

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

สารนิพนธ์
ของ
กนกวรรณ เทียนเย็น

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
มีนาคม 2549
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

338.47684104

ก 125 ป

ร. 3

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

บทคัดย่อ

ของ

กนกวรรณ เทียนเย็น

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

มีนาคม 2549

h 285574

11 เม.ย. 2549

กนกวรรณ เทียนเย็น (2549) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศ
สหรัฐอเมริกา สารนิพนธ์ ศม (เศรษฐศาสตร์การจัดการ) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. สุนิตา เทคนิยม

การศึกษาในครั้งนี้มีความมุ่งหมายสำคัญ 3 ประการ คือ ประการแรก เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์และ
แนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยในการศึกษาจะใช้ข้อมูลเป็นรายปี
ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 - 2548 นำมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าสัดส่วนร้อยละ และค่าการ
เปลี่ยนแปลงสัมพัทธ์ ประการที่ 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศ
ไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ตัวแปรตาม คือ อุปสงค์การนำเข้า
เฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา และตัวแปรอิสระ ได้แก่ ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จาก
ประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา, ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา,
รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์
สหรัฐอเมริกา โดยในการศึกษาจะใช้ข้อมูลเป็นรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 - ไตรมาสที่ 3 ปี
พ.ศ. 2548 นำมาทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนโดยใช้สมการในรูปแบบเส้นตรงลอการิทึม ด้วยวิธีกำลังสอง
น้อยที่สุด และประการที่สาม เพื่อศึกษาถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทย
ของประเทศไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยสำคัญ

ผลการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา
พบว่า เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มสูงขึ้น ได้แก่
เก้าอี้ไม้ชนิดอื่น ๆ (HS 940169), เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในสำนักงาน (HS 940330) และเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในห้องนอน
(HS 940350) ส่วนเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้ม
ลดลง ได้แก่ เก้าอี้ไม้ชนิดมีเบาะ (HS 940161), เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในครัว (HS 940340) และเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิด
อื่น ๆ (HS 940360)

ส่วนผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศ
สหรัฐอเมริกานั้น พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา และราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จาก
ประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถอธิบายการ
เปลี่ยนแปลงอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ร้อยละ 90.6 ส่วน
ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
บาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกานั้น จากผลการศึกษาสมการอุปสงค์ในเบื้องต้นด้วยวิธีนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้ามาทำ
การวิเคราะห์พร้อม ๆ กัน พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงว่า ปัจจัยทั้งสองตัวนี้
อาจจะไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

ส่วนผลการศึกษาค่าความยืดหยุ่นนั้น พบว่า อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของ ประเทศสหรัฐอเมริกาได้รับผลกระทบด้านรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มากกว่า ผลกระทบ ด้านราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เนื่องจากรายได้เฉลี่ยต่อประชากร ของประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าความยืดหยุ่นสูง (Elastic) = 7.021 ขณะที่ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จาก ประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าความยืดหยุ่นใกล้เคียงกับหนึ่ง (Unitary) = 1.081 ดังนั้นเมื่อ กำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่แล้ว หากรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผล ให้ประเทศสหรัฐอเมริกาต้องการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7.021 ขณะเดียวกันเมื่อ กำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ หากราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ประเทศสหรัฐอเมริกาต้องการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากประเทศไทยลดลงในอัตราที่ใกล้เคียงกันกับ อัตราที่ราคาลดลง นั่นคือ ลดลงร้อยละ 1.081 ในส่วนของราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยัง ประเทศสหรัฐอเมริกา และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกานั้น ถึงแม้ว่าผล การศึกษาจะพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาทิศทาง ความสัมพันธ์ พบว่า ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีทิศทางความสัมพันธ์ เป็นบวก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ แสดงว่าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนมีลักษณะเป็นสินค้าที่ใช้ ทดแทนกันได้กับสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากไทย ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์ สหรัฐอเมริกานั้นพบว่ามีความสัมพันธ์เป็นลบ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้

FACTORS AFFECTING IMPORT DEMAND FOR THAI WOODEN FURNITURE OF
THE UNITED STATES OF AMERICA

AN ABSTRACT
BY
KANOKWON THEANYEN

Presented in partial fulfillment of the requirements for the
Master of Economics degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University
March 2006

Kanokwon Theanyen (2006) *FACTORS AFFECTING IMPORT DEMAND FOR THAI WOODEN FURNITURE OF THE UNITED STATES OF AMERICA* Master's Project M Econ
(Managerial Economics) Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University
Project Advisor Assoc Prof Dr Sunitda Tesniyom

The objectives of the study are 1) to study the situation and trend of the exports of Thai wooden furniture to the United States by applying the descriptive analysis The yearly time - series data during 2002 - 2005 were analyzed to find out the arithmetic means, proportion, percentage and relation change, and 2) to study on the factors affecting import demand for Thai wooden furniture of the United States of America The variables used in the study comprise a dependent variable which is the import demand for Thai wooden furniture of the U S A , and independent variables which are the export prices of wooden furniture from Thai to the U S A , export prices of wooden furniture from the Republic of China to the U S A , average income of the population of the U S A , and exchange rates of Baht to US dollar The quarterly time - series data during the first quarter of 1998 to the third quarter of 2005 were analyzed to find out the multiple regression by using the Log - Linear Model with Ordinary Least Square, and 3) to study on elasticity of import demand for Thai wooden furniture of the United States of America that affect changes in the main factors

From the study on the situation and trend of exports of Thai wooden furniture to the U S A , it is found that types of Thai wooden furniture that have increasing trend export value and market share in the U S A are other seats with wooden frames (HS 940169), Office furniture made of wood (HS 940330) and Bedroom furniture made of wood (HS 940350) The types of Thai wooden furniture that have decreasing trend export value and market share in the U S A are Upholstered seats with wood frames (HS 940161), Kitchen furniture made of wood (HS 940340) and Other furniture made of wood (HS 940360)

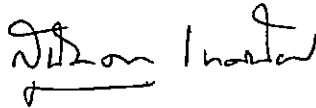
For the study the factors affecting import demand for Thai wooden furniture of the U S A it was found that the two statistical significances affected the import demand were the average income of the population of the U S A and the export prices of wooden furniture from Thai to the U S A By explain dependent variable was import demand for Thai wooden furniture of the U S A to 90.6% In regard to the export prices of wooden furniture from the Republic of China to the U S A and exchange rates of Baht to US dollar, from the initial study

on demand equation by applying all independent variables for analysis it is found that these is no statistical significance at the reliability level of 95% This shows that these two factors might not have impact on the import volume of wooden furniture from Thailand of the U S A

As for the results of study on elasticity, it was found that import demand for Thai wooden furniture of the U S A was affected by the average income of the population of the U S A rather than affected by the export prices of wooden furniture from Thai to the U S A The elasticity of the average income of the population of the U S A is high (Elastic) = 7.021 while the elasticity of the export prices of wooden furniture from Thai to the U S A is close to one (Unitary) = 1.081 This shows that when other factors are set as stable if the average income of the population of the U S A increases by 1%, the import of these products from Thailand by the U S A will increase by 7.021% while if the export prices of wooden furniture from Thai to the U S A increases by 1%, the import of these products from Thailand by the U S A will decrease by 1.081% For the export prices of wooden furniture from the Republic of China to the U S A and the exchange rates of Baht to US dollar, it is found that these is no significant statistical implication at the indicated at the reliability level However, when considering relation direction, it is found that the export prices of wooden furniture from the Republic of China to the U S A have positive relationship, this accords with the hypothesis set In regard to the exchange rates of Baht to US dollar, it is found that these is negative relationship which does not comply with the hypothesis set

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเศ
สหรัฐอเมริกา ของ กนกวรรณ เทียนเย็น ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



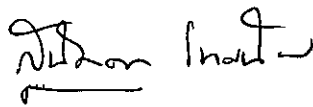
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุนิตดา เทคนิยม)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



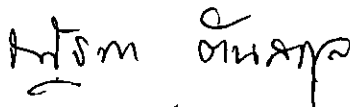
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิศมัย จารุจิตติพันธ์)

คณะกรรมการสอบ



(รองศาสตราจารย์ ดร. สุนิตดา เทคนิยม)

ประธาน



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์กมล) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์กมล)

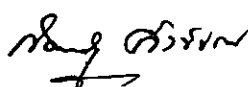
กรรมการสอบสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราษฎร์นิยม)

กรรมการสอบสารนิพนธ์

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

คณบดีคณะสังคมศาสตร์

วันที่ 10 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2549

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและเอาใจใส่จากรองศาสตราจารย์ ดร. สุนิตดา เทคนิยม ประธานสอบสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณัฐกา ตันสกุล และ รองศาสตราจารย์ ดร. อ้อทิพย์ ราชภูรินิยม กรรมการสอบสารนิพนธ์ ท่านทั้งสามได้ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ และแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนให้ข้อคิด และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่าน จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยและเจ้าหน้าที่ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือมาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบคุณห้องสมุดต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณคุณวิภาดา รวมสุวรรณ และขอบคุณเพื่อน ๆ เศรษฐศาสตร์การจัดการ ภาคพิเศษ รุ่น 2 ทุกคน ที่คอยห่วงใยและเป็นกำลังใจให้เสมอมา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา บุพการีผู้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างกับผู้วิจัย ขอขอบคุณพี่สาว ที่ได้ให้การดูแลเอาใจใส่ และสนับสนุนการศึกษาของผู้วิจัยตลอดมา หากงานวิจัยครั้งนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ทุกประการ

กนกวรรณ เทียนเย็น

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
ความสำคัญของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
สมมติฐานในการวิจัย	9
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
แนวคิดทางด้านอุปสงค์	10
แนวคิดเกี่ยวกับการนำเข้า	18
แนวคิดเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง	19
ความเป็นมาของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย	22
โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย	24
โครงสร้างการจำหน่ายของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย	27
จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย	32
ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของเทศจีน	34
มาตรการการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกาในการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
การรวบรวมข้อมูล	45
การจัดกระทำข้อมูล	46
การวิเคราะห์ข้อมูล	46
สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 การนำเสนอผลของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล . . .	56
ผลการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย ในตลาดสหรัฐอเมริกา	57
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทย ของประเทศไทยสหรัฐอเมริกา	73
ผลการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทย ของประเทศไทยสหรัฐอเมริกา	77
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	79
สรุปผลการวิจัย	79
อภิปรายผลการวิจัย	84
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	88
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป . . .	90
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก	96
ภาคผนวก ก	97
ภาคผนวก ข	108
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์ . . .	111

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 อันดับและร้อยละของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ในระหว่างปี พ ศ 2543 - 2547	1
2 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของประเทศไทยไปยังตลาดโลก จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ในระหว่างปี พ ศ 2543 - 2547.	2
3 ตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย ในระหว่างปี พ ศ 2543 - 2547	3
4 การนำเข้ารวมสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ ศ 2545 - 2547	4
5 โครงสร้างต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยจำแนกตามประเภทของไม้	25
6 เทคโนโลยีและประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2545	26
7 ข้อมูลแรงงานของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้เปรียบเทียบระหว่าง ประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2545	27
8 ปริมาณการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย ในระหว่างปี พ ศ 2543 - 2547	28
9 ตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญ 5 อันดับแรกของประเทศไทย ในระหว่างปี พ ศ 2543 - 2547	29
10 การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ของประเทศสหรัฐอเมริกาแยกตามประเภท ในระหว่างปี พ ศ 2545 - 2547	30
11 แสดงผลการคาดคะเนปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่น	38
12 แสดงสมมติฐานของกรณี High case และ กรณี Low case	39
13 แสดงผลการพยากรณ์อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ ของไทยในตลาดโลก	40
14 แสดงกฎแห่งการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหา Autocorrelation	54
15 การนำเข้าเก้าอี้ไม้ชนิดมีเบาะของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ ศ 2545 - 2548.	58
16 การนำเข้าเก้าอี้ไม้ชนิดอื่น ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ ศ 2545 - 2548	60
17 การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในสำนักงานของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ ศ 2545 - 2548	62

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในครัวของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2548	64
19 การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในห้องนอนของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2548	66
20 การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2548	68
21 แสดงผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การนำเข้า ด้วยวิธีการนำตัวแปรอิสระทุกตัว เข้ามาวิเคราะห์พร้อมๆกัน (Enter Multiple Regression)	73
22 แสดงผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การนำเข้า ด้วยวิธีการคัดเลือกตัวแปร แบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression)	75

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	7
2 แสดงกฎของอุปสงค์	13
3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับรายได้	14
4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง	15
5 จำนวนโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามภาค ณ สิ้นปี 2544	26
6 ตลาดนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกา จำแนกตามระดับ	31
7 แสดงการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหา Autocorrelation	55
8 เปรียบเทียบยอดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดต่าง ๆ ของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี 2545 - 2548.	71
9 สัดส่วนการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดต่าง ๆ ของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ในปี 2545	72
10 สัดส่วนการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดต่าง ๆ ของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ในปี 2548 (ม ค - ต ค)	72

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมเครื่องเรือนหรือที่นิยมเรียกว่า “อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน” เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้เพราะอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive) จึงก่อให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมาก ประกอบกับอุตสาหกรรมมีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศในสัดส่วนที่สูง (Resource Base Industry) ทำให้อุตสาหกรรมสามารถเพิ่มมูลค่าและพัฒนาความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนต่าง ๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมป่าไม้ อุตสาหกรรมการแปรรูปไม้ รวมไปถึงอุตสาหกรรมนอต สกรู กาว สี และเชลแลค ได้มากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมนี้มีศักยภาพการผลิตและมีโอกาสในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดโลกได้สูงขึ้น (Global Industry) ดังนั้น อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนจึงถือได้ว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านการจ้างงาน การกระจายรายได้ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ตาราง 1 อันดับและร้อยละของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของประเทศไทย ในระหว่างปี

พ ศ 2543 – 2547

พ ศ	อันดับ ที่	มูลค่าการส่งออกรวม (ล้านบาท)	มูลค่าการส่งออก เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน (ล้านบาท)	ร้อยละของมูลค่าการส่งออก เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนเทียบกับ มูลค่าการส่งออกรวมของไทย
2543	20	2,768,065	36,606	1 32%
2544	19	2,884,704	38,446	1 33%
2545	18	2 923,941	41,237	1 41%
2546	19	3,326 015	43,193	1 30%
2547	21	3,874,817	48,461	1 25%

ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร (2548) (จัดรวม)

จากรายงานของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร พบว่า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทยมีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ล่าสุดในปี 2547 เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 48,461 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 1 25 ของมูลค่าการส่งออกรวมของไทย และจัดอยู่ในลำดับการส่งออกที่ 21 ของการส่งออกทั้งหมดของไทย ซึ่งตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สามารถนารายได้เข้าสู่ประเทศคิดเป็นมูลค่ามหาศาล

เมื่อพิจารณาถึงการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทยในตลาดโลก จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ตามรายงานของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร พบว่า ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนที่สำคัญซึ่งไทยสามารถส่งออกไปยังตลาดโลกได้ดี คือ เฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยในปี 2547 เฟอร์นิเจอร์ไม้มีส่วนการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 56.86 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนรวมทุกประเภท รองลงมา ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์อื่นๆ, ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์, เฟอร์นิเจอร์โลหะ และหินอ่อนหมอนฟูก ตามลำดับ

ตาราง 2 การส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของประเทศไทยไปยังตลาดโลก จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์
ในระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2547

รายการ	มูลค่า : ล้านบาท				
	2543	2544	2545	2546	2547
เฟอร์นิเจอร์ไม้	21,542.30	22,382.30	24,018.40	24,373.40	27,557.30
สัดส่วน ร้อยละ	58.85	58.22	58.24	56.43	56.86
เฟอร์นิเจอร์โลหะ	4,431.70	4,204.20	3,900.40	3,390.20	3,042.60
สัดส่วน ร้อยละ	12.11	10.94	9.46	7.85	6.28
หินอ่อนหมอนฟูก	1,366.40	1,513.60	1,938.60	1,760.10	2,059.60
สัดส่วน ร้อยละ	3.73	3.94	4.70	4.08	4.25
เฟอร์นิเจอร์อื่นๆ	6,604.90	7,625.60	8,199.90	9,339.20	10,671.30
สัดส่วน ร้อยละ	18.04	19.83	19.88	21.62	22.02
ชิ้นส่วนเฟอร์นิเจอร์	2,660.40	2,720.10	3,179.70	4,329.60	5,130.60
สัดส่วน ร้อยละ	7.27	7.08	7.71	10.02	10.59
มูลค่ารวม	36,605.70	38,445.80	41,237.00	43,192.50	48,461.40

ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร (2548) (จัดพิมพ์)

ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลในเบื้องต้น¹ พบว่า เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ไทยส่งออกไปมากที่สุดนั้น กว่าร้อยละ 60 เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้ยางพารา ร้อยละ 30 เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้แผ่นเรียบ ได้แก่ ไม้อัด ไม้บาง แผ่นปาร์ติเกิ้ล (Particle Board) และแผ่น MDF (Medium Density Fiberboard) เป็นต้น และส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 10 ผลิตจากไม้เนื้อแข็ง สำหรับปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้มีการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจาก

¹ สรุปและรวบรวมจาก แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน) คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2545)

ไม้ยางพาราไปยังต่างประเทศสูงกว่าเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้ชนิดอื่นนั้น น่าจะเป็นผลสืบเนื่องจากการที่ทางภาครัฐได้ออกพระราชกำหนดปิดป่าสัมปทานทั่วประเทศตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2532 เป็นต้นมา ทำให้ไม้เนื้อแข็งคุณภาพดีที่เคยหาได้ง่ายและราคาไม่แพงเริ่มหายากและมีราคาแพงขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงมีผู้คิดค้นหาวิธีที่จะนำไม้ยางพารา (Rubber Wood) ซึ่งเป็นไม้เหลือทิ้งจากการปลูกเพื่อประโยชน์จากน้ำยางเข้ามาใช้ทดแทนไม้เนื้อแข็งในอุตสาหกรรม เนื่องจากไม้ยางพาราเป็นวัตถุดิบที่สามารถทดแทนไม้ธรรมชาติอื่นๆ ได้ดี จนกระทั่งกล่าวกันว่าไม้ยางพาราเป็นไม้สักขาว (White Teak) ของประเทศไทย เป็นผลให้ผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ของไทยมีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตจากเดิมที่ใช้ไม้เนื้อแข็ง หันมาเน้นการใช้วัตถุดิบจากไม้ยางพาราซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็งปานกลางแทน

ตาราง 3 ตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย ในระหว่างปี พ.ศ. 2543 – 2547

รายการ	มูลค่า . ล้านบาท				
	2543	2544	2545	2546	2547
1 โลก	21,542 30	22,382 30	24,018 40	24,373 40	27,557 30
สัดส่วน (ร้อยละ)	100 00	100 00	100 00	100 00	100 00
2 สหรัฐอเมริกา	8,980 80	9,221 00	11,593 40	11,587 30	14,112.80
สัดส่วน (ร้อยละ)	41.69	41 20	48 27	47 54	51 21
3 ญี่ปุ่น	7,864 60	8,376 80	7,402 00	7,273 60	7,068 00
สัดส่วน (ร้อยละ)	36 51	37 43	30 82	29 84	25 65
4 สหภาพยุโรป	2,438 90	2,382 00	2,376 80	2 905 80	3,364 30
สัดส่วน (ร้อยละ)	11 32	10 64	9 90	11 92	12 21
5 อาเซียน	448 90	474 30	358 90	330 70	388 80
สัดส่วน (ร้อยละ)	2 08	2 12	1 49	1 36	1 41
6 อื่น ๆ	1,809 10	1,928 20	2,287 30	2,276 00	2,623 40
สัดส่วน (ร้อยละ)	8 40	8 61	9 52	9 34	9 52

ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร (2548) (ซีดีรอม)

สำหรับการพิจารณาในแง่ของการพึ่งพาตลาดส่งออกของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ ตามรายงานของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร พบว่า ในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมาตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้อันดับ 1 ของไทยมาโดยตลอด โดยในปี 2547 ไทยสามารถส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาคิดเป็นมูลค่าสูงถึง 14,112.80 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.21 ของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้งหมด จากข้อมูลดังกล่าวบ่งชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่ง

ในการแสวงหาเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา เนื่องจากการใช้ทรัพยากรภายในประเทศเพื่อผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของสหรัฐอเมริกามีต้นทุนสูง ทำให้ผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่จะนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนจากแหล่งผลิตนอกประเทศ (Outsourcing) ซึ่งรวมถึงประเทศไทยมาประกอบและกระจายสินค้าเพิ่มมากขึ้น

ตาราง 4 การนำเข้ารวมสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 – 2547

ลำดับ	แหล่งนำเข้า	มูลค่า ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ			ส่วนแบ่งตลาด		
		2545	2546	2547	2545	2546	2547
1	จีน	6,378 70	7,611 50	8,893 23	37 26	40 09	41 84
2	แคนาดา	3,772 65	3,807 64	3,971 88	22 04	20 06	18 69
3	เม็กซิโก	1,259 04	1,592 21	1,900 92	7 35	8 39	8 94
4	อิตาลี	1,288 54	1,332 13	1,182 09	7 53	7 02	5 56
5	ไต้หวัน	781 95	690 99	649 50	4 57	3 64	3 06
6	มาเลเซีย	492 10	524 19	626 11	2 87	2 76	2 95
7	อินโดนีเซีย	537 85	520 44	537 13	3 14	2 74	2 53
8	ไทย	375 24	389 72	471 26	2 19	2 05	2 22
9	บราซิล	243 25	275 53	379 43	1 42	1 45	1 79
10	เวียดนาม	78 69	181 99	374 63	0 46	0 96	1 76
รวม 10 อันดับแรก		15,208 03	16,926 33	18,862 49	88 84	89 16	88 74
แหล่งนำเข้าอื่นๆ		1,910 38	2,058 20	2,392 30	11 16	10 84	11 26
การนำเข้ารวม		17,118.41	18,984 53	21,254.79	100.00	100 00	100 00

ที่มา US Department of Commerce and the U S International Trade Commission (2548)
(<http://www.ita.doc.gov>)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงการนำเข้ารวมสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของตลาดสหรัฐอเมริกา ตามรายงานของกระทรวงพาณิชย์สหรัฐอเมริกา พบว่า ในปี 2547 สหรัฐอเมริกามีการนำเข้าสินค้าชนิดนี้รวมทั้งสิ้นสูงถึง 21,254 79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยประเทศที่สหรัฐอเมริกานำเข้า 10 อันดับแรก ได้แก่ จีน แคนาดา เม็กซิโก อิตาลี ไต้หวัน มาเลเซีย อินโดนีเซีย ไทย บราซิล และเวียดนาม ซึ่งจากรายงานจะเห็นได้ว่าคู่แข่งสำคัญที่วางตำแหน่งสินค้าในตลาดระดับเดียวกับไทย คือ จีน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ล้วนมีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกา มากกว่าไทยทั้งสิ้น นอกจากนี้ยังพบว่าในปัจจุบันสหรัฐอเมริกาได้มีการจัดทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี (Free Trade Area FTA) กับหลายๆ ประเทศ อีกทั้งมีการนำมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี (Non-Tariff Barriers

NTBs) มาใช้กับประเทศคู่ค้าเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ควรจะได้มีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อจะได้ทราบถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อปัจจัยดังกล่าว ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ประกอบการในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ทำให้ทราบถึงโอกาสและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนนโยบายในการส่งเสริมและกระตุ้นการส่งออกภายใต้สภาวะการที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

- 1 เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา
- 2 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา
- 3 เพื่อศึกษาถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึง 1) สถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา 2) ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา และ 3) ทราบถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจ สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้พิจารณาประกอบในการวางแผนนโยบายเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา จะศึกษาโดยอาศัยข้อมูลการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยจากประเทศสหรัฐอเมริกาใน 6 พิกัดรายการ ได้แก่ แก้วไม้ชนิดมีเบาะ (HS 940161), แก้วไม้ชนิดอื่น ๆ (HS 940169), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน (HS 940330), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในครัว (HS 940340), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในห้องนอน (HS 940350) และเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ (HS 940360) โดยผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลเป็นรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545–2548

ส่วนการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา และค่าความยืดหยุ่นต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพล จะศึกษาโดยอาศัยข้อมูลรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548 นำมาประมาณค่าแบบจำลองโดยอาศัยแนวคิดทางด้านเศรษฐมิติ โดยใช้ข้อมูลที่อยู่ในรูปมูลค่าที่แท้จริงในการคำนวณ สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา มีดังนี้

1. **ตัวแปรตาม (Dependent Variable)** คือ อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา หมายถึง ปริมาณสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ประเทศสหรัฐอเมริกานำเข้าจากประเทศไทย ซึ่งในที่นี้จะใช้ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาแทนตัวแปรดังกล่าว โดยมีข้อสมมติว่าประเทศคู่ค้ารับสินค้าไว้ทั้งหมด โดยไม่มีการส่งคืน

2. **ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)** ประกอบด้วย

2.1 ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา หมายถึง ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งผู้วิจัยจะทำการปรับปรุงข้อมูลให้อยู่ในรูปมูลค่าที่แท้จริง โดยการนำราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในแต่ละช่วงเวลาหารด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาในเวลานั้น คูณด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาในปัจจุบัน

2.2 ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา หมายถึง ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งผู้วิจัยจะทำการปรับปรุงข้อมูลให้อยู่ในรูปมูลค่าที่แท้จริง โดยการนำราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในแต่ละช่วงเวลาหารด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาในเวลานั้น คูณด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกาในปัจจุบัน

ทั้งนี้ตัวแปรราคาในหัวข้อ 2.1 และ 2.2 ทั้งสองตัว จะใช้ราคาส่งออกในเทอม FOB² เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านข้อมูล ซึ่งถึงแม้ว่าตามทฤษฎีราคาส่งออกในเทอม CIF³ จะช่วยให้ผลประโยชน์โดยรวมตกเป็นของประเทศผู้ส่งออกมากกว่า แต่การส่งออกในเทอม FOB ก็ช่วยให้ประเทศได้รับประโยชน์จากการส่งออกได้เช่นเดียวกัน

2.3 รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นตามราคาคงที่เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา

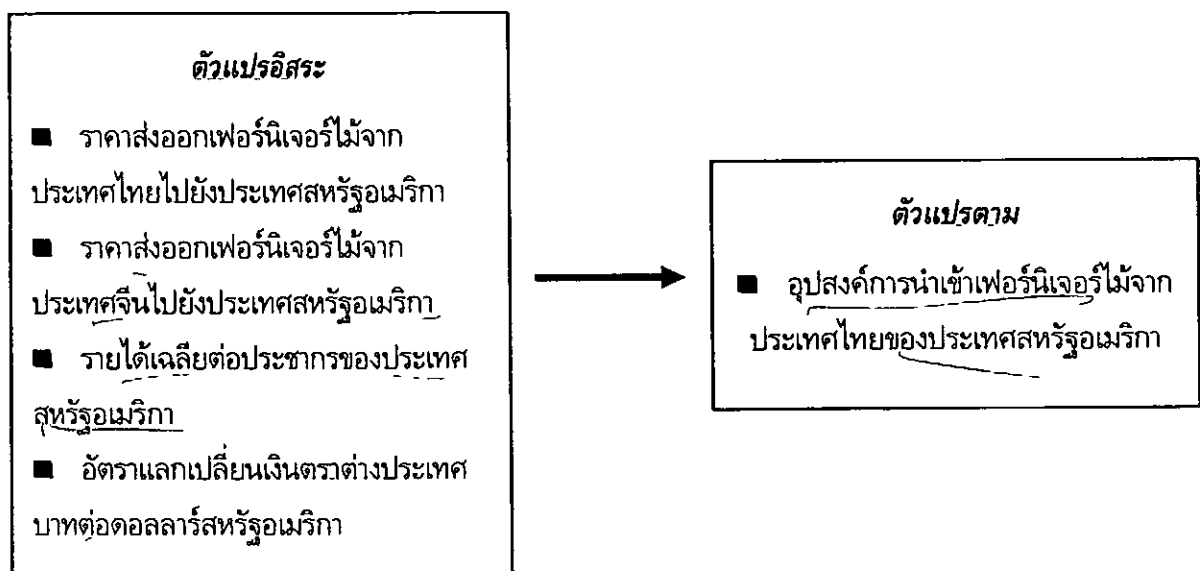
² FOB Free On Board เป็นเงื่อนไขราคาที่จะรวมค่าใช้จ่ายทุกชนิดจนกระทั่งสินค้าถูกโหลดขึ้นกัปเรือหรือเครื่องบิน ณ เมืองท่าที่ส่งออก แต่ไม่รวมการวาง และภาระประกันความเสี่ยงของสินค้าขณะส่งจากเมืองท่าส่งออกถึงเมืองท่าปลายทาง โดยค่าใช้จ่าย 2 ประเภทหลัง ผู้ซื้อจะต้องรับผิดชอบเอง

³ CIF Cost Insurance and Freight เป็นเงื่อนไขราคาที่กำหนดราคาขายโดยรวมการวางเรือ ค่าขนส่งสินค้าและค่าเบี้ยประกันภัยจนถึงเมืองปลายทาง กล่าวคือ ผู้ขายมีหน้าที่ต้องจัดหาเรือ หรือจองระวางเรือเพื่อขนส่งสินค้าไปยังเมืองปลายทาง ต้องรับผิดชอบค่าเช่าเรือและการวางเรือดังกล่าว และต้องรับผิดชอบต่อความเสี่ยงของสินค้า จนกว่าสินค้านั้นจะลงทัณฑ์จากกัปเรือหรือเครื่องบิน ณ เมืองท่าปลายทาง

2.4 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ซึ่งผู้วิจัยจะทำการปรับปรุงข้อมูลให้อยู่ในรูปมูลค่าที่แท้จริง โดยการนำอัตราแลกเปลี่ยนในแต่ละช่วงเวลาปรับค่าด้วยราคาเปรียบเทียบระหว่างดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของไทยในงวดเวลาเดียวกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **เฟอร์นิเจอร์ไม้** หมายถึง เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่จัดกลุ่มสินค้าตามพิกัดศุลกากรระบบฮาร์โมนีในระดับสากลที่ระดับ 6 หลัก ดังนี้

ลำดับที่	รหัสฮาร์โมนี	รายละเอียดสินค้า
1	HS 940161	เก้าอี้ไม้ ชนิดมีเบาะ
2	HS 940169	เก้าอี้ไม้ ชนิดอื่น ๆ
3	HS 940330	เฟอร์นิเจอร์ไม้ ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน
4	HS 940340	เฟอร์นิเจอร์ไม้ ชนิดที่ใช้ในครัว
5	HS 940350	เฟอร์นิเจอร์ไม้ ชนิดที่ใช้ในห้องนอน
6	HS 940360	เฟอร์นิเจอร์ไม้ ชนิดอื่น ๆ

2. **ประเทศคู่แข่งสำคัญ** หมายถึง ประเทศคู่แข่งที่มีศักยภาพในการแข่งขันและวางตำแหน่งสินค้าในตลาดระดับเดียวกับไทย ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม

3. **อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของสหรัฐอเมริกา** หมายถึง ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีหน่วยเป็นชิ้น

4. **ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา** หมายถึง ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา นำมาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงราคาส่งออกที่แท้จริงที่ได้ขจัดอิทธิพลของเงินเฟ้อออกแล้ว มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐต่อชิ้น

5. **ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา** หมายถึง ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา นำมาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงราคาส่งออกที่แท้จริงที่ได้ขจัดอิทธิพลของเงินเฟ้อออกแล้ว มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐต่อชิ้น

6. **รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของสหรัฐอเมริกา** หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของสหรัฐอเมริกาที่แสดงอยู่ในรูปของทรัพยากร (Real Terms) ซึ่งสามารถใช้วัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศได้ดีกว่ารายได้ที่อยู่ในรูปของตัวเงิน (Money Terms) ซึ่งคำนวณออกมาตามราคาตลาดของปีนั้น มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐต่อประชากร

7. **อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา** หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นตัวเงินปรับด้วยอัตราส่วนระหว่างราคาสินค้าในต่างประเทศ (แทนด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา) กับราคาสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย (แทนด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของไทย) มีหน่วยเป็นบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ

สมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเชิงวิเคราะห์เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้

1 ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะส่งผลให้ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดนั้นลดต่ำลง ในทางตรงข้าม เมื่อราคาสินค้าลดต่ำลง จะส่งผลให้ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดนั้นเพิ่มสูงขึ้น

2 ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนกันได้เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะส่งผลให้ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดนั้นเพิ่มสูงขึ้น ในทางตรงข้าม เมื่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนกันได้ลดต่ำลง จะส่งผลให้ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดนั้นลดต่ำลง

3 รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะส่งผลให้ปริมาณเสนอซื้อสินค้าของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น ในทางตรงข้าม เมื่อรายได้ของผู้บริโภคลดต่ำลง จะส่งผลให้ปริมาณเสนอซื้อสินค้าของผู้บริโภคลดต่ำลง

4 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น (ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง) ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ จะส่งผลให้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยมีราคาถูกเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้คนไทยต้องการซื้อสินค้าจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ในทางตรงข้าม เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศลดต่ำลง (ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น) จะส่งผลให้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยมีราคาแพงขึ้นเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้คนไทยต้องการซื้อสินค้าจากประเทศไทยลดลง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

- 1 แนวคิดทางด้านอุปสงค์
- 2 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเข้า
- 3 แนวคิดเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง
- 4 ความเป็นมาของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย
- 5 โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย
- 6 โครงสร้างการจำหน่ายของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย
- 7 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย
- 8 ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย
- 9 มาตรการการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกาในการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้
- 10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทางด้านอุปสงค์

1.1 ความหมายของอุปสงค์

ในทางเศรษฐศาสตร์ อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาที่แตกต่างกันในช่วงระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจจะเป็น 1 วัน 1 สัปดาห์ หรือ 1 เดือน (McConnell, & Brue 2002 G-6) ซึ่งความต้องการซื้อในที่นี้มิใช่เพียงแค่ความปรารถนาที่จะซื้อ (Willing to purchase) เท่านั้น หากแต่จะต้องมีอำนาจซื้อ หรือมีเงินที่จะจ่าย (Purchasing power หรือ Ability to pay) หนุนหลังอยู่ด้วย ถ้าผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งมีแต่ความต้องการในสินค้าโดยไม่มีเงินที่จะจ่ายซื้อ จะเรียกความต้องการในลักษณะนี้ว่า ความต้องการ (Want) มิใช่อุปสงค์ ในทางตรงกันข้าม ถ้าผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้า แต่ไม่มีความต้องการในสินค้านั้น ก็จะไม่เกิดอุปสงค์เช่นกัน (ชลลดา จามรกุล 2544 33)

อย่างไรก็ตาม เมื่อระยะเวลาผ่านไป ความต้องการซื้อที่ปราศจากอำนาจซื้อหนุนหลัง หรือกำลังเงินที่ยังไม่มีความปรารถนาที่จะซื้อ ซึ่งเรียกว่า Potential Demand ก็มีโอกาที่จะเปลี่ยนมาเป็นอุปสงค์ในความหมายข้างต้นที่มีพร้อมทั้งความต้องการและอำนาจซื้อ ซึ่งเรียกว่า Effective Demand ได้ โดยผู้ผลิตสามารถที่จะเปลี่ยน Potential Demand ให้เป็น Effective Demand ได้ด้วยการจัดหาแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม หรืออาจจะ

ยินยอมให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าแบบผ่อนส่งได้ หรืออาจจะใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อสร้างความต้องการให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค เป็นต้น

1.2 ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ได้แก่ปัจจัยดังต่อไปนี้ (Bade, & Parkin 2002 G9-11)

1 ราคาสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Price) โดยทั่วไปปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้น ๆ คือ ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคก็จะต้องการซื้อน้อยลง ในทางตรงข้าม ถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นมีราคาลดต่ำลง ผู้บริโภคก็จะมีความต้องการซื้อมากขึ้น ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงข้ามกันเสมอ

2 รายได้ของผู้บริโภค (Income) โดยทั่วไปผู้บริโภคที่มีรายได้สูงย่อมจะสามารถซื้อสินค้าที่มีราคาแพงกว่าและสามารถซื้อได้ในจำนวนที่มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำ และเมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าเพิ่ม ในทางตรงข้ามเมื่อรายได้ลดลง ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้าน้อยลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรายได้จะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อเล็กน้อยเพียงโดยขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า กล่าวคือ ถ้าเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพ การเปลี่ยนแปลงของรายได้จะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนี้น้อย แต่ถ้าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย การเปลี่ยนแปลงของรายได้จะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าชนิดนี้มาก ทั้งนี้เนื่องจากไม่ว่าผู้บริโภคจะมีรายได้มากหรือน้อยเพียงใด ก็มักจะต้องชวนชวยหาซื้อสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีพให้เพียงพอ กับความต้องการก่อน และเมื่อผู้บริโภคมีสินค้านี้ดั่งกล่าวเพียงพอแล้ว แม้จะมีรายได้เพิ่มขึ้นก็ไม่น่าจะซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้นอีก ซึ่งตรงกันข้ามกับกรณีของสินค้าฟุ่มเฟือยที่ผู้บริโภคจะต้องการซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม มีสินค้าบางชนิดที่ผู้บริโภคจะต้องการซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้ลดลง และต้องการซื้อลดลงเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น สินค้าดังกล่าวเรียกว่า สินค้าด้อย

3 ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง แบ่งได้ 2 กรณี คือ 1) สินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ (Substitution Goods) จะพบว่าอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งจะเพิ่มขึ้น หากราคาของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้เพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น เด็กเนยและเด็กช็อกโกแลต จะพบว่าอุปสงค์ของเด็กเนยจะเพิ่มขึ้นเมื่อราคาของเด็กช็อกโกแลตเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งและราคาของสินค้าที่ใช้ทดแทนกันกับสินค้าชนิดนั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และ 2) สินค้าที่ต้องใช้ร่วมกันหรือใช้ประกอบกัน (Complementary Goods) จะพบว่าอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งจะลดลง เมื่อราคาของสินค้าอีกชนิดที่ใช้ประกอบกันเพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น กาแฟและครีมเทียม จะพบว่าอุปสงค์ของครีมเทียมจะลดลงเมื่อราคากาแฟเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งและราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ประกอบกันจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน

4 รสนิยมของผู้บริโภค (Taste) หรือที่นักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า ความชอบ (Preferences) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยทั่วไปรสนิยมของผู้บริโภคแต่ละคนจะแตกต่างกันไปตาม อายุ อาชีพ ชนบทธรรมนิยมประเพณี ระดับการศึกษา และบุคลิกส่วนตัว นอกจากนี้รสนิยมของผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ตามยุค ตามสมัย ทำให้พบว่าสินค้าบางประเภท รสนิยมจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับ ขณะที่สินค้าบางประเภท รสนิยมจะเปลี่ยนแปลงได้ช้า เช่น เครื่องตกแต่งบ้าน รถยนต์ และอาคารบ้านเรือน เป็นต้น สรุปได้ว่า ถ้าสินค้าชนิดใดเป็นที่ชื่นชอบคน อุปสงค์ของสินค้านั้นก็จะเพิ่มขึ้น แต่ต่อมาเมื่อความชื่นชอบในสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงไป ก็จะส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ในสินค้านั้น ดังนั้นในทางปฏิบัติ จะพบว่านักธุรกิจมักจะทำการปรับปรุงสินค้าของตนให้อยู่ในความนิยมตลอดเวลาเพื่อไม่ให้อุปสงค์ลดลง

5 จำนวนผู้ซื้อ (Number of Consumer) หากจำนวนผู้ซื้อในตลาดเพิ่มขึ้น อุปสงค์ก็จะยิ่งมีมากขึ้น เช่น ในเขตเมืองใหญ่ ๆ ที่มีผู้คนจำนวนมาก อุปสงค์ในสินค้าต่าง ๆ ย่อมจะมีมากกว่าในเมืองเล็ก ๆ ✕ (เล่ม ๔) ๒

6 การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต (Estimating) เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาสินค้าชนิดหนึ่งจะสูงขึ้นในสัปดาห์หน้า ผู้บริโภคก็จะรีบซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้นตั้งแต่เดี๋ยวนี้ ทำให้อุปสงค์ของสินค้านั้นในสัปดาห์นี้เพิ่มขึ้น ในทางตรงข้าม ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาสินค้าดังกล่าวจะลดลงในอนาคต ผู้บริโภคก็จะชะลอการซื้อสินค้านั้นไว้ก่อน ทำให้อุปสงค์ของสินค้านั้นในสัปดาห์นี้ลดลง เป็นต้น

นอกจากปัจจัยต่างๆ ข้างต้นแล้ว การที่ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์ในสินค้าน้อยเพียงใดยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น อุปนิสัยในการใช้จ่าย การออมทรัพย์ของผู้บริโภค ลักษณะการจัดเก็บภาษีของรัฐ และอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด เป็นต้น กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีนิสัยมัธยัสถ์ ก็จะมีอุปสงค์ในสินค้าน้อย แต่ถ้ามีนิสัยสุรุ่ยสุร่าย ก็จะมีอุปสงค์ในสินค้ามาก หรือถ้ารัฐเรียกเก็บภาษีในอัตราสูง ประชาชนก็จะมีรายได้ที่สามารถใช้จ่ายใช้สอยลดลง อุปสงค์ในสินค้าก็จะลดลง นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาดก็มีอิทธิพลอย่างมากต่ออุปสงค์ เพราะถ้าอัตราดอกเบี้ยต่ำ นอกจากจะไม่จูงใจให้ประชาชนออมทรัพย์แล้ว ยังส่งเสริมให้ประชาชนนิยมซื้อสินค้าเงินผ่อนมากขึ้นด้วย (ชลลดา จามรกุล 2544 : 41)

1.3 อุปสงค์ชนิดต่าง ๆ

ในหัวข้อที่ผ่านมา ได้อธิบายแล้วว่า มีตัวแปรต่าง ๆ มากมายที่เป็นตัวกำหนดปริมาณเสนอซื้อ ซึ่งเมื่อนำเอาตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้ เข้ามาพิจารณาพร้อม ๆ กัน สามารถเขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

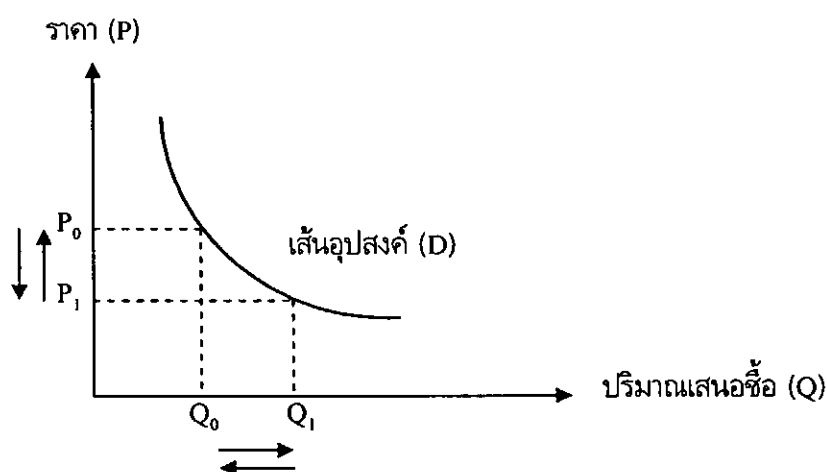
$$Q_A = f(v_1, v_2, v_3, \dots, v_n)$$

โดยที่ Q_A คือ ปริมาณเสนอซื้อสินค้า A ส่วน $v_1, v_2, v_3, \dots, v_n$ คือ ตัวแปรทุกตัวที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อ ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไป การศึกษาเรื่องอุปสงค์มักจะเลือกเฉพาะตัวแปรบางตัวที่มีส่วนสำคัญใน

การกำหนดปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคขึ้นมาพิจารณาเฉพาะส่วน ตัวแปรดังกล่าวได้แก่ ราคาสินค้าชนิดนั้น รายได้ของผู้บริโภค และราคาสินค้าที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อกับตัวแปรหนึ่ง ๆ ที่ละตัว โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่น ๆ ที่เหลือคงที่ ซึ่งการศึกษาความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อกับตัวแปรข้างต้น จะเรียกว่า อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้ และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1 อุปสงค์ต่อราคา

อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) หมายถึง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของราคาสินค้า โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ซึ่งโดยทั่วไป ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับราคาสินค้าจะเป็นไปในทางตรงกันข้ามเสมอ ทำให้เส้นอุปสงค์มีค่าความลาดเป็นลบ กล่าวคือ เมื่อราคาสูง ปริมาณเสนอซื้อจะต่ำ และเมื่อราคาต่ำ ปริมาณเสนอซื้อจะสูง ซึ่งความสัมพันธ์ในลักษณะเช่นนี้เป็นที่รู้จักกันในนาม กฎของอุปสงค์ (Salvatore 1997 15)

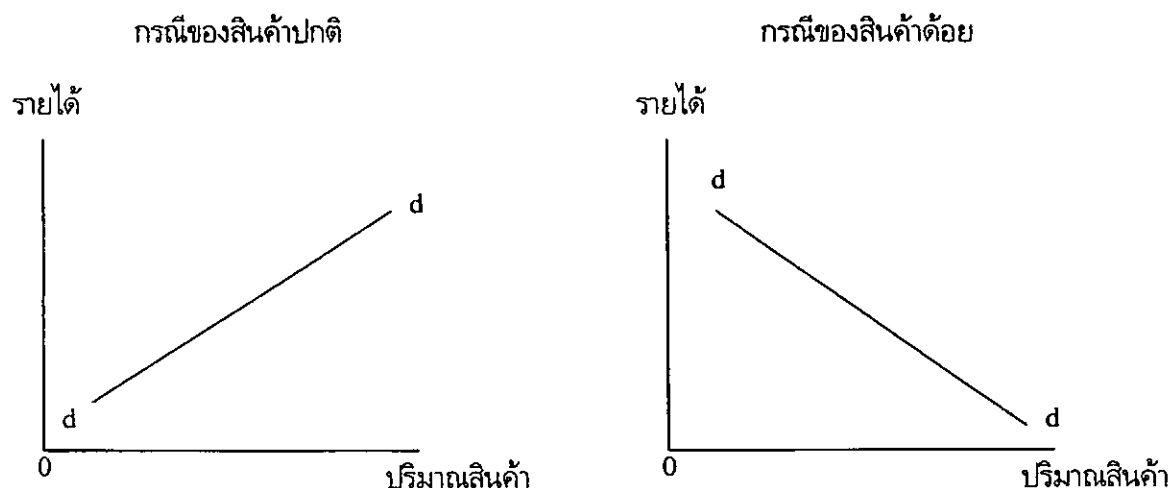


ภาพประกอบ 2 แสดงกฎของอุปสงค์

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกฎเกณฑ์ทางเศรษฐศาสตร์เป็นกฎเกณฑ์ที่อธิบายถึงพฤติกรรมของมนุษย์ที่อยู่ภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ ดังนั้น จึงพบว่าในบางครั้งความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับราคาอาจไม่ได้เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกันตามกฎของอุปสงค์ กล่าวคือ ผู้บริโภคอาจจะซื้อสินค้าน้อยลง เมื่อราคาลดลงแทนที่จะซื้อเพิ่มขึ้น และกลับจะซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้น ที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้บริโภคบางคนอาจจะมีจุดประสงค์ในการซื้อสินค้าที่แตกต่างไปจากจุดประสงค์ของผู้บริโภคโดยทั่วไปที่มุ่งซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความพอใจในแง่ของการใช้ประโยชน์ตามปกติ โดยผู้บริโภคอาจจะซื้อสินค้าเพื่อต้องการความเด่นเหนือผู้อื่น ทำให้สินค้าที่มีลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ คือ สินค้าที่มีราคาสูงมาก ๆ หรือในบางครั้งจะพบว่าผู้บริโภคบางคนจะมีความเชื่อว่าสินค้าจะมีคุณภาพดีได้ก็ต่อเมื่อราคาสูง ทำให้เมื่อราคาสินค้าลดลง แทนที่ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มก็กลับซื้อลดลง เป็นต้น

2 อุปสงค์ต่อรายได้

อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) หมายถึง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับต่าง ๆ กันของรายได้ โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ โดยความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับรายได้จะเป็นไปในทิศทางใดขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า ดังนี้



ภาพประกอบ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับรายได้

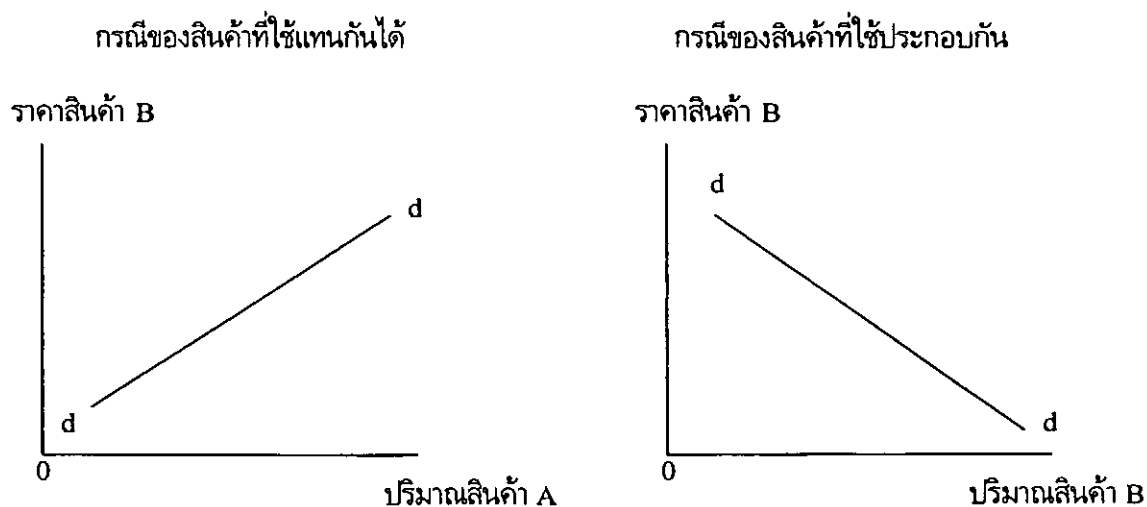
ก สินค้าปกติ (Normal Goods) หมายถึง สินค้าทั่ว ๆ ไป ที่ผู้บริโภคจะทำการซื้อเพิ่มขึ้นเมื่อมีรายได้สูงขึ้น และจะซื้อน้อยลงเมื่อมีรายได้ลดลง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับรายได้จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Salvatore 1997 15)

ข สินค้าด้อย (Inferior Goods) หมายถึง สินค้าที่ปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคจะลดต่ำลง เมื่อผู้บริโภคมีรายได้สูงขึ้น (Salvatore 1997 15) ซึ่งการที่จะพิจารณาว่าสินค้าชนิดนั้น ๆ เป็นสินค้าด้อยหรือไม่จะขึ้นอยู่กับระดับรายได้ของผู้บริโภค คือ ณ ระดับรายได้หนึ่งผู้บริโภคอาจซื้อสินค้าชนิดนั้นหนึ่งเพิ่มเมื่อมีรายได้สูงขึ้น แต่เมื่อรายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้นต่อไปอีกระดับหนึ่งแล้ว ผู้บริโภคก็อาจจะเลิกซื้อสินค้านั้น หรือซื้อน้อยลง เนื่องจากจะหันไปซื้อสินค้าอื่นแทน ดังนั้น จึงไม่อาจระบุแน่นอนได้ว่าสินค้าใดเป็นสินค้าด้อย สินค้าใดเป็นสินค้าปกติ เพราะสินค้าชนิดเดียวกันอาจเป็นสินค้าปกติ ณ ระดับรายได้หนึ่ง และเป็นสินค้าด้อย ณ ระดับรายได้อื่นสำหรับผู้บริโภคคนเดียวกันได้ (นราทิพย์ ชุตินวงศ์ 2545 28)

3 อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น

อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่น หรือที่เรียกกันว่า อุปสงค์ไขว้ (Cross Demand) เนื่องจากเป็นการนำสินค้าสองชนิดมาสัมพันธ์ไขว้กัน หมายถึง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ณ ระดับต่าง ๆ กันของราคาสินค้าชนิดอื่น โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ สำหรับลักษณะความสัมพันธ์ระหว่าง

ปริมาณเสนอซื้อกับราคาสินค้าชนิดอื่นนี้จะไปในทิศทางใดขึ้นอยู่กับว่าสินค้าทั้งสองชนิดที่กำลังพิจารณาอยู่นั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างไร ดังนี้



ภาพประกอบ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง

ก สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitute Goods) คำว่าทดแทนกันได้ ในที่นี้หมายถึง การใช้แทนกันด้วยวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน อาทิเช่น ไฟฟ้ากับแก๊ส อาจใช้แทนกันได้เป็นอย่างดีในแง่ของการก่อให้เกิดพลังงาน แต่ก็นับเป็นสินค้าที่ใช้แทนกันได้ไม่เต็มที่ในแง่ของการให้แสงสว่าง เป็นต้น (นราทิพย์ ชุตินวงศ์ 2545 :32) โดยสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ จะมีความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่งต่อราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งในทิศทางเดียวกัน เป็นต้นว่า ปริมาณซื้อชา (q_B) จะเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น เมื่อราคากาแฟ (P_A) ซึ่งเป็นสินค้าทดแทนสูงขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคจะลดปริมาณซื้อกาแฟ (q_A) ลง และหันไปซื้อชาเพิ่มมากขึ้น (Salvatore 1997 :15)

$$\begin{array}{ccc} P_A \downarrow & q_A \uparrow & q_B \downarrow \\ P_A \uparrow & q_A \downarrow & q_B \uparrow \end{array}$$

ข สินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complementary Goods) จะมีความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่งต่อราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งในทิศทางตรงข้ามกัน อาทิเช่น ชา กับ มะนาว ปริมาณซื้อชา (q_B) จะเปลี่ยนแปลงสูงขึ้น เมื่อราคามะนาว (P_A) ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกันลดต่ำลง ทั้งนี้เกิดจากเหตุผลที่ว่าเมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดนั้น (q_A) ก็จะเพิ่มขึ้นตามกฎของอุปสงค์ ทำให้ปริมาณเสนอซื้อสินค้าที่ใช้ประกอบกันเพิ่มขึ้นด้วย (Salvatore 1997 :15)

$$\begin{array}{ccc} P_A \downarrow & q_A \uparrow & q_B \uparrow \\ P_A \uparrow & q_A \downarrow & q_B \downarrow \end{array}$$

14 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ชนิดต่าง ๆ (นราทิพย์ ชูติวงศ์ 2546 61 - 80)

ความยืดหยุ่น (Elasticity) หมายถึง การวัดเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนด เพื่อดูว่า เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรที่เป็นตัวกำหนดแล้ว จะทำให้ตัวแปรตามที่กำลังพิจารณาอยู่เปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงไร (Pydyck, & Rubinfeld 1995 29) ซึ่งเมื่อนำแนวคิดค่าความยืดหยุ่นมาใช้วิเคราะห์อุปสงค์ จะแบ่งค่าความยืดหยุ่นออกเป็น 3 ประเภทตามตัวแปรที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์สินค้า ดังนี้

1 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand E_p) หมายถึง การวัดเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อสินค้าต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้น โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ซึ่งสามารถคำนวณหาความยืดหยุ่นแบบจุด⁴ ได้ดังนี้

$$E_p = \frac{Qx_2 - Qx_1}{Px_2 - Px_1} \cdot \frac{Px_1}{Qx_1}$$

โดยทั่วไปอุปสงค์ต่อราคาจะมีค่าความยืดหยุ่นเป็นลบ แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ผกผันกันระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับราคา แต่เครื่องหมายลบดังกล่าวมิได้หมายความว่าความมากน้อยของค่าความยืดหยุ่น โดยการพิจารณาค่าความยืดหยุ่นจะดูเฉพาะค่าตัวเลขเปรียบเทียบกับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ณ จุดกึ่งกลางของเส้นอุปสงค์ที่เป็นเส้นตรง ซึ่งจะมีค่าเท่ากับหนึ่ง (Unitary Demand) ถ้าอุปสงค์มีค่าความยืดหยุ่นมากกว่าหนึ่ง ($E_p > 1$) จะเรียกว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูง (Elastic Demand) หมายความว่า ถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะมีผลให้ปริมาณเสนอซื้อเปลี่ยนแปลงไปมากกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ แต่ถ้าอุปสงค์มีค่าความยืดหยุ่นน้อยกว่าหนึ่ง ($E_p < 1$) จะเรียกว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic Demand) หมายความว่า ถ้าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะมีผลให้ปริมาณเสนอซื้อเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ (นราทิพย์ ชูติวงศ์ 2542 44 - 50)

2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (Income Elasticity of Demand E_I) หมายถึง การวัดเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อสินค้าต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้บริโภค โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ซึ่งสามารถคำนวณหาความยืดหยุ่นแบบจุด ได้ดังนี้

$$E_I = \frac{Qx_2 - Qx_1}{I_2 - I_1} \cdot \frac{I_1}{Qx_1}$$

⁴ การคำนวณหาความยืดหยุ่นสามารถทำได้ 2 วิธี คือ 1) การคำนวณแบบจุด เป็นการวัดความยืดหยุ่น ณ ราคากำหนดให้ และ 2) การคำนวณแบบช่วง เป็นการหาค่าเฉลี่ยของความยืดหยุ่นในช่วงราคาที่มีการเปลี่ยนแปลง

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ อาจจะมีค่ามากกว่าหนึ่ง หรือ น้อยกว่าหนึ่งก็ได้ และ อาจจะมีค่าเป็นบวกหรือเป็นลบก็ได้ ซึ่งสามารถจัดประเภทของสินค้าจำแนกตามค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ ได้ดังนี้ (นราทิพย์ ชูติวงศ์ 2542 57 - 58)

ก ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มีค่าเป็นบวกมากกว่าหนึ่ง ($E_I > 1$) หมายความว่า เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ ปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้นจะเปลี่ยนแปลงไปมากกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ แสดงว่าสภาวะเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์ค่อนข้างมาก เรียกสินค้านี้ว่า Cyclical Normal Goods

ข ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มีค่าเป็นบวกน้อยกว่าหนึ่ง ($E_I < 1$) หมายความว่า เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ ปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้นจะเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ แสดงว่าสภาวะเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์ไม่มากนัก เรียกสินค้านี้ว่า Noncyclical Normal Goods

ค ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มีค่าเป็นลบ ($E_I < 0$) หมายความว่า เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ ปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้านั้นจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้ สินค้าที่จัดเป็นสินค้าด้อย กล่าวคือ ในขณะที่สภาวะเศรษฐกิจรุ่งเรือง รายได้ของคนทั่วไปสูงขึ้น ปริมาณเสนอซื้อสินค้าด้อยจะกลับลดลง แต่ถ้าสภาวะเศรษฐกิจถดถอย รายได้โดยส่วนรวมลดต่ำลง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าด้อยจะกลับสวนทางเพิ่มสูงขึ้น เรียกสินค้านี้ว่า Countercyclical

3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง (Cross Elasticity of Demand E_C) หมายถึง การวัดเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อสินค้าต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้

$$E_C = \frac{Q_{x_2} - Q_{x_1}}{P_{y_1} - P_{y_1}} \cdot \frac{P_{y_1}}{Q_{x_1}}$$

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องอาจจะมีค่าเป็นลบ หรือมีค่าเป็นบวกก็ได้ ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าทั้งสองชนิด ดังนี้ (นราทิพย์ ชูติวงศ์ 2542 59 - 60)

ก ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องมีค่าเป็นบวก ($E_C > 0$) หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าอื่น (P_{y_1}) เปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ ปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่กำลังพิจารณา (Q_{x_1}) จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน แสดงว่าสินค้าทั้งสองชนิดเป็นสินค้าที่ทดแทนกันได้

ข ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องมีค่าเป็นลบ ($E_C < 0$) หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าอื่น (P_{y_1}) เปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ ปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่กำลังพิจารณา (Q_{x_1}) จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม แสดงว่าสินค้าทั้งสองชนิดเป็นสินค้าที่ต้องใช้ร่วมกัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการนำเข้า

2.1 ความหมายของการนำเข้า

การนำเข้า (Import) เป็นรายจ่ายที่ภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ภายในประเทศจ่ายซื้อสินค้าและบริการจากต่างประเทศ โดยรายจ่ายในการนำเข้าจะประกอบไปด้วย ต้นทุนค่าสินค้า ค่าขนส่งมายังประเทศ และค่าประกันภัย ซึ่งจะต้องชำระเป็นเงินตราต่างประเทศ โดยผู้ประกอบการที่นำเข้าจะต้องนำเงินสกุลของประเทศตนไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินตราต่างประเทศเพื่อจ่ายชำระค่าซื้อสินค้านั้น ดังนั้น การนำเข้าจึงก่อให้เกิดผลเสมือนกับว่าเป็นการถอนเงินออกจากกระแสการหมุนเวียนของรายได้ เนื่องจากรายจ่ายจำนวนดังกล่าวจะตกไปเป็นรายได้ของบริษัทธุรกิจในประเทศ จะไม่ตกเป็นรายได้ของบุคคลกลุ่มต่างๆในประเทศ (รัตน สายคดี 2534 120)

2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า

การที่ประเทศจะนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆหลายประการ อาทิเช่น (Lipsey, & Courant 1996 484 - 487)

1 **ระดับรายได้ประชาชาติ (National Income)** เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าเช่นเดียวกันกับที่มีผลกระทบต่อการบริโภค กล่าวคือ เมื่อรายได้ประชาชาติสูงขึ้น ประชาชนย่อมมีอำนาจซื้อสูงขึ้นด้วย ทำให้หน่วยครัวเรือนสามารถซื้อสินค้ามาบริโภคได้มากขึ้น ทั้งที่เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ และสินค้าที่ผลิตจากต่างประเทศ นอกจากนี้ เมื่อประเทศมีระดับรายได้ประชาชาติสูงขึ้น ตลาดสินค้าภายในประเทศย่อมขยายตัว กระตุ้นให้ผู้ผลิตทำการลงทุนมากขึ้น ทำให้มีการซื้อเครื่องจักรและสินค้าทุน ตลอดจนวัตถุดิบต่างๆ จากต่างประเทศมากขึ้นด้วย ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการนำเข้าจะผันแปรไปในทิศทางเดียวกันกับระดับรายได้ประชาชาติ

2 **ราคาเปรียบเทียบระหว่างสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศกับสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ (Relative International Prices)** โดยปกติแล้วผู้บริโภคมักจะต้องการซื้อสินค้าในราคาที่ถูกที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ถ้าหากราคาสินค้านำเข้าจากต่างประเทศต่ำกว่าราคาสินค้าประเภทเดียวกันที่มีการผลิตและจำหน่ายในประเทศ ก็จะก่อให้เกิดการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศและส่งผลให้มูลค่าการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าหากราคาสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศมีราคาถูกกว่าสินค้านำเข้า ผู้บริโภคก็จะหันมาซื้อสินค้าที่ผลิตได้ภายในประเทศแทน ส่งผลให้มูลค่าการนำเข้าสินค้านำเข้าจากต่างประเทศลดลง

3 **อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate)** หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาของปีปัจจุบันเปรียบเทียบกับดัชนีราคาของปีก่อน ซึ่งประเทศใดก็ตามที่ประสบกับปัญหาเงินเฟ้อในอัตราที่สูง แสดงว่าระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปของประเทศนั้นสูงขึ้นอย่างมาก ดังนั้นเพื่อให้ปัญหาเงินเฟ้อบรรเทาลงบ้าง รัฐบาลของประเทศนั้นอาจจะต้องยอมให้มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศซึ่งมีราคาถูกกว่าเป็นจำนวนมากขึ้น (เพราะต่างประเทศไม่ประสบปัญหาเงินเฟ้อ หรือเงินเฟ้อในอัตราที่ต่ำกว่า) เพื่อเพิ่มอุปทานของสินค้าในระยะสั้น ทำให้ระดับราคาสินค้าในประเทศไม่ถีบตัวสูงขึ้นมากนัก ด้านผู้ผลิตในประเทศเองก็มีความต้องการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาขายมากขึ้น เพราะเขาสามารถนำเข้ามาจากต่างประเทศในราคาที่ต่ำ และนำมาขายในประเทศได้ในราคาที่สูงกว่า ทำ

ให้มีโอกาสได้รับกำไรสูงขึ้น จึงสรุปได้ว่า ในยามที่ประเทศประสบปัญหาเงินเฟ้อ ความต้องการนำเข้าสินค้าจะสูงขึ้นด้วย ในทางตรงข้ามถ้าประเทศประสบปัญหาเศรษฐกิจชะงัก ความต้องการนำเข้าในช่วงนั้นก็ลดลงด้วย

4 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Exchange Rate) เนื่องจากการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศต้องเกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ กล่าวคือ จะต้องมีการชำระค่าซื้อสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ ดังนั้น ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศกับเงินสกุลของประเทศไม่เหมาะสมก็จะมีผลกระทบต่อราคาสินค้าขาเข้า ตัวอย่างเช่น ถ้าเดิมอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินสกุลของต่างประเทศกับเงินสกุลของประเทศสหรัฐอเมริกา คือ $100 \text{ Yen} = 1 \text{ US dollar}$ หมายถึงการนำเข้าสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นในราคา 100 Yen สหรัฐอเมริกาจะชำระด้วยเงินเพียง 1 US dollar เท่านั้น แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเปลี่ยนเป็น $80 \text{ Yen} = 1 \text{ US dollar}$ หมายถึงการนำเข้าสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นที่ขายในราคา 100 Yen สหรัฐอเมริกาจะต้องจ่ายชำระด้วยเงินดอลลาร์ที่มากขึ้น คือมากกว่า 1 US dollar ทำให้สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าจากประเทศญี่ปุ่นน้อยลง ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการนำเข้าของประเทศ จะผันแปรไปในทิศทางเดียวกันกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศกับเงินสกุลของประเทศ

นอกจากปัจจัยต่าง ๆ ที่อธิบายข้างต้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้า อาทิเช่น ธรรมเนียมของคนในประเทศ การเลียนแบบการบริโภคของชาวต่างประเทศ ต้นทุนค่าขนส่งสินค้าจากแหล่งนำเข้ามายังประเทศ และนโยบายของรัฐในการทำการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น (Mankiw 2001 371)

3 แนวคิดเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง

3.1 นิยามของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง

อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real Exchange Rate) หมายถึง อัตราค่าเงินที่นักเศรษฐศาสตร์สร้างขึ้นเพื่อเปรียบเทียบระดับราคาสินค้าของสองประเทศว่าจะแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด (Mankiw 2001 381) สำหรับการคำนวณหาอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงนั้น มีวิธีการคำนวณหาได้หลายแบบ ซึ่งในที่นี้จะยกมากล่าวอธิบาย 2 แบบ ดังนี้

1 การคำนวณหาอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงแบบง่าย (Mankiw 2001 381 - 382) จะทำการเปรียบเทียบค่าเงินระหว่างเงินสกุลของประเทศกับเงินสกุลอื่นเพียงสกุลเดียว มีสูตรคือ

$$\epsilon = \frac{ep^*}{p}$$

โดยที่ ϵ คือ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง

e คือ อัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นตัวเงินระหว่างเงินสกุลของประเทศกับเงินสกุลอื่น

p^* คือ ระดับราคาสินค้าต่างประเทศ

p คือ ระดับราคาสินค้าในประเทศ

จากสูตรจะเห็นว่าค่าของ ϵ จะเปลี่ยนได้ก็ต่อเมื่อ e หรือ p หรือ p^* (หรือสองในสามตัวแปรหรือทั้งสามตัวแปร) เปลี่ยนค่าไป ซึ่งในการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ที่ต้องการซื้อสินค้านำเข้าจากไทย สามารถทำได้โดยอาศัยทฤษฎีอุปสงค์ ที่อธิบายว่า ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะขึ้นอยู่กับรายได้ที่แท้จริงของผู้ซื้อและราคาเปรียบเทียบ ดังนั้นความต้องการซื้อสินค้าไทยของคนต่างชาติ (หรือการส่งออกของไทย) จึงขึ้นอยู่กับรายได้ที่แท้จริงของคนต่างชาติ และขึ้นอยู่กับราคาเปรียบเทียบระหว่างสินค้าต่างชาติและสินค้าไทย ซึ่งก็คืออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงนั่นเอง และเมื่อสมมติให้อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีค่าเพิ่มขึ้น (เงินบาทอ่อนค่าลง) ย่อมหมายความว่า สินค้าของต่างประเทศมีราคาแพงขึ้นเมื่อเทียบกับสินค้าไทย ทำให้สินค้าไทยสามารถแข่งขันกับสินค้าต่างชาติในตลาดโลกได้ดีขึ้น ในทางตรงข้าม หากอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีค่าลดลง (เงินบาทมีค่าแข็งขึ้น) ย่อมหมายความว่า สินค้าของต่างประเทศมีราคาถูกลงเมื่อเทียบกับสินค้าไทย ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลกลดลง

2 การคำนวณหาอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงตามแนวคิดความเสมอภาคของราคา (Purchasing Power Parity) (เมทินี ศุภสวัสดิ์กุล 2542 1 - 6) วิธีนี้จะทำการเปรียบเทียบค่าเงินระหว่างเงินสกุลของประเทศกับเงินสกุลของประเทศคู่ค้าสำคัญที่มีมากกว่า 1 ประเทศ โดยจะถ่วงน้ำหนักเงินแต่ละสกุลด้วยสัดส่วนการค้า ดังนั้น วิธีนี้จะพิจารณาอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงในรูปของดัชนีค่าเงินที่แท้จริง (Real Effective Exchange Rate Index REER) มีสูตรคือ

$$REER = \sum_{i=1}^n w_i \times \frac{FC_i}{HC} \times \frac{P}{P_i} \quad \text{โดยที่} \quad \sum_{i=1}^n w_i = 1$$

โดยที่ n คือ จำนวนคู่ค้าสำคัญ

w_i คือ น้ำหนักของค่าเงินประเทศ i ในสูตรดัชนีค่าเงิน ซึ่งอาจเป็นสัดส่วนการค้า, สัดส่วนการส่งออก, สัดส่วนการนำเข้า หรือสัดส่วนหนึ่ง เป็นต้น

P_i คือ ระดับราคาสินค้าในประเทศคู่ค้า i

P คือ ระดับราคาสินค้าภายในประเทศ

FC/HC คือ ค่าเงินสกุลประเทศ i ต่อ 1 หน่วยสกุลเงินของประเทศนั้น ๆ

โดยปกติแล้วการจะตัดสินว่าดัชนีค่าเงินที่แท้จริงในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ อ่อน หรือ แข็งจนเกินไปจะต้องนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบกับปีฐาน หากพบว่าค่าที่คำนวณได้มีค่าสูงกว่าปีฐาน แสดงว่า ค่าเงินได้แข็งค่าขึ้น (Appreciation) แต่หากค่าที่คำนวณได้นั้นต่ำกว่าปีฐาน จะถือว่าค่าเงินอ่อนตัวลง (Depreciation)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการคำนวณอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงตามแนวคิดความเสมอภาคของราคาจะเป็นที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวางในการวัดระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ แต่แนวคิดนี้ยังมีข้อจำกัดประการสำคัญ คือ ระดับดัชนีค่าเงินที่แท้จริงที่คำนวณได้นั้นจะมีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวิธีคำนวณน้ำหนักสกุลเงินในตะกร้า, การเลือกดัชนีราคา และปีฐานของดัชนีค่าเงิน

สำหรับการคำนวณหาดัชนีค่าเงินที่แท้จริงของไทย (REER) นั้น จะเริ่มจากการคำนวณหาดัชนีค่าเงินบาทในรูป nominal term ที่เรียกว่า Nominal Effective Exchange Rate NEER ก่อน จากนั้นจึงใช้ราคาเปรียบเทียบมาปรับเพื่อให้ได้ค่า REER ต่อไป ซึ่งในการคำนวณหาดัชนีค่าเงินบาทของไทยที่จัดทำโดยฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย จะมีลักษณะสำคัญดังนี้

- มี 2 series ได้แก่ Trade - weighted index และ Export - weighted index ซึ่งจะคำนวณจากค่าเฉลี่ยเรขาคณิต (Geometric average) ของอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อสกุลเงินของประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย 22 ประเทศ โดยน้ำหนักที่ใช้ได้แก่ สัดส่วนการค้าเฉลี่ย (สำหรับ Trade - weighted index) และ สัดส่วนการส่งออกเฉลี่ย (สำหรับ Export - weighted index) ของไทยกับประเทศคู่ค้าเหล่านั้นในช่วงปี 2538 - 2540 ซึ่งครอบคลุมประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าการค้าและการส่งออกทั้งหมดของไทย โดยส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 ได้กระจายเพิ่มน้ำหนักให้กับ 22 ประเทศคู่ค้าตามสัดส่วนการค้าและการส่งออกของแต่ละประเทศเหล่านั้น จนผลรวมของน้ำหนักเท่ากับ 100 ดังนั้น ดัชนีค่าเงินบาทที่จัดทำขึ้นนี้จึงมีลักษณะการคำนวณน้ำหนักเป็น Bilateral weight⁵

- ปีฐานที่ใช้ในการคำนวณดัชนีค่าเงินมี 2 กรณี คือ 1) ใช้ค่า ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2540 เพื่อติดตามค่าเงินบาทหลังการเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นแบบลอยตัว และ 2) ใช้ค่าเฉลี่ยของดัชนีในปี 2537 เนื่องจากน่าจะเป็นปีที่ภาคเศรษฐกิจต่างประเทศของไทยมีเสถียรภาพพอควรและได้รับผลกระทบจากปัจจัยอื่นนอกจากปัจจัยทางเศรษฐกิจน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับปีอื่น ๆ ในช่วงปี 2533 - 2540 สำหรับสูตรการคำนวณดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริงของไทยนั้น (กรณี Trade weighted index โดยกำหนดให้ปี 2537 เป็นปีฐาน) สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

$$REER_t = \frac{NEER_t}{RPCI_t}$$

โดยที่ $REER_t$ = Real Effective Exchange Rate Index (ดัชนีค่าเงินบาทที่แท้จริง)

$NEER_t$ = Nominal Effective Exchange Rate Index (ดัชนีค่าเงินบาท)

$RPCI_t$ = Relative Price Index (ราคาเปรียบเทียบ)

$$NEER_t = \frac{\prod_{i=1}^{22} \left(\frac{FC_i}{B} \right)_t^{W_i}}{\prod_{i=1}^{22} \left(\frac{FC_i}{B} \right)_{2537}^{W_i}} \times 100$$

⁵ Bilateral weight คือ วิธีการถ่วงน้ำหนักแต่ละสกุลเงินของประเทศคู่ค้า ด้วยสัดส่วนการค้าระหว่างประเทศคู่ค้า นั้นๆ กับประเทศที่ต้องการคำนวณค่าเงิน โดยไม่คำนึงถึงประเทศคู่แข่ง

$$= \frac{\left[\left(\frac{FC_1}{B} \right)^{W_1} \times \left(\frac{FC_2}{B} \right)^{W_2} \times \left(\frac{FC_{22}}{B} \right)^{W_{22}} \right]_t}{\left[\left(\frac{FC_1}{B} \right)^{W_1} \times \left(\frac{FC_2}{B} \right)^{W_2} \times \left(\frac{FC_{22}}{B} \right)^{W_{22}} \right]_{2537}} \times 100$$

$\frac{FC_1}{B}$ = ค่าเงินสกุลของประเทศ 1 เทียบกับ 1 บาท

$\frac{B}{W_1}$ = สัดส่วนการค้าเฉลี่ยของไทยกับประเทศ 1 โดยเทียบค่าเฉลี่ยปี 2537 = 100

$$RPCI_t = \frac{\left[\frac{CPI_1^{W_1} \times CPI_2^{W_2} \times CPI_{22}^{W_{22}}}{CPI_{TH}} \right]_t}{\left[\frac{CPI_1^{W_1} \times CPI_2^{W_2} \times CPI_{22}^{W_{22}}}{CPI_{TH}} \right]_{2537}} \times 100$$

$CPI_1, \dots, CPI_{22}$ = ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศคู่ค้าที่ 1 - 22

CPI_{TH} = ดัชนีราคาผู้บริโภคของไทย

4. ความเป็นมาของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีการผลิตมาเป็นระยะเวลานาน โดยเริ่มแรกเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนที่ทำการผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศเป็นหลัก โดยวัตถุดิบหลักส่วนใหญ่จะใช้ไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้แดง และไม้มะค่า ฯลฯ ทั้งนี้เนื่องจากในอดีตประเทศไทยมีทรัพยากรป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ แต่ต่อมาทรัพยากรป่าไม้ของประเทศถูกทำลายลงมาก ทั้งจากการที่รัฐให้สัมปทานการทำไม้จากป่าธรรมชาติแก่เอกชนและจากการบุกรุกของชาวบ้าน ขณะที่ประเทศไทยดำเนินการปลูกป่าทดแทนได้เพียงปีละ 0.1 ล้านไร่ หรือประมาณ 3% ของพื้นที่ที่ถูกทำลายแต่ละปี ทำให้อัตราการปลูกไม่ทันต่ออัตราการตัด ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากต่อความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศ จากเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลจึงได้ออกพระราชกำหนดปิดป่าเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2532 โดยให้กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ยกเลิกสัมปทานป่าไม้ทั่วประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้และชิ้นส่วนได้รับผลกระทบ กล่าวคือ เมื่อรัฐบาลไม่อนุญาตให้มี

การทำไม้ออกจากป่าธรรมชาติอีกต่อไป ทำให้ไม้คุณภาพดีที่เคยหาได้ง่าย และราคาถูกเริ่มหาได้ยาก และมีราคาแพง บรรดาผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมไม้ โดยเฉพาะด้านการก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์ไม้ จึงจำเป็นต้องหาวัตถุดิบอื่นเข้ามาทดแทน ซึ่งหนึ่งในจำนวนนั้น คือ ไม้ยางพารา ซึ่งเป็นไม้ที่มีคุณภาพทางกายภาพหลายประการที่ใกล้เคียงกับไม้สัก คือ มีลวดลายที่สวยงาม ย้อมสีได้ ตกแต่งง่าย น้ำหนักเบา อีกทั้งมีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับไม้ชนิดอื่น ทำให้สามารถใช้ทดแทนไม้จากป่าธรรมชาติได้ทันที ขณะเดียวกัน นอกจากจะมีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบจากไม้เนื้อแข็งชนิดต่างๆ เช่น ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้มะค่า มาเป็นไม้ยางพารา ซึ่งเป็นไม้เนื้ออ่อนแล้ว ผู้ผลิตได้ทำการปรับเปลี่ยนลักษณะการผลิต จากการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้สำเร็จรูป มาเป็นการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดถอดประกอบได้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อส่งออกสำหรับวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในปัจจุบัน จะแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ⁶

4.1 วัตถุดิบหลัก คือ ไม้ ซึ่งประกอบด้วย

- **ไม้เนื้อแข็ง** ได้แก่ ไม้สัก ไม้ประดู่ และไม้โอ๊ค ซึ่งไม้เหล่านี้ได้จากสวนป่าในประเทศเพียงประมาณร้อยละ 10 เท่านั้น ส่วนอีกร้อยละ 90 ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยมีแหล่งนำเข้าสำคัญ คือ ลาว พม่า มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา แคนาดา และนิวซีแลนด์ ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้เนื้อแข็งจะแบ่งได้สองประเภทตามลักษณะการใช้งาน คือ เฟอร์นิเจอร์ชนิดที่นำมาประกอบเข้ากับผนังอาคาร (Built-In-Furniture) และเฟอร์นิเจอร์ชนิดลอยตัว เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก (Free Standing) โดยปัจจุบันการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้เนื้อแข็งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตทั้งหมด
- **ไม้เนื้ออ่อน** ได้แก่ ไม้ยางพารา ไม้อัด และไม้แผ่นเรียบ อาทิเช่น แผ่น MDF และ Particle Board เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ได้จากแหล่งภายในประเทศ เนื่องจากประเทศไทยมีการปลูกต้นยางพาราทั้งในเชิงพาณิชย์และในเชิงการปลูกเพื่อทดแทนอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันไทยมีพื้นที่ปลูกยางพารามากเป็นอันดับ 2 ของโลก รองจากอินโดนีเซีย โดยไทยมีพื้นที่ปลูกยางพาราสูงถึง 12.56 ล้านไร่ (ภาคใต้มีพื้นที่ปลูกยางพาราสูงถึงร้อยละ 85 ของพื้นที่ปลูกยางพาราทั้งประเทศ รองลงมา ได้แก่ ภาคตะวันออก ร้อยละ 12 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 3) ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้เนื้ออ่อนนั้นสามารถแบ่งได้สองประเภทใหญ่ ๆ คือ เฟอร์นิเจอร์ชนิดที่ถอดประกอบไม่ได้ (Finished Furniture) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผู้ผลิตตั้งใจให้ผู้ซื้อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทันที ส่วนอีกประเภทหนึ่ง คือ เฟอร์นิเจอร์ชนิดที่ถอดประกอบได้ (Knock-Down Furniture) เป็นเฟอร์นิเจอร์ที่ผู้ซื้อจะต้องนำไปประกอบเอง ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อการส่งออกเป็นหลัก เนื่องจากช่วยประหยัดเนื้อที่และต้นทุนในการขนส่ง โดยปัจจุบันการผลิตเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ยางพารามีสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 ส่วนการผลิตเฟอร์นิเจอร์จากไม้แผ่นเรียบนั้นมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตทั้งหมด

⁶ ทิมา โครงการจัดหาข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (สาขาไม้และเครื่องเรือน)
คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2546)

4.2 วัตถุดิบรอง จะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- **วัตถุดิบที่ใช้เพื่อตกแต่งชิ้นงานให้สมบูรณ์สวยงาม** ได้แก่ สีทา ฝาบุ หนัง หนังเทียม แลคเกอร์ และกาว เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันแม้ว่าไทยจะสามารถผลิตวัตถุดิบเหล่านี้ได้เอง แต่พบว่ามีคุณภาพต่ำกว่าวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี ทำให้ผู้ผลิตเพื่อส่งออกส่วนใหญ่จะนิยมนำเข้าวัตถุดิบคุณภาพสูงจากต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันอัตราภาษีนำเข้าวัตถุดิบเหล่านี้มีอัตราสูงถึงร้อยละ 30 - 35

- **วัตถุดิบที่ใช้สำหรับเชื่อมยึดชิ้นงาน** ได้แก่ บานพับ มือจับ กลอน และลูกบิด เป็นต้น วัตถุดิบเหล่านี้มีทั้งที่ผลิตในประเทศและที่นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งในส่วนของการนำเข้าจากต่างประเทศนั้นถ้าเป็นอุปกรณ์โลหะจะเสียภาษีนำเข้าร้อยละ 10 แต่ถ้ามียพลาสติคผสมอยู่จะเสียภาษีนำเข้าถึงร้อยละ 40

5. โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย

5.1 ลักษณะการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท⁷ คือ

1) **การรับจ้างผลิตตามแบบที่ลูกค้ากำหนด (Original Equipment Manufacturing OEM)** เป็นการรับจ้างผลิตภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้ว่าจ้าง โดยผู้ว่าจ้างจะออกแบบ กำหนดขนาด หรือนำตัวอย่างมาให้ ซึ่งเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตได้ทั้งหมดจะถูกส่งออกไปยังแหล่งต่างๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด โดยที่ผู้ผลิตไม่มีสิทธิ์นำมาจำหน่ายเอง

2) **การรับจ้างผลิตที่ผู้ผลิตออกแบบผลิตภัณฑ์เอง (Original Design Manufacturing ODM)** การผลิตในลักษณะนี้ผู้ผลิตจะต้องมีความสามารถในการด้านการออกแบบดีไซน์ มีการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้ผลิตจะมีอำนาจต่อรองมากขึ้น แต่ตลาดยังคงกำหนดโดยผู้ว่าจ้างเช่นเดิม

3) **การผลิตสินค้าภายใต้ตราหือของตนเอง (Original Brand Manufacturing OBM)** การผลิตในลักษณะนี้ผู้ผลิตจะเป็นผู้ออกแบบดีไซน์ผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์เอง และมีตลาดเป็นของตนเอง

ปัจจุบันการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80 เป็นการผลิตแบบรับจ้างผลิต (OEM) ทำให้ผู้ผลิตต้องแข่งขันกันเองในด้านราคาเพื่อแย่งคำสั่งซื้อ ส่วนการผลิตในรูปแบบที่ผู้ผลิตออกแบบเอง (ODM) หรือมีตราหือเป็นของตนเอง (OBM) ยังมีน้อยมาก (โดยมากมักเป็นผู้ผลิตที่ใช้ Particle Board หรือ MDF เป็นวัตถุดิบหลัก เช่น SB Furniture และ Index เป็นต้น) เนื่องจากไทยยังขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ไม้ อีกทั้งการออกแบบผลิตภัณฑ์เอง ผู้ผลิตจะต้องทดสอบคุณภาพ และสำรวจความต้องการของตลาดก่อนทำให้มีต้นทุนสูง และเมื่อสามารถออกแบบจนได้รูปแบบที่ตลาดให้การตอบสนองเป็นอย่างดีแล้ว ก็มักจะประสบปัญหาถูกลอกเลียนแบบจากคู่แข่งในระยะเวลาอันสั้น ทำให้ผู้ผลิตบางส่วนหันไปใช้กลยุทธ์การ

⁷ ทิมา โครงการวิจัยแนวทางเพิ่มขีดความสามารถของภาคอุตสาหกรรมภายใต้กรอบและผลการดำเนินการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม (สาขาไม้และเครื่องเรือน) ศูนย์บริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2546)

สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อรองรับคำสั่งซื้อเฟอร์นิเจอร์ไม้จากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากสหรัฐอเมริกาซึ่งมีปริมาณสั่งซื้อมาก

5.2 ต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้

จากการสำรวจของคณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยใช้ต้นทุนวัตถุดิบประมาณครึ่งหนึ่งของต้นทุนการผลิตทั้งหมด รองลงมาเป็นต้นทุนค่าแรงงาน ประมาณร้อยละ 20 วัสดุอื่นๆ ประมาณร้อยละ 15 ค่าบริหารและค่าเสียห่วยการผลิตประมาณร้อยละ 10 และค่าขนส่งประมาณร้อยละ 8

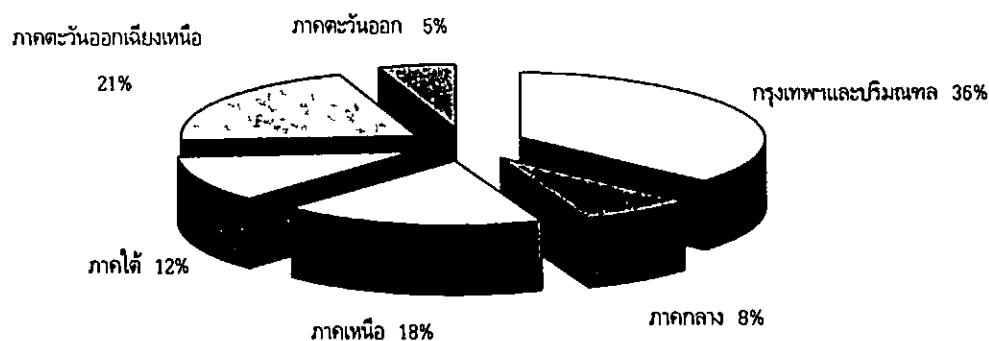
ตาราง 5 โครงสร้างต้นทุนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยจำแนกตามประเภทของไม้

(หน่วย ร้อยละ)				
ประเภทของต้นทุน	ไม้ยางพารา	ไม้เนื้อแข็ง	ไม้ปาร์ติเกิ้ล	ไม้ MDF
ไม้	47.50	50.60	43.30	43.60
วัสดุอื่น ๆ	15.70	11.70	16.70	17.90
ค่าแรง	18.20	19.50	17.70	20.00
ค่าขนส่ง	8.00	9.00	9.80	6.80
ค่าบริหาร และค่าเสียห่วยอื่น ๆ	10.60	9.20	12.50	11.70
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2546) แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน)

5.3 จำนวนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม

จากรายงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมพบว่า มีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เมื่อสิ้นปี 2544 รวมทั้งสิ้น 2,843 โรงงาน โดยกรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ตั้งอยู่มากที่สุด คือ 1,031 โรงงาน หรือร้อยละ 36 ทั้งนี้เนื่องจากอยู่ใกล้กับตลาดผู้บริโภคหลักของประเทศและอยู่ใกล้กับศูนย์กลางการขนส่ง ทำให้สามารถส่งออกได้สะดวก ส่วนภาคที่มีโรงงานตั้งอยู่ในลำดับรองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมี 591 โรงงาน หรือร้อยละ 21 เนื่องจากเป็นภาคที่เป็นแหล่งแรงงาน และมีอาณาเขตติดกับประเทศลาว ซึ่งเป็นแหล่งนำเข้าไม้ที่สำคัญของไทย ทำให้มีความได้เปรียบในเรื่องแรงงานและค่าขนส่งวัตถุดิบ ส่วนภาคเหนือมีโรงงานตั้งอยู่ 512 โรงงาน หรือร้อยละ 18 โดยในอดีตภาคเหนือเคยเป็นภาคที่มีโรงงานผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้มากที่สุด แต่เมื่อเกิดการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ทำให้มีการย้ายฐานการผลิตของผู้ประกอบการไปยังภาคอื่น ๆ ที่เป็นแหล่งวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้จำนวนโรงงานในภาคเหนือปัจจุบันมีลดน้อยลง สำหรับภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออกนั้น พบว่า มีจำนวนโรงงานตั้งอยู่ 331, 228 และ 150 โรงงาน ตามลำดับ



ที่มา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2548) (http://bisd.dip.go.th/furniture/File_2003101611233354.doc)

ภาพประกอบ 5 จำนวนโรงงานเฟอร์นิเจอร์ไม้ จำแนกตามภาค ณ ปี 2544

5.4 เทคโนโลยีและประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต

จากรายงานของกระทรวงอุตสาหกรรม พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทย ใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตที่อยู่ในขั้นต่ำ หรือใช้เครื่องจักรมือสองที่ค่อนข้างล้าสมัย ทำให้เกิดความสูญเสียเนื้อไม้ในกระบวนการผลิตมากถึงประมาณร้อยละ 40 - 60 ซึ่งนับเป็นปัญหาสำคัญของผู้ประกอบการไทยที่มีเงินลงทุนไม่สูง และพบว่ามีผู้ประกอบการเพียงร้อยละ 25 เท่านั้นที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง ซึ่งโดยมากมักจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีเงินลงทุนมาก อาทิเช่น แพนซิวด์ เอส บี เฟอร์นิเจอร์ และโมเดอร์นฟาร์ม เป็นต้น ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญอย่างจีน พบว่า จีนมีการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ ทำให้เครื่องจักรเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตมีความทันสมัยและอยู่ในระดับที่สูงกว่าไทยมาก ส่งผลให้จีนมีประสิทธิภาพการผลิตดีกว่าไทย

ตาราง 6 เทคโนโลยีและประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน ปี 2545

ข้อมูล	ไทย	จีน
เทคโนโลยีการผลิต	ใช้ไม้ยางพาราที่แปรรูปแล้วเป็นส่วนใหญ่ขนาดประกอบเป็นชิ้นส่วน เครื่องจักรของโรงงานขนาดเล็กและขนาดกลางส่วนใหญ่ใช้ เครื่องจักรพื้นฐานที่ผลิตภายในประเทศ เครื่องจักรของโรงงานขนาดใหญ่เป็นเครื่องจักรที่มีเทคโนโลยีสูง หินนำเข้าจากไต้หวัน อิตาลี และเยอรมัน ตามลำดับ ใช้เครื่องจักรในการผลิตร้อยละ 50-70 จากความสามารถในการผลิตร้อยละ 100	มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต เพราะมีการร่วมลงทุนกับต่างประเทศ ทำให้มีการนำเข้าเครื่องจักรจากอิตาลี เยอรมัน ไต้หวัน จึงมีเทคโนโลยีผลิตที่ทันสมัย ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยในปี 2545 พบว่าระดับเทคโนโลยีการผลิตของจีนจัดอยู่ในลำดับที่ 3 ของโลกรองจากอิตาลี และไต้หวัน
ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต	มีอัตราการสูญเสียวัตถุดิบไม้เฉลี่ยร้อยละ 40-60	เนื่องจากการลงทุนรวมกับต่างประเทศ อาทิเช่น สหรัฐอเมริกา อิตาลี ฮองกง ไต้หวัน และเกาหลี ทำให้จีนมีการนำเข้าเทคโนโลยีการผลิตทันสมัย จากต่างประเทศมาใช้ ช่วยให้ประสิทธิภาพการผลิตดีขึ้น

ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2548)

(<http://www.oie.go.th/Benchmarking/2545/Wood/WoodCompareIndustry.htm>)

5.5 แรงงาน

จากการประเมินของกระทรวงอุตสาหกรรมในโครงการจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบพบว่า การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่พึ่งพาแรงงานในการผลิตเป็นหลัก ทั้งแรงงานที่มีฝีมือและไร้ฝีมือ โดยคาดว่าทั้งอุตสาหกรรมมีการจ้างงานประมาณ 243,403 คน ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการต้องเผชิญกับปัญหาค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญอย่างจีน โดยพบว่าอัตราค่าจ้างแรงงานในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยสูงกว่าจีนอยู่ประมาณ 3 เท่า สาเหตุดังกล่าวทำให้ไทยเสียเปรียบคู่แข่งในด้านของราคา ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การส่งออกของไทย นอกจากนี้ไทยยังประสบปัญหาขาดแคลนนักออกแบบงานไม้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาให้สินค้าไทยมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์และมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของต่างประเทศมากขึ้น อย่างไรก็ตามในด้านของความสามารถเฉพาะตัวนั้น พบว่า ไทยยังมีความได้เปรียบในด้านของความสามารถเฉพาะตัวของฝีมือแรงงานสูงกว่าจีน

ตาราง 7 ข้อมูลแรงงานของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้เปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีน
ปี พ.ศ. 2545

ข้อมูล	ไทย	จีน
จำนวนแรงงาน	243 403 คน	5 000 000 คน
อัตราค่าแรงงานต่อชั่วโมง	อัตราค่าแรงงานในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย = 1.8 ดอลลาร์สหรัฐต่อชั่วโมง	อัตราค่าแรงงานในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของจีน = 0.5 ดอลลาร์สหรัฐต่อชั่วโมง
ประสิทธิภาพแรงงาน	แรงงานไทยมีระดับการศึกษาต่ำ โดยเฉพาะความรู้ภาษาอังกฤษ ทำให้การก้าวตามเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นไปได้ช้า ขาดความรู้ความชำนาญด้านการออกแบบ แรงงานไทยมีความสามารถเฉพาะตัวในด้านฝีมือแรงงานสูง	มีแรงงานที่อยู่ในโรงงานเป็นจำนวนมาก แต่มีการศึกษาเฉลี่ยค่อนข้างต่ำ เนื่องจากมีการรวมลงทุนจากต่างชาติ ทำให้แรงงานได้รับการอบรม พัฒนาจนเกิดความชำนาญ ทำให้แรงงานมีผลิตภาพในการผลิตสูง ขาดแคลนแรงงานฝีมือ

ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2548)

(<http://www.oie.go.th/Benchmarking/2545/Wood/WoodCompareIndustry.htm>)

6. โครงสร้างการจำหน่ายของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยแบ่งตลาดออกเป็น 2 ส่วน คือ ตลาดภายในประเทศ และ ตลาดต่างประเทศ ซึ่งจากข้อมูลจากสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (ตารางที่ 8) แสดงให้เห็นว่าในช่วงปี 2543 - 2547 การผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อตลาดส่งออก มากกว่าร้อยละ 70 ส่วนที่เหลืออีกประมาณ ร้อยละ 30 เป็นการผลิตเพื่อตลาดภายในประเทศ และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบปริมาณการผลิตในปี 2546 กับปี 2547 จะพบว่ามี การปรับตัวลดลงอย่างมาก ซึ่งการปรับตัวดังกล่าวมีสาเหตุมาจากการที่ผู้ประกอบการหันมาให้ความสำคัญกับการผลิตที่เน้นที่คุณภาพของสินค้ามากขึ้น โดยพยายามพัฒนาจากรูปแบบการผลิตในลักษณะ Mass Products มาเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มมากขึ้น หรือเป็นลักษณะมีตราสินค้ามากขึ้น

ตาราง 8 ปริมาณการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ของไทย ในระหว่างปี พ.ศ. 2543 - 2547

(หน่วย : ล้านบาท)						
ปี	จำหน่าย ในประเทศ	สัดส่วน	จำหน่าย ต่างประเทศ	สัดส่วน	ปริมาณ จำหน่ายรวม	มูลค่าจำหน่าย รวม (พันบาท)
2543	5,713,805	25%	17,091,118	75%	22,804,923	22,804,923
2544	9,892,564	29%	24,521,320	71%	34,413,884	34,413,884
2545	11,032,484	30%	25,207,366	70%	36,239,850	36,239,850
2546	7,659,640	27%	21,213,372	73%	28,873,012	28,873,012
2547	7,867,584	29%	18,910,225	71%	26,777,809	26,777,809

ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2548)

(http://www.oie.go.th/industry_stat/show_industry_stat.asp)

6.1 ตลาดภายในประเทศ

ตลาดภายในประเทศมีมูลค่าตลาดประมาณ 7 - 8 พันล้านบาทต่อปี โดยตลาดภายในประเทศจะคึกคักหรือซบเซาขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจของประเทศเป็นสำคัญ และนับแต่ปี 2543 เป็นต้นมา รัฐบาลได้มีนโยบายช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยในด้านที่อยู่อาศัย ทำให้มีการคาดการณ์ว่าความต้องการเฟอร์นิเจอร์ในประเทศจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ตามการฟื้นตัวของภาคธุรกิจสังหาริมทรัพย์ อย่างไรก็ตามจากการที่ภาวะการแข่งขันภายในประเทศสูงขึ้นมากทั้งจากผู้ประกอบการภายในประเทศเอง และจากผู้นำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากต่างประเทศ กอปรกับการปรับขึ้นของราคาน้ำมัน และอัตราดอกเบี้ยมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ทำให้คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค (สุภารค์ เลิศสัญญา 2547 : 30) ทำให้นับตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ของไทยแต่ละรายมีการปรับตัวในลักษณะต่าง ๆ อาทิเช่น (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) 2548 : 6)

- บริษัท บางกอกอินเตอร์เฟิร์น จำกัด ได้เน้นหนักในการทำ R&D เพิ่มขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้วัตถุดิบในประเทศมากขึ้น เพื่อตอบสนองและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่นให้มากที่สุด
- บริษัท โมเดอร์นเฟอร์นิเจอร์ ได้ก่อตั้งบริษัทใหม่เพื่อดูแลการตลาดและขายเฟอร์นิเจอร์เพื่อสุขภาพ (Healthcare Furniture) เพื่อเจาะตลาดผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อในระดับกลาง - สูง รวมทั้งกลุ่มธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท
- บริษัท เอส บี ได้ทำข้อตกลงร่วมมือกับบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ขนาดใหญ่ อาทิเช่น บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เพื่อขยายตลาด

6.2 ตลาดต่างประเทศ

การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในระหว่างปี 2543 - 2547 มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นโดยตลอด โดยในปี 2547 มูลค่าการส่งออกมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าร้อยละ 10 เป็นครั้งแรกในรอบ 4 ปี

ตาราง 9 ตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่สำคัญ 5 อันดับแรกของประเทศไทย ในระหว่างปี 2543 - 2547

รายการ	มูลค่า . ล้านบาท				
	2543	2544	2545	2546	2547
1 สหรัฐอเมริกา	8,980 80	9,221 00	11,593.40	11,587 30	14,112 70
อัตราการขยายตัว ร้อยละ		2 67	25 73	-0 05	21 79
สัดส่วน . ร้อยละ	41 69	41 2	48 27	47.54	51 05
2 ญี่ปุ่น	7,864 60	8,376 80	7,402 00	7,273 60	7,126 10
อัตราการขยายตัว ร้อยละ		6 51	-11 64	-1 73	-2 03
สัดส่วน ร้อยละ	36 51	37 43	30 82	29 84	25 78
3 สหราชอาณาจักร	612 5	734 6	818 1	906 2	1,244 90
อัตราการขยายตัว ร้อยละ		19 93	11 37	10 77	37 38
สัดส่วน ร้อยละ	2 84	3 28	3 41	3 72	4 5
4 แคนาดา	589 4	864 9	1,066 60	1,010 70	1,109 30
อัตราการขยายตัว ร้อยละ		46 74	23 32	-5 24	9 76
สัดส่วน ร้อยละ	2 74	3 86	4 44	4 15	4 01
5 เยอรมนี	511 6	481 3	314 2	440 7	523 6
อัตราการขยายตัว ร้อยละ		-5 92	-34 72	40 26	18 81
สัดส่วน ร้อยละ	2 37	2 15	1 31	1 81	1 89
มูลค่ารวม 5 รายการ	18,558 90	19,678 60	21,194 30	21,218 50	24,116 60
อื่นๆ	2,983 40	2,703 70	2,824 10	3,154 90	3,526 60
มูลค่ารวมทั้งสิ้น	21,542 30	22,382 30	24,018.40	24,373 40	27,643 20

ที่มา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยความร่วมมือของกรมศุลกากร (2548) (ซีดีรอม)

ข้อมูลจากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญ โดยในปี 2547 ตลาดสหรัฐอเมริกามีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับ 1 มีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 14,113 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ส่วนตลาดญี่ปุ่นมีมูลค่าการส่งมากเป็นอันดับที่ 2 โดยมีมูลค่าการส่งออกเท่ากับ 7,126 ล้านบาท โดยการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นในระยะ 3 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตลดลง ซึ่งส่วนหนึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการที่ภาวะเศรษฐกิจภายในของประเทศญี่ปุ่นอยู่ในช่วงซบเซา

6.3 ความสำคัญของตลาดสหรัฐอเมริกา

ตลาดเฟอร์นิเจอร์ของสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยในปี 2547 มีขนาดประมาณ 21,255 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 11.96 และเมื่อพิจารณาการนำเข้าแยกเป็นรายประเภท ดังแสดงในตารางที่ 10 พบว่า ประเภทของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่มีอัตราการเติบโตของการบริโภคสูงสุด คือ เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ มีอัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 26.56 รองลงมาคือ เฟอร์นิเจอร์บุวม, เฟอร์นิเจอร์ครัวเรือน และเฟอร์นิเจอร์สำนักงาน อัตราการเติบโตคิดเป็นร้อยละ 17.31, 9.87 และ 7.41 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแง่ของสัดส่วนการนำเข้า พบว่า เฟอร์นิเจอร์ครัวเรือนมีสัดส่วนการนำเข้าสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 67.13 ของการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ทั้งหมด รองลงมา คือ เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน เฟอร์นิเจอร์อื่น ๆ และเฟอร์นิเจอร์บุวม คิดเป็นร้อยละ 11.67, 11.54 และ 9.66 ตามลำดับ

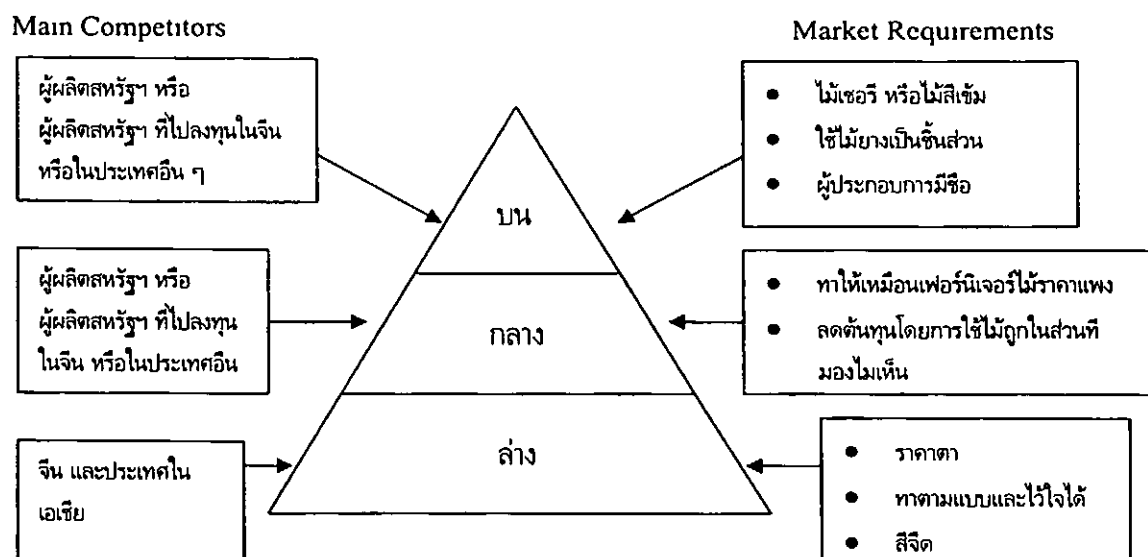
ตาราง 10 การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ของประเทศสหรัฐอเมริกาแยกตามประเภทระหว่างปี 2545 - 2547

สินค้าเฟอร์นิเจอร์	มูลค่า . ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ			สัดส่วนการนำเข้า(%)			เพิ่ม/ลด	
	2545	2546	2547	2545	2546	2547	46/45	47/46
เฟอร์นิเจอร์ครัวเรือน	11,868.50	12,986.51	14,267.75	69.33	68.41	67.13	9.42	9.87
เฟอร์นิเจอร์สำนักงาน	2,204.49	2,310.00	2,481.19	12.88	12.17	11.67	4.79	7.41
เฟอร์นิเจอร์บุวม	1,421.85	1,750.15	2,053.19	8.31	9.22	9.66	23.09	17.31
เฟอร์นิเจอร์อื่นๆ	1,623.57	1,937.87	2,452.66	9.48	10.21	11.54	19.35	26.56
การนำเข้ารวม	17,118.41	18,984.53	21,254.79	100.00	100.00	100.00	10.90	11.96

ที่มา US Department of Commerce (2548) (<http://www.doc.gov>)

โดยตลาดนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถจำแนกตามระดับต่าง ๆ ได้ดังนี้

- ตลาดระดับบน สินค้าจะมีคุณภาพสูงมาก ซึ่งชาวสหรัฐอเมริกานิยมเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ Cherry หรือเครื่องเรือนที่ทำจากไม้สีเข้ม โดยในการเลือกซื้อจะเน้นสินค้าที่ผลิตภายในประเทศตัวเอง และจะพิจารณาจากความเป็นที่รู้จักดีหรือความมีชื่อเสียงของผู้ประกอบการ
- ตลาดระดับกลาง สินค้าจะมีคุณภาพดีกว่าตลาดระดับล่าง และเริ่มให้ความสำคัญกับเครื่องหมายการค้า โดยเน้นงานฝีมือและเน้นรูปแบบตามแฟชั่นมากขึ้น
- ตลาดระดับล่าง สินค้ามีคุณภาพและระดับราคาต่ำ ส่วนใหญ่ทำจากไม้เนื้ออ่อน โดยในการเลือกซื้อจะพิจารณาในเรื่องของราคาเป็นสำคัญ



ที่มา สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2548) (<http://www.oie.go.th>)

ภาพประกอบ 6 ตลาดนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศสหรัฐอเมริกา จำแนกตามระดับ

สำหรับประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่ผู้บริโภคสหรัฐอเมริกานิยมซื้อ ในแต่ละเขตจะแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่อยู่ในเขตตะวันออกเฉียงเหนือจะซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับใช้ภายในห้องนอนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ผู้บริโภคในภาคใต้ และผู้บริโภคในฝั่งตะวันตก ขณะที่ผู้บริโภคในเขตตะวันตกตอนกลางจะซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับใช้ในห้องนอนน้อยที่สุด ส่วนผู้บริโภคในเขตฝั่งตะวันตกจะซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับใช้ในครัวและโต๊ะสำหรับรับประทานอาหารมากที่สุด รองลงมาได้แก่ผู้บริโภคในเขตตะวันตกตอนกลาง ภาคใต้และตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนผู้บริโภคในเขตตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งอาศัยอยู่ในภูมิอากาศที่มีความหนาวเย็นนานกว่าภาคอื่น ๆ จะใช้จ่ายเงินซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับวางนอกร้านมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้บริโภคในเขตฝั่งตะวันตกและตะวันตกตอนกลางซึ่งมีสภาวะอากาศร้อน และอุ่นสบายตลอดปี จะใช้เงินซื้อเฟอร์นิเจอร์สำหรับวางนอกร้านเท่า ๆ กัน ขณะที่ผู้บริโภคในภาคใต้จะซื้อเฟอร์นิเจอร์ประเภทนี้น้อยที่สุด และเมื่อพิจารณาด้านรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ผู้บริโภคอเมริกันนิยมเลือกซื้อ พบว่าการเลือกซื้อจะขึ้นอยู่กับรสนิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามแนวโน้มการซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคอเมริกันในปัจจุบันได้เปลี่ยนไปจากเดิมที่เคยนิยมซื้อเฟอร์นิเจอร์เข้าชุดกันเป็นชุด ๆ ไปเป็นการซื้อเฟอร์นิเจอร์แยกเป็นชิ้น ๆ และในกรณีของเฟอร์นิเจอร์บุผ้าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกสีและลวดลายของผ้าบุเฟอร์นิเจอร์เองตามใจชอบ และจะนำเฟอร์นิเจอร์เหล่านั้นมาวางตกแต่งให้ผสมกลมกลืนกัน (ศูนย์พาณิชยกรรม ณ นครลอสแอนเจลิส 2541 4)

7. จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย⁸

7.1 จุดแข็ง (Strengths) เป็นข้อได้เปรียบของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญในอุตสาหกรรม

1) ประเทศไทยมีปริมาณไม้ยางพาราเพียงพอกับความต้องการใช้ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยไทยมีพื้นที่ปลูกยางพาราเป็นอันดับ 2 ของโลกรองจากอินโดนีเซีย นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจุบันภาครัฐได้มีนโยบายขยายพื้นที่ปลูกยางพาราทั่วประเทศ เพื่อรองรับความต้องการวัตถุดิบไม้ยางพาราที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

2) ไม้ยางพาราของประเทศไทยมีคุณภาพดี และเนื้อไม้มีสีอ่อนเมื่อเทียบกับไม้ยางพาราของประเทศอินโดนีเซีย และประเทศมาเลเซีย ทำให้ย้อมสีได้ง่าย จึงเหมาะกับการนำไปผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์

3) แรงงานไทยมีทักษะความชำนาญและมีความประณีตสูง ทำให้สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ผลิตได้ได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก

4) การผลิตของอุตสาหกรรมมีความยืดหยุ่น สามารถปรับได้ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

5) ผู้ผลิตของไทยมีความพร้อมในด้านการให้บริการ รวมถึงรับผิดชอบในกรณีที่สินค้าเกิดชำรุดเสียหาย ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากตลาดต่างประเทศ

7.2 จุดอ่อน (Weaknesses) เป็นข้อเสียเปรียบของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทย เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญในอุตสาหกรรม

1) ไทยต้องพึ่งพาวัตถุดิบไม้เนื้อแข็งจากต่างประเทศ ซึ่งมีราคาสูงและต้องเสี่ยงกับระบบอัตราแลกเปลี่ยน นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยในตลาดต่างประเทศยังถูกมองไปในทางลบ คือ มักถูกมองว่ามีการทำลายป่าไม้และสิ่งแวดล้อม

2) บุคลากรและแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญและมีทักษะมีจำนวนไม่เพียงพอ เช่น ขาดแคลนนักออกแบบผลิตภัณฑ์ ขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการผลิต และ ขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

3) การรวมตัวของผู้ประกอบการยังไม่เข้มแข็งนัก เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก ทำให้ขาดอำนาจต่อรองกับผู้ซื้อ และเกิดการแย่งตลาดระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน อีกทั้งยังขาดความร่วมมืออย่างจริงจังในการแก้ปัญหาระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน

⁸ ธีรศักดิ์ มโนปัญญศิริ (2546) ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทย (เอกสารกรมส่งเสริมการค้าส่งออก) หน้า

4) เทคโนโลยีและเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตลำสมัย ทำให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพไม่ดัดนัก และเกิดการสูญเสียในกระบวนการผลิตสูง

5) ขาดการพัฒนารูปแบบและการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภค อีกทั้งยังขาดการพัฒนาในการสร้างตราสินค้าเป็นของตนเอง

6) ตราสินค้าของไทยยังไม่เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ทั้ง ๆ ที่สามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพใกล้เคียงกับตราสินค้าที่มีชื่อเสียง ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายในราคาสูงได้

7.3 โอกาส (Opportunities)

1) ปัจจุบันผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ของสหรัฐอเมริกา ต้องประสบกับภาวะต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งค่าแรงงาน ค่าใช้จ่ายด้านเชื้อเพลิงและพลังงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อม ดังนั้นจึงมีการนำเข้าจากแหล่งอุปทานต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

2) ประเทศคู่แข่งสำคัญ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ประสบปัญหาเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้

3) ระบบอินเทอร์เน็ตและระบบการค้าแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการในการใช้เป็นแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดอีกช่องทางหนึ่งที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก

7.4 อุปสรรค (Threats)

1) ต้นทุนค่าขนส่งสูง ทั้งค่าระวาง ค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อีกทั้งขั้นตอนการดำเนินงานของการทำเรื่องเป็นไปอย่างล่าช้า เมื่อประกอบการระยะทางขนส่งที่ไกล ทำให้ไม่สามารถส่งสินค้าไปยังประเทศปลายทางได้อย่างรวดเร็ว

2) ตลาดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ต่างๆ มีระดับการแข่งขันที่รุนแรง ทำให้เฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยเสียเปรียบประเทศคู่แข่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งจีน และเวียดนาม เพราะทั้งสองประเทศนอกจากจะมีความได้เปรียบด้านต้นทุนแล้ว ยังเป็นฐานการผลิตที่ชาวไต้หวันและสหรัฐอเมริกาเข้าไปลงทุนสร้างโรงงานเป็นจำนวนมาก ขณะที่ประเทศไทยแทบไม่มีเลย ทำให้การผลิตและคุณภาพสินค้าเฟอร์นิเจอร์ของจีนและเวียดนามมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง

3) ประเทศคู่ค้าสำคัญ เช่น สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น มีการนำเอามาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภายใต้แบบใหม่ออกมาใช้ อาทิเช่น มาตรการด้านสิ่งแวดล้อม ข้อกำหนดเกี่ยวกับมาตรฐานสากลของสินค้านำเข้า รวมไปถึงการคัดเลือกแหล่งนำเข้า เป็นต้น

8. ข้อมูลพื้นฐานอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทย⁹

จีนเป็นประเทศผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้อันดับต้น ๆ ของโลก และเป็นประเทศคู่แข่งที่มีศักยภาพด้านภูมิศาสตร์ไม่ต่างจากไทย คือ อยู่ในประเทศแถบทวีปเอเชียด้วยกัน และมีระยะทางจากตลาดเป้าหมาย คือ สหรัฐอเมริกา ใกล้เคียงกับไทย โดยในอดีตการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ของจีนเริ่มจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนเพื่อการบริโภคภายในประเทศ ต่อมาจีนมีการปฏิรูปเศรษฐกิจ ทำให้การส่งออกมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วซึ่งแต่เดิมนั้นจีนเน้นการผลิตเพื่อจำหน่ายให้ตลาดในระดับล่าง โดยมุ่งเน้นในเรื่องราคา แต่ต่อมาจีนมีการให้สิทธิประโยชน์ต่อการลงทุนในประเทศ โดยแบ่งพื้นที่เป็นเขตเศรษฐกิจ 5 เขต ได้แก่ Shenzhen, Zhuhai, Xiamen, Shantou และ Hainou ทำให้มีการลดอัตราภาษีเงินได้ ลดภาษีนำเข้า-ส่งออก และลดอัตราค่าเช่าที่ดิน ส่งผลให้อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่อยู่ในเขตเศรษฐกิจมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านของเทคโนโลยีการผลิต และการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเน้นความหลากหลายเพื่อจำหน่ายทั้งในตลาดระดับล่าง ระดับกลาง และระดับสูง ทำให้การผลิตและการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ไม้ของจีนพัฒนาไปอย่างรวดเร็วและก้าวหน้ากว่าไทยมาก ในส่วนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนั้น พบว่าจีนมีผู้ประกอบการมากกว่า 30,000 ราย มีการจ้างแรงงานประมาณ 900,000 คน ซึ่งแม้ว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก แต่พบว่ามีจำนวนถึง 700 รายที่เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีการร่วมทุนกับนักลงทุนต่างชาติ โดยนักลงทุนส่วนใหญ่จะมากจากไต้หวัน (400 ราย) ฮองกง สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา และจากการที่กระแส Outsourcing ที่เพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา ประกอบกับการที่จีนเป็นแหล่งผลิตต้นทุนต่ำ จึงทำให้ปัจจุบันมีผู้ผลิตของสหรัฐอเมริกาเข้าไปลงทุนสร้างโรงงานของตนเองเป็นจำนวนมากในจีน

และเมื่อพิจารณาในด้านสภาวะปัจจัยการผลิต พบว่า ประเทศจีนมีทรัพยากรป่าไม้คิดเป็นพื้นที่ประมาณ 933 ล้านตารางกิโลเมตร หรือประมาณร้อยละ 14 ของพื้นที่ในประเทศ แต่เนื่องจากจีนมีการห้ามตัดไม้ในประเทศนับตั้งแต่ปี 2541 เป็นต้นมา ทำให้จีนต้องนำเข้าวัตถุดิบไม้จากต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ส่วนในด้านของทรัพยากรแรงงานนั้น พบว่า ค่าแรงงานของจีนยังอยู่ในระดับต่ำ คือ ประมาณ 0.5 ดอลลาร์สหรัฐต่อชั่วโมง ส่วนในด้านของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานนั้น จากการจัดอันดับประเทศของ International Management & Development (IMD) พบว่าจีนมีศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐานอยู่อันดับที่ 35 สูงกว่าไทยซึ่งอยู่ในอันดับที่ 38

ด้านของศักยภาพการส่งออกของจีนนั้น พบว่า จีนมีการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้มากเป็นอันดับที่ 4 ของโลก โดยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 7 ซึ่งการส่งออกส่วนใหญ่เป็นการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ประมาณร้อยละ 80 สำหรับกลยุทธ์การตลาดที่ประเทศจีนใช้ในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ นั้น จะเน้นทั้งการเข้าตลาดที่มีปริมาณสั่งซื้อมาก (Mass Market) และการเข้าตลาดหลาย (Segment)

⁹ ทิมา โครงการจัดหาข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (สาขาไม้และเครื่องเรือน) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2546)

9 มาตรการการค้าของประเทศสหรัฐอเมริกาในการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้¹⁰

9.1 มาตรการภาษี

สหรัฐอเมริกาเรียกเก็บภาษีนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากทุกประเทศในอัตราร้อยละ 0 ยกเว้นประเทศลาวและคิวบาที่เรียกเก็บในอัตราร้อยละ 25 - 42.5 และจากรายงานของกรมส่งเสริมการส่งออกพบว่า ปัจจุบันสหรัฐอเมริกาเรียกเก็บภาษีสินค้าเฟอร์นิเจอร์ชุดห้องนอนจากจีนสูงถึงร้อยละ 198 เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2547 ที่ผ่านมา เพื่อตอบโต้ทางการค้าที่จีนทุ่มตลาดสินค้า และอาจจะมีการเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดจากสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ประเภทอื่นๆของจีนเพิ่มขึ้นอีก เพราะผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ในสหรัฐอเมริกายังไม่พึงพอใจเท่าที่ควร ด้วยเห็นว่าอัตราการจัดเก็บดังกล่าวครอบคลุมสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของจีนเพียงร้อยละ 20 เท่านั้น

9.2 มาตรการที่ไม่ใช่ภาษี

1) เฟอร์นิเจอร์ไม้นำเข้าต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัย อาทิ การลุกไหม้หรือการติดไฟ (Flammability) ตามที่ The American National Standard Institute (ANSI) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้คำปรึกษาผู้นำเข้าในด้านคุณภาพ วัตถุดิบ และมาตรฐานต่าง ๆ กำหนด

2) เฟอร์นิเจอร์ที่นำเข้าจากต่างประเทศจะต้องติดฉลากสินค้า (Product Label) เพื่อระบุรายละเอียดของสินค้าให้ผู้บริโภคเห็นอย่างชัดเจน อาทิ ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ขนาดของเฟอร์นิเจอร์ และข้อควรระวังในการใช้ ตามที่ The Association of Bedding and Furniture Law Officials กำหนด

3) ห้ามนำเข้าผลิตภัณฑ์ไม้ที่ใช้สารในกลุ่ม Arsenic (สารหนู) เคลือบเพื่อป้องกันการผุกร่อนของเนื้อไม้ และป้องกันแมลงทำลายไม้

4) มาตรการอื่น ๆ ที่เป็นการปฏิบัติตามความสมัครใจของผู้ผลิต อาทิเช่น การหลีกเลี่ยงไม้ใช้วัตถุดิบไม้ที่มาจากป่าธรรมชาติในการผลิตเฟอร์นิเจอร์ไม้ เพื่อไม่ให้เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมโลก หรือการติดฉลากเพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco Label) เพื่อแสดงว่าผลิตภัณฑ์ที่ติดฉลากนี้ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมตลอดอายุของผลิตภัณฑ์

¹⁰ กรมส่งเสริมการส่งออก (2547) อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ (เอกสาร Industry Profile) หน้า 16

10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภา เจริญกุล (2539 56 - 68) ทำการศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นสำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย" โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา และ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เครื่องยททรงของไทยในตลาดญี่ปุ่น โดยในการศึกษาจะใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงปี พ.ศ. 2521 - 2538 เพื่อนำมาทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อนที่อยู่ในรูปของ logarithm linear และประมาณค่าสมการด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดอุปสงค์เสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา คือ อุปสงค์ของสหรัฐอเมริกาต่อเสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยในปีที่แล้ว, รายได้ประชาชาติที่แท้จริงของสหรัฐอเมริกา, ราคาเปรียบเทียบเสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยต่อเกาหลีใต้, ปีที่สหรัฐอเมริกาใช้มาตรการห้ามนำเข้าเครื่องนุ่งห่ม (Embargo) จากไทย และ ปีที่จีนมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดในสหรัฐอเมริกา โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ของสหรัฐอเมริกาต่อเสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยได้ร้อยละ 93 โดยพบว่าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของสหรัฐอเมริกาต่อเสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยในปีที่แล้ว มีเครื่องหมายเป็นบวกเท่ากับ 0.26 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ค่าความยืดหยุ่นของรายได้ประชาชาติที่แท้จริงของสหรัฐอเมริกา มีเครื่องหมายเป็นบวกเท่ากับ 0.96 ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนค่าความยืดหยุ่นของราคาเปรียบเทียบเสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยต่อเกาหลีใต้นั้นพบว่ามีเครื่องหมายเป็นบวกเท่ากับ 0.89 ซึ่งเครื่องหมายที่ได้ตรงข้ามกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยที่ส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาคือสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็ว อีกทั้งเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันทางด้านคุณภาพค่อนข้างสูง โดยคุณภาพของสินค้าจัดอยู่ในระดับกลางค่อนข้างสูงถึงระดับสูง และตลาดสหรัฐอเมริกาเองให้ความสำคัญกับการเลือกสินค้าในด้านของคุณภาพมากกว่าในด้านของราคา จึงมีอิทธิพลทำให้ผลการวิเคราะห์ได้เครื่องหมายเป็นบวก นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า การที่สหรัฐอเมริกาประกาศห้ามนำเข้าเครื่องนุ่งห่มจากไทย มีผลทำให้การส่งออกเสื้อผ้าและเสื้อผ้าเกิดตติสรีของไทยไปยังสหรัฐอเมริกามีปริมาณลดลง ในขณะที่การเข้ามาในตลาดสหรัฐอเมริกาของจีนสำหรับสินค้าชนิดนี้กลับทำให้การส่งออกของไทยเพิ่มขึ้น

ในส่วนของการศึกษาตลาดญี่ปุ่นพบว่า อุปสงค์ของญี่ปุ่นต่อเครื่องยททรงของไทยในปีที่แล้ว, รายได้ประชาชาติที่แท้จริงของญี่ปุ่น และ ราคาเปรียบเทียบระหว่างราคาเครื่องยททรงของไทยและประเทศคู่แข่ง (เฉพาะ จีน ฮองกง และเกาหลีใต้) เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ของญี่ปุ่นต่อเครื่องยททรงของไทยได้ร้อยละ 85 โดยความยืดหยุ่นของปัจจัยดังกล่าวมีค่าเท่ากับ 0.68, 0.95 และ -0.93 ตามลำดับ และทุกค่ามีเครื่องหมายเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้

เกริกกฤษณ์ รัฐปัตย์ (2540 51 - 59) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องฟุ้งต่อของไทยในประเทศสิงคโปร์” โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์ของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในตลาดสิงคโปร์ โดยอาศัยข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 - 2537 นำมาทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบ Log - Linear Model ด้วยวิธี Ordinary Least Square

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์ของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในตลาดสิงคโปร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ราคาเปรียบเทียบระหว่างราคา CIF ของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์จากไทยกับสหรัฐอเมริกาในตลาดสิงคโปร์ และ ปริมาณการส่งออกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของสิงคโปร์ เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดอุปสงค์ โดยสามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ ปริมาณการส่งออกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของไทยไปยังตลาดสิงคโปร์ ได้ร้อยละ 91.83 โดยความยืดหยุ่นของปัจจัยดังกล่าวมีค่าเท่ากับ -0.15 และ 1.17 ตามลำดับ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรราคาเปรียบเทียบอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ระหว่างไทยกับสหรัฐอเมริกาในตลาดสิงคโปร์ มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ไทยส่งออกไปยังสิงคโปร์ น้อยกว่าตัวแปรปริมาณการส่งออกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของสิงคโปร์ กล่าวคือ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ หากราคาเปรียบเทียบระหว่างราคา CIF ของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์จากไทยกับสหรัฐอเมริกาในตลาดสิงคโปร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของไทยไปยังตลาดสิงคโปร์ลดลงเพียงร้อยละ 0.15 ขณะเดียวกัน เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ หากปริมาณการส่งออกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของสิงคโปร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ของไทยไปยังตลาดสิงคโปร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.17 ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาบ่งบอกว่า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องฟุ้งต่อจากไทยเป็นสินค้าจำเป็นในตลาดสิงคโปร์ เนื่องจากอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปของสิงคโปร์ต้องพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากไทยเป็นสำคัญ

ชาคริต วงษ์ไทย (2540 76 - 81) ทำการศึกษาเรื่อง “การคาดคะเนและปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่น” โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่น โดยอาศัยข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงปี พ.ศ. 2521 - 2538 นำมาทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบ Log - linear Model ด้วยวิธี Ordinary Least Square และ 2) เพื่อคาดคะเนปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นในช่วงปี พ.ศ. 2539 - 2543 โดยใช้วิธี Smoothly Exponential Growth Rate เพื่อนำผลที่ได้ไปพยากรณ์ต่อในสมการถดถอยเชิงซ้อน

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่น พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศญี่ปุ่น ราคาเปรียบเทียบ (ราคาส่งออกของไทย/ราคาส่งออกของประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทเทียบกับเงินเยนในปีที่ $t - 1$ เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายอุปสงค์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นได้ร้อยละ 99.51 และเมื่อพิจารณาถึงค่าความยืดหยุ่น พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศญี่ปุ่นเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรพิจารณาให้

ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากมีค่าความยืดหยุ่นสูงที่สุดเท่ากับ 8 6627 แสดงว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ หากรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 8 6627 ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนด ส่วนความยืดหยุ่นของปัจจัยราคาเปรียบเทียบ (ราคาส่งออกของไทย/ราคาส่งออกของประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น) นั้น พบว่ามีค่าเท่ากับ -1 4285 แสดงว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ หากราคาเปรียบเทียบ (ราคาส่งออกของไทย/ราคาส่งออกของประเทศคู่แข่งในตลาดญี่ปุ่น) เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 1 4285 ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนด ส่วนความยืดหยุ่นของปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทเทียบกับเงินเยนในปีที่ $t - 1$ นั้น พบว่ามีค่าเท่ากับ 1 2033 แสดงว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทเทียบกับเงินเยนในปีที่ $t - 1$ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 2033 ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติฐานทางทฤษฎีที่กำหนด

สำหรับผลการคาดคะเนปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นนั้น พบว่า ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้นจาก 97,209,597 ตัน ในปี 2539 เป็น 355,117,756 ตัน ในปี 2543 โดยคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปีที่ทำการคาดคะเน (ตารางที่ 11)

ตาราง 11 แสดงผลการคาดคะเนปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่น

ปี	ค่าคาดคะเนปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่น	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)
2539	97,209,597	-
2540	147,249,649	51 47
2541	192,187,113	30 51
2542	259,155,654	32 76
2543	355,117,756	39 17

ที่มา ชาคิริต วงษ์ไทย (2540 : 81)

ซึ่งจากผลการคาดคะเนปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นในอนาคต จะเห็นได้ว่าตลาดญี่ปุ่นยังมีความต้องการเฟอร์นิเจอร์จากไทยอีกมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ จึงควรมีการวางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับปริมาณความต้องการในแต่ละปี นอกจากนั้น ควรปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ตลอดจนพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สุดท้ายภาครัฐบาลควรให้การสนับสนุนด้านการผลิตและการส่งออกในทุกด้าน เพื่อลดอุปสรรค จึงจะสามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดของไทยในญี่ปุ่นไว้ได้

ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2541 315 - 318) ทำการศึกษาเรื่อง "การพยากรณ์การส่งออกสินค้าสำคัญของไทยในตลาดโลก" โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา คือ เพื่อพยากรณ์มูลค่าการส่งออกสินค้าสำคัญของไทย โดยในการพยากรณ์จะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยอาศัยข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2517 - 2539 นำมาสร้างแบบจำลองทางด้านอุปทาน โดยกำหนดให้สมการอยู่ในรูปของ Logarithmic Function โดยในส่วนของผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการพยากรณ์มูลค่าการส่งออกสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ นั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลการศึกษาสมการเฟอร์นิเจอร์ไม้ และผลการพยากรณ์อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการศึกษาสมการเฟอร์นิเจอร์ไม้ พบว่า อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยต่อวัน, มูลค่าการสะสมทุนในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศผู้นำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญ โดยสามารถอธิบายมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในแต่ละปี ได้ร้อยละ 98 และเมื่อพิจารณาถึงค่าความยืดหยุ่น พบว่า อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยต่อวัน มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.51 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงผกผันกับมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในแต่ละปี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ และถ้าหากว่าอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ก็จะกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการ ทำให้ความสามารถในการตั้งราคาให้สามารถแข่งขันได้ของผู้ประกอบการมีลดลง ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในตลาดโลกลดลงร้อยละ 0.51 ส่วนมูลค่าการสะสมทุนในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์นั้น พบว่า มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.71 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในแต่ละปี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ และถ้าหากว่าอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้มีการสะสมทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ก็จะส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในตลาดโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.71 และในส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศผู้นำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักนั้น พบว่า มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 4.75 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในแต่ละปี ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่วางไว้ และถ้าหากว่ารายได้ของประเทศผู้นำเข้าในปีที่แล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ก็จะส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในตลาดโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.75

ส่วนผลการพยากรณ์อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ นั้น ได้มีการจำแนกสถานการณ์ในอนาคตออกเป็น 2 กรณี คือ High case และ Low case ซึ่งมีสมมติฐานที่ต่างกัน ดังนี้

ตาราง 12 แสดงสมมติฐานของกรณี High case และ กรณี Low case

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	อัตราการขยายตัวต่อปี (ร้อยละ)	
	กรณี High case	กรณี Low case
อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของภาคอุตสาหกรรม	5	3
มูลค่าการสะสมทุนในอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์	5	3
ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศผู้นำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก	3	1

ที่มา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2541 318)

จากสมมติฐานดังกล่าวเมื่อนำพยากรณ์มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในตลาดโลก จะพบว่ามูลค่าการส่งออกจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในกรณี High case และ Low case โดยคาดว่ามูลค่าการส่งออกจะมีการขยายตัวอยู่ในระหว่างอัตราร้อยละ 5 - 14.5 ต่อปี ดังนี้

ตาราง 13 แสดงผลการพยากรณ์อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในตลาดโลก

อัตราการขยายตัวของ มูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้	ปี 2540 - 2542	ปี 2543 - 2548	ปี 2549 - 2553
กรณี High case	14.48	14.57	14.57
กรณี Low case	7.05	5.34	5.34

ที่มา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2541 : 318)

พรยศ วรรณสาร (2543 : 124 - 141) ทำการศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกเครื่องสุสานไทย" โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความต้องการส่งออกเครื่องสุสานไทยไปยังตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศฮ่องกง ไต้หวัน ลาว ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยอาศัยข้อมูลหุติภูมิรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 - 2541 นำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในรูปแบบ Log - Linear Model ด้วยวิธี Ordinary Least Square

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกเครื่องสุสานไทยไปยังประเทศฮ่องกงและญี่ปุ่น คือ ราคาเฉลี่ยส่งออกเครื่องสุสานของไทยไปยังประเทศนั้นๆ และรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของประเทศนั้นๆ โดยมีความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับ -1.059 และ -3.39 ตามลำดับ มีความยืดหยุ่นต่อรายได้เท่ากับ 2.335 และ 14.62 ตามลำดับ ขณะที่ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกเครื่องสุสานไทยไปยังประเทศไต้หวันและเกาหลีใต้ คือ รายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของประเทศนั้นๆ และผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการก่อสร้างของประเทศนั้นๆ โดยมีความยืดหยุ่นต่อรายได้เท่ากับ -18.08 และ -7.09 ตามลำดับ มีความยืดหยุ่นต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมเท่ากับ 18.05 และ 11.47 ตามลำดับ และสำหรับปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกเครื่องสุสานไทยไปยังประเทศลาว คือ ราคาเฉลี่ยส่งออกเครื่องสุสานของไทยไปยังประเทศลาว และปริมาณการส่งออกเครื่องสุสานไทยไปยังลาวในปีที่ผ่านมา โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.94 และ 0.66 ตามลำดับ

จีระ ถาวรสุภเจริญ (2544 : 99 - 114) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก ประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในครัวเรือนและสำนักงาน" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก ประเภทเครื่องใช้ภายในครัวเรือนและสำนักงานของไทย โดยอาศัยข้อมูลอนุกรมเวลารายครึ่งปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - 2542 นำมาทำการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ ด้วยวิธีการสองต่ำสุดแบบ 2 ขั้น (Two - Stages Least Squares)

ผลการศึกษาพบว่า ราคาผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทเครื่องใช้ภายในครัวเรือนและสำนักงาน มีผลเชิงลบต่อปริมาณการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับ 1.16 ส่วนรายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาในสองคาบเวลาที่ผ่านมา พบว่ามีผลเชิงบวกต่อการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้เท่ากับ 0.40 และในส่วนของราคาสินค้าประเภทเดียวกันนี้จากประเทศจีน พบว่ามีผลเชิงบวกต่อการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวของประเทศไทยไปยังสหรัฐอเมริกา โดยมีความยืดหยุ่นต่อราคาสินค้าทดแทนเท่ากับ 0.80 สำหรับการส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น พบว่า ราคาผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทนี้มีผลเชิงลบต่อปริมาณการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวของประเทศไทยไปยังญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับ 2.90 ส่วนรายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศญี่ปุ่น พบว่า มีผลเชิงบวกต่อการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวของประเทศไทยไปยังญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้เท่ากับ 28.39 และในส่วนของราคาสินค้าประเภทเดียวกันนี้จากจีน พบว่า ไม่มีผลกระทบต่อการส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสำหรับการส่งออกไปยังตลาดสิงคโปร์นั้น พบว่า ปัจจัยด้านราคา รายได้ประชาชาติต่อคน และราคาสินค้าทดแทนจากประเทศจีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่าร้อยละ 90 ทำให้ไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกของประเทศไทยได้ ทั้งนี้อาจจะเกิดจากการที่ผู้นำเข้าในสิงคโปร์ส่วนใหญ่ทำการนำเข้าเพื่อการส่งออก (Re-Export) หรืออาจจะเนื่องมาจากระยะเวลาที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นอาจจะสั้นเกินไป

ศักดิ์สินธุ์ ขาญสุนทร (2545 : 71 - 108) ทำการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนของ ไทยและประเทศคู่แข่งต่อมูลค่าส่งออกสินค้าไทยสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนของไทยและประเทศคู่แข่งต่อมูลค่าการส่งออกที่แท้จริง โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายเดือนตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2540 - เดือนธันวาคม พ.ศ. 2542 นำมาทำการคำนวณสมการแนวโน้มถดถอยเชิงเส้นตรง (Least Squares Trend Line) ที่มีการปรับผลกระทบของความล่า (Lag Time)

ผลการศึกษาพบว่า ดัชนีค่าเงินบาท รายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา และดัชนีราคาสินค้าส่งออก มีความสัมพันธ์ต่อมูลค่าการส่งออกที่แท้จริง (มูลค่าการส่งออกสินค้าแต่ละกลุ่มของไทยปรับด้วยดัชนีราคาสินค้าส่งออกของไทย) ที่ระดับความสัมพันธ์แตกต่างกันตามรายกลุ่มสินค้า โดยผลการศึกษารายกลุ่มสินค้า เป็นดังนี้

1 กลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ปลาและอาหารทะเล พบว่า ดัชนีค่าเงินบาท ดัชนีราคาสินค้าส่งออก และรายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลต่อการส่งออกสินค้าที่แท้จริงในกลุ่มนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยดัชนีค่าเงินบาทและดัชนีราคาสินค้าส่งออกมีความสัมพันธ์ตามทฤษฎี โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.68 และ -1.53 ตามลำดับ ส่วนรายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกานั้นพบว่ามีทิศทางความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นไปตามทฤษฎี โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -3.80

2 กลุ่มอาหารปรุงแต่ง พบว่า ดัชนีค่าเงินบาท ดัชนีราคาสินค้าส่งออก และรายได้ประชาชาติของ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลต่อการส่งออกสินค้าที่แท้จริงในกลุ่มนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และทิศทางความสัมพันธ์เป็นไปตามทฤษฎี โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.59, -3.95 และ 3.37 ตามลำดับ ซึ่งจากการพิจารณา พบว่าสินค้ากลุ่มนี้มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาสินค้าส่งออกเป็นอย่างมาก

3 กลุ่มยางพารา พบว่า ดัชนีราคายางพารามีความสัมพันธ์กับมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความสัมพันธ์เป็นไปตามทฤษฎี โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.77 ขณะที่ดัชนีค่าเงินบาท และรายได้ประชาชาติของ ประเทศสหรัฐอเมริกา กลับไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกยางพาราที่แท้จริงไปยังสหรัฐอเมริกาแต่อย่างใด

4 กลุ่มสินค้าเครื่องหนัง พบว่า ดัชนีค่าเงินบาท ดัชนีราคาสินค้าส่งออก และรายได้ประชาชาติของ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลต่อการส่งออกสินค้าที่แท้จริงในกลุ่มนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีความสัมพันธ์เป็นไปตามทฤษฎี โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.47, -0.95 และ 3.86 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่ารายได้ประชาชาติของสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ต่อการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้มากที่สุด

5 กลุ่มรองเท้าและชิ้นส่วน พบว่า ดัชนีค่าเงินบาท และรายได้ประชาชาติของ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลต่อการส่งออกสินค้าที่แท้จริงในกลุ่มนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ทิศทางความสัมพันธ์เป็นไปในทางตรงข้ามกับทฤษฎี ส่วนดัชนีราคาสินค้าส่งออกไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกรองเท้าและชิ้นส่วนไปสหรัฐอเมริกาแต่อย่างใด

6 กลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ดัชนีค่าเงินบาท และรายได้ประชาชาติของ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลต่อการส่งออกสินค้าที่แท้จริงในกลุ่มนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยความยืดหยุ่นต่อรายได้มีค่าเท่ากับ 4.80 แต่ดัชนีค่าเงินบาทมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับทฤษฎี ส่วนดัชนีราคาสินค้าส่งออกนั้น พบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปสหรัฐอเมริกาแต่อย่างใด

7 กลุ่มเครื่องจักร พบว่า การส่งออกเครื่องจักรของไทยที่แท้จริงมีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาเครื่องจักรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความสัมพันธ์เป็นไปตามทฤษฎี โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.74 แต่ไม่พบความสัมพันธ์กับดัชนีค่าเงินบาท และรายได้ประชาชาติของ ประเทศสหรัฐอเมริกา

8 กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า พบว่า ดัชนีค่าเงินบาท ดัชนีราคาสินค้าส่งออก และรายได้ประชาชาติของ ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผลต่อการส่งออกสินค้าที่แท้จริงในกลุ่มนี้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยทิศทางความสัมพันธ์เป็นไปตามทฤษฎี โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.19, -0.93 และ 2.93 ตามลำดับ

กุลธิรา ชมเชย (2546 : 50 - 63) ทำการศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์อุปสงค์และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออกเฟอร์นิเจอร์โลหะของไทยไปประเทศคู่ค้าสำคัญ" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์โลหะของไทยไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ ในช่วงปี พ.ศ. 2534 - 2544 โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบ double log ด้วยวิธี Ordinary Least

Square และ 2) เพื่อศึกษาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบระหว่างเฟอร์นิเจอร์โลหะของไทยที่ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง โดยจะทำการศึกษาดังแต่ปี พ.ศ. 2540 - 2543

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์โลหะของไทยไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ ได้แก่ ราคาส่งออก (F O B) เฟอร์นิเจอร์โลหะที่ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าสำคัญ และ รายได้ประชาชาติของประเทศคู่ค้าสำคัญ (พันล้านดอลลาร์) โดยพบว่าราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์โลหะของไทยไปยังสหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส มีค่าความยืดหยุ่นสูงเท่ากับ -2.068 และ -2.692 ตามลำดับ แสดงว่าอุปสงค์มีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคามาก ส่วนเนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกาพบว่ามีค่าความยืดหยุ่นต่ำเท่ากับ -0.797 -0.625 แสดงว่าอุปสงค์มีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาน้อย และสำหรับสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี และออสเตรเลียพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติของประเทศคู่ค้าสำคัญ พบว่า สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และสหรัฐอเมริกาพบว่ามีค่าความยืดหยุ่นสูงเท่ากับ 5.908, 3.093 และ 3.550 ตามลำดับ ส่วน ญี่ปุ่น เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และออสเตรเลียพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติ

ณัฏฐรัตน์ อินทรกุลไชย (2546 : 80 - 86) ทำการศึกษาเรื่อง "การส่งออกอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปทานการส่งออกของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย โดยอาศัยข้อมูลอนุกรมเวลา ตั้งแต่ไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2542 - ไตรมาส 3 ปี พ.ศ. 2545 นำมาทำการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณในรูปแบบ Log - Linear Model ด้วยวิธี Ordinary Least Square

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปทานการส่งออกของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย คือ อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่แท้จริงของประเทศไทย และ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่แท้จริงบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดอุปทานการส่งออก โดยสามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย ได้ร้อยละ 92 โดยที่อัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่แท้จริงของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -12.51 ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับความเป็นจริง เพราะเมื่อราคาของปัจจัยการผลิตเพิ่มสูงขึ้น จะมีผลทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าดังกล่าวสูงขึ้น ทำให้ผู้ผลิตลดปริมาณการส่งออกลง ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่แท้จริงบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.56 ซึ่งผลการศึกษาที่ได้สอดคล้องกับความเป็นจริง เพราะเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสูงขึ้น ในสายตาของผู้บริโภคชาวต่างประเทศจะมองว่าสินค้าที่ซื้อมีราคาถูก ส่งผลให้ผู้ผลิตขายสินค้าได้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้น แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศลดลง ในสายตาของผู้บริโภคชาวต่างประเทศจะมองว่าสินค้าที่ซื้อมีราคาแพง ส่งผลให้ผู้ผลิตขายสินค้าได้ในปริมาณที่ลดลง

สรุป จากการทบทวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเข้าสินค้าจากประเทศไทยนั้น พบว่าตัวแปรอิสระสำคัญที่งานวิจัยส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้ คือ ราคาสินค้าของไทย และ รายได้ประชาชาติของประเทศผู้นำเข้า รองลงมาได้แก่ การนำเสนอตัวแปรอิสระในรูปของอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นตัวเงิน อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง และอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ ตามลำดับ โดยในส่วนของตัวแปรราคาสินค้าของ泰ยนั้นพบว่ามีรูปแบบที่แตกต่างกัน 3 ลักษณะ คือ รูปแบบที่หนึ่ง ได้แก่ ราคาสัมบูรณ์ของสินค้าส่งออกจากไทย รูปแบบที่สอง ได้แก่ ดัชนีราคาสินค้าส่งออกของไทย และรูปแบบที่สาม ได้แก่ ราคาสัมพัทธ์ (ราคาของสินค้าจากไทยเปรียบเทียบกับราคาสินค้าของประเทศคู่แข่ง) ในส่วนของตัวแปรค่าตามนั้นพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่นิยมใช้ปริมาณการส่งออกสินค้าของไทย เป็นตัวแปรตามในแบบจำลอง รองลงมาได้แก่ มูลค่าการส่งออก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ในครั้งนี้ มีรายละเอียดขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

- 1 การรวบรวมข้อมูล
- 2 การจัดกระทำข้อมูล
- 3 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 4 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

การรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทั้งที่เป็นหนังสือ ตำรา สถิติรายงานทางราชการ ผลงานค้นคว้าวิจัยที่ผู้อื่นได้ทำไว้ ตลอดจนบทความ สิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ ที่ได้มีการเผยแพร่ไว้จากสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง, สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ หอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากร, ห้องสมุดสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ห้องสมุดกรมส่งเสริมการส่งออก, ห้องสมุดกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้แก่

- เว็บไซต์ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (www.dip.go.th)
- เว็บไซต์ของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (<http://www.oie.go.th>)
- เว็บไซต์ของกรมส่งเสริมการส่งออก (www.deptha.go.th)
- เว็บไซต์ของกระทรวงพาณิชย์ (www.moc.go.th)
- เว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย (www.bot.or.th)
- เว็บไซต์ของสำนักวิเคราะห์เศรษฐกิจ กระทรวงพาณิชย์สหรัฐอเมริกา (www.bea.gov)
- เว็บไซต์ของสำนักสถิติแรงงาน กระทรวงแรงงานสหรัฐอเมริกา (www.bls.gov)

สำหรับข้อมูลการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของสหรัฐอเมริกา และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยจะทำการรวบรวมข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1 ข้อมูลการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของสหรัฐอเมริกา จะใช้ข้อมูลรายปีที่จัดเก็บโดยกระทรวงพาณิชย์ สหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 - ปี พ.ศ. 2548 จากฐานข้อมูลซีดีรอมของกรมส่งเสริมการส่งออก

2 ข้อมูลปริมาณ และราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา จะใช้ข้อมูลรายไตรมาสที่จัดเก็บโดยกรมศุลกากร ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 - ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548 จากฐานข้อมูลซีดีรอมของกรมส่งเสริมการค้าส่งออก

3 ข้อมูลปริมาณ และราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา จะใช้ข้อมูลรายไตรมาสที่จัดเก็บโดยกรมศุลกากรของประเทศจีน ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 - ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548 จากฐานข้อมูลซีดีรอมของกรมส่งเสริมการค้าส่งออก

4 ข้อมูลรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา จะใช้ข้อมูลเป็นรายไตรมาสจากเว็บไซต์ของสำนักวิเคราะห์เศรษฐกิจ กระทรวงพาณิชย์สหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 - ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548

5 ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา จะใช้ข้อมูลเป็นรายไตรมาสจากธนาคารแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 - ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548

6 ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยและดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา ที่ใช้ในการปรับข้อมูลตัวแปรที่ทำการศึกษาคือแสดงในรูปตัวเงินให้แสดงในรูปของมูลค่าที่แท้จริง จะใช้ตัวเลขจากสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และตัวเลขจากเว็บไซต์ของสำนักสถิติแรงงาน กระทรวงแรงงานสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 - ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548

การจัดกระทำข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลที่ต้องการศึกษาเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวซึ่งยังมีรูปแบบที่กระจัดกระจายเป็นรายปี รายประเภท มาจัดกระทำโดยการประมวลผลด้วยโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์หาคำตอบตามความมุ่งหมายของการวิจัยได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามความมุ่งหมายของการวิจัย คือ

1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) จะใช้ในการวิเคราะห์ถึงสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยในการศึกษาจะใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548

2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) จะใช้ในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา และค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม โดยในการศึกษาจะใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส

ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 - ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548 นำมาทำการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนในรูปแบบของสมการเส้นตรงลอการิทึม (Log - Linear Model) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square) ซึ่งมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 นำข้อมูลที่จัดกระทำแล้วบันทึกลงในโปรแกรม SPSS for Windows version 10 เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลในรูปแบบ Regression Linear

ขั้นตอนที่ 2 นำผลที่ได้จากการประมวลผลมาทำการตรวจสอบทางสถิติ ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม โดยในการตรวจสอบจะพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการที่แสดงถึงอำนาจในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามว่าอยู่ในระดับที่น่าพอใจหรือไม่ และตรวจสอบว่าค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์โดยรวม, ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์แต่ละตัว และค่าความเป็นอิสระกันของตัวคลาดเคลื่อนเป็นจริงตามสมมติฐานหรือไม่ ในกรณีที่สมมติฐานไม่เป็นจริง จะต้องพยายามหาค่าอธิบายที่เป็นจริงและเชื่อถือได้ หรืออาจจะต้องทำการปรับข้อมูลที่ใช้ในการประมวลผลใหม่ซึ่งทำได้หลายวิธี เช่น เพิ่มตัวแปรใหม่ตัดตัวแปรเก่าทิ้ง หรือเปลี่ยนแปลงข้อมูลเพื่อทำการทดสอบอีกครั้ง ถ้าผลการประเมินผ่านก็นำสมการที่ได้ไปใช้ต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระแต่ละตัว ว่ามีผลกระทบต่อตัวแปรตามที่ทำ การพิจารณาอย่างน้อยเพียงใด พร้อมทั้งตรวจสอบเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เพื่อดูทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม ว่าเป็นไปตามนิยามทางทฤษฎีหรือไม่

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1 สถิติพรรณนา จะใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่

1.1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) เป็นการคำนวณหาค่ากลางเพื่อใช้เป็นตัวแทนของข้อมูลทั้งกลุ่มที่นำมาคำนวณ (กัลยา วาณิชยปัญญา 2546 : 39) มีสูตรคือ

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{N} = \frac{(X_1 + X_2 + \dots + X_n)}{N}$$

โดยที่	$\bar{X}$	=	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
	$\sum X_i$	=	ผลรวมของตัวเลขทั้งหมด
	N	=	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

1.2 **ค่าสัดส่วน (Proportion)** เป็นการคำนวณหาปริมาณส่วนย่อยจากส่วนทั้งหมด เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบ หรือเรียงลำดับได้อย่างชัดเจน และเมื่อนำสัดส่วนคูณด้วยร้อยก็จะได้เป็นค่าร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546 : 38) มีสูตรคือ

$$\text{สัดส่วน} = \frac{\text{ความถี่ของส่วนย่อย}}{\text{ความถี่ทั้งหมด}}$$

1.3 **การหาการเปลี่ยนแปลงสัมพัทธ์ (Relation Change RC)** เป็นการนำค่าร้อยละไปใช้บรรยายปริมาณการเปลี่ยนแปลง เพื่อแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างตัวเลข 2 ช่วงเวลา โดยเทียบกับค่าในช่วงเวลาแรก (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546 : 38) มีสูตรคือ

$$RC = \frac{\text{ค่าในช่วงเวลาหลัง} - \text{ค่าในช่วงเวลาแรก}}{\text{ค่าในช่วงเวลาแรก}} \times 100$$

2 สถิติวิเคราะห์ มีดังนี้

2.1 **การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน** จะใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์จากประเทศไทยของประเทศไทยสหรัฐอเมริกา ซึ่งโดยทั่วไปจะมีการเสนอสมการ หรือแบบจำลองเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546 : 292)

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k + [e] \quad (1)$$

โดยที่ Y คือ ตัวแปรตาม

b_0 คือ ค่าคงที่ (ค่าของ Y เมื่อ X_i เท่ากับ 0)

$b_1, b_2, \dots, b_k$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัว

e คือ ค่าคลาดเคลื่อน หรือค่าความแตกต่างระหว่างค่าจริงของ Y และ Y บนเส้นถดถอย

ซึ่งในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนนี้จะมีข้อสมมติฐานพื้นฐาน ดังนี้

1) สมการตัวแบบถดถอยเชิงซ้อนจะต้องมีลักษณะเป็นเส้นตรงหรือเชิงเส้นในตัวสัมประสิทธิ์ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังสมการที่ (1) ข้างต้น

2) ตัวแปรอิสระ X_i จะต้องเป็น ตัวแปรที่มีค่าแน่นอน

3) ตัวแปรอิสระ X_i จะต้องเป็น อิสระซึ่งกันและกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ จะไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในรูปแบบเชิงเส้น (ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity)

4) ตัวแปรค่าคลาดเคลื่อน (e) จะต้องมีค่าเฉลี่ยเป็นศูนย์ และจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (No Auto Correlation)

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาในครั้งนี้ จะใช้สมการในรูปแบบเส้นตรงลอการิทึม (Log - Linear Model) ดังนี้

$$\ln Q = b_0 + b_1 \ln PXT + b_2 \ln PXC + b_3 \ln GDPPC + b_4 \ln RER \quad (2)$$

โดยกำหนดให้

Q หมายถึง อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา มีหน่วยเป็นชิ้น ในที่นี้จะใช้ปริมาณส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นตัวแปรค่าตามในความหมายของปริมาณอุปสงค์ เนื่องจากปริมาณสินค้าออกที่ประเทศหนึ่ง ๆ ส่งไปยังประเทศคู่ค้า ย่อมจะปรากฏเป็นปริมาณสินค้าเข้าของประเทศคู่ค้า ทั้งนี้ข้อสมมติว่าประเทศคู่ค้ารับสินค้าไว้ทั้งหมด โดยไม่มีการส่งคืน

PXT หมายถึง ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐต่อชิ้น ในที่นี้จะใช้ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก จากนั้นจะนำราคาดังกล่าวมาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงราคาส่งออกที่แท้จริงที่ได้ขจัดอิทธิพลของเงินเฟ้อออกแล้ว ซึ่งโดยปกติแล้วจะพบว่า ผู้ซื้อสินค้าเข้าเข้ามักจะต้องการซื้อสินค้าในราคาถูกที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และหากว่าราคาสินค้าออกที่ผลิตได้ในประเทศไทยมีราคาถูกกว่าสินค้าออกของประเทศคู่แข่ง ย่อมจะทำให้ผู้ซื้อในตลาดเป้าหมายหันมาซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น

สำหรับการคำนวณหาราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักมีวิธีการคำนวณหาดังนี้

1 นำปริมาณการส่งออกเก้าอี้ไม้ชนิดมีเบาะ (Q_{T1}), เก้าอี้ไม้ชนิดอื่น ๆ (Q_{T2}), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน (Q_{T3}), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในครัว (Q_{T4}), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในห้องนอน (Q_{T5}) และเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ (Q_{T6}) ของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา หาดด้วยผลรวมของปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ทั้ง 6 ชนิด (ΣQ_T) โดยผลลัพธ์ที่ได้ คือ ตัวถ่วงน้ำหนักของเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละชนิด ดังนี้

$$\begin{aligned} \frac{Q_{T1}}{\Sigma Q_T} &= W_{T1} & \frac{Q_{T4}}{\Sigma Q_T} &= W_{T4} \\ \frac{Q_{T2}}{\Sigma Q_T} &= W_{T2} & \frac{Q_{T5}}{\Sigma Q_T} &= W_{T5} \\ \frac{Q_{T3}}{\Sigma Q_T} &= W_{T3} & \frac{Q_{T6}}{\Sigma Q_T} &= W_{T6} \end{aligned}$$

2 นำตัวถ่วงน้ำหนักที่คำนวณได้คูณกับราคาส่งออกเฉลี่ยของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้แต่ละชนิด ดังนี้

$$\begin{aligned} PW_{T1} &= P_{T1} \times W_{T1} & PW_{T4} &= P_{T4} \times W_{T4} \\ PW_{T2} &= P_{T2} \times W_{T2} & PW_{T5} &= P_{T5} \times W_{T5} \\ PW_{T3} &= P_{T3} \times W_{T3} & PW_{T6} &= P_{T6} \times W_{T6} \end{aligned}$$

3 ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

$$(PW_T) = PW_{T1} + PW_{T2} + PW_{T3} + PW_{T4} + PW_{T5} + PW_{T6}$$

PXC หมายถึง ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐต่อชิ้น ในที่นี้จะใช้ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก จากนั้นจะนำราคาดังกล่าวมาปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงราคาส่งออกที่แท้จริงที่ได้ขจัดอิทธิพลของเงินเฟ้อออกแล้ว ซึ่งโดยปกติแล้วในการซื้อสินค้าเข้า ผู้ซื้อย่อมจะทำการเปรียบเทียบราคาจากแหล่งนำเข้าต่างๆ และถ้าราคาสินค้าของประเทศคู่แข่ง มีราคาถูกกว่าสินค้าของประเทศไทย ย่อมมุ่งใจให้ผู้ซื้อหันไปนำเข้าสินค้าจากคู่แข่งมากขึ้น ส่งผลให้การนำเข้าสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยลดลง

สำหรับการคำนวณหาราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีวิธีการคำนวณหาในทำนองเดียวกันกับที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

GDPPC หมายถึง รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มีหน่วยเป็นดอลลาร์สหรัฐต่อประชากร จะใช้ข้อมูลตามราคาคงที่ ปี ค.ศ. 2000 เนื่องจากเป็นรายได้ที่แสดงอยู่ในรูปของทรัพยากร (Real Terms) ทำให้สามารถใช้วัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ดีกว่ารายได้ที่อยู่ในรูปของตัวเงิน (Money Terms) ซึ่งคำนวณออกมาตามราคาตลาดของปีนั้น

RER หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีหน่วยเป็นบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ จะใช้ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นตัวเงินปรับด้วยอัตราส่วนระหว่างราคาสินค้าในต่างประเทศ (แทนด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา) กับราคาสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย (แทนด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของไทย) เหตุผลที่เลือกใช้ตัวแปรนี้เนื่องจากเป็นตัวแปรที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลก กล่าวคือ การเพิ่มค่าของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีความหมายว่าสินค้าของต่างประเทศแพงขึ้นเมื่อเทียบกับสินค้าไทย ซึ่งจะทำให้มีความต้องการนำเข้าสินค้าจากไทยเพิ่มขึ้น ในทางตรงข้าม หากอัตราแลกเปลี่ยนลดลง แสดงว่าสินค้าต่างชาติมีราคาถูกลงเมื่อเทียบกับสินค้าไทย ซึ่งจะทำให้ต่างชาติลดความต้องการนำเข้าสินค้าจากไทยลง

โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน มีดังนี้

1) **สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (Multiple Coefficient of Determination R^2)** เป็นค่าทางสถิติที่บ่งบอกว่าตัวแปรอิสระ ($X_1, X_2, \dots, X_k$) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) ได้มากเพียงไร ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตรต่อไปนี้ (กลาย วานิชย์บัญชา 2546 : 309)

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

และเนื่องจาก $SST = SSR + SSE$ ดังนั้น

$$R^2 = \frac{1 - SSE}{SST}$$

โดยที่

SSR คือ ผลรวมกำลังสองจากการถดถอย (Regression Sum of Squares)
หรือ ความผันแปรที่สามารถอธิบายได้ (Explain Variation)

SST คือ ผลรวมกำลังสองทั้งหมด (Total Sum of Squares) หรือ ความผันแปรทั้งหมด

SSE คือ ผลรวมกำลังสองของค่าความผิดพลาด (Error Sum of Square)
หรือ ความผันแปรที่ไม่สามารถอธิบายได้ (Unexplained Variation)

ซึ่งในกรณีที่ข้อมูลที่นำมาศึกษามีจำนวนน้อย อาจทำให้ค่า R^2 ที่คำนวณได้มีค่าสูงเกินไป ดังนั้น เพื่อขจัดปัญหาดังกล่าวจึงนำค่า R^2 มาปรับปรุงใหม่ เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับค่าแล้ว (Adjusted Coefficient of Determination หรือ Adjusted R^2) คำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$\text{Adjusted } R^2 = \frac{1 - \frac{SSE}{SST}}{\frac{n-1}{n-2}}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง

โดยค่า R^2 หรือ Adjusted R^2 จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 และหากมีค่ามากๆ ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่าการอธิบายตัวแปรตาม Y โดยใช้ตัวแปรอิสระ X_i มีความน่าเชื่อถือมาก ซึ่งในการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้ค่า Adjusted R^2 ในการแปลความหมาย ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจเกิดจากการใช้ค่า R^2

2) **ค่าสถิติ F** เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความมีนัยสำคัญรวม (overall significance) ของสมการซึ่งในทางปฏิบัติการทดสอบนี้ถือว่ามีความสำคัญที่สุด เพราะเป็นการทดสอบเพื่อใช้เป็นหลักว่าตัวแปรอิสระที่กำกับเป็นเงื่อนไขอยู่ในฟังก์ชัน ($X_1, X_2, \dots, X_k$) มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญจริง ๆ หรือไม่ กล่าวคือ ถ้าทดสอบแล้ว $\beta = 0$ ก็ย่อมแสดงว่า การกระจายของ Y จะไม่ขึ้นอยู่กับ X ในทางตรงข้าม ถ้าทดสอบแล้ว $\beta \neq 0$ ก็แสดงว่าการกระจายของ Y จะขึ้นอยู่กับ X จริง โดยในการทดสอบจะทำการทดสอบแบบ 2 ข้าง ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546 : 307)

(1) ตั้งสมมติฐาน

$$H_0 \quad \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_k = 0$$

(ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม)

$$H_1 \quad \text{มี } \beta \text{ อย่างน้อย 1 ตัว } \neq 0 \text{ เมื่อ } i = 1, 2, \dots, k$$

(มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม)

(2) กำหนดระดับนัยสำคัญ หรือโอกาสที่เกิดความผิดพลาด ซึ่งแทนด้วย α พร้อมทั้งเปิดตารางค่า $F(\alpha/2, v_1, v_2)$

$$\text{เมื่อ } v_1 = k \qquad v_2 = n - k - 1$$

$$k = \text{จำนวนตัวแปรอิสระ} \qquad n = \text{จำนวนตัวอย่าง}$$

ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วมักจะกำหนดให้ระดับนัยสำคัญ 0.05 เป็นเกณฑ์ต่ำสุดที่นิยมใช้ในการทดสอบสมมติฐาน หมายถึง มีความเชื่อมั่น 95% ว่าการตัดสินใจถูกต้อง ดังนั้น หากค่าสถิติ F มีค่าน้อยกว่าค่าทดสอบ ณ ระดับที่กำหนด หรืออาจจะพิจารณาจากค่านัยสำคัญ (Sig F) ที่โปรแกรมทางสถิติคำนวณได้ หากมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด ก็ถือว่าสมการที่ประมาณการมานี้ไม่ผ่านการทดสอบ (ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ 2546: 2-6)

(3) คำนวณค่า F จากสูตร

$$F = \frac{MSR}{MSE}$$

และ

$$MSR = \frac{SSR}{K}$$

$$MSE = \frac{SSE}{(n-k-1)}$$

โดยที่	F	คือ	ค่าสถิติ F
	MSR	คือ	ค่าเฉลี่ยกำลังสองระหว่างกลุ่ม
	SSR	คือ	ความผันแปรที่สามารถอธิบายได้
	MSE	คือ	ค่าเฉลี่ยกำลังสองภายในกลุ่ม
	SSE	คือ	ความผันแปรที่ไม่สามารถอธิบายได้

(4) เปรียบเทียบค่า Sig F ที่ได้จากการคำนวณกับค่า α ที่กำหนด แล้วแปลผล

- ถ้าค่า Sig F > ค่า α ที่กำหนด จะยอมรับ H_0
(ยอมรับสมมติฐาน เนื่องจากไม่มีตัวแปรอิสระตัวใด มีความสัมพันธ์กับ Y)
- ถ้าค่า Sig F < ค่า α ที่กำหนด จะปฏิเสธ H_0
(ปฏิเสธสมมติฐาน เนื่องจากมีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับ Y และจะต้องทำการทดสอบต่อไปว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่ไม่เท่ากับศูนย์ หรือมีตัวแปรอิสระใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับ Y โดยใช้สถิติทดสอบ t)

3) **ค่าสถิติ t** เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว (Partial Test) ว่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ตัวแปรอิสระแต่ละตัวในสมการถดถอย มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามหรือไม่ ซึ่งในการทดสอบจะทำการทดสอบแบบ 2 ข้าง ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา 2546 : 308)

(1) ตั้งสมมติฐาน

$$H_0 \quad \beta_i = 0$$

(ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน)

$$H_1 \quad \beta_i \neq 0$$

(ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน)

(2) กำหนดระดับนัยสำคัญ (α) พร้อมทั้งเปิดตารางหาค่า t ($\alpha/2, n-k-1$)

เมื่อ k = จำนวนตัวแปรอิสระ และ n = จำนวนตัวอย่าง

ซึ่งโดยทั่วไปในการทดสอบสมมติฐานมักจะกำหนดให้ระดับนัยสำคัญ 0.05 เป็นเกณฑ์ต่ำสุดที่จะปฏิเสธ H_0 ซึ่งหากว่าค่าสถิติ t มีค่าน้อยกว่าค่าทดสอบ ณ ระดับที่กำหนด หรืออาจจะพิจารณาจากค่านัยสำคัญ (Sig t) ที่โปรแกรมทางสถิติคำนวณได้ หากมีค่ามากกว่า α ที่กำหนด แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

(3) คำนวณหาค่า t จากสูตร

$$t = \frac{b_i - 0}{Sb_i}$$

โดยที่ t คือ ค่าสถิติทดสอบ t

b_i คือ ค่าประมาณของ β_i

Sb_i คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ b_i

(4) เปรียบเทียบค่า t ที่ได้จากการคำนวณ กับค่า t ที่ได้จากตาราง แล้วแปลผล

- ถ้าค่า Sig $t >$ ค่า α ที่กำหนด จะยอมรับ H_0
(ยอมรับสมมติฐาน เนื่องจากตัวแปรอิสระดังกล่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม)
- ถ้าค่า Sig $t <$ ค่า α ที่กำหนด จะปฏิเสธ H_0
(ปฏิเสธสมมติฐาน เนื่องจากตัวแปรอิสระดังกล่าว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม)

4) ค่าสถิติ *Durbin - Watson d* เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวคลาดเคลื่อน ซึ่งหมายความว่า ตัวคลาดเคลื่อน (Residual) ในเทอมปัจจุบัน จะต้องไม่มีความสัมพันธ์กับตัวคลาดเคลื่อนของเทอมก่อนหน้านั้น มิฉะนั้นจะเกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ซึ่งมักจะเกิดขึ้นกับข้อมูลอนุกรมเวลา และเมื่อเกิดปัญหาดังกล่าวจะมีผลให้ค่าพยากรณ์ของตัวแบบที่คำนวณได้ไม่มีประสิทธิภาพ คือ จะมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์สูง โดยในการสรุปถึงความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อนจะทำการทดสอบแบบ 2 ข้าง ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2540 : 332)

(1) ตั้งสมมติฐาน

$H_0 \quad \rho = 0$
(ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน)

$H_1 \quad \rho \neq 0$
(เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน)

(2) กำหนดระดับนัยสำคัญ (α) พร้อมทั้งเปิดตารางหาค่าต่ำ (d_L) และค่าสูง (d_U) ($\alpha/2, n, k$)
เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง และ k = จำนวนตัวแปรอิสระ

(3) คำนวณหาค่า d จากสูตร

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

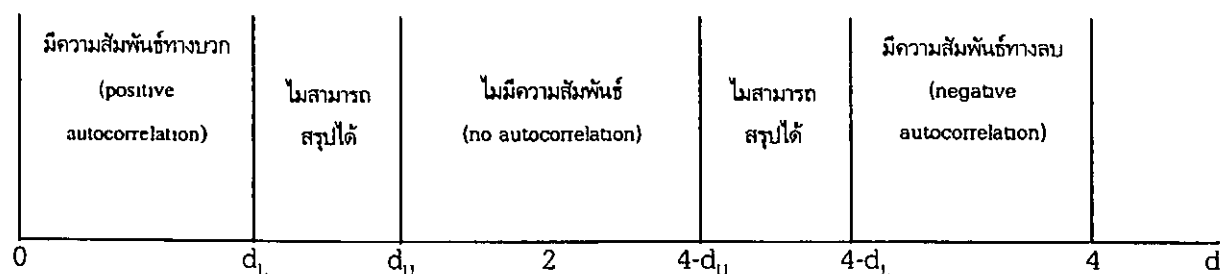
โดยขอบเขตของ d นั้นจะอยู่ระหว่าง 0 และ 4

(4) เปรียบเทียบค่า d ที่ได้จากการคำนวณ กับค่าต่ำ (d_L) และค่าสูง (d_U) ที่ได้จากตาราง ซึ่งมีกฎแห่งการตัดสินใจ (decision rule) ดังนี้

ตาราง 14 แสดงกฎแห่งการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหา Autocorrelation

ถ้า	การตัดสินใจ	เนื่องจาก
$0 < d < d_L$	ปฏิเสธ H_0	positive autocorrelation
$d_L < d < d_U$	ไม่สามารถสรุปได้	inconclusive
$4 - d_L < d < 4$	ปฏิเสธ H_0	negative autocorrelation
$4 - d_U < d < 4 - d_L$	ไม่สามารถสรุปได้	inconclusive
$d_U < d < 4 - d_U$	ยอมรับ H_0	no autocorrelation

เพื่อให้เข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น จะแสดงการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน ดังภาพต่อไปนี้



ที่มา Gujarati (1995 : 422)

ภาพประกอบ 7 แสดงการตัดสินใจเกี่ยวกับปัญหา Autocorrelation

2.2 การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่น จะใช้ในการศึกษาค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม โดยการคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ (X) มีสูตรดังนี้ (สรยุทธ มินะพันธ์ 2546 : 249)

$$\begin{aligned}
 E_{y_x} &= \frac{\% \text{การเปลี่ยนแปลงของ } y}{\% \text{การเปลี่ยนแปลงของ } x} \\
 &= \frac{\Delta y / y}{\Delta x / x} \\
 &= \frac{\Delta y}{\Delta x} \cdot \frac{x}{y}
 \end{aligned}$$

โดยกำหนดให้ E คือ ค่าความยืดหยุ่น ส่วน Y คือ ตัวแปรที่ต้องการทราบถึงผลกระทบที่พึงได้จากการเปลี่ยนแปลงตัวแปร X ซึ่งสามารถเขียนเป็นสูตรทั่วไปได้ดังนี้

$$E_{y_x} = \frac{\partial y}{\partial x} \cdot \frac{x}{y}$$

ในกรณีที่อุปสงค์มีลักษณะพิเศษ คือเป็นฟังก์ชันเส้นตรงในรูปของค่าล็อก จะทำให้ผู้วิจัยสามารถอ่านค่าความยืดหยุ่นได้ทันทีจากสัมประสิทธิ์ที่อยู่หน้าตัวแปรอิสระนั้น ๆ เพราะ

$$\frac{\partial \ln y}{\partial \ln x} = \frac{\partial y / y}{\partial x / x} = \frac{x}{y} \cdot \frac{\partial y}{\partial x} = \beta$$

บทที่ 4

การนำเสนอผลของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

ตอนที่ 2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

ตอนที่ 3 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และตัวอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนข้อมูล
ln	แทน	ลอการิทึมฐานธรรมชาติ
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน
Adjust R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับค่าแล้ว
DW	แทน	ค่าสถิติทดสอบ Durbin-Watson
F-statistic	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F
t-statistic	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t
b _i	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัว
Sb _i	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ b _i
Sig	แทน	ค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Significance Value)
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
ns	แทน	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Not Statistically Significant)
Q	แทน	อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา
PXT	แทน	ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
PXC	แทน	ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
GDPPC	แทน	รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา
RER	แทน	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

ในการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา จะทำการศึกษาโดยอาศัยข้อมูลสถิติการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากเป็นรายชนิดของประเทศไทยสหรัฐอเมริกา ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548 นำมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาแบบต่อเนื่องตามช่วงเวลา โดยใช้ ค่าเฉลี่ย ค่าสัดส่วน และค่าการเปลี่ยนแปลงสัมพัทธ์ ในการอธิบายถึงสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา โดยการวิเคราะห์จะแบ่งออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

- 1.1 แก้วไม้ชนิดมีเบาะ (HS 940161)
- 1.2 แก้วไม้ชนิดอื่น ๆ (HS 940169)
- 1.3 เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในสำนักงาน (HS 940330)
- 1.4 เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในครัว (HS 940340)
- 1.5 เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในห้องนอน (HS 940350)
- 1.6 เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ (HS 940360)
- 1.7 สรุปสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

ตาราง 15 การนำเข้าภายใต้ขั้นตอนพิเศษของประเทศไทยสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2548

อันดับ	แหล่ง	มูลค่า . ล้านดอลลาร์สหรัฐ					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)				
		2545	2546	2547	2547	2548	2545	2546	2547	2547	2548	2546	2547	2548	เฉลี่ย	
	นำเข้า													(ม.ร.ด.ค.)		
1	จีน	328.63	526.89	845.23	661.85	958.05	21.61	28.35	38.36	36.94	47.05	60.33	60.42	44.75	55.17	
2	อิตาลี	538.97	567.66	474.86	401.71	296.90	35.45	30.55	21.55	22.42	14.58	5.32	-16.35	-26.09	-12.37	
3	เม็กซิโก	213.10	245.25	323.46	270.47	280.22	14.01	13.20	14.68	15.10	13.76	15.09	31.89	3.60	16.86	
4	แคนาดา	229.64	243.51	239.49	197.81	194.81	15.10	13.10	10.87	11.04	9.57	6.04	-1.65	-1.52	0.96	
5	บราซิล	17.36	37.21	53.77	41.64	55.58	1.14	2.00	2.44	2.32	2.73	114.42	44.50	33.47	64.13	
6	มาเลเซีย	24.30	35.04	46.51	38.15	50.25	1.60	1.89	2.11	2.13	2.47	44.17	32.75	31.71	36.21	
7	ไทย	22.30	24.90	28.74	23.61	26.35	1.47	1.34	1.30	1.32	1.29	11.69	15.41	11.59	12.90	
8	เวียดนาม	7.29	11.81	18.17	14.11	25.34	0.48	0.64	0.82	0.79	1.24	61.93	53.90	79.62	65.15	
9	อินโดนีเซีย	17.75	16.59	19.56	16.36	20.45	1.17	0.89	0.89	0.91	1.00	-6.52	17.87	24.99	12.11	
10	โรมาเนีย	19.68	29.72	23.04	18.60	20.35	1.29	1.60	1.05	1.04	1.00	50.98	-22.49	9.44	12.64	
รวม 10 อันดับ		1,419.03	1,738.59	2,072.84	1,684.31	1,928.29	93.32	93.56	94.08	94.01	94.69	22.52	19.23	14.49	18.74	
แหล่งนำเข้าอื่น		101.52	119.73	130.52	107.32	108.06	6.68	6.44	5.92	5.99	5.31	17.93	9.02	0.69	9.21	
การนำเข้ารวม		1,520.55	1,858.31	2,203.36	1,791.63	2,036.35	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	22.21	18.57	13.66	18.15	

1.1 แก้วไม้ชนิดมีเบาะ (HS 940161)

ตารางที่ 15 แสดงให้เห็นถึงการนำเข้าแก้วไม้ชนิดมีเบาะของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี 2545-2548 โดยพบว่าความต้องการแก้วไม้ชนิดมีเบาะของสหรัฐอเมริกาในแต่ละปียังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การขยายตัวเป็นไปในลักษณะที่ชะลอตัวลง โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 ความต้องการสินค้าชนิดนี้ขยายตัวเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 13.66 โดยการนำเข้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากจีนมากเป็นอันดับที่หนึ่ง รองลงมาเป็นการนำเข้าจากอิตาลี เม็กซิโก และแคนาดา ตามลำดับ

ในส่วนของประเทศไทยนั้น พบว่า การส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกายังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2546 มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 11.69 ปี 2547 มีอัตราการขยายตัว 15.41 ส่วนในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 ไทยส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาคิดเป็นมูลค่าส่งออกประมาณ 26 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.59 หรือ คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.29 โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 7 ของสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาด้านคู่แข่งสำคัญ พบว่า

จีน ยังคงเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 1 ของสหรัฐอเมริกา โดยการส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมากไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ต่อปี ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ของจีนเพิ่มขึ้นจากปี 2545 เกือบ 3 เท่าตัว คือจากมูลค่าประมาณ 329 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เป็นมูลค่าประมาณ 958 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 ส่งผลให้จีนมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมาก คือ จากร้อยละ 21.61 เป็นร้อยละ 47.05

มาเลเซีย มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 22 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ในปี 2545 ซึ่งสูงกว่าไทยไม่มากนัก แต่พอในปีต่อ ๆ มา มูลค่าการส่งออกมีการขยายตัวไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 ส่งผลให้ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 มีมูลค่าส่งออกสูงถึง 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมากกว่าไทยเกือบหนึ่งเท่าตัว และมีมูลค่าการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 6 ของสหรัฐอเมริกา

เวียดนาม ในปี 2545 - 2547 มีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาน้อยกว่าไทยมาก แต่พบว่าเมื่ออัตราเติบโตของมูลค่าการส่งออกสูงกว่าไทยมาก โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในตลาดสหรัฐอเมริกาคิดเป็นร้อยละ 79.62 ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของเวียดนามขยับเข้ามาใกล้เคียงกับไทย คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 1.24 และขยับขึ้นเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 8 ของสหรัฐอเมริกา

อินโดนีเซีย แม้ว่าจะมีมูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาน้อยกว่าไทย และการส่งออกได้หดตัวลงในปี 2546 แต่ต่อมาการส่งออกได้ปรับตัวดีขึ้น โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสถานะเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 9 ของสหรัฐอเมริกา

ตาราง 16 การนำเข้าเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 – 2548

อันดับ	แหล่ง	มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ										ส่วนแบ่งตลาด (%)				อัตราการขยายตัว (%)			
		2545	2546	2547	2547	2548	2545	2546	2547	2547	2548	(ม.ค.ค.)	2547	2548	(ม.ค.ค.)	2546	2547	2548	เฉลี่ย
	นำเข้า						(ม.ค.ค.)					(ม.ค.ค.)			(ม.ค.ค.)				(ม.ค.ค.)
1	จีน	255 37	273.34	328.79	266 87	268 61	32.17	33.38	35.25	35.06	35.03	7.04	20.29	0.65	9.32				
2	มาเลเซีย	103 21	101.89	113.85	93 86	97 28	13.00	12.44	12.21	12.33	12.69	-1.28	11 74	3.64	4 70				
3	อินโดนีเซีย	79.15	76.18	87.85	71.08	86.61	9.97	9 30	9.42	9.34	11 29	-3.75	15.31	21.84	11.13				
4	ไทย	50.61	55.37	76 89	61 54	55 28	6.38	6 76	8 24	8.08	7.21	9 41	38 87	-10.17	12.70				
5	อิตาลี	66 72	70 52	65 81	54 91	50 00	8 41	8 61	7 06	7 21	6 52	5 69	-6 68	-8 94	-3 31				
6	แคนาดา	67 62	67 65	69 89	57 06	49 70	8 52	8 26	7 49	7 50	6 48	0 04	3 31	-12 90	-3 18				
7	เวียดนาม	6.79	13.23	23 18	19.62	32.65	0.86	1 62	2.49	2 58	4 26	94.77	75.22	66 40	78 80				
8	สโลวีเนีย	22 58	25 95	25 65	20 10	15 97	2 84	3 17	2 75	2 64	2 08	14 90	-1 15	-20 51	10 47				
9	บราซิล	13 92	12 50	19 93	16 71	13 73	1 75	1 53	2 14	2 20	1 79	-10 18	59 46	-17 87	10 47				
10	สเปน	11 63	13 72	11 74	9 77	8 55	1 46	1 68	1 26	1 28	1 12	17 97	-14 44	-12 47	-2 98				
รวม 10 อันดับ		677 61	710 34	823 57	671 53	678 37	85 36	86 74	88 30	88 21	88 46	4 83	15 94	1 02	7 26				
แหล่งนำเข้าอื่น		116 22	108 62	109 08	89 75	88 47	14 64	13 26	11 70	11 79	11 54	-6 54	0 43	-1 43	-2 51				
การนำเข้ารวม		793.83	818.96	932.65	761.28	766 84	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	3.17	13.88	0 73	5.93				

1.2 แก้วไม้ชนิดอื่น ๆ (HS 940169)

ตารางที่ 16 แสดงให้เห็นถึงการนำเข้าแก้วไม้ชนิดอื่น ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี 2545-2548 โดยพบว่าความต้องการแก้วไม้ชนิดนี้มีเบาะของสหรัฐอเมริกาในแต่ละปียังคงขยายตัว แต่การขยายตัวเป็นไปในลักษณะที่ชะลอตัวลง และในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 ความต้องการสินค้าชนิดนี้ขยายตัวเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.73 เท่านั้น โดยสหรัฐอเมริกาทำการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากจีนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาเป็นการนำเข้าจากมาเลเซีย อินโดนีเซีย และไทย ตามลำดับ

สำหรับการพิจารณาในส่วนของประเทศไทย พบว่า ไทยส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาได้เพิ่มขึ้นในปี 2546 และปี 2547 แต่พอมาถึงช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 การส่งออกได้หดตัวลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนประมาณร้อยละ 10 อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2545 พบว่าการส่งออกยังมีมูลค่าที่มากกว่า

เมื่อพิจารณาในด้านคู่แข่งสำคัญ พบว่า

จีน มูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาคงขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี แต่พบว่าเป็นปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก จีนมีอัตราขยายตัวเพียงเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 0.65 ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของจีนมีสัดส่วนใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

มาเลเซีย การส่งออกในปี 2546 ได้หดตัวลงจากปี 2545 คิดเป็นร้อยละ 1.28 ส่วนในช่วงต่อมากการส่งออกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น แต่พบว่ามูลค่าการส่งออกของมาเลเซียยังคงต่ำกว่าปี 2545 แต่ยังคงอยู่ในฐานะแหล่งนำเข้าอันดับที่ 2 ของสหรัฐอเมริกาต่อไป

อินโดนีเซีย การส่งออกในปี 2546 ได้หดตัวลงจากปี 2545 คิดเป็นร้อยละ 3.75 ส่วนปี 2547 และปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก การส่งออกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.31 และ 21.84 ตามลำดับ โดยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 3 ของสหรัฐอเมริกา

เวียดนาม แม้ว่ามูลค่าการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาก็ยังคงน้อยกว่าไทย แต่พบว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ของเวียดนามมีอัตราเติบโตสูงที่สุดในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยขยายตัวมากกว่าร้อยละ 60 ต่อเนื่องกันเป็นปีที่สาม ส่งผลให้เวียดนามขยับขึ้นไปเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 7 ของสหรัฐอเมริกา

ตาราง 17 การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้สำนักงานของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 – 2548

อันดับ	แหล่ง	มูลค่า : ล้านดอลลาร์สหรัฐ					ส่วนแบ่งตลาด (%)					อัตราการขยายตัว (%)				
		2545	2546	2547	2547	2548	2545	2546	2547	2547	2548	2546	2547	2548	เฉลี่ย	
นำเข้า																

13 เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในสำนักงาน (HS 940330)

ตารางที่ 17 แสดงให้เห็นถึงการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในสำนักงานของประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2548 โดยพบว่าสหรัฐอเมริกาทำการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากทั่วโลกของเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 14.36 ในปี 2546 ขณะที่ปี 2547 มีอัตราเติบโตร้อยละ 5.67 ส่วนในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 อัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 17.62 โดยการนำเข้าของตลาดสหรัฐอเมริกาประมาณครึ่งหนึ่งเป็นการนำเข้าจากแคนาดา รองลงมาเป็นการนำเข้าจากจีน เม็กซิโก และเดนมาร์ก ตามลำดับ

ส่วนการประเศไทยนั้น พบว่า ไทยส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 39.41 ในปี 2546 แต่การส่งออกหดตัวลงในปี 2547 ถึงร้อยละ 28.16 แต่พอมานปี 2548 ช่วง ม.ค.-ต.ค. พบว่า สหรัฐอเมริกาส่งกลับนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากไทยในอัตราที่เพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัวจากระยะเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.46 เป็นร้อยละ 2.44 และขยับตัวขึ้นไปเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 5 ของสหรัฐอเมริกาแทนที่ได้หัววัน

และเมื่อพิจารณาด้านคู่แข่งสำคัญ พบว่า

จีน การส่งออกสินค้าชนิดนี้ของจีนไปยังตลาดสหรัฐอเมริกายังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วง ม.ค.-ต.ค. ปี 2548 มีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 59.16 ส่งผลให้จีนมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อนจากร้อยละ 20.6 เป็นร้อยละ 27.88 โดยจีนเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 2 ของสหรัฐอเมริกา

มาเลเซีย ในช่วงที่ผ่านมาการส่งออกสินค้าชนิดนี้ของมาเลเซียไปยังสหรัฐอเมริกายังมีมูลค่าน้อยกว่าไทย และการส่งออกในปี 2546 มีมูลค่าลดลงร้อยละ 4.52 แต่การส่งออกได้ปรับตัวดีขึ้นถึงร้อยละ 57.52 ในปีต่อมา สำหรับการส่งออกในช่วง 10 เดือนของปี 2548 มีอัตราเติบโตคิดเป็นร้อยละ 22.07 ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 1.3 ในปี 2545 เป็นสัดส่วนร้อยละ 1.77 โดยมาเลเซียเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 8 ของสหรัฐอเมริกา

สำหรับอินโดนีเซียและเวียดนามนั้นพบว่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาไม่ติดอยู่ในแหล่งนำเข้า 10 อันดับแรกของสหรัฐอเมริกา

ตาราง 18 การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้โครงสร้างของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2548

อันดับ	แหล่งนำเข้า	มูลค่า · ล้านดอลลาร์สหรัฐ				ส่วนแบ่งตลาด (%)				อัตราการขยายตัว (%)			
		2545	2546	2547	2548	2545	2546	2547	2548	2546	2547	2548	เฉลี่ย
				(ม.ล.ด.)	(ม.ล.ด.)			(ม.ล.ด.)	(ม.ล.ด.)			(ม.ล.ด.)	
1	แคนาดา	540.73	580.91	629.88	483.99	68.86	66.91	63.32	64.38	7.43	8.43	-7.80	2.69
2	จีน	86.01	117.28	161.79	188.65	10.95	13.51	16.26	15.65	36.36	37.95	47.82	40.71
3	อิตาลี	26.37	30.59	42.33	48.34	3.36	3.52	4.26	4.10	16.01	38.40	44.55	32.99
4	เยอรมนี	18.38	19.61	30.52	26.03	2.34	2.26	3.07	2.98	6.69	55.65	7.27	23.20
5	ไทย	38.07	30.16	27.07	25.66	4.85	3.47	2.72	2.70	-20.79	-10.23	16.78	-4.75
6	มาเลเซีย	19.29	17.98	16.11	20.65	2.46	2.07	1.62	1.67	-6.79	-10.43	51.42	11.40
7	เม็กซิโก	14.48	15.79	19.92	16.87	1.84	1.82	2.00	1.89	9.06	26.14	9.66	14.95
8	สหราชอาณาจักร	7.54	11.03	12.67	11.31	0.96	1.27	1.27	1.22	46.18	14.89	13.50	24.86
9	เวียดนาม	2.63	6.85	11.13	10.62	0.33	0.79	1.12	1.14	160.94	62.50	14.62	79.35
10	บราซิล	5.13	8.22	8.67	7.19	0.65	0.95	0.87	0.81	60.35	5.47	9.45	25.09
รวม 10 อันดับ		758.63	838.43	960.10	839.32	96.61	96.57	96.51	96.54	10.52	14.51	6.64	10.56
แหล่งนำเข้าอื่น		26.63	29.75	34.68	35.38	3.39	3.43	3.49	3.46	11.72	16.59	25.24	17.85
การนำเข้ารวม		785.25	868.17	994.78	874.69	100.00	100.00	100.00	100.00	10.56	14.58	7.28	10.81

14 เฟอ์รนิเจอร์ไม้ใช้ในครัว (HS 940340)

ตารางที่ 18 แสดงให้เห็นถึงการนำเข้าเฟอ์รนิเจอร์ไม้ใช้ในครัวของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี 2546-2548 โดยพบว่าการนำเข้าสินค้าชนิดนี้ของสหรัฐอเมริกาจากทั่วโลกขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยปี 2546 มีอัตราเติบโตร้อยละ 10.56 ปี 2547 มีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 14.58 ส่วนปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก มีอัตราเติบโตร้อยละ 7.28 โดยมีแคนาดาเป็นแหล่งนำเข้าที่ครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 รองลงมาเป็นการนำเข้าจากจีน อิตาลี และเยอรมนี ตามลำดับ

ในส่วนของประเทศไทยนั้นพบว่าในปี 2545 มีมูลค่าการส่งออกไปยังสหรัฐอเมริกาสูงถึง 38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.85 แต่ต่อมาในปี 2546-2547 มูลค่าส่งออกหดตัวลงอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 20.79 และ 10.23 ตามลำดับ ส่วนในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 มูลค่าการส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.78 แต่ยังคงมีมูลค่าน้อยกว่าปี 2545 ส่งผลให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากปี 2545 กว่าหนึ่งเท่าตัว โดยไทยเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 5 ของสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาด้านประเทศคู่แข่งสำคัญ พบว่า

จีน มีการส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังสหรัฐอเมริกาเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก โดยมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 35 ต่อปี ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมากจากร้อยละ 10.95 เป็นร้อยละ 21.57 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 โดยจีนเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 2 ของสหรัฐอเมริกา

มาเลเซีย การส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาในช่วงปี 2546-2547 ลดลงอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับไทย ส่วนในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 มูลค่าการส่งออกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 51.42 ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดของมาเลเซียเมื่อเทียบกับปี 2545 ลดลงเพียงเล็กน้อยประมาณร้อยละ 0.01 โดยมาเลเซียเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 6 ของสหรัฐอเมริกา

เวียดนาม การส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังสหรัฐอเมริกาเติบโตขึ้นอย่างมากถึงร้อยละ 160.94 ในปี 2546 และร้อยละ 62.5 ปี 2547 ส่วนในปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก การส่งออกขยายตัวเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับไทย คิดเป็นอัตราเติบโตร้อยละ 14.62 แต่ยังคงมีมูลค่าการส่งออกน้อยกว่าไทยอยู่ประมาณเท่าตัว โดยเวียดนามเป็นแหล่งนำเข้าอันดับที่ 9 ของสหรัฐอเมริกา

อินโดนีเซีย มูลค่าการส่งออกในช่วงที่ผ่านมาไม่ติดอยู่ในแหล่งนำเข้า 10 อันดับแรกของสหรัฐอเมริกา

ตาราง 19 การนำเข้าเพอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในห้องนอนของประเทศสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2548

อันดับ	แหล่ง	มูลค่า		ล้านดอลลาร์สหรัฐ				ส่วนแบ่งตลาด (%)				อัตราการขยายตัว (%)			
		2545	2546	2547	2547	2548	2545	2546	2547	2547	2548	2546	2547	2548	เฉลี่ย
1	จีน	818.93	1,166.30	1,240.82	1,022.45	1,118.71	39.66	48.09	45.57	46.48	42.98	42.42	6.39	9.41	19.41
2	เวียดนาม	8.55	36.29	151.25	98.49	302.21	0.41	1.50	5.55	4.48	11.61	324.26	316.75	206.86	282.62
3	แคนาดา	395.33	387.57	377.38	309.93	277.16	19.14	15.98	13.86	14.09	10.65	-1.96	-2.63	-10.57	-5.05
4	มาเลเซีย	55.78	89.55	126.17	97.44	172.82	2.70	3.69	4.63	4.43	6.64	60.54	40.89	77.35	59.59
5	อินโดนีเซีย	129.46	125.34	162.07	129.79	167.35	6.27	5.17	5.95	5.90	6.43	-3.19	29.31	28.94	18.35
6	บราซิล	85.30	94.88	131.44	109.37	120.22	4.13	3.91	4.83	4.97	4.62	11.23	38.53	9.92	19.90
7	อิตาลี	180.04	170.70	147.55	122.47	95.01	8.72	7.04	5.42	5.57	3.65	-5.19	-13.56	-22.42	-13.72
8	เม็กซิโก	125.98	96.81	91.20	75.20	83.02	6.10	3.99	3.35	3.42	3.19	-23.16	-5.79	10.40	-6.18
9	ไทย	24.79	30.30	48.27	38.59	48.67	1.20	1.25	1.77	1.75	1.87	22.26	59.30	26.11	35.89
10	ไต้หวัน	56.73	31.55	29.75	21.71	29.38	2.75	1.30	1.09	0.99	1.13	-44.39	-5.70	35.31	-4.93
รวม 10 อันดับ		1,880.89	2,229.29	2,505.89	2,025.44	2,414.55	91.08	91.91	92.04	92.08	92.76	18.52	12.41	19.21	16.71
แหล่งนำเข้าอื่น		184.25	196.13	216.85	174.14	188.53	8.92	8.09	7.96	7.92	7.24	6.45	10.56	8.26	8.42
การนำเข้ารวม		2,065.13	2,425.41	2,722.74	2,199.59	2,603.07	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	17.45	12.26	18.34	16.02

15 เฟอ์นเจอร์ไม้ใช้ในห้องนอน (HS 940350)

ตารางที่ 19 แสดงให้เห็นถึงการนำเข้าเฟอ์นเจอร์ไม้ใช้ในห้องนอนของประเทศสหรัฐอเมริกา ระหว่างปี 2545-2548 พบว่าสหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้าชนิดนี้จากทั่วโลกคิดเป็นมูลค่ารวมไม่ต่ำกว่าปีละ 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยการนำเข้าขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 17.45 ในปี 2546 ร้อยละ 12.26 ในปี 2547 และร้อยละ 18.34 และในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 ทั้งนี้พบว่า สหรัฐอเมริกาทำการนำเข้าจากจีนมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาเป็นการนำเข้าจากเวียดนาม แคนาดา และ มาเลเซีย ตามลำดับ

ในส่วนของประเทศไทยนั้น พบว่ามูลค่าส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังสหรัฐอเมริกามีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพึงพอใจ โดยปี 2546, ปี 2547 และปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก มีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 60.54, 40.89 และ 77.35 ตามลำดับ ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.2 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 1.87 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 โดยไทยมีสถานะเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 9 ของสหรัฐอเมริกา

เมื่อพิจารณาด้านคู่แข่งสำคัญ พบว่า

จีน การส่งออกสินค้าชนิดนี้ของจีนในปี 2547 และ 2548 มีอัตราเติบโตที่เป็นไปในลักษณะที่ชะลอตัวลงจากปี 2546 ทั้งนี้เนื่องจากช่วงกลางปี 2547 สหรัฐอเมริกาได้เรียกเก็บภาษีเฟอ์นเจอร์ชุดห้องนอนจากจีนสูงถึงร้อยละ 198 เพื่อตอบโต้การทุ่มตลาดของจีน ซึ่งโดยปกติแล้วสินค้าเฟอ์นเจอร์จากจีนจะเสียภาษีนำเข้าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 13.9 จึงส่งผลส่วนแบ่งตลาดของจีนลดลงจากร้อยละ 45.57 ในปี 2547 เหลือร้อยละ 42.98 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 โดยจีนยังคงเป็นแหล่งนำเข้าอันดับหนึ่งของสหรัฐอเมริกา

เวียดนาม การส่งออกสินค้าชนิดนี้มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในแต่ละปี โดยปี 2546 มีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 324.26 ปี 2547 มีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 316.75 และปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก มีอัตราเติบโตสูงถึงร้อยละ 206.86 ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างมากกว่า 10 เท่าตัว คือ จากร้อยละ 0.41 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 11.61 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 และขยับสถานะเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 2 ของสหรัฐอเมริกาแทนที่แคนาดา

มาเลเซีย มีการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามากกว่าไทย โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้มีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 60.54 ในปี 2546 ร้อยละ 40.89 ในปี 2547 และร้อยละ 77.35 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.7 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 6.64 ในปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก และขยับขึ้นเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 4 ของสหรัฐอเมริกาแทนที่อินโดนีเซีย

อินโดนีเซีย มีการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกามากกว่าไทย และแม้ว่ามูลค่าการส่งออกจะลดลงไปบ้างในปี 2546 แต่พอในปีต่อมามูลค่าการส่งออกมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น และมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30 ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.27 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 6.43 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 โดยเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 5 ของสหรัฐอเมริกา

16 เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ

(940360 . Other wooden furniture)

ตารางที่ 20 แสดงให้เห็นถึงการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริการะหว่างปี 2545-2548 โดยพบว่าสหรัฐอเมริกามีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ชนิดนี้จากทั่วโลกมากที่สุด และการนำเข้ามีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 8.63 ในปี 2546 ร้อยละ 14.46 ในปี 2547 และร้อยละ 9.86 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 โดยมีการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ชนิดนี้จากทั่วโลกคิดเป็นมูลค่าประมาณ 4,344 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยพบว่าจีนยังคงเป็นแหล่งอุปทานที่ครองส่วนแบ่งในตลาดมากที่สุดเกือบครึ่งหนึ่ง รองลงมาเป็นการนำเข้าจากแคนาดา มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ตามลำดับ

ส่วนประเทศไทยนั้น พบว่า การส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปยังสหรัฐอเมริกาเติบโตอย่างต่อเนื่องในปี 2546 - 2547 ส่วนในปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก มูลค่าการส่งออกหดตัวลงอย่างมากคิดเป็นร้อยละ 21.44 ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 4.93 เหลือร้อยละ 3.52 ทำให้ไทยลดสถานะลงมาเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 5 ของสหรัฐอเมริกา

มาเลเซีย การส่งออกของมาเลเซียลดลงเล็กน้อยในปี 2546 แต่มูลค่าการส่งออกปรับตัวดีขึ้นในปี 2547 ส่วนปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรกมีอัตราเติบโตในลักษณะที่ชะลอลงจากระยะเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 4.77 เหลือร้อยละ 4.66 โดยเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 3 ของสหรัฐอเมริกา

อินโดนีเซีย การส่งออกหดตัวลงเล็กน้อยในปี 2546 และหดตัวลงถึงร้อยละ 13.35 ในปี 2547 ส่วนในปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก มูลค่าการส่งออกปรับตัวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยประมาณร้อยละ 4.02 ส่งผลให้มีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 5.35 ในปี 2545 เหลือร้อยละ 3.68 ในปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก แต่ยังคงมีส่วนแบ่งมากกว่าไทย โดยเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 4 ของสหรัฐอเมริกา

เวียดนาม พบว่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ไปสหรัฐอเมริกายังคงมีมูลค่าต่ำกว่าไทย แต่มีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเกือบเท่าตัวในปี 2546 และยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 47.90 ในปี 2547 และร้อยละ 36.90 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 ส่งผลให้เวียดนามมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.08 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 3.19 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 และขยับสถานะขึ้นมาเป็นแหล่งนำเข้าในอันดับที่ 7 ของสหรัฐอเมริกา

1.7 สรุปสถานการณ์ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

จากการพิจารณาข้อมูลการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาจำแนกเป็นรายชนิด ข้างต้น พบว่า

ชนิดของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยที่มูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มสูงขึ้น ได้แก่

- แก้อั้วไม้ชนิดอื่น ๆ ซึ่งเป็นชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีสัดส่วนการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 2 ของไทยนั้น พบว่า การส่งออกของไทยยังคงมีอัตราเติบโตเฉลี่ยมากกว่าอัตราเติบโตเฉลี่ยของคู่แข่งอย่างจีน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นแหล่งนำเข้า 3 อันดับแรกของสหรัฐอเมริกา จึงส่งผลให้ไทยมีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 6.38 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 7.21 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในสำนักงาน จัดเป็นชนิดของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ไทยมีการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาน้อยที่สุด แต่พบว่าการส่งออกค่อย ๆ ปรับตัวสูงขึ้น โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 35.76 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สูงเมื่อเทียบกับอัตราเติบโตเฉลี่ยของตลาด จึงทำให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.61 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 2.44 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในห้องนอน พบว่า การส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาขยายตัวเพิ่มทุกปี โดยมีอัตราเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 35.89 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับอัตราเติบโตเฉลี่ยของตลาด ทำให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.20 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 1.87 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548

ส่วนชนิดของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยที่มูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มลดลง ได้แก่

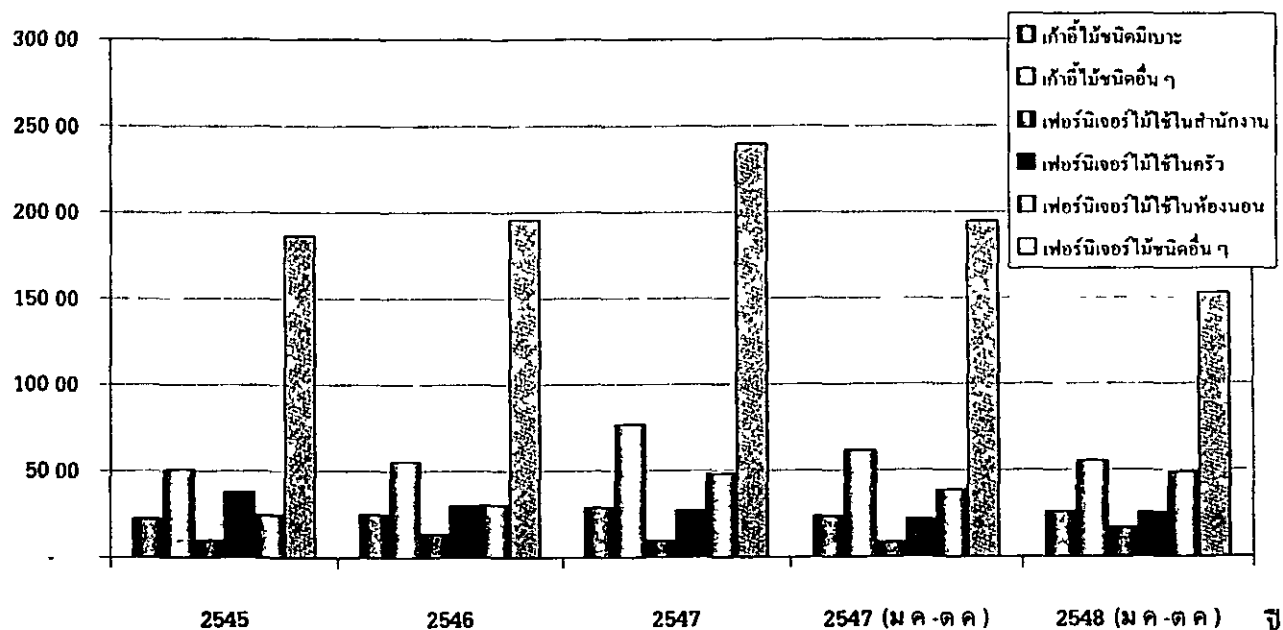
- แก้อั้วไม้ชนิดมีเบาะ แม้ว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ในแต่ละปีจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราเติบโตเฉลี่ยของตลาดแล้วพบว่าไทยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ส่งผลให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 1.47 ในปี 2545 เหลือร้อยละ 1.29 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 และมีแนวโน้มที่จะถูกเวียดนามขยับไปมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าในอนาคตอันใกล้

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในครัว พบว่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยมีอัตราเฉลี่ยหดตัวลงคิดเป็นร้อยละ 4.75 ซึ่งสวนทางกับความต้องการโดยรวมของสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของตลาดประมาณร้อยละ 10.81 ส่งผลให้การส่งออกของไทยมีมูลค่าลดลงจากมูลค่าประมาณ 38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปี 2545 เหลือเพียงมูลค่าประมาณ 26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก หรือคิดเป็นสัดส่วนตลาดลดลงจากร้อยละ 4.85 เหลือเพียงร้อยละ 2.93

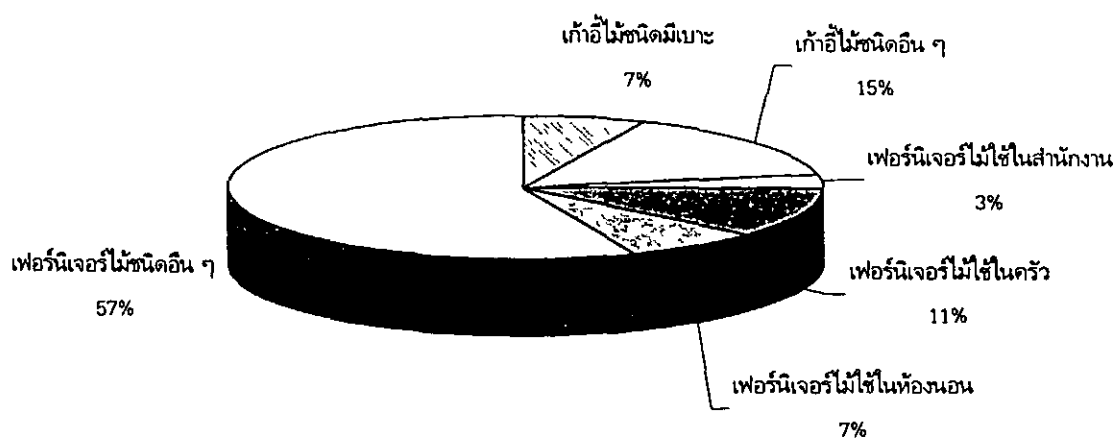
■ เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ ซึ่งเป็นชนิดของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีสัดส่วนการส่งออกสูงที่สุดของไทยนั้น พบว่า การส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 1.97 เท่านั้น ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับอัตราการขยายตัวของตลาด ส่งผลให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 4.77 ในปี 2545 เหลือเพียงร้อยละ 3.52 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาโดยรวม พบว่า มีแนวโน้มที่จะชะลอตัวลง ทั้งนี้เพราะชนิดของสินค้าที่มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นนั้นปัจจุบันมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันคิดเป็นร้อยละ 37 เท่านั้น ขณะที่ชนิดของสินค้าที่มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลงนั้นปัจจุบันมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันถึงร้อยละ 63

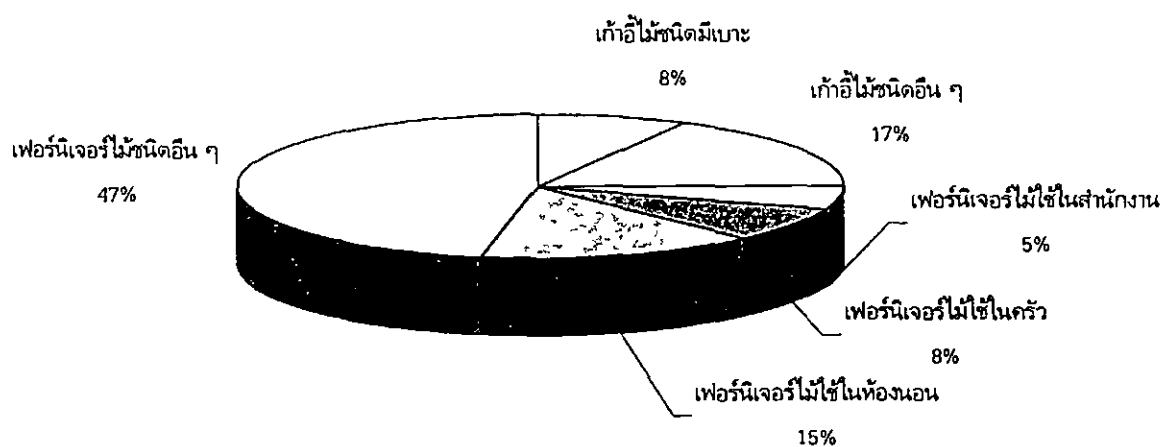
มูลค่า ล้านดอลลาร์สหรัฐ



ภาพประกอบ 8 เปรียบเทียบยอดส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดต่างๆของประเทศไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ในระหว่างปี พ.ศ. 2545 - 2548



ภาพประกอบ 9 สัดส่วนการส่งออกเพอร์นิเจอร์ไม้ชนิดต่างๆของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ปี พ.ศ. 2545



ภาพประกอบ 10 สัดส่วนการส่งออกเพอร์นิเจอร์ไม้ชนิดต่างๆของไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา
ปี พ.ศ. 2548 (ม.ค -ต.ค.)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา จะใช้แบบจำลองอุปสงค์ตามสมการที่ (2) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) กับ ตัวแปรอิสระที่สำคัญ ได้แก่ ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXT), ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXC), รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา (GDPPC) และ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (RER) นำมาประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square) โดยอาศัยข้อมูลทุติยภูมิ ประเภทอนุกรมเวลา ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 - ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548 นำมาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 10 โดยรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ด้วยวิธีการนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้ามาวิเคราะห์พร้อมๆ กัน (Enter Multiple Regression)

Independent Variable	b _i	Sb _i	t-statistic	Sig
(Constant)	-42 401	19 692	-2 153	041*
LNPXT	-1 090	067	-16 271	000**
LNPXC	204	278	734	470 ^{ns}
LN GDPPC	5 750	1 938	2 967	006*
LN RER	- 064	431	- 149	882 ^{ns}
R ²	= 914	F-statistic	= 69 146	
Adjust R ²	= 901	Sig (F-statistic)	= 000**	
Dependent Variable	LNQ	D W	= 1 667	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

^{ns} ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติที่ได้จากตารางที่ 21 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับค่าแล้ว (Adjust R²) มีค่าเท่ากับ 901 แสดงว่า ตัวแปรอิสระในแบบจำลอง ได้แก่ ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXT), ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXC), รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา (GDPPC) และ อัตราแลกเปลี่ยน

เงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (RER) มีความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมของตัวแปรตามได้ถึงร้อยละ 90.1 ส่วนอีกร้อยละ 9.9 เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่น ๆ ที่มีได้นำมาวิเคราะห์ในแบบจำลอง และเมื่อพิจารณาค่าสถิติทดสอบ F ที่คำนวณได้พบว่ามีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig. F) เท่ากับ 0.00 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า แบบจำลองที่สร้างขึ้นสามารถใช้อธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาค่าสถิติทดสอบ Durbin-Watson พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.667 ซึ่งผลดังกล่าวตกอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (autocorrelation) เนื่องจากมีค่าอยู่ในช่วง 1.544 - 2.456 ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาค่าสถิติทดสอบ t ที่ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหนึ่ง ๆ กับตัวแปรตาม พบว่าผลที่ได้ไม่สอดคล้องกับการทดสอบด้วยค่าสถิติทดสอบ F เนื่องจากมีเพียงตัวแปรราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตัวแปรรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกานั้นพบว่ามีค่าสถิติทดสอบ t ต่ำมากจนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งลักษณะดังกล่าวบ่งชี้ว่ามีความเป็นไปได้ที่จะเกิดปัญหาพหุสัมพันธ์ (Multicollinearity)¹¹ ซึ่งจะทำให้ไม่เป็นไปตามข้อสมมติพื้นฐานของการวิเคราะห์ความถดถอย โดยผลกระทบที่ตามมาของการเกิดปัญหานี้นอกจากจะทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้บางตัวมีความแม่นยำลดลงแล้ว ยังอาจส่งผลให้เครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์บางตัวตรงกันข้ามกับที่ควรจะเป็นอีกด้วย

ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ใหม่โดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบลำดับขั้น เนื่องจากวิธีนี้จะเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยครั้งละ 1 ตัว ถ้าตัวแปรอิสระที่นำเข้ามามีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระที่มีอยู่แล้วในสมการถดถอย ตัวแปรอิสระนั้นก็จะถูกตัดออกไป (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546 : 341) ซึ่งในการวิเคราะห์ใหม่นี้ตัวแปรอิสระที่ถูกตัดออกไป ได้แก่ ตัวแปรราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา โดยผลการวิเคราะห์มีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 22

¹¹ ปัญหาพหุสัมพันธ์ เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อตัวแปรอิสระตั้งแต่สองตัวขึ้นไปมีความสัมพันธ์กันสูงมาก ซึ่งในทางปฏิบัติ นักเศรษฐศาสตร์จำนวนมากยึดถือว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไปจะเข้าข่ายอยู่ในเกณฑ์ที่สูงที่จะก่อให้เกิดปัญหาพหุสัมพันธ์

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย
สหรัฐอเมริกา ด้วยวิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression)

Independent Variable	b_i	Sb_i	t-statistic	Sig
(Constant)	-55 310	8 619	-6 417	000**
LNPXT	-1 081	064	-16 928	000**
LNGDPPC	7 021	830	8 461	000**
R^2	= 912	F-statistic	= 145 623	
Adjust R^2	= 906	Sig (F-statistic)	= 000**	
Dependent Variable	LNQ	DW	= 1 553	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ตารางที่ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบลำดับขั้น พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับค่าแล้ว (Adjust R^2) มีค่าเท่ากับ 906 แสดงว่า ตัวแปรอิสระในแบบจำลอง ได้แก่ ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXT) และรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา (GDPPC) มีความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมของตัวแปรตามได้ถึงร้อยละ 90.6 ส่วนอีกร้อยละ 9.4 เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่นๆ ที่มีได้นำมาวิเคราะห์ในแบบจำลอง และเมื่อพิจารณาค่าสถิติทดสอบ F ที่คำนวณได้พบว่ามีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig F) เท่ากับ 0.00 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า แบบจำลองที่สร้างขึ้นสามารถใช้อธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และร้อยละ 99 และเมื่อพิจารณาค่าสถิติทดสอบ Durbin-Watson พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.553 ซึ่งผลดังกล่าวตกอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (autocorrelation) เนื่องจากมีค่าอยู่ในช่วง 1.465 - 2.535 ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

และในส่วนของการพิจารณาค่าสถิติทดสอบ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานค่าคงที่ และสมมติฐานของค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระแต่ละตัวในสมการ ผลการทดสอบพบว่า

ค่าคงที่ (b_0) มีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig t) = 0.00 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ในสมการถดถอยนี้ต้องมีค่าคงที่

สัมประสิทธิ์ถดถอยของราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (b_1) มีค่าเป็นลบ = -1.081 โดยมีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig t) = 0.00 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศ

สหรัฐอเมริกา (PXT) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย (Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และร้อยละ 99

สัมประสิทธิ์ถดถอยของรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศไทย (b₂) มีค่าเป็นบวก = 7.021 โดยมีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig t) = 0.00 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธ H₀ แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศไทย (GDPPC) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย (Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และร้อยละ 99

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ทางสถิติที่ได้จากตารางที่ 21 และตารางที่ 22 จะเห็นได้ว่าตารางที่ 22 มีความเหมาะสมในการอธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทยได้ดีกว่าตารางที่ 21 เพราะนอกจากจะมีค่าสถิติทดสอบ F ที่สูงกว่าแล้ว ยังพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย (Q) กับรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศไทย (GDPPC) มีนัยสำคัญทางสถิติในระดับความเชื่อมั่นที่สูงกว่าเดิมด้วย

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การนำเข้าด้วยวิธีการคัดเลือกตัวแปรแบบลำดับขั้น (Stepwise Multiple Regression) ดังแสดงในตารางที่ 22 ซึ่งสามารถนำมาเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\ln Q = -55.310 - 1.081 \ln PXT + 7.021 \ln GDPPC \quad (3)$$

(t-test) (-6.417)** (-16.928)** (8.461)**

ซึ่งจากการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การนำเข้าข้างต้นสรุปได้ว่า อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย (Q) ขึ้นอยู่กับปัจจัยราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศไทย (PXT) และปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศไทย (GDPPC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนปัจจัยราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศไทย (PXC) และปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (RER) นั้น พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงว่า ปัจจัยทั้งสองตัวนี้มีความสำคัญน้อยมากต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

จากสมการที่ (3) จะเห็นได้ว่าการประมาณค่าแบบจำลองอุปสงค์การนำเข้าอยู่ในรูป Log-linear ดังนั้นค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จึงสะท้อนถึงค่าความยืดหยุ่นของตัวแปรอิสระไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ผลกระทบได้ดังนี้

1 ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXT) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ = -1 081 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) ในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงในอัตราที่ใกล้เคียงกันกับอัตราที่ราคาเพิ่มขึ้น คือ ลดลงร้อยละ 1 081 ในทางตรงกันข้าม หากราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 ก็จะส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นในอัตราที่ใกล้เคียงกับอัตราที่ราคาลดลง คือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 081

2 รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา (GDPPC) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก = 7 021 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นสูง แสดงว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลให้ปริมาณการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7 021 ในทางตรงกันข้าม หากรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงร้อยละ 1 จะมีผลให้ปริมาณการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงถึงร้อยละ 7 021

สำหรับตัวแปรราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXC) และตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (RER) นั้น จากการศึกษาสมการอุปสงค์การนำเข้าในเบื้องต้นด้วยวิธีนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้ามาทำการวิเคราะห์พร้อม ๆ กัน¹² พบว่า มีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig t) = 47 และ 88 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = 05$) ทำให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรเพื่อดูทิศทางความสัมพันธ์ พบว่า

¹² สามารถดูรายละเอียดได้ในตารางที่ 21 หน้า 73

ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXC) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แสดงว่า มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าสินค้าชนิดนี้จากประเทศจีนมีลักษณะเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้กับสินค้าจากประเทศไทย กล่าวคือ ถ้าราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนปรับเพิ่มขึ้น ก็จะส่งผลให้อุปสงค์การนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น (เพราะคนอเมริกันส่วนหนึ่งจะหันมาซื้อสินค้าชนิดนี้จากไทยแทนการซื้อจากจีนที่มีราคาแพงขึ้น) และถ้าราคาเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนปรับลดลง ก็จะส่งผลให้อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง (เพราะคนอเมริกันส่วนหนึ่งยอมหันไปซื้อสินค้าชนิดนี้จากจีนที่มีราคาถูกลงแทนการซื้อจากไทย) ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกานั้น พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แสดงว่า มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) ในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้

ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลกระทบข้างต้นสรุปได้ว่า อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เนื่องจากปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าความยืดหยุ่นสูง (Elastic) = 7.021 ซึ่งหมายความว่า หากรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกายาวตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7.021 ขณะที่ปัจจัยด้านราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าความยืดหยุ่นใกล้เคียงกับหนึ่ง (Unitary) = 1.081 หมายความว่า หากราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีการปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาหดตัวลงร้อยละ 1.081

ในส่วนของปัจจัยราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และ ปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกานั้น พบว่า ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแต่ละตัวกับตัวแปรตาม พบว่า ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีทิศทางความสัมพันธ์เป็นบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ แสดงว่าสินค้าจากประเทศจีนมีลักษณะเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้กับสินค้าจากไทย ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกานั้นพบว่ามีทิศทางความสัมพันธ์เป็นลบ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นการสรุปผลการวิจัย ส่วนที่ 2 เป็นการอภิปรายผลการวิจัย และส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะจากการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายสำคัญ 3 ประการ คือ ประการแรก เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ประการที่สอง เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา และประการที่สาม เพื่อศึกษาถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ

ความสำคัญของการวิจัย ผลที่ได้จากการศึกษาจะช่วยให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจทราบถึงสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา, ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา รวมทั้งทราบถึงค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสำคัญ ทำให้สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้พิจารณาประกอบในการวางแผนนโยบายเพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการส่งออกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย ในการศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา จะพิจารณาจากข้อมูลสถิติการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยใน 6 พิกัดรายการ ได้แก่ แก้วไม้ชนิดมีเบาะ (HS 940161), แก้วไม้ชนิดอื่น ๆ (HS 940169), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน (HS 940330), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในครัว (HS 940340), เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดที่ใช้ในห้องนอน (HS 940350) และเฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ (HS 940360) โดยผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลเป็นรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2548 ส่วนการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา และค่าความยืดหยุ่นต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลนั้น จะศึกษาโดยอาศัยข้อมูลเป็นรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 ถึงไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2548 นำมาประมาณค่าแบบจำลองโดยอาศัยแนวคิดทางด้านเศรษฐมิติ โดยจะใช้ข้อมูลที่อยู่ในรูปมูลค่าที่แท้จริงในการคำนวณ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

1 **ตัวแปรตาม (Dependent Variable)** คือ อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

2 **ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)** ได้แก่

- ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
- ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
- รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา
- อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

สมมติฐานในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเชิงวิเคราะห์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1 ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

2 ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

3 รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

4 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

วิธีดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกเป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่าง ๆ โดยในส่วนของข้อมูลตัวแปรที่ต้องการศึกษาอาศัยข้อมูลจากฐานข้อมูลซีดีรอมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ข้อมูลจากเว็บไซต์ของสำนักวิเคราะห์เศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา และข้อมูลจากเว็บไซต์ของสำนักสถิติแรงงานสหรัฐอเมริกา ขั้นตอนที่สองเป็นการจัดกระทำข้อมูลโดยการประมวลผลด้วยโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์หาคำตอบตามความมุ่งหมายของการวิจัยได้ และขั้นตอนที่สามเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าสัดส่วน และค่าการเปลี่ยนแปลงสัมพัทธ์ ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลและค่าความยืดหยุ่นต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ทำโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 10 โดยสถิติที่ใช้ทำการวิเคราะห์ ได้แก่ Adjusted R^2 , F-statistic, t-statistic และ Durbin-Watson statistic

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามความมุ่งหมายของการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1 ผลการวิเคราะห์สถานการณ์ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่า

ชนิดของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยที่มูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดมีแนวโน้มสูงขึ้น ได้แก่

- แก้อั้วไม้ชนิดอื่น ๆ ซึ่งเป็นชนิดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีสัดส่วนการส่งออกมากเป็นอันดับที่ 2 ของไทยนั้น พบว่า การส่งออกของไทยยังคงมีอัตราเติบโตเฉลี่ยมากกว่าอัตราเติบโตเฉลี่ยของกลุ่มอย่างจีน มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นแหล่งนำเข้า 3 อันดับแรกของสหรัฐอเมริกา จึงส่งผลให้ไทยมีส่วนแบ่งในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 6.38 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 7.21 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในสำนักงาน จัดเป็นชนิดของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ไทยมีการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาน้อยที่สุด แต่พบว่าการส่งออกค่อย ๆ ปรับตัวสูงขึ้น โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 35.76 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สูงเมื่อเทียบกับอัตราเติบโตเฉลี่ยของตลาด จึงทำให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.61 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 2.44 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในห้องนอน พบว่า การส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยไปยังสหรัฐอเมริกายาวตัวเพิ่มทุกปี โดยมีอัตราเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 35.89 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดีเมื่อเทียบกับอัตราเติบโตเฉลี่ยของตลาด ทำให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.20 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 1.87 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548

ส่วนชนิดของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยที่มูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดมีแนวโน้มลดลง ได้แก่

- แก้อั้วไม้ชนิดมีเบาะ แม้ว่ามูลค่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ในแต่ละปีจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อเปรียบเทียบกับอัตราเติบโตเฉลี่ยของตลาดแล้วพบว่าไทยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า ส่งผลให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 1.47 ในปี 2545 เหลือร้อยละ 1.29 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548 และมีแนวโน้มที่จะถูกเวียดนามขยับไปมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าในอนาคตอันใกล้

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ใช้ในครัว พบว่าการส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยมีอัตราเฉลี่ยหดตัวลงคิดเป็นร้อยละ 4.75 ซึ่งสวนทางกับความต้องการโดยรวมของสหรัฐอเมริกาที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของตลาดประมาณร้อยละ 10.81 ส่งผลให้การส่งออกของไทยมีมูลค่าลดลงจากมูลค่าประมาณ 38 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปี 2545 เหลือเพียงมูลค่าประมาณ 26 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 ช่วง 10 เดือนแรก หรือคิดเป็นสัดส่วนตลาดลดลงจากร้อยละ 4.85 เหลือเพียงร้อยละ 2.93

- เฟอร์นิเจอร์ไม้ชนิดอื่น ๆ ซึ่งเป็นชนิดของสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีสัดส่วนการส่งออกสูงที่สุดของไทยนั้น พบว่า การส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 1.97 เท่านั้น ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับอัตราขยายตัวเฉลี่ยของตลาด ส่งผลให้ไทยมีส่วนแบ่งตลาดลดลงจากร้อยละ 4.77 ในปี 2545 เหลือเพียงร้อยละ 3.52 ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2548

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณามูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งตลาดเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาโดยรวม พบว่า มีแนวโน้มที่จะชะลอตัวลง ทั้งนี้เพราะชนิดของสินค้าที่มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มสูงขึ้นนั้น ปัจจุบันมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันคิดเป็นร้อยละ 37 เท่านั้น ขณะที่ชนิดของสินค้าที่มูลค่าการส่งออกมีแนวโน้มลดลงนั้นปัจจุบันมีสัดส่วนการส่งออกรวมกันถึงร้อยละ 63

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า

อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) ขึ้นอยู่กับ ปัจจัยราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXT) และปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา (GDPPC) โดยทั้งสองปัจจัยรวมกันสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ร้อยละ 90.6 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 9.4 เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่นๆ ที่มีได้นำมาวิเคราะห์ และเมื่อพิจารณาความมีนัยสำคัญรวมของสมการ (overall significance) พบว่า ค่าสถิติทดสอบ F ที่คำนวณได้มีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig F) เท่ากับ .000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ทั้งสองปัจจัยรวมกันมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และเมื่อตรวจสอบถึงความเป็นอิสระกันของตัวคลาดเคลื่อนด้วยค่าสถิติทดสอบ Durbin-Watson พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.553 ซึ่งผลดังกล่าวอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ว่าไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน เนื่องจากมีค่าอยู่ในช่วง 1.465 - 2.535 ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

และเมื่อพิจารณานัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยละตัว (Partial Test) พบว่า

สัมประสิทธิ์ถดถอยของปัจจัยราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (b₁) มีค่าเท่ากับ -1.081 โดยมีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig t) = .000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXT) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

สัมประสิทธิ์ถดถอยของปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา (b₂) มีค่าเป็นบวก - 7.021 โดยมีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig t) = .000 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) แสดงว่า รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา (GDPPC) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ส่วนสัมประสิทธิ์ถดถอยของของปัจจัยราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา และปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกานั้น จากการศึกษาสมการอุปสงค์ในเบื้องต้นด้วยวิธีนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้ามาทำการวิเคราะห์พร้อม ๆ กัน พบว่า มีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Sig t) = .47 และ .88 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) ทำให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แสดงว่า ปัจจัยทั้งสองตัวนี้อาจจะไม่มีอิทธิพลต่อปริมาณการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้นผู้วิจัยจึงตัดปัจจัยดังกล่าวทั้งสองตัวออกจากการวิเคราะห์

3 ผลการวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า

อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา (Q) ได้รับผลกระทบด้านรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา (GDPPC) มากกว่า ผลกระทบด้านราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXT) ทั้งนี้เนื่องจากรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าความยืดหยุ่นสูง (Elastic) = 7.021 ขณะที่ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่าความยืดหยุ่นใกล้เคียงกับหนึ่ง (Unitary) = 1.081 ดังนั้นเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ประเทศสหรัฐอเมริกาต้องการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากประเทศไทยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7.021 ขณะเดียวกันเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ประเทศสหรัฐอเมริกาต้องการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากประเทศไทยลดลงในอัตราที่ใกล้เคียงกันกับอัตราที่ราคาลดลง นั่นคือ ลดลงร้อยละ 1.081

ในส่วนของปัจจัยราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXC) และปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (RER) นั้น ถึงแม้ว่าจากการศึกษาสมการอุปสงค์ในเบื้องต้นด้วยวิธีนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้ามาทำการวิเคราะห์พร้อม ๆ กัน จะพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงเครื่องหมายของค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรเพื่อดูทิศทางความสัมพันธ์ พบว่า ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา (PXC) มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก แสดงว่า มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ ทำให้สามารถวิเคราะห์ได้ว่าสินค้าชนิดนี้จากประเทศจีนมีลักษณะเป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้กับสินค้าจากประเทศไทย กล่าวคือ ถ้าราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนปรับเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้อุปสงค์การนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น (เพราะคนอเมริกันส่วนหนึ่งจะหันมาซื้อสินค้าชนิดนี้จากไทยแทนการซื้อจากจีนที่มีราคาแพงขึ้น) และถ้าราคาเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนปรับลดลง ก็จะทำให้อุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลง (เพราะคนอเมริกันส่วนหนึ่งย่อมหันไปซื้อสินค้าชนิดเดียวกันนี้จากจีนซึ่งมีราคาถูกกว่าแทนการซื้อจากไทย) ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา (RER) นั้น พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แสดงว่า มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลและค่าความยืดหยุ่นต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 "ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา"

ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 19 พบว่า ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้ามกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นใกล้เคียงกับหนึ่ง $= -1.081$ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพรยศ วรณะสาร (2543 : 136 - 137) ที่พบว่าราคาเฉลี่ยส่งออกเครื่องสุสานของประเทศไทยไปยังประเทศฮ่องกงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกันกับปริมาณการส่งออกเครื่องสุสานที่ไทยไปยังฮ่องกง โดยมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับ -1.059 และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของจิระ ถาวรสุภาเจริญ (2544 : 102) ที่พบว่าราคาผลิตภัณฑ์พลาสติกประเภทเครื่องใช้ภายในครัวเรือนและสำนักงานมีผลเชิงลบต่อปริมาณส่งออกสินค้าประเภทดังกล่าวของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคาเท่ากับ -1.16 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อกับปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามเสมอ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทางด้านอุปสงค์ (Bade & Parkin 2002 : G9-11 และ Salvatore 1997 : 15)

จากผลการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลให้ปริมาณการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงในอัตราที่ใกล้เคียงกันกับอัตราที่ราคาเพิ่มขึ้น คือ ลดลงร้อยละ 1.081 ในทางตรงกันข้าม หากราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 ก็จะมีผลให้ปริมาณการนำเข้าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นในอัตราที่ใกล้เคียงกับอัตราที่ราคาลดลง คือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.081

ซึ่งผลการประมาณค่านี้ชี้ให้เห็นว่าหากผู้ผลิตไทยใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นเครื่องมือแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยลดราคาลงมา ก็จะทำให้ผู้ผลิตไทยมีรายรับหน่วยสุดท้าย (Marginal Revenue) เพิ่มขึ้นจากเดิมไม่มากนัก เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปริมาณส่งออกที่เพิ่มสูงขึ้น จะถูกหักล้างด้วยรายได้ที่ลดลงจากการลดราคาให้ต่ำลง ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าการขยายการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกานั้น ผู้ผลิตไทยควรที่จะหลีกเลี่ยงไม่ใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา หากแต่ควรหันไปใช้กลยุทธ์ทางด้านอื่น ๆ อาทิ เช่น กลยุทธ์ทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development Strategy) และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) แทน แต่ถ้าหากผู้ผลิตไทยต้องการที่จะใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นเครื่องมือแข่งขันในตลาดดังกล่าว ผู้วิจัยมองว่าผู้ผลิตไทยควรที่จะเลือกลดราคาหรือให้ส่วนลดแก่ผู้ซื้อที่เป็นรายใหญ่ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อราคาสินค้าเท่านั้น

นอกจากนี้ผลการประมาณค่าดังกล่าวยังบ่งบอกว่าสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของประเทศไทยมีความแตกต่างจากสินค้าของประเทศคู่แข่งพอสมควร เนื่องจากค่าความยืดหยุ่นต่อราคาที่ได้มีค่าสูงกว่าหนึ่งไม่มาก ทำให้เมื่อราคาส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยเพิ่มขึ้น คนอเมริกันก็จะหันไปนำเข้าสินค้าชนิดเดียวกันนี้จากประเทศคู่แข่งเพิ่มขึ้นไม่มากนัก เพราะผู้ผลิตไทยสามารถครองตลาดได้ในระดับหนึ่ง จึงเป็นผลให้คนอเมริกันลดการสั่งซื้อสินค้าชนิดนี้จากไทยลงไม่มากนักเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 "ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา"

จากการศึกษาสมการอุปสงค์การนำเข้าในเบื้องต้นด้วยวิธีการนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้ามาทำการวิเคราะห์พร้อม ๆ กัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 18 พบว่า ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา มีค่านัยสำคัญจากการคำนวณ ($\text{Sig } t = .47$) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = .05$) ทำให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงทิศทางความสัมพันธ์ พบว่าตัวแปรดังกล่าวมีทิศทางความสัมพันธ์เป็นบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ แสดงว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่แล้ว หากราคาส่งออกสินค้าชนิดนี้จากประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลให้คนอเมริกันส่วนหนึ่งหันมาซื้อสินค้าชนิดนี้จากประเทศไทยเพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้แทนกันได้กับปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทางด้านอุปสงค์ (Bade & Parkin 2002 G9-11 และ Salvatore 1997 15)

โดยผลที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบว่า ราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่สามารถอธิบายผลกระทบที่มีต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ สังเกตจากค่าทางสถิติที่ได้ให้ผลในระดับความเชื่อมั่นต่ำ ดังนั้นจึงไม่มีนัยสำคัญเท่าที่ควร ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่าโดยเปรียบเทียบแล้ว สินค้าชนิดนี้จากประเทศจีนยังมีราคาถูก เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุน (อ้างอิงจากศูนย์บริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2547 4 - 35) ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของกรมส่งเสริมการส่งออก ที่พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วสินค้าชนิดนี้จากจีนมีราคาถูกกว่าไทยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 15 (อ้างอิงจากสำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการส่งออก 2548 1) ประกอบในช่วงที่ผ่านมานักลงทุนของสหรัฐอเมริกาเข้าไปลงทุนสร้างโรงงานของตนเองเป็นจำนวนมากในประเทศจีน ทำให้จีนมีสถานะเป็นแหล่งอุปทานหลักของประเทศสหรัฐอเมริกา (อ้างอิงจากสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก 2547 3) ด้วยเหตุนี้จึงทำให้การเปลี่ยนแปลงราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ไม่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ ถึงแม้ว่าราคาส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกามีการปรับเพิ่มสูงขึ้น คนอเมริกันก็จะลดการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากจีนลงไม่มากนัก เนื่องจากคนอเมริกันเห็นว่ายังคงได้รับส่วนเกินผู้บริโภคอยู่ จึงเป็นผลให้คนอเมริกันหันมานำเข้าสินค้าชนิดนี้จากไทยเพิ่มขึ้นไม่มากนักเช่นกัน ส่วนในกรณีตรงกันข้าม ถ้าราคา

ส่งออกสินค้าชนิดนี้จากจีนลดลง คนอเมริกันก็จะซื้อสินค้าชนิดนี้จากจีนเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ส่งผลให้ยอดส่งออกสินค้าชนิดนี้ของไทยได้รับผลกระทบไม่มากนักเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 "รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา"

ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 19 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นมากกว่าหนึ่ง = 7.021 ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชาคริต วงษ์ไทย (2540 : 79) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่นในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความยืดหยุ่นสูง = 8.6627 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ที่พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศผู้นำเข้าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่าการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ของไทยในแต่ละปี โดยมีค่าความยืดหยุ่นสูง = 4.75 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของพรยศ วรรณะสาร (2543 : 137 - 139) ที่พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของประเทศฮ่องกงและญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์กับปริมาณการส่งออกเครื่องสุขภัณฑ์ไปยังประเทศดังกล่าวในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความยืดหยุ่นสูง = 2.335 และ 14.62 ตามลำดับ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของจิระ ถาวรสุกเจริญ (2544 : 108) ที่พบว่ารายได้ประชาชาติต่อคนของประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นในสองคาบเวลาที่ผ่านมา มีผลเชิงบวกต่อปริมาณการส่งออกสินค้าประเภทนี้จากประเทศไทยไปยังประเทศดังกล่าว โดยมีค่าความยืดหยุ่นสูง = 5.40 และ 28.39 ตามลำดับ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของศักดิ์สินธุ์ ชานูสุนทร (2545 : 71 - 108) ที่พบว่ารายได้ประชาชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมูลค่าการส่งออกที่แท้จริงของไทยในสินค้ากลุ่มอาหารปรุงแต่ง, กลุ่มสินค้าเครื่องหนัง, กลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ และกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมีค่าความยืดหยุ่นสูง = 3.37, 3.86, 4.80 และ 2.93 ตามลำดับ และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของกุลธิดา ชมเชย (2546 : 50 - 63) ที่พบว่ารายได้ประชาชาติของประเทศคู่ค้าสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และสหราชอาณาจักร มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์โลหะของไทยไปยังประเทศดังกล่าวในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความยืดหยุ่นสูงเท่ากับ 5.908, 3.093 และ 3.550 ตามลำดับ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณเสนอซื้อจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดทางด้านอุปสงค์ (Bade & Parkin 2002 : G9-11 และ Salvatore 1997 : 15)

จากผลการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่แล้ว หากรายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะมีผลให้ปริมาณการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 7.021 ในทางตรงกันข้าม ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงร้อยละ 1 จะมีผลให้ปริมาณการนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาลดลงถึงร้อยละ 7.021 ซึ่งผลการประมาณค่าดังกล่าวบ่งชี้ให้เห็นว่าสถานะเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกามีผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากไทยของคนอเมริกันค่อนข้างมาก ดังนั้น ถ้าหากว่าเศรษฐกิจของ

ประเทศสหรัฐอเมริกายังคงขยายตัว รายได้ประชาชาติของคนอเมริกันยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก็จะเป็นปัจจัยบวกที่จะทำให้ความต้องการสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยของคนอเมริกันขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่วนกรณีที่เป็นในทางตรงกันข้าม คือ ถ้าเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่จะทรงตัว หรือขยายตัวเพียงเล็กน้อย ก็จะทำให้คนอเมริกันมีพฤติกรรมการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวังมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาชะลอตัวลงอย่างมาก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการรู้ค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้เป็นประโยชน์อย่างมาก เพราะเป็นตัวบ่งชี้ให้ผู้ผลิตไทยทราบว่ายอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่ส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกานั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านรายได้ของประเทศผู้นำเข้าเป็นสำคัญ ทำให้ผู้ผลิตไทยเกิดความตระหนักว่า จะต้องให้ความสนใจกับการติดตามสถานะเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะได้วางแผนปรับปรุงกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตไทยสามารถแก้ไขปัญหาและขยายสัดส่วนตลาดได้มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4 "อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย"

จากการศึกษาสมการอุปสงค์การนำเข้าในเบื้องต้นด้วยวิธีการนำตัวแปรอิสระทุกตัวเข้ามาทำการวิเคราะห์พร้อม ๆ กัน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 18 พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีค่าสำคัญจากการคำนวณ ($\text{Sig } t = 88$) ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ตั้งไว้ ($\alpha = 05$) ทำให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 อีกทั้งเมื่อพิจารณาถึงทิศทางความสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรนี้มีทิศทางความสัมพันธ์เป็นลบกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้

โดยผลที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวทำให้ทราบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ไม่สามารถอธิบายผลกระทบที่มีต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทยได้ สังเกตจากค่าทางสถิติที่ได้ให้ผลในระดับความเชื่อมั่นต่ำ จึงไม่มีนัยสำคัญเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎี ทั้งนี้อาจมีสาเหตุที่เป็นไปได้หลายประการ เช่น อาจเกิดจากระยะเวลาที่ทำการศึกษา คือ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมาอยู่ในช่วงหลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งประเทศไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงระบบอัตราแลกเปลี่ยน โดยยกเลิกระบบตะกร้าเงิน (Basket of Currencies) หันมาใช้ระบบลอยตัวแบบจัดการ (Managed Float) แทน¹³ ซึ่งการใช้ระบบนี้แม้ว่าจะส่งผลให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ปรับเพิ่มขึ้นค่อนข้างมาก (ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงค่อนข้างมาก) แต่เนื่องจากในช่วงดังกล่าวประเทศคู่แข่งต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียก็ได้ประกาศลอยตัวค่าเงินเพื่อทำให้ค่าเงินของประเทศตนอ่อนค่าลงเช่นเดียวกันกับไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศอินโดนีเซีย ดังนั้น ในความเป็นจริงจึงเป็นไปได้ที่จะพบว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น (ค่าเงิน

¹³ ทิมา นโยบายอัตราแลกเปลี่ยน ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548) หน้า 1

บาทอ่อนค่าลง) ไม่ได้ส่งผลให้ผู้นำเข้าชาวอเมริกันสั่งซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้นำเข้าชาวอเมริกันสามารถที่จะเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศคู่แข่งที่มีราคาถูกกว่าไทยได้ เพราะค่าเงินของประเทศคู่แข่งเมื่อเทียบกับค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ได้อ่อนค่าลงมาในอัตราที่สูงกว่าไทย (ค่าเงินของประเทศคู่แข่งลดลงมากกว่าไทย) ส่วนในกรณีที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลง (ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น) ซึ่งจะส่งผลให้ราคาส่งออกสินค้าของไทยแพงขึ้นในสายตาของคนอเมริกัน เพราะต้องใช้เงินดอลลาร์ในจำนวนที่มากขึ้นในการซื้อสินค้าจากไทย แต่เนื่องจากค่าเงินของประเทศคู่แข่งเมื่อเทียบกับค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ แข็งค่าขึ้นในอัตราที่สูงกว่าไทย จึงทำให้ออกส่งสินค้าของประเทศคู่แข่งแพงขึ้นมากกว่าไทย ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้คนอเมริกันหันมาสั่งซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ซึ่งการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของนิตยา พิบูลย์รัตนกิจ ผู้ช่วยผู้ว่าการสายตลาดการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย ที่มีความเห็นว่าถึงแม้แนวโน้มค่าเงินบาทจะปรับตัวแข็งขึ้น ก็จะไม่มีผลกระทบกับการส่งออกของไทยมากนัก เนื่องจากประเทศอื่นในภูมิภาค เช่น ประเทศอินโดนีเซีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ค่าเงินก็แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลดอลลาร์เช่นกัน ทำให้อำนาจการแข่งขันของไทยไม่ต่างจากประเทศอื่นในภูมิภาคมากนัก (อ้างอิงจาก กรุงเทพธุรกิจ 2547)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1 ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน และการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า เนื่องจากผลที่ได้จากการศึกษาชี้ชัดว่าอุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา ได้รับผลกระทบในเชิงบวกจากผลทางด้านรายได้ของประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด (มีค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้เท่ากับ 7.021) แสดงว่าในช่วงที่รายได้ของคนอเมริกันขยายตัว ตามการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ คนอเมริกันส่วนใหญ่ก็ย่อมจะคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานสูงตามไปด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการไทยจะต้องตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภคในส่วนนี้ให้มากขึ้น และควรหาทางปรับปรุงพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐานที่สูงขึ้นกว่าเดิม หรือพยายามสร้างสรรค์สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อช่วยส่งเสริมให้สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ความต้องการสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกามีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมาก และในทางกลับกันถ้าหากว่าผู้ประกอบการไทยไม่ปรับตัว ยังคงผลิตสินค้าในรูปแบบและมาตรฐานที่ไม่แตกต่างไปจากเดิม ก็จะทำให้ผู้ประกอบการไทยมีความเสี่ยงที่จะสูญเสียตลาดให้กับคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น

2 ภาครัฐควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยอย่างต่อเนื่องในเรื่องของการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะผลที่ได้จากการศึกษาบ่งชี้ว่า หากเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาส่อตัวลง รายได้และอำนาจซื้อของคนอเมริกันก็จะลดลง ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลงอย่างมาก ดังนั้น ในช่วงนี้หากภาครัฐเพิ่มการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ หรือเพิ่มการให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการไทยให้สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในสหรัฐอเมริกาได้มากขึ้น ก็จะช่วยให้ผู้

บริโภคในสหรัฐอเมริกามีโอกาสได้เจรจาต่อรองกับผู้ประกอบการไทยโดยตรง ส่งผลให้ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาสั่งซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลงเพราะไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง

3 ภาครัฐและผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการเจาะตลาดใหม่ ๆ ที่มีกำลังซื้อสูง ทั้งนี้เพราะผลที่ได้จากการศึกษาบ่งชี้ว่า หากเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาชะลอตัวลง รายได้และอำนาจซื้อของคนอเมริกันก็จะลดลง ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลงอย่างมาก ดังนั้น ในช่วงนี้ถ้าผู้ประกอบการไทยสามารถนำเสนอสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยให้เป็นที่ต้องการของตลาดใหม่ที่มีกำลังซื้อสูงได้ ก็จะช่วยให้รายได้โดยรวมของผู้ประกอบการไทยลดลงไม่มากนัก เนื่องจากสามารถพึ่งพิงการส่งออกในตลาดใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นได้

4 ผู้ประกอบการไทยควรหลีกเลี่ยงไม่ใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาในการขยายตลาด เพราะแม้ว่าผลที่ได้จากการศึกษาจะบ่งชี้ว่าราคายังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ของคนอเมริกัน แต่เนื่องจากค่าความยืดหยุ่นต่อราคาที่ได้มีค่าใกล้เคียงกับหนึ่ง (มีค่าเท่ากับ 1.081) สะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้ผู้ประกอบการไทยจะสามารถควบคุมต้นทุนการผลิต ซึ่งจะช่วยให้อาจลดราคาขายลงได้ ก็จะส่งผลให้ความต้องการซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยของคนอเมริกันเพิ่มขึ้นไม่มาก ทำให้รายได้รวมของผู้ผลิตไทยไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก

5 ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถใช้ความได้เปรียบจากการที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น (เงินบาทอ่อนค่าลง) ในการขยายส่วนแบ่งตลาดได้ ทั้งนี้เพราะผลการศึกษาที่ได้อ้างอิงว่าการที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ปรับเพิ่มขึ้น ไม่ได้เป็นปัจจัยบวกที่ทำให้ความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกาของผู้ประกอบการไทยเพิ่มขึ้น (เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ มีผลต่อการนำเข้าสินค้าชนิดนี้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างมากจนไม่มีนัยสำคัญ)

6 ภาครัฐควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาการออกแบบสินค้าและการพัฒนาฝีมือแรงงานไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการไทยได้รับส่วนเหลือที่เพิ่มขึ้นแล้วยังมีผลต่อความยั่งยืนในการรักษาไว้ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยในอนาคตอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1 ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ เพื่อให้การวิจัยมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่ซื้อด้วยระบบผ่อนชำระ
- 2 ควรมีการกำหนดให้ตัวแปรอธิบายในสมการมีค่าเท่ากับค่าของคาบเวลาก่อนหน้า เพื่อให้สามารถวัดผลกระทบของตัวแปรได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากตัวแปรที่ใช้ทำการศึกษาในครั้งนี้ทุกตัวเป็นตัวแปรทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจจะได้รับผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนที่ต้องใช้เวลา (time lag)
- 3 ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของผลกระทบทางด้านสินค้าทดแทน เพราะนอกจากประเทศจีนที่ได้ทำการศึกษาแล้ว ยังมีอีกหลายประเทศ เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม ที่เป็นคู่แข่งสำคัญซึ่งอยู่ในตลาดระดับเดียวกับไทย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ (2548) สถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยความร่วมมือของกรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์
- กรมส่งเสริมการส่งออก (2540) โครงการศึกษาอุปทานสินค้าเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ กรุงเทพฯ บริษัท ซีเอ อินเตอร์เนชั่นแนล อินฟอร์เมชัน ถ่ายเอกสาร
- กรมส่งเสริมการส่งออก (2548) สรุปภาวะเศรษฐกิจและการค้าของสหรัฐอเมริกาปี 2547 และคาดการณ์ปี 2548 สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2548 จาก <http://www.depthai.go.th>
- (2548) Fact Sheet เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน พฤษภาคม สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2548 จาก <http://www.depthai.go.th>
- กัลยา วานิชย์บัญชา (2546) การวิเคราะห์สถิติ สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย พิมพ์ครั้งที่ 7 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กุลธิรา ชมเชย (2546) การวิเคราะห์อุปสงค์และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของการส่งออก เฟอร์นิเจอร์โลหะของไทยไปประเทศคู่ค้าสำคัญ ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- เกริกกฤษณ์ รัษฎปัติย์ (2540) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องฟุ้งต่อของไทยในประเทศสิงคโปร์ ปริญญานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ถ่ายเอกสาร
- จิระ ถาวรสุภเจริญ (2544) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์พลาสติก ประเภทอุปกรณ์เครื่องใช้ ภายในครัวเรือนและสำนักงาน ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี (2546) โครงการจัดทำข้อมูลอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน (สาขาไม้และเครื่องเรือน) กรุงเทพฯ ถ่ายเอกสาร
- (2545) แผนแม่บทอุตสาหกรรมรายสาขา (สาขาไม้และเครื่องเรือน) กรุงเทพฯ ถ่ายเอกสาร
- ศูนย์บริการวิชาการ (2547) โครงการวิจัยแนวทางเพิ่มขีดความสามารถของภาคอุตสาหกรรมภายใต้กรอบและผลการดำเนินการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรม (สาขาไม้และเครื่องเรือน) กรุงเทพฯ ถ่ายเอกสาร
- ชาคริต วงษ์ไทย (2540) การคาดคะเนและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ของไทยไปตลาดญี่ปุ่น ปริญญานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ถ่ายเอกสาร

- ณิฏยรัตน์ อินทรกุลไชย (2546) การส่งออกอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย รายงานการศึกษา
อิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตรธุรกิจ) ขอนแก่น บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น ถ่ายเอกสาร
- ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (2548) อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ สืบค้นเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2548, จาก
http://www.bbl.co.th/download/Furniture_TH.pdf ฝ่ายวิจัย
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548) ดัชนีค่าเงิน สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2548, จาก
http://www.bot.or.th/BOTHomepage/DataBank/Econcond/econind/Effective_Exchange
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2548) นโยบายอัตราแลกเปลี่ยน สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2548, จาก
<http://www.bot.or.th/BOTHomepage/BankAtWork/Monetary&FXPolicies/EXPolicy/8-23-2000-Th-1/index.htm>
- ธัญรัตน์ มโนปัญจศิริ (2546) ศักยภาพในการผลิตและการส่งออกเฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนของไทย กรุงเทพฯ
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ถ่ายเอกสาร
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์ (2542) เศรษฐศาสตร์การจัดการ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- (2545) จุลเศรษฐศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- (2546) ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค พิมพ์ครั้งที่ 6 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- บริษัทศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ (2543) อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ทำด้วยไม้ บทสรุปนักลงทุน กรุงเทพฯ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงอุตสาหกรรม ถ่ายเอกสาร
- พรยศ วรณะสาร (2543) การวิเคราะห์อุปสงค์การส่งออกเครื่องสุขภัณฑ์ไทย ปริญญาโทบริหารวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ (2546) เศรษฐมิติเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บัณฑิตวิทยาลัย (2546) คู่มือการจัดทำวิทยานิพนธ์และสารนิพนธ์
พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ชวนพิมพ์
- เมทินี ศุภสวัสดิ์กุล (2542) ดัชนีค่าเงินที่แท้จริง แนวคิด วิธีการคำนวณ และการประยุกต์ใช้กรณีประเทศ
ไทย (บทความ) กรุงเทพฯ กลุ่มการเงิน-ฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย
- รัตนา สายคณิต (2534) มหเศรษฐศาสตร์เบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ ไทยวัฒนาพานิช
- (2543) หลักเศรษฐศาสตร์ II มหเศรษฐศาสตร์ พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชลลดา จามรกุล, และ ศรีวงศ์ สุมิตร (2544) เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 1
กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน (2547) *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค* พิมพ์ครั้งที่ 18 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศักดิ์สินธุ์ ชาญสุนทร (2545) *ผลกระทบจากอัตราแลกเปลี่ยนของไทยและประเทศคู่แข่งต่อมูลค่าส่งออกสินค้าไทยสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา* ปรินซ์นิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ถ่ายเอกสาร
- ศุภางค์ เลิศสัญญาณ (2547) *เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน สินค้าส่งออกที่ยังมีศักยภาพ* เศรษฐทัศน์ ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (ม ค -มี ค 2547) หน้า 29-36
- ศูนย์พาณิชย์กรรม ณ นครลอสแอนเจลิส (2541) *สภาวะตลาดสินค้าเฟอร์นิเจอร์สหรัฐฯ* เอกสารกรมส่งเสริมการส่งออก ถ่ายเอกสาร
- สมรักษ์ รักษาทรัพย์, ถวิล นิลใบ (2543) *วิเคราะห์เศรษฐกิจประเทศไทย* พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2541) *โครงการศึกษาการพยากรณ์การส่งออกสินค้าสำคัญของไทยในตลาดโลก* รายงานวิจัย กรุงเทพฯ ฝ่ายแผนงานเศรษฐกิจรายสาขา ถ่ายเอกสาร
- สรยุทธ มินะพันธ์ (2546) *เศรษฐศาสตร์การจัดการองค์กรธุรกิจ* พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ สแตรทโทโนมิคส์
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2548) *ภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมรายสาขาปี 2547 และแนวโน้มปี 2548* สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2548, จาก http://www.oie.go.th/industry/status21_th.asp
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก (สิงหาคม 2547) *สรุปภาวะตลาดเฟอร์นิเจอร์ใช้ในครัวเรือนในสหรัฐฯ* สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2548, จาก <http://www.depthaigo.th>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครลอสแอนเจลิส (8 มีนาคม 2548) *ศักยภาพของตลาดสหรัฐอเมริกาและสินค้าที่มีศักยภาพ* สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2548, จาก <http://www.depthaigo.th>
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544) *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์* พิมพ์ครั้งที่ 11 กรุงเทพฯ เพื่องฟ้า
- สุภา เจริญกุล (2539) *ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นสำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูปของไทย* ปรินซ์นิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ถ่ายเอกสาร
- เอกชนเชื้อบาทแข็งต่อเนื่อง ธปท ย้ำ ไม่กระทบส่งออก (2547 24 พฤศจิกายน) กรุงเทพธุรกิจ
- เอนก เขียวถาวร (2541) *เศรษฐศาสตร์มหภาค 1* พิมพ์ครั้งที่ 11 กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- Bade, Robin, & Parkin, Michael (2002) *Foundations of Microeconomics* Second Edition Boston Pearson Education
- Bureau of Economic Analysis U S Department of Commerce (2005) *National Economic Accounts* สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2548, จาก <http://www.bea.doc.gov>

- Bureau of Labor Statistics U S Department of Labor (2005) *Consumer Price Index – All Urban Consumers (Current Series)* สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2548, จาก <http://data.bls.gov>
- Global Trade Information Services, Inc (2005) *World Trade Atlas* Atlanta, U S A สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2548, จากฐานข้อมูลระบบซีดีรอมของกรมส่งเสริมการส่งออก
- Gujarati, N G (1995) *Basic Econometrics* Third Edition New York McGraw-Hill
- Lipsey, Richard G , & Courant, Paul N (1996) *Economics* Eleventh Edition New York HarperCollins
- Mankiw, N Gregory (2001) *Principles of Economics* Second Edition Orlando Harcourt College
- McConnell, Campbell, & Brue, Stanley L (2002) *Economics* Fifteenth Edition Boston McGraw-Hill
- Pydyck, Robert S , & Rubinfeld, Daniel L (1995) *Microeconomics* Third Edition New Jersey Prentice-Hall
- Salvatore, Dominick (1997) *Theory and problems of Microeconomics* Third Edition New York McGraw-Hill

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การนำเข้าเฟอร์นิเจอร์ไม้
จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

ตารางผนวก 1 ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2541-2548

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ (ชิ้น)						รวม ΣQ_T
	เก้าอี้ไม้ชนิดมีพาะ / Q_{T1}	เก้าอี้ไม้ชนิดอื่นๆ Q_{T2}	ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน Q_{T3}	ชนิดที่ใช้ในครัว Q_{T4}	ชนิดที่ใช้ในห้องนอน Q_{T5}	ชนิดอื่นๆ Q_{T6}	
1/2541	23 098	637,068	23 062	96,043	2 662	1 892 153	2 674 086
2/2541	48 205	732 200	8 086	118 170	9,529	2 034 533	2,950 723
3/2541	58 616	681 081	1 667	107 207	10 137	3,102 619	3 961 327
4/2541	82 874	869 474	15 877	96,864	12 951	2 357 177	3 435 217
1/2542	33,464	514 694	9 664	89 496	5 726	1 591 388	2,244 432
2/2542	48 737	1 049 979	74 548	115 004	8 377	1 990 658	3 287 303
3/2542	189 785	760 473	14,822	167 849	7,636	2 751 670	3,892 235
4/2542	85 482	897 368	144 737	170 236	7 540	2 549 155	3,854,518
1/2543	52,194	774 795	73 256	48 335,741	10 624	1 961 325	51 207 935
2/2543	27 843	817 443	160 686	112,702	9 176	2 670 059	3,797 909
3/2543	69,093	793 452	73 398	108,367	6 377	4 196 271	5 246 958
4/2543	53 803	809 275	23 791	82 526	4 935	2 757 963	3 732 293
1/2544	58 384	600 535	57 851	54,687	7 115	2 835 324	3,613 896
2/2544	46 476	515 707	58 464	70 998	121,875	3 376 037	4 189 557
3/2544	92 732	537 707	58 732	199 469	126 292	3,210 575	4 225 507
4/2544	108 735	640 414	71 810	222 370	69,322	3 374 839	4,487 490
1/2545	77 403	641 398	75 750	124 307	15 600	3 239 355	4 173 813
2/2545	74,728	718 576	31 008	225 302	30 485	3 055 672	4 135 771
3/2545	124 194	1 282 474	149 780	514 274	28 410	10 181 962	12 281 094
4/2545	106,563	859 959	113 710	327 928	11 410	3,059,091	4 478 661
1/2546	103 328	909 593	79 729	195,384	35,132	2 604 277	3,927 443
2/2546	123,448	850,737	122,131	252,336	36 886	2 229 175	3 614,713
3/2546	194 296	717 179	93 508	397 148	34 758	2,863 644	4 300 533
4/2546	213 336	1 005,650	130 708	258 710	26 773	2 775 400	4,410 577
1/2547	218 211	1,209 553	101,993	123 355	37,017	2 288 270	3 978 399
2/2547	230 994	1 086 181	108,317	260 384	19 571	2 927 998	4 633 445
3/2547	273 573	1 101 969	45 790	129 743	41 554	3 254 184	4 846 813
4/2547	254 462	2 368,715	85 546	95 540	16 808	2,479 284	5 300 355
1/2548	579,836	1 100 870	63 816	117 132	45 036	1 679 927	3,586 617
2/2548	280,705	750 230	101 334	310 316	19 886	2 280 011	3 742 482
3/2548	274,635	728 820	93 909	360 198	20 235	2,471 089	3 948 886

ที่มา กรมส่งเสริมการค้าส่งออก (2548) World Trade Atlas (CD-ROM)

ตารางผนวก 2 ราคาเฉลี่ยในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2541–2548

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ราคาเฉลี่ย (ดอลลาร์สหรัฐฯ / ชิ้น)					
	เก้าอี้ไม้ชนิดมีเบาะ	เก้าอี้ไม้ชนิดอื่นๆ	ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน	ชนิดที่ใช้ในครัว	ชนิดที่ใช้ในห้องนอน	ชนิดอื่นๆ
	P _{T1}	P _{T2}	P _{T3}	P _{T4}	P _{T5}	P _{T6}
1/2541	16 61	10 45	5 15	37 13	330 01	10 55
2/2541	16 44	9 41	23 54	28 99	87 74	9 96
3/2541	22 99	13 61	64 32	41 79	98 95	9 72
4/2541	21 01	11 35	14 21	41 92	88 43	12 75
1/2542	54 38	13 22	25 24	34 27	103 20	13 75
2/2542	41 07	9 15	5 11	37 23	114 09	14 51
3/2542	11 66	14 38	21 53	32 13	124 42	13 36
4/2542	25 02	12 56	6 27	37 98	151 28	13 52
1/2543	40 15	14 42	9 28	0 10	121 77	23 50
2/2543	71 47	14 38	4 41	35 65	132 57	11 43
3/2543	42 02	15 08	7 24	35 33	179 36	10 08
4/2543	47 84	15 53	28 23	48 09	178 97	12 25
1/2544	46 32	15 53	11 80	50 37	92 98	10 15
2/2544	59 47	16 04	23 51	44 97	36 49	8 47
3/2544	35 46	15 83	5 78	27 75	35 56	12 66
4/2544	40 55	15 02	6 11	29 01	44 09	11 83
1/2545	44 79	13 78	5 31	29 57	60 48	12 22
2/2545	51 38	13 67	20 82	12 77	34 69	14 58
3/2545	42 89	13 42	17 36	31 31	46 06	5 38
4/2545	42 87	12 20	26 37	21 20	95 93	14 41
1/2546	46 08	13 95	25 91	40 53	50 23	14 44
2/2546	45 14	13 78	23 14	31 10	42 71	17 02
3/2546	36 02	15 16	23 02	22 05	44 66	17 74
4/2546	32 47	15 05	25 48	28 41	69 80	19 59
1/2547	31 80	14 08	31 71	45 50	50 32	22 72
2/2547	31 24	14 56	29 06	21 43	71 35	19 04
3/2547	29 65	14 98	29 49	41 33	42 53	20 84
4/2547	29 86	9 18	31 88	55 58	123 77	25 66
1/2548	14 98	13 97	30 34	36 77	32 41	25 39
2/2548	31 77	19 70	36 15	16 14	119 70	23 46
3/2548	31 64	16 50	30 03	141 20	117 88	25 25

ที่มา กรมส่งเสริมการค้าส่งออก (2548) World Trade Atlas (CD-ROM)

ตารางผนวก 3 ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ปี พ.ศ. 2541-2548

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (ดอลลาร์สหรัฐฯ / ชิ้น)						รวม PW_T
	เก้าอี้ไม้ชนิดมีเบาะ PW_{T1}	เก้าอี้ไม้ชนิดอื่นๆ PW_{T2}	ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน PW_{T3}	ชนิดที่ใช้ในครัว PW_{T4}	ชนิดที่ใช้ในห้องนอน PW_{T5}	ชนิดอื่นๆ PW_{T6}	
1/2541	0.14	2.49	0.04	1.33	0.33	7.46	11.8
2/2541	0.27	2.33	0.06	1.16	0.28	6.86	10.98
3/2541	0.34	2.34	0.03	1.13	0.25	7.62	11.71
4/2541	0.51	2.87	0.07	1.18	0.33	8.75	13.71
1/2542	0.81	3.03	0.11	1.37	0.26	9.75	15.33
2/2542	0.61	2.92	0.12	1.30	0.29	8.79	14.03
3/2542	0.57	2.81	0.08	1.39	0.24	9.45	14.54
4/2542	0.55	2.92	0.24	1.68	0.30	8.94	14.63
1/2543	0.04	0.22	0.01	0.09	0.03	0.90	1.29
2/2543	0.52	3.10	0.19	1.06	0.32	8.03	13.22
3/2543	0.55	2.28	0.10	0.73	0.22	8.06	11.94
4/2543	0.69	3.37	0.18	1.06	0.24	9.05	14.59
1/2544	0.75	2.58	0.19	0.76	0.18	7.96	12.43
2/2544	0.66	1.97	0.33	0.76	1.06	6.83	11.61
3/2544	0.78	2.01	0.08	1.31	1.06	9.62	14.86
4/2544	0.98	2.14	0.10	1.44	0.68	8.90	14.24
1/2545	0.83	2.12	0.10	0.88	0.23	9.48	13.64
2/2545	0.93	2.37	0.16	0.70	0.26	10.78	15.19
3/2545	0.43	1.40	0.21	1.31	0.11	4.46	7.93
4/2545	1.02	2.34	0.67	1.55	0.24	9.84	15.67
1/2546	1.21	3.23	0.53	2.02	0.45	9.58	17.01
2/2546	1.54	3.24	0.78	2.17	0.44	10.49	18.67
3/2546	1.63	2.53	0.50	2.04	0.36	11.82	18.87
4/2546	1.57	3.43	0.76	1.67	0.42	12.33	20.18
1/2547	1.74	4.28	0.81	1.41	0.47	13.07	21.79
2/2547	1.56	3.41	0.68	1.20	0.30	12.03	19.19
3/2547	1.67	3.41	0.28	1.11	0.36	13.99	20.82
4/2547	1.43	4.10	0.51	1.00	0.39	12.00	19.45
1/2548	2.42	4.29	0.54	1.20	0.41	11.89	20.75
2/2548	2.38	3.95	0.98	1.34	0.64	14.29	23.58
3/2548	2.20	3.05	0.71	12.88	0.60	15.80	35.25

ที่มา: คำนวณจากตารางผนวก 1 และ 2

ตารางผนวก 4 ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
 ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2541–2548

(ดอลลาร์สหรัฐ / จีน)

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ราคาส่งออกเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ¹ PW_t	ดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา ² $CPI_{2000=100}$	ราคาส่งออกเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักปรับด้วย ดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา PXT
1/2541	11.80	94.02	12.55
2/2541	10.98	94.52	11.61
3/2541	11.71	94.89	12.34
4/2541	13.71	95.22	14.39
1/2542	15.33	95.59	16.04
2/2542	14.03	96.52	14.53
3/2542	14.54	97.12	14.97
4/2542	14.63	97.72	14.97
1/2543	1.29	98.68	1.31
2/2543	13.22	99.73	13.25
3/2543	11.94	100.52	11.88
4/2543	14.59	101.06	14.43
1/2544	12.43	102.03	12.18
2/2544	11.61	103.10	11.26
3/2544	14.86	103.23	14.40
4/2544	14.24	102.94	13.83
1/2545	13.64	103.31	13.20
2/2545	15.19	104.43	14.54
3/2545	7.93	104.88	7.56
4/2545	15.67	105.21	14.90
1/2546	17.01	106.27	16.01
2/2546	18.67	106.66	17.50
3/2546	18.87	107.18	17.60
4/2546	20.18	107.20	18.82
1/2547	21.79	108.17	20.14
2/2547	19.19	108.17	17.74
3/2547	20.82	110.10	18.91
4/2547	19.45	110.76	17.56
1/2548	20.75	111.46	18.62
2/2548	23.58	112.95	20.87
3/2548	35.25	114.32	30.83

ที่มา ¹ จากตารางผนวก 3

² Bureau of Labor Statistics U.S. Department of Labor

(<http://data.bls.gov/PDO/servlet/SurveyOutputServlet>)

ตารางผนวก 5 ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2541-2548

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ปริมาณการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ (ชิ้น)						รวม $\Sigma \alpha_c$
	เก้าอี้ไม้ชนิดมีเบาะ α_{c1}	เก้าอี้ไม้ชนิดอื่นๆ α_{c2}	ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน α_{c3}	ชนิดที่ใช้ในครัว α_{c4}	ชนิดที่ใช้ในห้องนอน α_{c5}	ชนิดอื่นๆ α_{c6}	
1/2541	205 410	995 614	183 809	768 295	138 259	2 806 391	5 097 778
2/2541	265 843	1 164 001	217 473	1 124 768	166 290	3 403 457	6,341 832
3/2541	290 696	1 768 727	237 805	841 783	361 573	3 963 155	7 463 739
4/2541	373 900	1 845 268	304 598	987 495	299 824	4 774 309	8 585 394
1/2542	277 549	1 361 235	213 204	786 151	187 203	3 358 243	6,183 585
2/2542	542 748	2 122 631	310 250	941 621	259 785	4 979 865	9 156 900
3/2542	657,441	2 225 925	259 157	1 015 176	458 639	5 905 354	10 521 692
4/2542	710,657	2,560 113	333 763	1 200 644	438 898	5 779 063	11 023 138
1/2543	541,674	1 819 395	201,890	967 817	372 902	4 676 343	8 580 021
2/2543	578 331	2 117 219	280 027	1 460 409	576 798	5 300 664	10 313 448
3/2543	691 891	2 238 313	437,182	1 230 981	772 689	6 419 874	11 790 930
4/2543	960 778	1 947 638	708,641	1 015 243	649 856	4 920 918	10 203 074
1/2544	706 821	1 437 105	244 976	840 278	482 223	4 352 507	8 063 910
2/2544	912 578	1 525 814	402 376	820 598	828 824	5 245 951	9 736 141
3/2544	1 037 306	2 024 566	386 033	991 823	990 255	5 609 191	11 039 174
4/2544	1 423 154	2 115 134	463 308	949 641	1 290 117	5 785 267	12 026 621
1/2545	1 366 239	1 959 133	364 303	840,737	1 106 731	4 949 385	10 586 528
2/2545	1 796 452	2 268 501	675 175	1 233 494	1 623 712	6 901 064	14 498 398
3/2545	1 840 432	2 388 089	663 530	1 241 999	1 488 243	7 112 719	14 735 012
4/2545	1 786 992	2 322 135	767 374	1 028 000	1 442 998	6 688 094	14 035 593
1/2546	1 632 076	2 098 084	769 084	938,438	1 373 922	6 178 812	12 990 416
2/2546	1 871 953	2 376 411	1 056 615	1 202 850	1 635 910	7 378 925	15 522 664
3/2546	1 918 079	2 230 902	1 293 731	1 135 396	1 793 214	6 874 163	15 245 485
4/2546	2 323 021	2 820 587	1 279 912	1 236,769	1 917 783	7 563 026	17 141 098
1/2547	1 890 335	2 126 732	896 612	1 169,845	1 735 503	6 600,191	14 419 218
2/2547	2 508 323	2 547 964	1 424 234	1 416 045	2 122 910	8 087 660	18 107 136
3/2547	2 840 316	2 534 856	1 087 967	1 481 064	1 566 974	7 514 473	17 025 650
4/2547	3 125 797	2 772 815	1 091 356	1 491 186	1 900 955	9 027 858	19 409 967
1/2548	2 372 916	2 569 510	912 939	1 238 266	1 657 416	6 963 686	15 714 733
2/2548	3 088 331	2 567 481	1 394 783	1 304 908	2 121 135	9 513 553	19 990 191
3/2548	3 283 711	2 645 420	1 080 935	1 552 703	2 189 497	10 093 471	20 845 737

ที่มา กรมส่งเสริมการค้าส่งออก (2548) World Trade Atlas (CD-ROM)

ตารางผนวก 6 ราคาเฉลี่ยในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2541–2548

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ราคาเฉลี่ย (ดอลลาร์สหรัฐฯ / ชิ้น)					
	เก้าอี้ไม้ชนิดมีเบาะ	เก้าอี้ไม้ชนิดอื่นๆ	ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน	ชนิดที่ใช้ในครัว	ชนิดที่ใช้ในห้องนอน	ชนิดอื่นๆ
	P _{c1}	P _{c2}	P _{c3}	P _{c4}	P _{c5}	P _{c6}
1/2541	20 70	14 06	29 00	17 55	26 89	16 07
2/2541	22 86	14 11	36 20	15 49	36 36	15 92
3/2541	15 33	8 04	47 06	19 98	23 12	13 56
4/2541	21 08	10 51	48 59	24 69	34 68	14 06
1/2542	44 30	11 57	36 92	23 59	39 00	14 28
2/2542	24 31	10 80	36 93	27 46	42 34	13 82
3/2542	22 08	10 35	35 74	27 22	37 87	14 38
4/2542	33 07	9 97	32 97	26 64	45 38	15 44
1/2543	30 85	10 90	34 22	27 63	58 54	16 93
2/2543	37 29	10 97	33 24	19 98	49 08	17 37
3/2543	40 33	9 74	26 13	23 49	43 72	15 72
4/2543	31 58	10 75	22 03	26 99	44 27	16 94
1/2544	37 00	11 44	26 13	27 61	58 06	15 71
2/2544	29 48	10 65	19 51	31 73	48 07	15 55
3/2544	35 32	9 39	22 05	25 87	44 02	16 91
4/2544	33 87	10 66	24 05	33 73	44 89	20 18
1/2545	39 08	11 86	22 58	35 64	49 85	22 55
2/2545	26 48	11 62	19 20	28 43	52 20	20 85
3/2545	25 35	11 92	20 42	30 94	62 77	21 72
4/2545	29 42	12 40	19 66	34 67	69 40	22 76
1/2546	32 44	13 31	16 53	35 12	70 86	22 54
2/2546	39 55	14 19	20 25	35 28	72 44	23 14
3/2546	46 94	15 90	16 96	37 12	75 52	25 97
4/2546	48 92	15 52	20 64	41 97	79 77	29 40
1/2547	58 37	19 08	23 57	35 20	79 60	29 37
2/2547	52 59	17 41	21 34	34 85	84 62	31 19
3/2547	52 42	18 57	24 47	35 11	78 87	31 27
4/2547	55 08	18 52	29 91	38 16	82 77	31 27
1/2548	62 35	19 34	28 63	36 89	75 21	32 90
2/2548	59 41	21 34	29 60	42 83	82 92	32 65
3/2548	60 74	20 17	37 16	38 14	87 77	31 92

ที่มา กรมส่งเสริมการค้าส่งออก (2548) World Trade Atlas (CD-ROM)

ตารางผนวก 7 ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2541-2548

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ราคาเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (ดอลลาร์สหรัฐ / ชิ้น)						รวม PW _c
	เฟอร์นิเจอร์เบาะ PW _{c1}	เฟอร์นิเจอร์อื่นๆ PW _{c2}	ชนิดที่ใช้ในสำนักงาน PW _{c3}	ชนิดที่ใช้ในครัว PW _{c4}	ชนิดที่ใช้ในห้องนอน PW _{c5}	ชนิดอื่นๆ PW _{c6}	
1/2541	0.83	2.75	1.05	2.64	0.73	8.85	16.85
2/2541	0.96	2.59	1.24	2.75	0.95	8.54	17.03
3/2541	0.60	1.90	1.50	2.25	1.12	7.20	14.57
4/2541	0.92	2.26	1.72	2.84	1.21	7.82	16.77
1/2542	1.99	2.55	1.27	3.00	1.18	7.75	17.74
2/2542	1.44	2.50	1.25	2.82	1.20	7.51	16.73
3/2542	1.38	2.19	0.88	2.63	1.65	8.07	16.80
4/2542	2.13	2.31	1.00	2.90	1.81	8.09	18.25
1/2543	1.95	2.31	0.81	3.12	2.54	9.23	19.95
2/2543	2.09	2.25	0.90	2.83	2.75	8.93	19.74
3/2543	2.37	1.85	0.97	2.45	2.86	8.56	19.06
4/2543	2.97	2.05	1.53	2.69	2.82	8.17	20.23
1/2544	3.24	2.04	0.79	2.88	3.47	8.48	20.91
2/2544	2.76	1.67	0.81	2.67	4.09	8.38	20.38
3/2544	3.32	1.72	0.77	2.32	3.95	8.59	20.68
4/2544	4.01	1.88	0.93	2.66	4.82	9.71	24.00
1/2545	5.04	2.20	0.78	2.83	5.21	10.54	26.60
2/2545	3.28	1.82	0.89	2.42	5.85	9.93	24.18
3/2545	3.17	1.93	0.92	2.61	6.34	10.49	25.45
4/2545	3.75	2.05	1.07	2.54	7.13	10.84	27.39
1/2546	4.08	2.15	0.98	2.54	7.49	10.72	27.96
2/2546	4.77	2.17	1.38	2.73	7.63	11.00	29.69
3/2546	5.91	2.33	1.44	2.76	8.88	11.71	33.03
4/2546	6.63	2.55	1.54	3.03	8.92	12.97	35.65
1/2547	7.65	2.81	1.47	2.86	9.58	13.44	37.81
2/2547	7.29	2.45	1.68	2.73	9.92	13.93	37.99
3/2547	8.75	2.76	1.56	3.05	7.26	13.80	37.19
4/2547	8.87	2.65	1.68	2.93	8.11	14.54	38.78
1/2548	9.42	3.16	1.66	2.91	7.93	14.58	39.66
2/2548	9.18	2.74	2.07	2.80	8.80	15.54	41.12
3/2548	9.57	2.56	1.93	2.84	9.22	15.46	41.57

ที่มา: คำนวณจากตารางผนวก 5 และ 6

ตารางผนวก 8 ราคาส่งออกเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักในการส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศจีนไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา
 ปรับด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2541-2548

(ดอลลาร์สหรัฐฯ /ชิ้น)

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ราคาส่งออกเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ¹ PW_c	ดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา ¹ $CPI_{2000=100}$	ราคาส่งออกเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักปรับด้วย ดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกา PXC
1/2541	16 85	94 02	17 92
2/2541	17 03	94 52	18 02
3/2541	14 57	94 89	15 36
4/2541	16 77	95 22	17 61
1/2542	17 74	95 59	18 56
2/2542	16 73	96 52	17 34
3/2542	16 80	97 12	17 30
4/2542	18 25	97 72	18 67
1/2543	19 95	98 68	20 22
2/2543	19 74	99 73	19 80
3/2543	19 06	100 52	18 96
4/2543	20 23	101 06	20 02
1/2544	20 91	102 03	20 49
2/2544	20 38	103 10	19 77
3/2544	20 68	103 23	20 03
4/2544	24 00	102 94	23 31
1/2545	26 60	103 31	25 75
2/2545	24 18	104 43	23 16
3/2545	25 45	104 88	24 27
4/2545	27 39	105 21	26 04
1/2546	27 96	106 27	26 31
2/2546	29 69	106 66	27 84
3/2546	33 03	107 18	30 82
4/2546	35 65	107 20	33 26
1/2547	37 81	108 17	34 96
2/2547	37 99	108 17	35 12
3/2547	37 19	110 10	33 77
4/2547	38 78	110 76	35 01
1/2548	39 66	111 46	35 58
2/2548	41 12	112 95	36 40
3/2548	41 57	114 32	36 36

ที่มา ¹ จากตารางผนวก 7

² Bureau of Labor Statistics U.S. Department of Labor

(<http://data.bls.gov/PDO/servlet/SurveyOutputServlet>)

ตารางผนวก 9 ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้นเฉลี่ยต่อประชากร ตามราคาคงที่ของประเทศสหรัฐอเมริกา ปี พ.ศ. 2541–2548

(ดอลลาร์สหรัฐ/ประชากร)

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้นเฉลี่ยต่อประชากร ตามราคาคงที่ของประเทศสหรัฐอเมริกา (GDPPC _{constant Price 2000})
1/2541	32 501
2/2541	32 627
3/2541	32 900
4/2541	33 299
1/2542	33 497
2/2542	33 682
3/2542	33 967
4/2542	34 467
1/2543	34 467
2/2543	34 920
3/2543	34 782
4/2543	34 867
1/2544	34 741
2/2544	34 763
3/2544	34 546
4/2544	34 590
1/2545	34 745
2/2545	34 855
3/2545	34 967
4/2545	34 894
1/2546	34 963
2/2546	35 197
3/2546	35,722
4/2546	35 941
1/2547	36 236
2/2547	36 466
3/2547	36 726
4/2547	36 930
1/2548	37 195
2/2548	37 415
3/2548	37 711

ที่มา Bureau of Economic Analysis U.S. Department of Commerce (2548) (Online)

(<http://www.bea.gov/bea/dn/nipaweb/TableView.asp#Mid>)

ตารางผนวก 10 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกาปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ
สหรัฐอเมริกาปรับตัวดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 – 2548

ไตรมาส/ ปี พ.ศ.	อัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นตัวเงิน ¹	ดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศไทย ²	ดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศไทย ²	อัตราแลกเปลี่ยน ที่ปรับด้วยดัชนีราคา
		CPI _{2000 = 100}	CPI _{2000 = 100}	
1/2541	47.11	94.02	96.27	46.01
2/2541	40.33	94.52	98.41	38.73
3/2541	41.06	94.89	99.23	39.26
4/2541	36.95	95.22	98.72	35.64
1/2542	37.05	95.59	98.72	35.87
2/2542	37.18	96.52	98.01	36.61
3/2542	38.33	97.12	98.31	37.86
4/2542	38.81	97.72	98.82	38.37
1/2543	37.65	98.68	99.64	37.29
2/2543	38.66	99.73	99.54	38.74
3/2543	40.99	100.52	100.36	41.06
4/2543	43.34	101.06	100.46	43.60
1/2544	43.22	102.03	100.97	43.67
2/2544	45.39	103.10	102.10	45.84
3/2544	44.95	103.23	101.99	45.50
4/2544	44.35	102.94	101.48	44.98
1/2545	43.74	103.31	101.59	44.49
2/2545	42.79	104.43	102.30	43.68
3/2545	42.07	104.88	102.30	43.13
4/2545	43.42	105.21	102.92	44.38
1/2546	42.80	106.27	103.53	43.93
2/2546	42.23	106.66	104.04	43.29
3/2546	41.31	107.18	104.25	42.48
4/2546	39.78	107.20	104.55	40.79
1/2547	39.21	108.17	105.58	40.18
2/2547	40.27	108.17	106.80	40.79
3/2547	41.30	110.10	107.72	42.22
4/2547	40.29	110.76	107.83	41.39
1/2548	38.61	111.46	108.54	39.65
2/2548	40.10	112.95	110.79	40.88
3/2548	41.34	114.32	113.76	41.54

ที่มา ¹ ธนาคารแห่งประเทศไทย

² Bureau of Labor Statistics U.S. Department of Labor (<http://data.bls.gov/PDQ/servlet/SurveyOutputServlet>)

³ สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์สมการอุปสงค์การนำเข้า
เฟอร์นิเจอร์ไม้จากประเทศไทยของประเทศสหรัฐอเมริกา

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	LNPXT		Stepwise (Criteria Probability -of-F-to-e nter <= . 050, Probability -of-F-to-r emove >= . 100)
2	LNGDPPC		Stepwise (Criteria Probability -of-F-to-e nter <= . 050, Probability -of-F-to-r emove >= . 100)

a. Dependent Variable: LNQ

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.830 ^a	.688	.677	3.014	
2	.955 ^b	.912	.906	1.627	1.553

a. Predictors: (Constant), LNPXT

b. Predictors: (Constant), LNPXT, LNGDPPC

c. Dependent Variable: LNQ

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.812	1	5.812	63.971	.000 ^a
	Residual	2.635	29	.09085E-02		
	Total	8.446	30			
2	Regression	7.705	2	3.853	145.623	.000 ^b
	Residual	.741	28	.02646E-02		
	Total	8.446	30			

a. Predictors: (Constant), LNPXT

b. Predictors: (Constant), LNPXT, LNGDPPC

c. Dependent Variable: LNQ

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17 602	293		59 988	000
	LNPXT	- 875	109	- 830	-7 998	000
2	(Constant)	-55 310	8 619		-6 417	000
	LNPXT	-1 081	064	-1 025	-16 928	000
	LNGDPPC	7 021	830	512	8 461	000

a Dependent Variable LNQ

Excluded Variables^c

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	LNPXC	489 ^a	6 896	000	793	822
	LNGDPPC	512 ^a	8 461	000	848	854
	LNRER	067 ^a	632	533	119	977
2	LNPXC	103 ^b	732	470	140	160
	LNRER	- 001 ^b	- 024	981	- 005	957

a Predictors in the Model (Constant), LNPXT

b Predictors in the Model (Constant), LNPXT, LNGDPPC

c Dependent Variable LNQ

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	14 8451	17 7535	15 2952	5068	31
Residual	- 3263	3638	-2 18E-14	1571	31
Std. Predicted Value	- 888	4 851	000	1 000	31
Std. Residual	-2 006	2 237	000	966	31

a Dependent Variable LNQ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวกนกวรรณ เทียนเย็น
วันเดือนปีเกิด	22 สิงหาคม พ.ศ. 2520
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	2/3 หมู่ที่ 1 ตำบลบางขุนทอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 11130
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2535	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสตรีวัดระฆัง
พ.ศ. 2538	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ แผนกบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตปทุมธานี จักรวรรดิ
พ.ศ. 2542	บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการเงินและการธนาคาร มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2548	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