

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร มีระเบียบวิธีการศึกษาอันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา เครื่องมือในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านกระบวนการ

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ที่มาใช้บริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาคั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่มาใช้บริการทางทันตกรรมในเขตบางแค กรุงเทพมหานครที่แน่นอน จึงกำหนดตัวอย่างไว้ที่ 200 ราย (Sudman, 1976, อ้างถึงใน กุณฑลี รื่นรมย์, 2553) เนื่องจากลักษณะบริการส่วนใหญ่เป็นคลินิกทันตกรรมที่คล้ายคลึงกัน การเก็บข้อมูลจึงเพียงพอต่อการนำมาวิเคราะห์ได้ โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) และมีการกระจายเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่พักอาศัยในชุมชน เขตบางแค และผู้บริโภคที่มารับบริการในคลินิกทันตกรรมในเขตบางแค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่เคยใช้บริการทันตกรรม จำนวน 200 ราย โดยใช้แบบสอบถาม
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารทางทันตกรรม ฐานข้อมูลและเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ สมรส อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกสถานบริการทางทันตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามที่มีมาตรวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ระดับ
- ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่มีต่อการใช้บริการทางทันตกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistics package for social sciences for Windows)
2. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกสถานบริการทางทันตกรรม และใช้การวัดระดับความสำคัญ (Rating Scales) จำนวน 5 ระดับ มีหลักการประเมินการให้ความสำคัญ 5 ระดับดังนี้

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

ช่วงค่าเฉลี่ยดังนี้

การกำหนดช่วงของค่าเฉลี่ยเพื่อทำการวิเคราะห์ผล แบ่งเป็น 5 ระดับจาก

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

ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้เวลาในการศึกษาทั้งสิ้น 6 เดือน คือเดือนตุลาคมถึงมีนาคม 2555

โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในช่วงระหว่าง เดือนมกราคม ถึง กุมภาพันธ์ 2555