

การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์
ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
Administration of Automotive Parts Export Promotion
of the Department of International Trade Promotion

อภิชาติ สมรพิทักษ์กุล และ ประณต นันทิยะกุล

Apichart Samornpitackul and Pranot Nantiyakul

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

Doctor of Philosophy Program in Public Administration, Eastern Asia University

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2) แนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ (3) ยุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการที่สำคัญคือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างล่าช้า (2) แนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการที่สำคัญคือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างสะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์เพิ่มมากขึ้น และ (3) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรกำหนดและนำยุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ไปปรับใช้ในการวางแผนและการพัฒนาหน่วยงาน โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าวควรเรียงตามลำดับความสำคัญ ดังนี้ (1) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน (2) การประเมินผลการปฏิบัติงาน (3) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของหน่วยงาน (6) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของหน่วยงาน และ (7) การปรับปรุงภารกิจของหน่วยงานให้ทันต่อสถานการณ์

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ, การส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

Abstract

Objectives of this study were to explore (1) administrative problems of automotive parts export promotion of the Department of International Trade Promotion (2) administrative improvement guidelines of automotive parts export promotion of the Department of International Trade Promotion and (3) strategy of administrative improvement guideline of automotive parts export promotion of the Department of International Trade Promotion. Methodology of this research was intended as mixed methods research using quantitative research as principal resource and

supported by qualitative research. Research findings were (1) the major administrative problem was the Department of International Trade Promotion's delay market information of the automotive parts export to the manufacturers and distributors (2) the major administrative improvement guideline was the Department of International Trade Promotion should increasingly provide the market information of the automotive parts export with convenience, promptness, and fulfillment to the needs of the manufacturers and distributors and (3) the Department of International Trade Promotion should create and apply the strategy of administrative improvement guideline of automotive parts export promotion according to the good governance concept of 7 aspects in planning and developing of the organization. The 7 aspects, in priority, were: (1) facilitation and fulfillment people needs (2) performance evaluation (3) benefit of the people (4) reduction operational procedures (5) achievement of organizational mission (6) effective performance and valuable of organizational mission and (7) improvement of organizational mission to keep up with situation.

Keywords: administration, automotive parts export promotion, the Department of International Trade Promotion



บทนำ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือชื่อเดิม กรมส่งเสริมการส่งออก ก่อตั้งขึ้นจากภารกิจหลักตามกฎหมายกระทรวงพาณิชย์ว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2553 กำหนดให้กรมส่งเสริมการส่งออกมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาด สินค้าและธุรกิจ บริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการส่งออกให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทยเป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชียและพร้อมปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้เป็นสากลและยั่งยืน โดยสำนักราชกิจจานุเบกษา ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกา เปลี่ยนชื่อ กรมส่งเสริมการส่งออก เป็นกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยให้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 19 กันยายน 2555 เป็นต้นไป ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจของส่วนราชการ ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านการส่งเสริมการส่งออก และการส่งเสริมการนำเข้าปัจจัย

การผลิต และสินค้าที่จำเป็นต่อการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีภารกิจหลักตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2553 ที่สำคัญคือ ให้มีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาด สินค้าและธุรกิจ บริการของไทย พัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการส่งออก ให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่ม ศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทยเป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชียและพร้อมปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้เป็นสากลและยั่งยืนในเวลาเดียวกัน ยังมีวิสัยทัศน์ที่เป็นหน่วยงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย และพร้อมปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยให้เป็นสากลและยั่งยืน และมีพันธกิจที่มุ่งมั่นพัฒนา

คุณภาพสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการแก่ผู้ประกอบการไทยในการดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ โดยอำนวยความสะดวก ลดต้นทุน เสริมสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและธุรกิจบริการของไทย ซึ่งเน้นสู่ทางการเข้าตลาดและรักษาตลาดการค้าในต่างประเทศ และร่วมมือกับภาคเอกชนในการพัฒนาให้ไทยเป็นประตูการค้าสำคัญของภูมิภาคเอเชีย

ในการศึกษาครั้งนี้ให้ความสำคัญกับการศึกษารวมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในสังกัดกระทรวงพาณิชย์ โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยการส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากทำให้ประเทศ ผู้ผลิต และผู้ส่งออกมีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีความมั่นคงเพิ่มมากขึ้น รวมถึงลดไปถึงทำให้คนมีงานทำเพิ่มมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์เจริญเติบโตมากขึ้น เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับ หรือเชื่อถือจากประเทศต่างๆ เพิ่มขึ้น และนำไปสู่มีการศึกษาวิจัยต่อยอดและพัฒนาชิ้นส่วนยานยนต์ตลอดเวลา แต่อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศก็ได้ประสบกับปัญหาบางประการอันนำมาสู่การศึกษาครั้งนี้ ดังจะได้อธิบายต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ในสังกัดของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาหน่วยงาน หรือการพัฒนาการบริหารจัดการของหน่วยงาน อันได้แก่ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ โดยเน้นเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกกับผู้ผลิตและผู้จำหน่าย โดยปัญหาการวิจัยของการศึกษาครั้งนี้ คือ ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการในเรื่องที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์อย่างไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งหมายถึง กรมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายไม่กว้างขวาง ไม่ครอบคลุม และไม่ทั่วถึง นโยบายด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศอาเซียนเพื่อรองรับ AEC 2015. โดยเฉพาะตามแนวคิดการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีที่ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้าน

(1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของหน่วยงาน (3) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของหน่วยงาน (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจของหน่วยงานให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้แล้ว เท่าที่ผ่านมา กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีที่ประกอบด้วย 7 ด้าน ตัวอย่างเช่น (1) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการเกิดประโยชน์สุขของประชาชน คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศบริหารให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายในทิศทางที่ไม่เกิดประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์มากเท่าที่ควร (2) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของหน่วยงาน คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างไม่ประสบผลสำเร็จตามแผนที่วางไว้มากเท่าที่ควร (3) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของหน่วยงาน คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างไม่ครอบคลุมและไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร (4) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายโดยไม่มีการลดขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน โดยไม่ได้ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและระบบเครือข่ายเพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการปรับปรุงภารกิจของหน่วยงานให้ทันต่อสถานการณ์ คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายโดยไม่ได้ปรับปรุงการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือสภาพในปัจจุบัน (6) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของ

ประชาชน คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างไม่สะดวก และไม่รวดเร็ว และ (7) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายโดยไม่ได้เปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการประเมินผลการปฏิบัติงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศในเรื่องดังกล่าว (ที่มา: จากการสัมภาษณ์เบื้องต้นในประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวความคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีที่ประกอบด้วย 7 ด้าน โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 คน ได้แก่ (1) นายพิรุฬห์ เหมมณฑารพ ตำแหน่งรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2559 ระหว่างเวลา 10.00 น.-11.00 น. รวม 1 ชั่วโมง ณ บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) จังหวัดสมุทรสาคร และ (2) นายอัษฎา แก้วรักษ์ ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายขายขึ้นส่วนยานยนต์ บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2559 ระหว่างเวลา 15.00 น.-16.00 น. รวม 1 ชั่วโมง ณ บริษัท ปัญจวัฒนาพลาสติก จำกัด (มหาชน) จังหวัดสมุทรสาคร)

ถ้าหากปัญหาการวิจัย หรือปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการในเรื่องที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์อย่างไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังกล่าว ไม่ได้รับการแก้ไขหรือปรับปรุง ย่อมทำให้เกิดผลเสียต่อหน่วยงาน ต่อบุคลากรของหน่วยงาน คือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ที่สำคัญคือ ทำให้การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายไม่กว้างขวาง ไม่ครอบคลุม และไม่ทั่วถึง ไม่ได้มาตรฐาน และไม่เป็นสากล และทำให้การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศไม่ได้รับการยอมรับจากหน่วยงาน

อื่น จากผู้ผลิต ผู้ส่งออก และประชาชน อีกทั้งยังทำให้บุคลากรของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศที่ปฏิบัติงานให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทำให้บุคลากรไม่ได้รับความเชื่อถือ และไม่ได้รับการยอมรับจากผู้ส่งออก ผู้จำหน่าย และประชาชน รวมทั้งจากหน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในส่วนของผู้ส่งออก ผู้จำหน่าย ประชาชน และสังคม ทำให้ผู้ส่งออกและผู้จำหน่ายขึ้นส่วนยานยนต์ไม่ได้รับการบริการในเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกกับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างมีมาตรฐาน และเป็นสากล และส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไม่เจริญก้าวหน้าเท่าที่ควร เป็นต้น

ด้วยเหตุผลที่แสดงถึงความเป็นมา ความสำคัญ ความจำเป็น ภารกิจ ปัญหาการวิจัย ความสำคัญของปัญหาการวิจัย ตลอดจนตัวอย่างปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศข้างต้น จึงทำให้ผู้ศึกษาสนใจศึกษา เรื่องการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยนำแนวความคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีที่ประกอบด้วย 7 ด้าน มาปรับใช้เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ทั้งในทางวิชาการและทางปฏิบัติต่อหน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐ และประชาชนทั่วไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
3. เพื่อศึกษายุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์
3. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (ตัวแปรอิสระ)
4. ความเป็นมา โครงสร้าง และอำนาจหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

กรอบแนวคิดการวิจัย

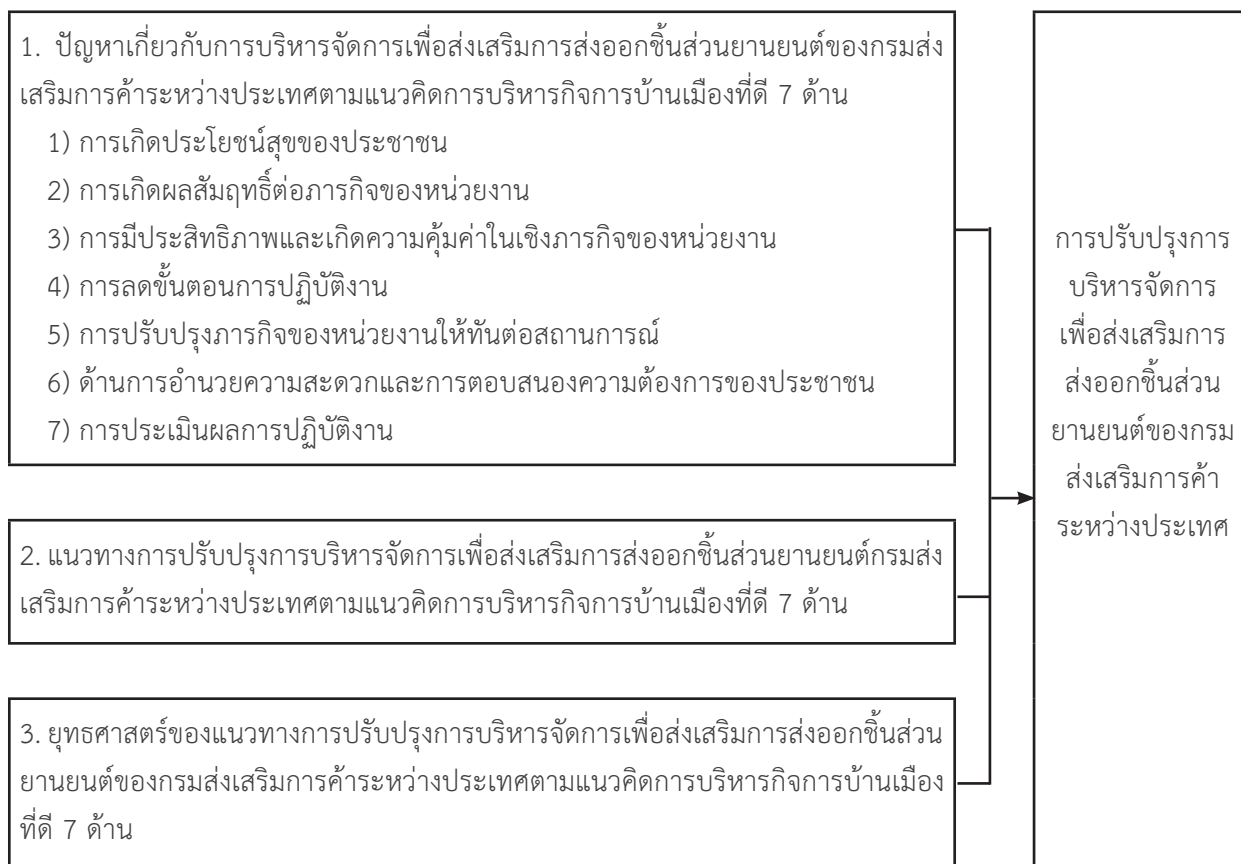
กรอบแนวคิดการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วยกรอบแนวคิดการวิจัยส่วนที่เป็นตัวแปรอิสระ และกรอบแนวคิดการวิจัยส่วนที่เป็นตัวแปรตาม โดยกรอบแนวคิดการวิจัยส่วนที่เป็นตัวแปรอิสระ หรือเป็นเหตุ (cause) คือ “แนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน” ตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 120 ตอนที่ 100 ลงวันที่ 9 ตุลาคม 2546) ทั้ง 7 ด้านนั้น ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของหน่วยงาน (3) การมีประสิทธิภาพ และเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของหน่วยงาน (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจของหน่วยงานให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวกและ

การตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดให้กรอบแนวคิดการวิจัยสำหรับตัวแปรอิสระของการศึกษานี้ให้ประกอบด้วย 3 ส่วนที่สอดคล้องกันกับวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ และทั้ง 3 ข้อนี้ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในลักษณะที่เป็นเหตุเป็นผลต่อกัน (causality) กล่าวคือ ผู้ศึกษาได้จัดแบ่ง หรือจัดกลุ่มแต่ละส่วนที่สัมพันธ์กัน ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ ของการศึกษานี้ ได้แก่ (1) ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน (2) แนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน และ (3) ยุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน

ส่วนกรอบแนวคิดการวิจัยส่วนที่เป็นตัวแปรตาม หรือผลที่จะได้รับ หรือผลที่จะตามมาในทิศทางที่ดีขึ้น หรือเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีขึ้นกว่าเดิม คือ การปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ดังภาพ 1

ตัวแปรอิสระ (เหตุ)

ตัวแปรตาม (ผล)



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้ออกแบบรูปแบบการวิจัยให้เป็นรูปแบบการวิจัยแบบผสม (mixed methods research) โดยเน้นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เป็นหลัก ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 พร้อมกับนำการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญในสัดส่วนประมาณร้อยละ 20 เพื่อนำข้อมูลมาเสริมและเทียบเคียงกับการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศทั้งหมดจำนวน 1,243 คน ซึ่งอยู่ใน 1,243 บริษัททั่วประเทศ บริษัทละ 1 คน (สถาบันยานยนต์, 2556) ส่วนกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรทั้งหมด จำนวน 1,243 คน ดังกล่าว อันเป็นการ

นำประชากรทั้งหมดมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง เพราะทำให้ได้ข้อมูลครอบคลุมและไม่มีอคติคลาดเคลื่อน หรือคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด อันทำให้ข้อมูลมีแนวโน้มเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพมากที่สุด

ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ กล่าวได้ว่า เนื่องจากประชากรของการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ (experts) หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) เป็นประชากรแฝง (hidden population) ที่ไม่อาจนับจำนวนประชากรได้ง่ายและชัดเจน เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้ศึกษาจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประเภทการกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) เพื่อให้ได้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน สำหรับการสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญ (in-depth interview of experts) หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวนดังกล่าวนี้ เป็นประชากรที่มีความรู้ความสามารถ มีความ

เชี่ยวชาญ มีประสบการณ์ หรือมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญตามแนวคิดสโนว์บอล (Snowball sampling concept) (Mirela-Cristina Voicu, 2011) ข้อมูลส่วนนี้ถือว่าเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ และเป็นข้อมูลเสริมสำหรับนำไปวิเคราะห์เทียบเคียงกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการวิจัยสนามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้อมูลหลัก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลจากประชากรเป็นจำนวนมาก โดยแบบสอบถามได้ผ่านการทดสอบเพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (validity) ซึ่งเป็นการทดสอบเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา หรือหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of item Objective Congruence--IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้ค่าความเที่ยงตรงเท่ากับ 0.89 และได้ทำการทดสอบ (try out) จำนวน 50 ชุด เพื่อหาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามหรือหาค่าครอนบาค (Cronbach) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ได้ค่าความเชื่อถือได้ ที่ระดับ 0.94 ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีโครงสร้าง (structured in-depth interview form) เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษา และผู้ช่วยอีก 10 คน ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1-30 กรกฎาคม 2559 ผู้ศึกษา และผู้ช่วยแจกแบบสอบถามให้ประชากรทั้งหมด 1,048 ชุด/คน กรอก และเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืนมาได้ 1,243 ชุด/คน คิดเป็นร้อยละ 84.31 ของประชากรทั้งหมด 1,243 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 9 คน ด้วยตนเอง และเป็นการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (face to

face interview) ทีละคน ๆ ละ 60 นาที จนครบทั้ง 9 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้ศึกษานำข้อมูลเชิงปริมาณมาทำการประมวลและวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับคอมพิวเตอร์ โดยวิธีวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ในรูปตาราง (contingency analysis) รวมทั้งใช้รูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analytical approach) อันเป็นการนำเสนอข้อมูลในตารางและเขียนบรรยายได้ตาราง สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ให้ข้อมูลหลักมาประมวล แปลความ และนำเสนอข้อมูลในเชิงพรรณนา (descriptive interpretation) หรือวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยเขียนบรรยายข้อมูลไว้ได้ตารางสรุปความคิดเห็นที่ได้จากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากรที่ตอบแบบสอบถาม ปรากฏว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาย (ร้อยละ 90.0) และมีการศึกษาปริญญาตรี หรือเทียบเท่า หรือสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 74.3) ส่วนผลของการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ มีดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 1) ปรากฏว่า ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับปานกลาง ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้าน (1) การเกิดประโยชน์สุขของประชาชน (2) การเกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของหน่วยงาน (3) การมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของหน่วยงาน (4) การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน (5) การปรับปรุงภารกิจของหน่วยงานให้ทันต่อสถานการณ์ (6) การอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน และ (7) การประเมินผลการปฏิบัติ

งาน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน ได้แก่ คำถามที่ว่า “กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างไม่สะดวก และไม่รวดเร็ว” (ค่าเฉลี่ย 2.26)

2. แนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2) ปรากฏว่า ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 7 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน ได้แก่ คำถามที่ว่า “กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างสะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายขึ้นส่วนยานยนต์เพิ่มมากขึ้น” (ค่าเฉลี่ย 2.54)

สำหรับผลการสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 9 คน ต่อแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการดังกล่าว ปรากฏว่า ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 9 คน เห็นด้วยกับคำถามดังกล่าว

3. ยุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 3) ปรากฏว่า ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 7 ด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชน ได้แก่ คำถามที่ว่า “การที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมียุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์โดยให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดที่สะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย” (ค่าเฉลี่ย 2.47)

สำหรับผลการสัมภาษณ์แนวลึกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 9 คน ต่อยุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการดังกล่าว ปรากฏ

ว่า ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 9 คน เห็นด้วยกับคำถามดังกล่าว

การอภิปรายผล

ผู้ศึกษาได้นำผลของการวิจัยเฉพาะที่สำคัญและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย มาอภิปรายผลรวม 2 ข้อ ดังนี้

1. แนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ 7 ด้าน (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2) สืบเนื่องจากประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด 7 ด้าน โดยคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ คำถามที่ว่า “กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างสะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายขึ้นส่วนยานยนต์เพิ่มมากขึ้น” นั้น

เหตุผลสำคัญทำให้ประชากรส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายขึ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศ ล้วนเห็นด้วยในระดับมากที่สุดดังกล่าว แทนที่จะเห็นด้วยในระดับปานกลางหรือในระดับน้อย ผู้ศึกษามีความเห็น (1) เนื่องจากเป็นแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการที่ให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ หรือสนับสนุนผู้ผลิตและผู้จำหน่ายขึ้นส่วนยานยนต์อย่างแท้จริง จึงเป็นประโยชน์อย่างมากหากนำไปปฏิบัติได้จริงและครบถ้วน (2) เนื่องจากการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดที่ส่งเสริมการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์ที่สะดวก และรวดเร็ว รวมทั้งตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นที่ต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย และ (3) เนื่องจากการส่งเสริมในลักษณะของการให้ข้อมูลข่าวสาร หรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อธุรกิจการส่งออกขึ้นส่วนยานยนต์อย่างมาก นอกจากนี้แล้ว ความเห็นของประชากรดังกล่าวนี้ ยังสอดคล้องกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ ทั้งหมด 9 คนอีกด้วย

2. การอภิปรายผลยุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน (สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 3) สืบเนื่องจากผลของการวิจัยปรากฏว่า ประชากรส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมากถึงทั้ง 7 ด้าน โดยคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ คำถามที่ว่า “การที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมียุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์โดยให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดที่สะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย” นั้น

สำหรับเหตุผลสำคัญทำให้ประชากรส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ภายในประเทศเห็นด้วยในระดับมากดังกล่าว ผู้ศึกษามีความเห็นที่ว่า (1) เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงดังกล่าวเป็นหัวใจ หรือเป็นปัจจัยสำคัญของการปฏิบัติงานเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดที่สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ (2) เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ที่จะได้รับการสนับสนุนจากผู้ผลิตและผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์ และจะช่วยให้การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น และ (3) เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ที่อยู่บนพื้นฐานของเหตุผล และสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี นอกจากนี้แล้ว ความเห็นของประชากรดังกล่าวนี้ยังสอดคล้องกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ ทั้งหมด 9 คนอีกด้วย

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอย่างสะดวก รวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายชิ้นส่วนยานยนต์เพิ่มมากขึ้น เช่นนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ John D. Millet (1954) ที่สนับสนุนให้หน่วยงานให้บริการด้วยความรวดเร็วทันต่อเวลาอย่างมีมาตรฐาน คุณภาพ ประสิทธิภาพ ให้บริการตามลักษณะความจำเป็นเร่งด่วน

และให้บริการตามความต้องการของผู้รับบริการ เป็นต้น

2. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศควรกำหนดนโยบายและแผนงานที่ชัดเจนในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายด้วยความสะดวกและรวดเร็ว รวมทั้งควรดำเนินการโดยมืออาชีพ ข้อเสนอแนะให้นำมืออาชีพ หรือผู้บริหารมืออาชีพมาดำเนินการ เช่นนี้ พอเทียบเคียงได้กับแนวคิดของ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2559) ที่ให้ความสำคัญกับการใช้มืออาชีพ (professional) ในการบริหารจัดการ มิใช่ใช้มือสมัครเล่น (amateur)

3. ผู้ศึกษาเห็นว่า ยุทธศาสตร์ของแนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี 7 ด้าน เรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ที่จะกล่าวต่อไปนี้เป็นยุทธศาสตร์ที่นำไปใช้ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติได้จริง เช่น ในการวางแผน ในการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน และตัวชี้วัดสำคัญสำหรับการปฏิบัติงาน (Key performance Indicators--KPIs) รวมทั้งมีส่วนช่วยให้แนวทางการปรับปรุงการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศประสบผลสำเร็จ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ บุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำวิจัยแบบเจาะลึก โดยอาจครอบคลุมเรื่องตัวแบบการบริหารจัดการ หรือยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีแต่ละด้านอย่างเจาะจง เช่น ตัวแบบการบริหารจัดการ หรือยุทธศาสตร์การบริหารจัดการด้านการมีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของหน่วยงาน และด้านการปรับปรุงภารกิจของหน่วยงานให้ทันต่อสถานการณ์ เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การวิจัยต่อยอด และการสร้างองค์ความรู้ใหม่

2. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ บุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำวิจัยโดยใช้กรอบแนวคิด

หรือกลุ่มตัวชี้วัดอื่นสำหรับการศึกษาวิเคราะห์การบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เช่น การบริหารจัดการตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวคิดการบริหารจัดการที่ยั่งยืน และตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบสมดุล เป็นต้น

และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทำวิจัยในเชิงเปรียบเทียบ เช่น วิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศกับหน่วยงานอื่น เช่น หน่วยงานในสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม ทั้งนี้ ตามแนวคิดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เป็นต้น

3. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ บุคคล



References

Millet, J. D. (1954). *Management in the public service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill.

Thailand Automotive Institute. (2013). *Automotive part industry in Thailand*. Retrieved from http://www.thaiauto.or.th/2012/backoffice/file_upload/research/51125561719241.pdf (in Thai)

Voicu, Mirela-Cristina. (2011). Using the snowball method in marketing research on hidden populations. *Challenges of the Knowledge Society*, 1(1), 1341-1351.

Wiruchnipawan, W. (2016). *50 concepts, indicators, models of management administration and sustainable management administration*. Bangkok: Forepace. (in Thai)

