



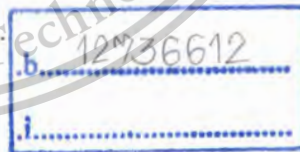
รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การประมาณฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย
Export Demand Function Estimation for Thai Fresh Fruits

นายรังสรรค์ ไนชัย

R&H
ว 3149
2556

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน 140379
วันเดือนปี 19 ต.ค. 2559



ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินรายได้ประจำปีงบประมาณ 2556

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

(ก)

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย)...การประมาณฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย

ชื่อโครงการ(ภาษาอังกฤษ)...Export Demand Function Estimation for Thai Fresh Fruits

แหล่งเงิน...เงินรายได้

ประจำปีงบประมาณ..... 2556..... จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน..... 50,000..... บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย..... 1..... ปี..... ตั้งแต่..... 1 ต.ค. 2555..... ถึง..... 30 ก.ย. 2556

ชื่อ-สกุล หัวหน้าโครงการ และผู้ร่วมโครงการวิจัย พร้อมระบุ หน่วยงานต้นสังกัดและ อีเมล

นายรังสรรค์.. โนชัย

วิทยาลัยการบริหารและจัดการ

E-mail... knrangsa@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศผู้ส่งออกผลไม้สดที่สำคัญ ไม่เฉพาะแต่ในระดับภูมิภาคแต่ยังรวมไปถึงในระดับโลก การส่งออกทุเรียน ลำไย และมังคุด มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและมีปริมาณการส่งออกสูงกว่าผลไม้สดอื่นๆอย่างเห็นได้ชัด โดยมีสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 60 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดทั้งหมดของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2555 ประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดทั้ง สามชนิดจากประเทศไทยมากที่สุด คือ ประเทศจีน รองลงมาคือ ประเทศฮ่องกง ซึ่งมีมูลค่า 318 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและประเทศฮ่องกง ประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวกับรายได้ ปัจจัยด้านราคาและที่ไม่ใช่ราคา โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาระหว่างปี พ.ศ. 2537-2554 แบบจำลองแบบถ้อยถ้อยนำมาใช้ในการพิจารณาหาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดทั้งสามชนิด ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ราคาการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน โดยมีค่าความยืดหยุ่นมากต่อราคาการส่งออกซึ่งมีค่าเท่ากับ -3.1685, -3.6963, และ - 3.4965 ตามลำดับ ในขณะที่ ความยืดหยุ่นต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนเท่ากับ 3.8707, 3.9571 และ 1.6588 ตามลำดับ สำหรับประเทศฮ่องกงพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกทุเรียน และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงมีเพียงปัจจัยเดียว คือ ราคาการส่งออกทุเรียน และลำไยของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

(ข)

ประเทศฮ่องกง โดยมีความยืดหยุ่นมากต่อราคาการส่งออกซึ่งมีค่าเท่ากับ เท่ากับ -2.1129 และ -1.2147 ตามลำดับ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง มีสองปัจจัย คือ ราคาส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง ซึ่งมีความยืดหยุ่น เท่ากับ -4.9328 และ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง โดยมีความยืดหยุ่น เท่ากับ 11.8291

คำสำคัญ: อุปสงค์การส่งออก ผลไม้สดของไทย ทูเรียน มังคุด ลำไย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

(ก)

Research Title: Export Demand Function Estimation for Thai Fresh Fruits.....

Researcher:..... Rangsai Nochai.....

Faculty: Administration and Management College.....

ABSTRACT

Thailand is one of the major fresh fruits exporter countries not only to the regional markets but also to the world at large. Republic of China and Hong Kong are the top two importer countries of Thai fresh fruits, accounting for 60 percent of total value of Thailand's total fresh fruits export in 2012. The three main Thai fresh fruits export to Republic of China and Hong Kong are durian, longan and mangosteen. Export revenues of these fruits are approximately US\$ 318 million and represented 45 percent. This paper investigates the export demand functions of durian, longan and mangosteen to Republic of China and Hong Kong. Estimates of the effects of income, price and non-price variables were obtained using econometric procedures. Annual data from 1991-2011 are used in the estimation. Logarithmic model is used to determine elasticity of the commodity. Estimation results show that export price of Thai durian, longan and mangosteen to Republic of China have a negative effect on the amount demanded; the elasticities are estimated at -3.1685, -3.6963, and -3.4965 respectively. GDP per capita are affecting the quantity demanded positively; their elasticities are estimated at 3.8707, 3.9571 and 1.6588 respectively. Export prices of Thai durian, longan and mangosteen to Hong Kong have a negative effect on the amount demanded; the elasticities are estimated at 2.1129, -4.9328 and -1.2147 respectively. GDP per capita is affecting the quantity demanded positively for mangosteen and its elasticity is estimated at 11.8291.

Keywords : Export Demand, Thai Fresh Fruit, Durian, Mangosteen, Longan

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่องการประมาณฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากวิทยาลัยการบริหารและการจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้รับการอนุเคราะห์ข้อมูลจากหลายหน่วยงานของภาครัฐ โดยเฉพาะศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ และได้รับความช่วยเหลือในด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณหน่วยงานและบุคคลที่กล่าวมาไว้ ณ ที่นี้ และหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการตลาดส่งออกผลไม้สดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมทั้งเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ในขั้นที่สูงขึ้นไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
กิตติกรรมประกาศ	(ง)
สารบัญ	(จ)
สารบัญตาราง	(ข)
สารบัญภาพ	(ช)
สารบัญภาคผนวก	(ณ)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและประเด็นปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.4 วิธีดำเนินการวิจัย	4
1.5 สมมติฐานของการวิจัย	5
1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.8 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 แนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวความคิดทางทฤษฎี	8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล	23

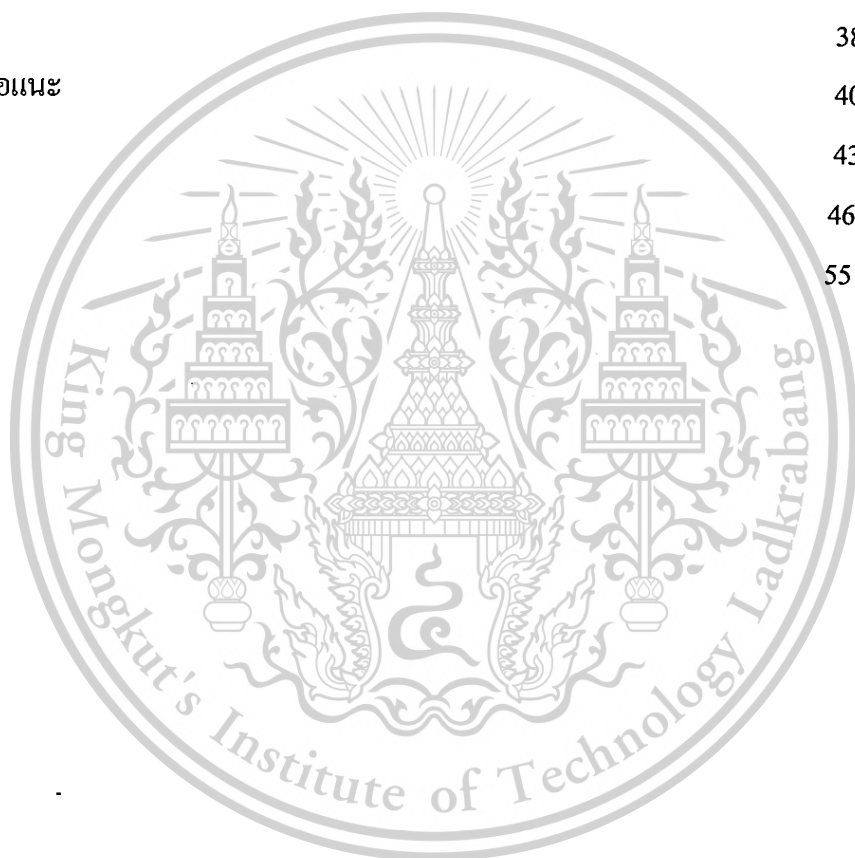
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 สถานการณ์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ	26
4.2 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีน	28
4.3 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง	33
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	36
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	
4.1 สรุป	38
4.2 ข้อเสนอแนะ	40
เอกสารอ้างอิง	43
ภาคผนวก	46
ประวัติผู้วิจัย	55



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศลูกค้าที่สำคัญ	27
4.2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีน	27
4.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง	28



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ปี 2544 – 2553	1
1.2 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยในประเทศต่างๆ ปี 2544 – 2553	2
1.3 กรอบแนวคิด	6
2.1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อ	9
2.2 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์	10
2.3 การค้าระหว่างประเทศ	14



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

สารบัญภาคผนวก

ตารางภาคผนวกที่	หน้า
1 ปริมาณการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีน	47
2 ปริมาณการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง	48
3 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีนปี พ.ศ. 2534 - 2553	49
4 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงปี พ.ศ. 2534 - 2553	50
5 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีน	51
6 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกง	52
7 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ประเทศไทยกับประเทศจีน	53
8 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ประเทศไทยกับประเทศฮ่องกง	54



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

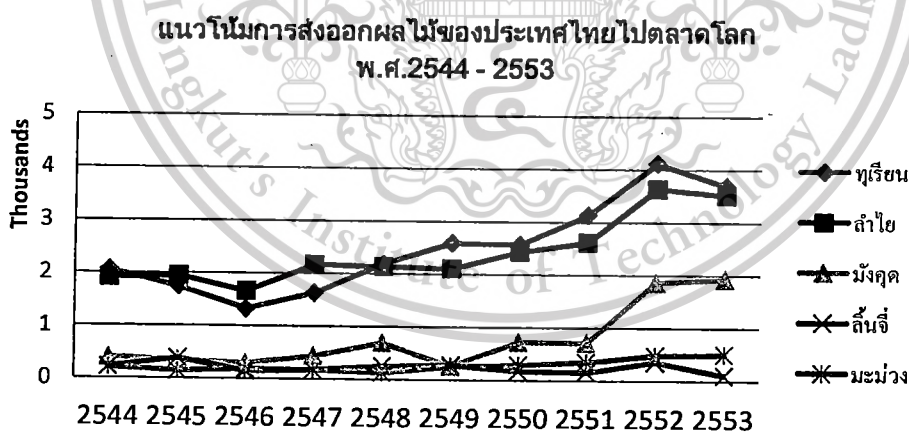
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผลไม้ นับเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญประเภทหนึ่งของประเทศไทย โดยผลไม้สามารถทำรายได้เข้าประเทศปีละหลายพันล้านบาท และผลไม้ไทยยังเป็นที่นิยมบริโภคกันทั่วไปทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ ความต้องการบริโภคผลไม้ในวันจะเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากสาเหตุหลักคือจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นและความสนใจในสุขภาพก็มีมากขึ้นด้วย ในการผลิตผลไม้ถือได้ว่าไทยเป็นประเทศที่มีสภาพพื้นที่และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการผลิตผลไม้เมืองร้อนหลากหลายชนิด ตั้งแต่ภาคเหนือจนถึงภาคใต้ ส่วนฤดูกาลให้ผลผลิตผลไม้แต่ละชนิดก็ยังแตกต่างกันไปในแต่ละสภาพพื้นที่ของแต่ละภาค จึงเป็นข้อดีประการหนึ่งที่ส่งผลให้ไทยมีผลไม้หลากหลายชนิดหมุนเวียนออกสู่ตลาดตลอดทั้งปี

ประเทศไทยสามารถส่งออกผลไม้ได้หลายรูปแบบผลิตภัณฑ์ เช่น ผลไม้สดแช่เย็นและแช่แข็ง ผลไม้กระป๋อง น้ำผลไม้ ผลไม้อบแห้ง เป็นต้น ในบรรดาผลิตภัณฑ์เหล่านี้ พบว่าผลไม้สดของไทยจะเป็นที่นิยมบริโภคอย่างมากของคนทั่วโลก เพราะนอกจากมีรสชาติดีแล้ว ราคาผลไม้สดของไทยยังสามารถแข่งขันกับผลไม้ชาติอื่นได้เป็นอย่างดี ผลไม้สดที่สำคัญของไทยที่มีแนวโน้มมูลค่าการส่งออกมากที่สุดเป็นอันดับต้นๆ ช่วงปี พ.ศ. 2544-2553 ได้แก่ ทูเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง (ภาพที่ 1.1)



ภาพที่ 1.1 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ปี 2544 – 2553

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554

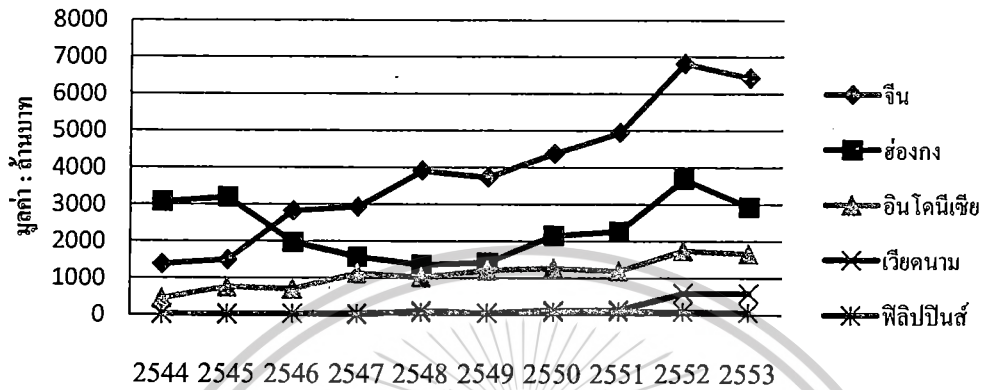
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

โดยมีตลาดส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ จีน ฮองกง อิน โคนีเซีย เวียดนาม และฟิลิปปินส์ (ภาพที่ 2.2)

มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศต่างๆ
พ.ศ. 2544 - 2553



ภาพที่ 1.2 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยในประเทศต่างๆ ปี 2544 – 2553
ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554

จากภาพที่ 2.2 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้สดไปยังประเทศจีนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือฮองกง สำหรับตลาดผลไม้สดของไทยในจีน เนื่องจากไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าภายใต้ข้อตกลงเอฟทีเอ (free trade area) ระหว่างไทย – จีน ด้วยสาเหตุเหล่านี้จีนจึงกลายเป็นตลาดหลักในการส่งออกผลไม้สดของไทย โดยประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้ไปยังจีนสูงถึงปีละ 200,000 – 300,000 ตัน และหลังจากที่จีนเข้าร่วมเป็นองค์การการค้าโลกและลงนามความตกลงเอฟทีเอกับไทย การส่งออกผลไม้สดไปยังจีนมีปริมาณเพิ่มขึ้นจนปัจจุบันจีนกลายเป็นตลาดผลไม้สดที่ใหญ่ที่สุดของไทย (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2554)

จีนถือว่าเป็นตลาดการส่งออกผลไม้สดที่สำคัญของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ทั้งนี้หลังจากการเปิดเสรีการค้าผักและผลไม้สดตามพิกัดอัตราศุลกากรหมวดที่ 07 – 08 ระหว่างไทย – จีน กรอบ FTA ASEAN – จีน ซึ่งเริ่มมีผลในทางปฏิบัติตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2003 เป็นต้นมา ได้ส่งผลให้มีการขยายการค้าสินค้าผักและผลไม้เพิ่มขึ้นด้วยจำนวนประชากรและเศรษฐกิจของประเทศจีนที่เติบโตอย่างต่อเนื่องประกอบกับการลดภาษีนำเข้าผลไม้สดตามข้อตกลงเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 2003 ทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์อย่างมากจากการส่งผลไม้เมื่อร้อนมายังตลาดจีน (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2553) ส่วนตลาดผลไม้สดที่ฮองกงนั้น ฮองกงมีการนำเข้าผลไม้จากต่างประเทศทั้งหมด เพราะไม่มีพื้นที่เพาะปลูกเอง โดยจะนำเข้าผ่านทั้งทางเรือและทางอากาศและทางรถยนต์ ผลไม้ที่นำเข้า ส่วนหนึ่งใช้บริโภคภายในประเทศ และอีกส่วนจะส่งต่อเข้าไปขายในจีนแผ่นดินใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

จากการศึกษาข้อมูลการส่งออกผลไม้สด โดยรวมของประเทศไทยช่วงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2553 ผลไม้สดประเภทหลักๆ ได้แก่ ทูเรียน ลำไย มังคุด ส้ม กล้วย มะม่วง ลิ้นจี่ เงาะ สับปะรด และจากการพิจารณาข้อมูลสังเกตได้ว่าการส่งออกทูเรียน ลำไย มังคุด มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและมีปริมาณการส่งออกสูงกว่าผลไม้สดอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด คิดเป็นร้อยละ 79.14 ของการส่งออกผลไม้ในปี 2553 ทั้งหมด และเมื่อพิจารณาตลาดในการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยแล้ว พบว่าประเทศที่มีมูลค่าการนำเข้าผลไม้สดทั้ง 3 ชนิดจากประเทศไทยมากที่สุด คือ ประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 45.08 รองลงมาคือฮ่องกงคิดเป็นร้อยละ 24.82 ของการส่งออกผลไม้สดทั้งหมด ซึ่งโอกาสของผลไม้สดไทยในตลาดจีนและฮ่องกงยังมีโอกาสสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะได้รับความนิยมนจากผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และตลาดจีนมีโอกาสขยายการส่งออกได้อีกมาก เนื่องจากจีนมีประชากรจำนวนมากและเศรษฐกิจจีนค่อนข้างมีเสถียรภาพ รายได้ของประชากรดีขึ้นจึงทำให้สามารถขยายไปตามเมืองต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ส่วนตลาดฮ่องกงนั้นจัดว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการส่งออกผลไม้สดที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าตลาดจีนเพราะฮ่องกงไม่สามารถทำการผลิตผลไม้เองได้ เพราะไม่มีพื้นที่เพาะปลูก และที่สำคัญตลาดฮ่องกงก็เป็นประตูนำไปสู่ตลาดจีนด้วย และถ้าเป็นผลไม้ในเขตเมืองร้อนนั้นฮ่องกงจะพิจารณาประเทศไทยเป็นลำดับแรกเนื่องจากเชื่อมั่นในคุณภาพและรสชาติ อย่างไรก็ตามยังมีประเทศผู้นำเข้าอื่นๆ ที่สำคัญซึ่งอาจจะมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต เช่น ประเทศในกลุ่มอาเซียน ประเทศญี่ปุ่น และประเทศในแถบประชาคมยุโรปบางประเทศ เป็นต้น

เนื่องจากการประมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้เกี่ยวข้องทั้งหลายทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อนำไปพยากรณ์การส่งออก ตลอดจนการวางแผน การวางกลยุทธ์ และการกำหนดนโยบายด้านการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นในการศึกษาในครั้งนี้จึงเลือกศึกษาการประมาณฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย เพื่อต้องการทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยการศึกษาครั้งนี้สนใจวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยสามารถกำหนดนโยบายหรือการวางแผนกลยุทธ์ในเชิงการค้าระหว่างประเทศที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์โดยทั่วไปของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงตลาดการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีนและฮ่องกง โดยมีรายละเอียดในการกำหนดขอบเขตการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประเภทของสินค้าที่ทำการศึกษา คือ ทูเรียน มังคุด ลำไย เพราะเป็นผลไม้ที่มีการส่งออกมากที่สุด 3 อันดับแรกของประเทศไทย โดยมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันถึงร้อยละ 79.14 ของการส่งออกผลไม้สดทั้งหมดของประเทศไทย และประเทศที่เลือกทำการศึกษาคือ สาธารณรัฐประชาชนจีนหรือประเทศจีนโดยให้ครอบคลุมถึงเขตเศรษฐกิจพิเศษฮ่องกง ซึ่งในการศึกษารั้งนี้จะแยกออกเป็นหนึ่งประเทศ คือประเทศฮ่องกง เพราะเป็นตลาดส่งออกที่ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้สดเป็น 2 อันดับแรก โดยมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันถึงร้อยละ 70 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดทั้งหมด

2. ขอบเขตระยะเวลาในการศึกษา ข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศผู้นำเข้า คือ จีนและฮ่องกงโดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลอนุกรมรายปี ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554

4. ในการศึกษาจากแบบจำลองอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศผู้นำเข้า คือ จีนและฮ่องกง มีตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1 ราคาการส่งออกผลไม้สดจากประเทศไทยไปประเทศจีนและฮ่องกง ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนและฮ่องกง ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554

4.2 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนและฮ่องกง ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนและฮ่องกง ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554

4.3 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ระหว่างประเทศจีนและฮ่องกงกับประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554

5. ตัวแปรตามในการศึกษาคือ ปริมาณการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกง ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนและฮ่องกง

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาในครั้งนี้จะใช้ข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิเกี่ยวกับข้อมูลทางการค้าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศลูกค้าที่สำคัญ เกี่ยวกับ ปริมาณการส่งออกและราคาการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญกับประเทศไทย รายได้ประชาชาติของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ จำนวนประชากรของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ และดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ เพื่อใช้วิเคราะห์รูปแบบฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออก ซึ่งมีที่มาจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ มีแหล่งที่สำคัญ เช่น ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย

การศึกษานี้ได้นำข้อมูลทั้งหมดที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ทั้งในเชิงพรรณนาโดยใช้สถิติอย่างง่ายเช่นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมทั้งการใช้สถิติเชิงอนุมาน ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ โดยวิเคราะห์จากแบบจำลองอุปสงค์และใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2537-2554 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ส่งออกทราบถึงแนวโน้ม และสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพัฒนาศักยภาพตลาดการส่งออกผลไม้สดในตลาดจีนและฮ่องกง

สำหรับการศึกษาผลการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกผลไม้สด ของประเทศไทยไปยังประเทศลูกค้าที่สำคัญ โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปแบบการถดถอยเชิงพหุ (multiple regression method) ในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (ordinary least square) เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกง โดยผลการวิเคราะห์จะพิจารณาจากค่า R^2 , t-statistics, F-statistic และค่า Durbin-Watson

1.5 สมมติฐานการวิจัย

การวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกงมีสมมติฐานของการศึกษา ดังนี้

1. ราคาการส่งออกผลไม้สด ทุเรียน มังคุด ลำไย F.O.B ของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้า คือ ประเทศจีน และฮ่องกง ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้า มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้า
2. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศผู้นำเข้าต่อหัวปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้ามีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้า
3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้า

1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

กรอบแนวความคิดจึงเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปประเทศจีนและฮ่องกง ก็เพื่อศึกษาถึงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

อิสระที่กำหนดกับตัวแปรตาม โดยตัวแปรตามคือ อุปสงค์การส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปประเทศจีนและฮ่องกง ส่วนตัวแปรอิสระที่เลือกนำมาทำการศึกษาในครั้งนี้คือ ราคาการส่งออกของผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปประเทศจีนและฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนและฮ่องกง รายได้ประชากรติดต่อกันของประเทศจีนและฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนและฮ่องกง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศจีนและฮ่องกงกับเงินตราของประเทศไทย จำนวนประชากรของประเทศจีนและฮ่องกง ซึ่งปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานี้สมควรที่จะเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปประเทศจีนและฮ่องกง

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบรูปแบบฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ตลอดจนสามารถประเมินสถานการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นล่วงหน้าได้
3. ทำให้ทราบแนวทางการพัฒนาการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยและเป็นผู้ทางในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกผลไม้สดต่อไป
4. ผลจากการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการส่งออกผลไม้สดทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตและการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ให้สอดคล้องกับภาวะทางการตลาด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยในอนาคต

1.8 นิยามศัพท์

อุปสงค์การส่งออก หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของประเทศหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อและมีความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อได้ของประเทศผู้นำเข้า ณ ราคาส่งออกต่างกันของสินค้าชนิดนั้นภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง

ราคาส่งออก F.O.B (Free on Board; F.O.B) หมายถึง ราคาส่งออกซึ่งได้จากการคำนวณต้นทุนค่าใช้จ่ายทุกอย่าง อาทิเช่น ราคาสินค้า ค่าความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ค่าตรวจสอบสินค้า ค่าขออนุญาตส่งออก ค่าขนส่ง ค่าผ่านพิธีการศุลกากร และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการส่งออก รวมทั้งค่ายกตู้สินค้าขึ้นเรือ ณ ท่าเรือกรุงเทพ

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ หมายถึง หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้นภายในประเทศในระยะเวลาหนึ่ง โดยไม่คำนึงถึงว่าทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการจะเป็นทรัพยากรของพลเมืองในประเทศหรือเป็นของชาวต่างประเทศ

มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัว หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้นภายในประเทศในระยะเวลาหนึ่งเฉลี่ยต่อประชากรภายในประเทศหนึ่งคน หาได้จากการนำมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศหารด้วยจำนวนประชากรทั้งหมดของประเทศ

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา หมายถึง จำนวนเงินตราภายในประเทศที่ต้องจ่ายเพื่อแลกกับเงินตราต่างประเทศ 1 หน่วย

ดัชนีราคาผู้บริโภค หมายถึง ตัวเลขทางสถิติที่ใช้วัดการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการโดยเฉลี่ยที่ผู้บริโภคได้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการจำนวนหนึ่ง ณ เวลาหนึ่งเทียบกับปีฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

บทที่ 2

แนวความคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน คือ แนวคิดทางทฤษฎี โดยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับทฤษฎีอุปสงค์ ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ทฤษฎีอุปสงค์เพื่อการส่งออก และทฤษฎีการประมาณการอุปสงค์ ส่วนที่ 2 คือ งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

2.1 แนวความคิดทางทฤษฎี

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อและมีความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อได้ ณ ระดับราคาต่างๆกันของสินค้าชนิดนั้น ภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งในตลาดแห่งหนึ่ง จากความหมายข้างต้น สามารถพิจารณาแต่ละประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ คำว่า ปริมาณ แสดงว่า อุปสงค์สามารถวัดออกมาเป็นหน่วยได้ เป็นหน่วยของปริมาณสินค้าและบริการสินค้านั้นๆ และเป็นปริมาณที่เกิดจากความต้องการของผู้ซื้อที่มีต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งเท่านั้น
2. ความสามารถที่จะจ่ายเงินซื้อได้ หมายถึง อุปสงค์จะเกิดขึ้นได้ผู้ซื้อจะมีอำนาจซื้อ (purchasing power) หรือมีรายได้เพียงพอที่จะซื้อสินค้าและบริการได้ตามความต้องการ
3. ณ ระดับราคาต่างๆกันของสินค้าชนิดนั้น หมายถึง อุปสงค์จะแสดงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ณ ระดับราคาหลายๆระดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เมื่อราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย
4. ระยะเวลาใดเวลาหนึ่งในตลาดแห่งหนึ่ง หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการนั้น จะต้องระบุเวลาและสถานที่ที่แน่นอน ทั้งนี้เพราะอุปสงค์อาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าเวลาและสถานที่เปลี่ยนแปลงไป

2.1.2 กฎของอุปสงค์

ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการซื้อสินค้าและบริการกับระดับราคินค้าและบริการชนิดนั้นจะเป็นอย่างไร เป็นไปตามกฎอุปสงค์ กล่าวไว้ดังนี้ “ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อจะแปรผกผันกับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้น”

ฟังก์ชันอุปสงค์ (demand function) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งกับตัวแปรทุกตัวที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อนั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

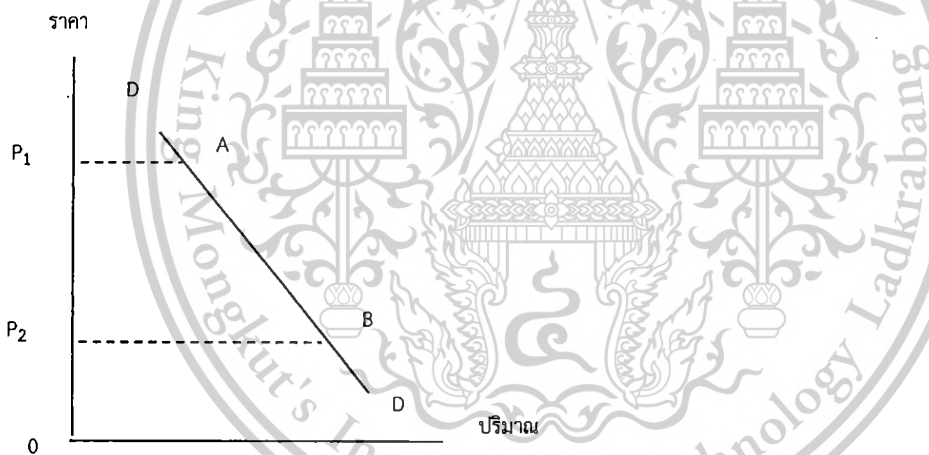
Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าชนิดนั้นๆมีผลให้ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นๆเปลี่ยนแปลงไปโดยที่ปัจจัยอื่นๆคงที่

กำหนดให้อุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งแสดงด้วยเส้น DD ถ้าราคาสินค้าเท่ากับ OP_1 ปริมาณความต้องการซื้อเท่ากับ OQ_1 หน่วยหรือจุดที่ A ถ้าราคาตกลงเป็น OP_2 ปริมาณความต้องการซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น OQ_2 หน่วยหรือที่จุด B ดังนั้น จะเกิดการเคลื่อนย้ายจากจุด A ไปยัง จุด B บนเส้นอุปสงค์เดิม (ภาพที่ 4)

อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้วการเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคชนิดใดชนิดหนึ่งนั้นยังขึ้นกับปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภค (quantity demand) เรียกปัจจัยเหล่านี้ว่า ตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมากน้อยแตกต่างกันไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังนี้

1. ราคาของสินค้าหรือบริการที่ต้องการซื้อ ตามปกติถ้าสินค้าและบริการชนิดนั้นราคาเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะน้อย แต่ถ้าราคาของสินค้าหรือบริการลดลง ปริมาณซื้อจะมีมาก
2. รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค ผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมสามารถซื้อสินค้าได้ในจำนวนที่มากกว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ เพราะมีอำนาจการซื้อสูงกว่า



ภาพที่ 2.1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณความต้องการซื้อ

ที่มา: ภารดีและคณะ, 2545

3. ราคาสินค้าหรือบริการชนิดอื่น โดยทั่วไปผู้บริโภคต้องการสินค้าหลายชนิดเมื่อราคาสินค้าชนิดอื่นเปลี่ยนแปลงไปก็ย่อมส่งผลกระทบต่อสินค้าชนิดอื่นๆ ด้วยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสินค้าชนิดนั้นจะเป็นสินค้าทดแทนหรือสินค้าใช้ประกอบในกรณีเป็นสินค้าทดแทน เช่น การที่ราคาเนื้อหมูสูงขึ้นผู้บริโภคก็อาจจะหันไปบริโภคเนื้อไก่ที่มีราคาต่ำกว่าได้ ส่วนกรณีที่สินค้าใช้ประกอบ เช่น ถ้าราคากาแฟสูงขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อลดลง ทำให้ความต้องการซื้อครีมเทียมลดลงด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

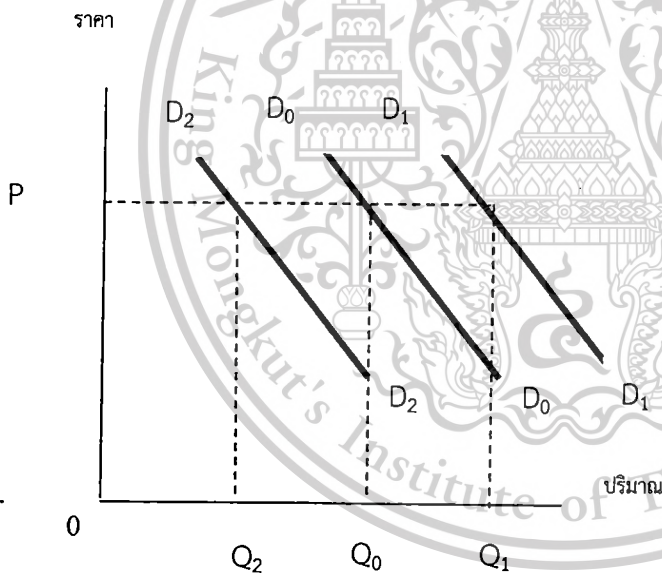
Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

4. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมและความชอบของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าแต่ละชนิดจะมากขึ้นแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับแบบสินค้า คุณภาพของสินค้า ค่านิยมที่มีต่อตามยุคตามสมัยหรือที่เรียกว่าแฟชั่น สิ่งที่กำหนดรสนิยม ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี ปัจจุบันผู้ผลิตได้พยายามปรับปรุงสินค้าของตนเพื่อให้ผู้บริโภคคงความนิยม และใช้การโฆษณาต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขายหรือกระตุ้นให้เกิดความนิยมในตัวสินค้ามากขึ้น

5. จำนวนผู้บริโภค ถ้าจำนวนผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการในตลาดจะสูงขึ้น แต่ถ้าจำนวนผู้บริโภคลดลงปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการในตลาดจะลดลงด้วย

6. ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง นอกจากปัจจัยที่กล่าวมาแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการกำหนดปริมาณความต้องการซื้อ เช่น ฤดูกาล การคาดคะเนราคา เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์หรือการย้ายเส้นอุปสงค์ หมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณสินค้าชนิดหนึ่งอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงปัจจัยอื่นๆที่กำหนดปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้น เช่น รสนิยมของผู้บริโภค รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ราคาสินค้าชนิดนั้นคงที่จะทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของเส้นอุปสงค์ไปทั้งเส้น



ภาพที่ 2.2 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์

ที่มา: ภารดีและคณะ, 2542

กำหนดให้อุปสงค์เดิมของสินค้าชนิดหนึ่ง คือ เส้น D_0D_0 ซึ่งแสดงปริมาณความต้องการซื้อ ณ ราคาระดับหนึ่ง โดยปัจจัยอื่นๆที่กำหนดปริมาณความต้องการซื้อคงที่อยู่ระดับหนึ่งต่อมาถ้าเกิดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

เปลี่ยนแปลงในปัจจัยอื่นๆ เช่น รายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง จะทำให้ปริมาณความต้องการซื้อเปลี่ยนแปลงไป จากรูป ณ ระดับราคา OP ปริมาณความต้องการซื้อเดิมเท่ากับ OQ_0 ถ้ารายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้นและมีปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นเป็น OQ_1 เส้นอุปสงค์จะเคลื่อนไปที่ทางขวาของเส้นเดิมเป็นเส้น D_1D_1 ในขณะที่ราคาสินค้าคงเดิม (OP) การเคลื่อนที่ไปอยู่ในตำแหน่งใหม่ของอุปสงค์กรณีนี้ เรียกว่า อุปสงค์เพิ่ม (increase in demand) ในทางตรงกันข้าม ถ้ารายได้ของผู้บริโภคลดลง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะลดลงเป็น OQ_2 กรณีนี้ เส้นอุปสงค์จะเคลื่อนที่ไปทางซ้ายของเส้นเดิมเป็นเส้น D_2D_2 การเคลื่อนที่ของอุปสงค์กรณีนี้เรียกว่า อุปสงค์ลด (decrease in demand) (ภาพที่ 5)

2.1.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ค่าความยืดหยุ่นเป็นค่าที่ใช้วัดอัตราของการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามต่ออัตราของการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรนำ ซึ่งจะแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (elasticity of price demand or price elasticity) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้น โดยแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_p = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า}}$$

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (elasticity of income demand or income elasticity) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้บริโภค โดยแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_i = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อ}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้บริโภค}}$$

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นๆ (elasticity of cross demand or cross elasticity) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าอื่นที่ต้องใช้ร่วมกันหรือใช้ทดแทน มีผลต่อปริมาณสินค้าที่กำลังพิจารณา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นหรือความยืดหยุ่นไขว้ จึงหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อสินค้า X ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้า Y สามารถแสดงเป็นสูตร ดังนี้

$$E_c = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้า } x}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า } Y}$$

ดังนั้น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะมีค่าต่างๆกัน และแต่ละค่าจะแสดงให้เห็นว่า อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากน้อยเพียงใด ถ้าสินค้าและบริการใด มีอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ที่มีค่าสูงกว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ซึ่งจะได้ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่า 1 แสดงว่า อุปสงค์ของสินค้าและบริการชนิดนั้นมีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ในทางตรงกันข้าม ถ้าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มีค่าต่ำกว่าอัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ แสดงว่า อุปสงค์ของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

สินค้าและบริการมีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) หรือมีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ซึ่งเราสามารถแบ่งค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. อุปสงค์ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) หมายความว่า ปริมาณอุปสงค์จะไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้นเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ค่าความยืดหยุ่นมีค่าเท่ากับ 0
2. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic demand) สินค้าที่มีอุปสงค์ในลักษณะเช่นนี้ อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการซื้อ จะน้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา กล่าวคือ ถ้าหากราคาเพิ่มขึ้นหรือลดลงร้อยละ 1 ปริมาณซื้อจะลดลงหรือเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะน้อยกว่า 1
3. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elastic demand) ซึ่งค่าความยืดหยุ่นจะมีค่าเท่ากับ 1 หมายความว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์เท่ากับอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์
4. อุปสงค์มีค่าความยืดหยุ่นมาก (relatively elastic demand) หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์มากกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ ดังนั้น ค่าความยืดหยุ่นมีค่ามากกว่า 1 แต่น้อยกว่าค่าอนันต์ (infinity) นั่นคือ ค่าความยืดหยุ่นมีค่ามากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1
5. อุปสงค์มีค่าความยืดหยุ่นมากที่สุด หรือมีค่าความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ (perfectly elastic demand) ในที่นี้ค่าความยืดหยุ่นจะเท่ากับค่าอนันต์

2.1.4 ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ

นภาพร และคณะ (2550) กล่าวว่า การค้าระหว่างประเทศ (international trade) หมายถึง การแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศของทุกประเทศจะต้องประกอบด้วยสินค้าออก (export) และสินค้าเข้า (import) (นภาพร และคณะ, 2550)

สิ่งที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้า คือ ความแตกต่างในผลิตภาพ (productivity) ต้นทุนการผลิต และพื้นฐานความแตกต่างของทรัพยากร (factor endowment) เพราะแต่ละประเทศมีทรัพยากรที่แตกต่างกัน ความเอื้ออำนวยของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิประเทศ รวมทั้งระดับของเทคโนโลยี เช่น ความรู้ในวิทยาการใหม่ๆ นำไปสู่การใช้สัดส่วนของทรัพยากรที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากประเทศที่มีทรัพยากรที่แตกต่างกันจึงมีความแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากการผลิตที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

การค้าระหว่างประเทศที่เป็นผลมาจากความแตกต่างของฟังก์ชันอุปสงค์และอุปทานในกรณีที่สินค้าชนิดหนึ่งผลิตและบริโภคใน 2 ประเทศ แล้วไม่มีการค้าขายระหว่างประเทศกันก่อนที่จะมีการค้าระหว่างกันเกิดขึ้น เส้นอุปสงค์และอุปทานระหว่างประเทศจะกำหนดราคาสินค้าของแต่ละประเทศ โดยที่เส้น D_1 และ S_1 คือ เส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานของประเทศที่ 1 ส่วน D_2 และ S_2 คือ เส้นอุปสงค์และเส้นอุปทานของประเทศที่ 2 เมื่อเส้นอุปสงค์ D_1 ตัดกับเส้นอุปทาน S_1 จะทำให้ได้จุด E_1 คือ จุดดุลยภาพของราคาและปริมาณสินค้าของประเทศที่ 1 โดยที่ราคาดุลยภาพจะเท่ากับ OP_1 และเกิดอุปทานส่วนเกิน (excess supply) อันเนื่องมาจากมี

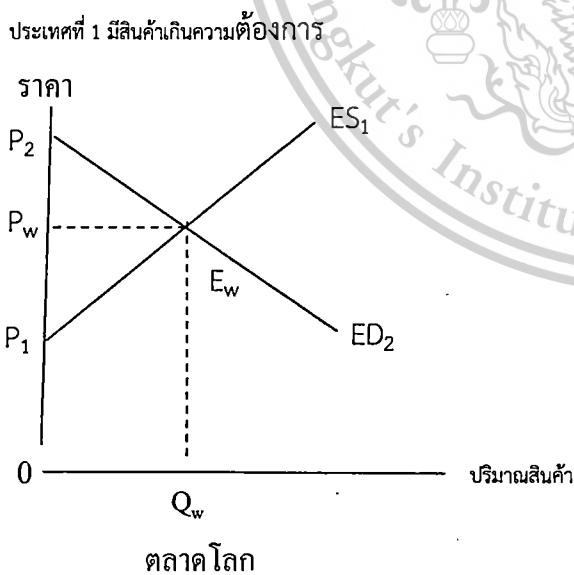
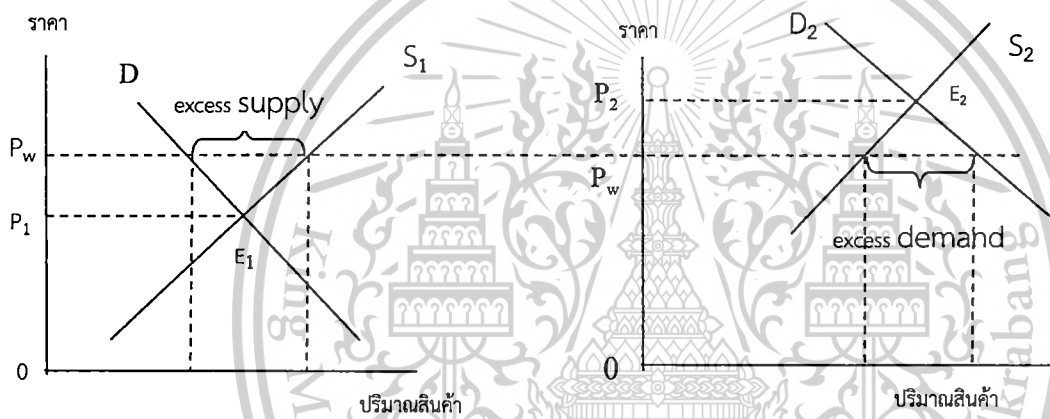
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ปริมาณสินค้าเกินความต้องการ เมื่อเส้นอุปสงค์ D_2 ตัดกับเส้นอุปทาน S_2 จะทำให้ได้จุด E_2 ซึ่งเป็นจุดดุลยภาพของราคาและปริมาณสินค้าของประเทศที่ 2 โดยที่ราคาดุลยภาพจะเท่ากับ OP_2 และเกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) อันเนื่องมาจากมีปริมาณสินค้าน้อยกว่าความต้องการ เมื่อมีการค้าระหว่างประเทศเกิดขึ้น ประเทศที่ 1 ซึ่งมีอุปทานส่วนเกิน (excess supply) ก็จะทำการส่งออกปริมาณสินค้าที่เกินความต้องการ และในประเทศที่ 2 ซึ่งมีอุปสงค์ส่วนเกิน (excess demand) ก็จะทำการนำเข้าสินค้าจากประเทศที่ 1 จะสูงขึ้นจาก P_1 เป็น P_w ในขณะเดียวกันราคาสินค้าในประเทศที่ 2 จะลดลงจาก P_2 เป็น P_w การไหลเวียนของสินค้าประเทศที่ 1 ไปยังประเทศ 2 จะต้องมีปริมาณที่มากพอที่จะทำให้ราคาสินค้าในทั้ง 2 ประเทศเท่ากันพอดีและกลายเป็นตลาดเดียวกัน (ภาพที่ 6)

ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก ซึ่งวันรักษ์. (2549) กล่าวว่า การที่ประเทศจะส่งออกสินค้าและบริการต่างๆ



ภาพที่ 2.3 การค้าระหว่างประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร 2550 ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ได้มากหรือน้อยขึ้น อยู่กับปัจจัยที่สำคัญบางประการ ได้แก่ ปริมาณการผลิตในประเทศ ต้นทุนการผลิต อัตราเงินเฟ้อ นโยบายการค้าของต่างประเทศ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ซึ่งพิจารณาได้ดังนี้

1.1.1 ปริมาณการผลิตในประเทศ การส่งออกมีความสัมพันธ์กับปริมาณการผลิตในแง่ที่ว่า ถ้าประเทศสามารถผลิตสินค้าได้มากเกินกว่าความต้องการบริโภคในประเทศ ประเทศก็จะมีสินค้าที่เหลือเพื่อการส่งออกได้ แต่ถ้าประเทศผลิตสินค้าได้น้อยไม่พอกับความต้องการบริโภคในประเทศแล้ว ประเทศก็จะมีสินค้าเหลือเพื่อการส่งไปขาย แต่อย่างไรก็ตามมิได้หมายความว่าประเทศที่ผลิตสินค้าได้เกินความต้องการการบริโภคในประเทศจะสามารถส่งออกสินค้าได้มากด้วยเพราะการที่จะส่งออกได้มากหรือน้อยยังขึ้น อยู่กับปัจจัยอื่นๆอีกหลายประการ

1.1.2 ต้นทุนการผลิต ประเทศที่ผลิตสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนการผลิตต่ำ ก็จะสามารถขายสินค้าของตนในตลาดโลกได้ในราคาที่ต่ำกว่าสินค้าประเทศอื่นๆ ประเทศนี้ย่อมจะส่งออกได้มากกว่าประเทศคู่แข่ง

1.1.3 อัตราเงินเฟ้อ ประเทศที่ประสบปัญหาเงินเฟ้อ ในอัตราสูง ค่าครองชีพสูงขึ้น มากเพราะราคาสินค้าและราคาปัจจัยการผลิตต่างๆสูงขึ้น สินค้าที่ส่งออกจึงต้องมีราคาสูงขึ้น ด้วย ทำให้ไม่สามารถขายสินค้าแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ที่มีอัตราเงินเฟ้อต่ำกว่า หรือไม่ประสบปัญหาเงินเฟ้อได้ การส่งออกของประเทศจึงลดลง

1.1.4 นโยบายการค้าของต่างประเทศ ถ้าต่างประเทศมีนโยบายการค้าแบบเสรีไม่กีดกันสินค้าจากต่างประเทศ ประเทศก็จะสามารถส่งสินค้าเข้าไปขายในประเทศนั้น ได้สะดวก การส่งออกของประเทศจะสูงขึ้น แต่ถ้าต่างประเทศใช้นโยบายการค้ากีดกันสินค้าจากต่างประเทศโดยวิธีการต่างๆ ทำให้ประเทศไม่สามารถส่งสินค้าเข้าไปขายยังประเทศนั้นๆ ได้สะดวก หรือจำเป็นต้องเสียภาษีนำเข้าสูง จะทำให้การส่งออกและรายได้จากการส่งออกประเทศค่อนข้างต่ำ

1.1.5 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ราคาขายสินค้าและบริการให้ต่างประเทศเกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้วย ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างเงินสกุลของประเทศกับเงินสกุลของประเทศคู่ค้าเป็นอัตราที่ไม่เหมาะสม ก็อาจจะทำให้ราคาสินค้าและบริการของประเทศคิดเป็นเงินสกุลต่างประเทศมีราคาถูกลงหรือแพงเกินไป ซึ่งจะกระทบการส่งออกได้เช่นกัน ทำให้ประเทศส่งออกได้มากขึ้น หรือเป็นอุปสรรคต่อการส่งออกก็ได้

1.1.6 นโยบายส่งเสริมการส่งออกของรัฐบาล เช่น การลดภาษีส่งออก การขยายตลาดในประเทศ การลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าวัตถุดิบ และการปรับปรุงพิธีการศุลกากรให้สะดวก รวดเร็วและโปร่งใส ก็จะทำให้มีการส่งออกมากขึ้น ส่วนในทางตรงข้าม ก็จะทำให้การส่งออกชบเซา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

1.1.7 ราคาของสินค้าออก หากราคาของสินค้าออกของประเทศใดอยู่ในระดับสูงกว่าตลาดต่างประเทศ ในสินค้าอย่างเดียวกัน ประเทศนั้น จะส่งออกได้น้อย แต่ถ้าราคาสินค้าออกต่ำกว่าตลาดต่างประเทศก็จะส่งออกได้น้อย

1.1.8 ความต้องการของตลาดต่างประเทศ ขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศผู้นำเข้าหากภาวะเศรษฐกิจทั่วโลกอยู่ในเกณฑ์ดี ความต้องการซื้อ สินค้าและบริการในตลาดต่างประเทศจะมีมากทำให้การส่งออกสดีไปตามไปด้วย ส่วนในกรณีตรงข้าม การส่งออกจะลดลง

2.1.5 ทฤษฎีการประมาณอุปสงค์

การวิเคราะห์การถดถอย

สมยศ (2542) กล่าวว่า วิธีการทางสถิติที่มักจะใช้กับการประมาณอุปสงค์มากที่สุด คือ การวิเคราะห์การถดถอยเทคนิคนี้จะมีข้อจำกัดบางอย่างด้วย แต่การวิเคราะห์การถดถอยสามารถให้การประมาณฟังก์ชันอุปสงค์ที่ดีอย่างหนึ่งด้วยต้นทุนที่ต่ำ

ขั้นตอนแรกของการวิเคราะห์การถดถอย คือ การระบุตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ อุปสงค์ของสินค้าจะเป็นตัวแปรตาม รายการตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์จะรวมตัวแปร

