

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน ช่องทาง การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พร้อมทั้งศึกษาถึงปัญหา จากการให้บริการทางด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมดจำนวน 111 ราย เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2552 (กรมส่งเสริมการส่งออกภาคเหนือ : เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์, 2552) เนื่องจากช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลกิจการของผู้ส่งออกบางรายไม่ได้ดำเนินการด้านการค้าระหว่างประเทศ จึงเก็บข้อมูลได้เพียง 94 ราย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการ สํารวจโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 94 ราย โดยทำการสอบถามผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ ตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม(Questionnaires) โดยพัฒนามาจากการศึกษาของชนันท์สิริ สายเป้า (2543) และพิพัฒน์ เรืองสวัสดิ์ (2547) และทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การทำงาน ตำแหน่งหน้าที่ ประเภทธุรกิจ ยอดขายเฉลี่ยต่อเดือน ลูกค้านักของธุรกิจ หนาการณ์พาณิชย์ที่ใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ ประเภทบริการด้านการค้าต่างประเทศที่ใช้ และลักษณะการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ส่งออกในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากหนาการณ์พาณิชย์ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับหนาการณ์พาณิชย์ในปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศกับหนาการณ์พาณิชย์ในปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้บริการ ด้านการค้าต่างประเทศจากหนาการณ์พาณิชย์ในอำเภอเมือง เชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ทั้งนี้การวัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในแต่ละคำถามใช้เกณฑ์การแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับตาม Rating Scale ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546) ดังนี้

ระดับความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ย เพื่อการแปลผล แบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	มีระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	มีระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	มีระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	มีระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา ได้แก่ คณะบริหารธุรกิจ วิชาการพาณิชย์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ให้ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศตอบ และผู้ศึกษาโทรศัพท์สัมภาษณ์ และเดินทางไปเก็บแบบสอบถามจากสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาตั้งแต่เดือนธันวาคม 2552 – สิงหาคม 2553 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มกราคม - เมษายน 2553