

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือด ของโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ ได้ดำเนินการตามระเบียบวิธีการศึกษาประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร จำนวนตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง แหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูลเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ และระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

#### ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือดของโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ ซึ่งจะประกอบ ด้วยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วนปัญหาเป็นการศึกษาปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญไม่ใช่ปัญหาที่พบ

#### ขอบเขตประชากร

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำยา ในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือดของโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ ศึกษาจากกลุ่มผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อ และจำนวนเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในงานธนาคารเลือดทั้งโรงพยาบาล ของรัฐบาลและเอกชน ในเขตจังหวัดภาคเหนือ 17 จังหวัด ได้แก่ กำแพงเพชร เชียงราย เชียงใหม่ ตาก น่าน พะเยา พิจิตร นครสวรรค์ พิชณุโลก เพชรบูรณ์ แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน สุโขทัย อุตรดิตถ์ และอุทัยธานี ซึ่งในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาโรงพยาบาลที่มีขนาดเตียง 120 เตียงขึ้นไป และที่มีห้องปฏิบัติการงานธนาคารเลือดภายในโรงพยาบาล ซึ่งมีจำนวน 33 แห่ง เนื่องจากโรงพยาบาลที่มีขนาด 120 เตียงขึ้นไปจะมีจำนวนการตรวจการเข้ากันได้ของเลือดจำนวนมากทำให้มีมูลค่าการสั่งซื้อน้ำยาตรวจที่มากด้วย ในจำนวนนี้แบ่งเป็นโรงพยาบาลรัฐบาล 23 แห่ง และโรงพยาบาลเอกชน 10 แห่ง (ดังตารางที่ 1)

ผู้ศึกษาได้ทำการแบ่งกลุ่มประชากรเพื่อทำการศึกษออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ หัวหน้างานธนาคารเลือด หรือหัวหน้ากลุ่มงาน  
ชั้นสูตร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 52 ราย และ
2. กลุ่มผู้ใช้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการในงานธนาคารเลือดซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 98 รายดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื่อน้ำยาในการตรวจการเข้ากัน ได้ของเลือดและ  
เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในงานธนาคารเลือดของโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ

จังหวัด	โรงพยาบาล	ประเภทของ โรงพยาบาล	จำนวน ผู้มีอำนาจใน การตัดสินใจ (ราย)	จำนวนเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติการในงาน ธนาคารเลือด (ราย)
เชียงใหม่	รพ.มหาสารนครเชียงใหม่	รพ.รัฐบาล	1	6
	รพ.นครพิงค์	รพ.รัฐบาล	1	5
	รพ.ลานนา	รพ.เอกชน	1	4
	รพ.เชียงใหม่ราม 1	รพ.เอกชน	1	4
	รพ.แมคคอมิค	รพ.เอกชน	2	2
	รพ.ฝาง	รพ.รัฐบาล	1	3
	รพ.จอมทอง	รพ.รัฐบาล	1	3
เชียงราย	รพ.เชียงรายประชานุเคราะห์	รพ.รัฐบาล	2	4
	รพ.โอเวอร์บู้ค	รพ.เอกชน	1	2
	รพ.เกษมราษฎร์ศรีบริรินทร์	รพ.เอกชน	1	3
พะเยา	รพ.พะเยา	รพ.รัฐบาล	2	2
	รพ.เชียงคำ	รพ.รัฐบาล	1	2
ลำปาง	รพ.ลำปาง	รพ.รัฐบาล	1	3
	รพ.เขลางค์นคร	รพ.เอกชน	2	2
ลำพูน	รพ.ลำพูน	รพ.รัฐบาล	2	1
	รพ.หริภุญชัยเมมโมเรียล	รพ.เอกชน	1	3

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

จังหวัด	โรงพยาบาล	ประเภทของ โรงพยาบาล	จำนวน ผู้มีอำนาจใน การตัดสินใจ (ราย)	จำนวนเจ้าหน้าที่ ผู้ปฏิบัติการในงาน ธนาคารเลือด (ราย)
ตาก	รพ.สมเด็จพระเจ้าตากสิน มหาราช	รพ.รัฐบาล	2	2
	รพ.แม่สอด	รพ.รัฐบาล	2	1
กำแพงเพชร	รพ.กำแพงเพชร	รพ.รัฐบาล	2	4
	รพ.เมืองกำแพง	รพ.เอกชน	1	2
เพชรบูรณ์	รพ.เพชรบูรณ์	รพ.รัฐบาล	2	3
แพร่	รพ.แพร่	รพ.รัฐบาล	2	4
น่าน	รพ.น่าน	รพ.รัฐบาล	2	3
อุตรดิตถ์	รพ.อุตรดิตถ์	รพ.รัฐบาล	2	4
พิษณุโลก	รพ.พุทธชินราช	รพ.รัฐบาล	2	3
	รพ.พิษณุเวช	รพ.เอกชน	2	2
สุโขทัย	รพ.สุโขทัย	รพ.รัฐบาล	2	3
	รพ.ศรีสังวร สุโขทัย	รพ.รัฐบาล	2	3
พิจิตร	รพ.พิจิตร	รพ.รัฐบาล	2	3
แม่ฮ่องสอน	รพ.ศรีสังวาลย์	รพ.รัฐบาล	2	4
นครสวรรค์	รพ.สวรรค์ประชารักษ์	รพ.รัฐบาล	2	4
	รพ.ศรีสวรรค์	รพ.เอกชน	1	2
อุทัยธานี	รพ.อุทัยธานี	รพ.รัฐบาล	1	2
	รวม		52	98

ที่มา : จากการสำรวจ กิตติคุณ กาวิ พนักงานฝ่ายขายและบริการ บริษัท ไดอเมด เอส อี เอ จำกัด  
(เก็บข้อมูล ณ วันที่ 10 เมษายน 2547).

### แหล่งข้อมูลและการรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำยาในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือดของโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม 2 ชุด แบบสอบถามชุดแรก สอบถามกลุ่มผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ คือ หัวหน้างานธนาคารเลือดหรือหัวหน้างานชั้นสูตร จำนวน 52 ราย แบบสอบถามชุดที่ 2 สอบถามกลุ่มผู้ใช้คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในงานธนาคารเลือดอีก 98 ราย รวมทั้งหมด 150 ราย
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ บทความเอกสารที่เกี่ยวข้องจากสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ห้องสมุดคณะบริหารธุรกิจ คณะแพทยศาสตร์ และคณะเทคนิคการแพทย์ รวมทั้งในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วย

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษารุ่นนี้เป็นแบบสอบถาม 2 ชุด คือ

แบบสอบถามชุดแรก จะสอบถามกลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจคือ หัวหน้างานธนาคารเลือดหรือหัวหน้างานชั้นสูตร โดยมี 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อน้ำยา ในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือดทั้ง 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดจำหน่าย (Place)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามชุดที่ 2 จะสอบถาม กลุ่มผู้ใช้คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในงานธนาคารเลือด มี 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำยา ในการตรวจการเข้ากันได้ของเลือด 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Place)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางสถิติเพื่อคำนวณค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยจะแสดงในรูปความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การวัดระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัญหาที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การให้คะแนน (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert สำหรับลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย และสำคัญน้อยที่สุด มีเกณฑ์ในการให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้ (คุณทลี เวชสาร, 2540:108)

ระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตลาด/ปัญหา	คะแนน
สำคัญมากที่สุด	5
สำคัญมาก	4
สำคัญปานกลาง	3
สำคัญน้อย	2
สำคัญน้อยที่สุด	1

ผลคะแนนที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยยึดหลักเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง	ระดับความสำคัญ
5.00-4.50	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
4.49-3.50	หมายถึง	สำคัญมาก
3.49-2.50	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
2.49-1.50	หมายถึง	สำคัญน้อย
1.49-1.00	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

### ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนเมษายน – ตุลาคม 2547 และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาดังแต่เดือนเมษายน 2547- กันยายน 2548