ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงโดยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์

Factors Affecting the Growth Rate of Thailand's Beverage Export To CLMV Countries Using Panel Quantile Regression

กัญญาภัค แก้วดวงแสง[1] และ กัญญ์สุดา นิ่มอนุสสรณ์กุล[2]

Kanyaphak Kaewdoungsang[1] and Kunsuda Nimanussornkul[2]

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพรวมของนโยบายการค้าระหว่างประเทศกลุ่มลุ่มน้ำโขง ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม และทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงด้วยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายปี ตั้งแต่ปีตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 ถึง พ.ศ.2558 รวม 17 ปี ซึ่งได้กำหนดปัจจัยที่นำมาศึกษาได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศผู้นำเข้า อัตราเงินเฟ้อ อัตราแลกเปลี่ยน และดัชนีราคาส่งออกเครื่องดื่ม โดยจากผลการศึกษาภาพรวมนโยบายการค้าระหว่างประเทศพบว่า นโยบายการค้าระหว่างประเทศของกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม มีการเปิดเสรี หรือไม่มีการกีดกันทางการค้า รวมทั้งทางรัฐบาลของแต่ละประเทศมีการสนับสนุน หรือมีการปรับปรุงกฎหมายให้การค้าระหว่างประเทศมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น และในบางประเทศมีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบการนำเข้าและส่งออกอยู่บ่อยครั้งดังนั้นผู้ทำการค้าจึงต้องมีการติดตามการกฎระเบียบหรือนโยบายการนำเข้าและส่งออกอยู่เสมอ สำหรับการทดสอบยูนิทรูท ได้ทดสอบด้วยวิธีของ Levin, Lin and Chu (LLC) และ Pesaran พบว่าวิธี LLC ทุกตัวแปรมีลักษณะนิ่ง และวิธีของ Pesaran พบว่าทุกตัวแปรมีลักษณะนิ่ง ยกเว้นดัชนีราคาส่งออกเครื่องดื่ม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องตัดตัวแปรนี้ออกเพื่อการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นในช่วงระดับของอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทุกระดับการเจริญเติบโต ของการส่งออก ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อ มีผลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือ เมื่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มลดลงในช่วงระดับ ของอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทุกระดับการเจริญเติบโตของการส่งออก ส่วนการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางตรงข้าม กล่าวคือ เมื่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้อัตราการเจริญเติบโตของการส่งออก เครื่องดื่มลดลงในช่วงระดับของอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในระดับกลางและสูงเท่านั้น

คำสำคัญ: อัตราการเจริญเติบโต, มูลค่าส่งออก,เครื่องดื่ม,ประเทศลุ่มน้ำโขง การถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์

ABSTRACT

The study aim to study overview of trade policy of CLMV countries, which consist of Cambodia Laos Myanmar and Vietnam, and to find factors affecting the growth rate of Thailand's beverage export Value to CLMV countries using panel quantile regression. The data used in research in annual data covering the period 1999 to 2015 and variables are Gross Domestic Product (GDP), inflation, exchange rate and beverage's export price index. The result of overview of trade policy found that trade policies of CLMV countries have free trade policy and they are supported by government. The trade law has been changed to be convenient trade. Furthermore, each country frequently changes the law. So, importer or exporter should always follow up news about law of trade international. The result of Levin, Lin and Chu (LLC) unit root test showed that data is stationary in all variables. The result of the Pesaran unit root test showed that data is stationary in all variables, except beverage's export price index. So, this variable wasn't used for panel quantile regression analysis. The test of panel quantile regression found that GDP have a positive effect in all level of growth rate of Thailand's beverage export Value. In other word, it effects on growth rate of Thailand's beverage export Value are increasing when GDP are increasing. But, Inflation have a negative effect in all level of growth rate of Thailand's beverage export Value. In other word, it effects on growth rate of Thailand's beverage export Value are decreasing when inflation are increasing. Moreover, exchange rate have a negative effect in some level of growth rate of Thailand's beverage export Value. In other word, it effects on growth rate of Thailand's beverage export Value are decreasing when exchange rate are increasing.

Key word: Growth Rate, Beverage, Export value, CLMV countries, Panel Quantile Regression

ที่มาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นปัจจัยหลักต่อการดำรงชีวิต และถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ เนื่องจากการที่ประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณภาพและปริมาณเพียงพอ ซึ่งสามารถนำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิต และสามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติได้ นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีการพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรอย่างต่อเนื่องและแปรรูปสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลกที่เพิ่มขึ้น จากการที่มีประชากรและความต้องการปริมาณอาหารเพิ่มขึ้น จึงสามารถผลิตสินค้าได้มาตรฐานและมีคุณภาพจนเป็นที่ยอมรับ และสามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตได้ ทำให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตอาหารในภูมิภาคอาเซียน รวมทั้งเป็นผู้ส่งออกที่สำคัญในตลาดโลก โดยสาเหตุที่ประเทศไทยสามารถเป็นฐานการผลิตในอาเซียนได้ เพราะประเทศไทยมีความพร้อมด้านประสบการณ์และความชำนาญ จึงทำให้มีศักยภาพในการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพมากกว่าประเทศคู่แข่ง เช่น อินโดนีเซีย และ

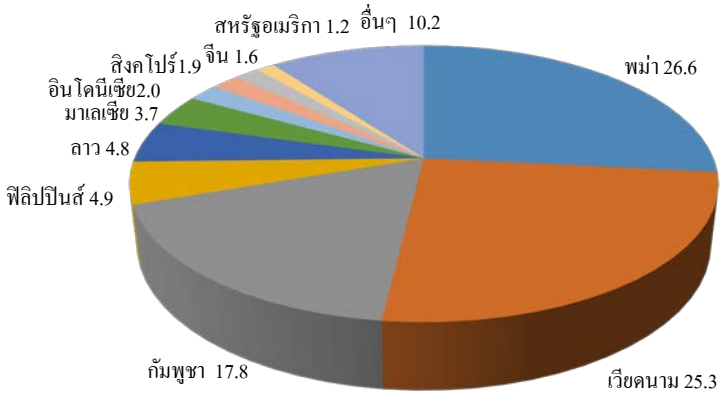
มาเลเซีย นอกจากด้านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพของเอกชนแล้วก็ยังได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้วยการใช้นโยบาย “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นการเป็นผู้นำในการผลิตอาหารในกลุ่มอาเซียนและขยายออกไปยังตลาดโลก โดยมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออก 7 อันดับแรกของไทย แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมเกษตร 7 อันดับแรก ปี 2555 – 2559 (ม.ค. – มิ.ย.)

รายการ	มูลค่า (ล้านบาท)				
	2555	2556	2557	2558	2559 (ม.ค.-มิ.ย.)
1. อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป	161,415.4	146,053.0	138,545.9	126,124.8	58,958.62
2. น้ำตาลทราย	122,285.1	85,494.5	87,942.4	90,097.6	47,199.93
3. ผลไม้กระป๋องและแปรรูป	47,848.5	49,247.1	55,672.0	63,607.7	38,941.31
4. เครื่องดื่ม	37,317.4	37,868.2	43,565.9	48,853.3	27,757.65
5. ผลิตภัณฑ์ข้าวสาลีและอาหารสำเร็จรูปอื่นๆ	32,179.9	35,795.5	42,702.2	44,619.5	23,788.52
6. อาหารสัตว์เลี้ยง	33,757.5	35,180.0	39,962.2	42,071.2	21,135.65
7. สิ่งปรุงรสอาหาร	15,661.2	16,796.3	19,061.4	19,781.8	10,540.52

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 1 สินค้าอุตสาหกรรมเกษตรส่งออกอันดับแรก คืออาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป มีการส่งออกมากที่สุด รองลงมาคือน้ำตาลทราย ผลไม้กระป๋องและแปรรูป และสินค้าประเภทเครื่องดื่ม ตามลำดับ โดยในปี 2559 (ม.ค.-มิ.ย.) สินค้าประเภทเครื่องดื่มมีมูลค่าส่งออกถึง 27,757.65 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.3 ของสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร และเมื่อเทียบมูลค่าส่งออกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 - 2558 จะเห็นว่ามีการส่งออกเพิ่มขึ้น และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมูลค่าส่งออกเครื่องดื่มที่เพิ่มขึ้นนั้นมาจากการส่งออกไปยังอาเซียนที่มากขึ้น ซึ่งสาเหตุที่ทำให้ส่งออกได้มากขึ้น เนื่องจากการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี AEC จึงส่งผลให้สินค้าประเภทเครื่องดื่มของไทยมีโอกาสขยายการค้าไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้น



ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

ภาพที่ 1 มูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยปี พ.ศ. 2558 (ร้อยละ)

ตลาดส่งออกเครื่องดื่มที่สำคัญ ได้แก่ประเทศในกลุ่มอาเซียนแสดงดังภาพที่ 1 โดยในปี พ.ศ. 2558 มีสัดส่วนร้อยละ 87 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของไทย โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงที่ถือว่าเป็นตลาดใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งประเทศไทยได้ส่งออกสินค้าในหมวดเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์นมของไทยเป็นหลักมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 75 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของไทย (ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์, 2559) เนื่องจากเศรษฐกิจในแต่ละประเทศของกลุ่มนี้มีการขยายตัวจากการค้าและการลงทุนส่งผลให้ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามทิศทางเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตขึ้นโดยมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มไปยังประเทศผู้นำเข้า 4 อันดับแรก แสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 มูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มเครื่องดื่มไปยังประเทศผู้นำเข้า ปี พ.ศ.2556 - 2559

ประเทศ	2556		2557		2558		2559 (ม.ค.-มิ.ย.)	
	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	มูลค่า (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)
1. พม่า	9,548.6	25.2	12,771.9	29.3	12,987.7	26.6	7,044.7	25.4
2. เวียดนาม	7,249.8	19.1	9,787.7	22.5	12,355.1	25.3	6,562.4	23.6
3. กัมพูชา	7,033.9	18.6	6,945.9	15.9	8,680.1	17.8	5,970.4	21.5
4. ลาว	1,915.2	5.1	2,085.7	4.8	2,351.3	4.8	1,399.4	5.0

ที่มา : กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 2 แสดงถึงมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังประเทศผู้นำเข้ามากที่สุด 4 อันดับ ได้แก่ พม่า เวียดนามกัมพูชา และลาว ตามลำดับ โดยจะเห็นว่าประเทศดังกล่าวเป็นกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง สาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยส่งออกไปยังประเทศเหล่านี้ได้มาก คือการที่ประชาชนในแต่ละประเทศมีพฤติกรรม และรสนิยมในการบริโภคเครื่องดื่มคล้ายกัน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากสื่อโฆษณาต่างๆ ที่สามารถรับชมและรับฟังในพื้นที่แถบชายแดน รวมทั้งได้รับอิทธิพลมาจากแรงงานที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยกันเองด้วย นอกจากนี้สินค้าเครื่องดื่มของไทยมีความได้เปรียบทางด้านรสชาติและคุณภาพของสินค้า รวมไปถึงมีการส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ส่งออกอาหารและเครื่องดื่มไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงเพิ่มขึ้นโดยสินค้าเครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมได้แก่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ น้ำดื่ม เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ผลิตจากพืชผักผลไม้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) ที่มีราคาไม่แพงมาก เนื่องจากรายได้ประชากรในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงนี้ยังไม่สูงมากนัก หากเทียบกับรายได้กับประชากรประเทศอื่นในอาเซียน

การศึกษาครั้งนี้จึงทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงโดยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ซึ่งเป็นวิธีวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทย ในแต่ละระดับของการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออก และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของแต่ละปัจจัยต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงได้ดีกว่าการประมาณค่าแบบธรรมดา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหรือผู้ผลิต ซึ่งสามารถนำมาประกอบการวางแผนและ

ตัดสินใจในการผลิตสินค้า และยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ดำเนินนโยบาย เพื่อนำไปเป็นแนวทางเพื่อทำให้ประเทศไทยมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษานโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศในกลุ่มลุ่มน้ำโขง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังประเทศกลุ่มลุ่มน้ำโขง โดยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์

วิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงโดยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ โดยปัจจัยดังกล่าว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศผู้นำเข้า อัตราเงินเฟ้อของประเทศนำเข้า อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินท้องถิ่นต่อบาท และดัชนีราคาส่งออกเครื่องดื่มของไทย ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) รายปี ทั้งหมด 17 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ถึง พ.ศ.2558 จากนั้นนำข้อมูลอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าส่งออกเครื่องดื่ม และข้อมูลปัจจัยอิสระข้างต้นมาทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Unit Root Test) แล้วจึงนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ (Panel Quantile Regression)

ผลการศึกษา

ผลการศึกษานโยบายการค้าระหว่างประเทศของประเทศในกลุ่มลุ่มน้ำโขงและผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทย มีดังนี้

