



## บุพปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย – สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ฉัตรมณฑน์ ทองสมจิตต์, ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร, สุรমন ไทยเกษม\*

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Email: suramon.th@ssru.ac.th\*

### บทคัดย่อ

การทำวิจัยเรื่อง บุพปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย – สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับความสำคัญของบุพปัจจัยของนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล และความสัมพันธ์ของบุพปัจจัยของนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาลกับแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย-สปป.ลาว (ด้านเชิงของ) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ 240 ราย ตอบแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงกระทรวงพาณิชย์ 6 ท่าน ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงซ้อน และการวิเคราะห์เส้นทาง ผลการวิจัยพบว่า (1) นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาลเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อประสิทธิผลของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้า ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า มีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ และ (2) ประสิทธิผลของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย-สปป.ลาว สู่เศรษฐกิจอาเซียนขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และนโยบายส่งเสริมภาครัฐ ส่วนปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า แม้ไม่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าก็ตาม แต่มีความสัมพันธ์ทางตรงกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าและนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ในการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดน ต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล โดยเฉพาะการส่งเสริมความรู้แก่ผู้ประกอบการในด้านการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันทางการค้า นอกจากนี้รัฐบาลไทยควรส่งเสริมการจัดการสำรวจตลาดความต้องการด้านสินค้าอุปโภคและบริโภคของผู้บริโภค สปป.ลาว รวมทั้งเขตชายแดนไทยด้วย

**คำสำคัญ :** แผนยุทธศาสตร์, การค้าชายแดน, ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน



## Antecedents Affecting Strategic Development Plan for Border Trade between Thai and People's Democratic Republic of Laos toward ASEAN Economics Community

Chattamon Thongsomjit, Siravit Koolrojanapat, Suramon Thaikasem\*

Doctor of Philosophy Program in Development Administration

Graduate School Suan Sunandha Rajabhat University,

Email: suramon.th@ssru.ac.th\*

### Abstract

The purpose of this research, antecedents affecting the strategic development plan for border trade between Thailand and the People's Democratic Republic (PDR) of Laos to ASEAN, were to study the level of importance of the antecedents of government promotion policy, the relationship of antecedents of government promotion policy, and strategic border trade plan of Thailand and PDR Laos at the Chiang-Krong Border Control Checkpoint. There was a total sample of 240 entrepreneurs, who answered questionnaires, and 6 directors interviewed from Ministry of Commerce. The questionnaire covered all variables. This research utilized bi-relation analysis, regression analysis, and path analysis. Findings revealed: (1) government promotion policy was the most successful factor to the effectiveness of the strategic development plan and relationship of trading partners, but production cost factors were less important respectively; and (2) the effectiveness of the strategic plan for border trade between Thailand and PDR Laos to ASEAN depended on a relationship of trading partners, and government promotion policy. However, the production cost factor had no cause relationship with the strategic plan, but had a relationship with trading partners and government promotion policy.

Recommendations from this research involved a strategic development plan that needs to focus on the relationship of trading partners and government promotion policy, especially knowledge enhancement for entrepreneurs in terms of product quality which was a competitive advantage. Moreover, the Thai government needs to survey the market for PDR Laos consumer demands, as well as border consumer demand.

**Keywords :** Strategic Plan, Border Trade, ASEAN Economics



### บทนำ

การค้าชายแดนเป็นรูปแบบหนึ่งของการค้าระหว่างประเทศ เป็นด่านแรกที่มีความสำคัญ นำไปสู่การพัฒนาเชื่อมโยงการค้าข้ามไปยังหลายประเทศ จึงทำให้ประเทศสมาชิกร่วมมือกันกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยเริ่มจากการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายแดนที่ต่อเนื่องให้มีเส้นทางขนส่ง และเส้นทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกัน ซึ่งเส้นทาง R3A/E หรือ เส้นทางกรุงเทพมหานคร - อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย - เมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว - ด่านบ่อเต็น แขวงหลวงน้ำทา (สปป.ลาว) - ด่านบ่อหาน เขตปกครองตนเองสิบสองปันนา มณฑลยูนนาน (จีน) เป็นเส้นทางที่สนับสนุนการเชื่อมโยงตามแนวเศรษฐกิจเหนือสู่ใต้ (North-South Economic Corridor) ภายใต้ความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) (สำนักความร่วมมือการค้าการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ, 2555)

จากการศึกษาข้อมูลผู้วิจัยพบว่า ภาวะการค้าชายแดนไทย - สปป.ลาว ในช่วง 9 เดือน (ม.ค.-ก.ย.2558) ที่ผ่านมา มีมูลค่าการค้ารวม 124,707.87 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 12.78 เนื่องจากประเทศไทยมีภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ในจุดศูนย์กลางของอาเซียนมีการเชื่อมโยงด้านคมนาคมขนส่งจึงส่งผลให้ไทยกลายเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้าของภูมิภาค ทำให้เกิดการขยายตัวของการค้าชายแดน แต่ที่ผ่านมามีการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว ก็ยังมีปัญหา และอุปสรรคจากข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์ที่ยังไม่ตีพอ จึงก่อให้เกิดต้นทุนแก่ผู้ประกอบการไทย ดังนั้นภาครัฐบาลจึงได้ให้หน่วยงานที่รับผิดชอบจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนเพื่อใช้เป็นยุทธศาสตร์กำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพของพื้นที่จังหวัด

ชายแดนของประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศและเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (สำนักความร่วมมือการค้าการลงทุน กรมการค้าต่างประเทศ, 2558)

ประเทศไทยและ สปป.ลาว เป็นประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่จะให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่น ๆ ได้โดยมุ่งให้เกิดการค้าเสรี การบริการการลงทุน การพัฒนาทางเศรษฐกิจ มุ่งที่จะจัดตั้งให้อาเซียนเป็นตลาดเดียว และเป็นฐานการผลิต โดยมีพันธกรณีสำคัญ คือ การเปิดเสรีการค้าสินค้า การลด/ยกเลิกภาษีการค้า การบริการที่มีใช้ภาษี การกำหนดคกฏว่าด้วยถิ่นกำเนิดสินค้า การเปิดเสรีการค้าบริการเพื่อให้การค้าบริการของอาเซียนเป็นไปอย่างเสรีมากขึ้น และพัฒนาระบบการยอมรับร่วมกันเพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบวิชาชีพในสาขาบริการ รวมทั้งส่งเสริมการลงทุนของอาเซียนไปยังประเทศที่สาม (สำนักพัฒนาตลาดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและเอเชีย, 2557)

ถึงแม้ปัจจุบัน สปป.ลาวจะมีกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุนที่ได้รวบรวมการส่งเสริมการลงทุนจากนักลงทุนภายในประเทศ และต่างประเทศไว้ในฉบับเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันทางการค้า (กรมการค้าต่างประเทศ, 2555) แต่ก็ยังพบปัญหา ได้แก่

- 1) ปัญหาด้านนโยบายการค้าของสปป.ลาว ที่ผูกขาดนโยบายกฏระเบียบมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยครั้งมีการจำกัดโควตาสินค้าที่นำเข้าบางรายการ และขั้นตอนการนำเข้ามีความยุ่งยากซับซ้อน ลำช้า
- 2) ด้านการคมนาคมขนส่งมีค่าบริการในการนำเข้า-ส่งออก ค่อนข้างสูง เส้นทางคมนาคมขนส่งยังทุรกันดาร อีกทั้งมีการกำหนด



น้ำหนักบรรทุกของรถบรรทุกสินค้าในแต่ละแขวงไม่เท่ากัน 3) มีการลักลอบนำสินค้าข้ามแนวชายแดน (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2557)

จากการศึกษาข้อมูลของอำเภอเชียงของ ผู้วิจัยก็ได้พบปัญหาที่นำไปสู่งานวิจัย คือ นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจกับผู้ประกอบการค้าชายแดนจึงไม่สามารถนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติได้ และภาครัฐบาลยังขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานของรัฐ และยังมีปัญหาความแตกต่างด้านภาษา วัฒนธรรม ของคู่ค้า รวมไปถึงราคาสินค้าของไทยค่อนข้างสูง และปัจจุบันยังไม่มีแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนของประเทศไทยกับ สปป. ลาว เป็นรายประเทศ จึงทำให้เกิดอุปสรรคปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาดการลงทุน ด้านการแข่งขันทางการค้า การเชื่อมโยงการคมนาคมขนส่ง รวมถึงการสนับสนุนข้อกฎหมายสู่การปฏิบัติ การเจริญเติบโตของเมืองตามแนวพื้นที่บริเวณชายแดน

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมุ่งทำการศึกษาบุพปัจจัย คือ ตัวแปรอิสระที่เป็นสาเหตุของการเกิดขึ้นของตัวแปรตาม (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2555) บุพปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย – สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยได้แบ่งปัจจัยส่งผลต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดน ออกเป็น ดังนี้ (ก) นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล (ข) ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า (ค) ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า รวมถึง (ง) คุณสมบัติผู้ประกอบการ และการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดน คือ การอำนวยความสะดวกทางการค้า ประสิทธิภาพในการแข่งขัน และการเติบโตของเมือง

ผู้วิจัยมุ่งทำการศึกษาในพื้นที่ด้านการค้าชายแดนอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เนื่องจากเชียงของเป็นเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ และยังมีแนวคิดให้เป็นเมืองศูนย์กลางด้านการกระจายสินค้า และโลจิสติกส์ด้านสินค้าเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่จะเป็นแรงสนับสนุนสำคัญในการเติบโต และการสร้างความแข็งแกร่งทางการค้าชายแดน โดยผู้วิจัยมีความเชื่อมั่นว่าจะมีความสัมพันธ์และใกล้เคียงกับความเป็นจริงที่มีผลต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย – สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาระดับความสำคัญของบุพปัจจัยของนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อบุพปัจจัย
2. ศึกษาความสัมพันธ์ของบุพปัจจัยของนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาลที่มีผลต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย-สปป.ลาว

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมแนวคิด และทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย คือ ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเด็ดขาด (David Ricardo, 1823) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (David Ricardo, 1823; Adam Smith, 1776) ทฤษฎีการกำหนดดุลยภาพ (Brown, 1997) ทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ (Walter, 1971) กระบวนการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม และศักยภาพ (Humphrey, 2005) และได้มีการทบทวนวรรณกรรมโดยพบว่าทุกตัวแปร มีวรรณกรรมรองรับสนับสนุนโดยนำมาใช้เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังตารางที่ 1

เน้นความเป็นวิจัย ปฎิบัติของความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



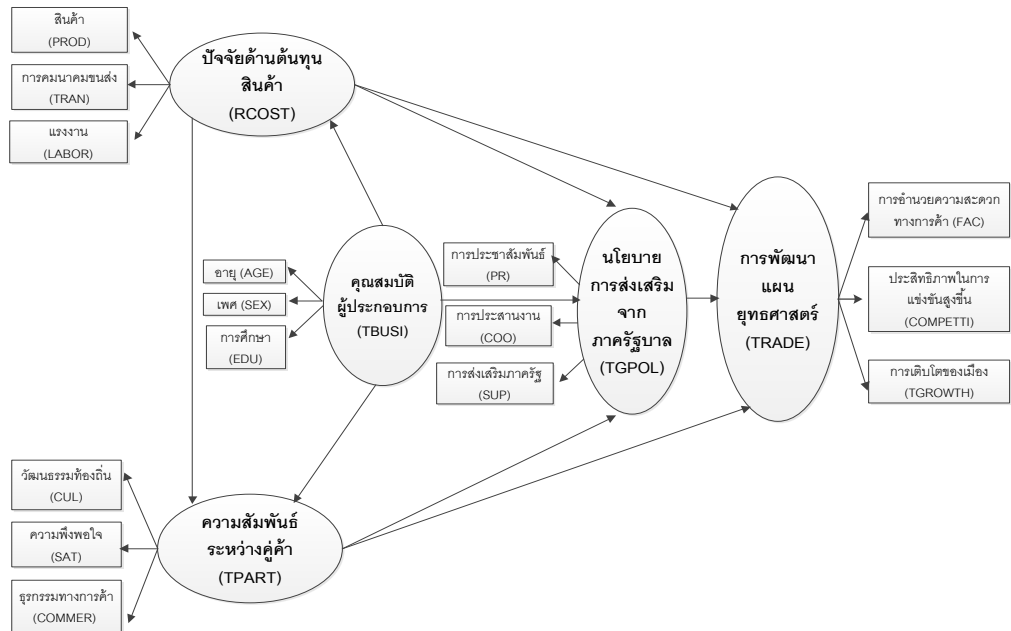
ตารางที่ 1 วรรณกรรมอ้างอิงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้า	นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล	ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า	ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า	คุณสมบัติผู้ประกอบการ
นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล					
การประชาสัมพันธ์					
การประสานงาน	Hansen, 2004		Seinghaus, 2004	Tanner, &	
การส่งเสริมภาครัฐ	Kim, 2001		Inkpen, 1996	Chonko, 1995	
ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า	Hunt, C. (2003)		Stoian, & Rialp, 2010	Kaynak, & Kothari, 1984	Simonin, 1999
วัฒนธรรมท้องถิ่น					Hyder, 1999
ความพึงพอใจ					
ธุรกรรมทางการค้า	Donthu, & Kim, 1993	Gebhardt, 2006 Nevins, & Money, 2008 Sousa, &		Kehagias, & Katsikea, 2012	
ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า	Bradley, 2008	Bradley, 2008		Anderson, & Narus, 1990	
การคมนาคมขนส่ง		Aulakh, et al., 2000			Olson & Hult, 2005
แรงงาน	Hayes, 1984 Day, 1994 Hamilton, & Whalley, 1984	Mayda, 2010 Filatotchev & Li Buck, & Wright, 2009	Sousa, et al., 2008 Swamidass, & Newell, 1987	Styles, et al., 2008	Borjas, 1987
คุณสมบัติผู้ประกอบการ					
	Allen, & Meyer, 1990			Eusebio & Belbeze, 2007	

### สมมติฐานของการวิจัย

1. การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย-สปป.ลาว ซึ่งประกอบด้วย การอำนวยความสะดวกทางการค้า ประสิทธิภาพการแข่งขัน และการเติบโตของเมือง ขึ้นอยู่กับ (ก) นโยบายที่ส่งเสริมจากภาครัฐบาล ซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมภาครัฐ การประชาสัมพันธ์ และการประสานงาน (ข) ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า ซึ่งประกอบด้วย วัฒนธรรมท้องถิ่น ความพึงพอใจ และธุรกรรมทางการค้า (ค) ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า ซึ่งประกอบด้วย สินค้า การคมนาคมขนส่ง แรงงาน และ (ง) คุณสมบัติผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา

2. นโยบายที่ส่งเสริมจากภาครัฐบาล ขึ้นอยู่กับ (ก) ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า ซึ่งประกอบด้วย วัฒนธรรมท้องถิ่น ความพึงพอใจ และธุรกรรมทางการค้า (ข) ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า ซึ่งประกอบด้วย สินค้า การคมนาคมขนส่ง และแรงงาน และ (ค) คุณสมบัติผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า ขึ้นอยู่กับ (ก) ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า ซึ่งประกอบด้วย สินค้า การคมนาคมขนส่ง และแรงงาน และ (ข) คุณสมบัติผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

### ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการศึกษา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ทั้งแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ และทางการวิจัยเชิงปริมาณ ผสมผสานร่วมกัน

แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ : ประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้บริหารกรมการค้าต่างประเทศ กรมเจรจาธุรกิจทางการค้า กระทรวงพาณิชย์ จำนวนรวม 6 ท่าน โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลที่มีรายละเอียดเจาะลึกที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

แนวทางการศึกษาเชิงปริมาณ : ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเลือกตามเกณฑ์คนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจการค้าชายแดนไทยกับ สปป.ลาว (เชียงของ) มีจำนวน 240 ราย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างจริงมีจำนวนต่ำกว่า 400 ตัวอย่าง จึงไม่สามารถใช้สูตรของ

ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973) ได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามเทคนิคการใช้สถิติวิเคราะห์ในการกำหนด ขนาดตัวอย่างเป็นจำนวน 20 เท่า ของจำนวนตัวแปร โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นอัตราภาคขั้น (Interval Scale) มี 10 ระดับ ผู้วิจัยได้มีข้อคำถาม จำนวน 40 ข้อ โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็นหมวดหมู่ (ก) นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล ซึ่งประกอบด้วย การส่งเสริมภาครัฐ การประชาสัมพันธ์ และการประสานงาน (ข) ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า ซึ่งประกอบด้วย วัฒนธรรมท้องถิ่น ความพึงพอใจ และธุรกรรมทางการค้า (ค) ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า ซึ่งประกอบด้วย สินค้า การคมนาคมขนส่ง แรงงาน และ (ง) คุณสมบัติผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา

การทดสอบความเชื่อถือได้ของมาตรวัดที่ใช้ในการศึกษาในการทดสอบความเชื่อถือได้ของมาตรวัด ผู้วิจัยใช้การทดสอบความสอดคล้องกัน

เน้นความเป็นวัง ปฎักติงองค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



ภายใน (internal consistency) ของรายการที่ประกอบเป็นมาตรวัด ตามแนวความคิดที่ว่าหากรายการเป็นรายการในเรื่องเดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันสูง ซึ่งสถิติที่จะบ่งชี้ความเชื่อถือได้ของแต่ละรายการ คือ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient of reliability) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ (reliability analysis) ด้วยการวัดความสอดคล้องกันของมาตรวัดแต่ละมาตรวัด ใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (internal consistency method) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของมาตรวัดของรายการของแต่ละมาตรวัด นำเสนอด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) จากการวิเคราะห์ได้ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ของมาตรวัดในทุกปัจจัยอยู่ที่ระดับ .70 ขึ้นไปเท่ากับว่ามีความเชื่อถือได้

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ (statistical analysis) เชิงปริมาณโดยนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการบูรณาการแล้วไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows และนำผลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์

โดยผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว คือ การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (path analysis) ซึ่งเป็นการพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม ว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้เริ่มจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทวิ (bivariate correlation) เพื่อ

ศึกษาความสัมพันธ์เบื้องต้นให้เห็นภาพความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ และเพื่อตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (multi collinearly) ซึ่งพบว่าไม่มีปัญหาดังกล่าว

การวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงชั้น (hierarchical regression analysis) ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยแต่ละกลุ่มมีผลต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนอย่างไร และการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (path analysis) ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อแสดงให้เห็นภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกตัวที่ใช้ในการวิเคราะห์ว่ามีผลทางตรง และทางอ้อมต่อการปฏิบัติอย่างไร (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2556)

#### ผลการวิจัย

1. นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาลเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อประสิทธิภาพของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้า ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และปัจจัยด้านต้นทุนสินค้ามีความสำคัญรองลงมาตามลำดับ

2 ประสิทธิภาพของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย-สปป.ลาว สู่อุตสาหกรรมอาเซียนขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และนโยบายส่งเสริมภาครัฐ ส่วนปัจจัยด้านต้นทุนสินค้าแม้ไม่มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าก็ตาม แต่มีความสัมพันธ์ทางตรงกับปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล

**ตารางที่ 2** สถิติพรรณนาและค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (n=240)

ตัวแปร	การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์	นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล	ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า	ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า	คุณสมบัติผู้ประกอบการ
การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์	1.000				
นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล	.866	1.000			
ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า	.766	.729	1.000		
ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า	.359	.277	.548	1.000	
คุณสมบัติผู้ประกอบการ	.032	.007	.012	.009	1.000
ค่าเฉลี่ย	46.202	58.431	42.573	5.109	54.008
ค่าเบี่ยงเบน	12.352	18.130	9.936	5.116	9.436
ค่าต่ำสุด	13.01	20.37	12.93	15.29	30.00
ค่าสูงสุด	72.74	98.08	66.53	81.30	76.00
ค่าความเบ้	-.025	.330	-.311	.264	.278
ค่าความโด่ง	-.193	-.529	.597	-.077	-.529
Tolerance	-	1.000	.923	.468	.468
VIF	-	1.000	1.083	2.137	2.137

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระโดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (stepwise regression) โดยใช้เพียงเส้นทางระหว่างตัวแปรที่มีนัยสำคัญ โดยแสดงผลด้วยค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเบต้า ( $\beta$ ) หรือค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (standardized regression coefficients)

สมมติฐาน 1 พบว่า นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล และความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า มีประสิทธิผลอย่างมากต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ การพัฒนายุทธศาสตร์ทางการค้าจะมีประสิทธิผลมากขึ้น รัฐบาลจะต้องมีนโยบายเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุน และส่งเสริมให้มีความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าในการร่วมมือกัน ทั้งนี้ตัวแปรทั้งสองตัวนี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงประสิทธิผลของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ได้ ร้อยละ 78

สมมติฐาน 2 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า มีผลต่อนโยบายภาครัฐบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือนโยบายภาครัฐบาลที่มีประสิทธิผลมีผลต่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้า ย่อมต้องอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และปัจจัยด้านต้นทุนสินค้ามาเป็นปัจจัยในการพิจารณาจากผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐบาลได้ร้อยละ 55

สมมติฐาน 3 พบว่า ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้ามีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าต้องอาศัยปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า จากผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงต่อความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าในประสิทธิผลของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ได้ ร้อยละ 30

เน้นความเป็นวัฏจักรขององค์ความรู้ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ที่มีผลต่อประสิทธิผลของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย-สปป.ลาว

ตัวแปร	ความสัมพันธ์รวม	ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ			ไม่ใช่เชิงสาเหตุ
		ทางตรง	ทางอ้อม	รวม	
นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล	.866	.658	-	.658	.208
ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า	.766	.285	.543	.828	.062
ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า	.359	-	.338	.338	.021
คุณสมบัติผู้ประกอบการ	.032	-	-	-	.032

ตารางที่ 3 พบว่า นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาลมีผลความสัมพันธ์ทางตรง ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้ามีผลทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนที่มีความสัมพันธ์เป็นผลทางอ้อมอย่างเดียว คือ ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า

#### สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์การของวิจัยนี้พบว่า นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาลมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนการค้า และการพัฒนาธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจมีความมั่นคง และเจริญก้าวหน้ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการประชาสัมพันธ์และการประสานงาน และการดูแลอย่างดีจากภาครัฐบาลนั้น ยังรวมถึงการเข้าไปแก้ปัญหาของเจ้าหน้าที่รัฐบาล และช่วยดำเนินการเจรจา และประสานงานให้เสมอ คอลลิส (Collis, 1991) ด้านการจัดการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐบาลนั้น ส่งผลให้ยอดจำหน่ายสินค้าเพิ่มเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งมีการจัดระเบียบการค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจมากขึ้น แต่การแข่งขันทางการค้าก็ยังคงค่อนข้างสูง ซึ่งนับว่าเป็นปัญหาที่รัฐบาลต้องช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการไทยเพื่อให้ได้เปรียบทางการค้า มอร์แกน

(Morgan, 2014) และรัฐบาลต้องมีการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าในด้านการเชื่อมโยงระบบขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการขนส่ง

แต่ปัจจัยที่สำคัญอาจส่งผลให้เกิดปัญหาอีกประการหนึ่ง คือ การเจริญเติบโตของเมืองในถิ่นที่ทำการค้าของผู้ประกอบการมีราคาที่ดินสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การโยกย้ายและเพิ่มจำนวนประชากรมากขึ้นสร้างความแออัดและความวุ่นวาย ดังนั้นรัฐบาลควรร่วมมือกับผู้ประกอบการ และรัฐบาลของสปป.ลาว ในการวางแผนการเติบโตของเมืองก่อนที่ปัญหาจะยุ่งยากมากขึ้น

สภาพทั่วไปของบุพปัจจัยของนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาลต่อการค้าชายแดนไทย-สปป.ลาว แต่ละด้านไม่ว่าจะเป็นในเรื่องคุณสมบัติส่วนตัวของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า หรือความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล และประสิทธิผลของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย - สปป.ลาวนั้น จากการประเมินของผู้ประกอบการไทยปัจจัยแต่ละตัวแปรจะอยู่ในระดับปานกลาง และเป็นที่น่าพอใจ

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าอยู่ในระดับเป็นที่น่าสนใจ ผู้ประกอบการทั้งสองฝ่ายมี



ความสัมพันธ์กันเสมือนพี่น้อง มีความพึงพอใจในการประกอบการค้าร่วมกัน ส่วนหนึ่งมาจากการมีขนมธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน โจฮานสัน และวาล์ (Johanson & Vahlne, 1993) แม้จะบางครั้งมีปัญหาด้านการสื่อสารบ้างก็ตาม ซึ่งไม่นับว่าเป็นอุปสรรคในการค้า และสามารถแก้ไขได้ โดยผู้ประกอบการไทยควรเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมของคู่ค้า รัฐบาลอาจจะส่งเสริมจัดทำเนียบคู่มือง่าย ๆ ด้านภาษาและวัฒนธรรมให้คู่ค้าฝ่ายไทยได้เรียนรู้ แทนเนอร์และคณะ (Tanner, et al., 2001); แฮนเซน (Hansen, 2004) ตัวชี้วัดที่สำคัญจากการวิจัยพบว่า คู่ค้าต่างชาติมีความพึงพอใจ และมีความสุขในการประกอบการค้า ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มยอดซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง และยังมีการแนะนำบอกกล่าวต่อจากคู่ค้าเดิม ทำให้มีคู่ค้าใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น แต่ที่พบปัญหา คือ การส่งสินค้าที่ไม่ต้องวางเงินมัดจำ ทำให้คู่ค้าจ่ายค่าสินค้าล่าช้าบ้างแต่ยังยินดีที่ทำการค้าด้วย ในด้านการดำเนินธุรกรรมหลักคู่ค้าส่วนใหญ่ใช้เงินสกุลไทย และยังมีการให้นำสินค้าไปจำหน่ายก่อนแล้วโอนเงินผ่านธนาคาร

การค้าชายแดนไทย - สปป.ลาวในสภาพทั่วไปเป็นไปด้วยดี ผู้ประกอบการฝ่ายไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ค่อนข้างดี ตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปวส. อนุปริญญา และปริญญาตรี ในด้านสินค้าที่จัดจำหน่ายมีคุณภาพ จึงเป็นที่น่าสนใจของลูกค้า และยังเป็นสินค้าที่ทันสมัย ถึงแม้จะมีราคาสูงกว่าสินค้าของประเทศอื่นก็ตาม แต่ยังมีลูกค้าที่มาซื้อกันจำนวนมาก จึงไม่มีสินค้าคงเหลือค้าง รวมถึงการจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าสะดวกรวดเร็วเป็นที่พอใจของคู่ประกอบการค้า เดวิด ริคาร์โด (David Ricardo, 1823) ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

ด้านแรงงานไม่มีปัญหา เพราะผู้ประกอบการให้สวัสดิการที่ดี และยอมจ่าย

ค่าแรงพอสมควร ส่งผลให้ได้รับความเชื่อถือและภักดีของแรงงาน และทำให้แรงงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพแต่ก็ยังมี การเคลื่อนย้ายแรงงานบ้าง ฮาร์มิลตัน และวาลเลย์ (Hamilton & Whalley, 1984) การเคลื่อนย้ายแรงงานจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้ต้องเสียเวลาสองงานกับแรงงานใหม่ ๆ อยู่บ้าง ชิควียร์และแฮนสัน (Chiquiar & Hanson, 2005) การสูญเสียในทุนทางสังคม และค่าใช้จ่ายของการแสวงหาทักษะที่จำเป็นในงานใหม่ แสดงให้เห็นว่าแรงงานบางกลุ่มอาจมีการเคลื่อนย้ายไปสู่การค้าประเภทอื่น ๆ

ผลจากการวิเคราะห์ และการพิจารณาปฏิกริยา ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อประสิทธิผลของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย - สปป.ลาว เหล่านี้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่ พบว่า (ก) ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า ซึ่งมีคุณภาพที่ดีกว่าของประเทศคู่แข่ง (ข) ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า ซึ่งคำนึงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และลักษณะของการทำธุรกรรมทางการค้า และการกระจายสินค้า โดยให้นำสินค้าไปจำหน่ายก่อนแล้วชำระค่าสินค้า ภายหลัง และ (ค) นโยบายส่งเสริมจากภาครัฐบาล นั้น ล้วนมีความสัมพันธ์กัน และมีผลต่อประสิทธิผลของการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้า ซึ่งเป็นที่อำนวยความสะดวกทางการค้า และการเจริญเติบโตของเมืองเป็นไปในทิศทางที่ดี อยู่ระดับปานกลาง และสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้อีก สโตเอียน และเรียลป์ (Stoian & Rialp, 2010)

หากพิจารณาเป็นรายปัจจัย (จากการวิเคราะห์ ถดถอยแบบง่าย) ของทุกตัวแปร พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย - สปป.ลาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายส่งเสริมของรัฐบาล

*เน้นความเป็นวั่ง ปฏักตังของค้ความรู๋ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล*



ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า และปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า ส่วนคุณสมบัติผู้ประกอบการนั้นไม่ว่าจะเป็น เพศ หรือการศึกษาไม่มีผลต่อการวางแผนยุทธศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าการประกอบการธุรกิจการค้าชายแดนขึ้นอยู่กับปัจจัยเชิงวัตถุวิสัยด้านการค้าขายโดยตรง คือ ราคาและคุณภาพของสินค้า ลักษณะของการทำธุรกรรมด้านการค้าที่ไว้วางใจกันในรูปแบบของการให้เครดิตในการชำระเงินภายหลังระหว่างคู่ค้า ซึ่งรูปแบบนี้เป็นที่นิยมใช้กันในการประกอบการค้าในปัจจุบัน และมีแนวโน้มมากขึ้นในอนาคต

อิทธิพลของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เหล่านี้เห็นได้ชัดเจนมากขึ้นจากการวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงซ้อน จะเห็นได้อย่างชัดเจน (จากค่า  $R_{sq}$  และ  $\Delta R_{sq}$ ) ว่าในปัจจุบันทั้งสี่กลุ่ม (คุณสมบัติด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านต้นทุนสินค้า ความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้าและนโยบายส่งเสริมภาครัฐ) กลุ่มปัจจัยที่สำคัญและที่ส่งผลกระทบต่อแผนการพัฒนายุทธศาสตร์การค้า มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสินค้า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างคู่ค้า และนโยบายส่งเสริมภาครัฐที่มีผลต่อแผนยุทธศาสตร์การค้าชายแดนไทย - สปป.ลาว (ตามลำดับ) โดยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจ แม้ว่าสินค้าไทยส่วนใหญ่มีคุณภาพดีกว่าประเทศเวียดนาม (คุณไพโรจน์ ปฐมวัฒน์, สัมภาษณ์ 2559) ซึ่งเป็นคู่แข่งทางการค้าที่สำคัญของไทย แต่ประเทศเวียดนามกำลังมีแนวโน้มในการพัฒนาคุณภาพ และเพิ่มความหลากหลายของสินค้าให้ดีกว่าเดิม จึงส่งผลให้การแข่งขันด้านการค้าสูงขึ้นด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการในไทยต้องนำเสนอให้ภาคีรัฐบาลและบริษัทผู้ผลิต

มุ่งผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ และสร้างความหลากหลายให้กับสินค้ามากยิ่งขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะหน่วยงานรัฐบาล

รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐฯ ช่วยเหลือผู้ประกอบการในการควบคุมคุณภาพของสินค้าตั้งแต่เริ่มต้นที่ออกจากโรงงานให้มีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ที่ดีและดีเยี่ยม พร้อมทั้งมีการนำเสนอสินค้าหลากหลายรูปแบบในกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อพัฒนาสินค้าให้ก้าวไกลกว่าสินค้าจากประเทศเวียดนาม และที่สำคัญ รัฐบาลควรส่งเสริมจัดให้มีการสำรวจความต้องการด้านสินค้าอุปโภค บริโภคของลูกค้า สปป.ลาว ในพื้นที่การค้าชายแดนอื่นของประเทศไทยด้วย

### 3. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ควรมีการศึกษาเชิงลึกในรายละเอียดประเด็นต่าง ๆ เพราะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยนั้นเป็นเพียงจุดเริ่มต้นเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ ดังนั้นควรต้องมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติม โดยทำการศึกษาเฉพาะเจาะจงในแต่ละเรื่อง ความต้องการของลูกค้าทั้งต้นทาง กลางทาง และปลายทางของเส้นทางการจำหน่ายสินค้าต่อไป

### References

Brown, R. (1997). Coaching helps you reach for the stars. **Works Management**. pp. 34-36. n.d.  
Chiquiar, D., Hanson, G.H. (2005). **International migration, self-selection, and the distribution of wages: evidence from Mexico and the United States**. *J. Polit. Econ.* 113 (2), pp. 239-281.

เน้นความเป็นวั่ง ปฎักตังใจองคค์ความรู๋ ยึดมั่นคุณธรรมให้เชิดชู เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้สู่สากล



- Christopher, P. & David J, T. (2001). The Analysis of Market Power and Market Definition in the Context of Rapid Innovation. **International Journal of Industrial Organization**. 9(5), pp. 665-693.
- Collis, D.J. (1991). A resource-based analysis of global competition. **Strategic Management Journal**. 12, 49-68.
- Department of Export Promotion Ministry of Commerce (2554). **Manual of trade and investment PDR Laos**. Bangkok: Commercial Bureau Department of Export Promotion of Thailand.
- Department of Foreign Trade. (2555). **Workshop. Strategy and Action Plan To promote cross-border trade with neighboring countries**. Director Bureau of Trade and Investment Cooperation. (Online). Searched, June 30, 2559 Retrieved from <http://www.dft.go.th/bts/mission-trade-border>.
- Department of Trade Negotiations. (2557). **Knowledge about investment in ASEAN, Laos**. (1st edition). Bangkok: Ministry of Commerce.
- Director Bureau of AEC and Asian Trade Development. (2557). **Factsheet - Laos**. the Department of International Trade Promotion Ministry of Commerce. (Online) Searched, March 15, 2558 Retrieved from <http://aec.ditp.go.th/>.
- Eusebio, R., Andreu, J.L. & Belbeze, M.P.L. (2007). Internal key factors in export performance: A comparative analysis in the Italian and Spanish textile-clothing sector (part 1). **Journal of Fashion Marketing and Management**. 11(1), 9-23.
- Filatotchev, I., Liu X., Buck T. & Wright, M. (2009). The export orientation and export performance of high-technology SMEs in emerging markets: The effects of knowledge transfer by returnee entrepreneurs. **Journal of International Business**. Studfiles/brochures/dec-05.pdf.
- Gebhardt, G. F., Carpenter, G. S. & Sherry, J. F. (2006). Creating a market orientation: A longitudinal grounded analysis of cultural transformation. **Journal of Marketing**. 70(4), 37-55.
- Hamilton, B., Whalley, J. (1984). Efficiency and distributional implications of global restrictions on labor mobility: calculations and policy implications. **J. Dev. Econ**. 14(1), 61-75.
- Hansen, K. (2004). Measuring performance at trade shows - scale development and validation. **Journal of Business Research**. 57(1), 1-13.
- Humphrey, A. (2005). **SWOT Analysis for Management Consulting**. SRI Alumni.



- Johanson J. & Mattsson, L. G. (1993). Internationalisation in Industrial Systems - a Network Approach, in Hood N./Vahlne J. E. (eds.), **Strategies in Global Competition**. London: Croom Helm 1988, 287-314.
- Kumar, R., Singh, R. K., & Morgan, R. (2014). Strategy development by Indian SMEs for improving coordination in supply chain: an empirical study. *Competitiveness Review*, 24(5), 414-432.
- Lee, C. H. & Kim, S. Y. (2008). Differential effects of determinants on multi dimensions of trade show performance: by three stages of pre-show, at show, and post-show activities. **Industrial Marketing Management**. 37(7), 784 –796.
- Louis, K. S. (1998). Effects of teacher quality work life in secondary schools on commitment and sense of efficacy. **School Effectiveness and School Improvement**. 9(1), 1-27.
- Mayda, A.M. (2010). International migration: a panel data analysis of the determinants of bilateral flows. **J. Popul. Econ**. 23(4), 1249–1274.
- Nevins, J.L. & Money, R.B. (2008). Performance implications of distributor's effectiveness, trust and culture in import channels of distribution. **Industrial Marketing Management**. 37, 46-58. Newsletter. SRI International. Retrieved from <https://www.sri.com/sites/default/>
- Olson, E. M., Slater, S. F. & Hult, G. T. M. (2005). The performance implications of fit among strategy, marketing organisation structure and strategic behavior. **Journal of Marketing**. 69(3), 49-65.
- Ricardo, K. D. (1823). **Rdenes expedidas por el estado de yucat**. New York: Random House.
- Silva, S. C., Bradley F., et al. (2012). Empirical test of the trust-performance link in an international alliance. **International Business Review**. 21, 293-306.
- Simonin, B. (1997). The Important of Collaborative know-how: An empirical test of the.
- Smith, A. (1976). **The Theory of Moral Sentiments**, D.D. Raphael & A.L. Macfie. pp. 189–190. Clarendon Press.



- Sousa, C. M. P., Martinez-Lopez, F. J. & Coelho, F. (2008). The determinants of export performance: A review of the research in the literature between 1998 and 2005. **International Journal of Management Reviews**. 10(4), 343–374.
- Sousa, C.M.P., Bradley, F. (2008) Antecedents of international pricing adaptation and export performance. **Journal World Business**. 43, 307-320.
- Sripatthangkura, K. (2557). **The study of border trade - trade through the border with Thailand in ASEAN : Trade and freight border - crossing Thailand - Laos - China**. Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- Stoian, M.C., Rialp, A, Rialp, J. (2011). Export performance under the microscope: A glance through Spanish lenses. **International Business Review**. 20, 117-135.
- Suchart Prasithratsint ( 2556) . **Using statistical research properly and global scale**. (6th edition). Bangkok: Part Sam Lada Partnership.
- Tanner, J.F., Chonko, Lawrence B. & Ponzurick, T.V. (2001). A learning model of trade show attendance. **Journal of Convention & Exhibition Management**. 3(3), 3-26.
- Theodosiou, M., Kehagias, J., Katsikea, E. (2012). Strategic orientations, marketing capabilities and firm performance: An empirical investigation in the context of frontline managers in service organizations. **Industrial Marketing Management**. 41, 1058-1070.
- Williams, W. (1971). **Social Policy Research and Analysis: The Experience in The Federal Social Agencies**. New York: American Elsevier Publishing Co.
- Zhou, K. Z., Li, J. J., Zhou, N. & Su, C. (2008). Market orientation, job satisfaction, product quality and firm performance: Evidence from China. **Strategic Management Journal**.