

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสม การตลาดของโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขาบักชี ชลบุรี โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ใช้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขาบักชี ชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ดังนั้น จำนวนประชากรของการวิจัยครั้งนี้ คือ ไม่ทราบจำนวน (Unknow)

กลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนประชากรที่ไม่สามารถทราบจำนวนได้ ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการ โรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขาบักชี ชลบุรี ขึ้นมาจำนวนหนึ่งเพื่อให้ตอบแบบสอบถาม ในฐานะหน่วยศึกษา (Unit of Study) โดยที่ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจะคำนวณได้จากสูตรคำนวณจากหนังสือการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2545, หน้า 121)

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดยกำหนดให้ n = ขนาดของตัวอย่าง

$$Z = 1.96 \text{ สำหรับระดับความเชื่อมั่นที่ } 95\%$$

$$e = \text{ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ } .05$$

แทนค่าในสูตร ดังนั้นจะได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.96^2}{4*(.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

เพราะฉะนั้นเพื่อความสะดวกจะใช้ขนาดตัวอย่างที่ 400 ตัวอย่าง

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ให้บริการ โรงพยาบาลเมเจอร์พาร์ค รังสิต สาขาบึงกิ้ง ชลบุรี ขึ้นมาจำนวน 400 คน เพื่อให้ตอบแบบสอบถาม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่เข้าชมภาพยนตร์ โดยการแจกแบบสอบถาม

การสุ่มตัว

การสุ่มตัวอย่าง หมายถึง วิธีการคัดเลือกตัวอย่างที่เป็นส่วนหนึ่งของประชากร ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด เพื่อนำมาศึกษาคุณลักษณะเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่สนใจเกี่ยวกับประชากร

เลือกการสุ่มแบบค้ำน้ำหนักความน่าจะเป็น - เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยสามารถกำหนดโอกาสที่หน่วยตัวอย่างแต่ละหน่วยถูกเลือก ทำให้ทราบความน่าจะเป็นที่แต่ละหน่วยในประชากรจะถูกเลือก การเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้สามารถนำผลที่ได้อ้างอิงไปยังประชากรได้

โดยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบระบบ (Systematic Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมจากผู้ให้บริการเข้าชมภาพยนตร์ทุก ๆ 5 คน เช่น สุ่มจากผู้ให้บริการคนที่ 5 10 15 20 ไปเรื่อย ๆ จนครบจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของ โรงพยาบาลเมเจอร์พาร์ค รังสิต สาขาบึงกิ้ง ชลบุรีครั้งนี้ แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอนคือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัวต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด

ตอนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการใช้บริการเข้าชมภาพยนตร์ใน โรงพยาบาลเมเจอร์พาร์ค รังสิต สาขาบึงกิ้ง ชลบุรี

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดต่อการใช้บริการเข้าชมภาพยนตร์ใน โรงพยาบาลเมเจอร์พาร์ค รังสิต สาขาบึงกิ้ง ชลบุรี

ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดเกณฑ์ความหมายของระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 4 ระดับ เป็นตัวชี้วัดระดับความสำคัญในการตัดสินใจ คือ

ควรปรับปรุง	ให้ 1 คะแนน
พอใช้	ให้ 2 คะแนน
ดี	ให้ 3 คะแนน
ดีมาก	ให้ 4 คะแนน

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ในเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภค จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างคำถาม
2. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเรื่องพฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการในโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขาบึงกิ้ง ชลบุรี รวมทั้งแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่จะศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามตามนิยามปฏิบัติการ และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ แล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และมีการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ดังนี้

3.1 ดร. วัลลภ ศัพท์พันธุ์	อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
3.2 อาจารย์เอกกฤษณ์ ณีถฤทธิ์	อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
3.3 นายชาญณรงค์ บุญมาก	ผู้จัดการฝ่ายการตลาดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (เมเจอร์ซีเนเพล็กซ์)
4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ใช้บริการในโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขาบึงกิ้ง ชลบุรี ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือของแบบสอบถาม แบบ Cronbach's Alpha ซึ่งแบบสอบถามนี้จะมี ความน่าเชื่อถือและนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูล ในระหว่างเดือนกันยายน 2554 ถึง วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2554 ผู้วิจัย กำหนดเวลาในการแจกแบบสอบถาม ตั้งแต่เวลา 11.00 - 22.00 น. โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มผู้บริโภคที่มาใช้บริการในโรงพยาบาลนครเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์สาขาบึงกิ้ง ชลบุรี ในการตอบแบบสอบถาม โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบตามลำพัง และคอยอธิบายทันที

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัวระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ของผู้ใช้บริการ โดยการแจกแจงความถี่ และคิดเป็นค่าร้อยละ
3. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ในโรงพยาบาลนรีเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ สาขาบึงกิ้ง ชลบุรี ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการแจกแจงความถี่ และคิดเป็นร้อยละ
4. วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด โดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ดังนี้
สูตรการคำนวณอันตรภาคชั้น (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2539. หน้า 27)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\frac{4 - 1}{4}$$

$$= 0.75$$

$$= 0.75$$

เกณฑ์การแปลผล

โดยมี เกณฑ์การแปลผล ดังนี้

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	3.26 - 4.00	ดีมาก	หมายถึง ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.25	ดี	หมายถึง ผู้บริโภคให้ความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย	1.76 - 2.50	พอใช้	หมายถึง ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.75	ควรปรับปรุง	หมายถึง ผู้บริโภคไม่ให้ความสำคัญ