

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของไทยและการส่งออกข้าวของเวียดนาม มีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

3.1 แผนดำเนินการ

การศึกษานี้จะนำข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลลักษณะอนุกรมเวลา (Time - Series Data) มาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนาม

3.2 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาการเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของไทยและการส่งออกข้าวของเวียดนามจะใช้ดัชนีวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Revealed Comparative Advantage: RCA) , พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage : DRCA) และส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิการส่งออกข้าวช่วงระหว่างปี พ.ศ.2503 – 2550 รวมระยะเวลา 48 ปี โดยภาคพื้นทีหรือฐานการศึกษา ได้แก่ ตลาดโลก

3.3 วิธีการวิจัย

ในการศึกษาการเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนาม จะวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนามไปยังตลาดโลก ซึ่งจะใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 - 2550 ซึ่งจะเปรียบเทียบศักยภาพหรือความสามารถในการแข่งขันในการส่งออกข้าวของไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างเวียดนาม โดยการพิจารณาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งรวบรวมจาก

- 1) ข้อมูลรายงานของสมาคมผู้ส่งข้าวออกต่างประเทศ, กรมส่งเสริมการส่งออก, กรมการค้าข้าว, กรมการค้าระหว่างประเทศ, กระทรวงพาณิชย์, สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย กลุ่มกำกับการค้าข้าว สำนักการค้าข้าวต่างประเทศ
- 2) งานวิจัยและบทความที่เกี่ยวข้อง

- 3) เว็บไซต์ต่างๆ เช่น www.google.co.th, www.google/book.com, www.moc.go.th, www.oae.go.th, www.fao.org, www.mfa.go.th และอื่นๆ

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1) ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage)

การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของไทยและเวียดนาม เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ประกอบกับการนำข้อมูลทางสถิติมาวิเคราะห์โดยใช้สูตร RCA (Revealed Comparative Advantage) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ การนำเอาข้อมูลสถิติซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิมาวิเคราะห์โดยใช้สูตร RCA (Revealed Comparative Advantage) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนาม ซึ่งจะใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 – 2550 รวมระยะเวลาทั้งหมด 48 ปี แล้วนำมาพิจารณาความสามารถในการแข่งขัน โดยการพิจารณาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ จะใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญอย่างเวียดนาม ซึ่งจะเปรียบเทียบค่า RCA ข้าวของไทยและเวียดนาม ซึ่งจะแสดงถึงศักยภาพการส่งออกข้าวของเวียดนามและไทยได้อย่างดี

RCA (Revealed Comparative Advantage) คือดัชนีชนิดหนึ่งที่ใช้วัดความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ซึ่งสามารถคำนวณได้จากการเปรียบเทียบสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวของประเทศที่สนใจ (i) กับมูลค่าการส่งออกของสินค้าข้าวทั้งหมดในตลาดโลก โดยเปรียบเทียบกับสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศที่สนใจเมื่อเทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

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

โดยที่

X_{ki}^P คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ P

X_i^P คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ไปยังประเทศ P

M_k^P คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า k จากทุกประเทศของประเทศ P
 M^P คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ P

กำหนดให้ k = ข้าว
 P = ตลาดโลก

ประเทศที่ส่งออกสินค้า (i)

$i=1$ คือ ประเทศไทย

$i=2$ คือ ประเทศเวียดนาม

ถ้าค่า $RCA_{ki}^P > 1$ แสดงว่า ประเทศ i มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า k ไปยังตลาด P เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆโดยรวม

ถ้าค่า $RCA_{ki}^P < 1$ แสดงว่า ประเทศ i ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า k ไปยังตลาด P เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆโดยรวม

ในการศึกษาการเปรียบเทียบศักยภาพการส่งออกข้าวของประเทศไทยและเวียดนามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 - 2550 โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคำนวณนั้น สามารถคำนวณได้จาก

ประเทศไทย

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

โดยที่

RCA_{ki}^P คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสินค้าข้าวของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

X_{ki}^P คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวของประเทศไทยไปยังตลาดโลก

X_i^P คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศไทยไปยังประเทศตลาดโลก

M_k^P คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวจากทุกประเทศของตลาดโลก

M^P คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของตลาดโลก

ประเทศเวียดนาม

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

โดยที่

RCA_{ki}^P คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสินค้าข้าวของประเทศเวียดนามไปยังตลาดโลก

X_{ki}^P คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าข้าวของประเทศเวียดนามไปยังตลาดโลก

X_i^P คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศเวียดนามไปยังประเทศตลาดโลก

M_k^P คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าข้าวจากทุกประเทศของตลาดโลก

M^P คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของตลาดโลก

2) พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic Revealed Comparative Advantage)

การวิเคราะห์ข้อมูลหาคักยภาพการแข่งขันในการส่งออกของสินค้าข้าวโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (RCA) เป็นการอธิบายว่าประเทศไทยและเวียดนามมีความได้เปรียบในการส่งออกข้าวของแต่ละประเทศในเชิงสถิติ หรือเรียกได้ว่าเป็นข้อมูลของจุดเวลานั้นๆ ทั้งนี้ เพื่อให้การศึกษาคักยภาพการแข่งขันการส่งออกสินค้าข้าวมีน้ำหนักหรือสามารถดูแนวโน้มคักยภาพการแข่งขัน จึงมีการใช้พลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic RCA) เพื่อศึกษาในช่วงเวลานั้นๆ ว่ามีการเปลี่ยนแปลงของ RCA ที่ได้หรือไม่ เพราะสาเหตุใด ซึ่งสามารถหาค่าพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Dynamic RCA) ได้ ดังนี้

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

โดยที่

X_{ki} คือ มูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่ม k ไปยังประเทศ n

X_i คือ มูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i

X_{kw} คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า k ทั้งหมดจากทุกประเทศของประเทศ n

X_w คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ n

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

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

กำหนดให้

k คือ สินค้าข้าว

n คือ ตลาดโลก

จากสูตรสามารถอธิบายขั้นตอนการคำนวณพลวัตความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบแบบตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงการคำนวณพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ประเทศที่ทำการศึกษา	ปี 2552	ปี 2551
มูลค่าการส่งออกข้าวของประเทศที่ทำการศึกษาไปตลาดโลก	A	E
มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศที่ทำการศึกษาไปตลาดโลก	B	F
มูลค่าการนำเข้าข้าวของโลก	C	G
มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของโลก	D	H
	$\frac{(A-E)/(B-F)}{A/B}$	$\frac{(C-G)/(D-H)}{C/D}$
ค่าพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	X	M

ตารางที่ 3.2 นิยามสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกโดยวิธีพลวัตความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

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

ที่มา: โครงการศึกษาศักยภาพและโอกาสของสินค้าส่งออกไทยในตลาดกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (อัครพงษ์ และคณะ, 2551)

จากสมการในตารางที่ 3.2 นั้น สามารถแยกนิยามของสถานการณ์ทางการตลาดส่งออกที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในตลาดที่ทำการแข่งขัน (ตลาดโลก) ได้ 6 สถานการณ์ ดังรายละเอียดนี้

กรณีค่า RCA เพิ่มขึ้น (ความได้เปรียบในการส่งออกเพิ่มขึ้น)

ดาวรุ่งพุ่งแรง เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมายมีแนวโน้มดีขึ้น และประเทศผู้ส่งออกก็สามารถส่งออกเพิ่มขึ้นได้รวดเร็วกว่าอัตราการขยายตัวของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า

สวนกระแส เป็นสถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีความสามารถในการส่งออกที่ดีขึ้นแต่ประเทศผู้นำเข้ามีอัตราการขยายตัวของการนำเข้าลดลง

ตั้งรับปรับตัว เป็นสถานการณ์ที่ประเทศผู้ส่งออกมีความสามารถในการส่งออกลดลง โดยความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออกลดลงช้ากว่าการลดลงของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า

กรณีค่า RCA ลดลง (ความได้เปรียบในการส่งออกลดลง)

คว่ำไม่ทัน เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมาย มีแนวโน้มดีขึ้น และประเทศผู้ส่งออกก็สามารถส่งออกได้เพิ่มขึ้น แต่ความสามารถในการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก กลับขยายตัวต่ำกว่า อัตราการขยายตัวของของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า

เสียโอกาส เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมายมีการขยายการนำเข้า แต่ประเทศผู้ส่งออกกลับมีความสามารถในการส่งออกลดลง ทำให้ความได้เปรียบทางการส่งออกของประเทศผู้ส่งออก ลดลง

ถอยนำ เป็นสถานการณ์ที่ตลาดเป้าหมาย และประเทศผู้ส่งออกต่างก็มีแนวโน้มลดลง และประเทศผู้ส่งออกมีความสามารถในการส่งออกลดลงเร็วกว่า การลดลงของการนำเข้าของประเทศผู้นำเข้า

3) ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

ในการวัดส่วนแบ่งการตลาดจะวัดส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าแต่ละชนิด โดยเปรียบเทียบระหว่างกัน ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดจะเป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า 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 ไปตลาด n

X_{ki}^n คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k จากประเทศ i ไปตลาด n

M_k^n คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k จากทุกประเทศของตลาด n

ส่วนแบ่งตลาดที่มีค่ามาก หมายถึง มีความสามารถในการแข่งขันขายสินค้ามาก ซึ่งการขยายได้มากดังกล่าวอาจจะมาจากปัจจัยหลายๆ ประการ ไม่ว่าจะเป็นราคาสินค้า คุณภาพสินค้า ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยำของเวลาส่งมอบ เป็นต้น ส่วนหนึ่งของการได้มาซึ่งส่วนแบ่งการตลาดมากๆ คือ ความได้เปรียบจากการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