

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 วิธีการศึกษา

3.1.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาในครั้งนี้จะใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยแบ่งออกเป็น

- 1) ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรม สถานการณ์การส่งออก ปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกรองเท้าโดยใช้ข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เก็บรวบรวมไว้ เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานยุทธศาสตร์พาณิชย์ เป็นต้น
- 2) ข้อมูลทางการค้าการส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทย และประเทศอื่นๆ ไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลจาก United States International Trade Commission (USITC) รหัส SITC – 851: FOOTWEAR และ SITC – 611: LEATHER โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2550
- 3) ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์อัตราการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งทางการตลาด คิดเปรียบเทียบจากราคาคงที่ปีฐาน (Constant price) ปี พ.ศ. 2537

3.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้นำข้อมูลทุติยภูมิในเรื่องสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมสถานการณ์ การส่งออก ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกรองเท้าและเครื่องหนังของไทยไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และได้นำข้อมูลทางสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์การส่งออกรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนังของไทยและประเทศอื่นๆ ที่เป็นคู่แข่งขั้นที่สำคัญในการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาโดยนำข้อมูลทางสถิติมาทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ที่หามาได้นำมาคำนวณเพื่อหาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) และส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) เพื่อนำค่าที่ได้จากการคำนวณมาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

การศึกษาค้างนี้ใช้ข้อมูลหลัก ๆ 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 การศึกษาสภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมรองเท้าและผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง
สถานการณ์การส่งออกปัญหาและอุปสรรคของการส่งออกรองเท้าและเครื่องหนัง

ส่วนที่ 2 เป็นการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบการส่งออกรองเท้าและเครื่องของไทย
ไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา และส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งจะใช้อ้างอิงในปี พ.ศ. 2538-2550 โดยแบ่ง
การศึกษาทั้งหมดออกเป็น 4 ระยะ คือ

ระยะที่ 1. ตั้งแต่ พ.ศ. 2538-2540 ช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ, เริ่มมีการจัดตั้งองค์การการค้า
โลก (World Trade Organization: WTO) ทำให้การค้าของโลกมีความเป็นเสรีมากขึ้น

ระยะที่ 2. ตั้งแต่ พ.ศ. 2541-2544 ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ, ประเทศไทยถูกตัด GSP สินค้า
อุตสาหกรรมที่นำเข้าจากประเทศไทย 20 หมวดรวมทั้งสินค้านำเข้ารวมทั้งผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง

ระยะที่ 3. ตั้งแต่ พ.ศ. 2545-2547 ช่วงโครงการกรุงเทพเมืองแฟชั่น, สหรัฐอเมริกาประสบ
ปัญหาสภาวะการขาดดุลบัญชีเดินสะพัด ความไม่แน่นอนของตลาดทุน

ระยะที่ 4. ตั้งแต่ พ.ศ. 2548-2550 ช่วงก่อนการเกิดปัญหาวิกฤตสินเชื่อ Sub-prime ของ
สหรัฐอเมริกา

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ดัชนีการได้เปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ แล้วพิจารณาความสามารถใน
การแข่งขัน โดย พิจารณาค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ร่วมกับส่วนแบ่งทาง
การตลาด (Market share) ซึ่งสามารถแบ่งรายละเอียดของสินค้าตามระบบของ SITC (United States
International Trade Commission) ตามระบบ (SITC) 3 Digit Items ของประเทศไทยและประเทศ
คู่แข่งที่พิจารณาดังต่อไปนี้

1) คู่แข่งที่สำคัญอุตสาหกรรมการส่งออกรองเท้า (SITC – 851: FOOTWEAR) ไปตลาด
สหรัฐอเมริกาได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี เวียดนาม บราซิล และอินโดนีเซีย

2) คู่แข่งที่สำคัญในการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง (SITC – 611: LEATHER) ไปยังตลาด
สหรัฐอเมริกาได้แก่ ประเทศ อิตาลี บราซิล อาร์เจนตินา เม็กซิโก และสาธารณรัฐประชาชนจีน
ตามลำดับ

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกประเทศในการเปรียบเทียบ ค่าความได้เปรียบโดย
เปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และค่าส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) นั้นได้ใช้เกณฑ์ประเทศ
ที่ส่งออกรายใหญ่ 5 อันดับแรก คิดตามมูลค่าการส่งออก ในการส่งออกผลิตภัณฑ์รองเท้าและ
ผลิตภัณฑ์เครื่องหนังไปยังตลาดประเทศสหรัฐอเมริกา

การคำนวณหาได้จากสูตรการคำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังต่อไปนี้

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

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	คือ	รองเท้า, เครื่องหนัง
	p	คือ	ประเทศสหรัฐอเมริกา
	i	คือ	ประเทศผู้ส่งออกสินค้า
	$i = 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8$	คือ	ประเทศไทย สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี เวียดนาม บราซิล อินโดนีเซีย อาร์เจนตินา เม็กซิโก

ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ประยุกต์ค่าการคำนวณได้ดังนี้

ถ้าค่า $RCA_{ki}^P > 1$ หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อ การส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ต่อการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลกหรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่าประเทศ i อยู่ในฐานะที่ได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า k เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ โดยรวม

ถ้าค่า $RCA_{ki}^P < 1$ หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ i ต่ำกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า k ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลกหรืออาจกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่าประเทศ i อยู่ในฐานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้า k เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ โดยรวม

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share)

การคำนวณในการวัดส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) คำนวณได้จากสูตร

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

โดยที่

- MS_{ki}^P คือ ส่วนแบ่งตลาดสินค้า k ของประเทศ i ในประเทศ P
- X_{ki}^P คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า k ของประเทศ i ไปยังประเทศ P
- M_k^P คือ มูลค่าการนำเข้าสินค้า k จากทุกประเทศของประเทศ P

กำหนดให้

- k คือ รองเท้า, เครื่องหนัง
- p คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา
- i คือ ประเทศผู้ส่งออกสินค้า
- $i = 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8$ คือ ประเทศไทย สาธารณรัฐประชาชนจีน อิตาลี
เวียดนาม บราซิล อินโดนีเซีย อาร์เจนตินา
เม็กซิโก

การวิเคราะห์และการพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share)

ในการพิจารณาส่วนค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งทางการตลาด สามารถแปลความหมายร่วมกันของค่า RCA และ Market Share ได้ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 การแปลความหมายของค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งทางการตลาด Market Share

Market Share	RCA	การแปลความหมาย
ค่าMarket Share มาก	ค่า RCA มีค่ามากกว่า 1	การครองส่วนแบ่งทางการตลาดมีปริมาณมาก แสดงว่าประเทศมีความสามารถในการแข่งขันได้มาก และมีแนวโน้มในการส่งออกสินค้ามาก ขณะเดียวกันจะมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากในอนาคต
	ค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 เล็กน้อย	แสดงว่าประเทศมีแนวโน้มการส่งออกทรงตัว มีการเพิ่มขึ้นในการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นเล็กน้อย
	ค่า RCA มีค่าเท่ากับ 1 ค่า RCA น้อยกว่า 1	แสดงว่าประเทศมีแนวโน้มการส่งออกคงที่ แสดงว่าประเทศมีแนวโน้มการส่งออกลดลง
ค่าMarket Share น้อย	ค่า RCA มีค่ามากกว่า 1	การครองส่วนแบ่งทางการตลาดมีปริมาณน้อย แสดงว่าประเทศมีความสามารถในการแข่งขันได้น้อย และมีแนวโน้มในการส่งออกสินค้าน้อย ขณะเดียวกันจะมีแนวโน้มที่จะครองตลาดได้มากในอนาคต
	ค่า RCA มีค่ามากกว่า 1 เล็กน้อย	แสดงว่าประเทศมีแนวโน้มการส่งออกทรงตัว มีการเพิ่มขึ้นในการส่งออกสินค้าเพิ่มขึ้นเล็กน้อย
	ค่า RCA มีค่าเท่ากับ 1 ค่า RCA น้อยกว่า 1	แสดงว่าประเทศมีแนวโน้มการส่งออกคงที่ แสดงว่าประเทศมีแนวโน้มการส่งออกลดลง

ในการอธิบายค่าของ Market Share ผู้ที่ทำการศึกษจะต้องวงเล็บค่าของข้อมูลที่คำนวณได้ไว้เสมอ เพื่อให้ผู้อื่นที่ต้องการศึกษาได้ใช้ดุลยพินิจของตนเองในการพิจารณาค่าที่คำนวณได้ โดยส่วนใหญ่แล้วนักเศรษฐศาสตร์มักจะพยายามตีความหมายในเชิงเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง