

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย

ในบทนี้จะกล่าวถึงระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัยและระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ดังรายละเอียด ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่าย รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ซึ่งในที่นี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านคนไข้ ที่มีผลต่อแพทย์ออร์โธปิดิกส์ในการเลือกส่งจ่ายยาด้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ ชนิดรับประทาน จากรายการยาที่มีอยู่ทั้งหมดในบัญชีรายการยาของโรงพยาบาล และเป็นการส่งจ่ายยาเพื่อตรวจรักษาคคนไข้ในที่ทำงานประจำเท่านั้น

ขอบเขตประชากร

การศึกษานี้เป็นการสำมะโนประชากร (Census) โดยการเก็บข้อมูลจากแพทย์ออร์โธปิดิกส์ทั้งหมด ที่ทำงานประจำอยู่ในโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวน 60 คน จำแนกตามสถานที่ทำงานได้¹² ดังนี้

1. โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่	จำนวน 47 คน
2. โรงพยาบาลนครพิงค์	จำนวน 7 คน
3. โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์โมเรียม	จำนวน 1 คน
4. โรงพยาบาลลานนา	จำนวน 1 คน
5. โรงพยาบาลแมคคอร์มิค	จำนวน 1 คน
6. โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม	จำนวน 1 คน
7. โรงพยาบาลราชเวชเชียงใหม่	จำนวน 1 คน

¹² วีรชัย อภิวัชรกุล. อาจารย์ประจำคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และเลขานุการชมรมแพทย์ออร์โธปิดิกส์ภาคเหนือ. สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2542.

8. โรงพยาบาลค่ายกาวิละ

จำนวน 1 คน

รวม 60 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source of Data) ได้เก็บรวบรวมจากแพทย์ออร์โธปิดิกส์ที่ทำงานประจำในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บข้อมูล 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เก็บข้อมูลเบื้องต้นจากการสัมภาษณ์ แพทย์ออร์โธปิดิกส์ที่มีประสบการณ์การทำงานในสาขาออร์โธปิดิกส์มากกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน เพื่อรวบรวมข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดต่างๆ ที่บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยาด้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ในประเทศไทยได้ดำเนินการมา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม รวมทั้งเพื่อสำรวจจำนวนแพทย์ออร์โธปิดิกส์ที่ทำงานประจำในโรงพยาบาล ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรตัวอย่างด้วย

ขั้นตอนที่ 2 ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากแพทย์ออร์โธปิดิกส์ทั้ง 60 คน ที่ทำงานประจำในโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือแบบสอบถามมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ อายุ อายุการทำงาน ประเภทของโรงพยาบาลที่ทำงานประจำ จำนวนเตียงในโรงพยาบาล จำนวนผู้ป่วยที่ตรวจรักษาต่อสัปดาห์ จำนวนผู้ป่วยที่แพทย์สั่งจ่ายยา NSAIDs ชนิดรับประทานให้ต่อสัปดาห์ และงานนอกเวลาหรือคลินิก ส่วนตัวที่แพทย์มีโอกาสได้ทำหน้าที่ในการจัดซื้อจัดหา NSAIDs

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมถึงปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อแพทย์ออร์โธปิดิกส์ในการตัดสินใจเลือกใช้ในกลุ่ม NSAIDs ชนิดรับประทาน ซึ่งในที่นี่ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านคนไข้ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบที่ให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ ไม่สำคัญ สำคัญเล็กน้อย สำคัญ สำคัญมากและสำคัญมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้จ่าย	คะแนน
ไม่สำคัญ	1
สำคัญเล็กน้อย	2
สำคัญ	3
สำคัญมาก	4
สำคัญมากที่สุด	5

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจากวารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ จากบริษัทที่เป็นผู้ผลิตหรือจัดจำหน่าย และจากกระทรวงสาธารณสุข

การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ

1. ข้อมูลทั่วไปใช้สถิติความถี่และอัตราร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ออร์โธปิดิกส์ในการสั่งจ่ายยาต้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ชนิดรับประทาน ใช้สถิติความถี่ อัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวัดระดับความสำคัญจะใช้วิธีวัดแบบ A Scale to Measure the Relative Important of Choice Criteria¹³ โดยใช้ค่าเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
1.000- 1.499	ไม่สำคัญ
1.500- 2.199	สำคัญเล็กน้อย
2.200- 3.374	สำคัญ
3.375- 4.249	สำคัญมาก
4.250- 5.000	สำคัญมากที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺

¹³ James E. Nelson. Exercises in Marketing Research. Boston, Massachusetts : Kent Publishing Company, 1982.

นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion)¹⁴

แพทย์ออร์โธปิดิกส์ (Orthopedist) หมายถึง ศัลยแพทย์ด้านศัลยกรรมกระดูก วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่เกี่ยวกับการแก้ไขรักษาหน้าที่และสภาพของระบบ โครงกระดูกข้อต่อและ โครงสร้างอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง¹⁵

ยาค้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตอรอยด์ (Non Steroidal Anti-inflammatory Drugs , NSAIDs) หมายถึง ยากลุ่มหนึ่งตามการแบ่งกลุ่มยาตามฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา ที่ใช้โดยมีจุดประสงค์ เพื่อลดอาการอักเสบของกล้ามเนื้อหรือข้อ¹⁶

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยใช้เวลา 7 เดือน ตั้งแต่ มกราคม ถึง กรกฎาคม

2542

¹⁴ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา, 2540. หน้า 5.

¹⁵ วิทย์ เทียงบูรณธรรมและเกษม เทียงบูรณธรรม. พจนานุกรมแพทยศาสตร์ เล่ม 2. กรุงเทพฯ : บำรุงสาส์น, 2533. หน้า 1592.

¹⁶ กาญจนา เกษสอาด. NSAIDs Nonsteroidal Anti-inflammatory Drugs. กรุงเทพฯ : สมาคมเภสัชวิทยาแห่งประเทศไทย, 2533. หน้า 20.