บทที่ 4
ระเบียบวิธีวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Stratified Random Sampling) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 ตัวอย่าง โดยอ้างอิงจากรายชื่อผู้ประกอบการจากข้อมูลของสำนักงานการค้าต่างประเทศ เขต 1 (จังหวัดเชียงใหม่) โดยกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ล้วนมีที่ตั้งของสถานประกอบการอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

4.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะประกอบด้วยข้อมูล 2 ประเภท คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ โดยแบบสอบถามจะกอบด้วยส่วนประกอบดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของสถานประกอบการ ซึ่งได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ, บริษัทตัวแทนออกของที่ใช้บริการ, จำนวนครั้งในการส่งออก-นำเข้าต่อเดือน, มูลค่าในการส่งออก-นำเข้าต่อเดือน, รูปแบบการส่งออก-นำเข้าที่ใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทตัวแทนออกของ ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างบริการ ปัจจัยด้านการตั้งราคาบริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายบริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการใช้บริการของบริษัทตัวแทนออกของ ที่ผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ได้ประสบ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมอยู่ในรูปเอกสารงานวิจัยต่างๆ บทความทางวิชาการ และข้อมูลสถิติซึ่งได้จากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ได้แก่ กรมศุลกากร หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมชิปปิ้งแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการส่งออก โดยผู้ศึกษารวบรวมจากตำรา เอกสาร วารสาร รวมทั้งการสืบคืนผ่านทางอินเตอร์เนต

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของสถานประกอบการ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือการอธิบายลักษณะ ข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้ความถี่, ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของบริษัทตัวแทนออกของ จะใช้การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณา ร้อยละ ความถี่ และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยวิธีการวัดระดับความสำคัญจากค่าคะแนนเฉลี่ย โดยแบ่งการประเมินค่าออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้หลัก Likert Scales โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตามความคิดเห็นและมีเกณฑ์ให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้กำหนดคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้ค่าคะแนนอยู่ที่	5
มาก	ให้ค่าคะแนนอยู่ที่	4
ปานกลาง	ให้ค่าคะแนนอยู่ที่	3
น้อย	ให้ค่าคะแนนอยู่ที่	2
น้อยที่สุด	ให้ค่าคะแนนอยู่ที่	1

นำค่าที่ได้มาวิเคราะห์ แล้วแปลความหมายตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
5.00 – 4.50	มากที่สุด
4.49 – 3.50	มาก
3.49 – 2.50	ปานกลาง
2.49 – 1.50	น้อย
1.49 – 0.50	น้อยที่สุด

เพื่อใช้ในการหาระดับความสำคัญของตัวแปรต่างๆที่มีผลในการเลือกใช้บริการของบริษัทตัวแทนออกของ และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi – Square) เพื่อวิเคราะห์ความพันธ์ของปัจจัย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่เกดจากการใช้บริการบริษัทตัวแทนออกของ ใช้สถิติเชิงพรรณา คือการอธิบายลักษณะ ข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยนำเสนอในรูปแบบตารางโดยใช้ความถี่, ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved