

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นทางการตลาดและความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ กำหนดขอบเขตการศึกษา และวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา ได้แก่ ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร ขนาดตัวอย่างและวิธีการ

คัดเลือกตัวอย่าง

3.2 วิธีการศึกษา ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัยและรวบรวมข้อมูล

3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการ

#### 3.1 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

##### 3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของตัวกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สำคัญมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของแพทย์ ศึกษาจากแพทย์ผู้ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลจังหวัดเชียงใหม่ ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวกระตุ้นทางการตลาดที่มีต่อความตั้งใจซื้อของแพทย์ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการขายของพนักงานขาย ด้านภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่นำไปสู่ความตั้งใจซื้อ

### 3.1.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แพทย์ในโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลจำนวนแพทย์ที่ขึ้นทะเบียนจากสาธารณสุขในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 1,158 คน (ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2550) เป็นเกณฑ์ในการเทียบเคียงเพื่อคำนวณหาขนาดตัวอย่าง

### 3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973 อ้างถึงในบุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2549 : 88) ให้มีความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 จากจำนวนประชากรที่มีจำนวน 1,158 คน ได้ขนาดตัวอย่าง 297 ตัวอย่าง

$$\begin{aligned}
 \text{แสดงสูตรการคำนวณ } n &= \frac{N}{1 + e^2 N} \\
 &= \frac{1,158}{1 + (0.05)^2 (1,158)} \\
 &= 297
 \end{aligned}$$

เมื่อ N = จำนวนประชากรที่ต้องการสุ่มตัวอย่าง

n = จำนวนตัวอย่าง

e = ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดในการประมาณค่า

ทั้งนี้จะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Proportionate Sampling) โดยเจาะจงเป็นแพทย์ที่ทำงานประจำในโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนบุคลากรวิชาชีพแพทย์ของรัฐบาลไม่รวมโรงพยาบาลทั่วไปและ  
โรงพยาบาลชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ ที่	หน่วยงาน	จำนวน เตียง	แพทย์		จำนวนลุ่มตัวอย่าง	
			ข้าราชการ พนักงาน ของรัฐบาล	แพทย์ อัตราจ้าง	ข้าราชการ พนักงาน ของรัฐบาล	แพทย์ อัตราจ้าง
1	สถาบันพัฒนาการเด็ก ราชนครินทร์	60	6	0	1	0
2	ศูนย์บำบัดรักษาเสพติด เชียงใหม่	350	5	0	1	0
3	โรงพยาบาลส่งเสริม สุขภาพเชียงใหม่	60	11	0	3	0
4	โรงพยาบาลสวนปรุง	700	15	0	4	0
5	โรงพยาบาลประสาท	240	15	0	4	0
6	โรงพยาบาลดารารัศมี	17	5	0	1	0
7	โรงพยาบาลมหาราช นครเชียงใหม่	1,261	346	324	88	83
8	โรงพยาบาลกองบิน 41	10	4	0	1	0
9	โรงพยาบาลค่ายกาวิละ	90	6	0	2	0
10	โรงพยาบาลเทศบาล นครเชียงใหม่	22	7	0	2	0
	รวม	2,810	420	324	107	83

ที่มา : ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ 2551  
(ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2550)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนบุคลากรวิชาชีพแพทย์ในโรงพยาบาลทั่วไปหรือโรงพยาบาลชุมชนใน  
จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ ที่	หน่วยงาน	จำนวน เตียง	แพทย์		จำนวนผู้มั่วตัวอย่าง	
			ข้าราชการ พนักงานของ รัฐบาล	แพทย์ อัตราจ้าง	ข้าราชการ พนักงาน ของรัฐบาล	แพทย์ อัตราจ้าง
1	รพท.นครพิงค์	519	91	2	22	0
2	รพช.จอมทอง	158	17	0	5	0
3	รพช.แม่แจ่ม	30	4	0	2	0
4	รพช.เชียงดาว	60	6	0	3	0
5	รพช.ดอยสะเก็ด	60	5	1	1	0
6	รพช.แม่แตง	54	5	0	1	0
7	รพช.สะเมิง	30	2	0	1	0
8	รพช.ฝาง	90	11	0	3	0
9	รพช.แม่อาย	70	4	0	1	0
10	รพช.พร้าว	60	4	0	1	0
11	รพช.สันป่าตอง	120	16	0	3	0
12	รพช.สันกำแพง	30	3	0	1	0
13	รพช.สันทราย	53	6	0	1	0
14	รพช.หางดง	25	4	0	1	0
15	รพช.ฮอด	60	4	0	1	0
16	รพช.ดอยเต่า	30	2	0	1	0
17	รพช.อมก๋อย	30	3	0	1	0
18	รพช.สารภี	30	5	0	1	0
19	รพช.เวียงแหง	30	1	0	1	0
20	รพช.ไชยปราการ	30	3	0	1	0

ตารางที่ 2 (ต่อ) แสดงจำนวนบุคลากรวิชาชีพแพทย์ในโรงพยาบาลทั่วไปหรือโรงพยาบาลชุมชนใน  
จังหวัดเชียงใหม่

ลำดับ ที่	หน่วยงาน	จำนวน เตียง	แพทย์		จำนวนคู่ตัวอย่าง	
			ข้าราชการ พนักงานของ รัฐบาล	แพทย์ อัตราจ้าง	ข้าราชการ พนักงาน ของรัฐบาล	แพทย์ อัตราจ้าง
21	รพช.แม่วาง	30	5	0	1	0
22	รพช.แม่ออน	18	3	0	1	0
23	รพช.ดอยหล่อ	30	1	0	1	0
	รวม	1647	205	3	55	0

ที่มา : ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ 2551

(ข้อมูลณ วันที่ 30 กันยายน 2550) หมายเหตุ รพท. หมายถึง โรงพยาบาลทั่วไป

รพช. หมายถึง โรงพยาบาลชุมชน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

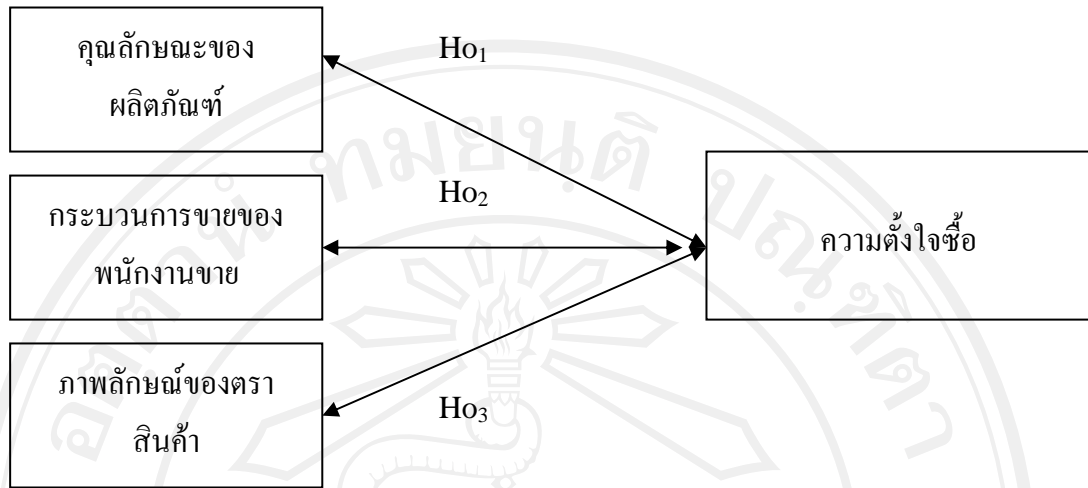
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนบุคลากรวิชาชีพแพทย์ที่ปฏิบัติงานในสถานเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	หน่วยงาน	จำนวน เตียง	แพทย์		จำนวนผู้มั่วตัวอย่าง	
			Full time	part time	Full time	part time
1	โรงพยาบาลเซนต์ปีเตอร์	37	3	0	1	0
2	โรงพยาบาลลานนา	133	28	0	7	0
3	โรงพยาบาลหมอวงศ์	49	1	0	0	0
4	โรงพยาบาลราชเวช	100	22	120	5	0
5	โรงพยาบาลช้างเผือก	101	8	4	2	0
6	โรงพยาบาลเทพปัญญา	130	15	40	4	0
7	โรงพยาบาลเซ็นทรัลเมโมเรียล	60	7	43	2	0
8	โรงพยาบาลรวมแพทย์	100	5	0	1	0
9	โรงพยาบาลเชียงใหม่ไกรลือหมอ	56	8	38	2	0
10	โรงพยาบาลแมคเคน	60	4	1	1	0
11	โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม	220	42	115	11	0
12	โรงพยาบาลแมคคอร์มิค	400	44	23	11	0
13	โรงพยาบาลสยามราษฎร์	30	3	15	1	0
14	สถานพยาบาลโรคเด็กและ เวชกรรมทั่วไป	28	5	0	1	0
15	สถานบริการสุขภาพพิเศษ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	138	11	0	3	0
รวม		1,642	206	399	52	0

ที่มา : ฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ 2551

(ข้อมูลณ วันที่ 30 กันยายน 2550)

### กรอบแนวคิดในการศึกษา



รูปที่ 1 แสดงถึงกรอบแนวคิดในการศึกษา

#### สมมติฐานการวิจัย

H<sub>01</sub> = คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ

H<sub>02</sub> = คุณลักษณะกระบวนการขายของพนักงานขายมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ

H<sub>03</sub> = คุณลักษณะของตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ

### 3.2 วิธีการศึกษา

#### 3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของอิทธิพลตัวกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ มีแหล่งข้อมูล 2 แหล่งซึ่งประกอบด้วย

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแพทย์ที่ประจำในโรงพยาบาลของโรงพยาบาล โรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 297 ชุด

2) **ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** ศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้เก็บรวบรวมและตีพิมพ์ไว้ในหนังสือ เอกสารและสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ อาทิ วารสาร คำบรรยาย บทความ วิทยานิพนธ์ ตำราทั้งภาษาไทย ข้อมูลจากระบบอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถามสัมภาษณ์แพทย์ที่ทำงานประจำอยู่ในโรงพยาบาลจังหวัดเชียงใหม่ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของแพทย์ ได้แก่ เพศ อายุ สาขาวิชาที่ทำงาน ขนาดโรงพยาบาลที่ทำงาน จำนวนคนไข้ที่รับผิดชอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลตัวกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์เพื่อใช้ในโรงพยาบาล ได้แก่ ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลกระบวนการขายโดยใช้พนักงานขาย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลภาพลักษณ์ตราสินค้าที่แพทย์เลือกใช้

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์

### 3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปตามขั้นตอนต่อไปนี้

1) ตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับ

2) บันทึกข้อมูลจากแบบสอบถามลงในโปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามส่วนที่ 2 – 5 ซึ่งเป็นคำถามการวัดสเกลทัศนคติ (Likert Scale) (คุณทลี รันรัมย์, 2546) ซึ่งแต่ละข้อคำถามแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก ปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด โดยแต่ละระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้



ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
น้อยที่สุด	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
มาก	4
มากที่สุด	5

การกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยเพื่อการวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ จากช่วงค่าเฉลี่ยต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 จัดอยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 จัดอยู่ในระดับ เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 จัดอยู่ในระดับ เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 จัดอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 จัดอยู่ในระดับ เห็นด้วยมากที่สุด

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามทั้ง 297 ชุด ได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

1) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายส่วนลักษณะส่วนบุคคลของประชากร คือ เพศ อายุ สาขาวิชาที่ทำงาน ขนาดโรงพยาบาลที่ทำงาน จำนวนคนไข้ที่รับผิดชอบ

2) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้อธิบายระดับความคิดเห็นต่อตัวกระตุ้นทางการตลาดทั้ง 3 ด้าน

3) สถิติการทดสอบค่าที (Independent Sample T – test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามกับความคิดเห็นต่อตัวกระตุ้นทางการตลาด ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการขายของพนักงานขาย ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และเปรียบเทียบกับความคิดเห็นด้านภาพรวมความตั้งใจซื้อ

4) การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) เพื่อทดสอบว่าคำถามในแบบสอบถาม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

5) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอย (Linear Regression) ระหว่างตัวแปรด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการขายของพนักงานขาย ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า กับความคิดเห็นด้านภาพรวมความตั้งใจซื้อ

### 3.5 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา

สถานที่ใช้ในการดำเนินงานศึกษาวิจัยและรวบรวมข้อมูล คือ โรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

### 3.6 ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 1 ปี คือระหว่างเดือนเมษายน 2551 – เมษายน 2552 และการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้ระยะเวลาทั้งหมด 4 เดือน คือ เดือน กันยายน 2551 – ธันวาคม 2551

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai lamp (Lampad) with a flame. The elephant's trunk is curled upwards towards the lamp. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved