

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสภาวะการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมในปัจจุบัน ศึกษาโครงสร้างการจัดการที่เปลี่ยนแปลงไปของธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคาม ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อศึกษาการรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม และเพื่อสำรวจความต้องการพัฒนาตนเองและการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ประชากรในการศึกษาค้นครั้งนี้เป็นร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทยที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคตั้งอยู่ในเขตชุมชนหรือหมู่บ้านเพื่ออำนวยความสะดวกตามความต้องการของลูกค้าชั้นสุดท้าย ซึ่งมีปริมาณสินค้าแต่ละชนิดจำนวนน้อยและมักเป็นสินค้าสิ้นเปลืองใช้แล้วหมดไปในชีวิตประจำวัน กำหนดขนาดตัวอย่างจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย จำนวน 304 ร้าน โดยแบ่งตัวแทนจากพื้นที่เป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่มๆ ละ 50-70 คนขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรแต่ละกลุ่ม ประกอบด้วย 1) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ภาคกลางและภาคตะวันออก 3) ภาคเหนือ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 5) ภาคใต้ รวมทั้งสิ้น 304 คน

3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

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 50-70 คน ประกอบด้วย จาก 1) กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ภาคกลางและภาคตะวันออก 3) ภาคเหนือ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 5) ภาคใต้ รวมทั้งสิ้น 304 คน โดยคณะผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัย

- 4) การวิเคราะห์ข้อมูล และประชุมคณะผู้วิจัยเพื่อร่วมพิจารณาผลการวิจัยร่วมกันร่างสรุปผลการวิจัย
- 5) การประสาน เข้าพื้นที่ใน 5 กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มละ 5 ร้านค้า รวม 25 แห่ง เพื่อนำร่างสรุปผลการวิจัยไปขอความคิดเห็น
- 6) การประชุมคณะผู้วิจัยเพื่อร่วมพิจารณาผลการวิจัยร่วมกันสรุปผลการวิจัย
- 7) การจัดทำรายงานผลการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ประชากรคือร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทยที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคตั้งอยู่ในเขตชุมชนหรือหมู่บ้านเพื่ออำนวยความสะดวกตามความต้องการของลูกค้าชั้นสุดท้าย ซึ่งมีปริมาณสินค้าแต่ละชนิดจำนวนน้อยและมักเป็นสินค้าสิ้นเปลืองใช้แล้วหมดไปในชีวิตประจำวันซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดตัวอย่าง 304 ตัวอย่างและเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนคือภาค จังหวัดและร้านค้าโดยแบ่งตัวแทนจากพื้นที่เป้าหมายออกเป็น 5 กลุ่ม ๆ ละประมาณ 60 คน ประกอบด้วย จากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, ภาคกลางและภาคตะวันออก, ภาคเหนือ, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เลือกจากกลุ่มประชากรโดยใช้วิธีเจาะจงตามความเต็มใจของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะกำหนดตามสัดส่วนของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในแต่ละพื้นที่ จำนวน 5 กลุ่ม(แยกตามภาค) ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนตัวอย่าง

กลุ่ม (แบ่งตามภาค)	จังหวัด	กลุ่มตัวอย่าง
1) กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล	1. กรุงเทพมหานคร 2. ปริมณฑล ประกอบด้วย นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม	รวม 65 คน
2) ภาคกลางและตะวันออก	1. ชลบุรี 2. อุทัย	รวม 68 คน
3) ภาคเหนือ	1. เชียงใหม่ 2. พิษณุโลก	รวม 53 คน
4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1. อุดรธานี 2. นครราชสีมา	รวม 61 คน
5) ภาคใต้	1. สงขลา 2. สุราษฎร์ธานี	รวม 57 คน
	รวมทั้งสิ้น	รวม 304 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

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

- ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ
- ตอนที่ 2 สถานะการแข่งขันทางธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- ตอนที่ 3 โครงสร้างการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- ตอนที่ 4 การรวมกลุ่มและการเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ตอนที่ 5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภัยคุกคามของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

ตอนที่ 6 สภาพปัญหาและอุปสรรค ความต้องการพัฒนาตนเอง และความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ของธุรกิจร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม

การกำหนดค่าคะแนน

1. การแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ ต่อผลกระทบในการดำเนินการธุรกิจ

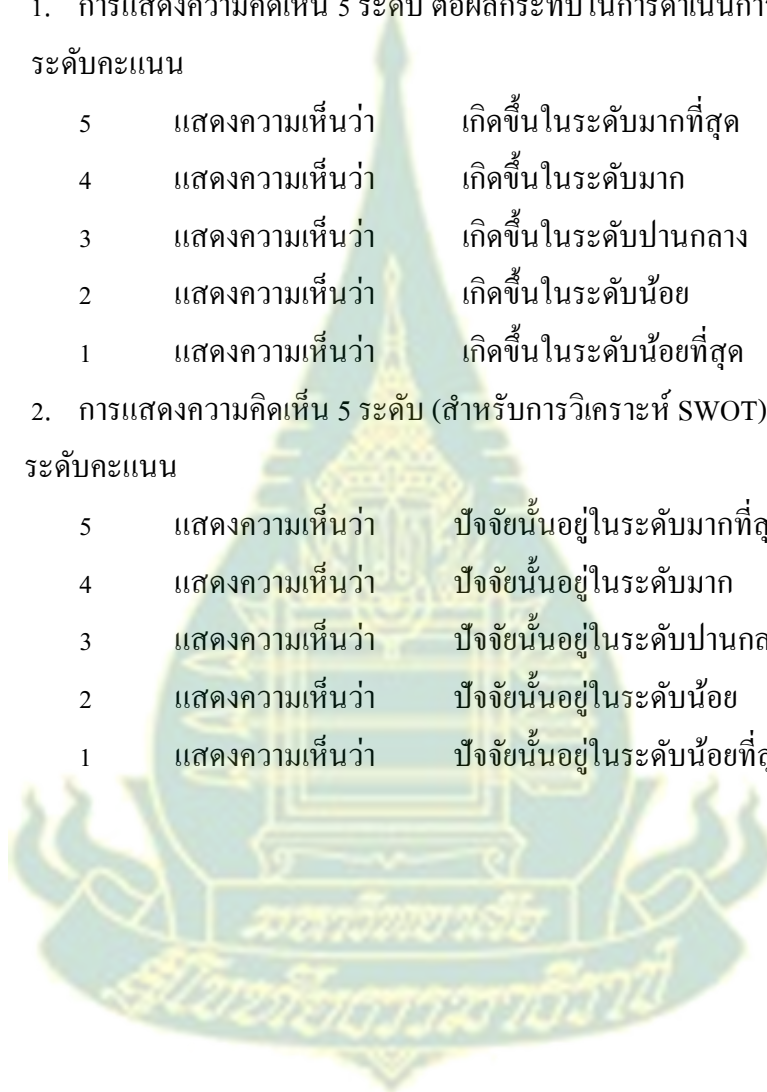
ระดับคะแนน

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

2. การแสดงความคิดเห็น 5 ระดับ (สำหรับการวิเคราะห์ SWOT)

ระดับคะแนน

5	แสดงความคิดเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับมากที่สุด	ของ SWOT
4	แสดงความคิดเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับมาก	ของ SWOT
3	แสดงความคิดเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับปานกลาง	ของ SWOT
2	แสดงความคิดเห็นว่า	ปัจจัยนั้นอยู่ในระดับน้อย	ของ SWOT
1	แสดงความคิดเห็นว่า	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 เกิดขึ้นในระดับน้อยที่สุด	หรือกระทบน้อยที่สุด
2. การแปลค่าคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็น สำหรับการวิเคราะห์ SWOT (ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยอันตราย 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

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยจัดแบ่งผู้เก็บข้อมูลเข้าไปในพื้นที่ ที่ได้กำหนดไว้ เพื่อใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง และอาศัยข้อมูลทุติยภูมิเป็นแผนที่ชี้ทิศทางสถานที่ประกอบการในจังหวัดต่างๆ โดยร้านค้าส่วนมากจะอยู่ในย่านชุมชน และในเขตตัวอำเภอ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับแบบสอบถามปลายเปิดใช้การวิเคราะห์โดยการรวบรวม จำแนก แยกแยะ จัดกลุ่ม และการเขียนเป็นความเรียง (Descriptive)