ชื่อเรื่อง	ผลกระทบของการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (AFTA) ที่มีผลต่อการส่งออกปูนซีเมนต์ของไทยไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน กรณีศึกษา อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์
ผู้วิจัย	คัทรินทร์ เกิดกาญจน์
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุจินดา เจียมศรีพงษ์
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์สาลินี วรบัณฑูร
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศ.ม. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2555
คำสำคัญ	เขตการค้าเสรีอาเซียน ปูนซีเมนต์ อาฟต้า CEPT

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง "ผลกระทบของการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนที่มีผลต่อการส่งออกปูนซีเมนต์ของไทยไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน กรณีศึกษา อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์" มีวัตถุประสงค์หลักที่จะศึกษาผลกระทบต่อการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนที่มีผลต่อการส่งออกปูนซีเมนต์ในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน โดยใช้ข้อมูลแบบตัดขวางผสมเวลา (Panel data) ตั้งแต่ปี ค.ศ.1990-2010 ใช้แบบจำลองแรงดึงดูด (Gravity Model) ในการวิเคราะห์ด้วยวิธีการประมาณค่าแบบ OLS (Ordinary Least Squares) หลังจากนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างของมูลค่าการส่งออกระหว่างก่อนและหลังการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนด้วยวิธี Chow-Test ทำการศึกษาเฉพาะพิกัดสินค้าปูนซีเมนต์ แยกพิกัด 4 หลัก Harmonized System (HS) เป็นระบบการจำแนกพิกัดสินค้าที่องค์การศุลกากรโลก (World Customs Organization) นำมาใช้ ซึ่งจะใช้พิกัด HS Code 2523

จากการศึกษาผลกระทบของการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนที่มีผลต่อการส่งออกปูนซีเมนต์ของไทยไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน กรณีศึกษา อินโดนีเซีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ พบว่า เมื่อทำการประมาณการแบบ OLS (Ordinary Least Squares) และทำการทดสอบความแตกต่างในช่วงก่อนและหลังการจัดตั้งเขตการค้าเสรอาเซียนด้วยวิธี Chow-Test ผลการประมาณการที่ได้นั้นมีผลคล้ายกัน คือ ปัจจัยที่ได้นำมาทดสอบผลกระทบการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียนนั้น ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกปูนซีเมนต์ภายในกลุ่มอาเซียนมีเพิ่มขึ้น และการส่งออกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น (Export Expansion) และช่วงปี ค.ศ.1997-1998 เกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจเอเชีย (วิกฤตการณ์ต้มยำกุ้ง) ซึ่งทุกประเทศในภูมิภาคเอเชียต่างก็ได้รับผลกระทบทุก

ประเทศ ดังนั้นไม่สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยทางด้านวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจเอเชีย (Crisis) นั้นมีผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกปูนซีเมนต์ของไทยไปยังกลุ่มอาเซียน และจากการที่ได้ทำการศึกษาลักษณะการแข่งขันทางการตลาดภายในอุตสาหกรรมปูนซีเมนต์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) การแข่งขันทางด้านราคา (Price competition) เป็นการให้ส่วนลดโดยแยกตามประเภทของลูกค้า ซึ่งจะแบ่งเป็นการลดราคาจำหน่ายหน้าโรงงาน และการให้ส่วนลดการขาย คือ การให้ส่วนลดปกติ การให้ส่วนลดเงินสด และการให้ส่วนลดพิเศษ 2) การแข่งขันที่มิใช่ราคา (Non-price competition) เป็นอีกหนึ่งนโยบายที่บริษัทปูนซีเมนต์นิยมใช้ โดยจะมีการแข่งขันของช่องทางการจัดจำหน่าย

Title	THE IMPACT OF ASEAN FREE TRADE AREA (AFTA) TO EXPORT CEMENT TO COUNTRY MEMBER : CASE STUDY INDONESIA, MALAYSIA AND PHILIPPINES.
Author	Kattarin Kerdkan
Advisor	Associate Professor Sujinda Chemsripong, Ph.D.
Co - Advisor	Associate Professor Salinee Worrabantoon
Academic Paper	Thesis M.Econ. in Economics, Naresuan University, 2012
Keywords	ASEAN Free Trade Area, cement, AFTA, CEPT

ABSTRACT

The study "The impact of ASEAN Free Trade Area (AFTA) to export cement to country member : Case study Indonesia, Malaysia and Philippines." Have the objective to impact of ASEAN Free Trade Area study has impact to cement export of ASEAN country member. By use Panel Data since 1990-2010, and use Gravity Model to analyze Ordinary Least Squares (OLS) Computations. After that, it's distinction test of values export between before and after setting up ASEAN Free Trade Area (AFTA) by Chow Test. The study specific tariff of cement according to Harmonized System (HS) 4 digits, and Harmonized System (HS) is the distinguish tariff of goods as world Customs Organization to use, which use Harmonized System Code 2523.

From the study the impact of ASEAN Free Trade Area (AFTA) to export cement to country member : Case study Indonesia, Malaysia and Philippines. The result founded that, the computations Ordinary Least Squares (OLS) and Chow Test for test different between before and after setting up AFTA has resemble result to computations are factor use to test the impact setting up AFTA has the values export of cement intra ASEAN to increase and export expansion. And between 1997-1998 occur the asian financial crisis, the all country of ASEAN has effect and it can't summarize the crisis factor has impact to export values cement of Thailand to intra ASEAN. And study a marketing competition intra cement industry can distinguish 2 category are 1) Price

Competition : it's to give discount by distinguish customer category, that it can factory selling price discount and for sale is normal discount, cash discount and special discount. 2) Non-Price Competition : it's the popular once policy cement industry to use that it has for sale channel.

มหาวิทยาลัยนเรศวร