

บทที่ 6

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการศึกษา

ยางพาราเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญของประเทศไทย โดยยางพาราได้มีบทบาทที่ก่อให้เกิดกิจกรรมต่อเนื่องทั้งภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ในภาคการเกษตรยางพาราได้ก่อให้เกิดรายได้ให้เกษตรกร เนื่องจากเป็นพืชที่ให้ผลผลิตเกือบตลอดปี จนสามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรชาวสวนยางและผู้เกี่ยวข้องกว่า 6 ล้านคนที่เป็นชาวสวนยางและในภาคอุตสาหกรรมยาง ความเกี่ยวเนื่องจากภาคการเกษตรมาจนถึงภาคอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมยางทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ จนก่อให้เกิดรายได้ให้กับประเทศ เช่น อุตสาหกรรมผลิตยางรถยนต์ อุตสาหกรรมถุงมือยาง เป็นต้น

ปัจจุบันไทยเป็นผู้ส่งออกยางธรรมชาติมากเป็นอันดับ 1 ของโลก ซึ่งยางแผ่นรมควันและยางแท่งเป็นยางธรรมชาติที่ประเทศไทยมีการส่งออกมากที่สุดไปยังประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีนที่ได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก แล้วนั้น ทำให้อัตราภาษีที่จีนผูกพันไว้กับองค์การการค้าโลกได้มีการปรับลดลงและได้มีการเปลี่ยนแปลงในการกำหนดโควตาและยกเลิกโควตาทั้งหมดในปี พ.ศ. 2547 ประกอบการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมของจีนซึ่งมีความต้องการใช้ยางพาราที่มากขึ้น ทำให้โดยภาพรวมทั้งหมดแล้ว ไทยสามารถส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนได้มากขึ้น แต่ก็อาจทำให้เกิดผลกับการที่ประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา มีแนวโน้มในการนำเข้ายางพาราจากไทยลดลง

ในฐานะที่ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางพารารายใหญ่ของโลกจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาถึงการใช้อย่างพาราในปัจจุบัน และศึกษาถึงการนำเข้าในประเทศผู้นำเข้าที่สำคัญของไทยทั้งในตลาดจีน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นประโยชน์ในการกำหนดแนวทางเพื่อรักษาตลาดในประเทศที่สำคัญ รวมทั้งการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการขยายตลาดต่อไปในอนาคต

การศึกษาทางด้านทางด้านตลาด พบว่า การตลาดยางพาราประกอบด้วย ผู้ขาย คือ เจ้าของสวนยาง และคนกรีดยาง ส่วนผู้ซื้อ ได้แก่ พ่อค้ายางระดับต่างๆ ตั้งแต่พ่อค้ายางระดับหมู่บ้าน พ่อค้าในตำบล อำเภอ จังหวัด โรงรมควันยาง และผู้ส่งออก ซึ่งวิธีการตลาดยางพารามีกระบวนการที่ไม่ซับซ้อน เพราะส่วนใหญ่เกษตรกรจะทำการขายยางโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง ส่วนการค้ากับ

ต่างประเทศการซื้อขายที่กระทำกันคือ การซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมากกว่าที่จะทำการซื้อขายโดยผ่านตลาดกลางระหว่างประเทศ

การตลาดภายในประเทศ

การศึกษาโครงสร้างการตลาดภายในประเทศ พบว่า ระบบการตลาดทางธรรมชาติของประเทศไทยประกอบด้วยพ่อค้ารับซื้อยาง(พ่อค้าคนกลาง) จำนวนมาก เกิดจากสาเหตุที่ว่าเกษตรกรชาวสวนยางในปัจจุบันเป็นเกษตรกรรายย่อยเสียส่วนใหญ่ จากรูปที่โครงสร้างทางการตลาดแผนผังที่ 4.1 จะเห็นได้ว่าการผลิตยางธรรมชาติของประเทศไทยส่วนใหญ่จะทำการผลิตยางแผ่นรมควัน ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 37 และ ยางแท่งมีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 42 นอกจากนั้นจะผลิต น้ำยางข้นมีสัดส่วนการผลิตร้อยละ 18 โดยส่วนที่เหลือจะเป็นการผลิตยางเครพ และยางประเภทอื่น ๆ ร้อยละ 3 ทั้งนี้ยางธรรมชาติที่ผลิตขึ้นกว่าร้อยละ 90 จะถูกนำไปขายนอกประเทศ ส่วนการบริโภคภายในประเทศจะมีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้น ซึ่งรัฐบาลควรหานโยบายส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศให้มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นต่อไป

