

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ
ต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

The Opinion of Service Business Entrepreneur
toward Promoting International Trade in
Department of International Trade Promotion

วิริยะ ปลื้มจิตต์* และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม **

Wiriya Plumejit* and Juthatip Klaitabtim**

* นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

** รองศาสตราจารย์ อาจารย์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำแนกตาม ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการรับบริการจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และปัจจัยด้านความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่ใช้บริการด้านการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ จำนวน 151 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ T-Test และการวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว ผู้วิจัยหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffé โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ระดับ 0.05

ผลงานวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจบริการมีความเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่มีปัจจัย ด้านผู้ประกอบการต่างกัน ได้แก่ ทุนการจดทะเบียน รายได้ต่อเดือน ขนาดของธุรกิจ (ด้านจำนวนแรงงาน , ด้านจำนวนทรัพย์สินถาวร) มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านประเภทของธุรกิจแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านประสบการณ์ในการรับบริการจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและปัจจัยด้านความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศพบว่าไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความคิดเห็น, การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Abstract

This research aimed to study the opinions of service business entrepreneurs toward promoting international trade of the Department of International Trade Promotion classified by entrepreneurial factors, the experience of service business operators and acquaintance of service business operators toward international trade promotion. The sample group consisted of 151 entrepreneurs selected by random sampling. The data were collected using questionnaires. Statistical analysis was performed by t-test and one-way analysis of variance. Differences were examined with the Scheffé method. The statistical significance was set at 0.05.

The results showed that the opinions of the service business entrepreneurs toward promoting international trade of the Department of International Trade Promotion were at medium level.

Hypothesis testing found that the service business entrepreneurs with different entrepreneurial factors including registration capital, income per month and business size (the number of workers, the number of fixed assets) did not cause difference in the opinions on the promotion of international trade of the Department of International Trade Promotion. In contrast, the entrepreneurs who had different business types had cause difference in the opinions toward the promotion of international trade by the Department of International Trade Promotion at the statistically significant level at 0.05. Interestingly, the service business operators with different experience in receiving services from the Department of International Trade promotion and different acquaintance on the international trade services did not have different perception on the services statistically significant at 0.05.

Key Words: The Opinion, Promoting International Trade

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่มีความทันสมัยของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ระบบการสื่อสารและการถ่ายโอนข้อมูลสารสนเทศเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรวดเร็วและสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการและทันต่อเหตุการณ์ ถึงแม้ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจจะอยู่ห่างออกไปนับหลายพันไมล์ก็ตาม แต่ก็สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ทันทั่วถึง ซึ่งการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในยุคปัจจุบันเป็นแบบไร้พรมแดน และส่งผลให้ประเทศต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการค้าการลงทุนระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้เกิดเป็นการค้าแบบเสรีมากที่สุด

โดยการค้าระหว่างประเทศที่มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการเปิดเสรีทางเศรษฐกิจและทุกประเทศต่างให้ความสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศ ทำให้เศรษฐกิจของโลกขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชนจำเป็นที่จะต้องดำเนินการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหน่วยงานของตนให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศในปัจจุบันที่มีความผันผวนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาศักยภาพในการให้บริการประชาชน และหน่วยงานภาคเอกชนในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน สะดวก รวดเร็ว และพัฒนาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความสะดวกในการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ และอำนวยความสะดวกให้กับภาคเอกชนในการทำธุรกรรมต่างๆ ถ้าหน่วยงานภาครัฐไม่อำนวยความสะดวกในการให้บริการกับหน่วยงานภาคเอกชนแบบเต็มประสิทธิภาพ

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จึงมีการตั้งหน่วยงานเพื่อดูแลเรื่องของการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศโดยตรง คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจะทำหน้าที่ในการหาตลาดใหม่ๆ ในการระบายสินค้าของประเทศผ่านการทำการตลาดประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของประเทศไทย จัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศและต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำแนกตามปัจจัยด้านผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านประสบการณ์ในการรับบริการจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และปัจจัยด้านความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการและอุปกรณ์ที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยดังนี้

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา : ผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่เคยรับบริการจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจำนวน 243 บริษัท (ข้อมูลเดือนกันยายน 2560 จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์) โดยใช้หลักการคำนวณของ Yamane (1973) คำนวณหากลุ่มตัวอย่างได้ จำนวนทั้งสิ้น 151 ราย
2. ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามขึ้นตามกรอบข้อมูลที่ต้องการศึกษา โดยใช้คำจำกัดความหรือนิยามปฏิบัติการตามตัวแปรที่กำหนดไว้เป็นหลักในการสร้างคำถามในแบบสอบถาม ให้ครอบคลุมตัวแปรที่ต้องการศึกษาทั้งหมด ทั้งนี้ เพื่อให้แบบสอบถามวัดได้ในสิ่งที่ต้องการจะวัด (Validity)
4. นำเอาแบบสอบถามที่สร้างขึ้น พร้อมคำจำกัดความ หรือนิยามปฏิบัติการของตัวแปรเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาตรวจสอบว่านิยามและแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมานั้น มีความชัดเจนถูกต้องหรือไม่ รวมทั้งการพิจารณา

สำนวนภาษาที่ใช้ในข้อความว่ามีความสอดคล้องกับลักษณะที่ต้องการจะวัดหรือไม่
ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องมือมีความตรงในเนื้อหา (Content Validity)

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ก่อนนำไปทดลอง
ใช้ (Try-Out)

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเที่ยง (Reliability)
ในภาคสนามกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรของการวิจัย ได้แก่
ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มาใช้บริการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
จำนวน 30 ราย ก่อนเก็บข้อมูลจริงระหว่างวันที่ 20 มีนาคม – 10 เมษายน 2561
จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาคำนวณด้วยวิธี KR-20 สำหรับความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริม
การค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ส่วนการหาค่าความ
เชื่อมั่นในเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยการวัดด้วยวิธีการหาค่า
สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)

7. แก้ไขแบบสอบถามโดยการปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วมและผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้ง จากนั้นดำเนินการเก็บ
รวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

ผลการวิจัย

ผลงานวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจบริการมีความเห็นต่อการส่งเสริม
การค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง
โดยผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่มีปัจจัย ด้านผู้ประกอบการต่างกัน ได้แก่ ทุนการจด
ทะเบียน รายได้ต่อเดือน ขนาดของธุรกิจ (ด้านจำนวนแรงงาน , ด้านจำนวนทรัพย์สิน
ถาวร) มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านประเภทของธุรกิจแตกต่างกันมีความ
คิดเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัย
ด้านประสบการณ์ในการรับบริการจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและปัจจัย
ด้านความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่แตกต่างความคิดเห็นของ

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศพบว่าไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. **ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ :** ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผู้ประกอบการในด้านของประเภทธุรกิจที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. **ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่มาใช้บริการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ :** ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่มาใช้บริการกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้แก่ ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ ประเภทของเรื่องที่มาใช้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ ช่องทางในการเข้ารับบริการ ช่องทางที่ใช้ในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การรู้จักการให้บริการในการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไม่แตกต่างกันไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. **ความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ :** ผลการศึกษาพบว่าความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกี่ยวกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไม่แตกต่างกันไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ครั้งนี้พบว่าข้อที่ได้คะแนนน้อย 3 ลำดับ ดังนี้

ข้อ 6 การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทำให้ท่านมีโอกาสขยายการค้าสินค้าไทยสู่ตลาดโลกได้มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.20) เนื่องจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไม่สามารถดำเนินโครงการ งาน หรือกิจกรรมได้ครอบคลุมทุกประเภทของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนการจัดงานแสดงสินค้าให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ครอบคลุมทุกประเภทสินค้าและบริการต่างๆ ที่มีส่วนในการสนับสนุนการส่งออกของประเทศไทยให้มีการขยายตัวอย่างยั่งยืน

ข้อ 7 การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศช่วยกระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของบริษัทท่านได้มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.32) เนื่องจากโครงการ งาน หรือกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นผู้ดำเนินการเป็นงานใหญ่ จึงส่งผลให้ทำเลของการตั้งคูหาแสดงสินค้าของแต่ละผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันทำให้ผู้ประกอบการจากต่างชาติ (ผู้ซื้อ) ไม่สามารถเข้าถึงคูหาแสดงสินค้าได้อย่างทั่วถึง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรมีการจัดสรรคูหาแบบผลัดเปลี่ยนพื้นที่ในการตั้งคูหาแสดงสินค้าให้กับผู้ประกอบการอย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการกระจายโอกาสให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการให้สามารถจัดตั้งคูหาในทำเลที่ได้รับความนิยมจากผู้ประกอบการจากต่างชาติ (ผู้ซื้อ) เพื่อขยายโอกาสในการขยายตลาดสินค้าและบริการของผู้ประกอบการธุรกิจบริการสามารถขยายตลาดระบายสินค้าไปต่างประเทศได้อย่างทั่วถึง

ข้อ 3 การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศทำให้ธุรกิจของท่านมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.40) เนื่องจากโครงการ งาน หรือกิจกรรมของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศเป็นผู้ดำเนินการเป็นการจัดงานแสดงสินค้าในการที่ให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการมาเช่าพื้นที่เปล่าในการจัดงานแสดงสินค้า ดังนั้น คูหาแสดงสินค้าของผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่มีขนาดกลาง หรือขนาดย่อม หรือเพิ่งก่อตั้งยังไม่มีทุนเพียงพอในการออกแบบ หรือประชาสัมพันธ์คูหาแสดงสินค้าให้มีความน่าสนใจ และมีความน่าดึงดูดความสนใจจากผู้ประกอบการจากต่างประเทศ (ผู้ซื้อ) ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการอย่างทั่วถึง โดยให้ผู้ประกอบการรับผิดชอบในค่าใช้จ่ายในส่วนของการ

ประชาสัมพันธ์ในอัตราที่ไม่มากเกินไป (ผ่านการสนับสนุนงบประมาณจากงบประมาณของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการของผู้ประกอบการธุรกิจบริการให้มีความน่าเชื่อถือและน่าสนใจจากผู้ประกอบการจากต่างชาติ และกระตุ้นยอดขายของผู้ประกอบการธุรกิจบริการของประเทศไทย

ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการให้บริการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศต่อไป

เชิงปฏิบัติการ

1. ควรจัดให้มีกล่องรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และเรื่องร้องเรียน การให้บริการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ต่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการ และนำเรื่องต่างๆ ที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการได้แนะนำมาปรับปรุงคุณภาพการบริการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และยังเป็นวิธีการที่จะช่วยให้ผู้บริหารของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศรับรู้ถึงความบกพร่องได้โดยเร็วถึงระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการธุรกิจบริการเพื่อให้มีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการของหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง

2. ในวันทำการช่วงเวลาพักเที่ยงควรจัดเจ้าหน้าที่หมุนเวียนสับเปลี่ยนกันพักเที่ยง เพื่อที่จะ ได้มีเจ้าหน้าที่ไว้สำหรับให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่มาใช้บริการช่วงตอนกลางวัน

3. ควรมีการจัดฝึกอบรม หรือส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อ พัฒนาทักษะความรู้ด้านต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเกิดความพึงพอใจมากในการได้รับบริการ

4. ควรพัฒนาประสิทธิภาพระบบบริการให้มีความสะดวก รวดเร็ว เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเพิ่มมากขึ้น

5. ควรมีการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอเพื่อปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกในงานบริการและให้มีความรู้ความสามารถในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น

เชิงนโยบาย

1. ควรมีการเพิ่มความหลากหลายของประเภทธุรกิจในการให้การสนับสนุนมากยิ่งขึ้น ถ้าประเภทของกลุ่มธุรกิจสนับสนุนสินค้าและบริการอื่นๆ (อาทิ แฟรนไชส์/ซอฟต์แวร์/การพิมพ์/ก่อสร้างและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง/การจัดประชุมและนิทรรศการ/อู่เรือ/โลจิสติกส์การค้า เป็นต้น) ประสบความสำเร็จแล้วควรที่จะเปลี่ยนแนวทางการให้การสนับสนุนเพิ่มเติมต่อกลุ่มธุรกิจบริการเอกลักษณ์ไทย (อาทิ ร้านอาหารไทย/สปาไทย เป็นต้น) เนื่องจากกลุ่มธุรกิจบริการเอกลักษณ์ไทย (อาทิ ร้านอาหารไทย/สปาไทย เป็นต้น) เป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ และสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศค่อนข้างสูง อีกทั้ง ยังเป็นการช่วยการระบายสินค้าเกษตรที่ค้างอยู่ในประเทศไปขายยังต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

2. ควรมีการปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบต่างๆ ให้มีความยืดหยุ่น ที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการที่มารับบริการจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น หากเป็นให้ส่วนของกฎหมาย หรือระเบียบที่ไม่ได้ออกโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ควรทำหนังสือไปยังหน่วยงานต้นสังกัดที่ดูแลกฎหมาย และระเบียบนั้นๆ เพื่อขอทำความเข้าใจเป็นกรณีๆ ไป

3. ควรมีการจัดทำแผนการเสนอคำของบประมาณจากสำนักงบประมาณให้มากขึ้น เพื่อจะได้นำงบประมาณที่ได้รับจัดสรรมาดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ครอบคลุมทุกสินค้าและบริการของประเทศไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ต่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

2. ควรศึกษาวิจัยต่อเนื่องถึงสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ที่มีประเภทของธุรกิจที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ แตกต่าง

กัน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบ ถึงสาเหตุและวิธีการดำเนินการเพื่อให้การบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจบริการสามารถนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพของการบริการ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น

3. ควรศึกษาเจาะลึกในแต่ละประเภทของธุรกิจบริการที่ส่งผลกับความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

4. ควรศึกษาแบบแยกภารกิจของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย ภารกิจภายในประเทศ และภารกิจในต่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กันยา สุวรรณแสง. 2544. **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: อักษรพิทยา.
- จำรอง เงินดี. 2552. **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.
- ชนงกรณ์ กุลชลบุตร. 2555. **การจัดการระหว่างประเทศ**. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บรรยงค์ โตจินดา. 2543. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.
- ลักขณา สรีวัฒน์. 2549. **การคิด**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- วัลย์ลดา วิวัฒน์พนาชาติ. 2530. **การค้าต่างประเทศของไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. 2556. **วิธีและเทคนิคในการวิจัยทางรัฐศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เสมอธรรม.
- Bloom. 1976. **Human Characteristics and School Learning**.
New York : McGraw Hill Book.
- Feldman, M.P. 1971. **Psychology in the Industrial Environment**.
London : Butterworths and Published Co.,Ltd.
- Good, M.L. 2006. **Integrating the Individual and the Organization**.
New York : John Wiley.
- Luthan, F. 2010. **Organization Behavior**. 12th ed. New York : McGraw – Hill.
- Oskamp, S. 2005. **Attitudes and Opinion**. 3rd ed. New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Salvatore, D. 2013. **Chaum's Outline Series Theory and Problems of Microeconomic Theory**. New York : McGraw – Hill.
- Taro Yamane. 1973. **Statistic: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row.