

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### 3.1 วิธีการศึกษา

##### 1) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยแบ่งออกเป็น

1.1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม สถานการณ์การส่งออก นโยบายการค้าระหว่างประเทศ กรอบความร่วมมือ ระหว่างประเทศไทย กับกลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม โดยใช้ข้อมูลจากสถาบันและหน่วยงานต่างๆที่เก็บรวบรวมไว้ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงการต่างประเทศ กรมศุลกากร เป็นต้น

1.2 ข้อมูลมูลค่าการค้าขายของไทย และประเทศสมาชิกอาเซียนบวกสาม โดยใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ Global Trade Atlas (GTA) โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 - 2551

##### 2) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Description Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา จะศึกษาจาก บทความ เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงสภาพทั่วไปของประเทศสมาชิก อาเซียนบวกสาม สินค้านำเข้า กรอบความร่วมมือทางการค้า สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการค้าระหว่างประเทศไทย กับกลุ่มประเทศ อาเซียนบวกสาม

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ จะใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) เพื่อศึกษาว่ารายการสินค้าใดมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในแต่ละประเทศ ใช้ค่าพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage) เพื่อศึกษาสถานการณ์การส่งออกของประเทศส่งออก และประเทศนำเข้าว่ามีสถานการณ์เป็นอย่างไร และใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS) ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำเข้าของประเทศอาเซียนบวกสาม ว่าเกิดจากปัจจัยใด ซึ่ง

จะใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 – 2551 โดยจะพิจารณาอัตราเฉลี่ยเพื่อศึกษาภาพรวม และจะศึกษาสถานการณ์ปีล่าสุดคือปี พ.ศ. 2551

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

#### 1) ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage)

ในการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จะใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage) โดยเปรียบเทียบกับสินค้าแต่ละรายการ ในแต่ละประเทศ ซึ่งจะแบ่งสินค้าตามระบบฮาร์โมนิซ (Harmonized) ระดับ 2 Digit และ 4 Digit ตามความเหมาะสมกับสินค้าแต่ละรายการ

ซึ่งสามารถคำนวณด้วยสูตรการคำนวณดังนี้

$$RCA_{ki}^n = \frac{X_{ki}^n / X_i^n}{M_k^n / M^n}$$

โดยที่

$X_{ki}^n$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่ม k ไปยังประเทศ n

$X_i^n$  คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i

$M_k^n$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ทั้งหมดจากทุกประเทศของประเทศ n

$M^n$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ n

กำหนดให้

k = สินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย

n = กลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

สินค้า k (1,2)

k = 1-20

คือ สินค้าส่งออกที่สำคัญ 1-20 อันดับแรกของไทย

i = 1

คือ ประเทศไทย

n = 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12

คือ ประเทศ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์

บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนาม พม่า ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ตามลำดับ

ถ้าค่า  $RCA = 1$  แสดงว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออกกลุ่ม k ของประเทศ i เท่ากับสัดส่วนของสินค้าส่งออกกลุ่ม k ของโลก

ถ้าค่า  $RCA > 1$  แสดงว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออกกลุ่ม  $k$  ของประเทศ  $i$  มากกว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออกกลุ่ม  $k$  ของโลก

หมายความว่า สินค้ากลุ่ม  $k$  ในประเทศนั้น มีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่ส่งสินค้ากลุ่ม  $k$

ถ้าค่า  $RCA < 1$  แสดงว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออกกลุ่ม  $k$  ของประเทศ  $i$  น้อยกว่าสัดส่วนของสินค้าส่งออกกลุ่ม  $k$  ของโลก

หมายความว่า สินค้ากลุ่ม  $k$  ในประเทศนั้น มีความเสียเปรียบ โดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ที่ส่งสินค้ากลุ่ม  $k$

## 2) พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage)

เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงค่า  $RCA$  ว่ามาจากสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายไทย และสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเป้าหมายของโลก ให้สามารถวิเคราะห์เชิงพลวัต ใช้วิธีการเพิ่มเติมโดย วิธี พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เมื่อได้ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ก็จะสามารถหา พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังสมการดังนี้

$$\frac{\Delta RCA_i}{RCA_i} = \frac{\Delta(X_{ki}/X_i)}{(X_{ki}/X_i)} - \frac{\Delta(X_{kw}/X_w)}{(X_{kw}/X_w)}$$

โดยที่

$X_{ki}$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่ม  $k$  ไปยังประเทศ  $n$

$X_i$  คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมด ของประเทศ  $i$

$X_{kw}$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า  $k$  ทั้งหมดจากทุกประเทศของประเทศ  $n$

$X_w$  คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $n$

$\frac{\Delta(X_{ki}/X_i)}{(X_{ki}/X_i)}$  คือ การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก

$\frac{\Delta(X_{kw}/X_w)}{(X_{kw}/X_w)}$  คือ การเปลี่ยนแปลงของการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก

กำหนดให้

$k$  = สินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย

$n$  = กลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

สินค้า  $k$  (1, 2)

$k = 1-20$  คือ สินค้าส่งออกที่สำคัญ 1-20 อันดับแรกของไทย

$i = 1$  คือ ประเทศไทย

$n = 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12$  คือ ประเทศ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์  
บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนาม พม่า ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ตามลำดับ

จากสมการข้างต้น สามารถแยกนิยามของสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกที่คาดว่าจะเกิด  
ได้ 6 สถานการณ์ ดังรายละเอียดดังนี้

### 2.1) กรณีค่า RCA เพิ่มขึ้น (ความได้เปรียบในการส่งออกเพิ่มขึ้น)

**ดาวรุ่งพุ่งแรง** เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมายมีแนวโน้มดีขึ้น และประเทศผู้  
ส่งออกก็สามารถส่งออกเพิ่มขึ้นได้รวดเร็วกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า

**สวนกระแส** เป็นสถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีแนวโน้มของความสามารถใน  
การส่งออกที่ดีขึ้นแต่ประเทศผู้นำเข้ามีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าลดลง

**ตั้งรับปรับตัว** เป็นสถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีความสามารถในการส่งออก  
ลดลง โดยความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกลดลงช้ากว่าการลดลงของ การนำเข้า  
ของประเทศผู้นำเข้า

### 2.2) กรณีค่า RCA ลดลง (ความได้เปรียบในการส่งออกลดลง)

**คว่ำไม่ทัน** เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมาย มีแนวโน้มดีขึ้น และประเทศผู้  
ส่งออกก็สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น แต่ความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก กลับ  
ขยายตัวต่ำกว่าอัตราการขยายตัวของของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า

**เสียโอกาส** เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมายมีการขยายการนำเข้า แต่ประเทศผู้  
ส่งออกกลับมีความสามารถในการส่งออกลดลง ทำให้ความได้เปรียบทางการส่งออกของประเทศผู้  
ส่งออกลดลง

**ถอยนำ** เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมาย และประเทศผู้ส่งออกต่างก็มีแนวโน้ม  
ลดลง และประเทศผู้ส่งออกมีความสามารถในการส่งออกลดลงรวดเร็วกว่า การลดลงของการ  
นำเข้าของประเทศผู้นำเข้า

ตารางที่ 3.1 นิยามสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกโดยวิธีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ RCA	แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของ		นิยาม
	การส่งออกของ ประเทศที่ศึกษา	การส่งออกไปยัง ตลาดเป้าหมาย	
เพิ่มขึ้น	↑	>	ดาวรุ่งพุ่งแรง
	↑		สวนกระแส
	↓	<	ตั้งรับปรับตัว
ลดลง	↑	<	คว่ำไม่ทัน
	↓		เสียโอกาส
	↓	>	ถอยนำ

ที่มา: โครงการศึกษาศักยภาพและโอกาสของสินค้าส่งออกไทยในตลาดกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (อัครพงศ์ และคณะ, 2551)

### 3) ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

ในการวัดส่วนแบ่งการตลาด จะวัดส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าแต่ละชนิด โดยเปรียบเทียบระหว่างกัน โดยส่วนแบ่งการตลาดจะเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ที่เข้าสู่ตลาด  $n$  เทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของโลกที่เข้าสู่ตลาด  $n$  ซึ่งมีสูตรคำนวณ ดังนี้

$$MS_{ki}^n = \frac{X_{ki}^n}{M_k^n}$$

โดยที่  $MS_{ki}^n$  คือ ส่วนแบ่งตลาดของสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  ในประเทศ  $n$

$X_{ki}^n$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  จากประเทศ  $i$  ไปประเทศ  $n$

$M_k^n$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  จากทุกประเทศของ  $n$

ส่วนแบ่งการตลาดที่มีค่ามาก หมายถึง มีความสามารถในการแข่งขันกันขายสินค้ามาก ซึ่ง การขายได้มากดังกล่าวอาจมาจากปัจจัยหลายๆประการ ไม่ว่าจะเป็น ราคาสินค้า คุณภาพสินค้า ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยำของเวลาส่งมอบ เป็นต้น ส่วนหนึ่งของการได้มาซึ่งส่วนแบ่งการตลาดมากๆ คือ ความได้เปรียบจากการมี ต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ

#### 4) แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model: CMS)

การหาส่วนแบ่งตลาดแบบคงที่ ค่าของปัจจัยที่ได้จากการคำนวณมีหน่วยเป็นร้อยละ ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยในด้านต่างๆมีส่วนช่วยให้มูลค่าการส่งออกมีอัตราการเติบโตเท่าใด และเมื่อรวมค่าของทั้งสามปัจจัยเข้าด้วยกันแล้วจะเท่ากับอัตราการเติบโตของการส่งออกในแต่ละปี ดังนั้น สูตรในการคำนวณดังนี้

$$\left\{ \left[ \frac{g_t \times S_{ik(t-1)}}{S_{ik(t-1)}} \right] + \left[ \frac{\{g_{kt} - g_t\} \times S_{ik(t-1)}}{S_{ik(t-1)}} \right] + \left[ \frac{\{S_{ikt} - S_{ik(t-1)} - (g_{kt} \times S_{ik(t-1)})\}}{S_{ik(t-1)}} \right] \right\} \times 100$$

โดยที่

$S_{ikt}$  = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ j

$S_{ik(t-1)}$  = มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ j

$g_{kt}$  = อัตราการเจริญเติบโตของการนำเข้าสินค้า k ของประเทศ j

$g_t$  = อัตราการเจริญเติบโตของการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของ ประเทศ j

กำหนดให้ k = สินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย

j = กลุ่มประเทศอาเซียนบวกสาม

t = ช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

t-1 = ช่วงเวลาที่ทำการศึกษาลบไป 1 ห้วงเวลา

สินค้า k (1,2)

k = 1-20 คือ สินค้าส่งออกที่สำคัญ 1-20 อันดับแรกของไทย

i = 1 คือ ประเทศไทย

j = 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12 คือ ประเทศ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ลาว กัมพูชา เวียดนาม พม่า ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ตามลำดับ

จากสูตรข้างต้นสามารถวิเคราะห์แปลความหมายได้ดังนี้

(1) การเติบโตของการนำเข้าที่เกิดจากการขยายตัวโดยรวมของตลาด (Growth

effect) คือพจน์  $\left[ \frac{g_t \times S_{ik(t-1)}}{S_{ik(t-1)}} \right]$

(2) การเติบโตของการนำเข้าที่เกิดจากการขยายตัวของตลาดสินค้า  $k$  หรือการเปลี่ยนแปลงรสนิยมการบริโภคสินค้า  $k$  (Commodity effect) คือพจน์  $\left[ \frac{\{g_{kt}-g_t\} \times S_{ik(t-1)}}{S_{ik(t-1)}} \right]$

(3) การเติบโตของการนำเข้าที่เกิดจากการขยายตัวของความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย (Competitiveness effect) คือพจน์  $\left[ \frac{\{S_{ikt}-S_{ik(t-1)}-(g_{kt} \times S_{ik(t-1)})\}}{S_{ik(t-1)}} \right]$

ผลที่ได้จากการคำนวณ สามารถอธิบายได้ว่าการเจริญเติบโตของการส่งออกสินค้าที่สำคัญของไทย ไปยังประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนบวกสาม ได้รับผลจากปัจจัยใดบ้าง และมากน้อยเพียงใด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved