# บทที่ 3
# วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ทัศนคติของทันตแพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดของบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรม มีวิธีดำเนินการศึกษาดังนี้ คือ

1. ขอบเขตการศึกษา
2. วิธีการศึกษา
3. วิธีการคัดเลือกตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
5. สถิติที่ใช้ในการศึกษา
6. ระยะเวลาในการศึกษา
7. การรายงานผลการศึกษา

## ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาจากทันตแพทย์ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทันตกรรม จากสถานพยาบาลของรัฐและสถานพยาบาลของเอกชนทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีแผนกทันตกรรม ซึ่งมีทั้งหมด 114 หน่วยงาน[1]

## วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ และ ข้อมูลทุติยภูมิ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ทันตแพทย์ 2 – 3 คน แล้วจึงมาทำการออกแบบแบบสอบถาม โดยได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม ( Pretest questionnaire ) จำนวน 10 ชุด และแก้ไขจุดบกพร่อง จากนั้นส่งแบบสอบถามไปยังสถานพยาบาลที่มีแผนกทันตกรรมทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ 114 แห่ง ได้รับแบบสอบถามที่มีสมบูรณ์กลับมา รวมทั้งสิ้น 93 ชุด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ( Secondary Data ) ศึกษาจากการหาข้อมูลที่มีผู้ศึกษาและรวมรวมไว้ เช่น หนังสือ วารสาร หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

---

[1]สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่

**วิธีการคัดเลือกตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง**

ประชากรที่ทำการศึกษาคือทันตแพทย์ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทันตกรรมในสถานพยาบาลของรัฐและเอกชนทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีขั้นตอนในการเลือกตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกหน่วยตัวอย่าง ใช้การเก็บข้อมูลจากทุกหน่วยงานที่มีอยู่ (Census) คือสถานพยาบาลของรัฐและเอกชนที่มีแผนกทันตกรรมทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีทั้งหมดจำนวน 114 หน่วยงาน

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างในแต่ละหน่วยงานโดยเลือกทันตแพทย์ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทันตกรรมให้กับหน่วยงาน หน่วยงานละ 1 คน ในกรณีที่หน่วยงานใดใช้วิธีการสั่งซื้อในรูปแบบคณะกรรมการร่วม 2-3 คน จะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบ Purposive Sampling โดยพิจารณาเลือกเฉพาะทันตแพทย์ผู้ที่เป็นประธานคณะกรรมการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทันตกรรม ให้เป็นตัวแทนของหน่วยงานนั้น รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 114 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. สถานพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุข 27 หน่วยงาน จำนวน 27 คน แบ่งเป็น
   - สถานพยาบาลสังกัดกองสาธารณสุขภูมิภาค จำนวน 21 คน
     (โรงพยาบาลชุมชน, สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่)
   - สถานพยาบาลสังกัดกองโรงพยาบาลภูมิภาค (รพ. นครพิงค์) จำนวน 1 คน
   - สถานพยาบาลสังกัดกรมสุขภาพจิต (รพ.สวนปรุง, รพ.ประสาท, ศูนย์พัฒนาการเด็กภาคเหนือ) จำนวน 3 คน
   - สถานพยาบาลสังกัดกรมอนามัย (รพ.แม่และเด็ก, ศูนย์ทันตฯระหว่างประเทศ) จำนวน 2 คน
2. สถานพยาบาลสังกัดกระทรวงมหาดไทย(รพ. เทศบาล) จำนวน 1 คน
3. สถานพยาบาลสังกัดกระทรวงกลาโหม (รพ. ค่ายกาวิละ, รพ.ในกองบิน 41) จำนวน 2 คน
4. สถานพยาบาลสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย (รพ. สวนดอก, คณะทันตแพทยศาสตร์ มช. 12 ภาควิชา) จำนวน 13 คน
5. โรงพยาบาลเอกชนที่มีแผนกทันตกรรม จำนวน 9 คน
6. คลินิกทันตกรรมเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 62 คน

**รวมทั้งสิ้น** **114 คน**

ทั้งนี้สามารถเก็บข้อมูลได้สมบูรณ์ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 93 คน

**เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา**

ใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีเนื้อหาแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของทันตแพทย์ผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ ประสบการณ์การทำงาน ระดับการศึกษา เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องการตัดสินใจสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทันตกรรมของทันตแพทย์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่พบเกี่ยวกับวิธีการการส่งเสริมการตลาดวิธีต่างๆ ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของทันตแพทย์ที่มีต่อการส่งเสริมการตลาดของบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรม โดยทำการวัดทัศนคติ 2 ด้านคือ

1. การให้ความสำคัญเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการตลาดวิธีต่างๆของบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรม โดยลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ( Rating Scale ) ลักษณะของคำถามประกอบด้วยวิธีการการส่งเสริมการตลาดที่บริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรมใช้ทั้งหมด 5 วิธี ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญ สำคัญเล็กน้อย และไม่สำคัญ และมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

| ระดับความสำคัญเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการตลาด | คะแนน |
|---|---|
| สำคัญมากที่สุด | 5 |
| สำคัญมาก | 4 |
| สำคัญ | 3 |
| สำคัญเล็กน้อย | 2 |
| ไม่สำคัญ | 1 |

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

| ค่าเฉลี่ย | | ระดับความสำคัญ |
|---|---|---|
| 5.00 – 4.50 | หมายถึง | สำคัญมากที่สุด |
| 4.49 – 3.50 | หมายถึง | สำคัญมาก |
| 3.49 – 2.50 | หมายถึง | สำคัญ |
| 2.49 – 1.50 | หมายถึง | สำคัญเล็กน้อย |
| 1.49 – 1.00 | หมายถึง | ไม่สำคัญ |

2. ความพึงพอใจเกี่ยวกับวิธีการการส่งเสริมการตลาดวิธีต่างๆ ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรม โดยลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ( Rating Scale ) ลักษณะของคำถามประกอบด้วยวิธีการการส่งเสริมการตลาดที่บริษัทตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรมใช้ทั้งหมด 5 วิธี ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ พอใจมาก พอใจ เฉยๆ ไม่พอใจ และไม่พอใจมาก และมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

| ระดับความพอใจเกี่ยวกับวิธีการส่งเสริมการตลาด | คะแนน |
|---|---|
| พอใจมาก | 5 |
| พอใจ | 4 |
| เฉยๆ | 3 |
| ไม่พอใจ | 2 |
| ไม่พอใจมาก | 1 |

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

| ค่าเฉลี่ย | | ระดับความพอใจ |
|---|---|---|
| 5.00 – 4.50 | หมายถึง | พอใจมาก |
| 4.49 – 3.50 | หมายถึง | พอใจ |
| 3.49 – 2.50 | หมายถึง | เฉยๆ |
| 2.49 – 1.50 | หมายถึง | ไม่พอใจ |
| 1.49 – 1.00 | หมายถึง | ไม่พอใจมาก |

**สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์**

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์โดยใช้เครื่องไมโครคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ และใช้ค่าสถิติต่างๆดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณา เป็นค่าสถิติที่ใช้ในการสรุปและนำเสนอข้อมูลที่รวบรวมมา ได้แก่ สถิติร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติแบบ Non parametric statistics เป็นการทดสอบค่าที ( t – test ) ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้ทดสอบ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ 2 กลุ่มตัวอย่าง ว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

**ระยะเวลาในการศึกษา**

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาหัวข้อดังกล่าวนี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 7 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม 2542 – กรกฎาคม 2542

**การรายงานผลการศึกษา**

การนำเสนอข้อมูลอยู่ในรูปแบบของการบรรยายและตารางเสนอข้อมูล โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 บท ได้แก่

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 แนวความคิดและทฤษฎี

บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และ ข้อเสนอแนะ