

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยโรคหัวใจต่อการบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่  
รามในครั้งนี้ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

#### ขอบเขตการศึกษา

##### ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยโรคหัวใจ  
ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการ  
ส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ พร้อม  
ทั้งศึกษาถึงปัญหาของผู้ป่วยโรคหัวใจที่ใช้บริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม

##### ประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ผู้ป่วยโรคหัวใจชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการ  
โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 2,975 ราย (แผนกฉุกเฉินสัมพันธ์โรงพยาบาล  
เชียงใหม่ ราม: เพิ่มข้อมูลคอมพิวเตอร์, 2550)

##### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 261 ราย จากตารางของ Herbert  
Askin and Raymond R. Colton. (อ้างถึงใน นราศรี ไวนิชกุล, 2549: 132) ที่ระดับความเชื่อมั่น  
95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic  
Random Sampling) โดยเลือกตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง (บวกเพิ่มจากขนาดตัวอย่างที่ได้จาก  
ตาราง เพื่อทดแทนตัวอย่างบางรายที่อาจจะไม่สามารถเก็บข้อมูลได้) และเก็บข้อมูลได้จริง 270 ราย

#### วิธีการศึกษา

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ประเภท ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจาก  
ผู้ป่วยโรคหัวใจที่เข้ามาใช้บริการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมไว้แล้ว ได้แก่ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย หนังสือ วารสาร บทความ สิ่งพิมพ์ และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งดัดแปลงจาก “SERVQUAL Questionnaire” ของ Zeithaml (Zeithaml and others, 1990 อ้างในวิระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์, 2548) โดยนำมาประยุกต์ใช้กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการรักษา และพฤติกรรมในการรักษา

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคาดหวังของผู้ป่วยโรคหัวใจต่อการบริการของศูนย์โรคหัวใจในอุดมคติ โดยใช้ Rating Scale สากล 5 ระดับ ตั้งแต่จำเป็นถึงไม่จำเป็น จากปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆ ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การให้บริการรักษาพยาบาลของศูนย์โรคหัวใจ แพทย์และพยาบาล คุณภาพของยาที่ใช้ในการรักษา

ด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ว่ามีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการหรือไม่

ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ให้บริการ ที่จอดรถ ท่าเลที่ตั้งสามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย สะดวกต่อการเดินทางหรือไม่

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การสื่อสารข้อมูลระหว่างโรงพยาบาลและลูกค้า การแจ้งข้อมูลข่าวสาร การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์

ด้านบุคคล ได้แก่ ความรู้ความสามารถของแพทย์ พยาบาล และพนักงานทั่วไป ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ กระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพ ด้วยความรวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำ และประทับใจลูกค้า

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ การนำเสนอรูปแบบการให้บริการผ่านอุปกรณ์ที่มองเห็น ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายเครื่องหมาย การแต่งกายของพนักงาน เอกสารรับประกัน

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ของผู้ป่วยโรคหัวใจที่ใช้บริการโรงพยาบาล เชียงใหม่ รม โดยใช้ Rating Scale สากล 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยถึงไม่เห็นด้วย จากปัจจัยส่วน ประสมการตลาดด้านต่างๆ ได้แก่

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การให้บริการรักษาพยาบาลของศูนย์โรคหัวใจ แพทย์และ พยาบาล คุณภาพของยาที่ใช้ในการรักษา

ด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล ว่ามีความเหมาะสมกับระดับการ ให้บริการหรือไม่

ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ สถานที่ให้บริการ ที่จอดรถ ท่าเลที่ตั้งสามารถครอบคลุม กลุ่มเป้าหมาย สะดวกต่อการเดินทางหรือไม่

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การสื่อสารข้อมูลระหว่างโรงพยาบาลและลูกค้า การ แจ้งข้อมูลข่าวสาร การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการให้ข่าวประชาสัมพันธ์

ด้านบุคคล ได้แก่ ความรู้ความสามารถของแพทย์ พยาบาล และพนักงานทั่วไป ที่ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ กระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพ ด้วยความ รวดเร็ว มีความถูกต้องแม่นยำ และประทับใจลูกค้า

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ การนำเสนอรูปแบบการให้บริการผ่านอุปกรณ์ที่ มองเห็น ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายเครื่องหมาย การแต่งกายของพนักงาน เอกสาร รับประกัน

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการ โรงพยาบาลเชียงใหม่ รม

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อระดับความคาดหวังและระดับการ รับรู้ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและการทดสอบ Paired t-test ในส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความ แตกต่างของกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน ใช้ Independent t-test ในส่วนที่ 6 ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความ แตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้จ่ายเงินเอง และกลุ่มผู้เบิกได้ ใช้การวิเคราะห์ความ แปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) ในส่วนที่ 6 ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างของ

กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่ำกว่า 40,000 บาท กลุ่มผู้มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ย 40,000-49,999 บาท และกลุ่มผู้มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ย 50,000 บาทขึ้นไป

#### สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาและรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดำเนินการที่โรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม
2. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ การประมวลผลข้อมูล การจัดทำ และการนำเสนอรายงาน

ดำเนินการที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษานี้ใช้เวลาดำเนินงานประมาณ 11 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2551 ถึงเดือนกันยายน 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved