

## โครงการวิจัยเรื่อง

“อัตลักษณ์ทางการแข่งขันของประเทศเอสโตเนียระหว่าง ค.ศ. 1991-2011”

โดย ศูนย์ยุโรปศึกษาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ณ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วันอังคารที่ 24 พฤษภาคม 2559

### หลักการและเหตุผล

ในยุคของโลกาภิวัตน์ที่ระบบ สังคม การเมืองและเศรษฐกิจมีความเชื่อมโยงกันเป็นหนึ่ง เดียว การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยี ทำให้กระบวนการดังกล่าวได้เพิ่มความ ซับซ้อนและเป็นพลวัตในอัตราเร่ง ความร่วมมือและการแข่งขันเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในทุกระดับตั้งแต่ ระดับปัจเจกบุคคล องค์กร ภูมิภาค จนถึงระดับประเทศ ประเทศต่างๆ ที่ต้องการพัฒนาประเทศ จึงต้องมีการวางยุทธศาสตร์ให้ถูกต้อง เพื่อนำไปสู่การสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันนำประเทศไปสู่ความก้าวหน้า เติบโต และความอยู่ดีกินดีของประชากรในประเทศในระยะยาว

สำหรับบางประเทศการดำเนินการในเรื่องดังกล่าวทำไม่ได้โดยง่ายด้วยข้อจำกัดบางประการ โดยเฉพาะประเทศที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนในระดับ โครงสร้างใหญ่ทั้งระบบ ตัวอย่างที่เห็น ได้ชัดคือประเทศที่เกิดขึ้นใหม่หลังการล่มสลายของยุคคอมมิวนิสต์ภายหลังการสิ้นสุดของสงครามเย็น ประเทศเหล่านี้ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนผ่านอันรุนแรง อาทิ การเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจแบบวางแผนจากส่วนกลางเป็นแบบทุนนิยมเสรี ขณะที่ด้านการเมืองการปกครองก็เปลี่ยนจากระบบคอมมิวนิสต์เป็นประชาธิปไตยเป็นต้น

เอสโตเนียเป็นประเทศหนึ่งที่อยู่ใต้อิทธิพลของรัสเซีย การเปลี่ยนผ่านเป็นไปภายใต้โจทย์ หลายประการ มิติหนึ่งคือความพยายามในทุกวิถีทางในการสร้างความมั่นคงเพื่อป้องกันการคุกคามจากชาติมหาอำนาจ ซึ่งมีแรงจูงใจมาจากความเป็นมาในประวัติศาสตร์ที่ประเทศมักจะถูกยึดครองจากต่างชาติอยู่เสมอ โดยเฉพาะภัยคุกคามจากรัสเซียในยุคคอมมิวนิสต์สหภาพโซเวียต เอสโตเนียหลังประกาศอิสรภาพจึงมีเจตนาอย่างแรงกล้าในการประกาศนโยบาย “กลับไปเป็นส่วนหนึ่งของยุโรป” และพยายามออกห่างจากอิทธิพลของอดีตสหภาพโซเวียตให้ได้มากที่สุด ซึ่งรูปธรรมของความพยายามดังกล่าวคือการยึดถือเอาคุณค่าของยุโรปเป็นแกนกลางในการปรับเปลี่ยนประเทศ การสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหภาพยุโรป องค์กรนาโต กระทั่งการร่วมใช้เงินสกุลยูโรเป็นเงินสกุลหลักในการแลกเปลี่ยน

เอสโตเนียยังเป็นประเทศแรกๆ ของอดีตสหภาพโซเวียตที่ให้ความสำคัญกับการรื้อฟื้นภาพลักษณ์ของประเทศด้วยการมีนโยบายและดำเนินกิจกรรมมรดกสร้างแบรนด์ให้กับประเทศ อย่างเป็นทางการและจริงจังเพื่อวัตถุประสงค์ในการลบภาพอดีตประเทศคอมมิวนิสต์ ซึ่งในความรับรู้ของประชาคมโลกหมายถึงสินค้าและบริการที่มีคุณภาพต่ำกว่ามาตรฐาน ประสิทธิภาพในการผลิตต่ำ และการคอร์รัปชัน โครงการ Brand Estonia จึงมีเป้าหมายระยะยาวในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยคาดหวังว่าแบรนด์ที่ดีย่อมนำไปสู่การไหลเข้าของเงินทุน การส่งออกที่เพิ่มมากขึ้น และการเติบโตของการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม เอสโตเนียต้องตัดสินใจท่ามกลางคำถามที่ว่าอะไรคือความเป็นเอสโตเนียที่แท้จริง ประเทศควรจะเป็นอะไร และจะสื่อสารอะไรออกไปสู่สังคมโลก

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในอดีตสหภาพโซเวียตทั้งหมด หรือกระทั่งประเทศอื่นๆ ในยุโรปกลางและยุโรปตะวันออก เอสโตเนียเป็นหนึ่งในประเทศที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุดในโลกจนได้รับขนานนามว่า “The shining star from the Baltics” ขณะที่ภาคอุตสาหกรรมไอทีของเอสโตเนียก็มีความโดดเด่นในระดับโลก นอกเหนือไปจากการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารงานภาครัฐและความเป็นอยู่ของพลเมืองจนได้รับการขนานนามว่า “E-society” แล้วเอสโตเนียยังมีฐานะเป็นหนึ่งในซิลิคอนวัลเลย์แห่งยุโรปที่สร้างผู้ประกอบการและบริษัทจัดตั้งใหม่ด้านไอทีมากมาย ซึ่งคนส่วนใหญ่อาจไม่ทราบว่าโปรแกรม “Skype” อันมีชื่อเสียงและถูกซื้อไปโดยบริษัทไมโครซอฟต์ด้วยมูลค่ามหาศาลนั้นมีจุดเริ่มต้นจากโปรแกรมเมอร์ชาวเอสโตเนีย

จากตัวอย่างบางส่วนที่กล่าวมาเอสโตเนียจึงมีความน่าสนใจทั้งในแง่กระบวนการสร้างชาติและการสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในระดับสากล ซึ่งนับว่าเป็นประเทศที่ก้าวหน้าในการพัฒนาประเทศมากที่สุดประเทศหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่แยกตัวจากสหภาพโซเวียต ในช่วงเวลาเดียวกัน การทำความเข้าใจเอสโตเนียอย่างลึกซึ้งจะเป็นแนวทางการศึกษาเรื่อง การพัฒนาประเทศและอาจนำไปสู่การค้นพบศักยภาพและโอกาสใหม่ๆ ในด้านต่างๆ ทั้งสังคม การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี ที่ประเทศสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ไม่มากนักน้อย นอกจากนี้ การศึกษาเรื่องราวของประเทศที่เคยเป็นส่วนหนึ่งของสหภาพโซเวียตในแวดวงวิชาการของไทยยังไม่ได้ได้รับความสนใจเท่าที่ควร โครงการวิจัย “อัตลักษณ์ทางการแข่งขันของประเทศเอสโตเนีย ระหว่าง ค.ศ. 1991-2011” จึงมุ่งสร้างความเข้าใจประเทศเอสโตเนียสมัยใหม่ในเชิงลึก ซึ่งจะ เป็นแนวทางการศึกษาวิจัยด้านอื่นๆ ทั้งใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อต่อยอดในการศึกษาค้นคว้าเรื่องอื่นๆ ต่อไป ตลอดจนงานสร้างงานวิชาการเพิ่มขึ้น ในส่วนของยุโรปศึกษา ที่จะใช้ประโยชน์ในวงวิชาการไทยเกี่ยวกับประเทศในยุโรป

ซึ่งทั้งนี้ตามที่ศูนย์ยุโรปศึกษาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้มอบหมายให้ อาจารย์ สมพงศ์ พรหมสะอาด คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ทางการแข่งขันของประเทศเอสโตเนียระหว่าง ค.ศ. 1991-2011” เพื่อนำเสนอให้เห็นว่า ตามสัญญาเลขที่ 002/2557 ลงวันที่ 17 มกราคม พ.ศ.2557 นั้น การดำเนินการได้เริ่มตั้งแต่วันที่ 17 มกราคม 2557 สิ้นสุดโครงการวันที่ 3 กันยายน 2558

### วัตถุประสงค์

การสัมมนานำเสนอผลงานวิจัยครั้งนี้เป็นกระบวนการหนึ่งของการดำเนินงานใน โครงการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เพื่อเป็นเวทีการแลกเปลี่ยนทัศนะและองค์ความรู้ในการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวของอุตสาหกรรมหลักของเอสโตเนีย, เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาประเทศของเอสโตเนียในระยะเปลี่ยนผ่าน ระดับความสำเร็จและ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และ ศึกษาแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ทางการแข่งขันของเอสโตเนียระหว่าง ค.ศ. 1991-2011

2. เพื่อนักวิจัยจะได้นำประเด็นที่ได้รับจากการสัมมนานำเสนอผลงานวิจัยครั้งนี้ไปปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมในงานวิจัยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และศูนย์ยุโรปศึกษาจะเป็นผู้เผยแพร่ผลงานวิจัยนี้ออกสู่สาธารณชนต่อไป

### กำหนดการ

วันอังคารที่ 24 พฤษภาคม 2559 เป็นเวลาครึ่งวัน

สถานที่ ห้องประชุม DPAK C.JAIN อาคารศศนิเวศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างองค์ความรู้/ความเข้าใจเกี่ยวกับทราบถึงแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ทางการแข่งขันให้กับประเทศ โดยเฉพาะประเทศเกิดใหม่ ซึ่งสามารถเป็นแนวทางหรือกรณีศึกษาให้กับประเทศอื่นๆ ได้

2. ได้แนวทางการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพทางเศรษฐกิจและทราบถึงแนวทางการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้อุตสาหกรรมในประเทศสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

### ผู้เข้าร่วมงาน ไม่เกิน 30 คน

1. อาจารย์ นักวิชาการ และนักวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
3. นิสิต/นักศึกษา
4. บุคคลทั่วไป