นโยบายการค้าระหว่างประเทศของกัมพูชา

กัมพูชามีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปี พ.ศ. 2558 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 17.8 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐฯ มีรายรวมได้ต่อหัว ต่อปี 1,158.69 ดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งถือว่าเป็นประเทศที่มีรายได้ และจากการที่มีจำนวนประชากร และนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้ต้องมีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ เพื่อความต้องการบริโภคที่เพิ่มขึ้นในประเทศ ด้วยเหตุนี้ทำให้ไทยได้เปรียบกว่าประเทศอื่น เนื่องจากในการค้ากับไทยมีความสะดวก จากการที่มีชายแดนติดต่อกันในหลายจังหวัด ทำให้การส่งออกและนำเข้าสินค้ามีความรวดเร็ว และการชำระเงินก็ทำได้โดยง่าย ซึ่งจะชำระเป็นสกุลเงินบาท หรือเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ซื้อขายได้คล่องตัวกว่าประเทศคู่แข่ง ซึ่งสินค้าเครื่องดื่มก็ถือเป็นสินค้าหนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศกัมพูชา และนำเข้าเครื่องดื่มจากไทยเพิ่มขึ้นในทุกๆปี โดยในปี พ.ศ.2558 สินค้าเครื่องดื่มเป็นสินค้าที่ถูกนำเข้าทางชายแดนมากที่สุด มีมูลค่า 4,933 ล้านบาท เนื่องจากการผลิตเครื่องดื่มในประเทศยังไม่เพียงพอทั้งในด้านของปริมาณและคุณภาพ ทำให้ไทยมีโอกาสในการเข้าไปทำการค้าในกัมพูชา นอกจากนี้ยังได้มีการปรับนโยบายให้มีการปรับลดภาษีลงร้อยละ 0 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จึงคาดว่าในอนาคตการส่งออกเครื่องดื่มไปยังประเทศกัมพูชาเพิ่มมากยิ่งขึ้น

กัมพูชามีการดำเนินนโยบายการค้าแบบเสรี หรือไม่มีข้อกีดกันทางการค้า โดยสามารถให้ผู้ค้าทั้งกัมพูชาและชาวต่างชาติทำกิจการได้อย่างเสรี เช่นสามารถขนส่งสินค้าในประเทศได้อย่างเสรี แต่จะต้องอยู่ภายใต้กฎหมายและนโยบายของกัมพูชา และทางรัฐบาลยังช่วยชี้แนะเกี่ยวกับนโยบายการค้าแก่ผู้ค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับกฎหมายและนโยบายของกัมพูชา หรือมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้เอื้อต่อการค้า ถึงแม้ว่ากัมพูชาไม่มีข้อกีดกันทางการค้าโดยใช้ใบอนุญาตหรือโควตานำเข้า แต่มีสินค้าบางประเภท เช่น ยารักษาโรค อัญมณี ทองคำ และกรด ซึ่งเป็นสินค้าที่ต้องขอใบอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อน หากเป็นยารักษาโรค ก่อนที่จะนำเข้าทั้งผู้ผลิตในต่างประเทศและผู้นำเข้าจะต้องมีการจดทะเบียนตำรับยารักษาโรค ที่กระทรวงสาธารณสุขกัมพูชาก่อน และต้องขอใบอนุญาตที่มีอายุให้นำเข้าภายใน 6 เดือนทุกครั้งเมื่อมีการนำเข้า แต่ในส่วนการนำเข้ากรดต้องมีการขอใบอนุญาตนำเข้าสินค้าจากกระทรวงอุตสาหกรรม นอกจากนี้กัมพูชายังมีกฎหมายกำหนดมาตรฐานสินค้า โดยกรม CAMCONTROL กระทรวงพาณิชย์ เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบการนำเข้าสินค้าร่วมกับหน่วยงานที่รับผิดชอบการนำเข้าในทุกสินค้า ซึ่งการกำหนดการนำเข้าสินค้าหรืออาหาร ต้องมีฉลากที่แสดงรายละเอียด เช่น ชื่อสินค้า, ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต, วัตถุดิบ, วันที่ผลิต, วันหมดอายุ เป็นต้น (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2554)

ผู้ที่จะนำสินค้าเข้ากัมพูชาต้องมีการชำระภาษีนำเข้าและภาษีผู้บริโภคตามที่กำหนด ซึ่งในการนำเข้าสินค้า จะต้องผ่านการตรวจสอบโดยกระทรวงพาณิชย์ ที่ให้บริษัท Societe Generate de Surveliance S.A. หรือ SGS ตรวจสอบสินค้าก่อนนำเข้า (Pre-shipment Inspection: PSI) ซึ่งผู้ที่จะนำสินค้าเข้ามายังกัมพูชาโดยที่สินค้านั้นมีมูลค่า FOB มากกว่า 4,000 ดอลลาร์สหรัฐ ต้องมีการแจ้งไปยังบริษัท SGS ของประเทศที่มีการส่งออก ในการตรวจสอบสินค้าก่อนทำการส่งออก และเมื่อผ่านการตรวจสอบแล้ว ผู้ที่จะนำสิค้าเข้ามายังกัมพูชาจะได้รับ เอกสาร RIA (Registered Import Advice) ที่ออกโดยบริษัท SGS เพื่อนำไปผ่านในขั้นตอนของพิธีศุลกากร โดยจะมีการจ่ายค่าธรรมเนียม PSI ในร้อยละ 0.8 ของมูลค่า FOB และในการจัดเก็บภาษีนำเข้า โดยกรมศุลกากร กระทรวงเศรษฐกิจและการคลัง ซึ่งการจัดเก็บภาษีนำเข้าจะจัดตาม CIF ที่ปรากฏในสกุลเงินเรียล ซึ่งการเก็บภาษีได้แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ สินค้าฟุ่มเฟือย สินค้าสำเร็จรูป เครื่องจักรกล และวัสดุ เช่น เหล็ก กระเบื้อง ปูนซีเมนต์ เป็นต้น

เนื่องจากที่กัมพูชาไม่สามารถผลิตสินค้าได้เพียงพอตามต้องการของคนในประเทศ จึงต้องมีการนำเข้าสินค้าเป็นส่วนใหญ่ โดยการนำเข้าสินค้าจะต้องมีการตรวจสอบก่อนการนำเข้าดังที่กล่าวมาข้างต้น เช่น หินและโลหะ สัตว์มีชีวิต หนังสือพิมพ์ เครื่องใช้ในครัวเรือน สินค้าทุนทุกชนิดที่ได้รับ การยกเว้นภาษี และสิ่งของที่รัฐบาลของต่างประเทศ ส่งให้กับมูลนิธิการกุศล เป็นต้น แต่ก็มีบางสินค้าที่สามารถนำเข้าได้ โดยได้รับการยกเว้นในการตรวจสอบสินค้าก่อนการนำเข้าชั่วคราว ได้แก่ รถจักรยานยนต์ เครื่องเล่นวิดีโอ บุหรี่โทรทัศน์ วิทยุ และน้ำมันปิโตรเลียม ซึ่งในการนำเข้าน้ำมันปิโตรเลียม บริษัท BIVAC ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นผู้ที่คำนวณภาษีนำเข้าแทนรัฐบาล โดยเมื่อบริษัท BIVAC ทำการตรวจสอบสินค้าแล้วจึงจะออกเอกสารเพื่อให้ผู้ที่จะนำเข้าไปยื่นในการชำระภาษีและนำสินค้าออกจากศุลกากร (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2554) นอกจากนี้ยังมีสินค้าบางชนิดที่ได้รับการยกเว้นภาษีนำเข้า ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องมือและวัสดุการเกษตร และวัสดุอุปกรณ์การเรียน (จ่ายภาษีมูลค่าเพิ่มร้อยละ 10) ยารักษาโรค และอุปกรณ์กีฬา และยังมีสินค้าที่ห้ามนำเข้าอีกด้วย ซึ่งเป็นสินค้าประเภท อาวุธ ระเบิด หรือเป็นระเภททอง เงิน ที่เมื่อนำเข้าแล้วจะส่งผลกระทบกับความมั่นคงของประเทศ กระทบกับอุตสาหกรรมในประเทศและสิ่งแวดล้อม

นโยบายการค้าระหว่างประเทศของลาว

การค้าระหว่างประเทศของลาวและไทย มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกๆปี โดยในปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมา ลาวมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 12.8 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีรายรวมได้ต่อหัว ต่อปี 1,812.327 ดอลลาร์สหรัฐฯเนื่องจากการที่มีชายแดนติดต่อกันเป็นแนวยาว ทำให้มีการนำเข้าส่งออกเพิ่มสูงขึ้นด้วย ซึ่งสินค้านำเข้าสำคัญอย่างหนึ่งคือเครื่องดื่ม ซึ่งมีมูลค่านำเข้าเครื่องดื่มจากไทยเพิ่มขึ้นทุกปี สาเหตุจากการที่มีการปรับลดภาษีในเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 และจากการที่ประชาชนในประเทศพฤติกรรมการบริโภคคล้ายคนไทยอีกด้วย

ลาวได้มีการดำเนินนโยบายแบบเสรี โดยทางรัฐบาลมีการส่งเสริมการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ และยังให้นักลงทุนจากมาทำการค้าในลาวมากขึ้น แต่ลาวยังมีการกำหนดระเบียบและมาตรการด้านการส่งออกและนำเข้า ดังนั้นในการทำการค้า ผู้ส่งออกและนำเข้าต้องให้ความสำคัญกับกฎระเบียบการค้าต่างๆ ซึ่งกรมการนำเข้าส่งออก กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าของลาว ได้มีข้อกำหนดสินค้าที่ห้ามนำเข้า เช่น ปืน ลูกปืน เมล็ดฝิ่น ดอกฝิ่น เครื่องมือหาปลาแบบดับศูนย์ เครื่องจักรดีเซลที่ใช้แล้ว ตู้เย็น ตู้แช่ สินค้ามือสอง อุปกรณ์ทางการแพทย์ และสารเคมีที่อันตรายสูง ที่นำไปใช้ในอุตสาหกรรม เป็นต้น และสินค้าที่ห้ามทำการส่งออก เช่น เมล็ดฝิ่น ดอกฝิ่น กัญชา ปืน ลูกปืน ไม้ซุง ไม้แปรรูป วัตถุโบราณที่เก่าแก่ และมูลค้างคาว เป็นต้น ซึ่งสาเหตุที่มีการห้ามส่งออกหรือนำเข้าสินค้า เพราะสามารถส่งผลกระทบรุนแรง และเป็นภัยต่อความมั่นคงของชาติ รักษาวัฒนธรรม และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2553)

ในการนำเข้านั้น ลาวได้ออกระเบียบขั้นตอนที่กำหนดให้ผู้ทำการค้าต้องมีการเสนอแผนการนำเข้าในระยะเวลา 6 เดือนหรือ 1 ปี โดยแจ้งให้กับแผนกอุตสาหกรรมและการค้าแขวงหรือนครหลวงเวียงจันทร์ให้รับทราบก่อน แล้วจึงนำไปแจ้งกับหน่วยงานผ่านประตูเดียว (One Stop Service) ในการนำเข้าแต่ละครั้ง ในส่วนของสินค้าส่งออก ถ้าเป็นสินค้าทั่วไป จะต้องนำเอกสารไปยื่นต่อหน่วยงานบริการผ่านประตูเดียว ในการตรวจสอบสินค้าและส่งออกต่อไป แต่ถ้าเป็นสินค้าอุตสาหกรรม จะต้องไปยื่นเอกสารที่กระทรวงอุตสาหกรรมก่อน แล้วจึงนำเอกสารไปยื่นที่หน่วยงานบริการผ่านประตูเดียวเพื่อการตรวจสินค้าและส่งออก สำหรับสินค้าหวงห้าม จะต้องมีเอกสารในการขออนุญาต ได้แก่ ใบเสนอ ใบแจ้งราคาสินค้า และเอกสารรายงานการบรรจุหีบห่อ เพื่อนำไปยื่นในกระทรวงที่เกี่ยวข้อง แล้วนำไปยื่นต่อสำนักงานนายกรัฐมนตรีเพื่อขออนุญาต เมื่อผ่านแล้วจึงนำเอกสารไปยื่นต่อหน่วยงานบริการผ่านประตูเดียวในการตรวจสินค้าและส่งออก ส่วนสินค้าที่อยู่ในการคุ้มครองนั้นจะใช้เอกสารและมีขั้นตอนเดียวกันกับสินค้าหวงห้าม เพียงแต่ไม่ต้องยื่นเอกสารเพื่อขออนุญาตที่สำนักงานนายกรัฐมนตรี (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2554)

นโยบายการค้าระหว่างประเทศของพม่า

พม่ามีเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากการที่มีการค้าการลงทุนจากต่างประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2558 พม่ามีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 69.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และประชากรมีรายได้ต่อหัว ต่อปี 1,203.505 ดอลลาร์สหรัฐ ในส่วนของการค้าบริเวณชายแดนพม่ามีความสำคัญและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งพม่ามีแนวชายแดนติดกับไทยเป็นระยะทางถึง 1,800 กิโลเมตร ครอบคลุมทั้งหมด 10 จังหวัด ในด้านสินค้าเครื่องดื่มก็เป็นหนึ่งในสินค้าที่ส่งออกผ่านทางชายแดนมาก ซึ่งในแต่ละปีมีการส่งออกเพิ่มขึ้น โดยใน

ปี พ.ศ. 2557 ไทยได้ส่งออกเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ไปพม่าผ่านทางชายแดน 6,231.06 ล้านบาท และส่งออกเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ไปพม่าผ่านทางชายแดน 4,086.31ล้านบาท นอกจากนี้ยังส่งออกเพิ่มขึ้นในปีต่อไป เนื่องจากนโยบายที่เอื้อต่อการส่งออกโดยมีการปรับลดภาษีเครื่องดื่มลงเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558

รัฐบาลพม่าได้มีการดำเนินนโยบายการค้าเสรี โดยสามารถให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมทั้งในด้านการผลิตและการจัดการ และยังได้เปิดประเทศให้มีการค้าระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีนโยบายการค้า 3 ลักษณะ คือ 1. ส่งเสริมในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร โดยการขยายพื้นที่เพาะปลูก 2. ส่งเสริมการผลิตเพื่อการทดแทนสินค้านำเข้า เช่น น้ำมัน กระดาษ 3. รัฐบาลส่งเสริมการผลิตให้ทางรัฐวิสาหกิจ ในการขยายภาคอุตสาหกรรมให้มีการผลิตสินค้าได้หลากหลายประเภทมากขึ้น (กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์, 2554) โดยประเทศพม่าได้กำหนดนโยบายและมาตรการการนำเข้าและส่งออกโดย ผู้ค้าจะต้องมีการยื่นจดทะเบียนเป็นผู้นำเข้าและผู้ส่งออกที่สำนักงานทะเบียนนำเข้า-ส่งออก (Export Import Registration Office) กระทรวงพาณิชย์ของพม่า ซึ่งมีค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียน ประมาณ 50,000 จ๊าตโดยมีระยะเวลา 1 ปีในการดำเนินธุรกิจและ 100,000 จ๊าตโดยมีระยะเวลา 3 ปีในการดำเนินธุรกิจซึ่งผู้ค้าที่จดทะเบียนจะได้รับสิทธิดังนี้ 1. ผู้ส่งออกสามารถส่งออกสินค้าได้ทุกชนิด ยกเว้น ไม้สัก ก๊าซธรรมชาติ ไข่มุก น้ำมันปิโตรเลียม แร่ธรรมชาติ หยก อัญมณี และสินค้าอื่นๆที่ถูกกำหนดให้หน่วยงานรัฐวิสาหกิจดำเนินการได้เพียงหน่วยงานเดียว 2. สินค้าที่นำเข้าสามารถนำเข้าได้ทุกชนิด ยกเว้นสินค้าที่ห้ามนำเข้า 3. สามารถนำสินค้าไปขายในตลาดภายในประเทศได้4. ผู้ค้าสามารถขอหนังสือเดินทางประเภทธุรกิจในการเดินทางไปต่างประเทศได้ ส่วนกฎระเบียบการนำเข้าสินค้า มีดังตัวอย่างเช่น ผู้นำเข้าต้องใช้เงินที่ได้จากการส่งออกเท่านั้น ต้องมีบัญชีเงินฝากสกุลเงินตราต่างประเทศที่ ธนาคาร MICB และ MFTB และ ผู้นำเข้าต้องมีการประกันสินค้ากับบริษัท Myanmar Insurance Company และขนส่งโดยบริษัท Myanmar Five Star Line เป็นต้น กฎระเบียบการส่งออกสินค้า ดังเช่น รัฐบาลอนุญาตให้ใช้เงิน บาล จ๊าต และดอลลาร์สหรัฐในการชำระเงินผ่านทางชายแดน ผู้ส่งออกต้องมีใบอนุญาตการส่งออกจากกระทรวงพาณิชย์ที่มีระยะเวลา 6 เดือนก่อนทำการส่งออก และ ผู้ส่งออกจะต้องเปิด L/C ของธนาคาร MICB หรือ MFTB

นโยบายการค้าระหว่างประเทศของเวียดนาม

ในปี พ.ศ. 2558 เศรษฐกิจประเทศเวียดนามมีการขยายตัวสูงสุดในรอบ 3 ปี โดยมีมูลค่า การค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วย โดยเวียดนามมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 204.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และประชากรมีรายได้ต่อหัว ต่อปี 2,111.138 ดอลลาร์สหรัฐฯในส่วนของภาคอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของเวียดนามมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง ส่งผลให้ภาคอุตสาหกรรมเครื่องดื่มยิ่งพัฒนามากขึ้น แต่ภาคอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของเวียดนามยังมีจุดอ่อน เนื่องจากโครงสร้างพื้นฐานมีปัญหา จึงเป็นโอกาสทางการค้าของไทยที่ทำให้ส่งออกไปยังเวียดนามเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งในปี พ.ศ. 2558 ได้มีการปรับเปลี่ยนนโยบายในการปรับลดภาษีเครื่องดื่มลงเหลือร้อยละ 0 อีกด้วย และในส่วนของการค้าชายแดนระหว่างเวียดนามและไทย การส่งออกเครื่องดื่มนั้นได้เป็นสินค้าส่งออกอันดับหนึ่ง โดยในปี พ.ศ. 2557 ได้นำเข้าเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ 7,384.48 ล้านบาท ซึ่งเป็นการนำเข้าที่มีสัดส่วนที่สูงที่สุด

รัฐบาลเวียดนามมีการส่งเสริมการค้าโดยได้มีการปรับปรุงกฎหมายเพื่อความสะดวกต่อการค้าระหว่างประเทศ และมีการตั้งหน่วยงานเพื่อประสานงานกับบริษัทต่างประเทศในการติดต่อการค้าระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริม

ให้ต่างประเทศเข้ามาทำการค้าเพิ่มมากขึ้น เช่น กระทรวงเศรษฐกิจสัมพันธ์กับต่างประเทศ ศูนย์พัฒนาการส่งออกหอการค้าและอุตสาหกรรมแห่งเวียดนามเป็นต้น อีกทั้งยังอนุญาตให้ผู้ค้าหรือนักลงทุนเข้ามาจัดตั้งบริษัทโดยจดทะเบียนเป็นเจ้าของได้ ซึ่งทำให้เวียดนามเป็นประเทศที่นักลงทุนจากต่างประเทศให้ความ สนใจอย่างมาก แต่เวียดนามก็ยังมีนโยบายในการป้องกันการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติภายในประเทศและคุ้มครองธุรกิจภายในประเทศ ซึ่งจะมีมาตรการควบคุมในการส่งออกและนำเข้าสินค้าบางประเภท (หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, 2554)

กฎระเบียบของเวียดนามมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เนื่องจากรัฐบาลเวียดนามตระหนักถึง การแข่งขันด้านอุตสาหกรรมภายในประเทศที่เกิดจากการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ซึ่งทางรัฐบาลก็ได้กระจายอำนาจเข้าสู่แต่ละจังหวัดในการกำหนดกฎระเบียบในการจัดการด้านการค้าเพื่อความเป็นอิสระในการ ดำเนินนโยบายของแต่ละจังหวัด ซึ่งในแต่ละจังหวัดก็จะมีกฎหมายทางด้านการค้าที่แตกต่างกันอีกด้วย ทำให้ผู้ส่งออกต้องมีการศึกษาข้อมูลและติดตามกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ส่วนในเรื่องของพิธี การทางศุลกากรนั้น ในการขนส่งทางเรือมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากลักษณะภูมิประเทศของเวียดนามติดทะเลทอดยาวไปหลายพันกิโลเมตร และยังได้มีการสร้างท่าเรือไว้อยู่ในหลายจังหวัดที่ติดกับทะเล ซึ่งทำให้ใน การค้าเวลานำเข้าหรือส่งออกในแต่ละจังหวัดมีกฎและพิธีทางศุลกากรที่แตกต่างกันไปสำหรับขั้นตอนของพิธีศุลกากร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ทางรัฐบาลกำหนดให้ทำผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งการนำเข้าและส่งออก ซึ่งระบบนี้ช่วยลดระยะเวลาของแต่ละขั้นตอนตั้งแต่การขอใบอนุมัติการขนส่งสินค้าจนถึงการตรวจปล่อยสินค้า ในส่วนของมาตรการควบคุมการนำเข้าของเวียดนาม เช่น ยกเว้นภาษีของสินค้า นำเข้าเพื่อนำไปผลิตเป็นสินค้าส่งออก เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงโดยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ที่ระดับควอนไทล์ 0.25 0.50 และ 0.75 ดังตารางที่ 3 เมื่อกำหนดระดับอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มไปยัง 4 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ที่มีข้อมูลแต่ละประเทศทั้งหมด 16 ข้อมูล แบ่งเป็น 3 ระดับควอนไทล์หรือระดับอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกจากต่ำไปสูง ดังนี้

อัตราการเจริญเติบโตต่ำคำนวณจากข้อมูลที่ 1 ถึง 5
อัตราการเจริญเติบโตกลางคำนวณจากข้อมูลที่ 6 ถึง 10
อัตราการเจริญเติบโตสูงคำนวณจากข้อมูลที่ 11 ถึง 16

ตารางที่ 3 ข้อมูลอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าส่งออกของเครื่องดื่มไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงที่ระดับควอนไทล์ 0.25, 0.5 และ 0.75

ระดับควอนไทล์ (τ)	ระดับอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออก	Growth rate			
		กัมพูชา	ลาว	พม่า	เวียดนาม
0.25	อัตราการเจริญเติบโตต่ำ	-0.05582	-0.16554	-0.11365	-0.17713
0.50	อัตราการเจริญเติบโตกลาง	0.179044	0.118609	0.263046	0.403246
0.75	อัตราการเจริญเติบโตสูง	0.349478	0.44034	0.542117	0.967341

ที่มา : จากการคำนวณ

ในส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงโดยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ จะต้องมีการนำข้อมูลของทุกตัวแปรมาทดสอบความนิ่งก่อน ซึ่งจะมีการทดสอบความนิ่งของข้อมูล 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรกเป็นการทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 1 ด้วยวิธี Levin, Lin, and Chu (LLC) และขั้นตอนที่สองเป็นการทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 2ด้วยวิธี Pesaran โดยได้กำหนดสมมติฐานหลักคือข้อมูลไม่มีลักษณะนิ่ง และสมมติฐานรองคือข้อมูลมีลักษณะนิ่ง

ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 1 (First Generation of Panel Unit Root Test)

การทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 1ด้วยวิธี Levin, Lin & Chu (LLC) พบว่าอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่ม (EXG) อัตราเงินเฟ้อ (INF) อัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน (EXC) และอัตราการเปลี่ยนแปลง ของดัชนีราคาส่งออกเครื่องดื่ม (XPI) ปฏิเสธสมมติฐานสมมติฐานหลักที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ส่วนของตัวแปรอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDPG) ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 1 ด้วยวิธี Levin, Lin & Chu (LLC)

ตัวแปร	None		Intercept		Intercept and Trend	
	statistic	Prob.	statistic	Prob.	statistic	Prob.
EXG	3.4716***	0.0003	4.2808***	0.0000	2.5896***	0.0048
GDPG	1.6375*	0.0508	2.4945***	0.0063	1.67440**	0.0470
INF	2.7238***	0.0032	2.4847***	0.0065	5.3667***	0.0000
EXC	4.6354***	0.0000	2.4684***	0.0068	3.9942***	0.0000
XPI	6.05988***	0.0000	5.2607***	0.0000	4.19288***	0.0000

หมายเหตุ: ***,**,* แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ
ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 2 (Second Generation of Panel Unit Root Test) การทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 2 ด้วยวิธี Pesaran (2003) พบว่าตัวแปรมีลักษณะนิ่ง (Stationary) ที่ระดับ Level หรือ I(0) โดยอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่ม (EXG)อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDPG) และอัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน (EXC) ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อ (INF) ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ระดับนัยสำคัญ 0.1 ส่วนอัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาส่งออกเครื่องดื่ม พบว่าตัวแปรไม่มีลักษณะนิ่ง (non-stationary) ดังนั้นจึงต้องตัดตัวแปรนี้ออกใน การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 2 ด้วยวิธี Pesaran Panel Unit Test (CIPS)

ตัวแปร	Without trend		With trend	
	Statistic	Prob.	Statistic	Prob.
EXG	-6.437***	0.001	-5.517***	0.000
GDPG	-4.528***	0.000	-3.444***	0.000
INF	-1.618*	0.053	-0.429	0.334
EXC	-3.413***	0.000	-3.006***	0.001
XPI	8.427	1.000	7.881	1.000

หมายเหตุ: ***, **, * แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ
ที่มา: จากการคำนวณ

การวิเคราะห์การถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ (Panel Quantile Regression)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มจากประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง ด้วยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ (Panel Quantile Regression) แสดงผลได้ดังตารางที่ 6 โดยพบว่า อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDPG) มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางเดียวกันในทุกระดับควอนไทล์ โดยระดับควอนไทล์ 0.25 0.5 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 กล่าวคือเมื่ออัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ1.3378 และ 0.9713 ตามลำดับ และมีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางเดียวกัน ในระดับควอนไทล์ 0.75 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือเมื่ออัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6307 ในส่วนของอัตราเงินเฟ้อของประเทศผู้นำเข้า (INF) มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางตรงกันข้ามในทุกระดับควอนไทล์โดยระดับควอนไทล์ 0.25 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.1กล่าวคือเมื่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มลดลงร้อยละ 0.0144 และในระดับควอนไทล์ 0.5 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือเมื่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มลดลงร้อยละ 0.0090 และในระดับควอนไทล์ 0.75 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 กล่าวคือเมื่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มลดลงร้อยละ 0.0092 ในขณะที่อัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินสกุลบาทและสกุลเงินท้องถิ่นในแต่ละประเทศผู้นำเข้า (EXC) มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับควอนไทล์ 0.5 และ 0.75 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 กล่าวคือเมื่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าการส่งออกเครื่องดื่มลดลงร้อยละ 0.0032 และ 0.0041 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ผลการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์

ระดับควอนไทล์		0.25	0.5	0.75
Constant	Coefficient	0.0423	0.1951***	0.4572
	Prob.	0.5703	0.0011	0.0004
GDPG	Coefficient	1.3378***	0.9713***	0.6306**
	Prob.	0.0058	0.0000	0.0360
INF	Coefficient	-0.0144*	-0.0090**	-0.0092***
	Prob.	0.0611	0.0138	0.0009
EXC	Coefficient	-0.0032	-0.0032***	-0.0041***
	Prob.	0.1273	0.0001	0.0006

หมายเหตุ: ***, **, * แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, 0.05 และ 0.1 ตามลำดับ
ที่มา: จากการคำนวณ

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ต้องการศึกษาภาพรวมของนโยบายการค้าระหว่างประเทศ ในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง และทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มจากประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง ด้วยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2542 ถึง พ.ศ.2558 รวม 17 ปี ซึ่งจากผลการศึกษาภาพรวมของนโยบายการค้าของประเทศในกลุ่มลุ่มน้ำโขง พบว่า นโยบายการค้าระหว่างประเทศดำเนินนโยบายการค้าแบบเสรี ไม่มีข้อกีดกันทางการค้าเหมือนกันทุกประเทศในกลุ่มลุ่มน้ำโขง ซึ่งผู้ค้าทั้งในและนอกประเทศสามารถทำการค้าได้อย่างเสรี และทางรัฐบาลยังมีนโยบายส่งเสริมการค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ หรือเริ่มมีการปรับปรุงกฎหมายเพื่อความสะดวกต่อการค้าระหว่างประเทศ โดยในแต่ละประเทศก็จะมีมาตรการและข้อกำหนดสำหรับสินค้านำเข้าและส่งออกแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่ห้ามนำเข้าหรือส่งออก ซึ่งส่วนมากเป็นสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะของชาติ หรือส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ หรืออัตราการชำระภาษีที่แตกต่างกัน การควบคุมปริมาณสินค้าที่นำเข้าหรือส่งออก และการกำหนดมาตรฐานสินค้า และเนื่องจากบางประเทศจะมีการเปลี่ยนกฎระเบียบบ่อยและอาจจะไม่ได้มีการแจ้งล่วงหน้า ดังนั้นผู้นำส่งออกสินค้าไปยังประเทศเหล่านี้จึงต้องให้ความสำคัญกับกฎระเบียบการค้าต่างๆ และควรจะมีการติดตามกฎระเบียบหรือนโยบายการค้าในแต่ละประเทศอย่างต่อเนื่อง

ส่วนผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มของประเทศไทยไปยังกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง ด้วยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ พบว่าการทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 1 ด้วยวิธี Levin, Lin & Chu (LLC) ของอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่ม (EXG) อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDPG) อัตราเงินเฟ้อ (INF) อัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน (EXC) และอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาส่งออกเครื่องดื่ม (XPI) มีลักษณะนิ่งที่ระดับ

I(0) ส่วนการทดสอบความนิ่งของข้อมูลช่วงยาวรุ่นที่ 2 ด้วยวิธี Pesaran (2003) พบว่าอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่ม (EXG) อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDPG) อัตราเงินเฟ้อ (INF) และอัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน (EXC) มีลักษณะนิ่งที่ระดับ I(0) ส่วนอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาส่งออกเครื่องดื่ม (XPI) พบว่าไม่มีลักษณะนิ่ง ดังนั้นจึงต้องตัดตัวแปรนี้ออกในการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนต่อไป

ในการประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์ พบว่า อัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDPG) มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางเดียวกัน ในช่วงอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในระดับต่ำ กลาง และสูง ในขณะที่อัตราเงินเฟ้อ (INF) มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางตรงกันข้าม ในช่วงอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในระดับต่ำ กลาง และสูง ส่วนอัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางตรงกันข้าม ในช่วงอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในระดับกลางและสูงเท่านั้น

จากผลการศึกษาทำให้เห็นว่าอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทุกระดับของอัตราการเจริญเติบโตของการส่งออก โดยอัตราการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศจะส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางเดียวกัน ส่วนอัตราเงินเฟ้อส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางตรงข้าม ส่วนอัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ส่งผลต่อส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในระดับกลาง และสูงเท่านั้น โดยอัตราการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกเครื่องดื่มในทิศทางตรงข้ามดังนั้นผู้ส่งออกควรมีการวางแผนการส่งออกและติดตามอัตราเงินเฟ้อของประเทศผู้ส่งออกจะส่งสินค้าไปขาย เพราะเมื่ออัตราเงินเฟ้อของประเทศผู้นำเข้าสูงขึ้น จะทำให้ราคาสินค้าสูงขึ้นและส่งผลให้กำลังซื้อของคนในประเทศผู้นำเข้าลดลง ซึ่งทำให้ประเทศไทยมีการส่งออกที่น้อยลง ในส่วนของปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยน ผู้ส่งออกควรระวังค่าเงินบาทแข็งค่าเมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้า จึงควรติดตามอัตราแลกเปลี่ยนที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพราะถ้าค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นจะส่งผลให้ประเทศไทยส่งออกสินค้าลดลง หรือสามารถบอกได้ว่าเมื่อค่าเงินสกุลท้องถิ่นของประเทศคู่ค้าอ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับประเทศไทย จะส่งผลให้สินค้านำเข้าจากไทยมีราคาแพงขึ้น และทำให้นำเข้าสินค้าลดลง

สำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป อาจจะมีการเพิ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราการเจริญเติบโตการส่งออกเพิ่มขึ้น เช่นปริมาณการผลิตสินค้าและบริการในประเทศ ความต้องการสินค้าและบริการของตลาดต่างประเทศ นโยบายการค้าของประเทศผู้นำเข้า นโยบายการส่งเสริมการส่งออกของประเทศ หรือปัจจัยที่เกี่ยวกับความเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศ หรืออาจจะเป็นปัจจัยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกเครื่องดื่ม และเนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลแค่รายปี รวม 17 ปีย้อนหลังเท่านั้น ซึ่งเป็นข้อจำกัดของการวิจัยครั้งนี้ เพราะไม่สามารถค้นหาข้อมูลที่เป็นรายไตรมาสหรือรายเดือนได้ ดังนั้นในอนาคตอาจจะมีการเพิ่มจำนวนข้อมูลให้มีความถี่มากขึ้น หรือมีการเพิ่มจำนวนปีให้มากขึ้น เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความแม่นยำเพิ่มมากขึ้นและดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2558). *ความท้าทายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มไทยในอาเซียน*.เข้าถึงเมื่อ กรกฎาคม2559, จากhttp://www.ditp.go.th/contents_attach/135654 /135654.pdf

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.(2558). *คู่มือโอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนในลาว.* เข้าถึงเมื่อตุลาคม2559, จากhttp://bts.dft.go.th/btsc/files/Download/ LaosTradeandInvestmentHandbook.pdf

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.(2558). *คู่มือโอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม*.เข้าถึงเมื่อตุลาคม2559, จาก http://bts.dft.go.th /btsc/files/Download/VietnamTradeandInvestmentHandbook.pdf

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.(2559). *คู่มือโอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนในราชอาณาจักรกัมพูชา.* เข้าถึงเมื่อตุลาคม2559, จาก http://bts.dft.go.th/btsc/ files/Download/ CamcodiaTradeandInvestmentHandbook.pdf

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.(2559). *คู่มือโอกาสและทิศทางการค้าการลงทุนในสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา.* เข้าถึงเมื่อตุลาคม2559, จากhttp://bts.dft.go.th /btsc/ files/Download/ MyanmarTradeandInvestmentHandbook.pdf

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.(2554). *คู่มือการค้าและการลงทุนราชอาณาจักรกัมพูชา*. กรุงเทพฯ: สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.(2554). *คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม*. กรุงเทพฯ: สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.(2554). *คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว*. กรุงเทพฯ: สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.(2555). *คู่มือการค้าและการลงทุนสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา*. กรุงเทพฯ: สำนักข่าวพาณิชย์ กรมส่งเสริมการส่งออก

กฤตยา ตติรังสรรค์สุข. (2547). *เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น(พิมพ์ครั้งที่ 4).*กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา โชคถาวร.(2542). *เศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น.* เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชลัยพร อมรวัฒนา. (2539). *เศรษฐศาสตร์มหภาค.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฐิตาพร ลีละวัฒนพันธ์.(2555).*ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย โดยวิธีพาแนลโคอินทิเกรชัน*.วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ดวงตา สราญรมย์, ทับทิม วงค์ประยูร,วันทนีย์ ภูมิภัทราคม และอัจฉราวรรณ สุขเกิด. (2545).*เศรษฐศาสตร์มหภาค1(พิมพ์ครั้งที่ 4).*กรุงเทพฯ: แม็ทส์ปอยท์ จำกัด.

ธีระวัฒน์ จันทึก.(2554).*เศรษฐศาสตร์มหภาค.* นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปกร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.

นิกร ลีชาคำ. (2547). *เศรษฐศาสตร์มหภาค1.*ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล.

นิฐิตา เบญจมสุทิน และนงนุช พันธกิจไพบูลย์.(2547).*เศรษศาสตร์ระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญคง หันจางสิทธิ์. (2550). *เศรษฐศาสตร์มหภาค(พิมพ์ครั้งที่ 3).* กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮาส์.

ปิยพร ประพันธ์พจน์.(2556).*การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์ และ ส่วนประกอบโดยวิธีพูลมีนกรุ๊ป*.การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรไพลิน พุทธวงค์.(2557).*ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราการเจริญเติบโตของการส่งออกของประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนโดยวิธีการถดถอยแบบพาแนลควอนไทล์*.การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มณีรัตน์ ภิญโญภูษาฤกษ์. (2553). *หลักเศรษฐศาสตร์มหภาคเบื้องต้น.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยงวุฒิ เสาวพฤกษ์. (2558). *สถาบันอาหาร ชี้ตลาด CLMV เป้าหมายใหม่ส่งออกมาหารไทยปี 2559*.เข้าถึงเมื่อ กรกฎาคม 2559, จากhttp://www.acmecsthai.org/web/16.php?id=20084

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2555). *หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค (พิมพ์ครั้งที่ 15).* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิธัญญาอนันตกรณีวัฒน์.(2554).*ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับไปยังประเทศส่งออกหลักของประเทศไทย โดยวิธีพาแนลโคอินทิเกรชัน*.การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีนัส ฤาชัย.(2553). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ.* เชียงใหม่: แสงศิลป์.

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ธนาคารทหารไทย. (2559). *ส่งออก CLMV สดใส ด้วยปัจจัยเศรษฐกิจสตรอง*. เข้าถึงเมื่อ กรกฎาคม 2559, จาก http://rss.thaichamber.org/upload/vqnxwazvlm41201616415.pdf

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). *อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม.* เข้าถึงเมื่อ กรกฎาคม 2559, จาก http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution_FoodsAndBeverages_2015.pdf

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559).*คาดส่งออกไทยไป CLMV ครึ่งปีหลัง 59 ฟื้นตัว*.เข้าถึงเมื่อ สิงหาคม 2559, จาก http://www.newsdatatoday.com/images/News/Bobby_KTC/2761._p.pdf

สุวิทย์ ตราสุวรรณ. (2556).*หนังสือหนึ่งในประชาคมอาเซียน.* กรุงเทพฯ:เจเนซิส มีเดียคอม.

หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย.(2554). *คู่มือการค้าการลงทุนสาธารณรัฐสหภาพพม่า*.เข้าถึงเมื่อ ตุลาคม 2559, http://www.cas.kku.ac.th /casweb/knowledge/e29e568ea322843f8b95c2c987aea9ad.pdf

หอการค้าและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย.(2554). *คู่มือการค้าการลงทุนสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม.* เข้าถึงเมื่อ ตุลาคม 2559, http://www.sme.go.th/Documents/internationalization/คู่มือเวียดนาม.pdf

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง. (2545). *เศรษฐศาสตร์มหภาค.* กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

Breitung, jorg. (2000). *The Local Power of Some Unit Root Test for Panel Data*. in B. Baltagi(ed.), Advances in Econometrics, Vol. 15: Nonstationary Panels, Panel Cointegration, and Dynamic Panel; Amsterdam: JAI Press; p:161-178.

Choi, I. (2001). *Unit Root Test for Panel Data*. Journal of International Money and Finance, 20: 249-272.

Hurlin, C. and Mignon, V. (2007). Second Generation Panel Unit Root Tests. Retrieved July 2016, from https://hal.inria.fr/file/index/docid/159842/filename/UnitRoot_Ev5.pdf

Hadri, Kaddour. (2000). *Testing for Stationary in Heterogeneous Panel Data*. Econometric Journal, 3, 148-161.

Im, K. S. M. H. Pesaran, and Y. Shin. (2003). *Testing for Unit Roots inHeterogeneous Panel*s. Journal of Econometrics, 115, 53-74.

Levin, A, C. F. Lin, and C. Chu. (2002). *Unit Root Tests in Panel Data: Asympotic and Finite-Sample Properties*. Journal of Econometrics, 108, 1-24.

Pesaran, M. H. (2003). *A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross Section Dependence*, Mimeo: University of Southern California.

Tovonjatovo, S.andDong, Y. (2015). Determinants of Export Growth Rate: The Case of Madagascar.*International Journal of Economics and Finance* (Vol. 7, pp. 105-111).