

ชื่อเรื่อง การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้าน:
การพัฒนาการค้าระหว่างประเทศที่ยั่งยืน

Title Enhancing a Good Relationship with Neighboring Countries:
A Sustainable International Trade Development

ชื่อผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนวรรณ พลวิชัย

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

E-Mail : thanavath_pho@utcc.ac.th

นายวชิร คุณทวีเทพ

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

E-Mail : wachira_kun@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้าน: การพัฒนาการค้าระหว่างประเทศที่ยั่งยืนนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์โดยการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการของผู้ให้ความช่วยเหลือแต่ละประเทศ เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยในมุมมองของประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศไทย และเพื่อศึกษาผลกระทบที่มีต่อการค้าของประเทศไทยอันเนื่องมาจากความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น การศึกษาดังนี้แยกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลทฤษฎี และข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสอบถามผู้ที่เคยได้รับความช่วยเหลือในด้านวิชาการจากประเทศไทยในกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) และผู้ประกอบการที่ทำการค้าระหว่างประเทศ

ผลการศึกษาพบว่า บรรดาประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือประเทศที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประเทศผู้รับ มีวิธีการให้ความช่วยเหลือที่ซับซ้อนอย่างแพร่หลาย อันได้แก่ การสร้างสาธารณูปโภค การให้เงินกู้ และการให้ความรู้ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อให้ประเทศผู้รับความช่วยเหลือสามารถที่จะพัฒนา และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นเป็นสำคัญ การดำเนินการตามรูปแบบการให้ความช่วยเหลือดังกล่าวนั้น สอดคล้องกับแนวทางการให้ความช่วยเหลือที่ประเทศไทยดำเนินการอยู่ หนึ่งในรูปแบบการให้ความช่วยเหลือของประเทศไทย คือ การให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการ ซึ่งส่งผลให้ความสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของประเทศไทยดีขึ้นในสายตาของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม ยิ่งไปกว่านั้น ยังทำให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา และเมื่อทำการทดสอบด้วยสถิติ โดยวิธีไคสแควร์ พบว่า การให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างกัน และภาพลักษณ์ของประเทศไทย รวมทั้งการค้าระหว่างประเทศดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในทางกลับกัน ในส่วนของผู้ประกอบการเห็นต่างว่า ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ไม่ได้ส่งผล

ให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นแต่อย่างไร โดยภาพรวมของการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า การให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการของประเทศไทย ส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ภาพลักษณ์ และการค้ากับประเทศในกลุ่ม CLMV ดีขึ้น

คำสำคัญ : ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การค้าระหว่างประเทศ ความช่วยเหลือด้านวิชาการ

Abstract

The objectives of the study- *Enhancing a Good Relationship with Neighboring Countries: A Sustainable International Trade Development*- are to explore the provision of technical assistance of each assistance provider as a relationship enhancement approach, to examine Thailand's image in CLMV's (Cambodia, Laos, Myanmar, and Vietnam) points of view which affects the nation trade, to study the impacts on Thailand's trade resulting from better relationship with the neighboring countries. The study is divided into two parts: the research of secondary source and primary source of information by means of interviewing technical assistance recipients from CLMV and international trade entrepreneurs.

The findings revealed that many developed countries or countries aiming to build a good relationship with other neighboring countries have employed these well-received approaches including the provision of infrastructure, loans and knowledge. The main objectives of the assistance are to assist neighboring countries develop themselves and better their standard of living in particular. The assistance provided is relevant to what was offered by Thailand. One of the existing approaches is the technical assistance which helps improve relationship and image of Thailand in CLMV's viewpoints. Moreover, the assistance can also better international trade compared to the past. When using a statistic testing, a Chi-square, it was found out that the technical assistance reflected higher statistical significance in terms of relationship, image, and international trade. On the contrary, the entrepreneurs oppositely revealed the non-correlation between better image and better international trade. As a whole, it can be concluded that Thailand's technical assistance towards recipient countries resulted in better international relationship, image, and international trade with CLMV.

Key words: international relationship, international trade, technical assistance

บทนำ

ในปัจจุบันสถานการณ์กลุ่มประเทศในอาเซียน นั้น เริ่มที่จะมีการดำเนินงานตามความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้น โดยในปี 2553 กลุ่มประเทศอาเซียนเริ่มมีการปรับลดอัตราภาษีเหลือ 0% ในหลายรายการสินค้า และในปี 2558 กลุ่มประเทศอาเซียนก็จะดำเนินการจัดตั้งเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งการรวมกลุ่มดังกล่าวนี้ จะทำให้ตลาดของประเทศไทยใหญ่ขึ้น โดยมีประชากรรวมประมาณ 600 ล้านคน ซึ่งก็จะทำให้กลุ่มประเทศในอาเซียนมีโอกาที่จะต่อรองและสร้างความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้

แต่สิ่งที่สำคัญในการที่จะรวมกลุ่มกัน ก็คือ ความแตกต่างระหว่างประเทศ และประวัติศาสตร์ รวมทั้งความสัมพันธ์ที่มีการดำเนินการร่วมกันในอดีตนั้น ถือเป็นสิ่งที่หลายประเทศยังคงมีความไม่ไว้วางใจ ทำให้การรวมกลุ่มหรือการสร้างโอกาสในการแข่งขันอย่างแท้จริงนั้น กระทำได้ยาก อาทิเช่น ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของประเทศเพื่อนบ้านนั้นค่อนข้างที่จะแย่กว่าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากประวัติศาสตร์ที่มีการจารึกไว้ในเรื่องของดินแดน การทำสงคราม ทำให้ความไว้วางใจนั้นยังมีไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ในบางประเทศยังมองว่าประเทศไทยพยายามที่จะทำตัวเองให้เป็นเสมือนพี่ใหญ่ในอาเซียน ทำให้หลายประเทศไม่พอใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำการเปลี่ยนแปลงได้ค่อนข้างที่จะยาก เนื่องจากเป็นเรื่องของทัศนคติที่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตามประเทศไทยก็ได้พยายามที่จะดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยดีขึ้น ซึ่งก็จะส่งผลต่อการทำธุรกิจและการสร้างโอกาสทางการค้าระหว่างกันได้ ดังนั้นประเทศไทยจึงต้องมีแนวทางการดำเนินการที่สร้างความสัมพันธ์กับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในอาเซียน โดยแนวทางวิธีหนึ่งที่ประเทศไทยได้ดำเนินการก็คือ การที่ประเทศไทยได้มีการให้ความช่วยเหลือทางด้านเศรษฐกิจและวิชาการกับประเทศเพื่อนบ้าน อาทิเช่น เวียดนาม กัมพูชา ลาว และพม่า เป็นต้น

ซึ่งแนวทางการให้ความช่วยเหลือดังกล่าวนี้ ถือเป็นแนวทางที่ประเทศต่างๆ ใช้ในการเข้าไปเจาะตลาดในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศมหาอำนาจ เช่น สหรัฐ กลุ่มประเทศยุโรป หรือ ญี่ปุ่น เป็นต้น ซึ่งการให้ความช่วยเหลือดังกล่าวนี้ จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ให้ประเทศทั้งสองได้ทำความคุ้นเคยและรู้จักกันในระดับหนึ่ง และเพื่อสร้างความไว้วางใจระหว่างกัน เพราะประเทศต่างๆ เชื่อว่าเมื่อแต่ละประเทศมีความไว้วางใจกันการเข้าไปดำเนินธุรกิจหรือเศรษฐกิจจะหว่างกันนั้นจะมีความง่ายต่อการทำความคุ้นเคย และความไว้วางใจในการซื้อสินค้าและบริการของประชาชนได้

ดังนั้นในการศึกษารุ่นนี้จึงเป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงข้อเท็จจริงในการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการกับประเทศในกลุ่มกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) ว่าส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นหรือไม่ ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น รวมทั้งส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงแนวทางในการสร้างความสัมพันธ์โดยการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการของแต่ละประเทศ
2. เพื่อศึกษาถึงผลของการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของประเทศไทยในมุมมองของประเทศ CLMV ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาถึงการที่มีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศไทย

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้จะประกอบด้วย 2 หลักดังนี้

1. ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand)

อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดนั้นภายในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยสมมุติให้ปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปสงค์คงที่ ความต้องการในนี้ต้องมีอำนาจซื้อ (purchasing power หรือ ability to pay) ด้วย ถ้าบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีแต่ความต้องการในตัวสินค้าโดยไม่มีเงินที่จะจ่ายซื้อ เราเรียกความต้องการลักษณะนั้นว่า “ความต้องการ (want)” ไม่ใช่ “อุปสงค์ (want)” ดังนั้น องค์ประกอบของอุปสงค์ จะประกอบด้วย ความต้องการและอำนาจซื้อ

โดยเมื่อพิจารณาถึงกฎของอุปสงค์ แล้วจะพบว่า ปริมาณสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อจะแปรผกผันกับราคาสินค้าและบริการชนิดนั้น ถ้ากำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ นั้นหมายความว่า หากระดับราคาสินค้าสูงขึ้น ความต้องการซื้อสินค้าชนิดนั้นจะลดลง อย่างไรก็ตามนอกจากราคาสินค้าแล้ว ยังมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ อาทิเช่น รายได้ของผู้บริโภค ระดับราคาสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนกันหรือประกอบกัน รสนิยมของผู้บริโภค การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต ขนาดและโครงสร้างของประชากร และปัจจัยอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่า รสนิยมของผู้บริโภค ก็มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

ดังนั้นหากพิจารณาทางด้านของรสนิยมของผู้บริโภค แล้วจะพบว่า รสนิยมของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงเสมอจากอิทธิพลทางด้านจิตใจและสังคม การเปลี่ยนแปลงในปริมาณซื้ออันเนื่องจากรสนิยม อาจแยกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. Irrational buying คือ การตัดสินใจโดยไม่มีเหตุผล โดยปกติถ้าผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดมักจะต้องพิจารณาถึงราคา คุณภาพของสินค้า แต่บางครั้งความต้องการซื้อของผู้บริโภคอาจถูกกระตุ้นโดย

การโฆษณา หรือต้องการนำสมัย หรือต้องการปกป้องสินค้าของตนเอง รวมทั้งค่านิยมในการซื้อสินค้า หรือต้องการแสดงถึงการต่อต้านในสินค้าของประเทศอื่นๆ ที่ไม่พอใจ เป็นต้น

2. Demonstration effect คือ การเลียนแบบการบริโภค เป็นสิ่งที่มักจะพบในประเทศที่กำลังพัฒนา ที่มักจะเลียนแบบการบริโภคของประเทศพัฒนาแล้ว หรือ คนในชนบทจะเลียนแบบการบริโภคของคนในเมือง เช่น เครื่องใช้ภายในบ้าน การแต่งตัว เป็นต้น

ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้ จะนำแนวคิดทางด้านของปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคในเรื่องรสนิยม ในด้านของ irrational buying เป็นแนวคิดในการศึกษาคั้งนี้

2. เครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ

ในการดำเนินนโยบายด้านต่างประเทศนั้น ได้มีแนวทางการดำเนินที่แตกต่างกัน แต่วัตถุประสงค์หลักของการดำเนินการก็คือ เรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยในแต่ละประเทศนั้นได้มีการใช้เครื่องมือต่างกันในการดำเนินการ ซึ่งที่เห็นและเป็นที่นิยมใช้กันมีอยู่ 4 เครื่องมือด้วยกัน ได้แก่ เครื่องมือทางการเมือง และการทูต เครื่องมือทางจิตวิทยา เครื่องมือทางเศรษฐกิจ และเครื่องมือทางทหาร ซึ่งทั้ง 4 เครื่องมือดังกล่าว ถือเป็นเครื่องมือที่ทางรัฐบาลในแต่ละแห่งดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้จะเป็นการศึกษาถึงเครื่องมือทางด้านเศรษฐกิจที่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ซึ่งหากพิจารณาถึงเครื่องมือทางด้านเศรษฐกิจที่มีการดำเนินการคือ การให้ความช่วยเหลือต่างชาติ อาทิเช่น การโอนเงินสด การให้สินเชื่อ การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า หรือการให้คำแนะนำทางเทคนิคจากชาติหนึ่งไปให้อีกชาติหนึ่ง ซึ่งในการให้ความช่วยเหลือนั้นจะแบ่งออกดังนี้

2.1 การช่วยเหลือในการพัฒนา (development assistance) ซึ่งได้แก่ความช่วยเหลือต่างชาติที่ให้ด้วยข้ออ้างที่ว่ามีส่วนช่วยการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก โครงการเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับการให้เงินสด หรือการให้สินเชื่อ หรือข้อตกลงพิเศษต่างๆ เป็นต้น

2.2 การให้ความช่วยเหลือทางด้านทหาร (military assistance) ซึ่งเป็นการจัดหาเงินและวัสดุสำหรับใช้ทางการทหาร การมอบความช่วยเหลือดังกล่าวถือเป็นส่วนหนึ่งของความช่วยเหลือต่างชาติ เนื่องจากข้อเท็จจริงที่พบคือเมื่อทหารของประเทศนั้นได้รับความช่วยเหลือแล้ว รัฐจะสามารถเบนทรัพยากรของตนเองในการสนับสนุนด้านการทหารไปยังการลงทุนในโครงการเศรษฐกิจอื่นๆ ได้อย่างมาก

2.3 ความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค (Technical assistance) เป็นการให้ความช่วยเหลือทางด้านความรู้และความชำนาญพิเศษจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง โครงการต่างๆ ทางด้านความช่วยเหลือทางเทคนิคจึงมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก เนื่องจากการนำบุคลากรจากประเทศที่มีความชำนาญ และมีความสามารถไปทำการถ่ายทอดความรู้ให้กับประเทศต่างๆ อาทิเช่น การพัฒนาทางด้านเกษตร การประมง หรือทางด้านโรคต่างๆ รวมทั้งแนวทางการบริหารจัดการอื่นๆ เป็นต้น

ซึ่งในการศึกษารุ่นนี้แนวคิดที่ใช้กันจะเป็นแนวคิดทางด้านของความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค(Technical assistance)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี : เส้นทางการพัฒนาการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านที่ยั่งยืนนั้นจะทำการศึกษาในขอบเขตของการที่ประเทศไทยเป็นผู้ให้ในด้านของวิชาการกับกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) เท่านั้น โดยในการศึกษารุ่นนี้จะทำการศึกษาเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. ทำการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ ในฐานะของการเป็นผู้ให้ของประเทศไทย และประเทศอื่นๆ เพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ของการให้ของแต่ละประเทศรวมทั้งประเทศไทย โดยทำการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ใช้เป็นข้อมูลในการอ้างอิง

2. ทำการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิจากการสำรวจ

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษานั้น จะทำการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม และในแต่ละกลุ่มจะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมาย (purposive sampling) ดังนี้

