

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

#### 3.1 วิธีการศึกษา

##### 1) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากสถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมไว้ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กรมศุลกากร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น

##### 2) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ศึกษาจากบทความ เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งออกผักและผลไม้ของไทย เพื่อให้ทราบสภาพทั่วไป โครงสร้างการผลิต และการส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกผักและผลไม้

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index) ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด (market share) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกอื่นๆ ในตลาดประเทศคู่ค้าที่สำคัญ เพื่อศึกษาความได้เปรียบของการส่งออกผักและผลไม้ของไทย

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

##### 1) ดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA)

เพื่อคำนวณดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของผักและผลไม้ส่งออกของไทย กับประเทศคู่แข่งในตลาดนำเข้าที่สำคัญ สามารถนำสมการ RCA มาประยุกต์เป็นสูตรการคำนวณดังนี้

$$RCA_{ij} = \frac{X_{ij}^c / X_j^c}{M_i^c / M^c}$$

โดยที่  $X_{ij}^c$  = มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  ไปยังประเทศ  $c$

$X_j^c$  = มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $j$  ไปยังประเทศ  $c$

$M_i^c$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้า  $i$  จากทุกประเทศของประเทศ  $c$

$M^c$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $c$

สินค้า  $i$  คือ ผักและผลไม้

ประเทศที่ส่งออกสินค้า ( $i$ )

$j = 1$  คือประเทศไทย

$j = 2, 3, 4$  คือประเทศคู่แข่งของไทย

ประเทศที่นำเข้าสินค้าไทย ( $c$ )

$c = 1$  คือประเทศสหรัฐอเมริกา

$c = 2$  คือประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป

$c = 3$  คือประเทศญี่ปุ่น

$c = 4$  คือประเทศจีน

จากสมการข้างต้นแปลความหมายได้ดังนี้

ถ้าค่า  $RCA_{ij}$  มากกว่า 1 แสดงว่าประเทศ  $j$  มีสัดส่วนการส่งออกผักและผลไม้ไปยังประเทศ  $c$  ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $j$  มากกว่า สัดส่วนการนำเข้าผักและผลไม้ต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $c$  หรือประเทศ  $j$  มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (revealed comparative advantage) ในการส่งออกผักและผลไม้ไปยังประเทศ  $c$

ถ้าค่า  $RCA_{ij}$  น้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศ  $j$  มีสัดส่วนการส่งออกผักและผลไม้ไปยังประเทศ  $c$  ต่อการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $j$  น้อยกว่า สัดส่วนการนำเข้าผักและผลไม้ต่อการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $c$  หรือประเทศ  $j$  มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (revealed comparative disadvantage) ในการส่งออกผักและผลไม้ไปยังประเทศ  $c$

## 2) ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

ส่วนแบ่งการตลาดเกิดขึ้นจากความสามารถในการขายสินค้าหนึ่งๆ ในตลาดแห่งหนึ่ง เป็นสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  ที่เข้าสู่ตลาด  $c$  เทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ของโลก ที่เข้าสู่ตลาด  $c$  ( $c =$  ตลาดนำเข้าสินค้า  $i$ ) ดังนี้

$$MS_{ij}^c = X_{ij}^c / M_i^c$$

โดยที่  $MS_{ij}^c$  = ส่วนแบ่งตลาดสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  ในประเทศ  $c$

$X_{ij}^c$  = มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  ไปยังประเทศ  $c$

$M_i^c$  = มูลค่าการนำเข้าสินค้า  $i$  จากทุกประเทศของประเทศ  $c$

ส่วนแบ่งการตลาดที่มีค่ามาก หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันกันขายสินค้าที่มีมากซึ่งมาจากปัจจัยคือ ราคาสินค้า คุณภาพสินค้า ความหลากหลายของสินค้าที่มีให้ลูกค้าได้เลือก ระยะเวลาในการส่งมอบ ความแม่นยำของเวลาส่งมอบ เป็นต้น ส่วนหนึ่งของการได้มาซึ่งส่วนแบ่งตลาดต่างๆ คือ ความได้เปรียบจากการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าประเทศอื่น ซึ่งกล่าวได้ว่าความได้เปรียบในลักษณะเช่นนี้เป็นความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (absolute advantage) ดังนั้นส่วนแบ่งการตลาดจึงสะท้อนความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ ไม่ใช่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

### 3) การพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด

ในกรณีที่ประเทศ  $j$  มีส่วนแบ่งการตลาดของสินค้า  $i$  ในตลาด  $c$  มากแต่มีค่า RCA น้อยจึงกล่าวได้ว่ามีความได้เปรียบโดยสมบูรณ์ (absolute advantage) แต่ไม่ค่อยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) ซึ่งหมายความว่าประเทศนี้เจาะตลาดสินค้า  $i$  ในประเทศ  $c$  จากความได้เปรียบด้านต้นทุน เป็นต้น แต่ไม่ค่อยมีความคุ้มค่าในการผลิตเมื่อเทียบกับการนำทรัพยากรไปผลิตสินค้าอื่นในประเทศเดียวกัน ซึ่งอาจทำให้ผู้ผลิตจากอุตสาหกรรมอื่นๆ ไม่ค่อยสนใจที่จะโยกย้ายทรัพยากรเข้ามาผลิตในอุตสาหกรรมนี้เท่าใดนัก ทำให้ผลผลิตสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  ขยายตัวไม่มากนัก ส่วนแบ่งการตลาดจึงมีแนวโน้มที่จะทรงตัว อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่มีค่า RCA มากๆ แสดงว่ามีความคุ้มค่ามากที่จะโยกย้ายทรัพยากรจากอุตสาหกรรมอื่นๆ มาผลิตสินค้า  $i$  จึงทำให้ผลผลิตสินค้า  $i$  ของประเทศ  $j$  ขยายตัวมาก ส่วนแบ่งการตลาดในการของสินค้า  $i$  จึงมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้มากขึ้น

การโยกย้ายทรัพยากรมายังอุตสาหกรรม  $i$  นั้นไม่เพียงแต่ย้ายจากอุตสาหกรรมอื่นในประเทศเดียวกันเท่านั้น แต่ยังย้ายมาจากอุตสาหกรรมเดียวกันในประเทศอื่นที่มีค่า RCA น้อยกว่า 1 ได้อีกด้วย เพราะอุตสาหกรรมนั้นในประเทศดังกล่าวพบว่าไม่คุ้มค่าที่จะดำเนินผลิตแล้ว ผู้ผลิตเดิมจึงต้องตัดสินใจว่าจะย้ายไปผลิตสินค้าอย่างอื่น หรือย้ายไปผลิตในประเทศอื่นที่ยังมีความคุ้มค่าอยู่ในทางตรงกันข้ามหากค่า RCA น้อยกว่า 1 หมายความว่าไม่คุ้มค่าที่จะผลิตสินค้านี้ในประเทศ  $i$  หากนำทรัพยากรไปผลิตสินค้าอื่นที่มีค่า RCA มากกว่า 1 จะความคุ้มค่ามากกว่า จึงมีการโยกย้ายออกจากอุตสาหกรรมนี้และทำให้ผลผลิตลดลง จะเป็นผลทำให้ market share ลดลงไปด้วย กรณีค่า RCA ที่มีค่ามากกว่า 1 มากๆ จึงแสดงแนวโน้มที่ market share ในอนาคตจะเพิ่มขึ้นได้ แต่หากมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่ามีแนวโน้มที่ market share จะลดลง ในขณะที่หากค่า RCA มากกว่า 1 อยู่บ้าง

เพียงเล็กน้อยจะพยากรณ์ได้ว่า market share ค่อนข้างจะทรงตัว คือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย และหากค่า RCA เท่ากับ 1 หมายความว่า market share จะคงที่

ตารางที่ 3.1 การแปลความหมายร่วมกันของ Market share และ RCA

| Market share | RCA                | การแปลความ  |
|--------------|--------------------|---|
| มาก          | มากกว่า 1 มาก      | ครองส่วนแบ่งตลาดได้มาก คือมีความสามารถในการแข่งขันมาก และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น   |
|              | มากกว่า 1 เล็กน้อย | ความสามารถในการแข่งขันทรงตัว ถึงเพิ่มขึ้นเล็กน้อย   |
|              | เท่ากับ 1          | ความสามารถในการแข่งขันทรงตัว(คงที่)   |
|              | น้อยกว่า 1         | ความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มจะลดลง   |
| น้อย         | มากกว่า 1 มาก      | ครองส่วนแบ่งตลาดได้น้อย คือมีความสามารถในการแข่งขันน้อย และมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากขึ้น |
|              | มากกว่า 1 เล็กน้อย | ความสามารถในการแข่งขันทรงตัว ถึงเพิ่มขึ้นเล็กน้อย   |
|              | เท่ากับ 1          | ความสามารถในการแข่งขันทรงตัว(คงที่)   |
|              | น้อยกว่า 1         | ความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มจะลดลง   |

จากตารางที่ 3.1 ค่า market share จะถือว่ามากหรือน้อยเท่าใดนั้นเป็นค่าที่ค่อนข้างขึ้นอยู่กับอัตวิสัย (subjective) (เป็นค่าที่เกิดจากการตีความของผู้พูด) การอธิบายค่ามักจะมีการวงเล็บค่า market share กำกับไว้ด้วยเสมอ เพื่อให้ผู้อ่านได้ใช้ดุลพินิจของตนเองด้วย อย่างไรก็ตามในทางเศรษฐศาสตร์มักจะตีความค่า มากหรือน้อยในเชิงเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เช่น ไทยมี market share ในสินค้า มากกว่า มาเลเซีย หมายความว่า ไทยมีความสามารถในการแข่งขันในสินค้า i มากกว่ามาเลเซีย

การแปลความหมายค่าดัชนีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage Index: RCA) ร่วมกับส่วนแบ่งการตลาด (Market share) ข้อมูลที่ใช้แบ่งเป็น 3 ช่วง คือ 1) ค่าเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2543-2544 2) ค่าเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2545-2546 และ 3) ค่าเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2547-2548 เพื่อเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงการขยายตัวของ การส่งออก ก่อนและหลังมีโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก (พ.ศ. 2547)