

ชื่อเรื่องงานวิจัย : การรับรู้ถึงประโยชน์ของข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านทำจากไม้และผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาเพื่อการส่งออกใน จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้จัดทำ : นางสาวพันทิพา พิละกันธา

หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ฐิติกุล ไชยวรรณ

วันที่อนุมัติผลงาน : พฤษภาคม 2552

จำนวนหน้า : 84 หน้า

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเองเรื่อง " การรับรู้ถึงประโยชน์ของข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านทำจากไม้และผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาเพื่อการส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ " มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศที่นำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านทำจากไม้และผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาเพื่อการส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ของประเภทของข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศที่นำมาใช้ในการตัดสินใจเลือกตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านทำจากไม้และผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาเพื่อการส่งออก ในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ซึ่งทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ตัวอย่าง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งได้มีการทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยคำนวณหาค่า Cronbach Alpha มีค่าเท่ากับ 0.96 แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ผลการศึกษาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่งสินค้าไปจำหน่ายยังทวีปยุโรป อเมริกา และเอเชีย ยอดขายในปีที่ผ่านมาอยู่ที่ 5,000,000 บาทขึ้นไป สัดส่วนยอดขายสินค้าในต่างประเทศอยู่ที่ร้อยละ 91 - 100 จำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน ระยะเวลาในการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศและประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม 6 - 10 ปี

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูล พบว่า ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลในภาพรวมเรียงตามค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลจากการติดต่อในตลาดต่างประเทศด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 5.94) ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้าของบริษัทในตลาดต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 5.86) และ ข้อมูลจากลูกค้าของบริษัทในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 5.84) ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาให้ระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศเรียงตามค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลจากการติดต่อในตลาดต่างประเทศด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 6.35) ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้าของบริษัทในตลาดต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 6.12) และ ข้อมูลจากลูกค้าของบริษัทในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 6.41) ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านทำจากไม้ให้ระดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศเรียงตามค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลจากการติดต่อในตลาดต่างประเทศด้วยตัวเอง (ค่าเฉลี่ย 5.73) ข้อมูลจากการออกงานแสดงสินค้าของบริษัทในตลาดต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 5.73) และ ข้อมูลจากลูกค้าของบริษัทในต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ย 5.54)

ผลการศึกษาการรับรู้ประโยชน์ของข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศ พบว่า ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างให้ระดับความสำคัญในการรับรู้ประโยชน์ของข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศเรียงตามค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลทางด้านลักษณะทั่วไปของเงื่อนไขทางการตลาด (ค่าเฉลี่ย 5.54) ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 5.32) และ ข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 5.16) ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาให้ระดับความสำคัญในการรับรู้ประโยชน์ของข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศเรียงตามค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลทางด้านลักษณะทั่วไปของเงื่อนไขทางการตลาด (ค่าเฉลี่ย 5.38) ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 5.76) และ ข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 5.18) ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการส่งออกสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านทำจากไม้ให้ระดับ

ความสำคัญในการรับรู้ประโยชน์ของข้อมูลทางการตลาดระหว่างประเทศเรียงตามค่าเฉลี่ย  
ความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ข้อมูลทางด้านลักษณะทั่วไปของเงื่อนไขทางการตลาด  
(ค่าเฉลี่ย 5.43) ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การแข่งขัน (ค่าเฉลี่ย 5.64) และ ข้อมูลทางสังคมและ  
วัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย 5.12)

ผลจากการศึกษานี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำข้อมูล  
ทางการตลาดระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบการสินค้าประเภทของตกแต่งบ้านทำจากไม้และ  
ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาเพื่อการส่งออก