

การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทย
(The Import of Luxury Products into Thailand)

เสกสัน ฤทธิสาร¹ รศ. ดร. ถวิล นิลใบ²

.....

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยรายได้ประชากรและราคานำเข้าที่มีผลกระทบต่อ การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยจำนวน 19 รายการ ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554 โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ซึ่งเป็นข้อมูล panel data ด้วยการคำนวณใช้ตัวแบบ common effects model และ fixed effects model

ผลการศึกษาในภาพรวม พบว่า ประการแรก รายได้ประชาชาติต่อหัว และดัชนีราคาสินค้านำเข้า เทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย ประการที่สอง ปัจจัยกำหนดทั้งสองมีความสัมพันธ์กับปริมาณนำเข้าเป็นไปตามสมมุติฐาน คือ รายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกและราคามีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับปริมาณนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย ประการที่สาม ความยืดหยุ่นด้านรายได้มีค่าสูงกว่าค่าความยืดหยุ่นด้านราคา ประการที่สี่ การศึกษาแยกตามรายการสินค้า พบว่า มีสินค้าบางรายการที่ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐาน คือมีค่าความยืดหยุ่นด้าน รายได้เป็นลบ และค่าความยืดหยุ่นด้านราคาเป็นบวก

คำสำคัญ : การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทย, สินค้าฟุ่มเฟือย

ABSTRACT

In this research, the researcher examines the factors of income and import prices affecting the import of luxury products into the Kingdom of Thailand in respect to 19 items in the period between 2000 and 2011.

In carrying out this investigation, the researcher utilized panel secondary data consisting of cross-section data and time series data. In analyzing the data collected, computations involved the use of the common-effects model and the fixed-effects model.

Overall, findings showed that (1) per capita income and the prices as shown on the import

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

² ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

price index as compared with the prices shown on the retail prices index affected imports of luxury products at a statistically significant level.

(2) These two factors were found to be correlated with the quantity of imports. This finding was in consonance with the hypotheses postulated for this investigation. It was also found that the factors of per capita income were positively correlated and the prices for imported products were negatively correlated with the quantity of imports of luxury products.

(3) The researcher also determined that the factor of income elasticity showed a higher value than the factor of elasticity value in price.

(4) In studying the product list, the researcher found that the import of certain products was inconsonant with the hypotheses posited for this inquiry. Finally, it was also determined that income elasticity was negative and price elasticity was positive.

KEY WORD : THE IMPORT OF LUXURY PRODUCTS INTO THAILAND, LUXURY PRODUCTS

บทนำ

ประเทศไทยมีการนำเข้าสินค้าหลายหมวดด้วยกัน มีทั้งหมวดสินค้าประเภททุน วัตถุดิบ สินค้าขั้นกลาง สินค้าที่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าฟุ่มเฟือย เป็นต้น สำหรับการนำเข้าสินค้าในหมวดสินค้าฟุ่มเฟือย ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554 มีมูลค่าการนำเข้าในภาพรวมเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่ารายการสินค้าในหมวดนี้จะมียางรายการที่มูลค่าการนำเข้าลดลงแต่ก็เป็นส่วนน้อย ส่งผลทำให้มูลค่าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยมีการเกินดุลลดลงเรื่อยๆ และถ้าหากประเทศไทยยังคงนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยเพิ่มสูงขึ้นทุกปี อาจนำไปสู่การขาดดุลการค้าในหมวดดังกล่าวในอนาคตได้

ดุลการค้าในหมวดสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554 มีทิศทางลดลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งมีผลมาจากการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยที่เพิ่มสูงขึ้นเกือบทุกปี ประกอบกับการส่งออกสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยมีการขยายตัวน้อยเมื่อเทียบกับการนำเข้า จากตารางที่ 1 พบว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย มีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเกือบทุกปี ระหว่างปี พ.ศ.2543-2554 มีเพียง 2 ปี เท่านั้นที่มูลค่าการนำเข้ารวมลดลงจากปีก่อนหน้า คือ ปี พ.ศ. 2545 ลดลงจาก 28,198.70 ล้านบาท เหลือ 27,763.14 ล้านบาท และกลับลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งลดลงจาก 52,626.86 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2551 เหลือ 51,628.48 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2552 การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ดุลการค้าของสินค้าในหมวดนี้มีลักษณะทรงตัวและค่อย ๆ ลดลงในช่วงเวลาดังกล่าว

ตารางที่ 1 สถิติการนำเข้า-ส่งออก หมวดสินค้าฟุ่มเฟือย รายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554

(หน่วย:ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	การส่งออกสินค้าฟุ่มเฟือย		การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย		ดุลการค้าสินค้าฟุ่มเฟือย	
	มูลค่า	อัตราการ ขยายตัว (ร้อยละ)	มูลค่า	อัตราการ ขยายตัว (ร้อยละ)	มูลค่า	อัตราการ ขยายตัว (ร้อยละ)
2543	120,505.00	-	24,304.41	-	96,200.58	-
2544	126,449.77	4.70	28,198.70	13.81	98,251.07	2.09
2545	115,443.98	-9.53	27,763.14	-1.57	87,680.83	-12.06
2546	116,272.02	0.71	33,372.93	16.81	82,899.08	-5.77
2547	124,014.74	6.24	37,847.05	11.82	86,167.69	3.79
2548	127,915.65	3.05	41,581.84	8.98	86,333.81	0.19
2549	129,503.17	1.23	45,479.05	8.57	84,024.11	-2.75
2550	127,473.83	-1.59	45,702.99	0.49	81,770.84	-2.76
2551	128,123.96	0.51	52,626.86	13.16	75,497.10	-8.31
2552	116,296.69	-10.17	51,628.48	-1.93	64,668.21	-16.75
2553	125,655.27	7.45	59,568.12	13.33	66,087.14	2.15
2554	143,178.25	12.24	73,041.03	18.45	70,137.21	5.77
รวม	1,500,832.37	1.35	521,114.66	9.26	979,717.71	-3.13

ที่มา. โดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กระทรวงการคลัง, ศ.ค. 2555 (Online) Available <http://dwfoc.mof.go.th/menu6.htm>

อย่างไรก็ตามไม่ว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยจะอยู่ในช่วงเศรษฐกิจซบเซา เช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2550 ที่ได้รับผลกระทบจากการเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงินในตลาดเงินของสหรัฐอเมริกา ลุกลามเข้าไปสู่ทวีปยุโรป ส่งผลต่อเศรษฐกิจในเอเชียและการขยายตัวของเศรษฐกิจประเทศไทย และนำไปสู่การหดตัวของอุปสงค์ การบริโภค และการลงทุนภายในประเทศลดลงหรือในช่วงเศรษฐกิจของประเทศ

มีการเจริญเติบโตซึ่งมีการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554

ในการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย 19 รายการ ซึ่งมีรายการสินค้าในหมวดสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยบางรายการมีมูลค่าการนำเข้าเพิ่มสูงขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2550 ถึง พ.ศ. 2554 ได้แก่ ไวน์ สุราต่างประเทศ ผลไม้ ดอกไม้ น้ำหอมและเครื่องสำอาง กระเป๋าหนังและเข็มขัดหนัง เสื้อสำเร็จรูปและเนคไท รองเท้าหนังและรองเท้าผ้าใบ เครื่องประดับที่ทำด้วยคริสตัล เกล็ดแว่นตา นาฬิกาและอุปกรณ์ ปากกาและอุปกรณ์ ไฟแช็คและอุปกรณ์ แอปเปิ้ล และมีสินค้าฟุ่มเฟือยบางรายการที่มีมูลค่าการนำเข้ามีทิศทางลดลง ได้แก่ ผ้าทอทำด้วยขนสัตว์ เครื่องแก้วชนิดใช้บนโต๊ะอาหารหรือใช้ตกแต่งภายในที่ทำด้วยคริสตัล กล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ เบียร์ ส่วนรายการสินค้าที่มีมูลค่าการนำเข้าขยายเพิ่มขึ้นมากที่สุดในช่วงเวลาดังกล่าว ได้แก่ ดอกไม้

จากการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยที่เพิ่มสูงขึ้น นั้นหมายถึงสินค้าฟุ่มเฟือยนำเข้าจากต่างประเทศยังคงเป็นสินค้าที่คนไทยมีความต้องการบริโภคเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่ากลุ่มที่บริโภคสินค้าในหมวดนี้จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง และเป็นกลุ่มไม่ใหญ่มากนัก เมื่อเทียบกับคนที่มีรายได้รองลงมา แต่การใช้จ่ายของคนกลุ่มที่มีรายได้สูง จะมีผลด้านการเลียนแบบ (demonstration effect) ตามแนวคิดของ Thorstein Veblen ส่งผลไปยังกลุ่มที่มีรายได้รองลงมาให้เกิดการใช้จ่ายลักษณะเดียวกัน ยังมีการส่งเสริมให้มีการขยายสินเชื่อบุคคลและระบบการผ่อนสินค้าระยะสั้นและระยะกลางเพิ่มมากขึ้น จะเห็นได้จากตัวเลขการใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิต ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2553 มียอดใช้จ่ายรวมมากถึง 119,577.45 ล้านบาท และในเดือนเดียวกันของปี พ.ศ. 2554 มียอดใช้จ่ายรวมเพิ่มสูงขึ้นเป็น 129,275.35 ล้านบาท (ธนาคารแห่งประเทศไทย) เพิ่มขึ้น 9,697.9 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นมากถึงร้อยละ 7.5 ในช่วงเดือนเดียวกันจากปีก่อนหน้า การเพิ่มขึ้นของการใช้จ่ายและการเพิ่มขึ้นของรายได้ของประชากรในประเทศ ดังที่เห็นจากรายได้ประชาชาติต่อหัวมีทิศทางปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องระหว่างปี พ.ศ. 2543-2553 มีเพียงปี พ.ศ. 2552 ที่รายได้ประชาชาติต่อหัวลดลงเป็น 102,285 บาท หรือลดลง 3,204 บาท จากปีก่อนหน้า และกลับมาเพิ่มขึ้นเป็น 114,441 บาท ในปี พ.ศ. 2553 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) การเพิ่มขึ้นของรายได้ยังนำไปสู่การบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของสินค้าฟุ่มเฟือยที่มากเกินไปอาจจะนำไปสู่ภาวะการใช้จ่ายเกินตัวของประชากรภายในประเทศส่งผลกระทบต่อออมของบุคคลลดลง เกิดภาวะหนี้สินล้นตัว และอาจจะกระทบต่อการขยายตัวของการบริโภคภายในประเทศและเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตได้

ด้วยเหตุนี้จึงน่าสนใจที่ศึกษาถึงปัจจัยกำหนดปริมาณการนำเข้าสินค้าหมวดฟุ่มเฟือยของไทยที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะได้นำผลที่ได้รับจากการศึกษาไปใช้เป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการนำเข้าสินค้าหมวดฟุ่มเฟือยอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยกำหนดการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของประเทศไทย

สมมติฐานงานวิจัย

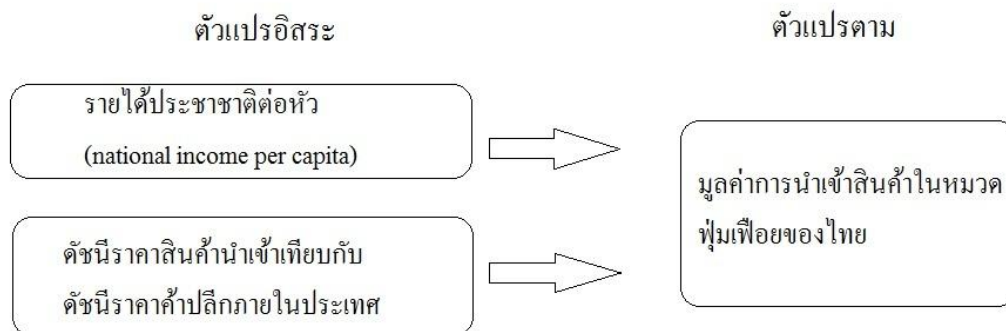
1. การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ รายได้ประชาชาติต่อหัว (national income per capita)

2. การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับ ดัชนีราคาสินค้านำเข้า เทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งรายการสินค้าในหมวดนี้ประกอบไปด้วยสินค้า 19 รายการ ได้แก่ 1) ไวน์ 2) สุราต่างประเทศ 3) ผลไม้ 4) ดอกไม้ 5) น้ำหอมและเครื่องสำอาง 6) กระเป๋าหนังและเข็มขัดหนัง 7) ผ้าทอทำด้วยขนสัตว์ 8) เสื้อสำเร็จรูปและเนคไท 9) รองเท้าหนังและรองเท้าผ้าใบ 10) เครื่องแกวชชนิดใช้บนโต๊ะอาหาร หรือใช้ตกแต่งภายในที่ทำด้วยคริสตัล 11) เครื่องประดับที่ทำด้วยคริสตัล 12) เฟอร์นิเจอร์ 13) แว่นตา 14) กล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ 15) นาฬิกาและอุปกรณ์ 16) ปากกาและอุปกรณ์ 17) ไฟแช็คและอุปกรณ์ 18) แอปเปิ้ล 19) เบียร์ ข้อมูลที่ใช้ศึกษาเป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554 สำหรับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่นำมาศึกษา ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อหัว (national income per capita) และดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ

กรอบแนวคิด



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงโครงสร้างการนำเข้าและส่งออกสินค้าหมวดฟุ่มเฟือยของไทย
2. เพื่อเข้าใจถึงพฤติกรรมการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยของผู้บริโภค
3. เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับการนำเข้าสินค้าหมวดฟุ่มเฟือยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทย มีกรอบแนวคิดและทฤษฎีในทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง คือ อุปสงค์และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีอุปสงค์และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2554, หน้า 25) อุปสงค์ (demand) หมายถึง ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคพร้อมกับความสามารถในการสนองความต้องการดังกล่าว หรือกล่าวอย่างสั้นๆ ว่าอุปสงค์ คือ ความต้องการ (want) บวกด้วยอำนาจซื้อ (purchasing power) ซึ่งได้อธิบายว่า อุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยเรื่องราคาสินค้า รายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่น เป็นต้น ซึ่งเมื่อเอามาพิจารณาพร้อม ๆ กันสามารถเขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q_a = f(v_1, v_2, \dots, v_n)$$

โดยที่ v_1, v_2, \dots, v_n คือปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการเสนอซื้อ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) คือ ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่ผู้ต้องการเสนอซื้อ (อุปสงค์) ณ ขณะใดขณะหนึ่ง ต่อร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอื่น ๆ ที่กำหนดปริมาณการเสนอซื้อ (อุปสงค์) สินค้าอื่น ๆ โดยพิจารณาความยืดหยุ่นออกเป็นดังต่อไปนี้

$$\text{ความยืดหยุ่นต่อราคา} = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์ของการเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอซื้อ}}{\text{เปอร์เซ็นต์ของการเปลี่ยนแปลงของราคา}}$$

$$\text{ความยืดหยุ่นต่อรายได้} = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์ของการเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอซื้อ}}{\text{เปอร์เซ็นต์ของการเปลี่ยนแปลงของรายได้}}$$

$$\text{ความยืดหยุ่นไขว้} = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์ของการเปลี่ยนแปลงปริมาณเสนอซื้อสินค้า ก}}{\text{เปอร์เซ็นต์ของการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า ข}}$$

เมื่อพิจารณาค่าความยืดหยุ่นจะพิจารณาจากค่าสัมบูรณ์ (absolute number) คือ ค่าที่ไม่คิดเครื่องหมายโดยสามารถแบ่งความยืดหยุ่นออกเป็น 5 ชนิดตามค่าของความยืดหยุ่น ดังต่อไปนี้

1. อุปสงค์ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (perfectly inelastic demand) จะมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0
2. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic demand) จะมีค่าความยืดหยุ่นมากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1
3. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นคงที่ (unitary elastic demand) จะมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1
4. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมาก (relatively elastic demand) จะมีค่าความยืดหยุ่นมากกว่า 1 แต่น้อยกว่า ∞
5. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมากที่สุด (perfectly elastic demand) จะมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ ∞

เส้นอุปสงค์ตลาด (Market Demand Curve)

(วรณี จิเจริญ, 2554, หน้า 105-113) ได้อธิบายว่า ถ้าเอาสินค้าชนิดหนึ่งที่มีผู้ซื้อแต่ละคนต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้นมารวมเข้าด้วยกันก็จะได้อุปสงค์ตลาด (Market Demand) ซึ่งบอกให้รู้ว่าปริมาณการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งทั้งหมดในตลาด ณ ระดับราคาต่าง ๆ กัน ดังนั้นเส้นอุปสงค์ตลาด จะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและความต้องการของผู้บริโภคทุกคน ที่เต็มใจและสามารถที่จะซื้อ ณ ทุกระดับราคาที่กำหนดให้

การรวมเส้นอุปสงค์ของบุคคลเข้าด้วยกันเพื่อหาเส้นอุปสงค์ตลาดไม่สามารถใช้ได้ทุกกรณี เพราะบางกรณีการซื้อของบุคคลหนึ่งขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของบุคคลอื่น เช่น การซื้อสินค้าของบุคคลหนึ่งที่ตัดสินใจซื้อสินค้าที่ตนเองพอใจไม่ได้มากมายนัก แต่การตัดสินใจซื้อเพื่อให้เกิดความประทับใจจากผู้อื่น ซื้อเพื่อโอ้อวดมากกว่าซื้อเพื่อบำบัดความต้องการของตนเอง (conspicuous consumption) หรือ

การซื้อสินค้าหรือบริการของบุคคลหนึ่ง ในบางกรณีได้รับอิทธิพลมาจากการซื้อของคนอื่น หรือเป็นการเลียนแบบการบริโภค (demonstration effect) และบางคนซื้อสินค้า เนื่องจากฐานะทางสังคม

ผลคือสินค้าที่คนๆหนึ่งซื้อจะขึ้นอยู่กับกรบริโภคของคนอื่น ทำให้เส้นอุปสงค์ของบุคคลไม่เป็นอิสระ อุปสงค์จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งจะต้องใช้วิธีที่ซับซ้อนในการหาเส้นอุปสงค์ตลาด

อุปสงค์ที่ขึ้นอยู่กับอุปสงค์ของบุคคลอื่น เรียกว่ามีผลกระทบภายนอก (Network externalities) เกิดขึ้น ซึ่งผลกระทบภายนอก (Network externalities) อาจเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ

ผลกระทบภายนอก (Network externalities) จะมีค่าเป็นบวก ถ้าปริมาณการบริโภคของบุคคลหนึ่งเพิ่มขึ้น โดยเป็นผลมาจากการบริโภคของคนอื่น ๆ ซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้น

ผลกระทบภายนอก (Network externalities) จะเป็นลบ ถ้าปริมาณการบริโภคของบุคคลหนึ่งเพิ่มขึ้น โดยเป็นผลมาจากการบริโภคของคนอื่น ๆ ซื้อสินค้านั้นน้อย

ผลของสมัชชานิยม (The Bandwagon Effect) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลหนึ่งมีความต้องการสินค้าหรือบริการชนิดหนึ่งเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากมาจากมีบุคคลอื่นต้องการหรือบริโภคสินค้านั้นเช่นเดียวกัน หรือเป็นการซื้อตามสมัชชานิยม ทั้งที่ความจริงแล้วสินค้าหรือบริการชนิดนั้นยังไม่จำเป็นที่จะต้องบริโภคจริง ๆ สินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้า ฟุ่มเฟือย หรือสินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ ภัตตาคารหรูหร่า เสื้อผ้า อาภรณ์ตามสมัชชานิยม ซึ่งมักนิยมบริโภคตามกัน จึงทำให้ผลกระทบภายนอก (Network externalities) มีค่าเป็นบวกเมื่อปริมาณการซื้อสินค้าของผู้บริโภคคนหนึ่งเพิ่มขึ้น เมื่อจำนวนผู้ซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้น

ผลของความอยากเด่น (The Snob Effect) เป็นผลในทางตรงกันข้ามกับผลของสมัชชานิยม คือบุคคลหนึ่งจะมีความต้องการสินค้านั้นน้อยลง เมื่อมีบุคคลอื่นบริโภคสินค้านั้นมากขึ้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคนอื่น ลักษณะเช่นนี้มักเกิดกับบุคคลที่อยากจะเด่น ไม่เหมือนคนอื่น จะทำให้ผลกระทบภายนอก (Network externalities) มีค่าเป็นลบ เมื่อปริมาณการซื้อสินค้าของผู้บริโภคคนหนึ่งลดลง เมื่อจำนวนผู้ซื้อสินค้านั้นเพิ่มขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณความต้องการสินค้าและบริการชนิดหนึ่งในเวลาใดเวลาหนึ่ง พบว่ามีปัจจัยหลายอย่างที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งมีปัจจัยหลัก ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านราคาของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น ๆ (Price) ปัจจัยด้านรายได้ของผู้บริโภคหรือเรียกอีกอย่างว่าอำนาจซื้อ (Income) ปัจจัยราคาสินค้าชนิดอื่น (Price of other good) เช่น สินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ สินค้าที่ใช้ประกอบกัน เป็นต้น รสนิยมของผู้บริโภค (Taste) การคาดคะเนของผู้บริโภคต่อราคาสินค้าและรายได้ในอนาคต (Expectation) จำนวนผู้บริโภค (Number of consumer) ปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งอาจจะมีผลต่อปริมาณความต้องการสินค้า

ปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการสินค้าเกือบทุกชนิดซึ่งผลกระทบของแต่ละปัจจัยอาจแตกต่างกันไปตามชนิดของสินค้านั้น ๆ

2. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สายสวาท ปันอิน (2548) ได้ศึกษาเรื่อง *การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของการนำเข้าแอปเปิ้ลของประเทศไทย* โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสถานการณ์ทั่วไปด้านการค้า และการนำเข้าแอปเปิ้ลของประเทศไทย (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำเข้าแอปเปิ้ล โดยรวมของประเทศไทยและการนำเข้าแอปเปิ้ลของประเทศไทยจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญ (3) ประเมินการนำเข้าแอปเปิ้ลของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548-2552 ภายใต้เงื่อนไขภาษีนำเข้าเท่ากับศูนย์ อันเนื่องมาจากข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) โดยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อปริมาณนำเข้าแอปเปิ้ลโดยรวมของไทย คือ ราคานำเข้าเฉลี่ย รายได้เฉลี่ยต่อคนของไทย ภาษีนำเข้า และตัวแปรทางด้านสถานะทางเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถอธิบายผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการนำเข้าแอปเปิ้ลได้ร้อยละ 93.05 ค่าสัมประสิทธิ์ คือ 1.420 0.001 0.536 และ 22.75 ตัวแปรสถานะเศรษฐกิจจะมีผลต่อการนำเข้าแอปเปิ้ลของประเทศไทยมากที่สุด ค่าความยืดหยุ่นความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคานำเข้าแอปเปิ้ลเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ -1.0182 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เป็นแบบความยืดหยุ่นมาก (elastic) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของไทย มีค่าเท่ากับ 1.9824 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมากกว่าหนึ่ง แสดงถึงแอปเปิ้ลนำเข้าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย เมื่อเศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตขึ้นปริมาณการนำเข้าแอปเปิ้ลจะสูงขึ้น

อาริยา รุ่งผดุงเกียรติ (2549) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าฟิล์มพลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารในประเทศไทย* โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพทั่วไปทางการผลิตและการตลาด จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของอุตสาหกรรมฟิล์มพลาสติก สำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารในประเทศไทยและศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าฟิล์มพลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารในประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยรายได้ภายในประเทศด้านอุตสาหกรรมและราคานำเข้าเฉลี่ยของฟิล์มพลาสติก ที่มีผลต่อการนำเข้าฟิล์มพลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซ็นต์ เมื่อศึกษาถึงความยืดหยุ่น พบว่า การนำเข้าฟิล์มพลาสติกประเภทฟิล์ม โพลีเอทิลีน มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ภายในประเทศ เท่ากับ 2.334 และความยืดหยุ่นต่อราคานำเข้า เท่ากับ 1.964 และการนำเข้า ฟิล์มพลาสติกประเภทฟิล์ม โพลีโพรพิลีน พบว่า ความยืดหยุ่นต่อราคา เท่ากับ 3.929 และความยืดหยุ่นของรายได้ภายในประเทศ เท่ากับ 3.530 การศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน พบว่าประเทศไทยมีจุดแข็ง คือ เป็นผู้นำอาเซียนทางการผลิต ปีโตรเคมี จุดอ่อน คือ ขาดแคลนบุคลากรและแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญ และแม่พิมพ์ที่มีประสิทธิภาพ

วันวสา วิโรจนารมย์ (2551) ศึกษาเรื่อง *การประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย* โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลพาแนลแบบไม่นิ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และการตอบสนองต่อปัจจัยต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยระดับรายได้และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนแปลง 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้จะทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไป 2.53 เปอร์เซ็นต์

และ 0.38 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ ในทิศทางเดียวกัน ส่วนปัจจัย ราคาโดยเปรียบเทียบ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางเปลี่ยนแปลง 1 เปอร์เซ็นต์ ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป 1.93 เปอร์เซ็นต์ และ 0.07 เปอร์เซ็นต์ ในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนผลการศึกษา กลุ่มประเทศเอเชียและกลุ่มประเทศนอกเอเชีย พบว่า กลุ่มประเทศเอเชีย ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ระดับราคาโดยเปรียบเทียบ รองลงมา คือ ระดับรายได้ของประชากร อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และกลุ่มประเทศนอกเอเชีย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ระดับรายได้ของประชากร ระดับราคาโดยเปรียบเทียบ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยกำหนดการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของประเทศไทย มีวิธีศึกษาดังต่อไปนี้

1. แหล่งที่มาของข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของประเทศไทยในครั้งนี้ ใช้ข้อมูล Panel Data ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลภาคตัดขวาง (cross-section data) คือ รายการสินค้าฟุ่มเฟือย 19 รายการ ของสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร และข้อมูลอนุกรมเวลา (time series data) ประกอบด้วยรายได้ประชาชาติต่อหัวและดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ ใช้ข้อมูลรายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554 รวมทั้งสิ้น 12 ปี รวบรวมข้อมูลการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย จากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมศุลกากร กระทรวงการคลัง ข้อมูลรายได้ประชาชาติต่อหัว (national income per capita) จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ข้อมูลดัชนีราคาสินค้านำเข้าและดัชนีราคาค้าปลีก จากธนาคารแห่งประเทศไทย จากข้อมูลพาดแนลข้างต้นมีจำนวนค่าสังเกต คือ 228 ค่าสังเกตที่ใช้ในการศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์ข้อมูล และการประมาณค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในแบบจำลอง โดยใช้วิธีประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ ความนิ่ง (Panel Unit Root Test) ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม จากนั้นทำการทดสอบความสัมพันธ์ (Panel Cointegration Model) ของตัวแปรดังกล่าว ว่ามีความสัมพันธ์กันในระยะยาวหรือไม่ แล้วทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์และค่าความยืดหยุ่นด้วยวิธี Pooled Least Squares โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ในการประมาณค่าตัวแปรที่กำหนด

4. แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์แบบจำลอง panel data ทดสอบความสัมพันธ์และประมาณค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรในแบบจำลอง Panel Cointegration Model ที่ใช้ศึกษาปัจจัยรายได้

ประชาชนติดต่อกันและดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ ที่มีผลกระทบต่อ การนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทย โดยมีรูปแบบดังนี้

$$\text{LnMLG}_{it} = \alpha_i + \beta_1 \text{LnY}_{it} + \beta_2 \text{LnMPI}_{it} + e_{it}$$

ซึ่ง $i = 1, 2, 3, \dots, 19$ และ $t = 1, 2, 3, \dots, 12$

α และ β_1, β_2 คือ พารามิเตอร์

โดย

MLG_{it} คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าหมวดฟุ่มเฟือย

Y_{it} คือ รายได้ประชาชาติต่อตัว

MPI_{it} คือ ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาปลีกภายในประเทศ

e_{it} คือ ค่าความคลาดเคลื่อนของรายการสินค้าฟุ่มเฟือย i ณ เวลา t

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทดสอบความนิ่งของตัวแปร Panel Unit Root Test ด้วยวิธี LLC Test, Breitung Test, Hadri Test, IPS Test และวิธี Fisher-Type Test โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่า ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ข้อมูลมีความนิ่งพร้อมกันที่ระดับ First Difference หรือ $I(1)$ ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 0.01 ด้วยวิธี LLC Test และ IPS Test จึงเป็นวิธีที่ให้ผลดีที่สุด

ในการทดสอบความสัมพันธ์ Panel Cointegration Model ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ด้วยวิธี Pedroni และ วิธีของ Kao พบว่า ตัวแปรดังกล่าวในแบบจำลองข้างต้นมีความสัมพันธ์กันในระยะยาว จากผลการทดสอบบอกให้ทราบว่า ตัวแปรจะมีทิศทางเคลื่อนไหวไปในทางเดียวกันในระยะยาว

จากนั้นจึงเอาข้อมูลที่ทำทดสอบ มาทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์และความยืดหยุ่นในภาพรวมทั้งหมดด้วยการประมาณค่าด้วยวิธี Pooled least squares แบบ Common Effects Model และแบบ Fixed Effects Model ในกรณีค่าคงที่ (intercept) และค่าความชัน (slope) ผันแปรไปตามหน่วยวิเคราะห์ แยกตามรายการสินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งจะให้ผลดังสมการต่อไปนี้

1. ผลการประมาณค่าด้วยวิธี Pooled least squares แบบ Common Effects Model

$$\text{Ln}^3(\text{MLG}) = 8.732 + 1.068\text{Ln}(Y) - 0.379\text{Ln}(\text{MPI})$$

(2.9835)*** (-2.4527)***

$$R^2 = 0.9802 \quad \text{F-statistic} = 3074.777$$

$$\text{Ajd. } R^2 = 0.9799 \quad \text{D.W.} = 1.5321$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บใต้ค่าสัมประสิทธิ์เป็นค่า t -statistic

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

³ คือ log- linear มีความสัมพันธ์กับสมการอุปสงค์ โดยจะเปลี่ยนสมการยกกำลังให้เป็นสมการเส้นตรง ซึ่งตัวเลขที่ได้จะเป็นค่าความยืดหยุ่นของตัวแปร

จากสมการข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อรายได้ประชาชาติต่อหัวและดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้มูลค่าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยเปลี่ยนแปลงไป 1.068 เปอร์เซ็นต์ (ในทิศทางเดียวกัน) และ 0.379 เปอร์เซ็นต์ (ในทิศทางตรงกันข้าม) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

จากประมาณค่าข้างต้น พบว่า ค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อหัวเท่ากับ 1.068 ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมากกว่าหนึ่ง แสดงว่ารายการสินค้า 19 รายการ ในภาพรวมเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย และดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศเท่ากับ 0.379 ซึ่งปัจจัยรายได้ของประชาชาติต่อหัวมีความยืดหยุ่นต่อการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยมากกว่าปัจจัยทางด้านดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ

2. แบบ Fixed Effects Model ในกรณีค่าคงที่ (intercept) และค่าความชัน (slope) ผันแปรไปตามรายสินค้า ซึ่งสรุปได้ดังนี้

ในตารางที่ 2 อธิบายได้ว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ แล้วรายได้ประชาชาติต่อหัว $\ln(Y)$ เพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้มูลค่าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย 19 รายการ เพิ่มขึ้นหรือลดลงในทิศทางเดียวกันดังต่อไปนี้

สินค้าที่มีความยืดหยุ่นมากกว่า 1

ไวน์ 2.62 เปอร์เซ็นต์ เสื้อสำเร็จรูปและเทคไท 2.48 เปอร์เซ็นต์ ดอกไม้ 2.35 เปอร์เซ็นต์ รองเท้าหนังและรองเท้าผ้าใบ 2.11 เปอร์เซ็นต์ กระเป๋าหนังและเข็มขัดหนัง 1.90 เปอร์เซ็นต์ เครื่องประดับที่ทำด้วยคริสตัล 1.83 เปอร์เซ็นต์ เบียร์ 1.70 เปอร์เซ็นต์ แวนดา 1.61 เปอร์เซ็นต์ น้ำหอมและเครื่องสำอาง 1.34 เปอร์เซ็นต์ เลนส์ 1.28 เปอร์เซ็นต์ แอปเปิ้ล 1.18 เปอร์เซ็นต์ ไฟแช็คและอุปกรณ์ 1.13 เปอร์เซ็นต์ มีความยืดหยุ่นมากกว่า 1 สินค้าข้างต้นเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย

สินค้าที่มีความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1

ผลไม้ 0.81 เปอร์เซ็นต์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ปัจจัยหนึ่งอาจมาจากผลไม้ราคาไม่แพงมากและผู้บริโภคจะไม่ซื้อในปริมาณที่เพิ่มขึ้นสูงมากนักเมื่อรายได้เพิ่มสูงขึ้น จึงทำให้ความยืดหยุ่นต่ำกว่า 1 นาฬิกาและอุปกรณ์ 0.74 เปอร์เซ็นต์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 ปัจจัยที่ทำให้นาฬิกาและอุปกรณ์มีความยืดหยุ่นต่ำอาจมาจากนาฬิกาเป็นสินค้าที่มีราคาแพงและมีลักษณะเป็นสินค้าคงทนพอสมควร จึงทำให้ผู้บริโภคไม่บริโภคเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น จึงทำให้ความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 สุราต่างประเทศ 0.57 เปอร์เซ็นต์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 มีความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 สาเหตุที่สุรามีความยืดหยุ่นต่ำอาจเป็นเพราะสุราเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมีความเคยชิน เหมือนกับ

บุหรื ที่มีลักษณะการบริโภคเป็นปกติ จึงมีความยืดหยุ่นต่ำเมื่อเทียบกับสินค้าอื่นๆ ปากาและอุปกรณ์ 0.26 เปอร์เซนต์ ในทิศทางเดียวกัน และมีความยืดหยุ่นน้อยกว่า 1 เป็นสินค้าปกติ แต่การเปลี่ยนแปลงไม่ได้ค่านัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 2 การประมาณค่าแบบ Fixed Effects Model ในกรณีค่าคงที่ (intercept) และค่าความชัน (slope) ผันแปรไปตามรายสินค้าและความยืดหยุ่นของรายการสินค้าฟุ่มเฟือยต่อปัจจัยรายได้ประชาชาติต่อหัว $\ln(Y)$ และดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ $\ln(MPI)$

รายการสินค้าฟุ่มเฟือย	ความยืดหยุ่น $\ln(Y)$	t-Statistic	ความยืดหยุ่น $\ln(MPI)$	t-Statistic
ไวน์	2.625926	(7.973004)***	1.118754	(2.674523)***
สุราต่างประเทศ	0.570095	(1.720959)*	-0.223494	(-0.534292)
ผลไม้	0.814566	(2.473237)***	-0.651588	(-1.557704)*
ดอกไม้	2.356962	(7.156359)***	0.701991	(1.678198)*
น้ำหอมและเครื่องสำอาง	1.349535	(4.097543)***	-0.700228	(-1.673984)*
กระเป๋าหนัง/เข็มขัดหนัง	1.905136	(5.784494)***	0.439897	(1.051630)
เสื้อผ้าทำด้วยขนสัตว์	-1.619664	(-4.917726)***	-1.171435	(-2.800463)***
เสื้อผ้าสำเร็จรูป/เนคไท	2.486777	(7.550511)***	-0.542029	(-1.295790)*
รองเท้าหนัง/รองเท้าผ้าใบ	2.114281	(6.419515)***	0.049945	(0.119399)
เครื่องแก้ว	0.303874	(0.922641)	-0.925632	(-2.212842)**
เครื่องประดับคริสตัล	1.830717	(5.558540)***	-0.667252	(-1.595152)*
เลนส์	1.285770	(3.903936)***	0.292484	(0.699219)
แว่นตา	1.614502	(4.902053)***	-0.117813	(-0.281647)
กล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์	-0.242381	(-0.735933)	0.307527	(0.735182)
นาฬิกาและอุปกรณ์	0.749897	(2.276885)**	-0.928210	(-2.219004)**
ปากกาและอุปกรณ์	0.267451	(0.812053)	-0.092717	(-0.221651)
ไฟแช็คและอุปกรณ์	1.138648	(3.457235)***	-0.808600	(-1.933061)**
แอปเปิล	1.183991	(3.594908)***	0.387777	(0.927029)
เบียร์	1.706337	(5.180890)***	-3.334532	(-7.971623)***

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สินค้าที่มีทิศทางกาเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้าม (-)

ฝ้ายทอทำด้วยขนสัตว์ -1.61 ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สาเหตุหนึ่งอาจมาจากฝ้ายทอทำด้วยขนสัตว์เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยที่ไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและมีสินค้าอื่นใช้ทดแทนกันได้ เช่น ใยพรมที่ทำจากใยสังเคราะห์แทนพรมที่ทำด้วยขนสัตว์ เป็นต้น ดังนั้น ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะมีรายได้เพิ่มขึ้นแต่ก็ไม่บริโภคเพิ่มขึ้น

กล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ -0.24 เปอร์เซนต์ ในทิศทางตรงกันข้าม ปัจจัยหนึ่งอาจมาจากกล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์มีสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนกันได้ อย่างสมาร์ตโฟนที่ใช้กันในปัจจุบันจะมีกล้องถ่ายรูปอยู่ในตัวสมาร์ตโฟนด้วย ซึ่งขีดความสามารถของกล้องสมาร์ตโฟนแทบจะไม่แตกต่างจากกล้องถ่ายรูปทั่วไป จึงทำให้มูลค่าการนำเข้ากล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ในระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554 มีทิศทางลดลง แต่การเปลี่ยนไม่ได้ค่านัยสำคัญทางสถิติ

เมื่อพิจารณา ปัจจัยดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ $\ln(MPI)$ พบว่า เมื่อปัจจัยดังกล่าวเพิ่มขึ้นหรือลดลง 1 เปอร์เซนต์ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ แล้วจะทำให้มูลค่าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือย 19 รายการ เพิ่มขึ้นหรือลดลง ดังต่อไปนี้

เพิ่มขึ้นหรือลดลงไปในทิศทางตรงกันข้าม (-)

เบียร์ -3.33 เปอร์เซนต์ ฝ้ายทอทำด้วยขนสัตว์ -1.17 เปอร์เซนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นาฬิกาและอุปกรณ์ -0.92 เปอร์เซนต์ เครื่องแก้วบนโต๊ะอาหาร -0.92 เปอร์เซนต์ ไฟแช็คและอุปกรณ์ -0.80 เปอร์เซนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 น้ำหอมและเครื่องสำอาง -0.70 เปอร์เซนต์ เครื่องประดับที่ทำด้วยคริสตัล -0.66 เปอร์เซนต์ ผลไม้ -0.65 เปอร์เซนต์ เสื้อสำเร็จรูปและเนคไท -0.54 เปอร์เซนต์ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ส่วนสุราต่างประเทศ -0.22 เปอร์เซนต์ แวนดา -0.11 เปอร์เซนต์ ปากกาและอุปกรณ์ -0.09 อย่างมีนัยสำคัญทางทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สินค้าที่ค่าความยืดหยุ่นเพิ่มขึ้นหรือลดลงไปในทิศทางเดียวกัน (+)

ไวน์ 1.11 เปอร์เซนต์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งทิศทางการเปลี่ยนไม่เป็นตามสมมติฐาน สาเหตุหนึ่งอาจมาจากปัจจัยค่านิยมการบริโภค ซึ่งไวน์เป็นสินค้าฟุ่มเฟือยอีกชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคใช้แสดงออกถึงความมั่งคั่งทางทรัพย์สินและความมีหน้ามีตาในทางสังคม หมายความว่า ถ้าได้บริโภคไวน์แบรนด์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับไม่ว่าราคาจะเพิ่มสูงขึ้นสักเพียงใดก็ตาม ผู้บริโภคสินค้ากลุ่มนี้ซึ่งจะเป็นกลุ่มที่รายได้สูงอยู่แล้วก็จะหาบริโภคริโภคเพื่อสนองความต้องการของตนเองและเพื่อยกระดับทางสังคมอีกด้วย ดังนั้นจึงทำให้ผลการประมาณค่าของปัจจัย $\ln(MPI)$ ออกมามีทิศทางเป็นบวกไม่ไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ดอกไม้ 0.70 เปอร์เซนต์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งทิศทางการเปลี่ยนไม่เป็นตามสมมติฐาน สาเหตุหนึ่งอาจมาจากดอกไม้นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นดอกไม้ที่ปลูก

ในประเทศที่มีอุณหภูมิต่ำยากที่จะหาดอกไม้ในประเทศทดแทนประกอบกับผู้ซื้อดอกไม้ต่างประเทศ มักจะเป็นผู้ที่เคยไปอยู่ต่างประเทศและมีรสนิยมดอกไม้ประเภทนี้ ดังนั้น แม้อากาศสูงขึ้นก็ยังคงไม่ลดการบริโภค ซึ่งสอดคล้องกับค่าความยืดหยุ่นด้านราคาต่ำ (0.701) ดังนั้นจึงทำให้ผลการประมาณค่าออกมา มีทิศทางเป็นบวกไม่ไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ส่วนกระเป๋าน้ำและเข็มขัดหนัง 0.43 เปอร์เซ็นต์ แอปเปิ้ล 0.38 เปอร์เซ็นต์ กล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์ 0.30 เปอร์เซ็นต์ เลนส์ 0.29 เปอร์เซ็นต์ รองเท้าหนังและรองเท้าผ้าใบ 0.04 เปอร์เซ็นต์ ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลงไม่เป็นไปตามสมมติฐานอาจเป็นเพราะสินค้าดังกล่าวเป็นสินค้าแฟชั่นมีการบริโภคตามกระแสนิยม ถึงแม้ว่าราคาจะเพิ่มขึ้นผู้บริโภคสินค้ากลุ่มนี้ก็ยังคงซื้อเพิ่มขึ้น แต่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้ค่านัยสำคัญทางสถิติ

จากการประมาณค่ารายการสินค้าฟุ่มเฟือย 19 รายการข้างต้น พบว่ารายการสินค้าโดยส่วนมาก จะมีความยืดหยุ่นต่อรายได้ประชาชาติต่อหัว $\ln(Y)$ มากกว่าความยืดหยุ่นต่อดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ $\ln(MPI)$ แสดงว่าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยรายได้มากกว่าปัจจัยด้านราคา

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยกำหนดการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของประเทศไทย ซึ่งปัจจัยที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อหัว และดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) รายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554 รวม 12 ปี

1.สรุปผลการวิจัย

ที่นัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.01 พบว่า $R^2 = 0.9802$ แสดงว่าตัวแปรอิสระในแบบจำลองข้างต้น มีความสัมพันธ์กันสูง สามารถส่งผลต่อการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยได้มากถึง 98.02 เปอร์เซ็นต์ โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ซึ่งส่วนที่เหลือ 1.98 เปอร์เซ็นต์ เกิดจากปัจจัยอื่นๆ

ผลจากการประมาณค่าตัวแปรในแบบจำลอง พบว่า รายได้ประชาชาติต่อหัว (National income per capita) มีผลกระทบต่อการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยมากกว่า ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาค้าปลีกภายในประเทศ ถ้าประเทศไทยมีการนำเข้าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยมากเกินไปจะทำให้ดุลการค้าไหมคสินค้าดังกล่าวที่กำลังลดลงในปัจจุบันและขาดดุลได้ในอนาคต ถึงแม้ว่ารายได้ประชาชาติต่อหัวจะเพิ่มขึ้นก็ตาม เม็ดเงินที่เพิ่มขึ้นก็จะไหลออกนอกประเทศเพิ่มขึ้นทุกปี ถ้าการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยยังเพิ่มขึ้นทุกปี จะทำให้สินค้าฟุ่มเฟือยของไทยที่มีลักษณะเดียวกันไม่สามารถขายได้ ผู้ประกอบการขาดทุนนำไปสู่การจ้างงานของประเทศลดลง ส่งผลเสียต่อประเทศไทย

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

รัฐบาลควรส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักการออมมากขึ้นเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น ทำกิจกรรมส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการออมเงินด้วยวิธีต่าง ๆ อย่างจริงจัง ซึ่งให้เห็นถึงข้อแตกต่างระหว่างผลของการออมเงินกับการใช้จ่ายเงินที่ฟุ่มเฟือยสูญเสียไปกับสิ่งที่ไม่จำเป็น เพื่อสร้างทัศนคติต่อการออมเงินให้แก่ประชาชนมากขึ้น และส่งเสริมให้ประชาชนหันมาบริโภคสินค้าที่เป็นของคนไทยมากขึ้นด้วยการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ ทั้งในภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นของคนไทยมากขึ้นรวมทั้งณรงค์ให้ผู้ผลิตในประเทศสนใจและจริงจังเรื่องคุณภาพสินค้า มาตรฐานการผลิตสินค้าที่ผลิตที่และขายในประเทศ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคสินค้าไทย เฉกเช่นที่ประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จ ตัวอย่างแนวทางการจัดการของแต่ละสินค้า เช่น

1. ไวน์ เป็นเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ที่ได้จากการหมักองุ่น หรือผลไม้อื่นๆ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการทำไวน์จากผลไม้ต่างๆ ซึ่งจะเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรที่ปลูกผลไม้ช่องทางหนึ่ง ส่งเสริมให้มีกิจกรรมการทำไวน์เข้าแข่งขันทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อสรรหาไวน์ที่ดีและมีคุณภาพ เพื่อศึกษาหาจุดแข็งจุดอ่อนของไวน์ไทยและไวน์ต่างประเทศ เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 เพื่อเป็นส่งเสริมภาพลักษณ์ของไวน์ที่ผลิตในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของต่างประเทศ เพื่อเพิ่มการส่งออกไวน์ในหมวดสินค้าฟุ่มเฟือยมากขึ้น

2. สุราต่างประเทศ และเบียร์ รัฐบาลควรส่งเสริมให้ประชาชนตระหนักถึงผลเสียจากการดื่มสุราอย่างจริงจัง สร้างทัศนคติใหม่ให้กับเยาวชนและประชาชนทั่วไปด้วยการจัดให้มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ

3. ผลไม้ และแอปเปิ้ล รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการทำวิจัยเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการ และสารอาหารในผลไม้ของไทยให้มากขึ้น เพื่อสร้างทัศนคติในการบริโภคผลไม้ไทย เพราะผู้บริโภคในปัจจุบันหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้นด้วยการเลือกบริโภคเฉพาะผลไม้ที่มีคุณค่าต่อร่างกาย ถ้าหาผู้บริโภคได้ทราบถึงคุณค่าทางโภชนาการของผลไม้ไทยมากขึ้นจะทำให้หันมาบริโภคผลไม้ไทยมากยิ่งขึ้น ลดการนำเข้าผลไม้ และเป็นผลดีต่อเกษตรกรชาวสวนผลไม้

4. สุธาสี ผ้า กระโปรง เนคไท รองเท้าหนัง รองเท้าผ้าใบ กระเป๋าหนังและเข็มขัดหนัง รัฐบาลควรส่งเสริมการใช้สินค้าไทยด้วยการสร้างต้นแบบการบริโภคสินค้าด้วยการให้บุคลากรในหน่วยงานต่างๆ ของรัฐ มีการใช้สินค้าของไทย เช่น ให้มีการใส่ สุธาสี ผ้า กระโปรง เนคไท ที่ทำจากผ้าไหมไทยอย่างน้อย 1 วันต่อสัปดาห์ เพื่อเป็นตัวอย่างการบริโภคให้แก่ประชาชน เพื่อเป็นการช่วยเหลือเกษตรกรกลุ่มเลี้ยงไหม และธุรกิจผ้าไหมไทย อีกทางหนึ่ง ถ้าหากผู้นำระดับประเทศสวมใส่เสื้อผ้าที่ทำจากผ้าไหมไทย นอกจากจะช่วยส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ผ้าไหมไทยเป็นที่รู้จักในระดับสากลแล้วยังเป็นการประชาสัมพันธ์ และการสร้างแบรนด์ของไทย ได้อีกทางหนึ่ง เป็นต้น พร้อมกับการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าส่งออกในหมวดสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยให้เทียบเท่ากับสินค้าฟุ่มเฟือยนำเข้าเพื่อเพิ่มการส่งออกให้มากขึ้น

3. ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อจำกัดของการศึกษาวิจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทยในครั้งนี้ ข้อจำกัดเรื่องของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลเป็นมูลในช่วงเวลาสั้นๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2554 เป็นเวลา 12 ปี อาจจะไม่ครอบคลุมทุกช่วงการนำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยของไทย นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดเรื่องการไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับราคานำเข้าสินค้าฟุ่มเฟือยแยกตามรายการสินค้าและราคาขายปลีกภายในประเทศของแต่ละรายการ งานศึกษาจึงใช้ตัวแปรดัชนีราคาสินค้านำเข้าเทียบกับดัชนีราคาสินค้าปลีกภายในประเทศเป็นตัวแทน อาจส่งผลให้การประมาณค่าตัวแปรปัจจัยทางด้านราคาอาจมีความคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริงได้

การศึกษาในครั้งต่อไป ควรใช้ตัวแปรตัวแทน (proxy variables) สำหรับกรณีที่หาข้อมูลไม่ได้ และช่วงเวลาที่ยาวออกไปเพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุมมากขึ้นและวิธีการศึกษาที่ยาวออกไป เพื่อให้ได้การประมาณค่าที่ได้ใกล้เคียงสภาพความเป็นจริงมากขึ้น

บรรณานุกรม

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. "ผลไม่สด." มิ.ย. 2556 (Online) Available

http://www.thaifita.com/thaifita/Portals/0/file/ascn_fruit1.doc

กัญญา จันทมาศรักษา. "ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การนำเข้าของประเทศไทยจากประเทศคู่ค้าที่สำคัญ โดยวิธี Cointegration." วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545.

คลินิกภาษี กระทรวงการคลัง, มิ.ย. 2556 (Online) Available

<http://www.taxclinic.mof.go.th/upload/iblock/a0d/a0d98c60f09cbb5b5ff9dfe442beb1243.pdf>

ถวิล นิลใบ. เศรษฐมิตีประยุกต์ EC 479. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2555

ธนาคารแห่งประเทศไทย. "การให้บริการบัตรเครดิตแยกตามประเภทบัตรเครดิต." ต.ค. 2555

(Online) Available <http://www2.bot.or.th/statistics/ReportPage.aspx?reportID>

=269&language=th

ธนาคารแห่งประเทศไทย. "รายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ มกราคม 2552." มิ.ย. 2556 (Online) Available

<http://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Inflation/Download/Pages/2552.aspx>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. "รายงานแนวโน้มเงินเฟ้อ เมษายน 2553." มิ.ย. 2556 (Online) Available

<http://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Inflation/Download/Pages/2553.aspx>

นาราทิพย์ ชุตินวงศ์. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554

นภาพร สอนองบุญ. "การวิเคราะห์อุปสงค์การนำเข้าของประเทศไทย โดยใช้ตารางปัจจัยการผลิตและ

ผลผลิต." วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

- วรณี จิเจริญ. *เศรษฐศาสตร์จุลภาค 2*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2550.
- วันสา วิโรจนารมย์. "การประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลพาแนลแบบไม่นิ่ง." *วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต*, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. "มูลค่าการนำเข้าจำแนกตามหมวดสินค้าฟุ่มเฟือย." *ศ.ค. 2555*, (Online) Available <http://www.dwfoc.mof.go.th/menu6.htm>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. "สัมจิ้นดีตลาดส้มไทยผู้ผลิตต้องเร่งปรับตัว." *มิ.ย. 2556* (Online) Available <http://www.kasikornresearch.com/TH/K-EconAnalysis/Pages/ViewSummary.aspx?docid=5671>
- สายสวาท ปิ่นอิน. "การวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของการนำเข้าแอปเปิลของประเทศไทย." *วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)*, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2548.
- สำนักงาน กสทช. "รายงานดัชนีชี้วัดในกิจการโทรคมนาคมของประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2553." *ก.ค. 2556* (Online) Available http://www.nbt.go.th/wps/portal/NTC/TDC/telecommunication_indicator
- สำนักสถิติแห่งชาติ. "เครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจไทยที่สำคัญ พ.ศ. 2551." *ศ.ค. 2555* (Online) Available <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/indicator/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. "สถิติบัญชีประชาชาติของประเทศไทย พ.ศ. 2533-2553." *ค.ค. 2555* (Online) Available <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=94>
- อาริยา รุ่งผดุงเกียรติ. "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการนำเข้าฟิล์มพลาสติกสำหรับบรรจุภัณฑ์อาหารในประเทศไทย." *วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต*, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2549.
- อนุวัฒน์ ทรัพย์พืชผล. *จับสินค้าहरुสุดลาดเมส*. กรุงเทพฯ: บริษัท พิมเนศพรินท์ ดิงเซ็นเตอร์ จำกัด, 2551.
- Positioning Magazine. "เครื่องสำอางนำเข้าขยายตัวต่อเนื่องผู้ประกอบการไทยเร่งปรับตัว." *มิ.ย. 2556* (Online) Available <http://www.positioningmag.com/prnews/prnews.aspx?id=90021>