ขั้นตอนที่ 2 ของการวิเคราะห์การถดถอย คือ การได้ประมาณค่าตัวแปรอย่างถูกต้อง การได้ประมาณค่าตัวแปรเหล่านี้จะไม่ง่ายเสมอไป โดยเฉพาะถ้าการศึกษาเกี่ยวข้องกับข้อมูลของปีที่แล้ว ยิ่งกว่านั้นตัวแปรที่สำคัญบางตัว เช่น ทัศนคติของผู้บริโภคต่อคุณภาพ ที่ค่อนข้างจะสำคัญต่อฟังก์ชันอุปสงค์ของสินค้าบริโภคหลายอย่าง อาจได้มาจากเทคนิคของการสำรวจที่อยู่บนพื้นฐานของการใช้ดุลยพินิจ หรือการทดลองตลาดที่อาจจะให้ข้อมูลที่ลำเอียงได้

ขั้นตอนที่ 3 ของการวิเคราะห์การถดถอย คือ การระบุตัวแปรแบบสมการ การระบุรูปแบบสมการที่ธรรมดาที่สุด คือ แบบจำลองเส้นตรง (Linear Model)

$$Q = a + bP + cA + dI \quad (1)$$

Q คือ ปริมาณของสินค้าที่ต้องการ

P คือ ราคาของสินค้า

A คือ ค่าใช้จ่ายการโฆษณา

I คือ รายได้สิทธิส่วนบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ฟังก์ชันอุปสงค์แบบเส้นตรงจะมีความโค้งสูงมากในทางปฏิบัติเนื่องจากเหตุผล 2 อย่าง ประการแรก ประสิทธิภาพได้แสดงว่าความสัมพันธ์ทางอุปสงค์หลายอย่างเกือบจะเป็นเส้นตรงภายในช่วงของข้อมูลที่รวบรวม ประการที่ 2 เราสามารถใช้เทคนิคทางสถิติ วิธีการวิเคราะห์การถดถอยแบบกำลัง 2 น้อยที่สุดได้อย่างสะดวก เพื่อที่จะประมาณค่าพารามิเตอร์ a , b , c และ d ของสมการแบบเส้นตรงได้ ฟังก์ชันอุปสงค์ที่ใช้กันมากที่สุด คือ แบบจำลองการคูณ (Multiplicative Model)

$$Q = aP^b A^c I^d \quad (2)$$

สมการนี้จะนิยมแพร่หลายเนื่องจากคุณลักษณะเบื้องต้น 2 อย่าง ประการแรกสมการแบบการคูณมักจะเป็นรูปแบบที่ดีที่สุดของฟังก์ชันอุปสงค์ เหตุผลประการที่ 2 ที่ฟังก์ชันอุปสงค์แบบการคูณนิยมแพร่หลาย คือ สมการ (2) จะเป็นรูปแบบทางพีชคณิตที่สามารถถ่ายทอดให้เป็นความสัมพันธ์แบบเส้นตรงโดยใช้ลอการิทึมได้ เราสามารถประมาณค่าโดยใช้เทคนิคการถดถอยแบบกำลัง 2 น้อยที่สุดได้ ดังนั้นสมการ (2) จะเทียบเท่ากับ

$$\text{Log } Q = \text{log } a + (b)\text{log } P + (c)\text{log } A + (d)\text{log } I \quad (3)$$

สมการ (2) จะเป็นเส้นตรงภายในลอการิทึม และเมื่อสมการ (2) ได้ใช้รูปแบบของสมการ (3) สัมประสิทธิ์ของสมการ ($\text{log } a$, b , c และ d) สามารถประมาณค่าโดยการวิเคราะห์การถดถอยกำลัง 2 น้อยที่สุดได้

สัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ (Coefficient of Determination)

สัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ R^2 จะแสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการถดถอยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามได้ดีแค่ไหน R^2 จะเป็นสัดส่วนของความแปรปรวนทั้งหมด (Total Variation) ของตัวแปรตามที่อธิบายโดยกลุ่มของตัวแปรอิสระทุกตัวภายในแบบจำลอง R^2 จะมีค่าตั้งแต่ 0 ที่ชี้ให้เห็นว่าแบบจำลองไม่ได้ให้การอธิบายความแปรปรวนภายในตัวแปรตามเลย ไปจนถึง 1.0 ที่ชี้ให้เห็นว่าความแปรปรวนทุกอย่างได้อธิบายโดยตัวแปรอิสระ

สัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจ R^2 คือสัดส่วนของความแปรปรวนทั้งหมดที่อธิบายได้โดยแบบจำลองของการถดถอย ดังนั้น

$$R^2 = \frac{\text{ความแปรปรวนที่อธิบายได้}}{\text{ความแปรปรวนทั้งหมด}} = \frac{\sum(\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum(y_i - \bar{y})^2} \quad (4)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ภายในการศึกษาการถดถอยจริง สัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจยากที่จะเท่ากับ 0 หรือ 1.0 การประมาณอุปสงค์ในทางปฏิบัติ ค่าของ R^2 ประมาณ 0.80 ที่ชี้ให้เห็นว่าประมาณ 80% ของความแปรปรวนของอุปสงค์อธิบายได้ค่อนข้างจะยอมรับได้ ในกรณีของสินค้าบางอย่าง R^2 จะต้องสูงถึง 0.90 – 0.95

ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณ (Standard Error of the Estimate)

เครื่องวัดนี้จะประมาณขอบเขตของความเชื่อมั่น เพื่อการคาดคะเนของตัวแปรตามด้วยค่าตัวแปรอิสระที่กำหนดให้ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณจะถูกใช้เพื่อกำหนดขอบเขตที่เราสามารถคาดคะเนตัวแปรตามด้วยระดับของความเชื่อมั่นที่แตกต่างกัน

ถ้าเราสันนิษฐานได้ว่าความคลาดเคลื่อนจะแจกแจงปกติภายในสมการการถดถอยนี้จะเป็นจริงเมื่อตัวอย่างขนาดใหญ่ของข้อมูลการวิเคราะห์ เราจะมีแนวโน้มจะเป็น 95% ที่ค่าสังเกตในอนาคตของตัวแปรตามจะอยู่ภายในช่วง $\bar{Y}_i \pm 1.96 (1.96 \times S.E.E)$ หรือภายใน 2 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณ ความน่าจะเป็นคือ 99% ที่ค่า \bar{Y}_i จะอยู่ในช่วง $\bar{Y}_i \pm (2.576 \times S.E.E)$ หรือภายใน 3 ความคลาดเคลื่อนของการประมาณ เราจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าความถูกต้องของการคาดคะเนที่สูงขึ้นจะต้องมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณที่ต่ำลง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีการประมาณอุปสงค์เพื่อการส่งออกสินค้าเกษตร ได้มีผู้ศึกษากันอย่างกว้างขวางในระดับโลก งานศึกษาปริมาณการส่งออก (หรือ อุปสงค์การส่งออก, Export Demand) ที่ผ่านมานั้นมีเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่จะมีไว้เพื่อกำหนดค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้าส่งออก(รายสินค้า) กับราคา อัตราแลกเปลี่ยน หรือนโยบายสนับสนุนการส่งออกต่างๆ เช่น การศึกษาของ Eeno, Peterson, and Puecell (2000) ได้ศึกษาเศรษฐกิจการส่งออกเนื้อวัวของประเทศสหรัฐอเมริกา Hussein (2009) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออกสำหรับประเทศอินโดนีเซีย Senhadji and Montenegro (1999) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์อนุกรมเวลา (time series techniques) เพื่อประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เพื่อการส่งออกในภาพรวมของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทั้งประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศที่พัฒนาแล้ว จำนวน 53 ประเทศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญคือรายได้ของประเทศและราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบ โดยเฉพาะในระยะยาว ในขณะที่ Cosar (2002) ทำการศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและต่อรายได้ของการส่งออกโดยรวมของประเทศตุรกี โดยใช้วิธีรวบรวมข้อมูลภาคตัดขวาง (cross sectional data) และสรุปว่าอุปสงค์การส่งออกของตุรกีมีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ต่อรายได้ แต่ยืดหยุ่นน้อย (inelastic) ต่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตัวอย่างของงานวิจัยที่ศึกษาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้าส่งออกต่อราคา เช่น Duffy et al.(1990) ที่ใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติเพื่อหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้าส่งออกประเภทฝ้ายจากสหรัฐอเมริกา ต่อราคาของสินค้าประเภทฝ้ายในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศคู่ค้า ส่วนตัวอย่างของงานศึกษาที่ใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ เพื่อคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้าส่งออกก่อนนโยบายการส่งเสริมการส่งออกโดยประเทศนั้นๆ ประกอบด้วย Kaiser (2010) ซึ่งศึกษากรณีของสินค้าประเภทธัญพืชโดยสหรัฐอเมริกา Rusmevichientong and Kaiser (2009) ซึ่งศึกษากรณีของสินค้าประเภทข้าวโดยสหรัฐอเมริกา Onunkwo and Epperson (1999) ซึ่งศึกษากรณีของสินค้าประเภทถั่ว Pican โดยสหรัฐอเมริกา และ Armah and Epperson (1997) ซึ่งศึกษากรณีของสินค้าประเภทน้ำส้มโดยสหรัฐอเมริกา เป็นต้น โดย Kaiser (2010) ได้สรุปงานศึกษาชิ้นอื่นๆ ที่จัดอยู่ในประเภทนี้ไว้ด้วย

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์การส่งออกสินค้าเกษตรที่น่าสนใจ คือ Zheng et al.(2012) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออก Pistachios ของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลการส่งออกถั่ว Pistachios ไปยังประเทศต่างๆ ที่เป็นผู้นำเข้าสำคัญทั้งหมด 21 ประเทศ ในช่วงปี ค.ศ. 1989 – 2009 ซึ่งเป็นข้อมูลทั้งแบบอนุกรมเวลาและแบบภาคตัดขวาง ทำการแปลงเป็นฟังก์ชันทางเศรษฐมิติรูปแบบล็อกคู่(double log) เพื่อประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออก ผลการศึกษา พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกต่อราคามีค่าเท่ากับ -1.79 และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกต่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างค่าเงินของประเทศคู่ค้ากับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีค่าเท่ากับ -1.59 ซึ่งผลการเปลี่ยนแปลงของทั้งสองปัจจัยมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน ในขณะที่มูลค่าผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ(GDP) ของประเทศคู่ค้า และราคาส่งออก Pistachios ของประเทศอิหร่านซึ่งเป็นประเทศคู่แข่ง มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.11 และ 1.35 ตามลำดับ ส่วนการศึกษาของ Mohamad Soltani and Sayed Saghaian (2012) ซึ่งได้ประมาณฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออก Raisin ของสหรัฐอเมริกาไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ 5 ประเทศ ประกอบด้วย ประเทศออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เยอรมัน สหราชอาณาจักร และแคนาดา โดยกำหนดปัจจัยที่ส่งต่ออุปสงค์การส่งออก Raisin ของสหรัฐอเมริกาประกอบด้วยราคาส่งออก Raisin ราคาสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในประเทศผู้นำเข้า ซึ่งในการศึกษาจะใช้ราคาส่งออก Raisin ของประเทศตุรกีและอิหร่าน ซึ่งเป็นประเทศคู่แข่งกัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเกี่ยวกับรายได้ประชาชาติของประเทศคู่ค้า รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศคู่ค้ากับเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ทำการประมาณค่าฟังก์ชันอุปสงค์การส่งออกในหลายรูปแบบ จนได้รูปแบบที่เหมาะสมคือ แบบล็อกคู่ (double log) ทั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงปี ค.ศ. 1992-2008 จากหลายแหล่งมาทำการประมวลผลเพื่อหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออก

สำหรับการศึกษาในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องเรื่องอุปสงค์การส่งออก มีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

อภิชาติ (2550) ศึกษา การบริโภคภายในประเทศและการส่งออกสินค้าผลไม้ของไทย/อภิชาติ ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แบบแผนการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคผลไม้ของครัวเรือนไทยเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพในการส่งออกลำไย ลิ้นจี่ และผลิตภัณฑ์ของไทย และประเทศคู่แข่งที่สำคัญ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ส่งออกลำไย ลิ้นจี่ และผลิตภัณฑ์ของไทยในประเทศคู่ค้าที่สำคัญ และเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการแข่งขันการส่งออกลำไย ลิ้นจี่ และผลิตภัณฑ์ของไทย ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์ในการบริโภคผลไม้ต่อรายได้ในทุกภูมิภาคของประเทศเป็นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย แสดงว่าผลไม้เป็นสินค้าจำเป็นสำหรับผู้บริโภคชาวไทยศักยภาพในการส่งออกลำไยและลิ้นจี่อยู่ในระดับที่ดี อุปสงค์การนำเข้าลำไยสดในประเทศจีนขึ้นอยู่กับปัจจัยรายได้ของผู้บริโภคแต่ไม่ขึ้นกับราคา ส่วนอุปสงค์การนำเข้าลำไยอบแห้งในประเทศจีนนั้นขึ้นอยู่กับทั้งราคาและรายได้ สำหรับอุปสงค์การนำเข้าลำไยสด ลำไยอบแห้ง ลิ้นจี่สดและลิ้นจี่กระป๋องในประเทศฮ่องกงนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยราคาและรายได้เช่นกัน โดยค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและต่อรายได้ทุกค่าเป็นแบบยืดหยุ่นมาก แสดงว่าลำไย ลิ้นจี่และผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยสำหรับผู้บริโภคทั้งสองประเทศ สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกลำไย ลิ้นจี่และผลิตภัณฑ์ของไทยพบว่า รายได้จาก การส่งออกลำไยและลิ้นจี่สดมีความไม่แน่นอนเนื่องจากการใช้ระบบฝากขายและราคารับซื้อผลผลิตเพื่อส่งออกได้รับอิทธิพลจากพ่อค้าในประเทศจีน ผู้ส่งออกได้รับผลกระทบจากกฎระเบียบที่เคร่งครัดของประเทศผู้นำเข้า ผู้ส่งออกบางรายขาดประสิทธิภาพในการส่งออก ในเรื่องขั้นตอนเอกสารและการเปิดตลาดใหม่ ส่วนปัญหาและอุปสรรคของผู้นำเข้าลำไย ลิ้นจี่ในประเทศจีนและฮ่องกง พบว่า คุณภาพของลำไยช่วงนอกฤดูคุณภาพยังไม่ดีพอ ยังมีการพบสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ในลำไยที่นำเข้าในระดับสูง มีการควบคุมและตรวจตราที่ละเอียดและเข้มงวด การนำเข้ามีการกระจุกตัวเฉพาะพื้นที่ทำให้มีการแข่งขันทางด้านราคา ผู้นำเข้าไม่มีแรงจูงใจในการเปิดตลาดใหม่ เนื่องจากต้องใช้ระบบฝากขาย ข้อกำหนดในพิธีสารไทย-จีนฉบับใหม่สร้างความวิตกกังวลและความยุ่งยากให้ผู้ส่งออกและนำเข้ามากขึ้น จึงควรมีการเผยแพร่ข่าวสารและอบรมให้ความรู้แก่ผู้ส่งออกเกี่ยวกับข้อกำหนดในพิธีสารดังกล่าวเพื่อลดปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นและอาจสร้างความเสียหายกับผู้นำเข้าและส่งออก

ภูมิฐาน (2550) ทำการศึกษาถึงระบบสมการอุปสงค์ส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไทย จำนวน 8 สินค้า โดยใช้แบบจำลอง linear almost ideal demand system(LAIDS) วิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลองคือ seemingly unrelated regression (SUR) ซึ่งข้อจำกัดด้านผลรวมเท่ากับหนึ่ง (adding up) ข้อจำกัดด้านเอกพันธ์ขั้นศูนย์ในราคา (homogenous of degree zero in prices) และข้อจำกัดด้านการสมมาตร (symmetry) ถูกใส่เข้าไปในการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วย ผลการศึกษาสินค้าส่งออกทางการเกษตรจากประเทศไทย เป็นได้ทั้งสินค้าที่ใช้ประกอบกันและสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน ส่วนสินค้าส่งออกข้าวและสินค้าส่งออกข้าวโพด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

เป็นสินค้าฟุ่มเฟือย ในขณะที่สินค้าส่งออกยางพาราและสินค้าส่งออกเปิดไถ่สดและแช่แข็งเป็นสินค้าจำเป็น และสินค้าส่งออกผลไม้สดและแช่แข็ง และกาแฟ ของประเทศไทยเป็นสินค้าค้ำจุน

อุทัยวรรณ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่องอุปสงค์การส่งออกลำไยสดของประเทศไทยไปยังประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงปี พ.ศ. 2536-2548 และวิเคราะห์ด้วยวิธีเศรษฐมิติโดยการประมาณค่าสมการด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดในรูปแบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า R^2 มีค่าเท่ากับ 0.9267 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 92.67 ค่า Durbin-Watson Statistic มีค่าเท่ากับ 2.2896 แสดงว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ในตัว โดยมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยไปจีน และราคาการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยไปจีน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกลำไยสดของประเทศไทยไปจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

นันทรัตน์ (2554) ทำการศึกษารูปแบบการส่งออกผลไม้ไทยไปประเทศจีน กรณีมังคุด งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการผลิต และสภาพตลาดมังคุดภายในประเทศ สถานการณ์การส่งออกมังคุดไทยไปประเทศจีนก่อนและหลังการทำเขตการค้าเสรีไทย-จีน (ภายใต้กรอบอาเซียน-จีน) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์เพื่อการส่งมังคุดของไทยสู่ประเทศจีน ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิรวบรวมจากกรมส่งเสริมการส่งออก สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมศุลกากร เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง บทความงานวิจัยเกษตรกรผู้ปลูกมังคุด รวมถึงจากผู้ส่งออกโดยตรง จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ส่งออกมังคุดไปยังประเทศจีนพบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ รายได้รายได้ประชากรต่อบุคคลของประเทศจีน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างไทยกับจีน และราคามังคุดส่งออก FOB โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 4.97, 4.42 และ -2.35 ตามลำดับ

วรรณวิภากร (2555) ได้ศึกษา แบบจำลองทางเศรษฐมิติเพื่อศึกษาอุปสงค์ผลิตภัณฑ์ยางพาราส่งออกของไทย โดยมีวัตถุประสงค์คือต้องการประมาณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ผลิตภัณฑ์ยางพาราส่งออก ต่อ 1) การเปลี่ยนแปลงราคา หรือ own-price elasticity of demand for exported rubber products 2) การเปลี่ยนแปลงราคาของประเทศคู่แข่ง หรือ cross-price elasticity of demand for exported rubber products และ 3) การเปลี่ยนแปลงรายได้ประชากรของประเทศผู้ส่ง ซึ่ง income elasticity of demand for exported products ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทางเศรษฐมิติวิเคราะห์ข้อมูลที่มีลักษณะเป็นอนุกรมเวลาภาคตัดขวาง หรือ panel data ที่มีความถี่เป็นรายเดือนและครอบคลุมทุกประเทศคู่ค้าเป็นระยะเวลา 11 ปี 7 เดือน คือตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ.2544 จนถึง กรกฎาคม พ.ศ.2555 จากผลการวิเคราะห์พบว่า โดยรวมแล้วความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาผลิตภัณฑ์ยางพาราส่งออกนั้นอยู่ในเกณฑ์ไม่สูงมากนัก คือมีค่าระหว่าง -0.8 ถึง -0.9 (ซึ่งมีนัยยะว่าหากราคาผลิตภัณฑ์ยางพาราเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ปริมาณการส่ง ซึ่งจะลดลงน้อยกว่าร้อยละ 1) ค่าความยืดหยุ่นนี้ค่อนข้างคงตัวในรอบ 11 ปีที่ผ่านมา ส่วนในแง่ของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (หรือ GDP) ประเทศคู่ค้า พบว่าอุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

สูงค้อยู่ขึ้นกับ GDP ของประเทศคู่ค้าค่อนข้างมาก โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มยางรถยนต์ซึ่งพบว่าหาก GDP ของประเทศคู่ค้าลดลงร้อยละ 1 ปริมาณการสั่งซื้อจากประเทศนั้นมีแนวโน้มจะลดลงมากกว่าร้อยละ 1

ถึงแม้การศึกษาอุปสงค์ของปริมาณการส่งออกจะมีหลากหลายปัจจัยข้างต้น แต่หลักสำคัญของการสร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการส่งออกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องนั้นจะคล้ายกันเกือบทั้งสิ้น กล่าวคือ ให้ความสำคัญปริมาณการส่งออก เป็นฟังก์ชันของปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการปริมาณการส่งออก เช่น ราคาสินค้าส่งออก ราคาสินค้าที่เป็นสินค้าทดแทน (อาจจะใช้ราคาสินค้าเดียวกันที่ขายโดยประเทศคู่แข่ง) กำลังซื้อของประเทศที่สั่งซื้อ (อาจจะเป็นตัวเลรวมของประเทศที่สั่งซื้อทั้งหมด หรือแยกเป็นรายประเทศ) อัตราแลกเปลี่ยน นโยบายส่งเสริมหรือกีดกันทางการค้าต่างๆ เป็นต้น โดยแบบจำลองทางเศรษฐมิติในแต่ละกรณีอาจจะแตกต่างกันในรายละเอียด เช่น รูปแบบของฟังก์ชัน หรือ คำจำกัดความของตัวแปร แต่ท้ายที่สุดแล้วจะต้องมีตัวแปรที่สามารถใช้เป็นตัวแทนปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความต้องการปริมาณการส่งออกข้างต้นได้อย่างครอบคลุม หรืออย่างน้อยที่สุด ก็จะต้องควบคุมตัวแปรที่เป็นตัวแปรร่วม (confounding factor) ของปัจจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา (variable of interest) เพื่อหลีกเลี่ยงการได้ผลที่ไม่ถูกต้อง (หรือทางเศรษฐมิติอาจเรียกว่าเป็นผลที่ bias หรือ inconsistent)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในส่วนของบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการศึกษาซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาในครั้งนี้จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบด้วยข้อมูลปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สด คือ ทุเรียน มังคุด และลำไย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศไทยและฮ่องกงกับประเทศไทย มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศไทยและฮ่องกง และดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยและฮ่องกง เพื่อใช้วิเคราะห์ในแบบจำลองอุปสงค์การส่งออก ซึ่งข้อมูลที่ได้มีที่มาจากหลายแหล่ง ดังนี้ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย

1. ข้อมูลปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สด คือ ทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปประเทศจีนและฮ่องกง โดยใช้ข้อมูลจากระหัสการค้าระหว่างประเทศ HS0810600000 ของทุเรียน HS0804500301 ของมังคุด HS0810900102 ของลำไย ใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 – 2554 โดยมีที่มาจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

2. ราคาการส่งออกผลไม้สดคือ ทุเรียน มังคุด และลำไย จากประเทศไทยไปประเทศจีนและฮ่องกง ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554 โดยมีที่มาจากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ได้จากการนำเอามูลค่าการส่งออกหารด้วยปริมาณการส่งออกในแต่ละปี

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างประเทศจีนและฮ่องกงกับประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554 โดยมีที่มาจากธนาคารแห่งประเทศไทย

4. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศไทยและฮ่องกง ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554 โดยมีที่มาจากธนาคารโลก (World Bank)

5. ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยและฮ่องกง ช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554 โดยมีที่มาจากสำนักงานกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund : IMF) โดยกำหนดให้ปี พ.ศ. 2548 หรือ ค.ศ. 1995 เป็นปีฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้นำข้อมูลทศนิยมที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกง โดยวิเคราะห์จากแบบจำลองอุปสงค์และใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2534-2553 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ส่งออกทราบถึงแนวโน้ม และสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออก รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณอุปสงค์ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพัฒนาศักยภาพตลาดการส่งออกผลไม้สดในตลาดจีนและฮ่องกง

แบบจำลองการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศผู้นำเข้า

$$X_{ij} = f(P_{ij}, GDP/POP_j, ER_j)$$

กำหนดให้

X_{ij} หมายถึง ปริมาณอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศผู้นำเข้า (ตัน)

P_{ij} หมายถึง ราคาการส่งออกผลไม้สด F.O.B ของประเทศไทยไปประเทศผู้นำเข้า ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน)

GDP/POP_j หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศผู้นำเข้า ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

ER_j หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศผู้นำเข้ากับประเทศไทย (สกุลเงินของประเทศผู้นำเข้า/ 100 บาท)

i หมายถึง ชนิดผลไม้สด

$i = 1$ หมายถึง ทูเรียน

$i = 2$ หมายถึง มังคุด

$i = 3$ หมายถึง ลำไย

j หมายถึง ประเทศผู้นำเข้า

$j = 1$ หมายถึง ประเทศจีน

$j = 2$ หมายถึง ประเทศฮ่องกง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

รูปแบบฟังก์ชันที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกงมี 4 รูปแบบ ดังนี้

1. ฟังก์ชันอุปสงค์แบบเส้นตรง

$$Y_t = a + b_1 X_{it} + U_t$$

2. ฟังก์ชันอุปสงค์แบบกึ่งล็อก

$$Y_t = a + b_1 \log X_{it} + b_2$$

3. ฟังก์ชันอุปสงค์แบบล็อกคู่

$$\log Y_t = a + b_1 \log X_{it} + U_t$$

4. ฟังก์ชันอุปสงค์แบบอินเวอร์สล็อก

$$\log Y_t = a + b_1 X_{it} + U_t$$

กำหนดให้

Y_t	=	ตัวแปรตามปีที่ t
X_{it}	=	ตัวแปรอิสระชนิดที่ i ปีที่ t
a	=	ค่าคงที่
b_1	=	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระชนิดที่ i
U_t	=	ค่าความคลาดเคลื่อน

ในการพิจารณาเลือกสมการอุปสงค์เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูลที่น่ามาใช้นั้นพิจารณาได้จากค่าสถิติต่าง ๆ ดังที่ อธิรัตน์ (2552) กล่าวไว้มีดังนี้

1. พิจารณาจากเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระจะเลือกฟังก์ชันที่มีเครื่องหมายตรงกับสมมติฐานทางเศรษฐศาสตร์
2. พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R square) เลือกฟังก์ชันที่มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจสูงที่สุด
3. พิจารณาจากความมีนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้ของตัวแปรในแต่ละฟังก์ชันจะเลือกฟังก์ชันที่มีจำนวนค่าสัมประสิทธิ์ที่มีนัยสำคัญมากที่สุด

สำหรับการศึกษาผลการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกง โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปแบบการถดถอยเชิงพหุ (multiple regression method) ในรูปแบบกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (ordinary

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

least square) เพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกง โดยผลการวิเคราะห์จะพิจารณาจากค่า R^2 , t -statistics, F -statistic และค่า Durbin-Watson โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่า R^2 (coefficient of determination) เป็นค่าที่อธิบายถึง สัดส่วนหรือร้อยละที่ตัวแปรอิสระมีส่วนในการอธิบายความแปรผันของตัวแปรตามมากหรือน้อยเพียงใด โดยค่า R^2 มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 ซึ่งหาก R^2 เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีส่วนในการอธิบายความแปรผันของตัวแปรตามได้มาก แต่ถ้าค่า R^2 เข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีส่วนในการอธิบายความแปรผันของตัวแปรตามได้น้อย

ค่า t -statistics เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตามว่ามีมากน้อยเพียงใด

ค่า F -statistics เป็นค่าที่ใช้ตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทุกตัวในสมการกับตัวแปรตามว่ามีมากน้อยเพียงใด ในกรณีที่สมการมีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวขึ้นไป

ค่า Durbin-Watson เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบว่าสมการที่สร้างขึ้นเกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลาหรือไม่ ซึ่งเป็นสภาพที่ค่าความผิดพลาด (error term) มีความสัมพันธ์กันในแต่ละกลุ่มของตัวแปรอิสระ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

บทที่ 4

ผลการศึกษา

เนื้อหาในบทนี้เป็นส่วนสำคัญที่ใช้ในการตอบคำถามของวัตถุประสงค์ในการศึกษารุ่นนี้ โดยจะเริ่มจากการอธิบายให้เข้าใจถึง สถานการณ์โดยทั่วไปของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ โดยจะให้ความสำคัญกับประเทศจีนและฮ่องกงเนื่องจากเป็นตลาดนำเข้าผลไม้สดของประเทศไทยที่มีสัดส่วนรวมกันมากถึงร้อยละ 70 หลังจากนั้นจะนำเสนอผลการวิเคราะห์อุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปจีนและฮ่องกง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดแยกเป็นรายชนิดสินค้า ในที่นี้ ได้แก่ ทูเรียน มังคุด และลำไย ซึ่งใช้วิธีการทางสถิติการวิเคราะห์สมการแบบถดถอยเชิงพหุคูณ โดยใช้วิธีการประมาณค่าแบบกำลังสองน้อยที่สุด

4.1 สถานการณ์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ

จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2553 ประเทศไทยมีปริมาณการผลิตผลไม้ทุกชนิดรวม 6,352,167 ตัน ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศปริมาณ 3,895,849 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 61.33 ที่เหลือนำไปแปรรูป 1,882,301 ตันและทำการส่งออกเป็นผลไม้สดเป็นปริมาณ 574,317 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.63 และ 9.04 ตามลำดับ ในปริมาณที่ทำการส่งออกผลไม้สดนั้น พบว่ามีชนิดผลไม้ที่ทำการส่งออกที่สำคัญ ได้แก่ ทูเรียน ลำไย และมังคุด ซึ่งมีปริมาณการส่งออก 212,534 ตัน 203,090 ตัน และ 116,443 ตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 37.41, 46.48 และ 38.67 ของปริมาณการผลิตทั้งหมดของแต่ละชนิด

ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้สดไปทั่วโลก โดยมีตลาดส่งออกหลักอยู่ในแถบเอเชียตะวันออก ได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอันดับหนึ่งและรองลงมาคือฮ่องกง โดยมีสัดส่วนมูลค่าเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2555 คิดเป็นร้อยละ 37.62 และ 22.47 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยทั้งหมด ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศในแถบอาเซียนเริ่มมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเวียดนาม โดยมีสัดส่วนมูลค่าเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2555 คิดเป็นร้อยละ 14.44 และ 5.90 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยทั้งหมด ตามลำดับ (ตารางที่ 3.1)

สำหรับการส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศจีนนั้น พบว่ามีผลไม้สดที่สำคัญ 3 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน ลำไย และมังคุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกตลอดช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2555 เท่ากับ 157.33 , 121.74 และ 53.56 พันตัน ตามลำดับ หรือพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 2,890.83 2,057.77 และ 997.3 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 3.2) ส่วนการส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศฮ่องกงนั้น พบว่ามีผลไม้สดที่สำคัญ 3 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน ลำไย และมังคุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกตลอดช่วงปี พ.ศ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

2553 – 2555 เท่ากับ 81.15, 75.26 และ 26.38 พันตัน ตามลำดับ หรือพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 2,890.83 2,057.77 และ 997.3 ล้านบาท ตามลำดับ (ตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 4.1 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศลูกค้าที่สำคัญ(ล้านบาท)

ประเทศ	ปี พ.ศ.					เฉลี่ย
	2551	2552	2553	2554	2555	
จีน	3,094.30	4,224.96	4,477.96	6,188.21	9,224.22	5,441.93 (37.62)
ฮ่องกง	2,040.95	3,436.82	2,691.83	4,299.72	3,781.59	3,250.18 (22.47)
อินโดนีเซีย	1,161.69	1,702.36	1,608.40	2,782.37	3,192.99	2,089.56 (14.44)
เวียดนาม	93.34	481.39	473.80	880.35	2,340.12	853.8 (5.90)
อื่นๆ	2636.69	2805.89	2762.42	2860.09	3085.94	2,830.21 (19.56)
รวม	9,026.97	12,651.42	12,014.41	17,010.74	21,624.86	14,465.68 (100.00)

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556.

ตารางที่ 4.2 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีน

ชนิดของผลไม้	พ.ศ. 2553		พ.ศ. 2554		พ.ศ. 2555		เฉลี่ย	
	ปริมาณ: พันตัน	มูลค่า: ล้านบาท	ปริมาณ: พันตัน	มูลค่า: ล้านบาท	ปริมาณ: พันตัน	มูลค่า: ล้านบาท	ปริมาณ: พันตัน	มูลค่า: ล้านบาท
ทุเรียน	124.78	2,227.8	142.62	2,500.2	204.59	3,944.5	157.33	2,890.83
มังคุด	47.61	813.2	52.13	1,040.3	60.95	1,138.4	53.56	997.3
ลำไย	72.69	1,033.0	123.02	1,959.3	169.50	3,181.0	121.74	2,057.77

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางที่ 4.3 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง

ชนิดของผลไม้	พ.ศ. 2553		พ.ศ. 2554		พ.ศ. 2555		เฉลี่ย	
	ปริมาณ พันตัน	มูลค่า ล้านบาท	ปริมาณ พันตัน	มูลค่า ล้านบาท	ปริมาณ พันตัน	มูลค่า ล้านบาท	ปริมาณ พันตัน	มูลค่า ล้านบาท
ทุเรียน	47.7	759.3	84.69	1,225.4	111.05	1,524.2	81.15	1,169.63
มังคุด	28.69	510.5	25.96	431.8	24.50	368.3	26.38	436.87
ลำไย	58.43	894.6	89.79	1,319.3	77.57	1,314.0	75.26	1,175.97

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556.

4.2 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีน

จากแบบจำลองการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศผู้นำเข้า ซึ่งได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 คือ

X_{ij}	=	$f(P_{ij}, GDP/POP_j, ER_j)$
กำหนดให้		
X_{ij}		หมายถึง ปริมาณอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศผู้นำเข้า (เมตริกตัน)
P_{ij}		หมายถึง ราคาการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศผู้นำเข้า ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ/ตัน)
GDP/POP_j		หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศผู้นำเข้า ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศผู้นำเข้า (ล้านเหรียญสหรัฐ)
ER_j		หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศผู้นำเข้ากับประเทศไทย (สกุลเงินของประเทศผู้นำเข้า/ 100 บาท)
i	หมายถึง	ชนิดผลไม้สด
	$i = 1$	หมายถึง ทุเรียน
	$i = 2$	หมายถึง มังคุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

	$i = 3$	หมายถึง	ลำไย
j		หมายถึง	ประเทศผู้นำเข้า
	$j = 1$	หมายถึง	ประเทศจีน
	$j = 2$	หมายถึง	ประเทศฮ่องกง

สามารถนำไปหารูปแบบสมการที่เหมาะสมของอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดแต่ละชนิดไปยังประเทศจีนและฮ่องกง ได้ดังนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของไทยไปจีน เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้สมการถดถอยเชิงพหุ ซึ่งใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์กับปริมาณการส่งออกในสมการอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศจีน ซึ่งใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2537-2554 และได้ใช้หลักเกณฑ์ที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 ได้รูปแบบฟังก์ชันที่เหมาะสมในการนำมาใช้วิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของไทยไปยังจีน เป็นรูปแบบฟังก์ชันแบบล็อกคู่ทั้งหมด ดังนั้นจะได้สมการอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของไทยไปยังจีนดังนี้

สมการอุปสงค์การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีน

$$\ln X_{11} = 3.0844 - 3.1685 \ln P_{11} + 3.8707 \ln GDP/POP_1$$

(1.1938) (-3.4385) (7.3598)

$$R\text{-square} = 0.8898$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.1132$$

$$F\text{-statistics} = 60.0151$$

$$\text{Prob (F-statistic)} = 0.0000$$

$$\text{Std. error of the estimate} = 1.1730$$

$$\text{VIF} = 1.3202$$

โดยที่ **	หมายถึง	ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
ค่าในวงเล็บ	หมายถึง	ค่า t-statistics

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

จากสมการพบว่าค่า R^2 ของ X_{11} มีค่าเท่ากับ 0.8898 แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีน (X_{11}) คิดเป็นร้อยละ 88.98 โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ส่วนอีกร้อยละ 11.02 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ผลจากปัจจัยที่กล่าวข้างต้น สมการมีค่า F – statistics เท่ากับ 60.0151 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อทำการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา พบว่ามีค่า D.W. เท่ากับ 1.1132 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา ความเชื่อถือได้ของสมการสามารถพิจารณาได้จากค่า t-statistics ของสัมประสิทธิ์ของราคาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน ซึ่งมีค่าเท่ากับ -3.4385 และ 7.3598 ตามลำดับ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาจากค่า Standardized coefficient beta ของปัจจัยทั้งสองตัว ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.9215 และ 0.5259 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อส่งการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศจีนมากที่สุด คือ ราคาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน รองลงไปคือมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน

สมการอุปสงค์การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศจีน

$$\ln X_{12} = 2.2247 - 3.6963 \ln P_{12}^{**} + 3.9571 \ln GDP/POP_1^{**}$$

(1.8873) (-8.8929) (14.0452)

R-square = 0.9833 Durbin-Watson = 1.8451
 F-statistics = 219.1681 Prob (F-statistic) = 0.0000
 Std. error of the estimate = 0.6654 VIF = 1.1755

โดยที่ ** หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
 ค่าในวงเล็บ หมายถึง ค่า t – statistics

จากสมการพบว่าค่า R^2 ของ X_{12} มีค่าเท่ากับ 0.9833 แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศจีน (X_{12}) คิดเป็นร้อยละ 98.33 โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ส่วนอีกร้อยละ 1.67 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ผลจากปัจจัยที่กล่าวข้างต้น สมการมีค่า F – statistics เท่ากับ 219.6181 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อทำการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา พบว่ามีค่า D.W. เท่ากับ 1.8451 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา ความเชื่อถือได้ของสมการสามารถพิจารณาได้จากค่า t-statistics ของสัมประสิทธิ์ของราคาการส่งออกมั่งคุดของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน ซึ่งมีค่าเท่ากับ -8.8929 และ 14.0452 ตามลำดับ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาจากค่า Standardized coefficient beta ของปัจจัยทั้งสองตัว ซึ่งมีค่าเท่ากับ -0.4528 และ 0.7152 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกมั่งคุดของประเทศไทยไปยังประเทศจีนมากที่สุด คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน รองลงมาคือราคาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน

สมการอุปสงค์การส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปประเทศจีน

$$\ln X_{13} = 10.4638 - 3.4965 \ln P_{13}^{**} + 1.6588 \ln GDP/POP_1^{**}$$

(4.6834) (-6.2570) (3.0934)

R-square = 0.8938

Durbin-Watson = 2.3100

F-statistics = 63.1388

Prob (F-statistic) = 0.0000

Std. error of the estimate = 1.0490

VIF = 1.1735

โดยที่ ** หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
ค่าในวงเล็บ หมายถึง ค่า t-statistics

จากสมการพบว่าค่า R^2 ของ X_{12} มีค่าเท่ากับ 0.8938 แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกมั่งคุดของประเทศไทยไปประเทศจีน (X_{13}) คิดเป็นร้อยละ 89.38 โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ส่วนอีกร้อยละ 10.62 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ผลจากปัจจัยที่กล่าวข้างต้น สมการมีค่า F-statistics เท่ากับ 63.1388 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อทำการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา พบว่ามีค่า D.W. เท่ากับ 2.3100 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา ความเชื่อถือได้ของสมการสามารถพิจารณาได้จากค่า t-statistics ของสัมประสิทธิ์ของราคาการส่งออกผลไม้ของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน ซึ่งมีค่าเท่ากับ -6.2570

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

และ 3.0934 ตามลำดับ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาจากค่า Standardized coefficient beta ของปัจจัยทั้งสองตัว ซึ่งมีค่าเท่ากับ -0.6891 และ 0.3407 คือ ราคาการส่งออก ลำไยของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน รongลงไปคือมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีน

เนื่องจากผลการวิเคราะห์แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ของสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีนอยู่ในรูปแบบล็อกคู่ ดังนั้นจึงสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมาอธิบายความยืดหยุ่นได้ ทั้งนี้หากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้มากกว่า (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมาย) เรียกอุปสงค์ลักษณะนี้ว่าอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (elastic) ในทางตรงกันข้ามถ้าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ทำให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่าร้อยละ 1 ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะน้อยกว่า 1 (โดยไม่พิจารณาเครื่องหมาย) เรียกอุปสงค์ลักษณะนี้ว่า อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (inelastic) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาค่าของสัมประสิทธิ์หรือค่าความยืดหยุ่นจากสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีน สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีน (X_{11}, X_{12}, X_{13}) กับราคาการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีน (P_{11}, P_{12}, P_{13}) ปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน เป็นไปในทิศทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -3.1685, -3.6963, และ -3.4965 ซึ่งหมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ถ้าราคาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศจีนเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม มีปริมาณลดลงร้อยละ 3.1685, 3.6963, 3.4965 แสดงว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีนต่อราคาการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไย มีความยืดหยุ่นมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนคนจีนมีความอ่อนไหวต่อราคาทุเรียน มังคุด และลำไยค่อนข้างสูง ในขณะที่ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีน (X_{11}, X_{12}, X_{13}) กับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน (GDP/POP_t) เป็นไปในทิศทางบวก โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 3.8707, 3.9571 และ 1.6588 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ถ้ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศจีนเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน มีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.8707, 3.9571 และ 1.6588 ตามลำดับ ซึ่งอุปสงค์การส่งออกมีความยืดหยุ่นมากต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีน แสดงว่าทุเรียน มังคุด และลำไยเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยในสายตาของผู้บริโภคชาวจีน

4.3 ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของไทยไปฮ่องกง เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สมการถดถอยเชิงพหุ ซึ่งใช้วิธีการกำลังสองน้อยที่สุดในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์กับปริมาณการส่งออกในสมการอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง ซึ่งใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2534-2553 และได้ใช้หลักเกณฑ์ที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 ได้รูปแบบฟังก์ชันที่เหมาะสมในการนำมาใช้วิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปฮ่องกง เป็นรูปแบบฟังก์ชันแบบล็อกคู่ทั้งหมด ดังนั้นจะได้สมการอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปฮ่องกงดังนี้

สมการอุปสงค์การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง

$$\ln X_{21} = 13.7561 - 2.1129 \ln P_{21}^{**}$$

(24.3552) (-6.2446)

$$R\text{-square} = 0.7091$$

$$\text{Durbin-Watson} = 1.8895$$

$$F\text{-statistics} = 38.9952$$

$$\text{Prob (F-statistic)} = 0.0000$$

$$\text{Std. error of the estimate} = 0.4772$$

$$\text{VIF} = 1.0000$$

โดยที่ ** หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ค่าในวงเล็บ หมายถึง ค่า t-statistics

จากสมการพบว่าค่า R^2 ของ X_{21} มีค่าเท่ากับ 0.8898 แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีน (X_{21}) คิดเป็นร้อยละ 70.91 โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ส่วนอีกร้อยละ 29.19 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ผลจากปัจจัยที่กล่าวข้างต้นสมการมีค่า F-statistics เท่ากับ 38.9950 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อทำการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา พบว่ามีค่า D.W. เท่ากับ 1.8895 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

อนุกรมเวลา ความเชื่อถือได้ของสมการสามารถพิจารณาได้จากค่า t-statistics ของสัมประสิทธิ์ของราคาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน ซึ่งมีค่าเท่ากับ -2.1129 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงมีเพียงปัจจัยเดียว คือ ราคาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน

สมการอุปสงค์การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง

$$\ln X_{12} = -49.6190 - 4.9328 \ln P_{22}^{**} + 11.8291 \ln \text{GDP/POP}_2^{**}$$

(-3.6151) (-3.5584) (4.8585)

R-square = 0.7186 Durbin-Watson = 1.1685
 F-statistics = 19.1516 Prob (F-statistic) = 0.0000
 Std. error of the estimate = 0.9187 VIF = 1.0031

โดยที่ ** หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
 ค่าในวงเล็บ หมายถึง ค่า t-statistics

จากสมการพบว่าค่า R^2 ของ X_{12} มีค่าเท่ากับ 0.7186 แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง (X_{12}) คิดเป็นร้อยละ 71.86 โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ส่วนอีกร้อยละ 29.14 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ผลจากปัจจัยที่กล่าวข้างต้นสมการมีค่า F-statistics เท่ากับ 19.1516 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อทำการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา พบว่ามีค่า D.W. เท่ากับ 1.1685 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา ความเชื่อถือได้ของสมการสามารถพิจารณาได้จากค่า t-statistics ของสัมประสิทธิ์ของราคาการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง ซึ่งมีค่าเท่ากับ -3.5584 และ 4.8585 ตามลำดับ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาจากค่า Standardized coefficient beta ของปัจจัยทั้งสองตัว ซึ่งมีค่าเท่ากับ -0.4881 และ 0.6665 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงมากที่สุดคือ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ฮ่องกง รองลงมาคือราคาการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

สมการอุปสงค์การส่งออกลำไยของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง

$$\ln X_{33} = 12.4849 - 1.2147 \ln P_{33}^{**}$$

(24.7108) (-4.1022)

R-square = 0.5642

Durbin-Watson = 1.1888

F-statistics = 16.8282

Prob (F-statistic) = 0.0000

Std. error of the estimate = 0.4954

VIF = 1.0000

โดยที่ ** หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
ค่าในวงเล็บ หมายถึง ค่า t - statistics

จากสมการพบว่าค่า R^2 ของ X_{12} มีค่าเท่ากับ 0.5642 แสดงว่าตัวแปรอิสระต่างๆในสมการสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง (X_{33}) คิดเป็นร้อยละ 56/42 โดยสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ส่วนอีกร้อยละ 43.58 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยอื่นๆ ผลจากปัจจัยที่กล่าวข้างต้นสมการมีค่า F - statistics เท่ากับ 16.8282 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อทำการทดสอบสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลา พบว่ามีค่า D.W. เท่ากับ 1.1888 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่สามารถระบุได้ว่าเกิดปัญหาสหสัมพันธ์เชิงอนุกรมเวลาหรือไม่ ความเชื่อถือได้ของสมการสามารถพิจารณาได้จากค่า t-statistics ของสัมประสิทธิ์ของราคาการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ซึ่งมีค่าเท่ากับ -1.2147 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง คือ ราคาการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง

เนื่องจากผลการวิเคราะห์แบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ของสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงอยู่ในรูปแบบลึอกคู่ ดังนั้นจึงสามารถนำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมาอธิบายความยืดหยุ่นได้ เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดไปยังประเทศจีน ที่ได้กล่าวมาแล้ว ทั้งนี้จะพิจารณาค่าของสัมประสิทธิ์หรือค่าความยืดหยุ่นจากสมการอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ได้ดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง (X_{21}, X_{22}, X_{23}) กับราคาการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง (P_{21}, P_{22}, P_{23}) ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกงเป็นไปในทิศทางลบโดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -2.1129, -4.9328 และ -1.2147 ซึ่งหมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ถ้าราคาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม มีปริมาณลดลงร้อยละ 3-2.1129, -4.9328 และ -1.2147 แสดงว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงต่อราคาการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไย มีความยืดหยุ่นมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนคนฮ่องกงมีความอ่อนไหวต่อราคาทุเรียน มังคุด และลำไยค่อนข้างสูง ในขณะที่ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกมังคุด ของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง (X_{22}) กับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง (GDP/POP_2) เป็นไปในทิศทางบวก โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 11.8291 ซึ่งหมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ถ้ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน มีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8291 ซึ่งอุปสงค์การส่งออกมีความยืดหยุ่นมากต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกง แสดงว่า มังคุด เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยในสายตาของผู้บริโภคชาวฮ่องกง

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.3.1 ผลการทดสอบสมมติฐานอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีน

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด ได้แก่ ทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปประเทศจีน เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม ได้ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. ราคาส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด(ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปประเทศจีน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

2. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศจีน (ทุเรียน มังคุด ลำไย) โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันด้วย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างเงินหยวนของจีนกับเงินบาทของไทย ไม่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย(ทุเรียน มังคุด ลำไย) ไปยังประเทศจีน เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลอง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

4.3.2 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ได้ผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

1. ราคาการส่งออกผลไม้สด (ทุเรียน มังคุด ลำไย)ของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของฮ่องกง มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด(ทุเรียน มังคุด ลำไย)ของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

2. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกงส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แต่ไม่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกทุเรียนและลำไยของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลอง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างเงินดอลลาร์ฮ่องกงกับเงินบาทของไทยไม่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด(ทุเรียน มังคุด ลำไย) ของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกง เนื่องจากไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในแบบจำลอง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

ผลไม้สดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการส่งออกของไทย และสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ผลไม้สดสำคัญที่ใช้ในการส่งออกได้แก่ ทูเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ มะม่วง เป็นต้น โดยปริมาณการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยมากที่สุด 3 อันดับ คือ ทูเรียน มังคุด ลำไย คิดเป็นร้อยละ 79.14 ของการส่งออกผลไม้สดทั้งหมด สำหรับตลาดส่งออกผลไม้สดที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ จีน รองลงมาคือฮ่องกง และจีนถือว่าเป็นตลาดส่งออกผลไม้สดที่สำคัญที่สุด เนื่องจากไม่ต้องเสียภาษีนำเข้าภายใต้ข้อตกลงเอฟทีเอระหว่าง ไทย-จีน จึงทำให้ประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้สดไปจีนมากจนกลายเป็นตลาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ส่วนตลาดฮ่องกงจัดว่าเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยไม่น้อยไปกว่าจีน เพราะฮ่องกงไม่สามารถปลูกผลไม้เองได้ จึงต้องมีการนำเข้าผลไม้ทั้งหมด และตลาดฮ่องกงยังจัดว่าเป็นประตูที่จะนำไปสู่ตลาดจีนได้อีกด้วย จึงทำให้เกิดประเด็นว่าจะมีแนวทางอย่างไรให้การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกงเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาสถานการณ์โดยทั่วไปของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดซึ่งประกอบไปด้วยทูเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกง การศึกษานี้จะนำข้อมูลทุติยภูมิรายปีในช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2554 มาวิเคราะห์สถานการณ์โดยทั่วไปของอุปสงค์เพื่อการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การส่งออกผลไม้สด คือ ทูเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกง ด้วยแบบจำลองทางเศรษฐมิติในรูปแบบสมการถดถอยเชิงพหุเพื่อประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีนและฮ่องกง เพื่อนำผลที่ได้ไปพัฒนาศักยภาพการส่งออกผลไม้สดในตลาดจีนและฮ่องกง

ผลการศึกษาด้านการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย พบว่าประเทศไทยมีการส่งออกผลไม้สดไปทั่วโลก โดยมีตลาดส่งออกหลักอยู่ในแถบเอเชียตะวันออก ได้แก่ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอันดับหนึ่งและรองลงมาคือฮ่องกง โดยมีสัดส่วนมูลค่าเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2555 คิดเป็นร้อยละ 37.62 และ 22.47 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยทั้งหมด ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศในแถบอาเซียนเริ่มมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะประเทศอินโดนีเซีย และประเทศเวียดนาม โดยมีสัดส่วนมูลค่าเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2555 คิดเป็นร้อยละ 14.44 และ 5.90 ของมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ทั้งหมด สำหรับการส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศจีนนั้น พบว่ามีผลไม้สดที่สำคัญ 3 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน ลำไย และมังคุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกตลอดช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2555 เท่ากับ 157.33 , 121.74 และ 53.56 พันตัน ตามลำดับ หรือพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 2,890.83 2,057.77 และ 997.3 ล้านบาท ตามลำดับ ส่วนการส่งออกผลไม้สดของไทยไปประเทศฮ่องกงนั้น พบว่ามีผลไม้สดที่สำคัญ 3 ชนิด ได้แก่ ทูเรียน ลำไย และมังคุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของปริมาณการส่งออกตลอดช่วงปี พ.ศ. 2553 – 2555 เท่ากับ 81.15, 75.26 และ 26.38 พันตัน ตามลำดับ หรือพิจารณาจากมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 2,890.83 2,057.77 และ 997.3 ล้านบาท ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สด(ทูเรียน มังคุด ลำไย)ของประเทศไทยไปยังประเทศจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ราคาการส่งออกผลไม้สด(ทูเรียน มังคุด ลำไย)ของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกทูเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศจีนมากที่สุด คือ ราคาการส่งออกทูเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน รองลงไปที่คือมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศจีนมากที่สุด คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน รองลงมาคือราคาการส่งออกทูเรียนของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีนมากที่สุด คือ ราคาการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน รองลงไปที่คือมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกทูเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีน กับราคาการส่งออกทูเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกงเป็นไปในทิศทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -2.1129, -4.9328 และ -1.2147 หรือความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกทูเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีนต่อราคาการส่งออกทูเรียน มังคุด และลำไย มีความยืดหยุ่นมาก โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -3.1685, -3.6963, และ - 3.4965 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนคนจีนมีความอ่อนไหวต่อราคาทูเรียน มังคุด และลำไยค่อนข้างสูง ในขณะที่ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกทูเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศจีน กับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีน เป็นไปในทิศทางบวก โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 3.8707, 3.9571 และ 1.6588 ตามลำดับ แสดงว่าทูเรียน มังคุด และลำไยเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยในสายตาของผู้บริโภคชาวจีน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงมีเพียงปัจจัยเดียว คือ ราคาการส่งออกทุเรียนของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง มี 2 ปัจจัย คือ ราคาส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง และ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง โดยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงมากที่สุด คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีนปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง รองลงมาคือราคาการส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงมีเพียงปัจจัยเดียว คือ ราคาการส่งออกลำไยของประเทศไทยไปประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง

ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงกับราคาการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกงเป็นไปในทิศทางลบ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -2.1129, -4.9328 และ -1.2147 หรือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไยของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงต่อราคาการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไย มีความยืดหยุ่นมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนคนฮ่องกงมีความอ่อนไหวต่อราคาทุเรียน มังคุด และลำไยค่อนข้างสูง ในขณะที่ ความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การส่งออกมังคุด ของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง กับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง เป็นไปในทิศทางบวก โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 11.8291 ซึ่งหมายความว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ ถ้ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกงปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศฮ่องกง เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้การส่งออกมังคุดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน มีปริมาณเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.8291 ซึ่งอุปสงค์การส่งออกมีความยืดหยุ่นมากต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกง แสดงว่า มังคุด เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยในสายตาของผู้บริโภคชาวฮ่องกง

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนและฮ่องกงดังกล่าวมาแล้วนั้นจะขอเสนอแนะแนวทางดังนี้ เนื่องจากอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดทั้ง 3 ชนิดมีค่าความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาส่งออกในรูปแบบยืดหยุ่นมากทั้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ประเทศจีนและฮ่องกง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในทั้งสองประเทศมีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาผลไม้สด กล่าวคือถ้าระดับราคาผลไม้สดของประเทศไทยลดลง ความต้องการเสนอซื้อผลไม้สดทั้ง 3 ชนิดจากประเทศไทยก็จะเพิ่มขึ้นอย่างมาก ดังนั้น นโยบายเกี่ยวกับราคาสมควรที่จะได้นำมาใช้เพื่อเพิ่มปริมาณการส่งออกทุเรียน มังคุด และลำไย ไปยังประเทศจีนและฮ่องกง โดยหาหนทางที่จะลดค่าใช้จ่ายในการส่งออก ซึ่งแนวทางที่จะสามารถทำได้ก็คือ การปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการผลิตให้สามารถผลิตผลไม้สดทั้ง 3 ชนิดได้ในปริมาณและคุณภาพที่มากขึ้น เพราะการที่มีผลผลิตที่มากขึ้น ผู้ส่งออกก็สามารถรับซื้อได้ในราคาที่ไม่สูงเกินไป เมื่อนำเสนอขายในตลาดต่างประเทศ ราคาจะสามารถปรับลดลงได้ อีกแนวทางหนึ่งก็คือการปรับปรุงประสิทธิภาพทางการตลาด โดยเฉพาะการปรับปรุงระบบการขนส่งหรือระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพและเพียงพอ การควบคุมอัตราค่าระวางในการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศให้ต่ำลง

นอกจากนี้จากผลการศึกษายังพบว่าทุเรียน มังคุด และลำไย เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยในสายตาของผู้บริโภคในประเทศจีน ทั้งนี้พิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การส่งออกต่อการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าผลิตภัณฑ์ภายในประเทศต่อหัวที่มีค่าเป็นบวก และมากกว่าหนึ่ง นั่นคือในภาวะเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตเช่นในปัจจุบัน ประชาชนคนจีนก็จะแสวงหาสินค้าที่ดีมีคุณภาพมาบริโภค รวมถึงผลไม้จากต่างประเทศด้วย ภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมมือกันเร่งขยายตลาดผลไม้ทั้งสามชนิดเข้าไปในประเทศจีน โดยเน้นการควบคุมคุณภาพผลไม้สดให้ได้มาตรฐานที่ดีตรงตามข้อกำหนดของประเทศจีนและตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ รวมถึงการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับผลไม้สดของประเทศไทยก็เป็นสิ่งจำเป็น อย่างไรก็ตามเนื่องจากประเทศจีนมีขนาดใหญ่ มีหลายเขตหลายมณฑล แต่ละมณฑลผู้บริโภកก็จะมี ความแตกต่างในด้านของรายได้ ดังนั้นการขยายตลาดผลไม้ไทยทั้งสามชนิดในประเทศจีนจะต้องมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคในแต่ละมณฑลอย่างถูกต้องเพื่อประโยชน์ในการวางแผนในการพัฒนาตลาด

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น หากผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานของภาครัฐจะนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบการกำหนดนโยบายหรือวางแผนการขยายตลาดส่งออกผลไม้สดทั้งสามชนิดไปยังประเทศจีนและฮ่องกง โดยสามารถนำเอาแบบจำลองไปพยากรณ์อุปสงค์การส่งออกเพื่อทราบขนาดตลาดของผลไม้สดทั้งสามในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะแนวทางการศึกษารั้งต่อไป

เพื่อความสมบูรณ์ของแบบจำลองอุปสงค์การส่งออกผลไม้สดของประเทศไทย ในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะได้มีการเพิ่มตัวแปรอิสระให้ครอบคลุมทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ โดยเฉพาะตัวแปรที่เกี่ยวกับราคาสินค้าของประเทศคู่แข่งในกรณีของลำไย เนื่องจากประเทศเวียดนามได้มีการส่งออกลำไยไปยังประเทศจีนและฮ่องกงเพิ่มขึ้นในหลายปีที่ผ่านมา การนำเอาราคาผลไม้ชนิดเดียวกันในลักษณะแปรรูปหรือแซ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use...

แข็ง เข้ามาพิจารณาร่วมด้วย นอกจากนี้ยังมีการใช้ตัวแปรหุ่นเพื่อนำมาใช้อธิบายภาวะเศรษฐกิจ หรือเงื่อนไขบางอย่างที่อาจนำไปสู่การได้แบบจำลองที่ถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้นเช่น ในประเทศจีนอาจจะต้องคำนึงถึงนโยบายการเปิดการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน ในขณะที่ประเทศฮ่องกงจะต้องพิจารณาภาวะเศรษฐกิจในช่วงตกต่ำหรือเติบโต เป็นต้น และเนื่องจากข้อมูลส่วนใหญ่จะถูกรวบรวมในหลายหน่วยงานด้วยกัน ทำให้ข้อมูลที่ได้ซ้ำซ้อนแต่ไม่ตรงกันทั้งที่เป็นข้อมูลเดียวกัน นอกจากนี้ข้อมูลบางอย่างไม่ได้รวบรวมเก็บอย่างต่อเนื่อง ทำให้ข้อมูลขาดความต่อเนื่องไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งที่เป็นข้อมูลที่สำคัญ ดังนั้นผู้ศึกษาจะต้องมีความรอบคอบและระมัดระวังในการใช้ข้อมูล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

เอกสารอ้างอิง

กรมการค้าระหว่างประเทศ. 2552. ปัญหาการส่งออกผลไม้ไทยไปสาธารณรัฐประชาชนจีนและฮ่องกง.

[Online]. Available: <http://www.dfc.moc.go.th>. 12 มิถุนายน 2556.

กรมวิชาการเกษตร. 2552. ลำไย. [Online]. Available: <http://www.it.doa.go.th/vichakan/news.php?newsid=4>.

12 มิถุนายน 2556.

กรมศุลกากร. 2556. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ. [online]. Available:

http://www.customs.go.th/Exchange/main_exchange.jsp. 3 มิถุนายน 2556.

กรมส่งเสริมการส่งออก. 2553. รายงานข้อมูลการนำเข้าผลไม้ไทยในตลาดฮ่องกง. [online]. Available:

<http://www.dephtai.go.th>. 10 ธันวาคม 2555.

ภูมิฐาน รังคกุลวัฒน์. 2551. การวิเคราะห์ระบบสมการอุปสงค์ส่งออกสินค้าเกษตรของประเทศไทยโดยใช้แบบจำลอง linear almost ideal demand system(LAIDS). วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ 8,48-63.

นราทิพย์ ชูติวงศ์. 2546. หลักเศรษฐศาสตร์ 1: จุลเศรษฐศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิธิตา เบญจมสุทิน และนางนุช พันธกิจไพบูลย์. 2548. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มณีรัตน์. 2546. การศึกษาการวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดของไทยในประเทศที่สำคัญบางประเทศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารฯ. 2556. ข้อมูลมูลค่าการส่งออกผลไม้สดของไทย. [online].

Available: http://www.2moc.go.th/ewtadmin/ewt/moc_km/ewt_w3c/more_news.php?cid.

12 มิถุนายน 2556.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ศิริพร ชลวานิช. 2546. การศึกษาแนวทางการส่งออกผลไม้ "มะยงชิด" ไปยังประเทศจีน. รัฐประศาสนศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมยศ นาวิการ. 2537. เศรษฐศาสตร์การบริหาร. (พิมพ์ครั้งที่ 5) กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุวรรณ ชลภักดี. 2544. การวิเคราะห์เศรษฐกิจการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปฮ่องกง. วิทยานิพนธ์
 บริหารธุรกิจเกษตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอม
 เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. ข้อมูลเศรษฐกิจการเกษตร. [Online]. Available: <http://www.oae.go.th>. 3
 ธันวาคม 2555.

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง. 2552. ตลาดผลไม้ไทยในฮ่องกง. [Online]. Available:
http://www.dfc.moc.go.th/the_files/SS16/level4/00000514_hkg111.doc. 15 ธันวาคม 2555.

อุทัยวรรณ พูลทรัพย์. 2550. การส่งออกผลไม้สดไปสาธารณรัฐประชาชนจีน. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์
 มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อภิชาติ ตะลูนเพชย์. 2550. การบริโภคภายในประเทศและการส่งออกสินค้าผลไม้ของไทย.

Akhtar Hussain, A. 2009. Structural change in the export demand function for Indonesia:
 Estimation, analysis and policy implications, Journal of policy marketing 31, 260-271.

Arize, A.C, 2001. Traditional export demand relation and parameter instability, Journal of
 Economic studies, Vol.28 No.6, pp.378-396.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

Bahmani-Oskooee, M. 1986. Determination of International trade flows, *Journal of Development Economics* 20, 107-123.

Bervejillo, J and Sumner, D, A. 2002. Assessment of Market Shares of California Agricultural Exports in 2002, No.24, University of California Agricultural Issues Center.

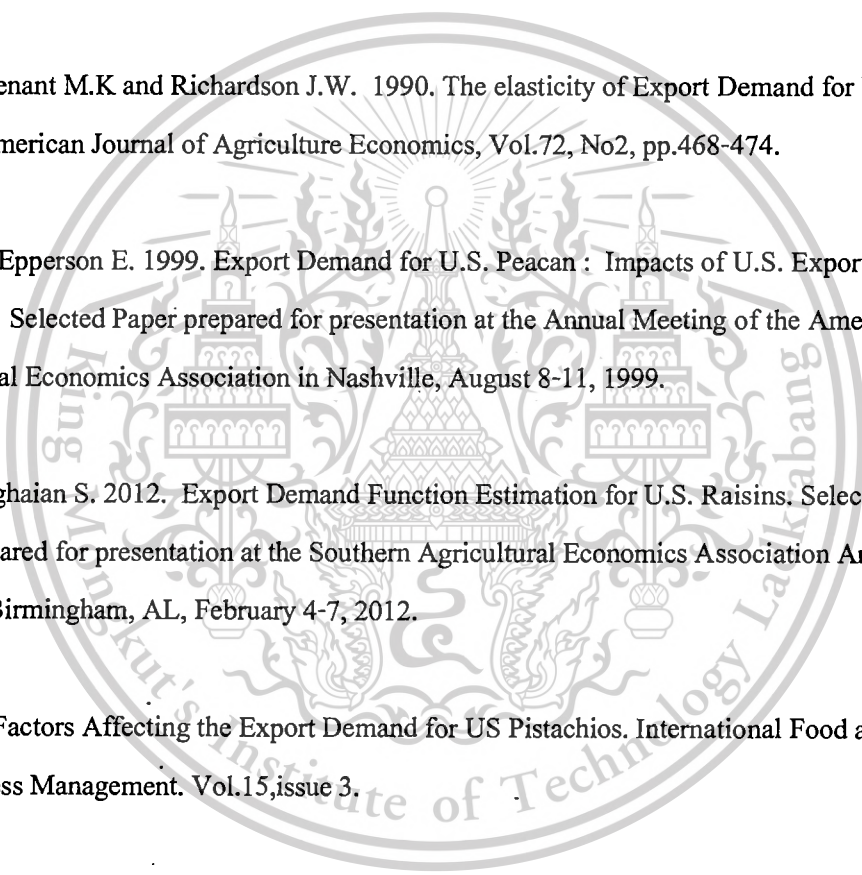
Cosar, E. E. 2002. Prices and Income elasticities of Turkish Export Demand : A Panel Data Application. *Central Bank Review* 2: 19-53.

Duffy P.A, Wohlgenant M.K and Richardson J.W. 1990. The elasticity of Export Demand for U.S. Cotton, *American Journal of Agriculture Economics*, Vol.72, No2, pp.468-474.

Onunkwo M., and Epperson E. 1999. Export Demand for U.S. Pecan : Impacts of U.S. Export Promotion Programs. Selected Paper prepared for presentation at the Annual Meeting of the American Agricultural Economics Association in Nashville, August 8-11, 1999.

Soltani M, and Saghaian S. 2012. Export Demand Function Estimation for U.S. Raisins. Selected Paper prepared for presentation at the Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting, Birmingham, AL, February 4-7, 2012.

Zheng et al. 2012. Factors Affecting the Export Demand for US Pistachios. *International Food and Agribusiness Management*. Vol.15,issue 3.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์ในการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศ
จีนและฮ่องกง

ตารางภาคผนวกที่ 1 ปริมาณการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีน

ปี พ.ศ. 2537 - 2554 หน่วย (เมตริกตัน)

ปี	ทุเรียน	มังคุด	ลำไย
2537	22	3	36
2538	55	6	283
2539	168	76	453
2540	56	15	1,263
2541	109	7	2
2542	701	253	2,932
2543	3,741	1,470	9,931
2544	2,907	1,666	6,144
2545	37	990	6,406
2546	3,679	1,217	12,722
2547	27,054	20,643	49,427
2548	60,585	28,276	64,432
2549	71,878	11,845	52,119
2550	75,182	21,501	49,208
2551	93,889	20,973	52,493
2552	123,892	45,722	72,695
2553	124,784	47,610	72,547
2554	142,617	52,133	130,236

ที่มา : (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางภาคผนวกที่ 2 ปริมาณการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง
ปี พ.ศ. 2537 - 2554 หน่วย (เมตริกตัน)

ปี	ทุเรียน	มังคุด	ลำไย
2537	8,106	248	21,399
2538	15,401	418	22,714
2539	25,368	835	48,734
2540	29,570	1,105	63,529
2541	48,094	1,698	2,150
2542	61,438	3,133	20,914
2543	48,810	7,348	51,926
2544	70,588	10,061	68,742
2545	45,963	10,168	66,069
2546	33,406	8,719	31,478
2547	16,457	3,440	20,935
2548	22,408	5,467	20,068
2549	22,349	571	12,254
2550	41,475	19,242	40,550
2551	61,513	10,723	57,448
2552	86,090	47,219	65,358
2553	47,708	28,688	58,434
2554	84,686	25,964	358

ที่มา : (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556.)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางภาคผนวกที่ 3 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศจีน
ปี พ.ศ. 2534 - 2553 หน่วย (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)

ปี	ทุเรียน	มังคุด	ลำไย
2537	21,188	2,288	34,448
2538	41,652	4,105	406,228
2539	97,662	32,782	357,036
2540	36,050	14,829	1,290,102
2541	88,653	6,461	5,228
2542	263,124	85,257	1,172,912
2543	1,209,543	519,025	5,554,923
2544	881,451	507,570	2,222,701
2545	25,701	304,603	2,328,709
2546	1,856,086	382,793	5,586,143
2547	14,000,036	6,289,150	20,139,901
2548	25,411,075	8,962,838	25,689,180
2549	35,606,634	4,732,887	23,956,515
2550	39,042,418	9,278,847	24,513,478
2551	48,119,979	10,936,620	25,923,317
2552	59,458,471	19,887,349	31,503,635
2553	69,896,810	25,465,937	32,682,851
2554	83,398,981	34,577,097	64,584,567

ที่มา : (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2554)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางภาคผนวกที่ 4 มูลค่าการส่งออกผลไม้สดของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกง
ปี พ.ศ. 2537 - 2554 หน่วย (ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)

ปี	ทุเรียน	มังคุด	ลำไย
2537	4,731,695	139,974	18,725,792
2538	10,513,420	221,736	24,535,587
2539	15,517,903	385,170	38,316,096
2540	17,238,439	568,843	52,174,025
2541	24,827,854	703,857	2,725,960
2542	28,710,061	1,654,282	13,456,399
2543	19,930,825	3,048,019	24,308,947
2544	22,962,331	4,375,236	25,448,940
2545	20,256,206	4,399,961	22,118,299
2546	10,847,705	3,757,891	12,716,783
2547	5,521,369	1,452,836	8,053,312
2548	7,310,067	2,546,114	8,039,400
2549	13,621,958	173,958	6,344,283
2550	15,567,787	8,165,895	14,965,152
2551	22,854,728	3,912,315	20,064,021
2552	34,286,871	21,298,357	26,548,181
2553	23,915,820	16,020,200	28,331,980
2554	40,918,702	14,369,383	43,557,548

ที่มา : (ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, 2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

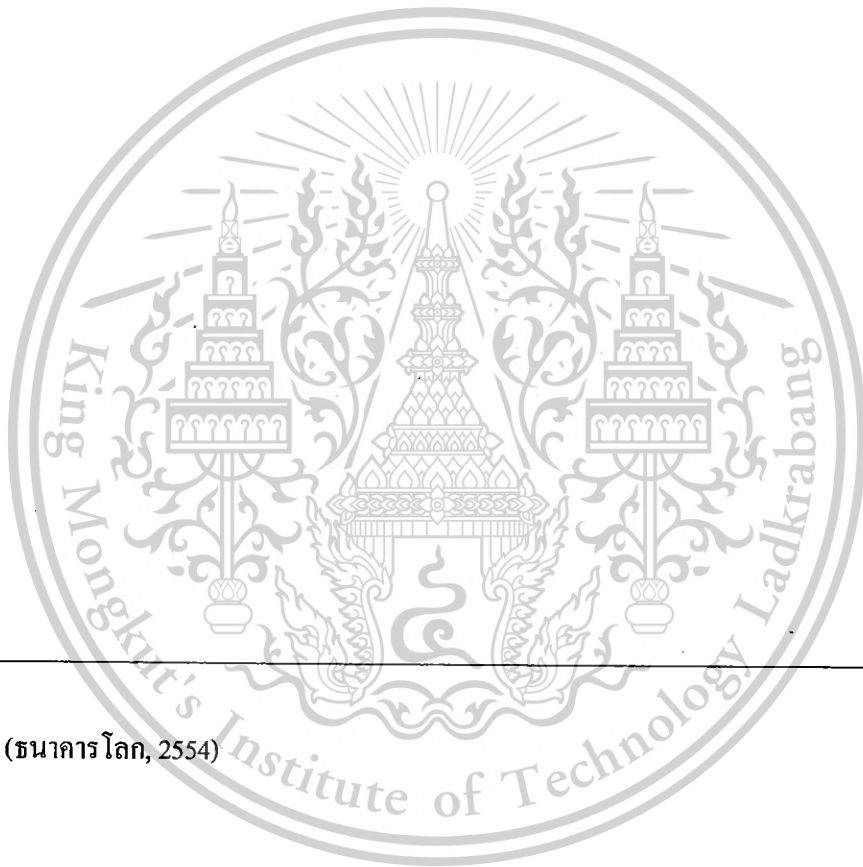
This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางภาคผนวกที่ 5 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศจีน
ปี พ.ศ. 2537 - 2554

ปี พ.ศ.	(เหรียญสหรัฐ/คน)
2537	469
2538	604
2539	703
2540	774
2541	-
2542	865
2543	949
2544	1,042
2545	1,135
2546	1,274
2547	1,490
2548	1,731
2549	2,069
2550	2,651
2551	3,414
2552	3,749
2553	4,433
2554	5,445

ที่มา : (ธนาคารโลก, 2554)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

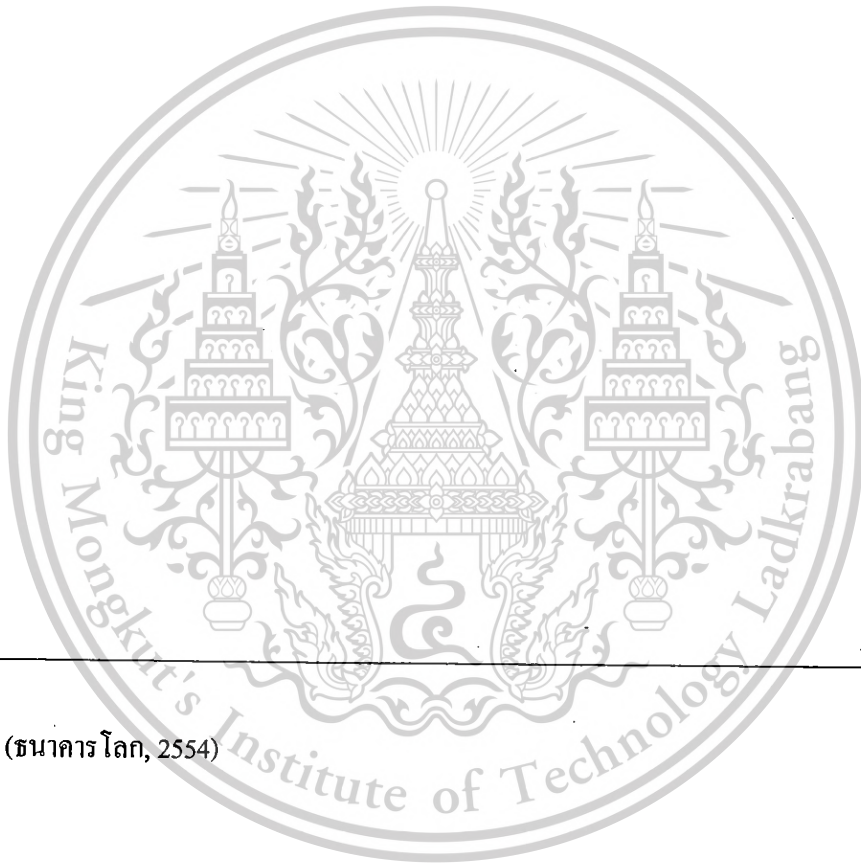
This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางภาคผนวกที่ 6 ผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศฮ่องกง
ปี พ.ศ. 2537 - 2554

ปี พ.ศ.	(เหรียญสหรัฐ/คน)
2537	22,503
2538	23,497
2539	24,818
2540	27,330
2541	25,809
2542	25,092
2543	25,757
2544	25,230
2545	24,666
2546	23,977
2547	24,928
2548	26,649
2549	28,224
2550	30,552
2551	31,426
2552	30,562
2553	32,374
2554	35,156

ที่มา : (ธนาคารโลก, 2554)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางภาคผนวกที่ 7 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ประเทศไทยกับประเทศจีน
ปี พ.ศ. 2537 - 2554

ปี พ.ศ.	(บาท/หยวน)
2537	5.8458
2538	5.4320
2539	5.5650
2540	4.2300
2541	4.1932
2542	4.8614
2543	4.8613
2544	5.1324
2545	5.1897
2546	5.0104
2547	4.8577
2548	4.9010
2549	4.7485
2550	4.5395
2551	4.8000
2552	5.0241
2553	4.6772
2554	4.8754

ที่มา : (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ตารางภาคผนวกที่ 8 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ประเทศไทยกับประเทศฮ่องกง
ปี พ.ศ.2537-2554

ปี พ.ศ.	(บาท/ดอลลาร์ฮ่องกง)
2537	4.5024
2538	4.7821
2539	6.0450
2540	4.6841
2541	4.7750
2542	5.5550
2543	5.6103
2544	5.5066
2545	5.5066
2546	5.3250
2547	5.1619
2548	5.1694
2549	4.8746
2550	4.4226
2551	4.2766
2552	4.4206
2553	4.0771
2554	4.5467

ที่มา : (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2556)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติส่วนตัว

ชื่อ-สกุล นายรังสรรค์ โนชัย

ตำแหน่งปัจจุบัน รองศาสตราจารย์ ระดับ 9

ประวัติการศึกษา

ชื่อย่อปริญญา	สาขา	สถาบันที่จบ	ปีที่จบ
วท.บ.	เศรษฐศาสตร์เกษตร	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	2526
วท.ม.	เศรษฐศาสตร์เกษตร	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	2531

สาขาวิจัยที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) การตลาด

ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ (ระดับชาติและนานาชาติ)

รังสรรค์ โนชัย. 2536. การพัฒนาการส่งออกมะละกอของประเทศไทย. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 11(2) : 36-43.

รังสรรค์ โนชัย. 2536. การตลาดผลไม้เขตร้อนในประเทศญี่ปุ่น. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 11(2) : 23-35.

Rangsan Nochai, Panmanus Sirisomboon and Wanna Tungcharoenchai. 1993.

Soybean Growers and Mechanization Situation Case Study : Sukhothai Province. Proceedings of the fifth World Soybean Research Conference. 21-27 February, Chiang Mai. pp. 93.

รังสรรค์ โนชัย วรรณ ตังเจริญชัย และปานมนัส สิริสมบุญณ์. 2537. การศึกษาภาวะการผลิตการตลาด และการควบคุมคุณภาพทุเรียนเพื่อการส่งออก ของประเทศไทย. การประชุมวิชาการ ไม้ผลแห่งชาติ ครั้งที่ 1 วันที่ 2-5 สิงหาคม 2537. ระยอง. หน้า 30-31.

Rangsan Nochai and Wirat Krasachat. 2001. The Performance of KMITL Undergraduate

Program in Agribusiness Administration Proceedings of the International Symposium on Agribusiness Management towards Strengthening Agricultural Development and Trade (ISAM). 10-12 November, Chiang Mai. pp.486-487.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

- รังสรรค์ โนชัย และ จูติญา โนชัย. 2548. การศึกษาเปรียบเทียบการตลาดปาล์มน้ำมันของเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรและเกษตรกรที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร. การประชุมวิชาการพืชสวนแห่งชาติ ครั้งที่ 3 วันที่ 18 พฤษภาคม 2548. ชลบุรี. หน้า 68 – 69.
- รังสรรค์ โนชัย. 2548. การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยวและการตลาดของเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน. สัมมนาวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 3 วันที่ 18 พฤศจิกายน 2548. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. หน้า 68 – 69.
- Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2006. ARIMA model for forecasting oil palm price. The 2nd IMT-GT 2006 Regional Conference on Mathematics, Statistics and Applications. June 13 – 15, 2006. Penang, Malaysia. pp.40.
- Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2008. Quantitative Models for Forecasting of Pineapple Yield and Price In Thailand. International Conference on Business and Information 2008 (BAI 2008), 7 – 9 July, 2008, Seoul, South Korea.
- Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2009. Tests of Independence for Nominal/Ordinal Data Using Measures of Association. International Conference on Multiple Comparison Procedures 2009 (MCP 2009), 25 – 27 March, 2009, Tokyo, Japan.
- Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2009. Applying Logistic Regression Analysis: A Study of the Influential Factors on Consumers' Purchasing Decision toward Mobile Service Provider In Bangkok, Thailand. Annual Global Business, Information Technology and Management for Economic Development Conference (BITMED 2009), 22 – 24 October, 2009, Beijing, China.
- Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2006. The Impact of Marketing Communication Factors on Consumers' Purchasing Decision of Discount Stores in Thailand. The Fifth International Conference on GLOBAL RESEARCH IN BUSINESS & ECONOMICS 28 – 30 December, 2009, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2010. Nonparametric Measures of Association in Business Research. The 2010 International Conference on Business and Information (BAI 2010), 5 – 7 July, 2010, Kitakyushu, Japan.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้.

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.

Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2011. Influence of Sale Promotion Factors on Purchase Decisions: A Case Study of Portable PCs in Thailand. The 2011 International Conference on Strategy Management and Research (ICSMR 2011), 2 – 3 July, 2011, Hong Kong.

Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2013. The Impact of Banking Service on Customer Satisfaction in Thailand: A Case Study in Bangkok. International Journal of Humanities and Management Sciences (IJHMS), Vol 1, Issue 1 (2013).

Rangsan Nochai and Titida Nochai. 2013. A Comparative Study of Service Marketing Mix Factors Affecting Customers Purchasing Decision towards Coffee Shops in Thailand. International Symposium on Business and Social Science (ISBSS), 15-17 March, 2013, Tokyo.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

This material is reserved for educational use only, not allowed for commercial use.

Forbidden to modify the content, and cite the document when use.