บทที่ 3
การดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาสภาพการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสภาวะการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านขายยาแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน ศึกษาโครงสร้างการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบดั้งเดิม เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม เพื่อศึกษาการรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจ (Cluster) ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม และเพื่อสำรวจความต้องการพัฒนาตนเองและการสนับสนุนจากภาครัฐของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม ประชากรในการศึกษาครั้งนี้เป็น “ประชากรกลุ่มเป้าหมาย” โดยกำหนดตัวแทนมาจากร้านขายยาแบบดั้งเดิมในประเทศไทย จำนวน 400 ร้าน โดยแบ่งตัวแทนจากพื้นที่เป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่ม ๆ ละ 80 คน ประกอบด้วย จาก1) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ภาคกลางและภาคตะวันออก 3) ภาคเหนือ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 5) ภาคใต้ รวมทั้งสิ้น 400 คน

3.1 **ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย** ประกอบด้วย

1) การศึกษา เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และประชุมคณะผู้วิจัยเพื่อกำหนดรายละเอียดแผนการวิจัย และกำหนดบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงาน

2) การประสาน เข้าพื้นที่ใน 5 กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มละ 5 ร้านค้า รวม 25 แห่ง เพื่อสำรวจข้อมูลเบื้องต้น นำมาปรับปรุงการสร้างเครื่องมือการวิจัย

3) การเก็บข้อมูลจากตัวแทนจากพื้นที่เป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่มๆ ละ 80 คน ประกอบด้วย จาก 1) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ภาคกลางและภาคตะวันออก 3) ภาคเหนือ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 5) ภาคใต้ รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยคณะผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัย

4) การวิเคราะห์ข้อมูล และประชุมคณะผู้วิจัยเพื่อร่วมพิจารณาผลการวิจัยร่วมกันร่างสรุปผลการวิจัย

5) การประสาน เข้าพื้นที่ใน 5 กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มละ 5 ร้านค้า รวม 25 แห่ง เพื่อนำร่างสรุปผลการวิจัยไปขอความคิดเห็น

6) การประชุมคณะผู้วิจัยเพื่อร่วมพิจารณาผลการวิจัยลร่วมกันสรุปผลการวิจัย

7) การจัดทำรายงานผลการวิจัย

3.2 ประชากรกลุ่มเป้าหมาย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ประชากรกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรร้านขายยาแบบดั้งเดิมในประเทศไทย จำนวน 400 คนกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกจากกลุ่มประชากรโดยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มละ 80 คน จำนวน 5 กลุ่ม(แยกตามภาค) ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนประชากรเป้าหมาย

กลุ่ม(แบ่งตามภาค)	จังหวัด	กลุ่มตัวอย่าง
1) กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	1.กรุงเทพมหานคร 2. ปริมณฑล ประกอบด้วย นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม	รวม 80 คน
2) ภาคกลางและตะวันออก	1. ชลบุรี 2. อยุธยา	รวม 80 คน
3) ภาคเหนือ	1. เชียงใหม่ 2. พิษณุโลก	รวม 80 คน
4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1. อุดรธานี 2. นครราชสีมา	รวม 80 คน
5) ภาคใต้	1. สงขลา 2. สุราษฎร์ธานี	รวม 80 คน
	รวมทั้งสิ้น	**รวม 400 คน**

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม เพื่อให้สามารถนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ โดยออกแบบเครื่องมือให้ครอบคลุมตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เครื่องมือประกอบด้วย 1) แบบให้เลือกตอบ 2) แบบแสดงระดับความคิดเห็นเป็น Rating scales และ 3) แบบคำถามปลายเปิด โดยแบ่งเป็น ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 2 สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ตอนที่ 3 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ตอนที่ 4 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ตอนที่ 5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

ตอนที่ 6 สภาพปัญหาและอุปสรรค ความต้องการพัฒนาตนเอง และความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจค้าปลีกร้านขายยาแบบดั้งเดิม

การกำหนดค่าคะแนน

1. การแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ ต่อผลกระทบในการดำเนินการธุรกิจ

ระดับคะแนน

5	แสดงความเห็นว่า	เกิดขึ้นในระดับมากที่สุด	กระทบมากที่สุด
4	แสดงความเห็นว่า	เกิดขึ้นในระดับมาก	กระทบมาก
3	แสดงความเห็นว่า	เกิดขึ้นในระดับปานกลาง	กระทบปานกลาง
2	แสดงความเห็นว่า	เกิดขึ้นในระดับน้อย	กระทบน้อย
1	แสดงความเห็นว่า	เกิดขึ้นในระดับน้อยที่สุด	กระทบน้อยที่สุด

2. การแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ (สำหรับการวิเคราะห์ SWOT)

ระดับคะแนน

5	แสดงความเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด	ของ SWOT
4	แสดงความเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับมาก	ของ SWOT
3	แสดงความเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับปานกลาง	ของ SWOT
2	แสดงความเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับน้อย	ของ SWOT
1	แสดงความเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับน้อยที่สุด	ของ SWOT

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ย

1. การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น ต่อผลกระทบในการดำเนินการธุรกิจ

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายความว่า เกิดขึ้นในระดับมากที่สุด	หรือกระทบมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายความว่า เกิดขึ้นในระดับมาก	หรือกระทบมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายความว่า เกิดขึ้นในระดับปานกลาง	หรือกระทบปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายความว่า เกิดขึ้นในระดับน้อย	หรือกระทบน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายความว่า เกิดขึ้นขึ้นในระดับน้อยที่สุด	หรือกระทบน้อยที่สุด

2. การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น สำหรับการวิเคราะห์ SWOT
(ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภยันตราย ต่อการดำเนินการธุรกิจ)

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายความว่า เป็นปัจจัยนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด	ของ SWOT
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายความว่า เป็นปัจจัยนั้นอยู่ในระดับมาก	ของ SWOT
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายความว่า เป็นปัจจัยนั้นอยู่ในระดับปานกลาง	ของ SWOT
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายความว่า เป็นปัจจัยนั้นอยู่ในระดับน้อย	ของ SWOT
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายความว่า เป็นปัจจัยนั้นอยู่ในระดับน้อยที่สุด	ของ SWOT

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยจัดแบ่งผู้เก็บข้อมูลเข้าไปในพื้นที่ ที่ได้กำหนดไว้ เพื่อส่งแบบสอบถามด้วยตนเองและรอรับเมื่อการกรอกข้อมูลเสร็จสิ้นลง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือและอาศัยข้อมูลทุติยภูมิเป็นแผนที่ชี้ทิศทางสถานที่ประกอบการในจังหวัดต่าง ๆ โดยร้านค้าส่วนมากจะอยู่ในย่านชุมชน และในเขตตัวอำเภอ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยใช้ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับแบบสอบถามปลายเปิดใช้การวิเคราะห์โดยการรวบรวม จำแนกแยกแยะ จัดกลุ่ม และการเขียนเป็นความเรียง (Descriptive)