

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษาโดยแยกองค์ประกอบของการส่งออกสินค้าของไทยโดยแบบจำลอง CMS

แบบจำลอง CMS แสดงผลการศึกษาในรายสินค้าที่ไทยส่งออกไป 5 ตลาดแสดงองค์ประกอบของการส่งออกของไทยพบว่า การเจริญเติบโตของการส่งออกของไทยได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ การเจริญเติบโตของตลาดประเทศผู้นำเข้า (Growth Effect) การเปลี่ยนแปลงรสนิยมต่อสินค้า (Commodity Effect) และความสามารถในการแข่งขันของไทย (Competitiveness Effect) ทั้งนี้การเจริญเติบโตของการส่งออกของไทย (Export Growth) เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการเจริญเติบโตของตลาดนำเข้าที่สูงขึ้น (Growth Effect) หรือการที่ตลาดนำเข้ามีการบริโภครายสินค้าที่สูงขึ้น (Commodity Effect) โดยที่สินค้านั้นเป็นชนิดเดียวกันกับที่ไทยมีความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Effect) สูง หรือเป็นผลมาจากปัจจัยทั้ง 3 ปัจจัยมีการเติบโตในทิศทางที่สูงขึ้น และเนื่องจากการที่ประเทศผู้นำเข้ามีการบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง (Commodity Effect) ในปริมาณที่สูงขึ้น จะทำให้การเจริญเติบโตของการนำเข้าสินค้ารวม (Growth Effect) ของตลาดประเทศผู้นำเข้าขยายตัวขึ้นไปด้วย ผลการศึกษารูปได้ว่าการขยายตัวของการส่งออกสินค้าไทย (Export Growth) ได้รับผลกระทบจากการเจริญเติบโตในตลาดประเทศผู้นำเข้า (Growth Effect) มากกว่าความสามารถในการแข่งขันของไทยแข่งขัน (Competitiveness Effect)

5.2 สรุปผลการศึกษาจากแบบจำลองทางเศรษฐมิติ

ผลการศึกษาโดยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ (Seemingly Unrelated Regression Estimator, SURE) ที่ศึกษาถึงตัวแปรที่ก่อให้เกิดการชะลอตัวของการส่งออกของไทยไปยัง 5 ตลาดและมีประเทศคู่แข่งคือ เวียดนาม พบว่า ตลาดสหรัฐอเมริกาไม่อ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนมากกว่าราคาที่เกิดจากต้นทุนการผลิต เพราะพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าน่าก่อนล่วงหน้า 1 ปีซึ่งจำเป็นสำหรับการส่งมอบสินค้าทางเรือที่ต้องใช้เวลานาน ตลาดอาเซียนอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเพราะการซื้อขายใช้เงินบาทเป็นหลัก (Baht Zone) ตลาดจีนอ่อนไหวต่อราคาที่เกิดจาก

ต้นทุนการผลิตและการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ตลาดญี่ปุ่นอ่อนไหวต่ออัตราแลกเปลี่ยน และต้นทุนการผลิตสินค้า และสุดท้ายตลาดสหภาพยุโรปไม่อ่อนไหวปัจจัยใดๆ

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากผลการศึกษาที่พบว่า ในสินค้าบางรายการที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่น้อยอาจทำให้การส่งออกน้อยลงด้วย ดังนั้นควรมีการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน อาจจะทำโดยการเพิ่มคุณภาพสินค้าในอุตสาหกรรมที่ได้เปรียบหรือที่ผลิตได้มากกว่าประเทศคู่แข่ง

5.4 ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

การเจริญเติบโตของการส่งออกที่ชะลอลงตัวนั้น อาจไม่ได้มีเพียงแค่ปัจจัยที่ผู้ทำการวิจัยนำมาศึกษาเท่านั้น ยังมีปัจจัยภายนอกอีก เช่น ฤดูกาล และโรคระบาดที่ส่งผลต่อพืชหรือสัตว์ อีกทั้งการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจอาจส่งผลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกของไทยอีกด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved