

บทที่ 3 ระเบียบ และวิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดขั้นตอน และ วิธีการศึกษา ประกอบด้วย ขอบเขตของการศึกษา ประชากร ขนาดตัวอย่าง วิธีการคัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่าง ข้อมูล และ แหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูล สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูล และระยะเวลาในการดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาคือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ 7 Ps ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หรือบริการ (Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านบุคลากร (People) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกของผู้รับบริการ ในการเลือกใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ศูนย์ศรีพัฒน์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้คือผู้ใช้บริการของศูนย์ ศรีพัฒน์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประเภทผู้ป่วยนอก (ไม่รับไว้ค้างคืน) ซึ่งมีจำนวนผู้มารับบริการโดยเฉลี่ย 16,000 รายต่อเดือน (ข้อมูลสารสนเทศ ศูนย์ศรีพัฒน์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554)

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 รายโดยกำหนดจำนวนขนาดตัวอย่างโดยเปิดตารางของ Seymour Sudman (1976 อ้างในคุณทลี รื่นรัมย์, 2551) โดยเลือกใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบ Quota sampling โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามแผนกที่เข้ารับบริการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีสัดส่วนการเก็บดังนี้ (แยกตามคลินิกที่เปิดให้บริการ เป็นประจำทุกวัน)

แผนกผู้ป่วยนอก	จำนวน
คลินิกอายุรกรรม	50
คลินิกกุมาร	50
คลินิกศัลยกรรม	50
คลินิกสูตินารีเวช	50
คลินิกหู คอ จมูก	50
คลินิก กระดูกและข้อ	50
รวม	300

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอก ศูนย์ศรีพัฒน์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย โดยทำการเก็บข้อมูลทุกวันๆ ละ 30 ชุด จำนวน 6 แผนก แผนกละ 50 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ ในการเลือกใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ศูนย์ศรีพัฒน์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่แบ่งเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ
2. ด้านราคา
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
5. ด้านกระบวนการ
6. ด้านบุคลากร
7. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ไข้อยบายลักษณะ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถามเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (คุณทล รื่นรมย์, 2551)

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

การแปลผลใช้มาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating scale) โดยใช้ค่าเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด
1.50 – 2.49	น้อย
2.50 – 3.49	ปานกลาง
3.50 – 4.49	มาก
4.50 – 5.00	มากที่สุด

สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และรวบรวมข้อมูลคือแผนก ผู้ป่วยนอกศูนย์ศรัพัฒนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ใช้เวลาในการศึกษาประมาณ 6 เดือน ตั้งแต่ เดือน กันยายน 2555 ถึง เดือน เมษายน 2556 และได้มีการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในช่วงเดือน ตุลาคม 2555