การตลาดต่างประเทศ

รูปแบบการตลาดทางธรรมชาติสามารถกระทำได้ 2 ลักษณะ คือ การซื้อขายโดยผ่านตลาด (Open Market) และการซื้อขายโดยตรง (Direct Market) ซึ่งในปัจจุบันเราได้ให้ความสนใจการทำสัญญาซื้อขายกันในอนาคต (Future Market) หรืออาจเรียกว่าเป็นการซื้อขายกระดาษเพื่อส่งมอบสินค้าในอนาคต กระบวนการซื้อขายยางโดยผ่านตลาดนี้เริ่มจาก ผู้ผลิตหรือผู้บริโภคนั้นมีในครอบครองและมีความต้องการที่จะนำยางออกจำหน่ายต้องส่งคำสั่งโดยผ่านทางโบรกเกอร์ หรือนายหน้าของตลาดซึ่งต้องระบุชนิด ชั้นคุณภาพ ปริมาณ และราคาสินค้า หลังจากนั้นโบรกเกอร์จะนำข้อมูลนี้เข้าสู่ตลาด หากมีบุคคลใดต้องการซื้อหรือสนใจในสินค้าก็จะทำการติดต่อโดยผ่าน โบรกเกอร์เช่นเดียวกัน การซื้อขายจะเกิดขึ้น โดยราคาที่จำหน่ายได้จะกลายเป็นราคาอ้างอิงของยางคุณภาพนั้นๆ ในตลาด ราคาที่ประกาศในตลาดทางการจะเป็นราคาที่เกิดขึ้นจริง และสมาชิกทุกคนของตลาดต้องรับรู้

การศึกษานโยบายการค้ายางพารา

ในด้านนโยบายการนำเข้ายางธรรมชาติของทั้ง 3 ประเทศพบว่า ในปัจจุบันทั้ง 3 ประเทศมีการนำเข้ายางพาราเข้ามาใช้เพียงอย่างเดียว โดยที่ประเทศจีนจะเรียกเก็บภาษีจากประเทศผู้ส่งออกยางธรรมชาติดังนี้ คือ

1. สำหรับประเทศทั่วไปที่ไม่ได้เป็นสมาชิกขององค์การการค้าโลก (WTO) และไม่ได้มีการตกลงทำสนธิสัญญาเขตการค้าเสรีกับประเทศจีน ประเทศจีนจะมีการเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 40 ในทุกประเภทของยางธรรมชาติที่นำเข้า

2. สำหรับประเทศที่เป็นสมาชิกในองค์การการค้าโลก (WTO) จะมีการเก็บอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 20 ในส่วนของประเทศที่มีการทำเขตการค้าเสรีกับประเทศจีนจะมีการเก็บอัตราภาษีที่แตกต่างกันดังนี้

2.1 สำหรับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย เมียนมา เวียดนาม เป็นต้น ประเทศจีนจะมีการเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 12 สำหรับยางบลาตาคัดดาเปอร์ชา กวายุล ซิเคิล และกัมธรรมชาติที่คล้ายกัน

2.2 สำหรับประเทศปากีสถาน อัตราภาษีนำเข้าที่ประเทศจีนเรียกเก็บสำหรับยางแผ่นรมควัน และยางประเภทอื่นๆ คือร้อยละ 17

2.3 สำหรับประเทศซีลีประเทศจีนจะเก็บภาษีนำเข้าอย่างขั้น ยางแผ่นรมควัน และยางประเภทอื่นๆ ในอัตราร้อยละ 12 ส่วนยางแท่งจะเก็บภาษีนำเข้าในอัตราร้อยละ 0 นอกจากนี้ประเทศจีนจะเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับทุกประเภทของยางธรรมชาติที่มีการนำเข้ามาในประเทศจีนในอัตราร้อยละ 17

ในส่วนของนโยบายภาษีนำเข้ายางธรรมชาติของประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น จะไม่มีการเรียกเก็บภาษีนำเข้าในทุกประเภทของยางธรรมชาติทั้งในกลุ่มประเทศทั่วไป และกลุ่มประเทศที่เป็นสมาชิกในองค์การการค้าโลก

ในด้านการศึกษาผลของการเปลี่ยนแปลงทางด้านอัตราภาษีต่อการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีน รวมถึงผลที่อาจเกิดขึ้นกับประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยประเภทยางที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ยางแผ่นรมควันชั้น 3 ส่วนปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ความต้องการนำเข้าในทั้ง 3 ประเทศในครั้งแรกที่ตั้งไว้ ได้แก่ ราคาขางพาราภายในประเทศผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในของแต่ละประเทศ ปริมาณการผลิตขางพาราของประเทศไทย และอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออก ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา โดยใช้ข้อมูลรายไตรมาส ตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 พ.ศ.2538 - ไตรมาสที่ 4 พ.ศ.2552 ในกรณีประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากราคาขางภายในประเทศมาจาก $P_R (1+T)$ โดย P_R คือ ราคา F.O.B. ของประเทศไทยและ T คือ อัตราภาษีนำเข้า ในส่วนประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่มีการเก็บภาษีนำเข้าจึงใช้ตัวแปร ราคา F.O.B. ของประเทศไทยในการประมาณค่า ได้ผลการศึกษาดังนี้

กรณีประเทศจีน

ความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างปริมาณส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีน กับราคาขายพาราภายในประเทศจีน ผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศของจีน ปริมาณการผลิตยางพาราของประเทศไทย และอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศไทยผู้ส่งออก มีความสัมพันธ์ในระยะยาว โดยอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศไทยผู้ส่งออก (ER) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีนมากที่สุด ปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทย (Q_p) ราคาขายพาราภายในประเทศจีน (P_c) และผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศจีน (GDP_c) มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับ โดยพิจารณาจากความยืดหยุ่น

ซึ่งการที่อัตราแลกเปลี่ยนของไทยมีความยืดหยุ่นมากแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงค่าเงินจะทำให้ปริมาณการส่งออกเปลี่ยนแปลงไปเป็นปริมาณมาก ส่วนการที่ปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทยมีความยืดหยุ่นมากที่สุด คือ 10.188 ซึ่งในกรณีนี้เปลี่ยนแปลงของปริมาณการส่งออกจะมากกว่าการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทย ทำให้ทราบว่าเมื่อปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ปริมาณการส่งออกไปยังประเทศจีนเพิ่มขึ้นด้วย อาจเนื่องมาจากการที่ประเทศจีนเป็นประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ และผลผลิตยางพาราของประเทศไทยส่วนใหญ่จะเป็นไปเพื่อการส่งออก จึงทำให้การเปลี่ยนแปลงระหว่างตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันค่อนข้างมากนอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงของผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศจีนก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนมากเช่นกัน

สำหรับการพยากรณ์เพื่อประเมินผลของอัตราภาษีนำเข้าของประเทศไทยจากแบบจำลองพบว่า ณ ระดับอัตราภาษีนำเข้าในปัจจุบันที่อัตราร้อยละ 20 และจะยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงในระยะอันใกล้นี้แต่มีแนวโน้มที่จะลดลงในอนาคต พบว่า ราคาขายพาราภายในประเทศจีน (ที่มีอิทธิพลของภาษีนำเข้า) มีความยืดหยุ่นมาก (5.173) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกมากกว่าการเปลี่ยนแปลงราคาขายพาราภายในประเทศจีน แสดงว่า เมื่อมีการลดอัตราภาษีนำเข้ายางพาราย่อมส่งผลให้ราคาขายพารานั้นถูกลง การนำเข้าเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ปริมาณการส่งออกเพิ่มขึ้นด้วย ส่วนการประเมินผลของอัตราภาษีนำเข้าของจีนต่อการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีน โดยกำหนดให้ปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทยคงที่ ซึ่งแสดงผลเป็นรายปี พบว่า ในช่วง พ.ศ.2553-2558 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีนเฉลี่ยที่ระดับอัตราภาษีนำเข้าของจีนเท่ากับ 20% 15% 10% 5% และ 0% คิดเป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 1.02, 3.50, 5.84, 8.08 และ 10.22 เมื่อเทียบกับระดับการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี 2547-2552 (ปริมาณการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 273.80 พันตัน) ตามลำดับ ขณะเดียวกันได้สมมติให้ปริมาณผลผลิตยางพารา

ของประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4 ต่อปีอีกส่วนหนึ่งด้วย พบว่าในช่วงพ.ศ.2553-2558 ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีนเฉลี่ยในอัตราภาษีแต่ละระดับคิดเป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.80, 30.69, 31.96, 46.29 และ 60.44 เมื่อเทียบกับระดับการส่งออกเฉลี่ยในช่วงปี 2547-2552 (ปริมาณการส่งออกเฉลี่ยเท่ากับ 273.80 พันตัน) ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีของประเทศจีนส่งผลต่อปริมาณส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีน เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีไปแต่ละระดับแล้วทำให้ปริมาณการส่งออกมีปริมาณเพิ่มสูงขึ้นและเนื่องจากค่าความยืดหยุ่นต่อราคามีค่าน้อย การที่ระดับราคาเมื่อรวมภาษีที่ประเทศไทยต้องเสียลดต่ำลง จะทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราของไทยเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ถ้าสามารถขยายการส่งออกมากกว่าเดิม แม้จะต้องเสียภาษีในอัตราที่เท่าเดิมและทำให้ระดับราคาเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณการส่งออกจะลดลงเพียงเล็กน้อยแต่ก็จะทำให้มูลค่ารวมจากการส่งออกยางพาราไปยังประเทศจีนเพิ่มสูงขึ้นได้

กรณีประเทศญี่ปุ่น

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ การลดลงของอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศผู้ส่งออก การลดลงของราคา F.O.B. ของประเทศไทย การเพิ่มขึ้นปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทย และการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้วยความยืดหยุ่น -5.687, -1.603, 4.647 และ 4.282 ตามลำดับ ในกรณีนี้ การเปลี่ยนแปลงราคาราคา F.O.B. ของประเทศไทยเมื่อพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่น ทำให้ทราบว่า การเปลี่ยนแปลงราคาที่ลดลง ทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นมีการเปลี่ยนไม่มากนัก

ในส่วนของการพยากรณ์ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น พบว่า แนวโน้มการส่งออกยางพาราไปยังประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั้งในกรณีที่ให้ปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทยคงที่และเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4 ต่อปี

กรณีประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทย การลดลงของอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศไทย และการลดลงของราคาส่งออก F.O.B. ของประเทศไทย ด้วยความยืดหยุ่น 4.593, -4.577 และ -14.461 ตามลำดับ โดยที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

ส่วนการพยากรณ์การส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า ถ้าให้ปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทยคงที่ การส่งออกยางพาราไปประเทศสหรัฐอเมริกา จะมีแนวโน้มลดลง และถ้าเพิ่มปริมาณผลผลิตยางพาราของประเทศไทยขึ้นร้อยละ 4 ต่อปี การส่งออกยางพาราไปประเทศสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะทางด้านนโยบาย

6.2.1 จากการศึกษาทำให้ทราบว่าอัตราภาษีนำเข้าที่ร้อยละ 0 ทำให้ปริมาณการส่งออกยางพาราของประเทศไทยไปยังประเทศจีนมากที่สุด ซึ่งในปัจจุบันได้มีการเก็บอัตราภาษีนำเข้าที่ร้อยละ 20 โดยจะยังคงอัตราภาษีนำเข้าระดับอัตรานี้ต่อไป แต่ตามแนวทางการค้าเสรีมีแนวโน้มว่าอัตราภาษีนำเข้ายางพาราจะลดลง ดังนั้น ณ ระดับอัตราภาษีนำเข้าร้อยละ 20 ที่เรียกเก็บในปัจจุบัน จะยังคงมีความเหมาะสม ในขณะที่เดียวกันก็ควรส่งเสริมอุตสาหกรรมยางพาราภายในประเทศให้มีความแข็งแกร่งเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางนโยบายการค้าเสรีในอนาคต

6.2.2 เนื่องจากตลาดประเทศจีนเป็นตลาดที่มีแนวโน้มการนำเข้าสูงกว่าประเทศอื่นๆ ประกอบกับนโยบายการลงทุนต่างๆของประเทศจีนที่มีขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นนโยบายการสร้างเขื่อนยาง อีกทั้งยังมีการขยายโรงงานผลิตรายรถยนต์ โดยมีการเข้ามาลงทุนของประเทศต่างๆในประเทศจีนมากขึ้น ดังนั้นประเทศไทยในฐานะผู้ส่งออกยางพาราที่สำคัญ จึงควรมุ่งเน้นการส่งออกที่ตลาดประเทศจีนเป็นสำคัญ

6.2.3 การที่ภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นปัจจัยการนำเข้าที่สำคัญของประเทศจีนและสหรัฐอเมริกา ทำให้ประเทศไทยควรศึกษาถึงความต้องการประเภทของยางพาราที่แท้จริงเพื่อให้ตรงตามความต้องการ และอาจมีการขยายความต้องการยางพาราประเภทอื่นๆ อีกด้วย รวมทั้งการขยายตลาดไปยังประเทศอื่นๆ ก็ถือว่ามีความสำคัญด้วย

6.2.4 ควรมีการวางแผนการขยายพื้นที่ปลูก และการเพิ่มผลผลิตให้เป็นไปตามความต้องการ โดยศึกษาถึงความสอดคล้องความต้องการทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อเป็นการรักษาระดับราคาอย่างให้มีความเหมาะสม

6.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

6.3.1 การศึกษารั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงความต้องการยางพาราประเภทอื่นๆ เพื่อทราบถึงความต้องการยางพาราในแต่ละประเภทให้ตรงตามความต้องการของแต่ละตลาด

6.3.2 การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาราคาของประเทศคู่แข่งเพื่อนำมาเปรียบเทียบถึงโอกาสและอุปสรรคในการส่งออกยางพาราของไทย

6.3.3 การศึกษาครั้งต่อไปควรมีศึกษาถึงราคาในตลาดล่วงหน้า เนื่องจากการตัดสินใจนำเข้ายางพาราต้องมีการตกลงซื้อขายกันล่วงหน้าและตลาดล่วงหน้าก็ยังมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจนำเข้าด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved