคาต่อน้ำหนัก 3.33 ดอลลาร์สหรัฐต่อเมตร ซึ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาสินค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนามมีราคาสินค้าที่ต่ำกว่าสินค้าของประเทศไทยจึงเป็นส่งผลให้สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศเวียดนามมากกว่าประเทศไทย

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าประเทศไทยอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปยังสหรัฐอเมริกามากกว่าประเทศเวียดนาม

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปงานวิจัยทั้งหมดของผู้วิจัยในการศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) ในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยกับประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอมเริกา ในช่วงปี 2544 - 2551

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยกับประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2544 – 2551

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาวิจัยการศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามในช่วงปี 2544 – 2551 แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

1. การศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

1.1 หาข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2544 – 2551

1.2 คำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามในช่วงปี 2544 – 2551

1.3 นำค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ที่คำนวณได้แสดงเป็นกราฟ เพื่อแสดงแนวโน้มของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

2. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

พิจารณาความได้เปรียบเชิงแข่งขัน โดยอาศัยจากข้อมูลหน่วยงานราชการและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เคยมีการศึกษาไว้มาเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการแสดงด้วยตาราง เพื่อให้เห็นการเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS 61-62) ประเทศไทยและประเทศเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 คือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริกา แต่พบว่าประเทศเวียดนามมีค่า RCA ในอุตสาหกรรมเสื้อสำเร็จรูปต่ำกว่าประเทศไทยเพียงปี 2544 แต่ปี 2545 – 2551 มีค่า RCA มากกว่าประเทศไทย โดยค่า RCA ของประเทศเวียดนามในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปยังสหรัฐอเมริกามีค่าเพิ่มขึ้น อาจเป็นผลเนื่องมาจาก เมื่อ วันที่ 1 มกราคม 2543 ได้มีการออกกฎหมายกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อให้ขยายตัวจากการลงทุนของภาคเอกชน เช่น มาตรการลดภาษี จึงส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมขยายตัว และเมื่อปี 2549 ประเทศเวียดนามมีลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA) จึงส่งผลให้การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐของประเทศเวียดนามจึงมีค่า RCA เพิ่มขึ้น (ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2549)

2. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

1. <u>ด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)</u>

ปัจจัยแรงงาน

ประเทศไทยอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตมากกว่าประเทศเวียดนามในปัจจัยการผลิต เมื่อเปรียบเทียบอัตราค่าจ้างในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป อัตราค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยตั้งแต่ ปี 2544 – 2551 ของประเทศไทยมีค่าจ้างแรงงานเฉลี่ย 1.33 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อชั่วโมง ซึ่งสูงกว่าประเทศเวียดนามที่มีค่าจ้างแรงงานเฉลี่ย 0.36 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อชั่วโมง

2. <u>ด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)</u>

ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยด้านอุปสงค์มากกว่าประเทศเวียดนาม เนื่องจากตั้งแต่ปี 2544-2551 ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม 131 ดอลลาร์สหรัฐฯต่อคนต่อปี แต่ประเทศเวียดนามมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่ม 20 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อคนต่อปีและประเทศไทยมี GDP เฉลี่ย 169.63 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่ประเทศเวียดนามมี GDP เฉลี่ย 53.34 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่จำนวนประชากรของประเทศไทยมีจำนวนประชากรเฉลี่ย 64.39 ล้านคน และประเทศเวียดนามมีจำนวนประชากรเฉลี่ย 82.49 ล้านคน ซึ่งทำให้ขนาดของอุปสงค์ของประเทศไทยใหญ่มากกว่าประเทศเวียดนาม

3. <u>อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)</u>

ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง เนื่องจากประเทศไทยจะมีจำนวนโรงงานที่เป็นปัจจัยการผลิตขั้นต้นมากกว่าประเทศเวียดนาม โดยประเทศไทยมีจำนวนโรงงานปั่นด้าย 151 โรงงาน ในขณะที่ประเทศเวียดนามมีจำนวนโรงงานปั่นด้าย 109 โรงงงาน แม้รัฐบาลประเทศเวียดนามมีนโยบายสนับสนุนการปลูกด้ายและการผลิตด้ายเพื่อทดแทนการนำเข้าตามแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอประเทศเวียดนาม

4. <u>กลยุทธ์ (Strategy) และโครงสร้าง (Market Structure)</u>

ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในปัจจัยด้านกลยุทธ์และโครงสร้างตลาดมากกว่าประเทศเวียดนาม เนื่องจากประเทศไทยมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป 2,600 โรงงาน และประเทศเวียดนามมีจำนวนโรงงานอุตสหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป 758 โรงงาน ซึ่งจากจำนวนโรงงานที่มากกว่าของประเทศไทยส่งผลให้ผู้ผลิตมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปสูงและมีกลยุทธ์ที่หลากหลาย เช่น การสร้างตราสินค้าและการรวมกลุ่มจัดงานแสดงสินค้า

5. <u>โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance or Force)</u>

ประเทศไทยอาจมีความเสียเปรียบเชิงการแข่งขันในปัจจัยด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยมากกว่าประเทศเวียดนาม แม้ประเทศไทยและประเทศเวียดนามเผชิญเหตุสุดวิสัยเดียวกันและทุกประเทศที่ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปต้องเผชิญเหตุสุดวิสัยที่สำคัญของอุตสาหกรรมสิ่งทอ คือ การยกเลิกระบบโควตาจำกัดนำเข้าสิ่งทอ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 แต่การระบบโควตาดังกล่าวกลับส่งผลดีต่อประเทศเวียดนามเนื่องจากประเทศที่มีการนำเข้าจะเลือกนำเข้าสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากประเทศที่มีต้นทุนและปัจจัยการผลิตต่ำ เช่น ประเทศเวียดนามและจีน รวมทั้งประเทศเวียดนาได้รับโอกาสเพิ่ม คือ ลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA) เมื่อปลายปี 2549 ซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกาถือว่าเป็นตลาดที่สำคัญของทั้งประเทศไทยและประเทศเวียดนาม

6. **<u>รัฐบาล (Government)</u>**

ทั้งประเทศไทยและประเทศเวียดนาม รัฐบาลต่างให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแนวทางที่คล้ายกัน ไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งสถาบันหรือองค์กรเพื่อพัฒนาสิ่งทอ รวมทั้งมีการจัดงานแสดงสินค้าและการส่งเสริมการลงทุนกับนักลงทุนต่างประเทศ

จากปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ตาม Diamond Model อาจสรุปได้ว่าประเทศไทยอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิตและโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยมากกว่าประเทศเวียดนาม โดยประเทศเวียดนามเองก็อาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันในด้านอุปสงค์, อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง, กลยุทธ์ และโครงสร้างมากกว่าประเทศไทย ซึ่งปัจจัยด้านรัฐบาลทั้งประเทศไทยและเวียดนามต่างมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

แต่จากปัจจัยการผลิตที่ประเทศเวียดนามมีต้นทุนเรื่องค่าจ้างแรงงานที่ต่ำกว่าประเทศไทย รวมทั้งด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยที่ประเทศเวียดนามมีการทำข้อตกลง TIFA กับสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้รับการลดหย่อนภาษีนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้าระหว่างกัน ทำให้ราคาผ้าผืนในสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกาต่ำกว่าของประเทศไทย อาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ประเทศไทยเสียเปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศเวียดนาม

การอภิปรายผล

งานวิจัยในครั้งนี้สามารถแบ่งผลการอภิปรายของงานการวิจัยได้ 2 ตอน คือ

1. การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูป (HS 61-62) ประเทศไทยและประเทศเวียดนามมีค่า RCA มากกว่า 1 คือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริกา แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยและประเทศเวียดนามพบว่าประเทศเวียดนามมีค่า RCA ในอุตสาหกรรมเสื้อสำเร็จรูปต่ำกว่าประเทศไทยเพียงปี 2544 แต่ตั้งแต่ปี 2545 – 2551 มีค่า RCA เพิ่มขึ้นและมากกว่าประเทศไทย อาจเป็นผลเนื่องมาจากเมื่อ วันที่ 1 มกราคม 2543 ได้มีการออกกฎหมายกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อให้ขยายตัวจากการลงทุนของภาคเอกชน เช่น มาตรการลดภาษี จึงส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมขยายตัว และเมื่อปี 2549 ประเทศเวียดนามมีลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA) จึงส่งผลให้การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสหรัฐของประเทศเวียดนามจึงมีค่า RCA เพิ่มขึ้น

2. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในด้านการแข่งขันในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนาม

ด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ประเทศไทยอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันด้านปัจจัยการผลิตมากกว่าประเทศเวียดนามในปัจจัยการผลิต เมื่อเปรียบเทียบอัตราค่าจ้างในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป อัตราค่าจ้างแรงงานของประเทศไทยมีสูงกว่าประเทศเวียดนาม

ด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยด้านอุปสงค์มากกว่าประเทศเวียดนาม เนื่องจากประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคเครื่องนุ่งห่มต่อคนต่อปี และ GDP รวมมากกว่าประเทศเวียดนาม ซึ่งทำให้ขนาดของอุปสงค์ของประเทศไทยมีขนาดใหญ่มากกว่าประเทศเวียดนาม

ด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries) ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันในปัจจัยอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง เพราะประเทศไทยมีจำนวนโรงงานที่เป็นปัจจัยการผลิตขั้นต้นมากกว่าประเทศเวียดนาม

กลยุทธ์ (Strategy) และโครงสร้าง (Market Structure) ประเทศไทยอาจมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในปัจจัยด้านกลยุทธ์และโครงสร้างตลาดมากกว่าประเทศเวียดนาม เนื่องจากประเทศไทยมีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้ามากกว่าประเทศเวียดนามส่งผลให้ผู้ผลิตมีการแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปสูงและมีกลยุทธ์ที่หลากหลาย เช่น การสร้างตราสินค้าและการรวมกลุ่มจัดงานแสดงสินค้า

โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย (Chance or Force) ประเทศไทยอาจมีความเสียเปรียบเชิงการแข่งขันในปัจจัยด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยมากกว่าประเทศเวียดนาม แม้ประเทศไทยและประเทศเวียดนามเผชิญเหตุสุดวิสัยเดียวกัน คือ การยกเลิกระบบโควตาจำกัดนำเข้าสิ่งทอ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 แต่การระบบโควตาดังกล่าวกลับส่งผลดีต่อประเทศเวียดนามเนื่องจากประเทศที่มีการนำเข้าจะเลือกนำเข้าสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะนำจากประเทศที่มีต้นทุนและปัจจัยการผลิตต่ำ รวมทั้งประเทศเวียดนามได้รับโอกาสเพิ่ม คือ ลงนามการค้าและการลงทุนกับสหรัฐฯ (Trade and Investment Framework Agreement: TIFA) เมื่อปลายปี 2549 ซึ่งมีผลให้มีมาตรการช่วยเหลือด้านภาษี ซึ่งสหรัฐอเมริกายังเป็นตลาดหลักในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปด้วย

ด้านรัฐบาล (Government) ทั้งประเทศไทยและประเทศเวียดนาม รัฐบาลต่างให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปในแนวทางที่คล้ายกัน ไม่ว่าจะเป็นการจัดตั้งสถาบันหรือองค์กรเพื่อพัฒนาสิ่งทอ รวมทั้งมีการจัดงานแสดงสินค้าและการส่งเสริมการลงทุนกับนักลงทุนต่างประเทศ

จากปัจจัยทั้ง 6 ด้าน ตาม Diamond Model อาจสรุปได้ว่าประเทศไทยอาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันในด้านปัจจัยการผลิตและโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยมากกว่าประเทศเวียดนาม โดยประเทศเวียดนามเองก็อาจเสียเปรียบเชิงแข่งขันในด้านอุปสงค์, อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง, กล

ยุทธ์ และโครงสร้างมากกว่าประเทศไทย ด้านรัฐบาลทั้งประเทศไทยและเวียดนามต่างมีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน แต่จากด้านปัจจัยแรงงานที่ประเทศเวียดนามมีต้นทุนค่าแรงที่ถูกกว่าประเทศไทย รวมทั้งเวียดนามยังได้เปรียบเชิงแข่งขันด้านโอกาสหรือเหตุสุดวิสัยที่ประเทศเวียดนามมีโอกาสการทำข้อตกลง TIFA กับสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะลดภาษีนำเข้าสินค้าและส่งออกสินค้าระหว่างกัน ทำให้ราคาผ้าผืนในสินค้าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศเวียดนามในตลาดสหรัฐอเมริกาต่ำกว่าของประเทศไทย อาจเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ประเทศไทยเสียเปรียบเชิงแข่งขันมากกว่าประเทศเวียดนาม

และจากการศึกษาของงานวิจัยในครั้งนี้ผลของงานวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทย (นฤมล คงน้อย, 2540) และงานวิจัยเรื่องการศึกษาการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยไปสหรัฐอเมริกา กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซีย (วิรัญญา วิวัฒนะชัยแสง, 2550) คือ การเปิดเสรีสิ่งทอทำให้รูปแบบการค้าสิ่งทอและเสื้อผ้าของโลกเปลี่ยนไปและส่งผลกระทบต่อประเทศไทย โดยประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตมากกว่าจะมีการสามารถขยายส่วนแบ่งทางการตลาด ทำให้มีการเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศที่มีปัจจัยการผลิตที่ต่ำเพื่อสามารถลดต้นทุนการผลิต เช่น ลงทุนในประเทศที่มีค่าจ้างแรงงานต่ำและมีผลต่อราคาขายของสินค้าที่ต่ำไปด้วย ดังเช่น ประเทศเวียดนาม แต่สำหรับกลุ่มประเทศที่มีความเสียเปรียบหรือมีการผลิตที่ไม่มีประสิทธิภาพจะเกิดการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาดทั้งในประเทศและนอกประเทศหากไม่มีการเตรียมพร้อมกับสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งประเทศต่าง ๆที่อยู่ในอุตสาหกรรมต้องมีการเตรียมพร้อมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยมีการทำสัญญากับประเทศคู่ค้าที่สำคัญเพื่อหาเพิ่มโอกาสให้กับอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศตน

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากงานวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเชิงแข่งขันในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศไทยและประเทศเวียนามในปัจจัยแต่ละด้านที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของประเทศและดังนั้นอุตสาหกรรมสิ่งทอไทยควรสร้างความได้เปรียบในส่วนที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งที่มีอยู่เดิมและพัฒนาใหม่ให้มีศักยภาพให้มากยิ่งขึ้น มีข้อเสนอแนะดังนี้

1.รัฐบาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาและพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปในด้านอื่น ๆ เช่น การพัฒนาด้านคุณภาพและการตัดเย็บ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและแข่งขันในตลาดสินค้าคุณภาพ พร้อมทั้งเพิ่มการโฆษณาตราสินค้าเพื่อให้เป็นที่รู้จักของตลาด

2. รัฐบาล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการศึกษา ด้านการลงนามทางการค้าที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ เช่น การลงนามที่มีผลมาตรการทางทางภาษีนำเข้า หรือส่งออกไปยังประเทศนั้นๆ ซึ่งจะส่งผลต่อราคาสินค้าทำให้เกิดการแข่งขันเพิ่มมากยิ่งขึ้น

3. ผู้ผลิตและภาครัฐบาลควรมีการศึกษาถึงตลาดของอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปใหม่ๆ ที่มีกำลังซื้อนอกเหนือสหรัฐอเมริกา เช่น กลุ่มประเทศอาหรับและกลุ่มประเทศในยุโรป เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ทำการส่งออกในอุตสาหกรรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาความได้เปรียบเชิงแข่งขันการศึกษาความได้เปรียบในการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จไปสหรัฐอเมริการะหว่างประเทศไทยกับประเทศเวียดนามในครั้งนี้ทำการศึกษามีตั้งแต่ ปี 2544 – 2551 ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะมีการศึกษาจากประเทศคู่แข่งอื่นๆ เช่น ประเทศจีน, ประเทศอินเดียเป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กรมศุลกากร. (2552). *การค้นหาพิกัดอัตรากรมศุลกากร.* สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2552, จาก http://www.customer.go.th/Tariff/Tariff.jsp

กรมส่งเสริมการส่งออก. (2552). *สินค้าส่งออกของไทยไปประเทศคู่ค้า.*สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2552, จาก http://www.ops2.moc.go.th/tradeth/cgi/Excountry1.asp

เกษร จันทรภูติรักษ์. (2538). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ.* กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ทิพพา เพิ่มลาภ. (2545). *ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอไทย.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารเทคโนโลยี). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย.*ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ.*สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2552, จาก http://www.exim.go.th/newsinfo.asp

นฤมล คงน้อย. (2540). *การวิเคราะห์ความได้เปรียบเชิงแข่งขันของอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูป*ของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ:บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร..

พรพรรณ ชื่นประเสริฐสุข. (2546). *ความสามารถในการแข่งขันของหัตถกรรมเซรามิก: กรณีศึกษา เซรามิคศลาดล.*วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร

ยุพดี เมธามนตรี. (2550). *การศึกษาการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปสหรัฐอมเริกา.* สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วรนันท์ กิตติอัมพานันท์.(2530). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ.* กรุงเทพฯ:โอเดียนสโตร์

วรัญญา วิวัฒะชัยแสง.(2550). *การศึกษาการส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปสหรัฐอเมริกา: กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศอินโดนีเซีย.* วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

วิยะดา บิ้งไชย.(2549). การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยระหว่างปี 2542 – 2546. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ศูนย์ข้อมูลเชิงลึก สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ.(2552). *ข้อมูลอุตสาหกรรมสิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูปประเทศสหรัฐอเมริกา.*สืบค้นเมื่อ 14 พฤศจิกายน 2552, จาก http://www.thaitextile.org/th/textile_intel/document/thtidoc/03market/033textile_country_paper/USA.doc

ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม. (2551). *สถิติสิ่งทอไทย 2550*.สืบค้น เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน 2551 http://www.thaitextile.org/th/default.asp

สุนิดา พลังศักดิ์.(2549). *ศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ในประเทศไทย.* สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุพินดา วะศินรัตน์.(2539). *การศึกษาศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร

อุบล เกิดพิบูลย์. (2543). *ทฤษฎีและนโยบายการค้าระหว่างประเทศ.* กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อิสระพล คันศร.(2534).*วิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) .กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

โอกาสในการลงในเวียดนาม. กรุงเทพฯ : *สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนปี 2550*. ถ่ายเอกสาร

Balassa, Bela. (1989). *The Changing Comparative of Japan and United States . In Comparative Advantage*, Trade Policy And Economic Development. 80 -104. Manchester School of Economics and Social Studies

Bender, Siegfried.; & Wai Li, Kui. (2009) . *The Changing Trade and Revealed Comparative Advantages of Asian and Latin America Manufacture Exports*. Economic Growth Center. (Online). (843): 1-24. Retrieved September 6,2009 . From http://www.econ.yale.edu/growth_pdf/cdp843.pdf

Global Trade Atlas Navigator. (2009a.). *Thailand Export Statistics to United Stayes.* Retrieved November 15, 2010, from: http://www.gtis.com/gta/login.cfm

VeitnamTextiles. (2008) *Data & Statistics*. Retrieved September 20, 2009, from http://www.textileworldasia.com/Articles/2007/December_2007/Features/Vietnam.html

Vietnam textile and apparel association. (2009). Retrieved September 15, 2009, from http://www.amchamvietnam.com/organization/565/detail

Veitnam Statistic (2009). *General Statistic of Vietnam.* Retrieved December 5,2009 From http://www.gso.gov.vn/default_en.aspx?tabid=472&idmid=3

United States International Trade Commission. (2009). *Textiles and Apparel: Assessment of the competitiveness of certain Foreign Supplier to the US Market*. *Washing*, DC: USITC

World trade Atlas.(2010a). *United Stated Import Statistics from World*. Retrieved December 6, 2010

-------.(2009). Thailand Export Statistic to United States. Retrieved December 6, 2009 from n.p.

-------.(2009). Vietnam Export Statistic to United States. Retrieved December 6, 2009 from n.p.

ภาคผนวก

ตาราง 29 ค่า RCA ของประเทศเวียดนามไปยังสหรัฐอเมริกา

ปี	การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของเวียดนามไปสหรัฐ	การส่งออกสินค้าทั้งหมดของเวียดนามไปสหรัฐ	การนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งหมดของสหรัฐ	การนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา	RCA_{ik}
	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	$\frac{X_{ik}/X_i}{X_{wk}/X_w}$
2544	47.8	1,065.3	58,544.9	1,140,999.4	0.874
2545	875.9	2,452.8	58,712.3	1,161,365.9	7.063
2546	2,339.0	3,938.6	62,910.6	1,257,121.2	11.867
2547	2,505.8	5,024.8	66,874.7	1,469,704.4	10.959
2548	2,665.4	5,924.0	70,810.5	1,673,454.5	10.633
2549	3,158.4	7,845.1	73,392.2	1,853,938.4	10.170
2550	4,293.5	10,104.5	75,553.9	1,956,961.8	11.005
2551	5,151.6	11,868.5	73,099.4	2,103,640.7	12.491

ที่มา : จากการคำนวณ

ตาราง 30 ค่า RCA ของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

ปี	การส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทยไปสหรัฐ	การส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทยไปสหรัฐ	การนำเข้าสินค้าเสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งหมดของสหรัฐ	การนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกา	RCA_{ik}
	X_{ik}	X_i	X_{wk}	X_w	$\frac{X_{ik}/X_i}{X_{wk}/X_w}$
2544	1,725.3	13,192.9	58,544.9	1,140,999.4	2.548
2545	1,651.5	13,439.9	58,712.3	1,161,365.9	2.430
2546	1,608.7	13,638.8	62,910.6	1,257,121.2	2.356
2547	1,756.2	15,438.3	66,874.7	1,469,704.4	2.500
2548	1,796.4	16,915.0	70,810.5	1,673,454.5	2.509
2549	1,812.5	19,608.8	73,392.2	1,853,938.4	2.334
2550	1,776.4	20,595.8	75,553.9	1,956,961.8	2.234
2551	1,609.4	20,285.6	73,099.4	2,103,640.7	2.283

ที่มา : จากการคำนวณ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาว นันทิยา เสนาเหนือ
วันเดือนปีเกิด	27 สิงหาคม พ.ศ. 2523
สถานที่เกิด	อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	184/1 หมู่ 9 ตำบลร้องกวาง อำเภอร้องกวาง จังหวัดแพร่ รหัสไปรษณีย์ 54140
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	หัวหน้าแผนกอาวุโส สายงานการตลาด
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท อิออน ธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน)

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2546	เศรษฐศาสตรบัณฑิต (ศ.บ.) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2553	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ศ.ม.) สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