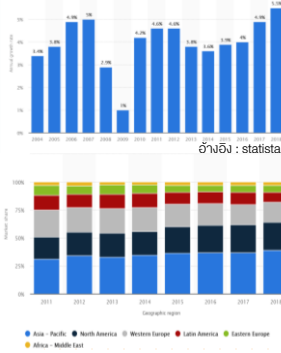


การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการส่งออกของตลาดเครื่องสำอางในประเทศไทยไปประเทศญี่ปุ่น

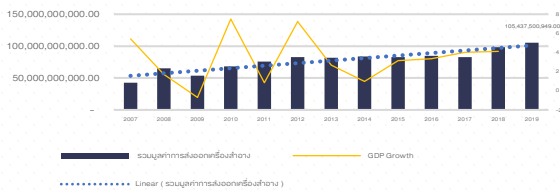
ที่มา และความสำคัญ

Annual growth of the global cosmetic market from 2004 to 2018

ประเทศไทยส่งออกเครื่องสำอางเป็นอันดับที่ 3 ของโลกในหมวดของผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม และยังคงเป็นอันดับต้นๆ ในประเทศอื่น โดยมีคู่ค้าหลักคืออาเซียน (38.97%) ญี่ปุ่น (14.28%) และ จีน (11.36%) (ในปี 2019) ผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมากที่สุดคือสิ่งที่ใช้แต่งหน้าและบำรุงผิว (มูลค่าการส่งออกเพิ่มมากขึ้นถึง 33.89%) ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเส้นผมและช่องปาก ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการโกนหนวดและสบู



มูลค่าการส่งออกเครื่องสำอางของประเทศไทย



วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกเครื่องสำอางของประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น และความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการส่งออก

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศยุคเก่า
- ทฤษฎีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์
- ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ
- ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศของเฮคเซอร์-โอลิน
- แบบจำลองแรงโน้มถ่วง

กรอบแนวคิดงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ:

- ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อหัว
- จำนวนประชากรในประเทศญี่ปุ่นช่วงอายุ 15-64 ปี
- ราคาส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบ
- ปริมาณการส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบไปยังกลุ่มอาเซียน
- ราคานำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง

ตัวแปรตาม

ปริมาณการส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอางไปยังประเทศญี่ปุ่น

วิธีการศึกษา

• ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อหัว, จำนวนประชากรในประเทศญี่ปุ่นช่วงอายุ 15-64 ปี, ราคาส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบ, ปริมาณการส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบไปยังกลุ่มอาเซียน, ราคานำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง

ส่วนที่ 2 ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผู้ส่งออกของสินค้า c ที่มีต่อประเทศ j, มูลค่าการส่งออกสินค้า c โดยประเทศ i, มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ i, มูลค่าการส่งออกสินค้า c ของทั่วโลก, มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก

• การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ทดสอบปัญหาต่างๆ อาทิเช่น Multicollinearity, Heteroskedasticity และวิเคราะห์สมการถดถอย Multiple linear regression โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

$$\ln Qc = \beta_0 + \beta_1 GDPJP + \beta_2 \ln NJP - \beta_3 IP + \beta_4 \ln Xas - \beta_5 \ln Pmat + \epsilon \quad \text{และ} \quad RCA_{ci} = \frac{X_{ic}/X_i}{X_{wc}/X_w}$$

ผลการศึกษา

ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อหัว จำนวนประชากรในประเทศญี่ปุ่นช่วงอายุ 15-64 ปี และปริมาณการส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบไปยังกลุ่มอาเซียน ส่งผลต่อปริมาณการส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอางไปยังประเทศไทย แต่ราคาส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบ ส่งผลในทางตรงกันข้ามกับปริมาณการส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอางไปยังประเทศไทย ในส่วนของราคานำเข้าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สถิติเชิงอนุมาน (Multiple linear regression)

Source	ss	df	Ms	Number of obs	=	44
Model	.482215957	4	.120553989	F(4,39)	=	11.22
Residual	.418926175	39	.010741697	Prob > F	=	0.0000
Total	.901142132	43	.020956794	R-squared	=	0.5351
				Adj R-squared	=	0.4874
				Root MSE	=	.10364

	lQc	Coef.	Std.Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
GDPJP		2.83564	1.527294	1.86	0.071	-.2536042 5.924884
INP		4.446133	1.758006	2.53	0.016	.8902293 8.002036
IP		-.1054043	.0471197	-2.24	0.031	-.2007129 -.0100956
lXas		.5538131	.2354428	2.35	0.024	.0775851 1.030041
_cons		-104.9945	44.92727	-2.34	0.025	-195.8685 -14.12049

$$Qc = -104.9945 + 2.83564GDPJP + 4.446133NJP - 0.1054043P + 0.5538131Xas + \epsilon$$

สรุปผลการศึกษา ประโยชน์ และข้อเสนอแนะ

○ ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวก

- ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อหัว
- จำนวนประชากรในประเทศญี่ปุ่น
- ปริมาณการส่งออกเครื่องสำอางและวัตถุดิบไปยังกลุ่มอาเซียน

○ ประโยชน์ และข้อเสนอแนะ:

ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของประชากรของประเทศญี่ปุ่น เพื่อที่จะสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด อีกทั้งภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนผู้ประกอบการรายย่อยและระดับชุมชน ในด้านการพัฒนาวัตถุดิบทางธรรมชาติที่มีอยู่ในประเทศ