



บทที่ 5

การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ส่งออกที่ใช้บริการ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงบทบาทของศูนย์บริการส่งออก โดยเน้นหนักถึงการให้บริการแก่หน่วยธุรกิจที่ดำเนินการส่งสินค้าออก ของศูนย์บริการส่งออก ดังนั้นทัศนคติของผู้ส่งออกที่มีต่อศูนย์บริการส่งออก ย่อมเป็นสิ่งสำคัญในการศึกษาที่จะชี้ให้เห็นว่าการให้บริการที่ผ่านมาของศูนย์บริการส่งออกว่ามีผลดีอย่างไร มีสิ่งใดควรแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมและดียิ่งขึ้น

ในการศึกษาค้างนี้ ได้ใช้การออกแบบสอบถาม โดยถามผู้ส่งออกที่เคยใช้บริการของศูนย์บริการส่งออกเพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้ให้บริการมาประกอบการศึกษาให้มีผลสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาจะดำเนินการศึกษาวิจัยใน 2 ลักษณะ คือ

1. การรวบรวมข้อมูลแบบวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยการวิจัยผลงานที่ผ่านมา การดำเนินงานตลอดจนนโยบายและเป้าหมายที่วางไว้ โดยวิธีการพรรณนา
2. การวิจัยสนาม (Field Research) โดยการออกแบบสอบถามต่อผู้ใช้บริการของศูนย์บริการส่งออก ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสร้างแบบสอบถาม

แบบสอบถามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะมีคำถามทั้งหมด 15 ข้อ โดยแบ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับพื้นฐานของผู้ให้บริการรวมทั้งลักษณะการใช้บริการ 6 ข้อ คำถามเกี่ยวกับความเห็นในการใช้บริการ และผลที่เกิดขึ้น 6 ข้อ คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอีก 3 ข้อ โดยมีคำถามทั้งแบบคำถามปิดและคำถามเปิด ตามความเหมาะสมของแต่ละคำถาม เพื่อให้ได้ข้อคิดเห็นอย่างกว้างขวาง

การทดสอบแบบสอบถาม

ก่อนเริ่มการวิจัย ได้ทำการทดสอบแบบสอบถามโดยใช้แบบสอบถาม 20 ชุด แจกจ่ายให้แก่ผู้ใช้บริการ ณ ศูนย์บริการส่งออก เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยวิธี Systematic Random Sampling จากจำนวนรายชื่อผู้ส่งออก 2,400 ราย ที่เคยใช้บริการของศูนย์บริการส่งออก และศูนย์ฯ ได้รวบรวมไว้ โดยการเรียงลำดับตามอักษรโรมัน A - Z ซึ่งจะใช้ตัวอย่าง 200 ราย

$$\begin{aligned}
 N &= \text{หน่วยทั้งหมดที่ใช้เป็นประชากร (Population)} \\
 n &= \text{หน่วยทั้งหมดที่ใช้เป็นตัวอย่าง (Sample Size)} \\
 I &= \text{ระยะห่างของการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Interval)} \\
 I &= \frac{N}{n} \\
 &= \frac{2,400}{200} \\
 &= 12
 \end{aligned}$$

ดังนั้นจะใช้รายชื่อของผู้ใช้บริการอันดับที่ 12 , 24 , 36 , 48

จนครบ 200 ราย

การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลทางค่านเอกสารนั้น ผู้วิจัยได้คนคว่าจากห้องสมุดคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี และ ศูนย์เอกสาร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ศูนย์สถิติ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ห้องสมุดศูนย์บริการส่งออก กรมพาณิชย์สัมพันธ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการแบบพรรณนา

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลสนาานั้น ดำเนินการเจงนึ้มด้วยวิธีการทางสถิติและคำนวณหาร้อยละในแต่ละขอของแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามที่ส่งทั้งหมด 200 ราย มีรายละเอียดในการรับแบบสอบถามคืมาดังนี้

1. ไม่ถึงผู้รับ 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5
 2. ได้รับแบบสอบถาม 111 ราย
 - แยกเป็น ไม่เคยใช้บริการของศูนย์ 4 ราย
 - ไม่ได้ส่งสินค้าออก 5 ราย
 - ไม่ตอบคำถาม 1 ราย รวมเป็น 10 ราย
- ดังนั้นแบบสอบถามที่ใช้ได้ มีจำนวน 101 ราย

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นผู้ผลิตและผู้ส่งออก	76 ราย	คิดเป็นร้อยละ	75.25
เป็นผู้ส่งออก	18 ราย	"	17.82
เป็นผู้แทนจำหน่าย	7 ราย	"	6.93
รวม	101 ราย	"	100.00

สรุปได้ว่า การดำเนินงานส่งออกของประเทศไทย ส่วนมากผู้ผลิตจะดำเนินการส่งออกเอง และติดต่อกับศูนย์บริการส่งออกที่ไม่ได้เป็นผู้ผลิต

การติดต่อกับศูนย์บริการส่งออกของผู้ใช้บริการ

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 101 ราย ปรากฏว่ามีผู้ใช้บริการติดต่อกับศูนย์บริการส่งออกทั้ง 3 ลักษณะ คือการติดต่อด้วยตนเอง การติดต่อทางจดหมาย การติดต่อทางโทรศัพท์ รวม 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.76 ติดต่อกับตนเอง-โทรศัพท์ 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.59 ติดต่อกับจดหมายและโทรศัพท์ 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.96 ติดต่อกับตนเอง 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.84 ติดต่อกับโทรศัพท์ 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.85

ตารางที่ 8

การติดต่อกับศูนย์บริการส่งออก

ด้วยตนเอง	จดหมาย	โทรศัพท์	รวม	
✓	✓	✓	24/101	23.76
✓		✓	42/101	41.59
/	✓	✓	4/101	3.96
✓			16/101	15.84
		✓	15/101	14.85
82/101	28/101	85/101		
81.19	27.72	84.16		คิดเป็นร้อยละ

จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่าวิธีที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้คิดค่ามากที่สุดได้แก่ การใช้โทรศัพท์ซึ่งผู้ใช้บริการมากถึง 35 ราย จาก 101 ราย หรือเท่ากับ ร้อยละ 84.16 การคิดค่าด้วยตนเอง เป็นวิธีที่นิยมใช้รองลงมา คือ 82 ราย หรือเท่ากับร้อยละ 81.19 ส่วนการคิดค่าด้วยจดหมาย มีผู้ใช้เพียง 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.72

ดังนั้น ศูนย์บริการส่งออก ควรจะเน้นการให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์มากขึ้น เพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้ใช้บริการในค่านี และเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างแท้จริง

