

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษานี้ได้กำหนดระเบียบวิธีการศึกษา ประกอบด้วยขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วย การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า โมเดลวิเคราะห์ความสำคัญและระดับการดำเนินงาน และแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process) ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในการศึกษาจะหมายถึง ระบบการส่งเสริมการตลาดด้วยวิธีคิดแบบใหม่เรียกว่า การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication)

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือ ผู้รับบริการที่ใช้บริการแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยผู้ป่วยหรือผู้ดูแลผู้ป่วย เพราะผู้ป่วยบางรายไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้เนื่องจากอาการเจ็บป่วย จึงให้ผู้ดูแลผู้ป่วยเป็นผู้ตอบแบบสอบถามแทน

3. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษานี้ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างจากผู้ให้บริการแบบผู้ป่วยในทั่วไปในปี 2552 จำนวน 11,341 ราย (โรงพยาบาลลานนา, 2553 ข) ใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ในการกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับระดับความเชื่อมั่น 95% และ

ระดับความคลาดเคลื่อน 5% จะได้ขนาดตัวอย่าง 386 ตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ใช้จำนวนตัวอย่าง เป็น 400 ราย การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenient sampling)

วิธีการศึกษา

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้รับบริการที่ใช้ บริการแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจาก แบบสอบถาม

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากข้อมูลภายในของ โรงพยาบาลลานนา หนังสือ และงานค้นคว้าอิสระที่เกี่ยวข้อง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามตอบด้วยตนเอง (Self Administered Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาด บริการประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสารการตลาด แบบครบวงจร ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสารการตลาดแบบ ครบวงจร ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาในครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

3.1 นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดย

3.1.1 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะของข้อมูลที่ รวบรวมได้ในรูปของการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การ วิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินการ (Importance-Performance Analysis)

3.1.2 ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ การทดสอบ t-test และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (กฤษณี รื่นรมย์, 2551)

3.2 การวัดระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยในของผู้รับบริการ ใช้เกณฑ์มาตราวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scales) โดยแบ่งความพึงพอใจเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ (สมโภช แซ่ลี, 2551)

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ผลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยจะยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50-5.00	มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50-4.49	มีความพึงพอใจในระดับมาก
2.50-3.49	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50-2.49	มีความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00-1.49	มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3.3 การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยในของผู้รับบริการ ใช้เกณฑ์มาตราวัดของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scales) โดยแบ่งความสำคัญเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

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

ผลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยจะยึดหลักเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
4.50-5.00	มีความสำคัญในระดับมากที่สุด
3.50-4.49	มีความสำคัญในระดับมาก
2.50-3.49	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
1.50-2.49	มีความสำคัญในระดับน้อย
1.00-1.49	มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

3.4 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยในของผู้รับบริการ ตามตัวแปร เพศ โดยใช้การทดสอบ t-test และเปรียบเทียบตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิภาค จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ และหอผู้ป่วยที่รับบริการ โดยใช้การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จะใช้การเปรียบเทียบแบบเชิงซ้อน (Multiple comparison test or Post-hoc test) โดยวิธีการทดสอบของ Bonferroni เพื่อดูว่าคู่ใดที่แตกต่างกัน (ชูศักดิ์ จรุธสวัสด์, 2551: 116)

3.5 การเปรียบเทียบระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ใช้โมเดลการวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินการ (Importance-Performance Analysis Model) โดยนำคะแนนระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและคะแนนระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมาสร้างเป็นแผนภาพ Quadrant Analysis กำหนดให้แกนตั้งเป็นระดับความสำคัญมี

$$\begin{aligned}
 \text{จุดกึ่งกลางเส้นระดับความสำคัญ} &= \frac{\text{คะแนนมากที่สุด} + \text{คะแนนน้อยที่สุด}}{2} \\
 &= \frac{5+1}{2} \\
 &= 3
 \end{aligned}$$

และกำหนดให้แกนนอนเป็นระดับความพึงพอใจมี

$$\text{จุดกึ่งกลางเส้นระดับความพึงพอใจ} = \frac{\text{คะแนนมากที่สุด} + \text{คะแนนน้อยที่สุด}}{2}$$

2

$$= \frac{5+1}{2}$$

$$= 3$$

สถานที่ในการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถานที่ในการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะดำเนินการที่แผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ. 2553 และระยะเวลาในการเก็บข้อมูลเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2553 ถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved