

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยัง ประเทศส่งออกหลัก ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ ฮองกง ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา รายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปีพ.ศ.2544 ถึงไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2553 จำนวน 40 ไตรมาส โดยใช้วิธี พานเนลโคอินทิเกรชันในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา พบว่าในการ ทดสอบพานเนลยูนิทรูท ตัวแปรทุกตัวไม่มียูนิทรูทหรือข้อมูลมีความนิ่งที่ระดับ First Difference หรือมีอันดับความสัมพันธ์ของข้อมูล เท่ากับ 1 หรือ $I(1)$ และเมื่อทำการทดสอบพานเนล โคอินทิเกรชันของแบบจำลอง พบว่ามูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยัง ต่างประเทศ ($\ln Exp_{it}$) อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินต่างประเทศ ($\ln ER_{it}$) ผลิตภัณฑ์ มวลรวมประชาชาติเบื้องต้นของต่างประเทศ ($\ln GDP_{it}$) และดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ ของไทยและต่างประเทศ ($\ln CPI_{it}$) มีโคอินทิเกรชันหรือมีความสัมพันธ์กันในระยะยาว

จากการประมาณค่าแบบจำลองทั้ง 3 วิธีซึ่งได้แก่ วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square, OLS) วิธีกำลังสองน้อยที่สุดเชิงพลวัต (Dynamic Ordinary Least Square, DOLS) และ วิธีการประมาณค่าแบบโมเมนต์ในรูปทั่วไป (Generalized Method of Moments, GMM) ในรูปแบบ Fixed Effects พบว่าการประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square, OLS) มีความเหมาะสมกับแบบจำลองมากที่สุด เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อสกุลเงิน ต่างประเทศ ($\ln ER_{it}$) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและ เครื่องประดับ ($\ln Exp_{it}$) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 4.130644 ในทิศทางตรงกันข้าม เมื่อผลิตภัณฑ์ มวลรวมประชาชาติเบื้องต้นของต่างประเทศ ($\ln GDP_{it}$) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ส่งผลให้มูลค่า การส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ($\ln Exp_{it}$) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 4.909778 ในทิศทาง เดียวกัน และเมื่อดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ ($\ln CPI_{it}$) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 ส่งผลให้ มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ($\ln Exp_{it}$) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 6.194135 ในทิศทาง ตรงกันข้าม โดยผลการทดสอบสรุปจากสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ คือ

1) อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินต่างประเทศและมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสูงขึ้น หรือค่าเงินบาทอ่อนค่าลง สินค้าส่งออกก็จะมีราคาถูกลง ทำให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้นตาม แต่ในกรณีนี้ผลการศึกษาพบว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศต่ำลง มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น หรืออัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินต่างประเทศและมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องมาจากอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศคู่แข่งในการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับกับประเทศไทย คือ ประเทศอินเดีย มีอัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้นมากกว่า เมื่อเทียบกับประเทศไทย (Reserve Bank of India, 2011) จึงส่งผลให้ต่างประเทศนำเข้าอัญมณีและเครื่องประดับจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น เป็นไปตามทฤษฎีอุปสงค์ว่าด้วยสินค้าทดแทนกัน

2) ผลกระทบมวลรวมประชาชาติเบื้องต้นของต่างประเทศและมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ถ้าผลกระทบมวลรวมประชาชาติเบื้องต้นของต่างประเทศเพิ่มขึ้น มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากผลกระทบมวลรวมประชาชาติเบื้องต้นเป็นตัวชี้วัดกำลังซื้อของประเทศผู้นำเข้า เมื่อประเทศผู้นำเข้ามีกำลังซื้อสูง การสั่งซื้อสินค้าย่อมมีปริมาณมาก ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มสูงขึ้น

3) ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบและมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม ถ้าดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบของไทยและต่างประเทศเพิ่มขึ้น ทำให้มูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจะลดลง เนื่องจากเมื่อราคาสินค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้น แสดงว่าราคาสินค้าส่งออกสูงขึ้นด้วย เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศแล้ว ทำให้ความต้องการในการสั่งซื้อสินค้ามีปริมาณลดลง ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกลดลง และเนื่องจากสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับจัดเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย (Luxury Goods) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จึงมีค่ามากกว่า 1

5.2 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากข้อจำกัดด้านข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้จึงใช้ตัวแปรเพียง 4 ตัวและระยะเวลาในการศึกษาเพียง 10 ปีย้อนหลัง ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะมีการเพิ่มตัวแปรที่สำคัญทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยไปยังประเทศต่างๆ หรืออาจเพิ่มจำนวนประเทศนอกเหนือจากประเทศที่ได้ทำการศึกษาแล้วให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทยและเป็นการเปิดตลาดให้กว้างขวางมากขึ้น หรือเพิ่มระยะเวลาในการศึกษาที่ย้อนหลังไปก่อนช่วงเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ

ปี 2540 เพื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออก หรืออัตราแลกเปลี่ยนว่ามีความเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะทำให้ผลการศึกษา มีความชัดเจนยิ่งขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved