

บรรณานุกรม

- กระทรวงพาณิชย์. (2557). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC คืออะไร*. กรุงเทพฯ: กระทรวง.
- ชูใจ คูหารัตนไชย. (2546). *สถิติเบื้องต้น (Introduction to Statistics)*. ภาควิชาสถิติประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. กรุงเทพฯ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (LISREL): สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พีรธร แก้วลาย และทิพย์สุดา จันทร์แจ่มหล้า. (2554). *กรุงเทพเมืองสร้างสรรค์: อุตสาหกรรมแฟชั่น เครื่องนุ่งห่ม*. หน่วยวิจัยเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- รุ่งระวี วีระเวสต์. (2555). *การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของอาเซียนในตลาดโลก*. วารสารวิจัยรามคำแหง (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 15, 7-12.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2555). *สถิติสิ่งทอไทย 2553/2554*. กรุงเทพฯ: สถาบัน.
- _____. (2555). *GDP ของประเทศในอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ปี 2554*. กรุงเทพฯ: สถาบัน.
- _____. (2556). *แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย (พ.ศ.2555-2559)*. กรุงเทพฯ: สถาบัน.
- สมาคมการค้าแฟร์เทรดสากล. (2551). *การค้าที่เป็นธรรม หรือแฟร์เทรด*. สมาคมการค้าแฟร์เทรดสากล (International Fair Trade Association - IFAT). เข้าถึงได้จาก: <http://www.greennet.or.th/article/391>
- สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. (2556). *แผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของ ASEAN 2011-2015*. สำนักเลขาธิการอาเซียน, กรุงเทพฯ, ประเทศอินโดนีเซีย.
- สมาคมอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มไทย. (2557). *สรุปภาวะส่งออกเครื่องนุ่งห่มไทยเดือนสิงหาคม ปี 2557*. กรุงเทพฯ: สมาคม.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2555). *การจ้างแรงงานในประเทศไทย ปี 2554*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- _____. (2556). *สศอ. หุ้มนงปี 57 เดินหน้าพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- _____. (2557). *รายงานผลผลิตภาพและผลผู้ประกอบการอุตสาหกรรม*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). *แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายสาขา อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม*. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.

- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2551). *เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทาง สังคมศาสตร์และ พฤติกรรมศาสตร์ (คู่มือนักวิจัยและนักศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก) : หลักการ วิธีการ และการประยุกต์ = Multivariate techniques for social and behavioral sciences research (handbook for researchers and graduate students) : principles, methods and applications.* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2550). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางปฏิบัติ.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- Ahi, P. & Searcy, C. (2013). A comparative literature analysis of definitions for green and sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 52, 329-341.
- Arbuckle. J. J. (1995). *AMOS user s guide.* Chicago : Small Waters Corporation.
- Arli, D.I. & Lasmono, H.K. (2010). Consumers' perception of corporate social responsibility in a developing country. *International Journal of Consumer Studies*, 34(1), 46-51.
- Berzkalne, Irina & Zelgalve, Elvira. (2014). Intellectual capital and company value. *The 2-nd International Scientific conference, Contemporary Issues in Business, Management and Education 2013*, 110, 887-896.
- Bollen. K. A. (1989). *Structure equations with latent variables.* New York : John Wiley & Sons.
- Borden, H. (1964). The concept of marketing mix. *Journal of Advertising Research*, 4(2), 7-12.
- Boujelbene, M.A., & Affes, H. (2013). The impact of intellectual capital disclosure on cost of equity capital: A case of french firms. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 18, 45-53. Retrieved from [http://dx.doi.org/10.1016/S2077-1886\(13\)70022-2](http://dx.doi.org/10.1016/S2077-1886(13)70022-2)
- Brown. M.W. & Cudeek.R. (1993). *Alliterative ways of assessing model fit, in testing structural equation model.* New Jersey : Sage Publication.
- Byrne, Barbara M. (2001). *Structural equation modeling with AMOS: basic concepts, applications, and programming.* Hahwah, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Calvo, J.L. (2006). Innovation behaviour of Spanish fashion manufacturing industry: size differences. *paper presented at 9th EUNIP International Conference.* Universidad of Limerick.
- Cao, Huantian, Chang, Rita, Kallal, Jo, Manalo, Grace, McCord, Jennifer, Shaw, Jenna & Starner, Heather. (2014). Adaptable apparel: a sustainable design solution for excess apparel consumption problem. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(1), 52-69.

- Chang, W. S. (2013). Are R&D and intellectual property rights related to the firm's financial Performance? The perspectives on intellectual capital. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 13, 245-260. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1504/IJTPM.2013.054846>
- Chen-Lin Chien. (2010). Study of the Change in Export Competitive Advantage of Japan, China, South Korea and Taiwan in the US Market – Using RCA as the Measurement Index. *The Journal of International Management Studies*, 5 (1), 118–131.
- Chitakornkijasil, P. (2012), Brand integrity, advertising and marketing ethics as well as social responsibility. *International Journal of Organization Innovation*, 4(4), 275-285.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (2003). *Essential of Psychology Testing*. New York: Hanpercollishes.
- Cronje, C. J., & Moolman, S. (2013). Intellectual capital: Measurement, recognition and reporting. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 16, 1-12.
- Douglas, Sara Umberger, & Narayan, Arathi, (1991). Comparative Analysis of the Textile and Apparel Industries in India and the United States. *International Marketing Review*, 8(2), 53-64.
- Edvinsson, L. & Malone, M. S. (1997). *Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding it hidden brainpower*. New York: HarperCollins Publishers.
- Frykman, D., & Tolleryd, J. (2010). *Corporate Valuation* (2nd ed.). London: Prentice Hall.
- Gam, H.J. (2011). Are fashion-conscious consumers more likely to adopt eco-friendly clothing?. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 15(2), 178-193.
- Gupta Megha & Hodges Nancy. (2012). Corporate social responsibility in the apparel industry An exploration of Indian consumers' perceptions and expectations. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16(2), 216-233.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Hill, Jessica & Lee, H.H. (2012). Young generation Y consumers' perceptions of sustainability in the apparel industry. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 16(4), 477-491.

- Hu & Bentler. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Iyengar, SS. & Kamenica, E. (2010). Choice proliferation, simplicity seeking, and asset allocation. *Journal of Public Economics*, 94, 530–539.
- Jin, B. & Kang J.H. (2011). Purchase intention of Chinese consumers toward a US apparel brand: a test Of a composite behavior intention model. *Journal of Consumer Marketing*, 28(3), 187-199.
- Joreskog. K. G. & Sorbom. D. (1993). *Lisrel 8 : Structural Equation Modeling with the Simplis command language*. Chicago : Software International.
- Kamenidou, Irene, Mylonakis, John & Nikolouli, Konstantina. (2007). An exploratory study on the reasons for purchasing imported high fashion apparels, the case of Greece. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 11(1), 148-160.
- Karaveg, Charttirot, Thawesaengskulthai, Natcha & Chandrachai, Achara. (2013). Factors affecting the innovation capacity of Thai textile and clothing industries in Thailand. *International Journal of Research in Management & Technology (IJRMT)*, 3(1), 37-41.
- Kelloway, E. Kevin. (1998). *Using LISREL for structural equation modeling*. New Jersey: Sage Publication.
- Kline, P. (1994). *An easy guide to factor analysis*. London & NY: Routledge.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management. 11th ed.*, NJ, Prentice-Hall, Upper Saddle River.
- Lauterborn, B. (1990). New Marketing Litany; Four Ps passe; C-words take over. *Advertising Age*, 61(41), 26.
- Lu, W.-M., Wang, W.-K., & Kweh, Q. L. (2014). *Intellectual capital and performance in the Chinese Life insurance industry*. Omega (United Kingdom), 42, 65-74.
- Mantrala, M.K. & Rao, S. (2001). A decision-support system that helps retailers decide order quantities and markdowns for fashion goods. *Interfaces*, 31(3), s146-165.
- MacCarthy, B.L. and Jayarathne, P.G.S.A. (2012), Sustainable collaborative supply networks in the International clothing industry: a comparative analysis of two retailers. *Production Planning & Control*, 23(4), 252-68.
- Mehrjoo, Marzieh & Pasek, Zbigniew, J. (2014). Impact of product variety on supply chain in fast fashion apparel industry. *Elsevier*, 17, 296-301.

- Miocevic, D. and Crnjak-Karanovic, B. (2012), The mediating role of key supplier relationship Management practices on supply chain orientation – the organizational buying effectiveness link. *Industrial Marketing Management*, 41(1), 115-24.
- Moon, Karen Ka-Leung, Youn, Chorong, Chang, Jimmy M.T. & Yeung, Alex Wai-hon. (2013). Product design scenarios for energy saving: A case study of fashion apparel. *International Journal of Production Economics*, 146, 392-401.
- Ozipek, Dr. Buient, Tanyas, Dr. Mehmet, & Dinc, Mahmutoglu, Nagme. (2012). Factors Affecting Branding With Special Reference to Clothing Industry. *RMUTP International Conference: Textiles & Fashion*, July 3-4, Bangkok Thailand.
- Pablos, P.O. (2004) Measuring and reporting structural capital: Lesson from European Learning Film. *Journal of Intellectual Capital*, 5(4), 629-647.
- Parrish, Erin D., Cassill, Nancy L. & Oxenham, William. (2006). Niche market strategy in the textile and apparel industry. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 10(4), 420-432.
- Patichol, Preeya, Wongsurawat, Winai, & Johri, Lalit, M. (2014). Upgrade strategies in the Thai silk Industry: balancing value promotion and cultural heritage, *Journal of Fashion Marketing and Management*, 18(1), 20-35.
- Planken, B., Sahu, S. & Nickerson, C. (2010). Corporate social responsibility communication in the Indian context. *Journal of Indian Business Research*, 2(1), 10-22.
- Porter, M.E. (1998). *Cluster and Competition: New Agenda for Companies, Governments, and Institutions on Competition*. MA: Harvard Buiness School Press. Boston.
- Porter, M.E. (1998). *The Compeliliveness of Nalions*. NY: The Free press.
- Saicheua, V., Knox, A. & Cooper, T. (2012). Sustainability in clothing supply chain implications for marketing. *In proceedings of the 37th macromarketing conference*, Berlin, Germany.
- Sarabia-Sanchez, Francisco J., Vigaray, Maria D. De Juan & Hota, Monali. (2011). Using values and shopping styles to identify fashion apparel segments. *International Journal of retail & Distribution Management*, 40(3), 180-199.
- Saris. W.E. & Strenkhorst. L H. (1984). *Causal modeling non experimental research : An Introduction to the lisrel approach*. Dissertation Abstract International, 47(7), 2261-A.

- Seock, Y.K. & Sauls, N. (2008). Hispanic consumers' shopping orientation and apparel retail store evaluation criteria: an analysis of age and gender differences. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 12(4), 469-486.
- Seuring, S., & Muller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1699-1710.
- Sheth, J.N., Sethia, N. K. & Srinivas, S. (2011). Mindful consumption: a customer-centric approach to sustainability. *Journal of the Academic Marketing Science*, 39(1), 21–39.
- Silvan, Marika. (1999). *A model of adaptation to a distributed learning environment*. Pro Gradu Thesis in Education, Department of Education, University of Jyvaskyla.
- Su, J. and Gargeya, V.B. (2012). Strategic sourcing and supplier selection: a review of survey-based Empirical research. in Choi, T.-M. (Ed.). *Fashion Supply Chain Management: Industry and Business Analysis*. PA: IGI Global, Hershey.
- Su, Jin. (2013). Strategic sourcing in the textile and apparel industry. *Industrial Management & Data Systems*, 113(1), 23-38.
- Sullivan, P.H. (1998). *Profiting From Intellectual Capital: Extracting Value from Innovation*. New York: John Wiley & Son.
- Tang, C.S., Rajaram, K., Alptekinoglu, A., OU, J. (2004). The benefits of advance booking discount programs: Model and analysis. *Management Science*, 50(4), 465-478.
- Tawy, N., & Tollington, T. (2012). Intellectual Capital: Literature Review. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 9, 241-259. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1504/IJLIC.2012.047286>
- Teunter, Ruud & Koster, de rene. (2011). Forecasting demand for single-period products: A case study in the apparel industry. *European Journal of Operational Research*, 211(1), 139-147.
- Turker, Duygu & Altuntas, Ceren. (2014). Sustainable supply chain management in the fast fashion industry: An analysis of corporate reports. *European Management Journal*, 32, 837-849.
- Watcharapanyawonga, Kornthip, Sirisoponsilp, Sompong & Sophatsathitc, Peraphon. (2011). A Model of mass customization for engineering production system development in textile and apparel industries in Thailand. *Systems Engineering Procedia*, 2, 382–397.

- Watchravesringkan, Kittichai, Karpova, Elena, Hodges, Nancy, N. & Copeland, Raedene. 2010. The competitive position of Thailand's apparel industry, challenges and opportunities for globalization. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 14(4), 576-597.
- Watkins, S.M. (1988). Using the design process to teach functional apparel design. *Clothing and Textiles Research Journal*, 7(1), 10-14.
- West, S.G., Finch, J.F., & Curran, P.J. (1995). *Structural equation models with non-normal variables: Problems and remedies*. In R. Hoyle (Ed.), *Structural Equation Modeling: Concepts, Issues and Applications*. Newbury Park, CA: Sage.
- Williams, K.C. & Page, R.A. (2011). Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 5(1), 1-17.
- Wong, Yim, Yu, & Chan, Peng, S. (1993). The Global Textile and Apparel Industries Us Protectionism and the Strategic Responses of ASIAN Competitors. *International Journal of Clothing Science and Technology*, 5(1), 25-32.
- Yeung, A.H.W. & Yeung, P.K.W. (2011). Bridging the sustainability gap in the global fashion supply chain - role of the sustainable fashion business consortium. *In Proceedings of the 11th Asian Textile Conference on Knowledge Convergence in Textiles for Human & Nature*. Daegu, Korea.