การได้รับข่าวสารเพิ่มเติมจากศูนย์บริการส่งออก

จากผู้ที่เคยใช้บริการ ของศูนย์บริการส่งออก 101 ราย มีผู้ได้รับการติดต่อและได้รับข่าวสารจากศูนย์บริการส่งออก 92 ราย เท่ากับร้อยละ 91.09 และมีผู้ไม่ได้รับการติดต่อจากศูนย์ 9 ราย เท่ากับ ร้อยละ 8.91

จากผู้ที่ได้รับข่าวสาร 92 ราย แยกเป็นได้รับข่าวสารโดยวิธีต่าง ๆ ดังนี้(ตารางที่ 9)

1. ทางโทรศัพท์	74 ราย	คิดเป็นร้อยละ	80.44
2. ทางจดหมาย	67	"	72.84
3. ทางวารสาร	47	"	51.09
4. อื่น ๆ ระบุ	12	"	13.04

ผลของคำตอบ อื่น ๆ ระบุ สรุปได้ดังนี้

1. ผ่านหน่วยงานอื่น เช่นสมาคมอุตสาหกรรมไทย
2. ผ่านสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ชาวพาณิชย์
3. จากการสัมมนา พบปะเจ้าหน้าที่
4. จากการติดต่อกับลูกค้าที่ศูนย์แนะนำมา

ผู้ที่ไม่ได้รับข่าวสารเพิ่มเติมจากศูนย์บริการส่งออก มีคำตอบดังนี้ คือ

1. ศูนย์ฯ ไม่ได้แจ้งไป และไม่ทราบสาเหตุว่าเป็นเพราะเหตุใด 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.96
2. เพิ่งเริ่มใช้บริการ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.95

ตารางที่ 9

วิธีการที่ได้รับข่าวสารเพิ่มเติมจากศูนย์บริการส่งออก

โทรศัพท์	จดหมาย	วารสาร	อื่น ๆ ระบุ	รวม	
✓	✓	✓	✓	8/92	8.70
✓	✓	✓		30/92	32.61
✓	✓			21/92	22.83
✓		✓		3/92	3.26
	✓	✓		2/92	2.17
✓				12/92	13.04
	✓			8/92	8.69
		✓		4/92	4.35
			✓	4/92	4.35
74/92	67/92	47/92	12/92		
80.44	72.83	51.09	13.04		คิดเป็นร้อยละ

ลักษณะข่าวสารที่ผู้ใช้บริการได้รับเพิ่มเติม

จากผู้ได้รับข่าวสารเพิ่มเติม 92 ราย แยกเป็นลักษณะข่าวสารที่ได้รับดังนี้ (ตารางที่ 10)

1. รายชื่อของลูกค้าในต่างประเทศที่ต้องการซื้อสินค้า	74 ราย	คิดเป็นร้อยละ	80.43
2. ข่าวการเดินทางมาประเทศไทยของคณะผู้แทนทางการค้า	43	"	46.74
3. ข่าวการจัดอบรมและสัมมนาของศูนย์ฯ	52	"	56.52
4. ข่าวการแสดงสินค้า นิทรรศการและเชิญให้เข้าร่วมแสดง	56	"	60.87
5. อื่น ๆ ระบุ	12	"	13.04

ผลของคำทออบ อื่น ๆ ระบุ สรุปได้ดังนี้

- ข่าวการนัดพบกับลูกค้าที่เดินทางมาประเทศไทย
- แจ้งข่าวการจัดคณะผู้แทนทางการค้าไปยังประเทศผู้ซื้อและเชิญให้ร่วมเดินทาง
- ระบุถึงการทราบข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ชาวพาดิश्य

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการเป็นส่วนมากได้รับข่าวสารจากศูนย์บริการส่งออก คิดเป็นร้อยละ 91.09

ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้ส่งออกพอสมควร และทราบว่า ข่าวความเคลื่อนไหวของศูนย์บริการส่งออกทางสื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์มีน้อยมาก มีเพียงหนังสือพิมพ์ชาวพาดิश्यฉบับเดียวที่เผยแพร่ข่าวสารของศูนย์บริการส่งออก ศูนย์ฯ ควรกระจายข่าวสารไปยังสื่อมวลชนทางหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ด้วยการแจกข่าว ซึ่งจะมีผลดีต่อผู้ใช้บริการในอันที่จะทราบความเคลื่อนไหวของศูนย์บริการส่งออกได้ตลอดเวลาและโดยทันที

ตารางที่ 10

ชนิดของข่าวสารที่ได้รับจากศูนย์บริการส่งออก

1. รายชื่อลูกค้าในต่างประเทศที่ทำการซื้อสินค้า
2. ข่าวการเดินทางมาประเทศไทยของคณะผู้แทนทางการค้า
3. ข่าวการจัดอบรมและสัมมนาของศูนย์บริการส่งออก
4. ข่าวการแสดงผลนิทรรศการ และเชิญชวนให้ร่วมแสดง
5. อื่น ๆ ระบุ

1	2	3	4	5	รวม	
✓	✓	✓	✓	✓	10/92	10.87
✓	✓	✓	✓		14/92	15.22
✓	✓		✓		11/92	11.96
✓		✓	✓		7/92	7.61
	✓	✓	✓		2/92	2.17
✓	✓				2/92	2.17
✓		✓			7/92	7.61
✓			✓		4/92	4.35
	✓	✓			2/92	2.17
		✓	✓		8/92	8.70
✓					19/92	20.66
	✓				2/92	2.17
		✓			2/92	2.17
				✓	2/92	2.17
74/92	43/92	52/92	56/92	12/92		
80.43	46.74	56.52	60.87	13.04		คิดเป็นร้อยละ

ผลของข่าวสารที่ผู้ให้บริการได้รับจากศูนย์บริการส่งออก

ตอบคำถามที่ว่า ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากศูนย์บริการส่งออก และสามารถติดต่อกับลูกค้าได้ สรุปผลไว้
ดังนี้ (ตารางที่ 11)

มีข้อกำหนดายสูงขึ้น	21 ราย	คิดเป็นร้อยละ	22.82
ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า	69	"	75.00
ทราบแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	34	"	36.96
มีความสัมพันธ์กับลูกค้าในต่างประเทศมากขึ้น	33	"	30.36
อื่น ๆ ระบุ	11	"	11.96
รวม	92 ราย		100.00

ผลของคำทอม อื่น ๆ ระบุสรุปไว้ดังนี้

1. ลูกค้าที่ศูนย์ฯ แนะนำมา ไม่เคยได้รับคำทอม บางรายข้อมูลไม่ตรงกับที่ศูนย์ฯ ให้มา และไม่ได้อัดต่อกับลูกค้าที่ศูนย์ฯ แนะนำมา
2. ไม่เคยประสบผลสำเร็จเพราะราคาสูงกว่า การทราบข่าวล่าช้ากว่าที่ลูกค้าต้องการ
3. ทราบถึงแนวโน้มของตลาดสินค้าไทยในต่างประเทศ

จากคำทอมเกี่ยวกับข้อกำหนดายสูงขึ้น 21 ราย มี 1 ราย ระบุว่า ข้อกำหนดายสูงขึ้นจน
ทอมขยายโรงงาน

สรุปได้ว่า จากผู้ให้บริการ 101 ราย และได้รับข่าวสารจากศูนย์ฯ 92 ราย นั้นมี 21
ราย ที่มีข้อกำหนดายสูงขึ้น 69 ราย ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า ทราบแนวทางใน
การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 34 ราย มีความสัมพันธ์กับลูกค้าในต่างประเทศมากขึ้น 33 ราย ซึ่งแสดงว่า
ข่าวสารที่ผู้ให้บริการได้รับมีประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกให้ทราบถึงสภาวะความต้องการของลูกค้าได้
เป็นอย่างดี

ตารางที่ 11

ผลของการศึกษากับลูกค้าที่ศูนย์บริการส่งออกแนะนำให้

1. มีข้อกำหนดสูงขึ้น
2. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า
3. ทราบแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น
4. มีความสัมพันธ์กับลูกค้าในต่างประเทศมากขึ้น
5. อื่น ๆ ระบุ

1	2	3	4	5	รวม	
✓	✓	✓	✓		6/92	6.52
✓	✓	✓			3/92	3.26
✓	✓		✓		4/92	4.35
	✓	✓	✓		6/92	6.52
	✓	✓		✓	2/92	2.17
✓	✓				4/92	4.35
✓		✓			2/92	2.17
	✓	✓			12/92	13.05
	✓		✓		6/92	6.52
	✓			✓	4/92	4.35
		✓	✓		2/92	2.17
✓					2/92	2.17
	✓				22/92	23.92
		✓			3/92	3.26
			✓		9/92	9.78
				✓	5/92	5.44
21/92	69/92	34/92	33/92	11/92		
22.83	75.00	36.96	35.87	11.96		คิดเป็นร้อยละ

ความถี่ในการให้บริการของศูนย์บริการส่งออก

กล่าวกันว่า ปกติท่านให้บริการของศูนย์บริการส่งออกอย่างไร นั้น สรุปคำตอบได้ดังนี้		
มากกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	27 ราย	คิดเป็นร้อยละ 26.73
อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง	11	" 10.89
2 - 3 เดือน ทดครั้ง	19	" 18.81
เคยให้บริการเพียงครั้งเดียว	13	" 12.87
อื่น ๆ ระบุ	31	" 30.40
รวม	101 ราย	100.00

คำตอบ อื่น ๆ ระบุ 31 ราย สรุปได้ดังนี้

14 ราย ทอบว่า ไม่แน่นอนตามแต่โอกาส

และข่าวสารที่ได้รับว่าน่าสนใจมากน้อย

เพียงไร

16 ราย ระบุว่า น้อยมาก นาน ๆ ครั้ง 2 - 3 ครั้งต่อปี น้อยครั้งแต่มากกว่า 1 ครั้ง

1 ราย ระบุว่า คิดตอบอยครั้งจนนับไม่ถ้วน

สรุปได้ว่า ผู้ให้บริการที่ตอบ อื่น ๆ ระบุ 31 ราย เคยให้บริการของศูนย์บริการส่งออก

มากกว่า 1 ครั้ง

จากผลดังกล่าว สรุปได้ว่า ผู้ที่เคยให้บริการของศูนย์บริการส่งออกมากกว่า 1 ครั้ง มีถึง

88 ราย หรือเท่ากับร้อยละ 87.13

ระดับความพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการส่งออก

กล่าวกันว่า ท่านพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการส่งออกเพียงใด ได้รับคำตอบดังนี้

พอใจมาก	51 ราย	คิดเป็นร้อยละ 50.50
พอใจ	39	" 38.61
เฉย ๆ	7	" 6.93
ไม่น่าพอใจ	3	" 2.97
ไม่น่าพอใจมาก	1	" .99
รวม	101 ราย	100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย มีผู้พอใจการบริการมาก และ พอใจ 51 ราย และ 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.50 และ 38.61 ตามลำดับ ซึ่งเป็นทัศนคติในค่าบวก รวม 90 ราย เท่ากับร้อยละ 89.11 ส่วนทัศนคติที่เป็นกลาง คือ เฉย ๆ 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.93 และทัศนคติในค่าลบ คือ ไม่น่าพอใจ และ ไม่น่าพอใจมาก 3 ราย และ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.97 และ .99 ตามลำดับ รวม 4 ราย เท่ากับร้อยละ 3.96

สำหรับผู้ที่ตอบว่าไม่น่าพอใจ 3 ราย ระบุว่าไม่พอใจเฉพาะด้านข่าวสาร แต่พอใจในการให้บริการที่รวดเร็วทันใจ ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ส่วนอีก 2 ราย ตอบว่าให้การบริการไม่ดี ไม่ให้ความร่วมมือ และ ระบุว่าให้บริการไม่คล่องตัว ต้องไปพบด้วยตนเอง ซึ่งทั้ง 2 ราย ให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำทางการค้า และ ข้อมูลทางการค้าตามลำดับ

สำหรับผู้ที่ตอบว่าไม่น่าพอใจมาก 1 ราย ระบุว่า สอบถามรายละเอียดทางโทรศัพท์ไม่ได้ ต้องไปพบด้วยตนเอง ซึ่งบางครั้ง ข้อมูลเกี่ยวกับรายชื่อลูกค้าที่ไปรับมา ปรากฏว่าเป็นลูกค้าที่เคยติดต่อแล้ว ดังนั้นการสอบถามรายละเอียดทางโทรศัพท์จะทำให้ทราบได้ว่าข้อมูลนั้นน่าสนใจเพียงใด ผู้ตอบคำถามข้อนี้ให้บริการของศูนย์ทุกประเภท และตอบคำถามในข้อที่ว่า การบริการของศูนย์บริการส่งออกเป็นอย่างไร ว่า ให้บริการดีพอใช้

สรุปได้ว่า การให้บริการของศูนย์บริการส่งออกที่ไม่น่าพอใจ มีสาเหตุจากการขอรายละเอียดของข้อมูลทางโทรศัพท์ไม่ได้เป็นส่วนมาก ซึ่งศูนย์บริการส่งออกควรแก้ไข โดยการเพิ่มเจ้าหน้าที่เพื่อให้บริการข้อมูลทางโทรศัพท์ จะเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการมากขึ้น สรุปผลของข้อนี้ได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนมาก คือ 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.11 มีความพอใจในการให้บริการของศูนย์บริการส่งออก

ระดับของการให้บริการของศูนย์บริการส่งออก

ตอบคำถามที่ว่า การให้บริการของศูนย์บริการส่งออกเป็นอย่างไร	ได้รับคำตอบดังนี้
บริการรวดเร็วทันใจ ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี	57 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.44
ให้การบริการดีพอใช้	31 " 30.69
ให้บริการธรรมดาตามหน้าที่	11 " 10.89
ให้บริการไม่ดี ไม่ให้ความร่วมมือ	2 " 1.89
อื่น ๆ ระบุ	- " -
รวม	101 100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย ให้ความเห็นในการให้บริการของศูนย์บริการส่งออกดังนี้ คือ บริการรวดเร็วทันใจ ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.44 ให้บริการดีพอใช้ 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.69 ซึ่งเป็นทัศนคติในค่านิยม รวม 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.13 ส่วนทัศนคติที่เป็นกลางค่อนข้างไปในทางลบ คือ ให้บริการธรรมดา ตามหน้าที่ 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.89 และทัศนคติในค่านิยมคือ การให้บริการไม่ดี ไม่ให้ความร่วมมือ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.96 สำหรับผู้ตอบว่า ให้บริการไม่ดี ไม่ให้ความร่วมมือ 2 ราย 1 รายให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำทางการค้า อีก 1 ราย ให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลทางการค้า และ คำแนะนำทางการค้า

สรุปได้ว่า ผู้ให้บริการส่วนมาก 88 ราย หรือ ร้อยละ 87.13 พอใจการให้บริการของศูนย์บริการส่งออก และ 13 ราย หรือ ร้อยละ 12.87 ไม่พอใจการให้บริการของศูนย์บริการส่งออก

สาเหตุของการบริการที่ไม่น่าพอใจ หรือไม่สะดวก

ข้อคำถามที่ถามถึงสาเหตุของการบริการที่ไม่น่าพอใจ หรือไม่สะดวก	ได้รับคำตอบดังนี้
เจ้าหน้าที่ไม่พอจะให้บริการ	13 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.00
สถานที่คับแคบ หาที่จอดรถยาก	30 " 57.69
เจ้าหน้าที่คุยกันเองเป็นส่วนมาก	4 " 7.69
เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับไม่ดี	2 " 3.85
บริการล่าช้า เสียเวลานาน	— " —
อื่น ๆ ระบุ	3 " 5.77
รวม	52 100.00

ผู้ตอบว่า เจ้าหน้าที่ให้การต้อนรับไม่ดี 2 ราย ให้บริการทุกประเภท ยดเว้น การให้คำแนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้ร่วมกันในการให้บริการคำแนะนำทางการค้า

ผู้ตอบ อื่น ๆ ระบุ สรุปได้ดังนี้

ศูนย์บริการส่งออกควรมีสื่อกลางในการแจ้งข่าวสารและเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้แก่ผู้สนใจทราบ เพราะในบางครั้งการไปติดต่อด้วยตนเองเสียเวลามาก โดยเฉพาะการมารับข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่ของลูกค้าในต่างประเทศ ซึ่งช่องทางโทรศัพท์ไม่ได้ ทำให้การดำเนินงานไม่คล่องตัวเท่าที่ควร

สรุปได้ว่า สาเหตุสำคัญที่ผู้ให้บริการไม่พอใจในการให้บริการมาจาก เจ้าหน้าที่ให้บริการมีจำนวนไม่พอกับความต้องการ การขอข้อมูลทางโทรศัพท์ไม่ได้ และสถานที่ให้บริการหาที่จอดรถยากทั้งหมด เป็นสาเหตุของการให้บริการที่ไม่น่าพอใจ และไม่สะดวกเท่าที่ควร

การใช้บริการของศูนย์บริการส่งออก

ทศค่าถามที่ว่า เคยใช้บริการของศูนย์บริการส่งออกในค่านี้อย่าง สรุปลงต่อไปนี้

1. การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลทางการค้า	87	ราย	จาก 101	ราย
2. การให้บริการคำแนะนำทางการค้า	73	"	"	"
3. การรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ซื้อผูกขาด	37	"	"	"
4. การให้คำแนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	40	"	"	"
5. การทำเอกสารเผยแพร่ วารสาร	70	"	"	"
6. การฝึกอบรมและสัมมนา	64	"	"	"
7. การร่วมโชว์สินค้า ณ ศูนย์บริการส่งออก	61	"	"	"
8. การให้ความร่วมมือของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ	57	"	"	"

สรุปได้ว่า การใช้บริการของศูนย์บริการส่งออก รวม 8 ประเภท ผู้ที่ให้บริการนิยมใช้มากที่สุด คือ การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลทางการค้า มีผู้ใช้บริการมากที่สุด 87 ราย จากผู้ใช้บริการ 101 ราย อันดับรองลงไป คือ การให้บริการคำแนะนำทางการค้า มีผู้ใช้บริการ 73 ราย จากผู้ใช้บริการ 101 ราย ส่วนงานที่มีผู้ใช้บริการน้อยที่สุดคือ การรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ซื้อผูกขาด

ผู้ที่ให้บริการ จำแนกได้ดังนี้

ให้บริการ 8 ประเภท	21	ราย คิดเป็นร้อยละ	20.79
ให้บริการ 7 ประเภท	12	"	11.88
ให้บริการ 6 ประเภท	6	"	5.94
ให้บริการ 5 ประเภท	15	"	14.85
ให้บริการ 4 ประเภท	16	"	15.84
ให้บริการ 3 ประเภท	15	"	14.85
ให้บริการ 2 ประเภท	7	"	6.93
ให้บริการ 1 ประเภท	9	"	8.91
รวม	101		100.00

การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลทางการค้า

มีผู้ให้บริการ 87 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.14

สอดคล้องตามที่ว่า การให้บริการในด้านนี้มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด มีผู้แสดงความคิดเห็น

96 ราย สรุปได้ดังนี้

มีประโยชน์มาก	40 ราย	คิดเป็นร้อยละ	41.67
มีประโยชน์	38	"	39.58
พอใช้	15	"	15.63
มีประโยชน์เล็กน้อย	2	"	2.08
ไม่มีประโยชน์	1	"	1.04
รวม	96		100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย เคยให้บริการด้านนี้ 87 ราย แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการให้บริการ 96 ราย

สรุปได้ว่า การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลทางการค้า มีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการถึง 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.88 มีประโยชน์เล็กน้อย 2 ราย ไม่มีประโยชน์ 1 ราย

การให้บริการคำแนะนำทางการค้า

มีผู้ให้บริการ 73 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.28

สอดคล้องตามที่ว่า การให้บริการในด้านนี้ มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด มีผู้แสดงความคิดเห็น

85 ราย สรุปได้ดังนี้

มีประโยชน์มาก	14 ราย	คิดเป็นร้อยละ	16.47
มีประโยชน์	41	"	46.24
พอใช้	26	"	30.59
มีประโยชน์เล็กน้อย	3	"	3.53
ไม่มีประโยชน์	1	"	1.17
รวม	85		100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย เคยให้บริการในด้านนี้ 73 ราย และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ 85 ราย

สรุปได้ว่า การให้บริการคำแนะนำทางการค้า มีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ 81 ราย หรือเท่ากับร้อยละ 95.30 มีประโยชน์เล็กน้อย 3 ราย และไม่มีประโยชน์ 1 ราย

การรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ส่งออก

มีผู้ให้บริการ 37 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.63

ต่อคำถามที่ว่า การให้บริการในค่านี้นี้มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด มีผู้แสดงความคิดเห็น

53 ราย สรุปได้ดังนี้

มีประโยชน์มาก	8	ราย	คิดเป็นร้อยละ	15.09
มีประโยชน์	11	"	"	20.75
พอใช้	20	"	"	37.74
มีประโยชน์เล็กน้อย	10	"	"	18.87
ไม่มีประโยชน์	4	"	"	7.55
รวม	53			100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย เคยให้บริการในค่านี้นี้ 37 ราย และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ 53 ราย

การให้บริการรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ส่งออก ตามความเห็นของผู้ให้บริการ สรุปได้ว่ามีประโยชน์พอใช้ขึ้นไป 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.58 มีประโยชน์เล็กน้อย 10 ราย และไม่มีประโยชน์ 4 ราย

สรุปได้ว่า การให้บริการค่านี้นี้มีประโยชน์พอสมควร แต่ผู้ให้บริการ และผู้แสดงความคิดเห็น มีจำนวนน้อย ก็เพราะว่าส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจรายงานในค่านี้นี้ จึงไม่ทราบวัตถุประสงค์และประโยชน์ ดังนั้น ศูนย์บริการส่งออกควรจะดำเนินการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการในค่านี้นี้ให้มากขึ้น เพื่อชักชวนให้ผู้ให้บริการ เข้ารายงานและเห็นความสำคัญของงานนี้

การให้คำแนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

มีผู้ให้บริการ 46 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.54

ตอบคำถามที่ว่า การให้บริการในร้านนี้มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด มีผู้แสดงความคิดเห็น

63 ราย สรุปได้ดังนี้

มีประโยชน์มาก	14 ราย	คิดเป็นร้อยละ	22.58
มีประโยชน์	19	"	30.65
พอใช้	13	"	20.97
มีประโยชน์เล็กน้อย	15	"	24.19
ไม่มีประโยชน์	2	"	1.61
	รวม 63		100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย เคยใช้บริการในร้านนี้ 46 ราย และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ 63 ราย

สรุปได้ว่า การให้บริการในร้านนี้ ตามความคิดเห็นของผู้ให้บริการ มีประโยชน์แก่ผู้ใช้พอสมควรขึ้นไป 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.02 มีประโยชน์เล็กน้อย 15 ราย และไม่มีประโยชน์ 2 ราย

การทำเอกสารเผยแพร่ วารสาร

มีผู้ให้บริการ 70 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.31

ตอบคำถามที่ว่า การให้บริการในร้านนี้มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด มีผู้แสดงความคิดเห็น

82 ราย สรุปได้ดังนี้

มีประโยชน์มาก	41 ราย	คิดเป็นร้อยละ	50.00
มีประโยชน์	27	"	32.93
พอใช้	12	"	14.63
มีประโยชน์เล็กน้อย	1	"	1.22
ไม่มีประโยชน์	1	"	1.22
	รวม 82		100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย เคยให้บริการในค่านี้นี้ 70 ราย และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ 82 ราย

สรุปได้ว่า การให้บริการทำเอกสารเผยแพร่ วารสาร ตามความคิดเห็นของผู้ให้บริการ มีประโยชน์แก่ผู้ให้บริการจากพอใจขึ้นไป มีจำนวนสูงถึงร้อยละ 97.56 หรือ 80 ราย มีประโยชน์เล็กน้อย และไม่มีประโยชน์ มีจำนวนเท่ากัน คือ 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.22 แสดงว่า การให้บริการในค่านี้นี้มีประโยชน์ต่อผู้ส่งออกมากพอสมควร

การฝึกอบรมและสัมมนา

มีผู้ให้บริการ 64 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.37

ตอบคำถามที่ว่า การให้บริการในค่านี้นี้มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด มีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ 74 ราย สรุปได้ดังนี้

มีประโยชน์มาก	31 ราย	คิดเป็นร้อยละ	41.89
มีประโยชน์	27	"	36.49
พอใช้	13	"	17.57
มีประโยชน์เล็กน้อย	1	"	1.35
ไม่มีประโยชน์	2	"	2.70
รวม	74		100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย เคยให้บริการในค่านี้นี้ 64 ราย และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ 74 ราย

สรุปได้ว่า การให้บริการในค่านี้นี้การฝึกอบรมและสัมมนา ตามความคิดเห็นของผู้ให้บริการ มีประโยชน์ต่อผู้ส่งออก 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.95 มีประโยชน์เล็กน้อย 1 ราย เท่ากับร้อยละ 1.35 และไม่มีประโยชน์ 2 ราย เท่ากับร้อยละ 2.70

การร่วมโฆษณาสินค้า ณ ศูนย์บริการส่งออก

มีผู้ให้บริการ 61 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.40

ตอบคำถามที่ว่า การให้บริการในค่านี้นี้มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด มีผู้แสดงความคิดเห็น 71 ราย สรุปได้ดังนี้

มีประโยชน์มาก	24	ราย คิดเป็นร้อยละ	33.80
มีประโยชน์	32	"	45.07
พอใช้	12	"	16.90
มีประโยชน์เล็กน้อย	1	"	1.41
ไม่มีประโยชน์	2	"	2.82
รวม	71		100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย เคยให้บริการในค่านี้นี้ 61 ราย และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการ 71 ราย

สรุปได้ว่า การให้บริการจัดซื้อสินค้า ณ ศูนย์บริการส่งออก ตามความคิดเห็นของผู้ให้บริการ มีประโยชน์ต่อผู้ส่งออก เท่ากับร้อยละ 95.77 มีประโยชน์เล็กน้อย ร้อยละ 1.41 และไม่มีประโยชน์ ร้อยละ 2.82

การให้ความร่วมมือของศูนย์พาณิชย์กรมในต่างประเทศ

ผู้เคยให้บริการ 57 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.44

ตอบคำถามที่ว่า การให้บริการในค่านี้นี้มีประโยชน์มากน้อยเพียงใด มีผู้แสดงความคิดเห็น 78 ราย สรุปได้ดังนี้

มีประโยชน์มาก	41	ราย คิดเป็นร้อยละ	52.56
มีประโยชน์	19	"	24.36
พอใช้	12	"	15.38
มีประโยชน์เล็กน้อย	3	"	3.85
ไม่มีประโยชน์	3	"	3.85
รวม	78		100.00

จากผู้ให้บริการ 101 ราย เคยให้บริการ 57 ราย และแสดงความคิดเห็น 78 ราย

สรุปได้ว่า การให้บริการของศูนย์พาณิชย์กรมในต่างประเทศ ตามทัศนคติของผู้ให้บริการ มีประโยชน์แก่ผู้ให้บริการ 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.30 มีประโยชน์เล็กน้อย ร้อยละ 3.85 ไม่มีประโยชน์ ร้อยละ 3.85

ตารางที่ 12

การเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละ ในการให้บริการและคะแนนเฉลี่ย

1. การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลทางการค้า
2. การให้บริการคำแนะนำทางการค้า
3. การรวมกลุ่มผู้ส่งออก และระบบผู้ส่งออก
4. การให้คำแนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
5. การทำเอกสารเผยแพร่ และวารสาร
6. การฝึกอบรมและสัมมนา
7. การร่วมโชว์สินค้า ณ ศูนย์บริการส่งออก
8. การให้ความร่วมมือของศูนย์พาณิชย์กรมในต่างประเทศ

ลำดับงาน	มีประโยชน์มาก	มีประโยชน์	พอใช้	มีประโยชน์เล็กน้อย	ไม่มีประโยชน์	คะแนนเฉลี่ย
1.	41.67	39.58	15.63	2.08	1.04	83.75
2.	16.47	48.24	30.59	3.53	1.17	75.06
3.	15.09	20.75	37.74	18.87	7.55	63.40
4.	22.58	30.65	20.97	24.19	1.61	68.89
5.	50.00	32.93	14.63	1.22	1.22	85.85
6.	41.89	36.49	17.57	1.35	2.70	82.70
7.	33.80	45.07	16.90	1.41	2.82	81.13
8.	52.56	24.36	15.38	3.85	3.85	83.59

ตารางที่ 13

การเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้และผู้แสดงความคิดเห็นของแต่ละงานที่ให้บริการ

งานที่ให้บริการ	ผู้ใช้บริการ	ผู้แสดงความคิดเห็น
1. การให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลทางการค้า	87/101 86.14	96/101 95.05
2. การให้บริการคำแนะนำทางการค้า	73/101 72.28	85/101 84.16
3. การรวมกลุ่มผู้ส่งออก และระบบผู้ใบอนุญาต	37/101 36.63	53/101 52.48
4. การให้คำแนะนำในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	46/101 45.54	63/101 62.38
5. การจัดทำเอกสารเผยแพร่ วารสาร	70/101 69.31	83/101 82.18
6. การฝึกอบรมและสัมมนา	64/101 63.37	74/101 73.27
7. การรวมใจวิสาหกิจ และ ศูนย์บริการส่งออก	61/101 60.41	71/101 70.30
8. การให้ความร่วมมือของศูนย์พาณิชย์กรรมในต่างประเทศ	57/101 56.44	78/101 77.23

หมายเหตุ - เลขที่มีเครื่องหมาย / เป็นจำนวนผู้ใช้บริการ และผู้แสดงความคิดเห็น ต่อจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

- เลขที่มีจุดทศนิยม เป็นอัตราส่วนร้อยละ

จากตารางที่ 12 จะพบว่างานที่ผู้ใช้บริการให้ความเห็นว่ามีประโยชน์มากที่สุดถึงร้อยละ 52.56 คืองานศูนย์พหุวิทยกรรมการต่างประเทศ อันดับรองลงไป คืองานเอกสารเผยแพร่ วารสาร คิดเป็นร้อยละ 50.00 ส่วนงานที่ไม่มีประโยชน์มากที่สุด คืองานรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ใช้อนุญาต คิดเป็นร้อยละ 7.55 อันดับรองลงไป คือ งานศูนย์พหุวิทยกรรมการต่างประเทศ เท่ากับร้อยละ 3.85

จากการเปรียบเทียบโดยการกำหนดให้งานแต่ละงาน มีคะแนนเท่ากับ 5 , 4 , 3 , 2 , 1 ตามระดับของ มีประโยชน์มาก มีประโยชน์ พอใช้ มีประโยชน์เล็กน้อย ไม่มีประโยชน์ ตามลำดับ จะพบว่า งานที่ผู้ใช้บริการมีความเห็นว่ามีประโยชน์มากที่สุด คืองานเอกสารเผยแพร่ วารสาร ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 85.85 อันดับที่ 2 คืองานข้อมูลการค้า มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 83.75 ส่วนอันดับที่ 3 ได้แก่งานศูนย์พหุวิทยกรรมการต่างประเทศ ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 83.59 ส่วนงานที่ผู้ใช้บริการเห็นว่ามีประโยชน์น้อยที่สุด คืองานรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ใช้อนุญาต คือได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 63.40

แต่เมื่อพิจารณาถึงจำนวนผู้ใช้บริการและผู้แสดงความคิดเห็นแล้ว (ตามตารางที่ 13) ปรากฏว่า งานที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการมากที่สุด คือ งานบริการข้อมูลการค้า มีผู้ใช้บริการ และ แสดงความคิดเห็น 87 ราย และ 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.14 และ 95.05 ตามลำดับ ส่วนงานรวมกลุ่มผู้ส่งออกและระบบผู้ใช้อนุญาต ยังเป็นงานที่มีผู้บริกรน้อยที่สุดเช่นกัน คือมีผู้ใช้บริการ และ แสดงความคิดเห็น 37 ราย และ 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.63 และ 52.48 ตามลำดับ แสดงว่างานดังกล่าว ผู้ใช้ยังไม่เข้าใจชอบช่ายงานอย่างเพียงพอ จึงทำให้มีจำนวนผู้ใช้และจำนวนผู้ทราบชอบช่ายของงานน้อยที่สุด กว่าทุก ๆ งาน

ความเห็นในการจัดทำเอกสารแสดงรายการเดินเรือและรายการบิน พร้อมอัตราค่าระวาง

ตอบคำถามที่ว่า ศูนย์ฯ ควรจัดพิมพ์เอกสารแสดงรายการเดินเรือ รายการบิน บริษัทและตัวแทน ตลอดจนเมืองท่าที่สำคัญของประเทศคู่ค้า แจกจ่ายแก่ผู้สนใจ สรุปได้ดังนี้

ควรจัดทำเป็นเอกสารแจกและพิมพ์ลงในวารสารเป็นประจำ	16	ราย	คิดเป็นร้อยละ	16.16
ควรจัดทำเป็นเอกสารแจก	42	"	"	42.43
ควรจัดพิมพ์ในวารสารเป็นประจำ	33	"	"	33.33
ไม่ควรจัดทำ	8	"	"	8.08
รวม	99			100.00

ไม่ตอบคำถาม 2 ราย

มีผู้เสนอแนะ สรุปได้ดังนี้

1. ไม่ควรจัดทำ เพราะในหนังสือพิมพ์รายวันมีอยู่แล้ว
2. ควรจัดพิมพ์เฉพาะอัตราค่าระวาง โดยจัดทำเป็นเอกสารแจกจ่ายแก่ผู้สนใจ และจัดพิมพ์ลงในวารสารเป็นประจำเพื่อให้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าระวาง

สรุปได้ว่า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่ 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.92 ควรจัดทำ โดยจัดทำเป็นเอกสารแจก มีจำนวนถึง 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.59 จัดพิมพ์ลงในวารสารเป็นประจำ 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.49 และไม่ควรจัดทำ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.08

ความเห็นในการจัดทำหนังสือรวบรวมผู้ผลิตและผู้ส่งออก

ตอบคำถามที่ว่า ศูนย์ฯ ได้จัดพิมพ์หนังสือรวบรวมรายชื่อผู้ผลิตและผู้ส่งออกในประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ซื้อในต่างประเทศทราบ นั้น ควรจัดทำหรือไม่ และควรคิดค่าใช้จ่ายอย่างไร สรุปได้ว่า

ควรจัดทำและเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้ผลิตและผู้ส่งออกที่ลงในเอกสารนั้น 40 ราย (39.61%)

ควรจัดทำและคิดค่าใช้จ่ายเป็นบางส่วน 30 " (29.70%)

ควรจัดทำโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเลย 15 " (14.85%)

ไม่ควรจัดทำ 1 " (0.99%)

อื่น ๆ ระบุ 15 " (14.85%)

รวม 101 ราย

อื่น ๆ ระบุ สรุปได้ดังนี้

ควรจัดทำโดยให้มีผู้รับไปดำเนินการเพียงผู้เดียว เพราะเท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน มีค่าเงินการอยู่หลายเล่ม ทำให้เสียค่าใช้จ่ายมากและหนังสือไม่มีคุณค่า ควรจัดทำโดยเก็บเฉพาะค่าโฆษณา และจำหน่ายในราคาพอสมควร ในต่างประเทศรัฐบาลจัดพิมพ์ให้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย และในกรณี ที่เรียกเก็บค่าใช้จ่าย บริษัทขนาดเล็กหรือผู้ผลิตรายย่อยเสียเปรียบบริษัทหรือผู้ผลิตรายใหญ่มาก

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการส่วนมาก เห็นควรจัดทำ โดยเสียค่าใช้จ่ายเป็นบางส่วน และให้มีอัตราส่วนสำหรับขนาดของธุรกิจด้วย

ความเห็นของผู้ส่งออกต่อความช่วยเหลือของศูนย์บริการส่งออก

ตอบคำถามที่ว่า ศูนย์ฯ มีส่วนช่วยเหลือในความสำเร็จต่อการส่งสินค้าออกของท่านเพียงใด สรุปได้ดังนี้

มีความสำคัญมาก	17 ราย	คิดเป็นร้อยละ	26.73
มีส่วนช่วยพอสมควร	57	"	56.44
มีส่วนช่วยบ้างเล็กน้อย	13	"	12.87
ไม่มีส่วนช่วยเหลือเลย	4	"	3.96
อื่น ๆ ระบุ	—	"	0
รวม	101 ราย		100.00

สรุปได้ว่า ศูนย์บริการส่งออกมีส่วนช่วยในการส่งสินค้าออกของหน่วยธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 83.17 มีส่วนช่วยบ้างเล็กน้อย 12.87 ไม่มีส่วนช่วยเหลือเลย 3.96

การติดต่อกับศูนย์บริการส่งออกหลังจากประสบความสำเร็จในการส่งออก

ตอบคำถามที่ว่า หลังจากที่ท่านประสบความสำเร็จในการขายสินค้าให้กับลูกค้าที่ศูนย์แนะนำมา ท่านแจ้งให้ศูนย์ทราบหรือไม่ สรุปผลได้ดังนี้

แจ้งให้ทราบ	47 ราย	คิดเป็นร้อยละ	46.54
ไม่ได้แจ้ง	20	"	19.80
อื่น ๆ ระบุ	21	"	20.79
ไม่ตอบคำถาม	13	"	12.87
รวม	101 ราย		100.00

รายละเอียดของการแจ้งให้ทราบโดยวิธีใด แยกได้ดังนี้

1. แจ้งโดยวิธีโทรศัพท์ จดหมาย อื่น ๆ ระบุ	2	ราย	คิดเป็นร้อยละ	4.26
2. แจ้งโดยโทรศัพท์ จดหมาย	21	"	"	44.68
3. แจ้งโดยโทรศัพท์	8	"	"	17.02
4. แจ้งโดยจดหมาย	12	"	"	25.53
5. แจ้งโดยวิธี อื่น ๆ ระบุ	4	"	"	8.51
	รวม	47		100.00

สรุปได้ว่า การแจ้งด้วยจดหมาย เป็นวิธีที่นิยมใช้มากที่สุด คือ 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.47 โทรศัพท์เป็นวิธีที่นิยมรองลงมา คือ 31 ราย เท่ากับร้อยละ 65.96 ส่วนอื่น ๆ ระบุ มีผู้ใช้ 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.77 นั้นสรุปได้ว่า แจ้งเมื่อพบปะเจ้าหน้าที่ หรือเมื่อไปติดต่อด้วยตนเอง

สำหรับผู้ให้บริการที่ไม่ได้แจ้งให้ศูนย์ฯ ทราบ สรุปสาเหตุที่ไม่ได้แจ้ง ดังนี้

1. การตกลงซื้อขายใช้เวลานาน จนจำไม่ได้ว่าลูกค้ารายใดศูนย์ฯ แนะนำมา
2. ศูนย์ฯ ไม่ได้แจ้งให้ทราบถึงความต้องการทราบข้อมูลเหล่านี้ และคิดว่าศูนย์ฯ ไม่ต้องการใช้

สำหรับผู้ให้บริการที่ตอบว่า อื่น ๆ ระบุ สรุปได้ดังนี้

1. ยังไม่ประสบผลสำเร็จในการขายสินค้าให้ลูกค้าที่ศูนย์ฯ แนะนำมา
2. เพิ่งเคยใช้บริการของศูนย์ฯ เพียงครั้งเดียว

ข้อเสนอแนะในการให้ศูนย์บริการส่งออกจัดบริการเพิ่มขึ้น

มีผู้เสนอแนะ 52 ราย จาก 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.49 สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

ก. การบริการ

1. การเพิ่มบริการให้ข้อมูลทางโทรศัพท์ โทรเลขให้มากขึ้น เพราะการที่จะมาติดต่อด้วยตนเองในบางครั้งเสียเวลามาก และผลที่ได้ไม่คุ้มกับเวลาที่ใช้ในการเดินทางมาติดต่อ
2. เพิ่มความรู้และประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ให้มากขึ้น โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ผลิตหลายรายระบุว่าขาดความรู้ในเรื่องรายละเอียดของสินค้าที่จะผลิตขึ้น แล้วแนะนำให้ปรับปรุงซึ่งยากต่อการปฏิบัติและเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำทางการค้า ควรจะเป็นเจ้าหน้าที่ที่เข้าใจการดำเนินงานของศูนย์บริการส่งออกเป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่ใหม่ไม่ควรให้ปฏิบัติหน้าที่นี้
3. จัดทำวารสารหรือเอกสารแจ้งความเคลื่อนไหวของภาวะตลาด ความต้องการสินค้าของต่างประเทศให้มากขึ้นและรวดเร็วขึ้น เท่าที่จัดทำอยู่ในปัจจุบัน ต้องรอถึง 1 เดือน จึงจะทราบข่าวความเคลื่อนไหว บางครั้งก็ล่าช้าไม่ทันการ
4. ให้จัดสัมมนาและฝึกอบรมเกี่ยวกับพิธีการส่งออก การจัดทำ Shipping, Packing ตลอดจนการแนะนำเกี่ยวกับการเงินเพื่อการส่งออก เช่น Letter of Credit ในระดับสูงกว่าที่เป็นอยู่
5. ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการสินค้าจากต่างประเทศ ส่วนมากจะล่าช้าประมาณ 2 - 3 เดือน ซึ่งผู้ผลิตติดต่อไปปรากฏว่ามีการซื้อขายเรียบร้อยแล้ว การติดต่อจึงไม่เกิดผลอะไร
6. จัดนิทรรศการต่าง ๆ ให้สม่ำเสมอ และเผยแพร่ให้ชุมชนได้เข้าร่วมแสดงและชมอย่างทั่วถึง

ข. ข้อมูล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดในต่างประเทศ ราคาสินค้าในตลาดต่างประเทศ และราคาของคู่แข่ง
2. ระเบียบและวิธีการนำเข้า ตลอดจนอัตราภาษีศุลกากรของประเทศที่เป็นคู่ค้าสำคัญ
3. รายชื่อของผู้นำเข้าของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ ตลอดจนรายการสินค้าที่ต้องการ
4. รายชื่อผู้ผลิตสินค้าโดยเฉพาะสินค้าพื้นเมืองของไทยทั่วประเทศ เพื่อเป็นประโยชน์ในการเสาะหาสินค้าส่งตลาดต่างประเทศ

5. รวบรวมสรุปราคาของสินค้าที่ต่างประเทศสามารถจะรับซื้อได้ และแนะนำให้กำหนดเป็นราคามาตรฐานของประเทศไทย เพื่อป้องกันการค้าราคา และสามารถรวมกำลังเพื่อการต่อรองได้

ค. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. ให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น ข่าวเกี่ยวกับการสัมมนา การฝึกอบรม การแสดงนิทรรศการ โดยผ่านสื่อมวลชนทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้สนใจจะได้ติดตามสอบถามรายละเอียดได้

2. ศูนย์บริการส่งออกควรเป็นผู้นำในการเสนอให้มีการปรับปรุงระบบภาษีศุลกากร ในกรณีที่มีการนำวัตถุดิบเข้ามาใช้ในการผลิตเพื่อส่งออก ต้องเสียภาษี ทำให้ราคาสินค้าที่ผลิตได้มีราคาสูงมาก ไม่สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ จึงไม่เกิดการซื้อขาย

3. ศูนย์บริการส่งออกควรเสนอให้จัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกโดยเร็ว เพื่อสนับสนุนให้มีการส่งสินค้าอุตสาหกรรมมากขึ้น และขจัดปัญหาในการเก็บภาษีขาเข้าของวัตถุดิบนำเข้าได้สะดวก

4. แนะนำเทคนิคในการผลิตใหม่ ๆ แหล่งเครื่องมือ เครื่องจักร ตลอดจนแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ราคาถูก เพื่อสนับสนุนให้มีการผลิตสินค้าด้วยเครื่องมือที่มีมาตรฐาน

5. ศูนย์บริการส่งออก ควรเสนอต่อรัฐบาล ให้ช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบมีราคาสูงและขาดแคลน เพื่อช่วยเหลืออุตสาหกรรมขนาดเล็กโดยเฉพาะ

สรุปผลการวิจัยทัศนคติของผู้ส่งออกที่มีต่อศูนย์บริการส่งออก

จากการศึกษาถึงทัศนคติของผู้ให้บริการจากศูนย์บริการส่งออก สรุปได้ว่า ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้บริการ ควรได้รับการปรับปรุงให้เหมาะสม จากการออกแบบสอบถาม ปรากฏว่ามีแบบสอบถามหลายรายส่งไม่ถึงผู้รับ หลายรายไม่เคยใช้บริการของศูนย์ฯ และไม่เคยส่งสินค้าออก ซึ่งทำให้ศูนย์อาจดำเนินงานผิดพลาดได้ ในขณะที่แนะนำลูกค้าต่างประเทศให้ติดต่อกับผู้ผลิตเหล่านี้แล้ว ปรากฏว่าผู้ผลิตไม่มีสินค้าจะส่งออก นอกจากจะเสียผลประโยชน์แล้ว ยังทำให้ข้อมูลของศูนย์บริการส่งออกขาดความเชื่อถือ

ศูนย์บริการส่งออก ควรจัดรวบรวมรายชื่อผู้ใช้บริการของศูนย์บริการส่งออกใหม่ โดยการออกแบบสอบถามและจัดหมวดหมู่ใหม่ว่าผู้ผลิตผู้ส่งออกรายใดเคยใช้บริการของศูนย์ฯ ผู้ใดไม่เคยใช้บริการของศูนย์ฯ ตลอดจนผู้ผลิตรายใดส่งออกและรายใดไม่มีการส่งออก เพื่อความสะดวกในการใช้ติดต่อแนะนำให้แก่ผู้ซื้อในต่างประเทศ อันจะเป็นผลดีต่อผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรง