

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ในสาธารณรัฐประชาชนจีน” ครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Mixed methods approach : qualitative and quantitative research design) เพื่อศึกษาสถานการณ์ตลาดของการประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ ลักษณะวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมีดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงตารางขั้นตอนการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์	ระเบียบวิธีวิจัย	แนวคิด/ทฤษฎี	ระเบียบวิธีวิจัย		
			แหล่งข้อมูล	วิธีการเก็บข้อมูล	เครื่องมือ
1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์	การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)	- ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค - ทฤษฎีประกันสุขภาพ - ทฤษฎีการส่งเสริมสุขภาพ	- ผู้บริหารบริษัทประกันภัยระดับสูง - ผู้บริหารบริษัทประกันภัยระดับกลาง	- การสัมภาษณ์เชิงลึก - การสังเกตการณ์ - การรวบรวมเอกสารและวัสดุ	- แบบสัมภาษณ์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้ประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์	การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)	- การสื่อสารการตลาด - ทฤษฎีสื่อใหม่	- ลูกค้าประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์	- การสำรวจ	- แบบสอบถาม

3. เพื่อศึกษา แนวทางการ ใช้สื่อใหม่เพื่อ ส่งเสริม การตลาด ประกัน สุขภาพเชิง พาณิชย์	การวิจัยเชิง คุณภาพ (Qualitative research)	- ทฤษฎี พฤติกรรม ผู้บริโภค - ทฤษฎีสื่อ ใหม่ - ทฤษฎี ประกัน สุขภาพ - ทฤษฎี นวัตกรรม	ข้อมูลจาก วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 และ 2	- การ สังเคราะห์ งานวิจัย	- แบบ สังเคราะห์ การวิจัย
--	---	---	--	---------------------------------	---------------------------------

จากตารางที่ 3.1 ตารางขั้นตอนการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย แสดงให้เห็นถึง วัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ เพื่อที่จะทำความเข้าใจภาพรวมของการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ในประเทศไทย ประการแรก วิจัยมุ่งศึกษา กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ ซึ่งจะดำเนินการด้วย ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ และการรวบรวมเอกสารจากผู้บริหารบริษัทประกันภัยทั้งระดับสูง และระดับกลางเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ และอาศัยแนวคิดจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค, ทฤษฎีประกันสุขภาพ, ทฤษฎีการส่งเสริมสุขภาพ, การสื่อสารการตลาด และทฤษฎีสื่อใหม่เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ประการที่สอง ศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ โดยจะใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เข้าถึงข้อมูลผ่าน แบบสอบถาม (Questionnaire Survey) ที่ถูกออกแบบมาเพื่อเก็บข้อมูลจากลูกค้าประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์โดยตรง และประการสุดท้าย คือการศึกษา แนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ ซึ่งยังคงเป็นแนวทาง วิจัยเชิงคุณภาพ โดยจะอาศัยข้อมูลที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 เป็นฐานในการวิเคราะห์ ควบคู่กับการสังเคราะห์ โดยงานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งความเข้าใจที่ครอบคลุมเกี่ยวกับกลไกและแนวทางการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ในยุคที่สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทสำคัญ

3.1 การวิจัยขั้นตอนที่ 1

การวิจัยในขั้นตอนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์กลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant)

ในขั้นตอนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ การวิจัยนี้วางแผนที่จะเลือกผู้บริหารบริษัทประกันภัย 3 แห่งในประเทศจีน ได้แก่ บริษัท China Life, Pacific Insurance และ Ping An Insurance จำนวน 12 ท่าน โดยแบ่งเป็น ผู้บริหารบริษัทประกันภัยระดับสูง จำนวน 4 ท่าน และผู้บริหารบริษัทประกันภัยระดับกลาง จำนวน 8 ท่าน โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้บริหารมีดังนี้

1.1 ผู้บริหารบริษัทประกันภัยระดับสูง

1.1.1 ดำรงตำแหน่งผู้จัดการแผนก, รองผู้จัดการ, หรือตำแหน่งบริหารอื่นที่มีอำนาจตัดสินใจ

1.1.2 มีประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมประกันภัยเชิงพาณิชย์อย่างน้อย 5 ปี เพื่อให้แน่ใจว่ามีพื้นฐานความรู้และประสบการณ์ภาคปฏิบัติที่เพียงพอ

1.1.3 ได้มีส่วนร่วมหรือเป็นผู้นำโครงการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือโครงการด้านการตลาดอย่างน้อยหนึ่งโครงการในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

1.2 ผู้บริหารบริษัทประกันภัยระดับกลาง

1.2.1 ดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่าย, ผู้ช่วยผู้จัดการ, หรือหัวหน้าทีม

1.2.2 มีประสบการณ์การทำงานในอุตสาหกรรมประกันภัยอย่างน้อย 3 ปี เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน

1.2.3 มีส่วนร่วมในการดำเนินงานโครงการนวัตกรรมหรือโครงการตลาดสื่อใหม่ เพื่อให้สามารถให้ประสบการณ์จริงและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของโครงการได้

2. ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาครั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจะดำเนินการผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือหลัก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับกลาง โดยครอบคลุม 8 ประเด็น ได้แก่ แนวโน้มการตลาด, ปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบ, การปฏิบัติทางการตลาดดิจิทัล, มาตรการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์, สถานการณ์การแข่งขัน, ความท้าทายและโอกาสที่ต้องเผชิญ, ผลกระทบของนโยบายและกฎระเบียบ และทิศทางตลาดในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากประเด็นเหล่านี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่การกำหนดข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมในอนาคตได้อย่างแท้จริง

3. เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้เลือกใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือหลัก

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ดำเนินการในการวิจัยนี้มีดังนี้

4.1 การเข้ารหัสข้อมูลและการระบุประเด็น

บนพื้นฐานของข้อมูลการสัมภาษณ์ที่เก็บรวบรวมได้ การวิจัยนี้จะดำเนินการเข้ารหัสข้อมูล โดยเริ่มจากการเข้ารหัสแบบเปิด (Open Coding) เพื่อระบุประเด็นสำคัญ, แนวคิด, และความคิดเห็นที่เกิดขึ้นจากถ้อยคำของผู้ให้ข้อมูล จากนั้นจะใช้ การเข้ารหัสแบบแกน (Axial Coding) เพื่อจัดระเบียบและเชื่อมโยงรหัสเบื้องต้นเหล่านั้นเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างหมวดหมู่และประเด็นที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์

4.2 การวิเคราะห์ประเด็นเชิงลึก

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ประเด็นที่ระบุได้จากขั้นตอนการเข้ารหัส โดยสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเหล่านั้นกับคำถามการวิจัย ในกระบวนการนี้จะมุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจมุมมองที่แตกต่างกันของผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับกลางเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด, นวัตกรรมผลิตภัณฑ์, และความท้าทายที่พบเจอ รวมถึงแรงจูงใจและบริบทเบื้องหลังมุมมองเหล่านั้น

4.3 การเชื่อมโยงกับทฤษฎี

ในระหว่างการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะเชื่อมโยงรูปแบบและประเด็นที่พบในข้อมูลกับทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค, ทฤษฎีสื่อใหม่ และทฤษฎีประกันภัย สิ่งนี้จะช่วยในการอธิบายและทำความเข้าใจข้อค้นพบของการวิจัยภายใต้กรอบทฤษฎีที่กว้างขึ้น และยังช่วยเพิ่มความลึกและความน่าเชื่อถือให้กับงานวิจัยอีกด้วย

4.4 ตรวจสอบและทบทวนผลลัพธ์

ตลอดกระบวนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยจะดำเนินการ ตรวจสอบและทบทวนผลลัพธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่วิเคราะห์นั้นสามารถตอบคำถามวิจัยได้อย่างครบถ้วน และจะคำนึงถึงความเป็นไปได้ที่จะเกิดอคติในการวิเคราะห์ เพื่อคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจะให้ข้อมูลเชิงลึกที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการใช้สื่อใหม่ ซึ่งเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการนำเสนอแผนกลยุทธ์และข้อเสนอแนะที่มีประสิทธิภาพต่อไป

4.5 การตรวจสอบข้อมูล

เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพและความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพ งานวิจัยนี้ใช้วิธีการตรวจสอบที่หลากหลาย โดยมีการดำเนินการในการวิจัยนี้มีดังนี้

4.5.1 การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล โดยการวิจัยนี้จะดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่เก็บรวบรวม ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบให้แน่ใจว่าบันทึกการสัมภาษณ์ทั้งหมดสมบูรณ์และไม่มีข้อมูลที่ขาดหายไปหรือเข้าใจผิดในระหว่างกระบวนการถอดความ

4.5.2 การยืนยันความถูกต้องของการถอดความการสัมภาษณ์ โดยหลังจากถอดความการสัมภาษณ์เสร็จสิ้น การวิจัยนี้จะตรวจสอบข้อความที่ถอดความอย่างรอบคอบ โดยเปรียบเทียบกับบันทึกเสียงต้นฉบับ เพื่อให้มั่นใจในความถูกต้องของการถอดความ หากจำเป็น จะมีการถอดความและตรวจสอบส่วนที่ไม่ชัดเจนหรือกำกวมใหม่

4.5.3 การตรวจสอบความสอดคล้องของการเข้ารหัสและการวิเคราะห์ประเด็น โดยในกระบวนการเข้ารหัสข้อมูลและการวิเคราะห์ประเด็น เพื่อให้มั่นใจในความสอดคล้องและลดอคติส่วนบุคคล โดยทั่วไปนักวิจัยสองคนขึ้นไปจะทำการเข้ารหัสอย่างอิสระ จากนั้นจะเปรียบเทียบและปรึกษาหารือผลลัพธ์เพื่อหาข้อสรุปที่ตรงกัน

4.5.4 การตรวจสอบโดยสมาชิก (Member Checking) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลเพิ่มเติม การวิจัยนี้จะใช้วิธีการตรวจสอบโดยสมาชิก ซึ่งหมายถึงการส่งข้อค้นพบเบื้องต้นของการวิจัยกลับไปยังผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์บางส่วน เพื่อสอบถามว่าพวกเขาเห็นว่าข้อสรุปเหล่านี้สะท้อนถึงมุมมองและคำกล่าวของพวกเขาได้อย่างถูกต้องหรือไม่

4.5.5 การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการวิจัยนี้ยังจะใช้การตรวจสอบแบบสามเส้าเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งรวมถึงการเปรียบเทียบและยืนยันข้อมูลจากแหล่งที่มาที่แตกต่างกัน เพื่อยืนยันความสอดคล้องและความถูกต้องของข้อค้นพบ

3.2 การวิจัยขั้นตอนที่ 2

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ การวิจัยขั้นตอนนี้เน้นการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์โดยอาศัยข้อมูลเชิงปริมาณผ่านการสำรวจด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire Survey) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยนี้คือ ลูกค้าประกันสุขภาพของบริษัท China Life, Pacific Insurance และ Ping An Insurance

2. การสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงประมาณการขนาดประชากรกลุ่มเป้าหมายจากข้อมูลผู้ซื้อกรมธรรม์ประกันสุขภาพ โดยอ้างอิงจากรายงานจำนวนลูกค้าของบริษัทแปซิฟิกประกันภัย (CPIC) ที่มีจำนวนลูกค้ามากกว่า 1.8 พันล้านคน ซึ่งจัดอยู่ในประเภทประชากรขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด การใช้สูตรของ Cochran (Cochran, 1977 อ้างใน อีรุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน แต่ทราบว่ามีจำนวนมากและต้องการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรกรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากรหรือ $p = 0.5$ ใช้สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
	Z	แทน	ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ
	P	แทน	สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร
เกิดขึ้นได้	e	แทน	ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้

เมื่อแทนค่าตามสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416}{0.01}$$

$$n = 384.16$$

ดังนั้นในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างไว้ ไม่น้อยกว่า 385 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยในระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้พัฒนา แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมและความคิดเห็นของลูกค้าประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์จาก 3 บริษัทหลักได้แก่ China Life, Pacific Insurance และ Ping An Insurance เพื่อให้การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและครอบคลุม ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามใน รูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งช่วยให้สามารถเผยแพร่และเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและสะดวก อีกทั้งยังเพิ่มโอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะสามารถเข้าถึงและกรอกข้อมูลได้จากทุกที่ เพื่อรับรองความถูกต้องและน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการ ทดสอบนำร่อง (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กจำนวน 30 คน ก่อนการแจกจริง การทดสอบนี้ช่วยให้สามารถตรวจสอบความชัดเจนของคำถาม, ความสมเหตุสมผลของเนื้อหา และความเข้าใจของผู้ตอบ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามมีความถูกต้องแม่นยำที่สุดก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

4. การเก็บข้อมูล

การวิจัยนี้จะกำหนดกรอบเวลา 2 เดือนสำหรับการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมมีเวลาเพียงพอในการตอบคำถาม และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด เมื่อแบบสอบถามถูกเก็บรวบรวม การวิจัยนี้จะเริ่มดำเนินการจัดระเบียบข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบความสมบูรณ์ การคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่ถูกต้องหรือไม่สมบูรณ์ ข้อมูลแบบสอบถามที่สมบูรณ์และถูกต้องจะถูกบันทึกในตารางข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติที่จะตามมา ในระหว่างการป้อนข้อมูล การวิจัยนี้จะให้ความสำคัญกับความถูกต้อง เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดในการป้อนข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จสิ้นลงอย่างครบถ้วน ผู้วิจัยได้ก้าวเข้าสู่ขั้นตอนสำคัญของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่เก็บรวบรวมมาอย่างเป็นระบบ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของลูกค้าประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ โดยกระบวนการวิเคราะห์แบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และ การวิเคราะห์ทางสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistical Analysis) ดังนี้:

5.1 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อสำรวจลักษณะการแจกแจงของตัวแปรทางประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ประเภทตำแหน่ง อายุงาน และวุฒิการศึกษา รวมถึงตัวแปรหลักของการวิจัย ได้แก่ การแข่งขันในตลาด, ความต้องการของลูกค้า, วัฒนธรรมนวัตกรรม, และ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมสื่อใหม่ การวิเคราะห์นี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของโครงสร้างกลุ่มตัวอย่างและการกระจายตัวของข้อมูลพื้นฐาน

5.2 ผู้วิจัยได้นำค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha มาใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องภายในของตัวแปรแฝงหลักแต่ละตัว หลังจากนั้น จึงดำเนินการประเมินความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ซึ่งครอบคลุมทั้งความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ (Convergent Validity) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างตัวชี้วัดของแนวคิดเดียวกัน และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) เพื่อยืนยันว่าแนวคิดที่แตกต่างกันนั้นสามารถแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน การตรวจสอบความเที่ยงตรงนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อยืนยันความเข้ากันได้ระหว่างตัวชี้วัดแต่ละตัวกับแนวคิดทางทฤษฎี ควบคู่ไปกับการใช้เกณฑ์ Fornell-Larcker ในการประเมินความแตกต่างระหว่างแนวคิดแต่ละตัว

5.3 ผู้วิจัยได้ก้าวไปสู่การสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อสำรวจความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลที่ซับซ้อนระหว่างประสิทธิภาพการสื่อสารภายใน การฝึกอบรมพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงาน และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ นอกจากนี้ ยังมีการใช้วิธีการบูตสตรปปิง (Bootstrapping) เพื่อสร้างการสุ่มตัวอย่างจำนวนมากสำหรับการวิเคราะห์เส้นทาง

3.3 การวิจัยขั้นตอนที่ 3

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคของตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มาสังเคราะห์ให้ได้แนวทางการใช้สื่อใหม่เพื่อส่งเสริมการตลาดประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ในประเทศจีน