



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพ ของกลุ่มเป้าหมาย เลเพาะ ในศูนย์สุขภาพแคร์แมท” ผู้วิจัยใช้วิธีศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการศึกษา จากเอกสารทางวิชาการ การวิจัยที่เกี่ยวข้องและวิทยานิพนธ์ รวมถึงการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วนำข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนและรายละเอียดของระเบียบวิธีการวิจัยนี้ ดังต่อไปนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อมุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพ ของกลุ่มเป้าหมายเลเพาะ ในศูนย์สุขภาพแคร์แมท ในกรณีนำข้อมูลที่ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนกลยุทธ์และวางแผนการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการ เพื่อเพิ่มยอดการเข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย และตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปใช้ในการนำเสนอแผนงานการดำเนินงานรายปี แผนพัฒนาโครงการ การวางแผนพัฒนาคุณภาพงานบริการ และเพื่อตอบโจทย์แผนนโยบายยุทธศาสตร์ป้องกันและแก้ไขปัญหา เอดส์แห่งชาติ ว่าด้วยรูปแบบการเข้าถึงการบริการในกลุ่มเป้าหมาย เพื่อยุติปัญหาด้านเอดส์ และเพื่อเป็นแนวทางที่จะสามารถนำไปใช้ปรับปรุงนโยบายและการดำเนินงาน โครงการต่างๆ ของผู้สนับสนุนด้านแหล่งทุนและองค์กรภาครัฐได้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรเป้าหมาย กล่าวคือ กลุ่มชายที่มี เพศสัมพันธ์กับชาย สาวประเภทสอง และพนักงานบริการชาย ที่มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพแคร์ เมท อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ใน เขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มประชากรเป้าหมาย กล่าวคือ กลุ่มชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชาย สาวประเภทสอง และพนักงานบริการชาย ที่มารับบริการที่ศูนย์ สุขภาพแคร์ เมท อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ใน เขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งอ้างอิง จากสถิติผู้เข้ารับบริการปี 2558 จำนวนทั้งสิ้น 2,373 ราย จึงนำยอดสถิตินี้มาใช้อ้างอิงเพื่อคำนวณ กลุ่มประชากรในการวิจัย โดยใช้สูตรของ Krejcie and Morgan, (1970 อ้างถึงใน รุ่งวสันต์ ไกรกลาง และกัมปนาท ถ่ายสูงเนิน, 2555 : 20-21) ซึ่งกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ ระดับ 0.05 คำนวณกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 350 ราย ดังสูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{X^2 N p(1-p)}{e^2(N-1)+X^2 p(1-p)}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ = 0.5

X^2 = ค่าไอกลัสแคร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($X^2 = 3.841$)

p = สัดส่วนลักษณะที่สนใจในประชากร (ถ้าไม่ทราบให้กำหนด $p = 0.5$)

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{(3.841)^2 \times 2,373 \times 0.5 (1-0.5)}{0.5^2 (2,373-1) + 3.841^2 0.5 (1-0.5)}$$

ดังนั้นในการศึกษารังนี้ ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 350 ราย เพื่อความ
เหมาะสม และลดความคาดเดือนที่อาจเกิดขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างจะได้รับแบบสอบถามหลัง
การเข้ารับบริการตรวจ โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วภายในระยะเวลา 30 วัน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้น คือ แบบสอบถามจากกลุ่ม
ประชากรเป้าหมาย กล่าวคือ กลุ่มชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชาย สาวประเภทสอง และพนักงานบริการ
ชาย ที่มารับบริการที่ศูนย์สุขภาพแคร์เมท อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ซึ่งผู้วิจัยจะทำการทดสอบแบบ
แบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ การวิจัยที่
เกี่ยวข้องและวิทยานิพนธ์ โดยข้อมูลที่ได้นำมาคำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสูงสุด (Maximum) ค่า
ต่ำสุด (Minimum) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นและความ
เที่ยงตรงโดยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ (Discrimination Power) โดยใช้เทคนิค Item-total
Correlation และใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลfa (Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970 : 161) ในการ
วิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows
ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนกิจกรรมดังต่อไปนี้

สถิติที่นำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการในของกลุ่มตัวอย่างสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์
ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบการอธิบาย
2. ค่าเฉลี่ย (Mean \bar{x}) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพที่
ศูนย์สุขภาพแคร์เมท

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1. สถิติ t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม โดยนำมาใช้ทดสอบ
ปัจจัยส่วนบุคคลข้อที่ 1 วิเคราะห์ตัวแปรเพศวิถี โดยใช้สูตร Independent t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น
ทางสถิติที่ร้อยละ 95

2. สถิติ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA Analysis of
Variance) ใช้ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย
บทบาททางเพศสัมพันธ์ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สัญชาติ

สิทธิการรักษา ขนาดครอบครัวและภูมิลำเนา/ที่พักอาศัย กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยใช้สูตรตามวิธีของ Scheffe

3. สถิติ Chi-Square ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ตรวจสอบสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (การตัดสินใจตามแนวทางของกลไกทางการตลาด) ในศูนย์สุขภาพแคร์แมทกับพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสอบสุขภาพ

การสร้างแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิจัยแบบคำ답ตามประเด็นในกรอบแนวคิดแนวคิดที่ศึกษาตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วยลักษณะคำถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) และ ลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการตรวจสอบสุขภาพในศูนย์สุขภาพแคร์แมท ได้แก่ เพศวิถี กลุ่มเป้าหมาย บทบาททางเพศสัมพันธ์ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สัญชาติ สถานสมรส สิทธิการรักษา ขนาดครอบครัว และภูมิลำเนา/ที่อยู่อาศัย เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด โดยมีชนิดของคำถามเป็นแบบสำรวจสอบถามรายการ (Check list) เพื่อทราบถึงข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสอบสุขภาพของกลุ่มเป้าหมาย ที่มาใช้บริการตรวจสอบสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพแคร์แมท ซึ่งได้แก่ ประเภทของบริการที่เลือกใช้ เหตุผลในการเข้ารับบริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้ารับบริการ ผู้ร่วมใช้บริการ จำนวนผู้ร่วมใช้บริการต่อครั้ง วันที่เข้าใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ความดีในการเข้าใช้บริการ จำนวนเงินที่สามารถใช้จ่ายในการเข้ารับบริการต่อครั้ง เหตุผลในการเข้ารับบริการ การประเมินความเสี่ยงของตนในการที่มาขอเข้ารับบริการ และช่องทางในการรับทราบข้อมูล่าวาระ ซึ่งเป็นคำถามปลายปิด โดยมีชนิดของคำถามเป็นลักษณะคำถามแบบสำรวจสอบถามรายการ (Check list) และเป็นข้อคำถามซึ่งใช้แนวคิดทางทฤษฎีในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามกรอบคำถามเพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค 6W's และ 1H และแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภคในการตั้งคำถาม

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสอบสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในศูนย์สุขภาพแคร์แมทกับพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสอบสุขภาพ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยมีชนิดของคำถามเป็นแบบสำรวจสอบถามรายการ จะเป็นการให้ระดับการ

ตัดสินใจด้วยคะแนนแบบ Likert Scale เพื่อวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจของผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (การตัดสินใจตามแนวทางของกลุ่มทางการตลาด) ในศูนย์สุขภาพแคร์เมทกับพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดทำหน่วย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด บริการ แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมและพฤติกรรมสุขภาพ และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซึ่งบริการมาตั้งแต่เด็ก

**ตอนที่ 4 เป็นคำ丹າกีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการบริการครั้งต่อไปซึ่งเป็น
คำ丹າลักษณะปลายเปิด**

ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น และเพื่อให้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่กำหนดไว้
2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่ร่าง ทดสอบความเที่ยงตรงของอาจารย์ที่ปรึกษา พิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำแล้วมาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย (Pretest)

5. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์效ลฟ้าของครอนบาก (Cronbach, 1970 : 161)

6. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิม เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ

7. ถ้าพบว่าเครื่องมือวิจัยยังมีข้อพกพร่อง ผู้วิจัยจะทำการปรับปรุง แก้ไขและอาจต้องทดสอบอีกครั้งจนกว่าจะมีคุณภาพตามเกณฑ์

8. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ เพื่อวิเคราะห์หาคุณภาพเครื่องมือ โดยใช้วิธี Alpha Coefficients โดยการทำ Pretest จำนวน 30 ชุด นำมาหาค่า效ลฟ้า ได้ค่า效ลฟ้าเท่ากับ 0.84 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับความเชื่อมั่นที่ดี

9. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลโดยคำนึงงานตามขั้นตอนดังนี้ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คือวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ในศูนย์สุขภาพแคร์เมท แล้วนำข้อมูลที่ได้มาชี้วัดถึงผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (การตัดสินใจตามแนวทางของกลไกทางการตลาด) ในศูนย์สุขภาพแคร์เมท กับพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสุขภาพ โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่มารับบริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพแคร์เมท จำนวน 350 ราย โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ขอหนังสือจากประธานกรรมการบล็อกตีศึกษาประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลไปยัง ศูนย์สุขภาพแคร์เมท เพื่อ ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. นำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามข้อ 1 นำเสนอต่อ ผู้อำนวยการองค์กรแคร์เมท เพื่อยอนุมัติและนัดวันเวลาในการเก็บข้อมูล

3. ผู้วิจัยเข้าทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่มาเข้ารับบริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพแคร์เมท ซึ่งจะใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 30 วัน และขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่ศูนย์สุขภาพแคร์เมทในการติดตามแบบสอบถามและเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในกรณีกลุ่มตัวอย่างลงข้อมูลในแบบสอบถามไม่ครบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ นำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศวิถี กลุ่มเป้าหมาย นทบนาททางเพศสัมพันธ์ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สัญชาติ สถานสมรส สิทธิการรักษา ขนาดครอบครัว ภูมิลำเนา ที่อยู่อาศัย และพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสุขภาพ ประกอบด้วย ประเภทของบริการที่เลือกใช้ เหตุผลในการเข้ารับบริการ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้ารับบริการ ผู้ร่วมใช้บริการ จำนวนผู้ร่วมใช้บริการต่อครั้ง วันที่เข้าใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ จำนวนเงินที่สามารถใช้จ่ายในการเข้ารับบริการต่อครั้ง เหตุผลในการเข้ารับบริการ การประเมินความเสี่ยงของตนในการที่มาขอเข้ารับบริการ และช่องทางในการรับทราบ

ข้อมูลข่าวสาร นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสุขภาพ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในศูนย์สุขภาพแคร์แมทกับพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสุขภาพ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยลักษณะของคำตามจะประกอบด้วย ปัจจัยด้านการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) โดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดตามลำดับ และมีค่าระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ วิเคราะห์โดยใช้มาตรการดังของ Likert Scale (อกินันท์ จันตะนี, 2547 : 5) ดังนี้

ระดับคะแนน 5	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจมาก
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจปานกลาง
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อย
ระดับคะแนน 1	หมายถึง	ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

การแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ยให้หลักเกณฑ์การแบ่งเป็น 5 ระดับ (อกินันท์ จันตะนี, 2547 : 5) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง ระดับการตัดสินใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพแคร์แมท จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล นำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ t-test และ F-test

4. ความสัมพันธ์ระหว่างผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (การตัดสินใจตามแนวทางของกลไกทางการตลาด) ในศูนย์สุขภาพแคร์แมทกับพฤติกรรม

การเข้ารับบริการตรวจสุขภาพกับพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสุขภาพ นำมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้สถิติ Chi-Square

สถิติที่น่าไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่

1. ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเข้ารับบริการตรวจสุขภาพ

2. ค่าเฉลี่ย (Mean \bar{x}) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่ออธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพแคร์แมท

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1. สถิติ t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม โดยนำมาใช้ทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลข้อที่ 1 วิเคราะห์ตัวแปรเพศ โดยใช้สูตร Independent t-test ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

2. สถิติ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA Analysis of Variance) ใช้ทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่นีตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศวิถี กลุ่มเป้าหมาย บทบาททางเพศสัมพันธ์ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาร์พ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน สัญชาติ ลักษณะรักษา ขนาดครอบครัว และภูมิลำเนา ที่พักอาศัย กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยใช้สูตรตามวิธีของ Scheffé

3. สถิติ Chi-Square ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพแคร์แมทกับการตัดสินใจเชิงพฤติกรรมของการเข้ารับบริการตรวจสุขภาพของกลุ่มเป้าหมาย