2.1.1 ผู้เข้ารับการอบรม/ดูงาน หรือเข้าร่วมโครงการความช่วยเหลือทางวิชาการจากประเทศไทยต่อประเทศเพื่อนบ้านภายใต้การสนับสนุนด้านการเงินจากสำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ (สพร.) สำหรับ 4 ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม CLMV จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยจะการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นเป็นสัดส่วน (Proportion Stratified Random Sampling) จากผู้ที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งจากการสุ่มตัวอย่างจะได้ว่า ประเทศกัมพูชาจะทำการสำรวจทั้งสิ้น 83 ตัวอย่าง ลาว จะสำรวจ 182 ตัวอย่าง พม่า จะสำรวจ 67 ตัวอย่าง และเวียดนามจะทำการสำรวจ 68 ตัวอย่าง

2.1.2 เอกชนที่ทำการค้ากับกลุ่มประเทศ CLMV จำนวน 20 ตัวอย่าง ที่เป็นสมาชิกของหอการค้าไทยที่ได้ดำเนินการค้ามากับประเทศเหล่านี้เป็นระยะเวลานานกว่า 10 ปี เพื่อที่จะทำการสอบถามถึงความเปลี่ยนแปลงที่ได้รับในอดีตและในปัจจุบัน

2.2 แบบสอบถาม

ลักษณะของแบบสอบถาม จะใช้แบบสอบถามในลักษณะของ Structure-Undisguised Questionnaires ทั้งนี้เนื่องจากแบบสอบถามที่ใช้ในครั้งนี้จะเป็นแบบสอบถามที่มีโครงสร้างอย่างเป็นทางการหรือมีรูปแบบที่แน่นอน และมีวัตถุประสงค์ที่เปิดเผยไม่ปิดบัง ผู้ตอบทุกคนจะได้รับแบบสอบถามชุดเดียวกัน และวิธีการตอบก็ได้รับการจัดระบบให้ผู้ตอบในรูปแบบเดียวกัน ซึ่งการใช้แบบสอบถามในลักษณะนี้จะมีประโยชน์ง่ายต่อการตอบและประมวลข้อมูล คำตอบจะถือว่าเชื่อถือได้ (Reliable) โดยข้อมูลที่ใช้ในการวัดผลทัศนคติครั้งนี้จะประกอบด้วย

- ข้อมูลที่เป็นลักษณะ Interval Scale ซึ่งเป็นสเกลที่สามารถบอกถึงความแตกต่างของระดับ และระดับความแตกต่างแต่ละช่วงจะเท่ากัน เช่น ความแตกต่างระหว่าง 1 และ 2 จะเท่ากับ

ความแตกต่างระหว่าง 2 และ 3 ซึ่งคุณสมบัติสำคัญของ Interval Scale คือไม่มีค่า 0 ที่แท้จริง (No true zero) เพราะ 0 ของ Interval Scale เป็นค่า 0 ที่มีความหมายและระบุถึงคุณสมบัติของสิ่งที่วัดอยู่

- ข้อมูลที่เป็นลักษณะ Ratio Scale ซึ่งเป็นสเกลที่มีอำนาจสูงสุดในบรรดาสเกลต่างๆ โดย Ratio Scale มีคุณสมบัติเหมือน Interval Scale ทุกประการ ยกเว้น แต่เลข 0 ของ Ratio Scale ที่เป็นตัวเลขที่มีค่า 0 ที่แท้จริงคือเป็น 0 ไม่มีค่า ดังนั้นคำถามในลักษณะนี้จึงจะเป็นลักษณะของการเปรียบเทียบของสิ่ง 2 สิ่ง เป็นสำคัญ

- ข้อมูลที่เป็นลักษณะ Nominal Scale เป็นสเกลที่มีความหมายหรืออำนาจต่ำสุดในบรรดาสเกลต่างๆ เนื่องจากตัวเลขของ Nominal Scale มีความหมายเพียงแค่ใช้แทนคุณสมบัติบางประการเท่านั้น เช่น แทน เพศชาย เพศหญิง หรือเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้แทนข้อมูลต่างๆ ไป ซึ่งไม่สามารถนำมาดำเนินการทางคณิตศาสตร์ เช่น บวก ลบ คูณ หาร ได้ทั้งสิ้น

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.3.1 สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ และการจัดอันดับ

2.3.2 ใช้หลักการวิเคราะห์ตารางไขว้ (Cross tabulation) นอกจากนี้จะทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square-Test) เพื่อดูถึงความเหมือนกันหรือไม่แตกต่างกัน ซึ่งสมมติฐานที่ทำการศึกษาในครั้งนี้จะประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 H_0 : การให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการไม่ได้ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้นหรือแตกต่างไปจากเดิม

H_a : การให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้นหรือแตกต่างไปจากเดิม

สมมติฐานที่ 2 H_0 : การให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการไม่ได้ทำให้ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นหรือแตกต่างไปจากเดิม

H_a : การให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการทำให้ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นหรือแตกต่างไปจากเดิม

สมมติฐานที่ 3 H_0 : ความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นไม่ได้ทำให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นหรือไม่แตกต่างไปจากเดิม

H_a : ความความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น ทำให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นหรือแตกต่างไปจากเดิม

สมมติฐานที่ 4 H_0 : ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยที่ดีขึ้นไม่ได้ทำให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นหรือไม่แตกต่างไปจากเดิม

H_a : ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยที่ดีขึ้นทำให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นหรือแตกต่างไปจากเดิม

2.3.3 ทำการทดสอบแบบจับคู่ด้วย Paired-Sample T Test เป็นการทดสอบค่าเฉลี่ยของ 2 กลุ่มว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ โดยที่ตัวอย่างจะทำการสุ่มทีละคู่ หรืออาจกล่าวได้ว่าในการทดสอบจะทดสอบว่าความแตกต่างของแต่ละคู่มีความแตกต่างจากศูนย์หรือไม่ ซึ่งในการทดสอบครั้งนี้จะทำการทดสอบโดยมีสมมติฐานดังนี้คือ

สมมติฐาน H_0 : ทักษะของผู้ประกอบการไทยที่ทำการค้ากับประเทศ CLMV เห็นว่าในอดีตและปัจจุบันไม่มีความแตกต่างกัน

H_a : ทักษะของผู้ประกอบการไทยที่ทำการค้ากับประเทศ CLMV เห็นว่าในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกัน

ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี : เส้นทางพัฒนาการค้ากับประเทศเพื่อนบ้านที่ยั่งยืนนั้นจะแบ่งผลการศึกษาดังออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิของประเทศผู้ให้ความช่วยเหลือ

จากผลของการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือของประเทศต่างๆ นั้น พบว่าประเทศผู้ให้ความช่วยเหลือส่วนใหญ่จะต้องมีระดับรายได้ที่ค่อนข้างสูง และเป็นประเทศที่มีการพัฒนาถึงระดับหนึ่ง และการให้ส่วนใหญ่ของประเทศในหลายๆ ประเทศจะมีการให้ด้วยเหตุผลหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือเพื่อมนุษยธรรม การให้ความช่วยเหลือเพื่อแลกกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ หรือเป็นการให้ความช่วยเหลือเพื่อที่จะอำนวยความสะดวกต่อภาคธุรกิจของประเทศตนที่ได้ลงทุนในประเทศต่างๆ เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการให้ความช่วยเหลือของแต่ละประเทศนั้นจะมีหลากหลายรูปแบบ อาทิเช่น การให้ความช่วยเหลือทางด้านของวิชาการ การให้ความช่วยเหลือในด้านเงินทุน หรือการให้ความช่วยเหลือในการก่อสร้างสถานที่ต่างๆ เช่น สะพาน เป็นต้น โดยกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วโดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา หรือกลุ่มประเทศยุโรป หรือญี่ปุ่นจะเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือค่อนข้างสูง ซึ่งเมื่อทำการเปรียบเทียบจำนวนเงินที่ให้ความช่วยเหลือของแต่ละประเทศ พบว่า สหรัฐอเมริกามีการใช้จ่ายงบประมาณในการให้ความช่วยเหลือมากที่สุด คือ 23,530 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาได้แก่ประเทศอังกฤษ จำนวน 12,460 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และฝรั่งเศส จำนวน 10,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

เหรียญสหรัฐ อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบมูลค่าเงินที่ให้ความช่วยเหลือเทียบกับ GDP พบว่า เงินที่ให้คิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP ไม่ถึงร้อยละ 1 โดยประเทศผู้ให้ที่มีสัดส่วนต่อ GDP สูงที่สุด ได้แก่ประเทศสวีเดน ให้เงินช่วยเหลือคิดเป็นร้อยละ 0.98 ของ GDP ของประเทศ รองลงมาได้แก่ นอร์เวย์ คิดเป็นร้อยละ 0.77 ของ GDP ของประเทศ และเดนมาร์ก คิดเป็นร้อยละ 0.72 ของ GDP ของประเทศ ตามลำดับ ส่วนประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นประเทศผู้ให้มากที่สุด นั้น พบว่า มีมูลค่าการให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศต่างๆ เทียบกับ GDP ของประเทศ ประมาณร้อยละ 0.17 ของ GDP ของประเทศ เท่านั้น

เมื่อทำการเปรียบเทียบการดำเนินการให้ความช่วยเหลือของประเทศต่างๆ โดยในที่นี้จะทำการศึกษาในประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศมาเลเซีย ประเทศอินเดีย เทียบกับ ประเทศไทย ในฐานะที่เป็นประเทศผู้ให้ความช่วยเหลือที่ปรากฏข้อมูลเป็น 1 ใน 48 ประเทศผู้ให้ความช่วยเหลือ โดยจะทำการเปรียบเทียบใน 3 ประเด็นหลักดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 งบประมาณที่ให้ความช่วยเหลือ พิจารณาจากความช่วยเหลือในอดีต และเป้าหมายที่ตั้งไว้ในอนาคตในเรื่องปริมาณหรือจำนวนความช่วยเหลือของประเทศผู้ให้รายอื่นๆ พบว่า ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ มีแนวโน้มในการให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศผู้รับสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยประเทศญี่ปุ่นจะให้ความช่วยเหลือจากปี 2551 ที่มีมูลค่า 9,362 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วน 0.18% ของ GDP เพิ่มขึ้นเป็น 13.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นเป็น 0.28% ของ GDP ในปี 2553 ส่วนทางด้านเกาหลีใต้นั้นในปี 2551 ได้ให้ความช่วยเหลือ 797 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็นสัดส่วน 0.09% ของ GDP และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในปี 2558 เป็น 2.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นเป็น 0.25% ของ GDP ส่วนประเทศมาเลเซียและอินเดียนั้นตั้งเป้าในการให้ความช่วยเหลือคือจะเพิ่มขึ้นในแต่ละปีประมาณ 25% และ 1.3% ของงบประมาณในการให้ความช่วยเหลือในแต่ละปี ตามลำดับ ส่วนประเทศไทยไม่ได้มีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน

ประเด็นที่ 2 ประเทศผู้รับความช่วยเหลือหลัก และการจัดสรรความช่วยเหลือ ในที่นี้จะนำเสนอข้อมูลผู้รับความช่วยเหลือหลัก 10 ลำดับแรก โดยพิจารณาจากตัวเลขการเบิกจ่ายเงินช่วยเหลืออย่างเป็นทางการในแต่ละประเทศ ดังนี้

ตารางที่ 1 ประเทศผู้รับความช่วยเหลือ 10 ลำดับแรก และมูลค่าความช่วยเหลืออย่างเป็นทางการที่ได้รับ

ประเทศผู้รับ/ มูลค่าความช่วยเหลือ (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ประเทศผู้ให้	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	มาเลเซีย	อินเดีย	ไทย
ลำดับที่ 1		อิรัก	อิรัก	อินโดนีเซีย	ภูฏาน	ลาว
มูลค่าความช่วยเหลือ		2,168	57.1	-	131.10	38.8
ลำดับที่ 2		จีน	ศรีลังกา	พม่า	อัฟกานิสถาน	กัมพูชา
มูลค่าความช่วยเหลือ		1,529	22.7	-	90.67	16.8

ประเทศผู้รับ/ มูลค่าความช่วยเหลือ (ล้านเหรียญสหรัฐ)	ประเทศผู้ให้	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	มาเลเซีย	อินเดีย	ไทย
ลำดับที่ 3		อินโดนีเซีย	บังกลาเทศ	กัมพูชา	เนปาล	พม่า
มูลค่าความช่วยเหลือ		1,189	22.2	-	45.92	4.5
ลำดับที่ 4		ไนจีเรีย	อินโดนีเซีย	เวียดนาม	ศรีลังกา	เวียดนาม
มูลค่าความช่วยเหลือ		1,107	18.9	-	27.99	1.3
ลำดับที่ 5		ฟิลิปปินส์	อัลบาเนีย	ฟิลิปปินส์	พม่า	จีน
มูลค่าความช่วยเหลือ		750	16.9	-	9.97	0.6
ลำดับที่ 6		เวียดนาม	เคนยา	ศรีลังกา		ภูฏาน
มูลค่าความช่วยเหลือ		666	15.5	-		0.4
ลำดับที่ 7		อินเดีย	กัมพูชา	ไทย		มาดากัสการ์
มูลค่าความช่วยเหลือ		581	13.8	-		0.2
ลำดับที่ 8		ไทย	ลาว	ลาว		เนปาล
มูลค่าความช่วยเหลือ		476	13.6	-		0.2
ลำดับที่ 9		แซมเบีย	บอสเนียเฮอร์เซโกวีนา	บังกลาเทศ		ศรีลังกา
มูลค่าความช่วยเหลือ		390	12.9	-		0.2
ลำดับที่ 10		ศรีลังกา	จีน	ซูดาน		อินโดนีเซีย
มูลค่าความช่วยเหลือ		345	10.2	-		0.2

ที่มา: ข้อมูลจากองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) และคณะกรรมการความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา (DAC)

ซึ่งจากความช่วยเหลือดังกล่าว จะเห็นได้ว่าในประเทศต่างๆ นั้น จะมีความช่วยเหลือกับประเทศในกลุ่มอาเซียนโดยเฉพาะการให้ความช่วยเหลือกลุ่มประเทศ CLMV และถ้าหากพิจารณาถึงความช่วยเหลือขอประเทศมาเลเซียและไทยแล้วจะเน้นการให้ความช่วยเหลือกับประเทศ CLMV ค่อนข้างสูง

ประเด็นที่ 3 นโยบายการให้ความช่วยเหลือ ในประเด็นดังกล่าวมีหัวข้อที่ควรกล่าวถึงและนำมาเปรียบเทียบเพื่อสะท้อนการดำเนินการให้ความช่วยเหลือในกลุ่มประเทศผู้ให้ ได้แก่ การช่วยเหลือในรูปแบบให้เปล่าหรือเงินกู้ปลอดดอกเบี้ย รูปแบบการให้ความช่วยเหลือ ความยืดหยุ่นในการให้ความช่วยเหลือ ความสามารถในการคาดคะเนความช่วยเหลือ (การวางแผนช่วยเหลือระยะยาว) และการเสวนาเพื่อกำหนดนโยบายร่วมกัน ในที่นี้จะเปรียบเทียบเป็นเชิงบรรยายของกลุ่มประเทศผู้ให้รายอื่นๆ และประเทศไทย ดังนี้

ความช่วยเหลือแบบให้เปล่า ประเทศญี่ปุ่นให้ความช่วยเหลือแบบให้เปล่าแก่ประเทศในกลุ่มด้อยพัฒนาและประเทศที่ต้องการยกเลิกภาระหนี้สิน (Debt cancellation) นอกจากนี้ประเทศญี่ปุ่นได้ให้ความช่วยเหลือแบบให้เปล่าในปริมาณที่ค่อนข้างสูงแก่ กลุ่มประเทศที่มีรายได้ประชาชาติต่ำอีกด้วย เช่นเดียวกับ

ประเทศเกาหลีใต้ มีการให้ความช่วยเหลือแบบให้เปล่าผ่านหน่วยงาน KOICA และกองทุนเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ(Economic Development and Co-operation Fund - EDCF) ส่วนประเทศมาเลเซีย รูปแบบความช่วยเหลือผ่าน MTCP ทั้งหมดอยู่ในรูปแบบความช่วยเหลือทางวิชาการแบบให้เปล่าทั้งสิ้น ในขณะที่ประเทศอินเดียมีการให้ความช่วยเหลือแบบให้เปล่าผ่านโครงการความช่วยเหลือต่างๆ

ในส่วนของประเทศไทยความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาอย่างเป็นทางการกว่าร้อยละ 80 อยู่ในรูปแบบการให้เงินกู้แบบปลอดดอกเบี้ย เพื่อมุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาโครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานเป็นหลัก ส่วนอีกร้อยละ 20 เป็นการช่วยเหลือแบบให้เปล่าทางด้านวิชาการ

รูปแบบของความช่วยเหลือประเทศญี่ปุ่นนับได้ว่ามีรูปแบบการให้ความช่วยเหลือที่หลากหลายและครอบคลุมด้านต่างๆ ได้แก่ ความช่วยเหลือด้านวิชาการ การสนับสนุนงบประมาณทั่วไป ความช่วยเหลือในรูปแบบโครงการ การบรรเทาภาระหนี้สิน การช่วยเหลือด้านอาหาร ความช่วยเหลือด้านสาธารณูปโภคต่างๆ ความช่วยเหลือเพื่อบรรเทาภัยพิบัติต่างๆ เป็นต้น

ประเทศเกาหลีใต้มีรูปแบบการให้ความช่วยเหลือที่หลากหลายเช่นกันดังจะเห็นได้จากมีรูปแบบการให้ความช่วยเหลือแบบโครงการ ความช่วยเหลือด้านวิชาการ ด้านมนุษยชน การสนับสนุนองค์กรสาธารณประโยชน์ต่างๆ องค์กรภาคเอกชน เงินให้เปล่าในรูปแบบอื่นๆ และเงินกู้แบบปลอดดอกเบี้ย ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศเกาหลีใต้ได้เข้าไปมีส่วนช่วยในการบรรเทาภาระหนี้สินให้แก่กลุ่มประเทศที่ยากจนที่มีภาระหนี้สินสูง (HIPC) เช่น อินโดนีเซีย และปากีสถาน เป็นต้น โดยมอบเงินสนับสนุนเข้ากองทุนเพื่อช่วยเหลือประเทศกลุ่มยากจนที่มีภาระหนี้สินสูง ร่วมกับธนาคารโลก

สำหรับประเทศมาเลเซียนั้นความช่วยเหลือส่วนใหญ่ผ่านโครงการภายใต้ MTCP โดยมีรูปแบบความช่วยเหลือแบบให้ทุนระยะยาว ให้ทุนอบรมระยะสั้น การอบรมดูงาน การให้บริการคำปรึกษา และโครงการด้านพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ รวมทั้งการให้อุปกรณ์และเครื่องมือ เป็นต้น

ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลทุกภูมิภาคข้างต้นนั้น จะเห็นว่าในแต่ละประเทศที่เป็นผู้ให้ความช่วยเหลือส่วนใหญ่จะเป็นประเทศที่มีการพัฒนา หรือเป็นประเทศที่มีฐานะทางการเงินที่ค่อนข้างดี และการให้ความช่วยเหลือถือเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อให้ประเทศที่ด้อยกว่ามีฐานะทางด้านเศรษฐกิจดีขึ้น และมีการพัฒนาที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ และส่วนหนึ่งประเทศเหล่านี้หวังว่าหากเศรษฐกิจของประเทศที่ให้ความช่วยเหลือดีขึ้นโอกาสในการที่จะเข้าไปทำการการค้า การลงทุนในประเทศเหล่านี้ก็จะมากขึ้น เพราะเชื่อว่าภาพลักษณ์ในการเป็นมิตร จากการให้ความช่วยเหลือต่างๆ จะทำให้ความสัมพันธ์นั้นดี และง่ายต่อการเข้าไปบุกตลาด ดังนั้นในหลายประเทศจึงใช้ยุทธศาสตร์นี้ในการเจาะตลาดในประเทศที่ไม่รู้จัก และเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางด้านระหว่างประเทศอีกทางหนึ่ง

ส่วนที่ 2 การศึกษาวิเคราะห์จากข้อมูลด้านปฐมภูมิ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เข้ารับการอบรม/ดูงานกับประเทศไทย กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักธุรกิจที่ทำการค้ากับกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งผลของการศึกษาในแต่ละกลุ่มเป็นดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้เข้ารับการอบรม/ดูงานกับประเทศไทย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงทัศนะต่อประเทศไทยจากกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ตรงหรือได้รับผลกระทบตรง ได้แก่ เรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศหลังจากที่เข้ามาทำการฝึกอบรมแล้ว และภาพลักษณ์ของประเทศไทยในทางบวก กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับรู้ทางตรง แต่เป็นการรับรู้ทางอ้อม คือ ทัศนะต่อการค้าระหว่างประเทศไทยในประเทศของผู้รับความช่วยเหลือ ซึ่งในการศึกษาในกลุ่มที่ 1 เป็นดังนี้

1. การให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ในการศึกษาในเรื่องของความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศผู้ให้กับผู้รับนั้นดีขึ้นหรือไม่ ซึ่งจากผลการสำรวจทัศนะของผู้เข้ารับการอบรม/ศึกษาดูงานทั้ง 4 ประเทศกับประเทศไทยนั้น พบว่า ผู้เข้าอบรม/ศึกษาดูงาน ร้อยละ 83.64 เห็นว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการของประเทศไทยในเรื่องของการอบรมและการศึกษาดูงานนั้น จะส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของทั้ง 2 ประเทศมีเพียงร้อยละ 16.36 เท่านั้นที่เห็นไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น หรือไม่ได้แตกต่างจากเดิม และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ ด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า การที่ประเทศไทยให้ความช่วยเหลือในด้านของวิชาการนั้น จะส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ค่าไคสแควร์มีค่า 171.57) (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 การให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

	เหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	Chi-Square	Sig.
การให้ความช่วยเหลือส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	16.36	83.64	171.57	0.00

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศให้ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การให้ความช่วยเหลือส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย

ในการศึกษาในเรื่องของความช่วยเหลือทางวิชาการนั้นส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยหรือไม่ ซึ่งจากผลการสำรวจทัศนะของผู้เข้ารับการอบรม/ศึกษาดูงานทั้ง 4 ประเทศ กับประเทศไทยนั้น

พบว่า ผู้เข้าอบรม/ศึกษาดูงาน ร้อยละ 83.72 เห็นว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการของประเทศไทยในเรื่องของการอบรมและการศึกษาดูงานนั้น จะส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นมาก มีเพียงร้อยละ 16.28 เห็นว่าความช่วยเหลือทางวิชาการส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยเหมือนเดิมหรือไม่ แตกต่างไปจากเดิม และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์ นั้น พบว่า การที่ประเทศไทยให้ความช่วยเหลือในด้านของวิชาการนั้น จะส่งผลให้ภาพลักษณ์ในเชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ค่าไคสแควร์มีค่า 178.69) (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 การให้ความช่วยเหลือส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย

	เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	Chi-Square	Sig.
การให้ความช่วยเหลือส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย	16.28	83.72	178.69	0.00

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. การที่มีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้น และภาพลักษณ์ของประเทศที่ดีขึ้น จะส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น

จากการศึกษาที่ผ่านมาจะพบว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการที่ผ่านมาของประเทศไทยกับประเทศกลุ่ม CLMV นั้นส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งผลของความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นนั้น และภาพลักษณ์เชิงบวกที่ดีขึ้นนั้น ก็น่าจะส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศของไทยให้ดีขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งจากผลของการทดสอบทางด้านสถิติ เป็นดังนี้

3.1 การที่มีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้น จะส่งผลให้การการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้นนั้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นหรือไม่ เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์แล้วพบว่า การที่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 การที่มีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้น จะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น

		ความสัมพันธ์ที่ระหว่างประเทศไทย		Chi-Square	Sig.
		เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น		
การค้าระหว่างประเทศ	เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	71.43%	28.8%	35.83	0.00
	ดีขึ้น	28.57%	71.2%		
	รวม	100.00%	100.00%		

3.2 การที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้น จะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น

ในการศึกษาถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นนั้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นหรือไม่ เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์แล้วพบว่า การที่มีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 การที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้น จะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น

		ภาพลักษณ์ในเชิงบวกของประเทศไทย		Chi-Square	Sig.
		เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น		
การค้าระหว่างประเทศ	เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	67.35%	30.77%	23.78	0.00
	ดีขึ้น	32.65%	69.23%		
	รวม	100.00%	100.00%		

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การที่ประเทศไทยได้มีการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้น จะส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้น และภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้น ซึ่งการที่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้นนั้น ยังส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น เช่นเดียวกับภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยที่ดีขึ้น ก็ส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนักธุรกิจที่ทำการค้ากับกลุ่มประเทศ CLMV

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสอบถามกลุ่มนักธุรกิจที่ทำการค้ากับกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้รับรู้ถึงทักษะที่เปลี่ยนแปลงไปของภาพลักษณ์ และการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป แต่ในเรื่องของความสัมพันธ์นั้นอาจจะได้รับรู้ในระดับหนึ่ง แต่เป็นการรับรู้ทางอ้อมจากการติดตามข่าวสาร และการทำการค้าระหว่างประเทศเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาในกลุ่มที่ 2 นี้ จะเป็นการศึกษาถึงมุมมองทักษะในอดีตเปรียบเทียบกับปัจจุบันถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และเป็นการศึกษาถึงการให้ความช่วยเหลือที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ภาพลักษณ์ และการค้าของประเทศไทย ซึ่งผลของการศึกษาเป็นดังนี้

1. การศึกษาทักษะในอดีตเปรียบเทียบกับปัจจุบันถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง

จากผลการสำรวจทักษะของผู้ประกอบการไทยเกี่ยวกับทักษะด้านต่างๆ ของประเทศในกลุ่ม CLMV ในอดีต และปัจจุบันเทียบกับอดีต นั้น พบว่า

โดยภาพรวมของความคิดเห็นในอดีตนั้นประเทศ CLMV มองประเทศไทยในเรื่องต่างๆ ในระดับปานกลาง แต่ในภาพรวมในปัจจุบันจะพบว่าการมองประเทศไทยของกลุ่มประเทศ CLMV นั้นมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ทั้งนี้หากพิจารณาถึงความคิดเห็นในอดีตมีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลางด้วยระดับคะแนน 2.62 ส่วนในปัจจุบันเทียบกับอดีตที่ผ่านมา มีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน แต่มีระดับคะแนนเพิ่มขึ้นโดยอยู่ที่ 3.18 คะแนน และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติด้วย Paired Sample T Test พบว่าทักษะของผู้ประกอบการไทยที่ทำการค้ากับประเทศ CLMV เห็นว่าในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ค่า T-test = 10.47) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าในภาพรวมของคนในประเทศ CLMV มีมุมมองเกี่ยวกับประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมและดีขึ้นกว่าอดีตที่ผ่านมา ดังตารางที่ 2

อย่างไรก็ตามหากพิจารณารายละเอียดแต่ละเรื่องในอดีต และปัจจุบันเทียบกับอดีตแล้ว สามารถแยกออกได้เป็น 2 กรณีดังนี้

1.1 กรณีที่ผลการประเมินในปัจจุบันเทียบกับอดีต ปรับตัวดีขึ้น

จากผลการศึกษาและประเมินผลพบว่าด้านที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักธุรกิจเห็นว่าปรับดีขึ้นกว่าเดิมอย่างเห็นได้ชัด สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

1.1.1 ในอดีตอยู่ในระดับแย่ แต่ในปัจจุบันปรับตัวขึ้นคืออยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เรื่องการติดต่อกับหน่วยงานราชการของประเทศ CLMV โดยปรับตัวดีขึ้นกว่าอดีตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และเจ้าหน้าที่ของประเทศ CLMV ที่มองประเทศไทย โดยปรับตัวดีขึ้นกว่าอดีตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

1.1.2 ในอดีตอยู่ในระดับปานกลาง แต่ในปัจจุบันปรับดีขึ้นคืออยู่ในระดับดี ได้แก่ เรื่องการให้ความช่วยเหลือระหว่างกัน โดยปรับตัวดีขึ้นกว่าอดีตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.2 กรณีที่ผลการประเมินในปัจจุบันเทียบกับอดีต อยู่ในระดับเดิมแต่ระดับคะแนนเพิ่มขึ้น

จากผลการศึกษาและประเมินผลพบว่าด้านที่กลุ่มตัวอย่างที่นักธุรกิจเห็นว่ายังคงอยู่ในระดับเดิม แต่ระดับคะแนนปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1.2.1 ในอดีตอยู่ในระดับปานกลาง และในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน ได้แก่ ทศนคติที่มีต่อคนไทย ความไว้วางใจระหว่างกัน การอำนวยความสะดวกให้กับพ่อค้าไทย และภาพลักษณ์ของประเทศไทยโดยรวมในสายตาของประเทศ CLMV ซึ่งเมื่อทำการทดสอบทางสถิติแล้วพบว่าระดับคะแนนของแต่ละทัศนะนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้น ภาพลักษณ์ของประเทศไทยโดยรวมในสายตาของประเทศ CLMV ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.1 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าถึงแม้ว่าผลการประเมินจะอยู่ในระดับเท่าเดิม แต่ระดับคะแนนที่ได้รับนั้นปรับตัวดีขึ้น นั้นแสดงให้เห็นว่ามุมมองของประเทศ CLMV ที่มองประเทศไทยในเรื่องเหล่านี้ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ตารางที่ 2)

1.2.2 ในอดีตอยู่ในระดับดี และในปัจจุบันอยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน ได้แก่ การทำธุรกิจระหว่างกัน แต่เมื่อทำการทดสอบทางด้านสถิติแล้วพบว่าคะแนนที่สูงขึ้นในปัจจุบันนั้นไม่ได้แตกต่างกันจากอดีต นั้นแสดงให้เห็นว่าในการทำธุรกิจระหว่างกันนั้นไม่ได้มีความแตกต่างจากในอดีตมากนัก ถึงแม้ว่าระดับคะแนนจะสูงขึ้นก็ตาม แต่อย่างไรก็ตามในภาพรวมจากการสัมภาษณ์นั้นจะเห็นได้ถึงความสะดวกและความเป็นมิตรในการทำการค้ามากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้ประกอบการและนักธุรกิจของไทยในเรื่องต่างๆ ในสายตาของประเทศ CLMV (อดีตและในปัจจุบันเปรียบเทียบกับอดีต) พิจารณาภาพรวม

	อดีต		ปัจจุบัน		t-test	Sig. (2-tailed)
	ระดับ คะแนน	ผลการ ประเมิน	ระดับ คะแนน	ผลการ ประเมิน		
1. ทศนคติต่อคนไทย	2.69	ปานกลาง	3.24	ปานกลาง	-2.81	0.01
2. การทำธุรกิจระหว่างกัน	3.67	ดี	3.90	ดี	-0.99	0.33
3. ความไว้วางใจระหว่างกัน	2.86	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	-2.16	0.04
4. การให้ความช่วยเหลือระหว่างกัน	2.90	ปานกลาง	3.55	ดี	-2.66	0.02
5. การอำนวยความสะดวกให้กับ พ่อค้าไทย	2.67	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง	-3.10	0.01

	อดีต		ปัจจุบัน		t-test	Sig. (2-tailed)
	ระดับ คะแนน	ผลการ ประเมิน	ระดับ คะแนน	ผลการ ประเมิน		
6. การติดต่อกับหน่วยราชการของ ประเทศ	2.19	แย่	2.64	ปานกลาง	-1.77	0.09
7. เจ้าหน้าที่ของประเทศ CLMV มอง ประเทศไทย	2.33	แย่	3.14	ปานกลาง	-4.06	0.00
8. ภาพลักษณ์ของประเทศไทยโดยรวม ในสายตาของประเทศ CLMV	2.67	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง	-1.93	0.07
ภาพรวม	2.62	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	-10.47	0.00

ที่มา: จากการสำรวจ

จากผลการศึกษาดังกล่าวจึงอาจกล่าวได้ว่า การที่ประเทศไทยได้ให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการกับกลุ่มประเทศ CLMV นั้น ได้ส่งผลต่อมุมมองของประเทศในกลุ่ม CLMV ที่มองประเทศไทยแตกต่างไปจากในอดีตที่ผ่านมา โดยส่วนใหญ่จะมองประเทศไทยในมุมมองที่ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การศึกษาทัศนคติในอดีตเปรียบเทียบกับปัจจุบันถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง

ในการศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการนั้น จะทำการถึงการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ และการค้าของประเทศไทย หรือไม่ ซึ่งผลของการศึกษาเป็นดังนี้

2.1 การให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ในการศึกษาในเรื่องของความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศผู้ให้กับผู้รับนั้นดีขึ้นหรือไม่ ซึ่งจากผลการสำรวจทัศนคติผู้ประกอบการไทยที่ทำการค้าระหว่างประเทศกับกลุ่มประเทศ CLMV นั้น พบว่า ผู้ประกอบการ ร้อยละ 72.73 เห็นว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการของประเทศไทยในเรื่องของการอบรมและการศึกษาดูงานนั้น จะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นของทั้ง 2 ประเทศ และมีเพียงร้อยละ 27.27 เห็นว่าจะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ในระดับเดิมเท่านั้น ซึ่งจากผลการสำรวจดังกล่าว จะเห็นว่านักธุรกิจที่ทำการค้ากับประเทศในกลุ่ม CLMV นั้น เห็นว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้น จะส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้น และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ นั้น พบว่า การที่ประเทศไทยให้ความช่วยเหลือในด้านของวิชาการนั้น จะส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ค่าไคสแควร์มีค่า 4.55)

ตารางที่ 7 การให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในทัศนะของผู้ประกอบการ

	เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	Chi-Square	Sig.
การให้ความช่วยเหลือส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	27.27	72.73	4.55	0.03

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศให้ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 การให้ความช่วยเหลือส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย

ในการศึกษาในเรื่องของความช่วยเหลือทางวิชาการนั้นส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นในสายตาของประเทศ CLMV หรือไม่ ซึ่งจากผลการสำรวจทัศนะของผู้ประกอบการที่ทำการค้าระหว่างประเทศกับกลุ่มประเทศ CLMV นั้น พบว่า ผู้ประกอบการ ร้อยละ 77.27 เห็นว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการของประเทศไทยในเรื่องของการอบรมและการศึกษาดูงานนั้น จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของประเทศ CLMV ดีขึ้นมาก มีเพียงร้อยละ 22.73 เห็นว่าความช่วยเหลือทางวิชาการไม่ได้ส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยให้ดีขึ้นในสายตาของประเทศ CLMV และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานโดยการไคสแควร์มีค่า 6.55) นั้น พบว่า การที่ประเทศไทยให้ความช่วยเหลือในด้านของวิชาการนั้น จะส่งผลให้ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยในสายตาของประเทศ CLMV ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ค่าไคสแควร์มีค่า 6.55)

ตารางที่ 8 การให้ความช่วยเหลือส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย ในทัศนะของผู้ประกอบการ

	เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	Chi-Square	Sig.
การให้ความช่วยเหลือส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย	22.73	77.27	6.55	0.01

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้นส่งผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 การที่มีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้น และภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ดีขึ้น จะส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น ในทัศนะของผู้ประกอบการ

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้น และภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นของประเทศไทยให้ดีขึ้น นั้น จะส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศดีขึ้น หรือไม่ในทัศนะของผู้ประกอบการ ซึ่งผลของการศึกษาเป็นดังนี้

2.3.1 การที่มีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้น จะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นในทัศนะของผู้ประกอบการ

ในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้นนั้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นหรือไม่ เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์แล้วพบว่า การที่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 การที่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ดีขึ้น จะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น ในทัศนะของผู้ประกอบการ

		ความสัมพันธ์ที่ระหว่างประเทศไทย		Chi-Square	Sig.
		เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น		
การค้าระหว่างประเทศ	เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	66.7%	0.0%	12.4	0.0
	ดีขึ้น	33.3%	100.0%		
	รวม	100.00%	100.00%		

2.3.2 การที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้น จะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นในทัศนะของผู้ประกอบการ

ในการศึกษาถึงภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นนั้น จะส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นหรือไม่ เมื่อทำการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์แล้วพบว่า การที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยที่ดีขึ้น ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นหรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม (ตารางที่ 10) ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้น จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศให้ดีขึ้นก็ตาม แต่ภาพลักษณ์ของประเทศที่ดีขึ้นนั้น ไม่ได้ส่งผลต่อการค้าของประเทศให้ดีขึ้นตาม เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่ทำได้ค่อนข้างยาก และต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างภาพลักษณ์ ทั้งในด้านของประเทศ และทางด้านของผลิตภัณฑ์ของสินค้าเอง

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์ในเชิงบวกของประเทศไทยที่ดีขึ้นนั้น ไม่ได้ส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศมากนัก แต่การค้าระหว่างประเทศของไทยจะดีขึ้นนั้นจะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ มากกว่า

ตารางที่ 10 การที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้น จะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นในทัศนะของผู้ประกอบการ

		ความสัมพันธ์ที่ีระหว่างประเทศไทย		Chi-Square	Sig.
		เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น		
การค้าระหว่างประเทศ	เหมือนเดิม/ไม่เปลี่ยนแปลง	40.0%	12.5%	1.87	0.17
	ดีขึ้น	60.0%	87.5%		
	รวม	100.00%	100.00%		

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า ในทัศนะของผู้ประกอบการนั้น การที่ประเทศไทยได้มีการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้น จะส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้น และภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้น และการที่ความสัมพันธ์ของประเทศที่ดีขึ้นนั้น ยังส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น แต่การที่ภาพลักษณ์ของประเทศดีขึ้นนั้น ไม่ได้ส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นว่าการค้าระหว่างประเทศจะดีขึ้นนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ มากกว่าที่ภาพลักษณ์ของประเทศดีขึ้น เช่น ความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น เป็นต้น

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลของการศึกษาการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้าน : การพัฒนาการค้าระหว่างประเทศที่ยั่งยืน นั้น จะพบว่า ประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่มีการพัฒนาและมีระดับรายได้ประชาชาติที่ค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่จะเป็นประเทศในแถบอเมริกา และยุโรป ที่จะให้ความช่วยเหลือ ทั้งในรูปแบบของเงินให้เปล่า เงินกู้ หรือแม้แต่ทางด้านของวิชาการ ซึ่งการดำเนินการในรูปแบบนี้ถือเป็นรูปแบบที่มีการดำเนินการอยู่ในหลายประเทศ รวมทั้งประเทศในแถบเอเชียด้วย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ หรือแม้แต่เพื่อนบ้านได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และประเทศไทย ก็มีการให้ความช่วยเหลือกับประเทศต่างๆ ด้วยเช่นกัน ซึ่งวัตถุประสงค์ของการให้ความช่วยเหลือนั้นส่วนใหญ่มักคาดหวังว่าประเทศที่ได้รับความช่วยเหลือจะสามารถพัฒนาประเทศให้มีความเจริญและก้าวหน้าได้ เพื่อที่จะได้มีระดับรายได้ที่สูงขึ้น และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งผลที่หลายประเทศคาดหวังมากก็คือเรื่องของการทำการค้าระหว่างกันที่จะมีมากขึ้น จากความไว้วางใจและความเชื่อใจ ซึ่งจากผลของการศึกษาในด้านของข้อมูลปฐมภูมินั้น จะเห็นได้ว่าการที่ประเทศไทยให้ความช่วยเหลือกับประเทศเพื่อนบ้าน CLMV นั้น จะส่งผลให้ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ที่ดีขึ้น ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น และสุดท้ายคือการค้าระหว่างกันก็มีทิศทางที่ดีขึ้น

และเมื่อทำการศึกษาถึงทัศนะของผู้เข้ารับการอบรม/ผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทย รวมทั้งการค้าระหว่างประเทศ พบว่า ผู้เข้ารับการอบรม/ศึกษาดูงานนั้น เห็นว่าการที่ประเทศไทยได้ให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการนั้น จะส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้น ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้น ซึ่งก็จะส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นเช่นกัน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในส่วนของทัศนะของผู้ประกอบการไทยที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและได้มีการทำการค้าระหว่างประเทศกับกลุ่มประเทศ CLMV จนเห็นถึงการเปลี่ยนแปลง มองว่า การที่ประเทศไทยได้ให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการกับประเทศในกลุ่ม CLMV นั้น มีผลทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการที่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศดีขึ้น ก็ส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้นเช่นกัน แต่การที่ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยดีขึ้นนั้น ไม่ได้ส่งผลให้การค้าระหว่างประเทศดีขึ้น

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในอดีตกับปัจจุบันในสายตาของกลุ่มประเทศ CLMV จะเห็นได้ว่าประเทศเหล่านั้นนั้นจะมองประเทศไทยในมุมมองที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ด้วยระดับผลคะแนนที่ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นจากอดีตที่ผ่านมา ดังนั้นการให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการกับประเทศต่าง ๆ นั้น ถือเป็น การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ และสุดท้ายก็จะส่งผลต่อการค้าระหว่างประเทศ

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะในการศึกษา

ในการศึกษาในครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของจำนวนผู้ประกอบการที่ทำการศึกษานั้นมีจำนวนเพียง 20 ตัวอย่าง ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการที่เข้าไปทำการลงทุนและการค้าระหว่างประเทศกับประเทศ CLMV นั้น ยังมีไม่มากนักที่จะเห็นถึงการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น จำนวน 20 ตัวอย่างจึงถือเป็นตัวแทนได้ในระดับหนึ่ง หากผู้ที่ต้องการทำการศึกษาในเรื่องนี้อาจจะเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการที่มากขึ้น นอกจากนี้อาจจะแบ่งแยกโดยพิจารณาในแต่ละประเทศ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยของแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร

บรรณานุกรม

น้ำทิพย์ วิภาวิน. การจัดการความรู้กับคลังความรู้ Knowledge Management and Knowledge Center.
กรุงเทพฯ: บริษัทเอสอาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักต์ส์ จำกัด, 2547

พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี, ธรรมนูญกับการสร้างธรรมรัฐใน
องค์การอิสระ, 2546

โรเบิร์ต แอล.เวนด์เซล : ผู้เขียน ดร.โคริน เฟื่องเกษม : ผู้แปล. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การศึกษาโดย
เน้นผู้กำหนดนโยบาย. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2532

ดำรงรัตน์ รัตน์รังสี.ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ(international relations) กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แสงสุทธิการพิมพ์
2531

สำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ, ยุทธศาสตร์ความร่วมมือเพื่อการพัฒนา
ระหว่างประเทศ
ของไทย 2550-2554. กระทรวงต่างประเทศ สิงหาคม 2550

Carman, Joanne G , Nonprofits, Funders, and Evaluation: Accountability in Action: American Review
of Public Administration; Jul 2009, Vol. 39 Issue 4, p374-390

Murphy, K.R., Cleveland, J.N., & Mohler, C. J. Reliability, validity, and meaningfulness of multisource
ratings. P.130-149. In Bracken, Timmreck, Church, (Eds.). The handbook of multisource
feedback: The comprehensive resource for designing and implementing MSF processes. San
Francisco: Jossey-Bass., 2001

Van Der Heijden & Nijhof, H.J. The value of subjectivity: problems and prospects for 360-
degree appraisal systems. International Journal of Human Resource Management, 15 (3), 493-
511. Retrieved September 7, 2007, from ABI Inform/Global database.

Young Choon Lee, Subrata, Riky and Zomaya, Albert Y. On the Performance of a Dual-Objective
Optimization Model for Workflow Applications on Grid Platforms: IEEE Transactions on
Parallel & Distributed Systems; Sep2009, Vol. 20 Issue 9, p1273-1284

<http://www.apecthai.org>

<http://www.chinorot.ac.th>

<http://www.deplu.go.id>

<http://www.epu.jpm.my/>

<http://www.eria.org/research/images/pdf/> และ

<http://www.epu.gov.my/html/>

www.imf.org/

<http://itec.nic.in>

<http://info.worldbank.org/etools/docs/>

<http://www.jica.go.jp>

<http://jarcom.net/>

<http://www.koica.go.kr/english/>

<http://www.mfa.gov.sg> and <http://app.scp.gov.sg>

<http://www.moc.gov.kh>

<http://www.mofa.go.jp>

<http://mtcp.kln.gov.my/courses.php>

www.nationmaster.com/

<http://www.oecd.org>

<http://www.odakorea.go.kr>

<http://www.tica.thaigov.net/tica/>

<http://www.sg.emb-japan.go.jp/>