

CONTENTS / สารบัญ

Message from the Vice President of Chonburi Campus

สารรองอธิการบดี วิทยาเขตชลบุรี

Message from the Organizing Committee Chairperson

สารประธานคณะกรรมการฝ่ายอำนวยการจัดประชุม

กำหนดการประชุมวิชาการ

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

2022 SPUC International Conference

Researcher (Oral Presentation)

Page

Benjawan Janmanit

MATHEMATICAL MODEL OF THE RISK ASSESSMENT FOR AIRBORNE
TRANSMISSION IN A CLASSROOM WITH A SURGICAL MASK EFFICIENCY....

1

Chanakarn Kingkaew

A GAMIFICATION TECHNIQUE TO PROMOTE SELF-REGULATED LEARNING
ON DISTANCE LEARNING DURING COVID-19 SITUATION.....

12

LIU TUO

PEER ASSESSMENT TEACHING MODEL WITH A WEB-BASED CLOUD
PLATFORM TO ENHANCE PARTICIPATION OF STUDENT.....

21

Nay Ye' Htike

EVOLUTION OF THE E-SPORTS ERA & MARKET TRENDS.....

31

Nuttanuch Munsakorn

READING TOOLS AS COUNTERMEASURES AGAINST TEXT'S
INCOMPREHENSIBILITY FOR VARSITY STUDENTS.....

43

Pratchaya Kaewkaen

CARDAMOM EXTRACT DECREASE BRAIN INFARCTION AND INHIBIT LIPID
PEROXIDATION PRODUCT IN CEREBRAL ISCHEMIA RAT.....

59

Sadayut Cheedlamduan

DEVELOPMENT OF A LINEAR TRIP GENERATION MODEL FOR BANGKOK...

67

Siranee Wongkrachang

SUITABILITY AREAS FOR RICE SEED PRODUCTION AND RICE SEED
PRODUCTIVITY IN RATTAPHUM DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE.....

84

Wang Shizhao

STUDENT ACHIEVEMENT IMPROVEMENT IN AN TPACK INSTRUCTIONAL
DESIGN MODEL.....

92

CONTENTS (CONTINUE) / สารบัญ (ต่อ)

นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	หน้า
จิโรจน์ พรวัฒนา	
การปรับปรุงแหล่งจ่ายกำลังแบบติดตามสำหรับเครื่องขยายเสียงเชิงเส้น.....	217
จุฑาทิพย์ วสุพันธ์	
การพัฒนาระบบดาต้าวิซวลไลเซชันเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการงานสารบรรณ	
อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษากรมวิชาการเกษตร.....	226
จุฬาลักษณ์ เดชวิจิตร	
การวิเคราะห์คุณภาพสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้ดาต้าวิซวลไลเซชัน	
กรณีศึกษาหน่วยงานควบคุมคุณภาพสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ของบริษัท โทรคมนาคม	
แห่งชาติ จำกัด (มหาชน).....	240
ชนากานต์ โภชนงค์	
ผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่มีต่อการบริโภคภาคเอกชน.....	250
ชัชพงศ์ เชื้อดี	
การพัฒนากฎหมายว่าด้วยความรับผิดชอบเกี่ยวกับการคุกคามทางคอมพิวเตอร์.....	262
จิตติมา ภู้อย	
การสร้างกรอบวัฒนธรรมความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์ในองค์กรสำหรับ	
การเปลี่ยนผ่านทางความมั่นคงปลอดภัยไซเบอร์.....	270
ณรงค์ สวรรค์โพธิ์พันธุ์	
การพัฒนาระบบดาต้าวิซวลไลเซชันเพื่อการวิเคราะห์และทำนายผลความสำเร็จ	
กรณีศึกษา : โครงการ Digital Lending ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์	
การเกษตร.....	279
ณรงค์ฤทธิ์ นิยมมาก	
รูปแบบการออกกำลังกายแบบวิถีใหม่สำหรับการแยกกักตัวของผู้สัมผัสใกล้ชิด	
กับผู้ป่วยยืนยันโควิด-19.....	290
ณัฐกานต์ นิลอ่อน	
ความสามารถของอาหารในการป้องกันภาวะสมองเสื่อมในผู้สูงอายุ.....	298
ดนยา ตันติสันติสม	
การจัดการเรียนการสอนภาษาเยอรมันให้นักศึกษาผู้พิการทางสายตาในชั้นเรียน	
ร่วมกับนักศึกษาปกติ: จากอักษรเบรลล์สู่โปรแกรมอ่านจอภาพ.....	308
ธนาชัย อ้นรักดี	
การปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการลูกค้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	
ด้วย ไอทีล 4 กรณีศึกษา: บริษัท วี เอ็นเตอร์ไพรส์ เซอร์วิส จำกัด.....	316

ผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่มีต่อการบริโภคภาคเอกชน THE IMPACT OF EXCHANGE RATE ON PRIVATE CONSUMPTION EXPENDITURE

ชนากานต์ โภชนงค์*

Chanakan Pochchong

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราพร ระโหฐาน**

Asst. Prof. Dr. Jiraporn Rahothan

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่อการบริโภคของภาคครัวเรือน 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนต่อการบริโภคของภาคครัวเรือนของธุรกิจประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ธุรกิจเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และยาสูบ ธุรกิจเสื้อผ้าและรองเท้า ธุรกิจการสาธารณสุข ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจสื่อสาร ธุรกิจนันทนาการ และวัฒนธรรม และธุรกิจภัตตาคารและโรงแรม ธุรกิจสินค้าและบริการเบ็ดเตล็ด โดยงานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ

จากผลการศึกษา พบว่า 1) อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลต่อการบริโภคภาคเอกชนของประชากรไทย 2) อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทย ส่งผลต่อการบริโภคในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ธุรกิจเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และยาสูบ ธุรกิจเสื้อผ้าและรองเท้า ธุรกิจสื่อสาร ธุรกิจนันทนาการและวัฒนธรรม และธุรกิจภัตตาคารและโรงแรม ธุรกิจสินค้าและบริการเบ็ดเตล็ด ยกเว้นธุรกิจการสาธารณสุข และธุรกิจขนส่ง

คำสำคัญ: อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา, การบริโภคภาคเอกชน

* นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

** อาจารย์ประจำ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ABSTRACT

The objectives of this research were to study 1) the impact of exchange rate on private final consumption expenditure and 2) the impact of exchange rate on private final consumption expenditure which business has received consequences; food and non-alcoholic beverages industry, alcoholic beverages and tobacco industry, cloth and shoes industry, health industry, transportation industry, communication industry, recreation industry, restaurant and hotel industry and miscellaneous industry. The statistic used in data analysis process was multiple regression analysis.

The result showed that 1) the exchange rate of dollar against Thai Baht affected Thailand's Private Final Consumption Expenditure and 2) the exchange rate of dollar against Thai Baht affected food and non-alcoholic beverages industry, alcoholic beverages and tobacco industry, cloth and shoes industry, communication industry, recreation industry, restaurant and hotel industry and miscellaneous industry. Only health industry and transportation industry were not affected by the exchange rate of dollar against Thai Baht.

Keywords: Exchange Rate, Private Final Consumption Expenditure.

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ระบบเศรษฐกิจ คือ การรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยระบบเศรษฐกิจ ประกอบด้วยกลุ่มคนทางเศรษฐกิจ 3 กลุ่ม คือ ภาครัฐครัวเรือน (Households) ภาคธุรกิจ (Business Sector) และภาครัฐบาล (Government) ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มนี้ มีความสัมพันธ์พื้นฐานในหน้าที่ระหว่างกัน ภาคธุรกิจทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าและให้บริการ ในขณะที่ภาครัฐครัวเรือน และภาครัฐบาลทำหน้าที่เป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ให้ใช้ปัจจัยการผลิต ให้ใช้ปัจจัยแรงงาน ที่ดิน ทุนและผู้ประกอบการ ซึ่งได้รับผลตอบแทนเป็นค่าจ้าง ค่าเช่า ดอกเบี้ยและกำไร

จากการรายงานสถิติ GDP ล่าสุดของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รายงานเพื่อการอุปโภคขั้นสุดท้ายของเอกชนคิดเป็นร้อยละ 55% และ 53% ในไตรมาสที่ 3 และ 4 ปี พ.ศ. 2563 ของ GDP ด้านรายจ่ายทั้งหมด (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) โดยการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้ายถือเป็นครึ่งหนึ่งของรายจ่ายทั้งหมดภายในประเทศ

ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่ากิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศไทยนั้น ครึ่งหนึ่งขับเคลื่อนมากจากการอุปโภคบริโภคของภาคเอกชน ซึ่งการบริโภคของภาคเอกชนและการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยมีปัจจัยภายนอกหลาย ๆ ปัจจัยที่สร้างผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ทั้งนี้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราคือหนึ่งในปัจจัยสำคัญและมีผลกระทบต่อภาคธุรกิจในเรื่องของการนำเข้าและส่งออกเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ได้รับผลกระทบนี้ไม่เพียงแต่ภาคธุรกิจเท่านั้น ผู้บริโภคก็อาจจะได้รับผลกระทบเช่นกัน เนื่องจากเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนมีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้หากต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการมีมูลค่าสูงขึ้น

ผู้ประกอบการอาจจะผลักภาระมูลค่าต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นมายังผู้บริโภค (Krugman and Well, 2013) ส่งผลให้ราคามูลค่าสินค้าและบริการสูงขึ้นกว่าเดิม

โดยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรานั้น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคของภาคครัวเรือน อัตราแลกเปลี่ยน หมายถึง ราคาของเงินสกุลหนึ่งเทียบกับราคาของเงินอีกสกุลหนึ่ง และเนื่องจากการที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่มีความผันผวนนั้น ส่งผลต่อราคาสินค้าและบริการ ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการที่อำนาจในการซื้อสินค้าและบริการ (Purchasing Power Parity) มีอำนาจที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง จึงส่งผลให้การบริโภคของประชาชนในประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Lipsey and Chrystal, 2011) กล่าวคือ หากประเทศนั้น มีอำนาจของสกุลเงินที่เพิ่มขึ้นเปรียบเทียบกับเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐนั้นหมายความว่า ประชาชนภายในประเทศสามารถซื้อของในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐได้มากขึ้น หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เงินแข็งค่าขึ้น ในทางกลับกันหากประเทศนั้น มีอำนาจของสกุลเงินที่ลดลงเปรียบเทียบกับเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐ หมายความว่า ประชาชนภายในประเทศสามารถซื้อของในสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐได้ลดลง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า เงินอ่อนค่าลง

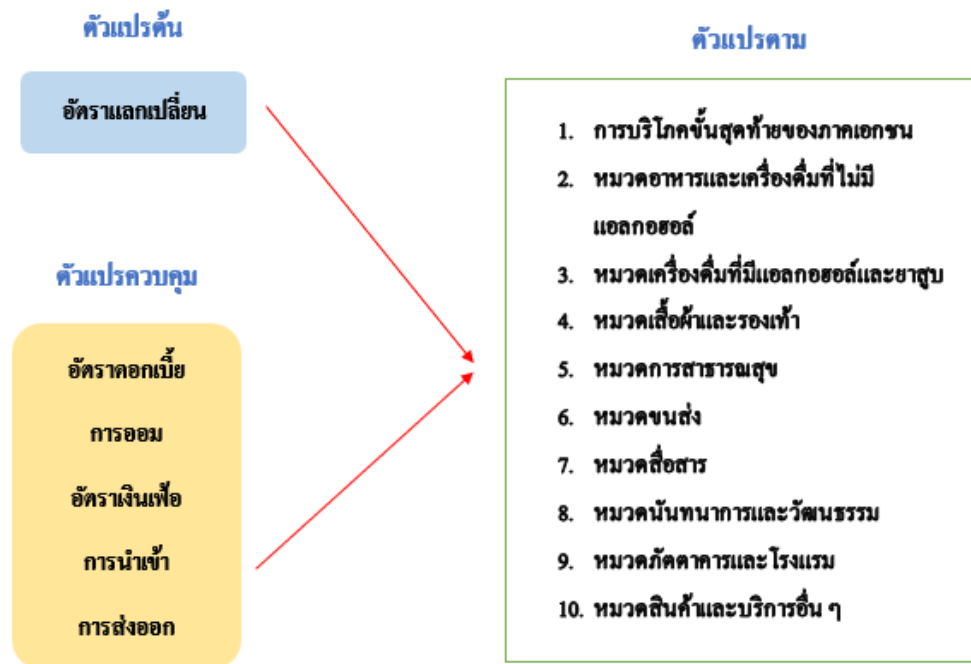
ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่อการบริโภคของภาคเอกชน โดยศึกษาถึงผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่อการบริโภคของภาคเอกชน ในหมวดต่าง ๆ โดยจำแนกการบริโภคของภาคครัวเรือนออกเป็น 9 หมวดหลัก ซึ่งประกอบด้วย 1) อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ 2) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และยาสูบ 3) หมวดเสื้อผ้าและรองเท้า 4) การสาธารณสุข 5) ขนส่ง 6) สื่อสาร 7) นันทนาการและวัฒนธรรม 8) ภัตตาคารและโรงแรม และ 9) สินค้าและบริการอื่น ๆ

โดยผลการศึกษาจะทำให้ทราบถึง ผลกระทบต่อการบริโภคในหมวดต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบการพิจารณา วางแผน สร้างกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อการรับมือ และบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่อการบริโภคของภาคครัวเรือน
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนต่อการบริโภคของภาคครัวเรือนของธุรกิจประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ธุรกิจเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และยาสูบ ธุรกิจเสื้อผ้า และรองเท้า ธุรกิจการสาธารณสุข ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจสื่อสาร ธุรกิจนันทนาการและวัฒนธรรม และธุรกิจภัตตาคารและโรงแรม ธุรกิจสินค้า และบริการอื่น ๆ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของการศึกษา

หมายเหตุ: ตัวแปรควบคุม คือ ตัวแปรอิสระที่ไม่อยู่ในขอบเขตของการศึกษา แต่อาจมีผลต่อตัวแปรตามที่กำลังศึกษา ดังนั้น ตัวแปรควบคุมจึงมีความสำคัญที่ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาให้อยู่ในสมการเพื่อไม่ให้ผลการทดสอบเกิดความคลาดเคลื่อน โดยการนำตัวแปรนั้นมาเป็นตัวแปรควบคุม (Anderson, 2020), (Kim, 2018) and (Sulekha, Francina and Tharmalingam, 2019)

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จาก 3 หน่วยงาน ที่มีหน้าที่ประกาศข้อมูลทางสถิติอย่างเป็นทางการจากเว็บไซต์ของหน่วยงานนั้น ๆ ได้แก่ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย และกระทรวงพาณิชย์ โดยข้อมูลที่ทำกรเก็บรวบรวมนั้น เป็นข้อมูลรายไตรมาส ตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 พ.ศ. 2542 ถึง ไตรมาสที่ 4 พ.ศ. 2562 (21 ปี 84 ไตรมาส) มาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

โดยงานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นเครื่องมือหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้รูปแบบของ Time Series Analysis ในส่วนของการประมวลผลนั้น งานวิจัยนี้จะใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และประมวลผลของข้อมูล

โดยขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังต่อไปนี้

1. ทดสอบ Unit Root Test คือ การทดสอบความนิ่งของข้อมูล และแก้ไขปัญหาหากชุดข้อมูลเกิดความผิดพลาด
2. ทดสอบ Multicollinearity คือ การทดสอบความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระหลายตัวแปรที่มีผลต่อตัวแปรตาม และแก้ไขปัญหาหากชุดข้อมูลเกิดความผิดพลาด
3. ทดสอบ Heteroscedasticity คือ การทดสอบความไม่คงที่ของค่าความแปรปรวนของค่าความคลาดเคลื่อน และแก้ไขปัญหาหากชุดข้อมูลเกิดความผิดพลาด
4. ทดสอบ Autocorrelation คือ การทดสอบปัญหาความคลาดเคลื่อนที่มีสหสัมพันธ์กัน อันเกิดจากตัวคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันระหว่างคาบเวลา หรือตัวคลาดเคลื่อนมีค่าไม่เท่ากับศูนย์ และแก้ไขปัญหาหากชุดข้อมูลเกิดความผิดพลาด
5. พยากรณ์แบบจำลองผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป
6. ทดสอบ Cointegration คือ การทดสอบความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพในระยะยาว ตามวิธีการของ Engle and Granger โดยการประมาณค่าสมการถดถอยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) และทำการทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนจากสมการที่ประมาณได้ว่ามีลักษณะนิ่งของข้อมูล (Stationary)
7. วิเคราะห์และประมวลผล โดยการนำผลที่ได้จากการประมวลผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปมาวิเคราะห์และประมวลผลเพื่อให้ได้สมการที่แสดงออกถึงผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจต่าง ๆ

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัย เรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่ส่งผลต่อการบริโภคภาคเอกชน ผ่านกระบวนการทดสอบและการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการพยากรณ์แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ

ตัวแปร สมมติฐาน	อัตรา แลกเปลี่ยน	อัตรา ดอกเบี้ย	อัตราเงิน เฟ้อ	รายได้	เงินออม	นำเข้า	ส่งออก	สัมประสิทธิ์ การพยากรณ์
สมมติฐาน A การบริโภคภาคเอกชน	0.25***	-0.69**	-0.28*	0.40**	0.16**	0.10**	0.01	67%
สมมติฐาน B อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์	0.39***	-0.28	-0.06	0.09	-0.02	0.02	0.04	60%
สมมติฐาน C เครื่องดื่มที่แอลกอฮอล์และยาสูบ	0.42***	-0.91	0.57*	0.07	0.02	0.16*	0.07	39%
สมมติฐาน D เสื้อผ้า	0.16**	1.18***	0.49**	0.31	-0.17***	0.04	-0.03	50%
สมมติฐาน E สุขภาพ	0.07	0.25	-0.35	-0.74***	0.24**	0.26***	0.02	45%
สมมติฐาน F ขนส่ง	-0.03	-0.42	-0.73	2.41***	0.51***	0.15	-0.12	69%
สมมติฐาน G สื่อสาร	1.16***	4.00	-1.87***	-1.48***	0.08	0.50***	0.51	62%
สมมติฐาน H บ้านเหิงและวัฒนธรรม	0.37***	-2.41***	-0.83***	0.10	0.43***	0.32***	0.23	60%
สมมติฐาน I โรงแรมและภัตตาคาร	-0.46**	0.64	-0.01	1.03***	0.09	หมายเหตุ: ธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารไม่มีการนำเข้าและส่งออก		23%
สมมติฐาน J สินค้าและบริการอื่น ๆ	0.47***	-4.92***	-0.78**	-0.42	0.64***	0.07	0.19	49%

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1

จากการทดสอบ สมมติฐาน A พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลต่อการบริโภคภาคเอกชนของประชากรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 67 เปอร์เซ็นต์

โดยทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลให้การบริโภคของภาคครัวเรือนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น 0.25 เปอร์เซ็นต์

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeynalova and Mammadili (2020) โดยผลการวิจัยพบว่า “ทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ ของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินมาเน็ตอาเซอร์ไบจานส่งผลให้การบริโภคของภาคครัวเรือนในประเทศอาเซอร์ไบจานเพิ่มขึ้น 63.04 เปอร์เซ็นต์” ทั้งนี้ สาเหตุที่ทำให้เปอร์เซ็นต์การเพิ่มขึ้นของการบริโภคของภาคครัวเรือนสูงมากนั้น เป็นผลมาจากมูลค่าการนำเข้าสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า เกิดปัญหาภาวะเงินเฟ้อนั่นเอง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นในมูลค่าของเงินดอลลาร์ ส่งผลโดยตรงต่ออำนาจการใช้จ่ายใช้สอย หรือ Purchasing Power Parity กล่าวคือ เงินในมูลค่าเท่าเดิมสามารถซื้อของได้น้อยลง ดังนั้น เพื่อต้องการบริโภคในปริมาณที่เท่าเดิมจึงจำเป็นต้องใช้เงินในปริมาณที่เพิ่มขึ้น จึงเป็นผลให้มูลค่าการใช้จ่ายใช้สอยในภาคครัวเรือนเพิ่มขึ้นค่อนข้างสูงในประเทศที่มีการนำเข้าสินค้าเพื่อการบริโภค

จากการทดสอบ **สมมติฐาน B** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลต่อการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ของประชากรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 60 เปอร์เซนต์

โดยทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซนต์ของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทย ส่งผลให้การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ของประชากรไทย เพิ่มขึ้น 0.39 เปอร์เซนต์

สอดคล้องกับงานวิจัยและการรวบรวมสถิติของรัฐอัลเบอร์ตา ประเทศแคนาดา อัตราแลกเปลี่ยนแปรผันตรงต่อราคาสินค้าทางการเกษตรของประเทศแคนาดาตามระบบอัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวแบบเสรี (Alberta, 2022) และสอดคล้องกับบทความของสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว (2556) กล่าวไว้ว่า การแข็งค่าของเงินบาทไทย ทำให้การส่งออกสินค้าของประเทศไทยชะลอตัวลงในภาพรวม ซึ่งสินค้าจำพวกอาหารที่ประเทศไทยส่งออกมายังประเทศจีนชะลอตัวลง ประกอบไปด้วย ผักสด ผลไม้ แป้งมันสำปะหลัง ข้าว ผลิตภัณฑ์ผักแปรรูป ผลิตภัณฑ์จากปลาและกุ้งแปรรูป และเครื่องปรุงรสต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้น ในทิศทางตรงกันข้าม หากเงินบาทอ่อนค่าลง ส่งผลให้ประเทศไทยมีการส่งออกสินค้าจำพวกนี้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ราคาสินค้าภายในประเทศมีระดับราคาที่สูงขึ้นตามไปด้วย

จากการทดสอบ **สมมติฐาน C** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทย ส่งผลต่อการบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และยาสูบของประชากรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 40 เปอร์เซนต์

โดยทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซนต์ของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทย ส่งผลให้ การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และยาสูบของประชากรไทยเพิ่มขึ้น 0.42 เปอร์เซนต์

กล่าวคือ เมื่อเงินบาทไทยอ่อนค่าลง หรือเงินดอลลาร์สหรัฐสามารถแลกเงินบาทไทยได้ในมูลค่าที่มากขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาจับจ่ายใช้สอย ของอุปโภคบริโภคในหมวดเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และยาสูบ ซึ่งนับรวมเป็นการบริโภคของประชากรไทยด้วย จึงส่งผลให้เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยเพิ่มขึ้น การบริโภคเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ และยาสูบของประชากรไทยเพิ่มขึ้นด้วย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Leppanen, Sullstrom and Suoniemi (2001) ผลการศึกษา พบว่า ราคาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นมีความสัมพันธ์กัน และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ถูกจัดอยู่ในหมวดสินค้าปกติ (Normal goods) กล่าวคือ เป็นสินค้าที่ขึ้นอยู่กับรายได้หรืออำนาจของเงินในมือของผู้บริโภค โดยหากผู้บริโภคมีอำนาจการซื้อที่มาก ก็จะมีการบริโภคที่มากขึ้นตามไปด้วย

จากการทดสอบ **สมมติฐาน D** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทไทยต่อสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐส่งผลต่อการบริโภคเครื่องแต่งกายและรองเท้าของประชากรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 50 เปอร์เซนต์

โดยทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซนต์ของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทย ส่งผลให้การบริโภคเครื่องแต่งกายและรองเท้าของประชากรไทย เพิ่มขึ้น 0.16 เปอร์เซนต์

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chmura (2000) การเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซนต์ของอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลให้การบริโภคเครื่องแต่งกายเพิ่มขึ้น 1.4 เปอร์เซนต์ ซึ่งการบริโภคของประชากรไทยที่เพิ่มขึ้นนั้น อาจเป็นผลมาจาก การบริโภคของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น เมื่อเงินไทยอ่อนค่าลง เนื่องจากประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวในการมาจับจ่ายใช้สอยสินค้าจำพวกแฟชั่น

จากการทดสอบ **สมมติฐาน E** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านสุขภาพของประชากรไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 45 เปอร์เซ็นต์

กล่าวคือ อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยไม่ส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านสุขภาพของประชากรไทย เนื่องจากรัฐบาลไทยนั้น มีสิทธิพื้นฐานให้กับประชากรไทยในการเข้าถึงการรักษาพยาบาล แม้ว่ายาส่วนใหญ่ในประเทศไทยจะต้องนำเข้าจากต่างประเทศ แต่ก็ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการบริโภคภาคครัวเรือน เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นและจัดอยู่ในปัจจัยพื้นฐานที่ไม่ว่าจะราคาขึ้นหรือลง เมื่อประสบปัญหาการเจ็บป่วยยังคงต้องมีการบริโภคเหมือนเดิม

จากการทดสอบ **สมมติฐาน F** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านขนส่งของประชากรไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 69 เปอร์เซ็นต์

กล่าวคือ อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยไม่ส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านขนส่งของประชากรไทย เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเดินทางสาธารณะนั้น เป็นค่าใช้จ่ายที่จำเป็น ผู้คนจำเป็นต้องเดินทางไปยังที่ต่างๆ เพื่อการดำรงชีพในประเทศ ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการซื้อรถราคาดไม่ได้ขึ้นลงตามอัตราแลกเปลี่ยน เฉพาะฉะนั้นจึงไม่ได้รับผลกระทบในด้านนี้

จากการทดสอบ **สมมติฐาน G** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านการสื่อสารของประชากรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 62 เปอร์เซ็นต์

โดยทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลให้การใช้จ่ายด้านการสื่อสารของประชากรไทยเพิ่มขึ้น 1.16 เปอร์เซ็นต์

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeynalova and Mammadili (2020) ผลการวิจัย พบว่า “ทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ของอัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินมานัตอาเซอร์ไบจานส่งผลให้การบริโภคของภาคครัวเรือนในประเทศอาเซอร์ไบจานเพิ่มขึ้น 63.04 เปอร์เซ็นต์” โดยมูลค่าที่เพิ่มขึ้นนั้นส่วนหนึ่งมาจากสินค้านำเข้า ประกอบไปด้วย เครื่องมือสื่อสาร อาหาร เครื่องดื่ม ผัก ยานพาหนะและขนส่งต่าง ๆ ทั้งนี้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านการสื่อสารของประชากรไทยที่เพิ่มขึ้นนั้น อาจเป็นผลมาจากราคาของค่าเครื่องมือสื่อสารที่ถูกกำหนดราคาขายโดยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของทางต้นสังกัดบริษัทนั้น ๆ ซึ่งราคาเครื่องมือสื่อสารที่แปรผันตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราส่งผลให้มูลค่าการบริโภคมีมูลค่าที่สูงขึ้น

จากการทดสอบ **สมมติฐาน H** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านความบันเทิงและวัฒนธรรมของประชากรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์

โดยทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทยให้การใช้จ่ายด้านความบันเทิงและวัฒนธรรมของประชากรไทยเพิ่มขึ้น 0.37 เปอร์เซ็นต์

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Elliot (2009) ผลการศึกษา พบว่า การเปลี่ยนแปลงของสกุลเงินต่างประเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในวงการธุรกิจในระดับสากลมากยิ่งขึ้น ซึ่งในอุตสาหกรรมกีฬาการแข่งขันกีฬาในฤดูกาลต่าง ๆ ในระดับสากลนั้น ด้วยความเป็นเอกลักษณ์ และความสม่ำเสมอใน

การจัดการแข่งขัน การลงแข่งขันกีฬาของสมาคมต่างๆ จึงทำให้เห็นความสำเร็จและมีศักยภาพที่จะดึงดูด นักลงทุนมากขึ้น ดังนั้น การที่เงินบาทไทยนั้นอ่อนค่าลง ส่งผลให้นักลงทุนต่างชาติ สนใจเข้ามาลงทุน ในธุรกิจกีฬาอาชีพไทยมากยิ่งขึ้น

จากการทดสอบ **สมมติฐาน** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทย ส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านโรงแรมและภัตตาคารของประชากรไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 23 เปอร์เซ็นต์

โดยทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทย ส่งผลให้การใช้จ่ายด้านโรงแรมและภัตตาคารของประชากรไทยลดลง 0.46 เปอร์เซ็นต์

การที่การใช้จ่ายด้านโรงแรมและภัตตาคารของประชากรไทยลดลงเมื่อเงินบาทอ่อนค่าลงนั้น อาจจะเป็นเพราะว่าอัตราแลกเปลี่ยนที่เพิ่มขึ้นนั้น ส่งผลให้เกิดภาวะเงินเฟ้อในประเทศไทย ทำให้ประชากร ไทยชะลอการท่องเที่ยวภายในประเทศและการรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร

ทั้งนี้ การที่เงินบาทไทยอ่อนค่าลงนั้น โดยปกติทั่วไปควรดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้า ประเทศ กล่าวคือ เมื่อเงินบาทอ่อนค่าทำให้เมื่อนำเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐมาแลกทำให้ได้เงินบาทไทย ในปริมาณที่มากขึ้น ดังนั้นจึงควรที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ดังผลการวิจัยของ พรณิดา แสงแดง และประเสริฐ ไชยทิพย์ (2560) ผลการวิจัย พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทาง ตรงข้ามกับ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ถ้าสกุลเงินของประเทศต้นทาง แข็งค่าเมื่อเทียบกับเงินบาท นักท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ จะมีอำนาจการซื้อน้อยลงส่งผลให้นักท่องเที่ยว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง

จากการทดสอบ **สมมติฐาน J** พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงิน บาทไทยส่งผลต่อการใช้จ่ายด้านสินค้าและบริการเบ็ดเตล็ดของประชากรไทย อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.01 โดยสมมติฐานนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์เท่ากับ 49 เปอร์เซ็นต์

โดยทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาท ไทยส่งผลให้การใช้จ่ายด้านสินค้าและบริการเบ็ดเตล็ดของประชากรไทย เพิ่มขึ้น 0.47 เปอร์เซ็นต์

โดยการใช้จ่ายด้านสินค้าและบริการเบ็ดเตล็ดของประชากรไทย ประกอบไปด้วยของใช้และ บริการส่วนบุคคลอื่น ๆ ทรัพย์สินของบุคคล รวมทั้งการประกันชีวิตและการประกันภัย การบริการ ทางการเงิน และการบริการอื่น ๆ ซึ่งในรายการทั้งหมดนี้ การบริการทางการเงินเป็นธุรกิจที่จะได้รับ ผลกระทบมากที่สุดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งการบริการทางการเงิน คือ การทำ ธุรกิจทางการเงิน การจ่ายเงินค่าสินค้าไปยังประเทศต้นทาง บริษัทในประเทศไทยนั้น เมื่อเงินบาท ไทยอ่อนค่าลง 1 เปอร์เซ็นต์ จะส่งผลให้มูลค่าทางการเงินที่บริษัทนั้นๆ ต้องจ่ายเงินเพิ่มเฉลี่ยอยู่ที่ 0.47 เปอร์เซ็นต์

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัย เรื่องอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่ส่งผลต่อการบริโภคภาคเอกชน ผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 4 ข้อ โดยจำแนกธุรกิจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราส่งผลต่อการบริโภคภาคธุรกิจในทิศทางเดียวกัน และอัตราดอกเบี้ยนั้นส่งผลต่อการบริโภคของภาคธุรกิจในทิศทางตรงกันข้าม ได้แก่ ธุรกิจอาหารและ

เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ธุรกิจเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และยาสูบ ธุรกิจด้านความบันเทิงและวัฒนธรรม และธุรกิจด้านสินค้าและบริการเบ็ดเตล็ด มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

เพื่อส่งเสริมการบริโภคของประชากรไทยที่เพิ่มขึ้น และส่งเสริมธุรกิจเหล่านี้ ธนาคารกลางควรคงนโยบายทางการเงินที่ส่งผลต่ออัตราแลกเปลี่ยนให้เงินบาทไทยอ่อนค่าในระดับที่พอดี โดยธนาคารกลางควรปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ซึ่งการลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากนั้น จะส่งผลให้ประชากรไทยออมเงินในรูปแบบของเงินฝากน้อยลง และเลือกที่จะออมเงินในรูปแบบทางเลือกอื่น ๆ มากขึ้น เช่น การลงทุนในหุ้น หรือพันธบัตรรัฐบาล เป็นต้น และการปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้นั้น จะส่งผลให้ต้นทุนในการกู้เงินเพื่อมาบริโภคหรือลงทุน รวมถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสในการถือเงินสดลง ส่งผลให้ความต้องการในการบริโภคและการลงทุนของประชากรไทยเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้การที่เงินบาทไทยอ่อนค่านั้น จะส่งผลต่อภาคธุรกิจอื่นๆ โดยสามารถเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในการส่งออกสินค้าได้อีกด้วย

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา อัตราดอกเบี้ย และการนำเข้าสินค้าส่งผลต่อการบริโภคต่อภาคธุรกิจในทิศทางเดียวกัน และอัตราเงินเฟ้อส่งผลต่อการบริโภคของภาคเอกชน ได้แก่ ธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายและรองเท้า ธุรกิจด้านสุขภาพ และธุรกิจด้านการสื่อสาร มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

เพื่อส่งเสริมการบริโภคของประชากรไทย และส่งเสริมธุรกิจเหล่านี้ ธนาคารกลางควรเข้ามาจับบทบาทในการดำเนินนโยบายทางการเงิน โดยธนาคารกลางควรปรับอัตราดอกเบี้ยเพื่อแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อ ปรับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากให้สูงขึ้นในระดับที่พอดี เพื่อให้ประชากรออมเงินมากขึ้น และใช้จ่ายน้อยลง รวมไปถึงการปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ให้สูงขึ้น เพื่อให้ประชากรในประเทศกู้เงินน้อยลง ลดความต้องการในสินค้าและบริการ ดังนั้นระดับราคาสินค้าก็จะลดลงตามกลไกของตลาด ส่งผลให้ปัญหาอัตราเงินเฟ้อค่อย ๆ ชะลอลง ทั้งนี้การปรับเพิ่มอัตราดอกเบี้ยทำให้เงินบาทไทยแข็งค่า และผลตอบแทนของการลงทุนในประเทศสูงขึ้น ส่งผลให้มีเงินทุนจากต่างประเทศไหลเข้ามาภายในประเทศมากขึ้น และการที่เงินบาทแข็งค่าขึ้นนั้นหมายความว่า มูลค่าเงินบาทจะมีอำนาจในการซื้อสินค้าจากต่างประเทศมากขึ้น สามารถนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศได้ในราคาที่ถูกลง ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจเหล่านี้

กลุ่มที่ 3 กลุ่มธุรกิจขนส่ง การบริโภคสินค้าขึ้นอยู่กับรายได้และการออมเงิน

เนื่องจากปัจจัยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของประชากรไทยนั้นขึ้นอยู่กับรายได้และเงินออมในครัวเรือนเป็นส่วนใหญ่ โดยปัจจัยอื่นๆ ทางเศรษฐกิจนั้นไม่นับสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรไทย ดังนั้น นโยบายที่จะสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายในหมวดนี้ได้ นั้น จึงควรเป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับภาษีรถยนต์ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่เก็บภาษีในการซื้อรถยนต์มากถึง 200-300% (โตโยต้าธนบุรี, 2565) ซึ่งถ้าหากรัฐบาลต้องการกระตุ้นการใช้จ่ายทางด้านนี้ ควรต้องมีการลดหย่อนภาษี เช่น โครงการรถคันแรก ที่มีการคืนเงินภาษีสรรพสามิตเท่ากับที่จ่ายจริงในการซื้อรถยนต์ใหม่คันแรก แต่ไม่เกิน 100,000 บาท ให้แก่ผู้ที่ใช้สิทธิ์ซื้อรถยนต์เป็นคันแรก เป็นต้น

กลุ่มที่ 4 อัตราแลกเปลี่ยนส่งผลต่อทุกธุรกิจในทิศทางบวก ยกเว้นธุรกิจโรงแรมและภัตตาคาร กล่าวคือ ทุกการเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ของอัตราแลกเปลี่ยนของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐต่อเงินบาทไทย ส่งผลให้การบริโภคของภาคครัวเรือนในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในภาคส่วนธุรกิจนั้น รัฐบาลควรเข้ามา

ควบคุมอัตราแลกเปลี่ยนให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้เกิดอัตราภาวะเงินเฟ้อที่สูงเกินพอดี และควบคุมอัตราราคาสินค้าให้อยู่ในระดับราคาที่เหมาะสม

บรรณานุกรม

- พรณิดา แสงแดง และประเสริฐ ไชยทิพย์. (2560). *การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยวิธีการพาแนลเออาร์ทีแอล* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.econ.cmu.ac.th/econ_paper/admin/files/paper/571632532/014%20นางสาวพรณิดา%แสงแดง%20571632532.pdf [2564, 15 ตุลาคม].
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว. (2556). *ผลกระทบของค่าเงินบาทแข็งค่าต่อสินค้าไทยในจีน* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.ditp.go.th/contents_attach/75951/75951.pdf [2564, 20 ตุลาคม].
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *สถิติข้อมูลการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคขั้นสุดท้ายของภาคครัวเรือนประเทศไทย*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=qgdp_page [2564, 10 มิถุนายน].
- Alberta. (2022). *How exchange rates affect agricultural markets* (Online). Available: <https://www.alberta.ca/how-exchange-rates-affect-agricultural-markets.aspx> [2021, October 10].
- Anderson, Kym. (2020). *Beverage market disruptions and their trade consequences* (Online). Available: <https://voxeu.org/article/beverage-market-disruptions-and-their-trade-consequences> [2021, October 12].
- Chmura, Chmura. (2000). *The Effect of Exchange Rate Variation on U.S. Textile and Apparel Imports* (Online). Available: https://www.researchgate.net/publication/5053304_The_Effect_of_Exchange_Rate_Variation_on_US_Textile_and_Apparel_Imports [2021, October 12].
- Dziadkiewicz, Johanna, Pisani, Alexia & Wong, Rebecca. (2015). *Does a Recession have an Impact on Alcohol Consumption?* (Online) Available: <https://ojs.deakin.edu.au/index.php/dpibe/article/view/508> [2021, October 10].
- Elliot, Nick. (2009). *The Effect of Exchange Rates on the Performance of Professional Sports Franchises in International Competition*. Duke University (Online). Available: <https://dukespace.lib.duke.edu/dspace/bitstream/handle/10161/1384/Elliott,%20Nick.pdf;sequence=1> [2021, November 7].

- Kim, Hae. (2017). *The Effect of Consumption on Economic Growth in Asia* (Online). Available: <https://www.hilarispublisher.com/open-access/the-effect-of-consumption-on-economic-growth-in-asia-2375-4389-1000259.pdf> [2021, November 7].
- Krugman, Paul. & Well, Robin. (2013). *Economics* (3rd ed.). New York: Worth Publishers.
- Leppanen, Kalervo, Sullstrom, Risto & Suoniemi, Ilpo. (2001). *Effects of economic factors on alcohol consumption in 14 European countries* (Online). Available: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/145507250101801S04> [2021, November 7].
- Lipsey, Richard & Chrystal, Alec. (2011). *Economics*. (12th Ed.). New York: Oxford University Press.
- Sulekha, A., Pracila, Francina Mary. & Tharmalingam A. (2019). *Impact of Inflation of the Household Spending Power* (Online). Available: <https://www.ijrte.org/wp-content/uploads/papers/v7i5s/Es211501751919.pdf> [2021, November 7].
- Zeynalova, Zivar & Mammadli, Mubariz. (2020). *Analysis of the Economic Factors Affecting Household Consumption Expenditures in Azerbaijan* (Online). Available: https://www.researchgate.net/publication/341279386_Analysis_of_the_Economic_Factors_Affecting_Household_Consumption_Expenditures_in_Azerbaijan [2021, October 12].