

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก ได้ออกแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) แบบ Explanatory Research โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์และสมรรถนะของร้านค้าปลีก 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีก และ 3) สร้างแบบจำลองของปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะของร้านค้าปลีกทั้งนี้ได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมหรือแนวคิดทฤษฎีเพื่อสร้างแบบจำลองหรือกรอบแนวคิด ก่อนที่จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสำรวจ (Survey) และวิเคราะห์ทางสถิติด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) และดำเนินการสร้างแบบจำลองโดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

3.1 รูปแบบการวิจัย

รูปแบบการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Tashakkori & Teddie, 1998; Caracelli & Greene, 1993) เป็นกระบวนการที่เน้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการผสมผสาน การวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Creswell, 2005; Creswell, & Plano Clark, 2007) ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง และสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้น ผู้วิจัยจึงจะนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และผลการวิเคราะห์ที่ได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์ มาทำการแปลผลว่ามีความสอดคล้อง และสนับสนุนกันหรือไม่ หรือมีประเด็นใดที่มีความขัดแย้งหรือแตกต่างกัน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ

การเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ

ตอนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการด้านระบบการกระจายสินค้าและการตลาด จำนวน 5 คน แบ่งตามช่องทางที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าจากรุทกิจไปยังตลาด ดังต่อไปนี้

- โรงงานผลิตยาและเวชภัณฑ์
- ธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายสินค้า
- คนกลาง พ่อค้าคนกลาง และตัวแทนคนกลาง
- ธุรกิจที่ให้บริการทางการตลาด
- ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในรูปแบบการขายส่ง

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) คือ ผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญด้านร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ จำนวน 4 ท่าน เพื่อรับทราบถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการขายปลีกยาและเวชภัณฑ์ แบ่งตามประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ดังต่อไปนี้

- ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในซูเปอร์เซ็นเตอร์
- ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า
- ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อทั่วไป
- ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ แยกตามประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ที่จดทะเบียนในรายชื่อของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยเก็บข้อมูลจากผู้จัดการหรือตัวแทนที่รับผิดชอบร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ แสดงตัวอย่าง ดังตารางที่ 3.1 และตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่ม	จำนวน
ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในซูเปอร์เซ็นเตอร์	88
ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า	507
ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อทั่วไป	1,763
ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในรูปแบบการขายส่ง	1,238
รวม	3,596

ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ที่จดทะเบียนในรายชื่อของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อมูลนิติบุคคล	
คำค้น : ยาวเวชภัณฑ์	ช่วงอายุการจดทะเบียน (ปี) : 0 - 150
ประเภทนิติบุคคล : ทั้งหมด	สถานะ : ทั้งหมด
ขนาดธุรกิจ : ทั้งหมด	จังหวัด : ทั้งหมด
ช่วงทุนจดทะเบียน : 0.00 - 1,000,000,000,000.00	ช่วงรายได้รวม : 920,000,000.00 - 21,000,000,000,000.00
ช่วงกำไร (ขาดทุน) สุทธิ : 1,200,000,000,000.00 - 370,000,000,000.00	ช่วงสินทรัพย์รวม : 66,000,000.00 - 7,100,000,000,000.00
ช่วงส่วนของผู้ถือหุ้น : 310,000,000,000.00 - 2,400,000,000,000.00	คุณสมบัติอื่นๆ : -

ลำดับ	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ชื่อนิติบุคคล	ประเภทนิติบุคคล	สถานะ	รหัสประเภทธุรกิจ	ชื่อประเภทธุรกิจ	จังหวัด	ทุนจดทะเบียน (บาท)	รายได้รวม (บาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (บาท)	สินทรัพย์รวม (บาท)	ส่วนของผู้ถือหุ้น (บาท)
1	0233564000052	989 อิมพอร์ต เอ็กซ์พอร์ต	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	ยังดำเนินการอยู่	46109	การขายส่งสินค้าทั่วไป โดยได้รับค่าตอบแทนหรือตามสัญญาจ้าง	ตราด	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	0135559002509	กฎหมายพงศ์พิสุทธิ์ จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนินการอยู่	21001	การผลิตเภสัช ภัณฑ์และเคมี ภัณฑ์ที่ใช้รักษาโรค	กรุงเทพฯ	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ลำดับ	เลขทะเบียน นิติบุคคล	ชื่อนิติบุคคล	ประเภท นิติบุคคล	สถานะ	รหัส ประเภท ธุรกิจ	ชื่อประเภทธุรกิจ	จังหวัด	ทุนจดทะเบียน (บาท)	รายได้รวม (บาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (บาท)	สินทรัพย์ รวม (บาท)	ส่วนของผู้ถือ หุ้น (บาท)
3	0815560003142	กระบี่ เคนท์ จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้า ทางเภสัชภัณฑ์และ เวชภัณฑ์	กระบี่	1,000,000.00	0.00	-15,082.00	968,918.00	954,638.00
4	0125558008007	กวินเวท แอนด์ บิซิเนส จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	46441	การขายส่งสินค้าทาง เภสัชภัณฑ์และการแพทย์	นนทบุรี	1,000,000.00	1,589,631.52	-74,091.40	1,410,379.32	1,251,891.62
5	0145560005940	คลังขา เวชภัณฑ์ จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้า ทางเภสัชภัณฑ์และ เวชภัณฑ์	พระนครศรี อยุธยา	1,100,000.00	1,475,906.55	56,882.58	3,153,384.09	3,129,384.09
6	0105563141275	คลังขาเทพอสา จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้า ทางเภสัชภัณฑ์และ เวชภัณฑ์	กรุงเทพฯ	5,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
7	0205560042089	คลังขาเภสัช จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้า ทางเภสัชภัณฑ์และ เวชภัณฑ์	ชลบุรี	5,000,000.00	3,599,817.30	154,578.84	5,773,781.97	1,810,859.87
8	0105559010960	จ.เจริญเภสัช จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	46441	การขายส่งสินค้าทาง เภสัชภัณฑ์และการแพทย์	กรุงเทพฯ	1,000,000.00	182,515,593.64	9,281,675.14	61,046,675.79	28,158,233.01
9	0105555035887	จีซีซี อินเตอร์ เนชั่นแนล คอนซัลติง จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	46443	การขายส่ง เครื่องสำอาง	กรุงเทพฯ	1,000,000.00	1,230,310.05	6,413.40	2,343,649.01	1,703,707.17

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ลำดับ	เลขทะเบียน นิติบุคคล	ชื่อนิติบุคคล	ประเภท นิติบุคคล	สถานะ	รหัส ประเภท ธุรกิจ	ชื่อประเภท ธุรกิจ	จังหวัด	ทุนจด ทะเบียน (บาท)	รายได้รวม (บาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (บาท)	สินทรัพย์ รวม (บาท)	ส่วนของผู้ ถือหุ้น (บาท)
10	0205563034940	ช.ศิริ แอนด์ โซโลไฟท์ จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	46441	การขายส่งสินค้า ทางเภสัชภัณฑ์	ชลบุรี	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
						และทาง การแพทย์						
11	0625563000448	ชวนชมเภสัช จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	46441	การขายส่งสินค้า ทางเภสัชภัณฑ์ และทาง การแพทย์	กำแพง เพชร	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
12	0903560003778	ชุมทาง ฟาร์มาซี	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทางเภสัช ภัณฑ์และ เวชภัณฑ์	สงขลา	600,000.00	1,721,762.04	267,640.90	912,926.78	898,987.93
13	0505563014237	ซัมฟาร์มา (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทางเภสัช ภัณฑ์และ เวชภัณฑ์	เชียงใหม่	5,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ลำดับ	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ชื่อนิติบุคคล	ประเภทนิติบุคคล	สถานะ	รหัสประเภทธุรกิจ	ชื่อประเภทธุรกิจ	จังหวัด	ทุนจดทะเบียน (บาท)	รายได้รวม (บาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (บาท)	สินทรัพย์รวม (บาท)	ส่วนของผู้ถือหุ้น (บาท)
14	0105563122041	ซิกโน เมดิคอล จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนินการอยู่	21001	การผลิตเภสัชภัณฑ์และเคมีภัณฑ์ที่ใช้รักษาโรค	กรุงเทพฯ	1,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
15	0105553147912	ซี.ที.ฟาร์ม่า จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนินการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	กรุงเทพฯ	2,000,000.00	9,950,283.79	1,944,534.12	540,305.02	-5,613,624.46
16	0105554157903	ชูรุสะ (ประเทศไทย) จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนินการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	กรุงเทพฯ	148,000,000.00	661,545,291.06	748,718.00	277,346,109.84	139,742,744.14
17	0765563000889	ณ วิริษา จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนินการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	เพชรบุรี	500,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ลำดับ	เลขทะเบียน นิติบุคคล	ชื่อนิติบุคคล	ประเภท นิติบุคคล	สถานะ	รหัส ประเภท ธุรกิจ	ชื่อประเภท ธุรกิจ	จังหวัด	ทุนจด ทะเบียน (บาท)	รายได้รวม (บาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (บาท)	สินทรัพย์รวม (บาท)	ส่วนของผู้ถือ หุ้น (บาท)
18	0405557002746	ดริคเซ็นเตอร์ ขอนแก่น จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทาง เภสัชภัณฑ์ และเวชภัณฑ์	ขอนแก่น	1,000,000.00	199,305,262.87	1,551,489.95	20,883,666.16	6,872,553.82
19	0105550120142	ดี-โซน ดริคซ์ สโตร์ จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	46441	การขายส่ง สินค้าทาง เภสัชภัณฑ์ และทาง การแพทย์	กรุงเทพฯ	3,000,000.00	7,907,636.46	355,323.21	5,156,381.02	5,108,812.79
20	0105544104971	ดีดี เมคคิกอล จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทาง เภสัชภัณฑ์ และเวชภัณฑ์	กรุงเทพฯ	1,000,000.00	5,489,005.61	200,731.16	1,575,177.88	522,835.16
21	0105563053198	ดีเคเค ดีไวซ์ จำกัด	บริษัท จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทาง เภสัชภัณฑ์ และเวชภัณฑ์	กรุงเทพฯ	3,000,000.00	0.00	0.00	0.00	0.00

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ลำดับ	เลขทะเบียนนิติบุคคล	ชื่อนิติบุคคล	ประเภทนิติบุคคล	สถานะ	รหัสประเภทธุรกิจ	ชื่อประเภทธุรกิจ	จังหวัด	ทุนจดทะเบียน (บาท)	รายได้รวม (บาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (บาท)	สินทรัพย์รวม (บาท)	ส่วนของผู้ถือหุ้น (บาท)
22	0503562001482	ดีเอส ซัพพลาย แอนด์ เอ็นจิเนียริง	ห้างหุ้นส่วนจำกัด	ยังดำเนินกิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	เชียงใหม่	1,000,000.00	0.00	-4,000.00	998,000.00	996,000.00
23	0105559064768	ที เอ แอล เฮลท์แคร์ จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนินกิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	กรุงเทพฯ	1,000,000.00	2,041.46	-7,258.95	993,708.10	984,428.10
24	0545558000258	ที เอส เฮิร์บ โพรคักส์ จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนินกิจการอยู่	74109	ร้านขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์	แพร่	2,000,000.00	1,814,839.08	-10,141.50	2,359,090.10	2,341,895.45
25	0105554086933	ที. แมน ฟาร์มา จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนินกิจการอยู่	21001	การผลิตเภสัชภัณฑ์และเคมีภัณฑ์ที่ใช้รักษาโรค	กรุงเทพฯ	100,000,000.00	795,967,337.14	11,875,804.43	1,143,461,905.57	320,799,501.53

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

ลำดับ	เลขทะเบียน นิติบุคคล	ชื่อนิติบุคคล	ประเภท นิติบุคคล	สถานะ	รหัส ประเภท ธุรกิจ	ชื่อประเภท ธุรกิจ	จังหวัด	ทุนจด ทะเบียน (บาท)	รายได้รวม (บาท)	กำไร (ขาดทุน) สุทธิ (บาท)	สินทรัพย์ รวม (บาท)	ส่วนของผู้ถือ หุ้น (บาท)
26	0135558002254	ที.เจ.เค ฟาร์มา จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทาง เภสัชภัณฑ์ และเวชภัณฑ์	ปทุมธานี	1,000,000.00	8,106,990.62	30,513.26	6,002,733.79	1,831,216.79
27	0743542000454	ที.เอ.ฟาร์มา คิงดอม (1999)	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทาง เภสัชภัณฑ์ และเวชภัณฑ์	สมุทร สาคร	1,500,000.00	18,779,664.03	353,496.50	15,235,844.79	13,078,082.26
28	0105562068396	ทีเอสเอ็ม คอร์ เปอเรท จำกัด	บริษัทจำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทาง เภสัชภัณฑ์ และเวชภัณฑ์	กรุงเทพฯ	1,000,000.00	11,800.51	-15,954.49	996,300.51	984,045.51
29	0303561006288	จิรวรรณ ฟาร์มาซี	ห้างหุ้นส่วน จำกัด	ยังดำเนิน กิจการอยู่	47721	ร้านขายปลีก สินค้าทางเภสัช ภัณฑ์และ เวชภัณฑ์	นครราชสีมา	500,000.00	1,415,116.28	163,989.00	740,894.75	733,513.17

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2564)

2. การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการด้านระบบการกระจายสินค้าและการตลาด จำนวน 5 ราย แบ่งตามช่องทางที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าจากธุรกิจไปยังตลาด และผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญด้านร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ โดยการเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 4 ราย แบ่งตามประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่

2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดให้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ สำหรับขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเก็บข้อมูลจาก ผู้บริหาร หรือ หัวหน้างาน หรือ ผู้ปฏิบัติงาน 1 คน ซึ่งมีหลายวิธีที่ใช้พิจารณาในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

วิธีที่ 1 กรณีทราบจำนวนที่แท้จริงของประชากร ในการกำหนดขนาดตัวอย่างจะใช้สูตรการคำนวณของยามานะ (Yamane, 1967, อ้างถึงใน สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2550, หน้า 155-156) โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่	n คือ	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
	N คือ	ขนาดประชากรที่ใช้ในการวิจัยแทนด้วยจำนวนธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ มีจำนวนทั้งสิ้น 3,596 ราย (ตามตารางที่ 3.1)
	e คือ	ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยยอมรับได้

แทนค่าในสูตรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05) ดังนั้น จะได้ค่าระดับความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างในทางสถิติจะเท่ากับ 0.05 ($e = 0.05$) จะได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{3,596}{1 + 3,596(0.05)^2} = 359.959 \approx 360 \end{aligned}$$

วิธีที่ 2 กรณีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling) จากกรอบแนวคิดในการวิจัยมีตัวแปรแฝง (Latent Variables) จำนวน 5 ตัวแปร และมีตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) จำนวน 26 ตัวแปร เนื่องด้วยนักสถิติแนะนำว่าในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 15 ถึง 20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 2006) จึงจะถือว่าเป็นขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรพหุ ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอควรมีจำนวนตั้งแต่ $15 \times 26 = 390$ ถึง $20 \times 26 = 520$

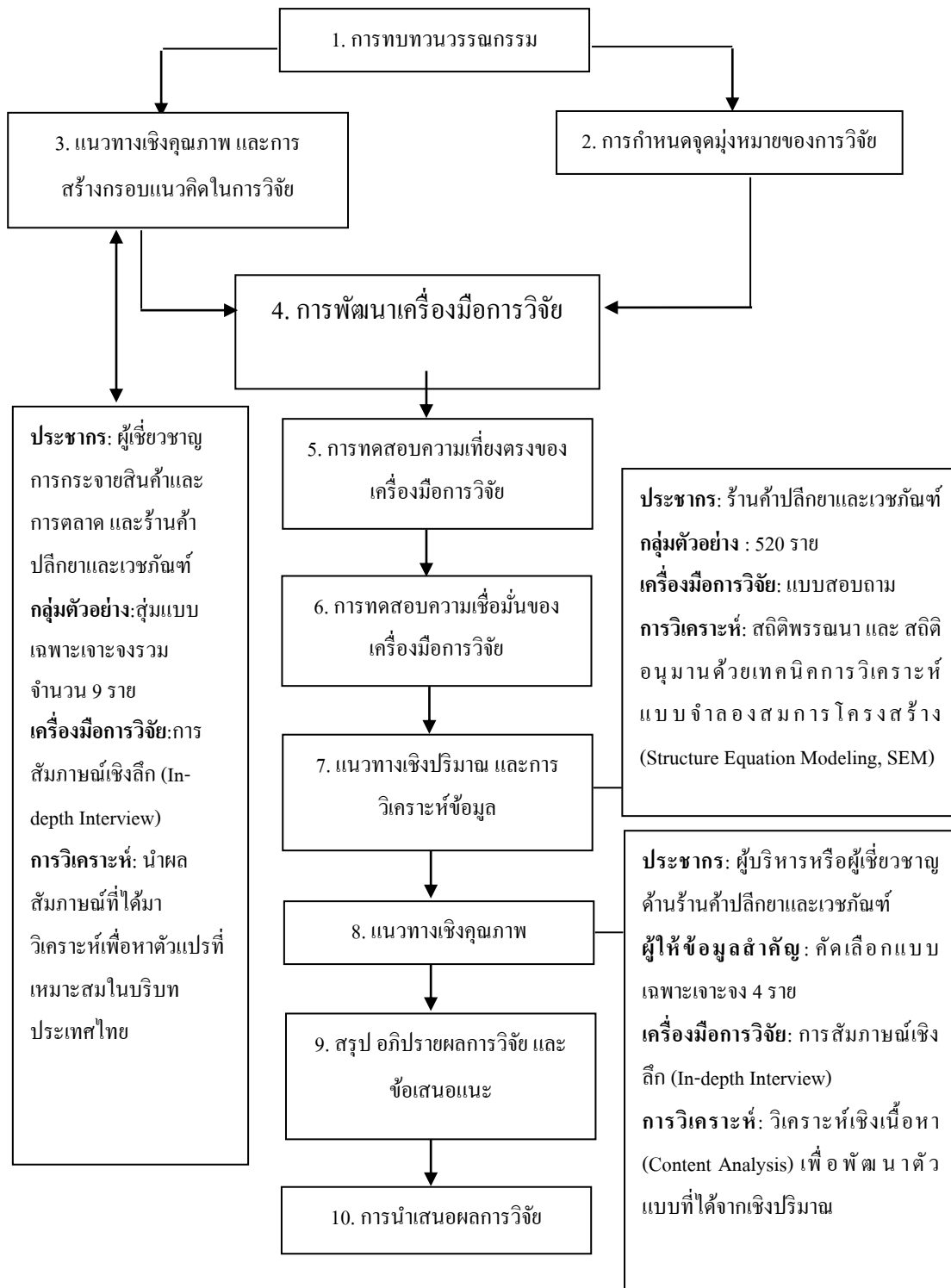
โดยผู้วิจัยเลือกใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีที่ 2 ที่มีขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 520 ตัวอย่าง เพื่อให้แน่ใจว่าจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่สามารถใช้เป็นค่าสถิติที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้ (Hair, et al., 2006)

ตารางที่ 3.3 กลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประชากรที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่ม	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในซูเปอร์เซ็นเตอร์	88	13
ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า	507	73
ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อทั่วไป	1,763	255
ร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ในรูปแบบการขายส่ง	1,238	179
รวม	3,596	520

3.3 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 10 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนวรรณกรรม เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ เริ่มต้นด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผู้ศึกษาไว้แล้วทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ได้ มองเห็นประเด็นปัญหาและช่องว่างการวิจัย ข้อจำกัดงานวิจัยในอดีต และได้ทราบถึงข้อเสนอแนะ ในการวิจัยในอนาคตของนักวิจัย เมื่อได้ทราบว่าประเด็นใดมีการตรวจสอบแล้ว และประเด็นใดยัง ไม่ได้มีการตรวจสอบ ทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัย และนำมาพัฒนากรอบแนวคิดใน การวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดจุดมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาปัจจัยเชิง สาเหตุที่ส่งผลต่อช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์และสมรรถนะของร้านค้าปลีก ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา โดยได้นำประเด็นปัญหามากำหนดเป็น คำถามเชิงบริหาร วัตถุประสงค์การวิจัย คำถามการวิจัย ขอบเขตการวิจัย และประโยชน์ที่คาดว่าจะ ได้รับทั้งในเชิงวิชาการ

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรมในขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อหาโครงสร้างขององค์ประกอบ ปัจจัยและตัวแปรที่ใช้ใน การวิจัยสำหรับหลักการในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โครงสร้างขององค์ประกอบ และการกำหนดสมมติฐานการวิจัย และศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อ พัฒนาข้อคำถามหรือเครื่องมือการวิจัยที่เป็นแบบสอบถามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาเครื่องมือการวิจัย เป็นขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้มีความครบถ้วนและ สมบูรณ์ โดยเครื่องมือการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

(1) การพัฒนาแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้แปลผลการสัมภาษณ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ ผู้เชี่ยวชาญการกระจายสินค้าและการตลาด และร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์

(2) การพัฒนาแบบสอบถามการวิจัย (Questionnaire) เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้คำนวณไว้

หลังจากที่ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำร่างเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ร่างแบบ สัมภาษณ์และร่างแบบสอบถาม ไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบและขอคำ ชี้แนะ จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงและแก้ไขเครื่องมือการวิจัยตามคำชี้แนะ และได้้นำเครื่องมือ การวิจัยผ่านการตรวจสอบและอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษาฯ แล้วไปดำเนินการต่อ เพื่อทำการ ทดสอบเครื่องมือการวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 การทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือการวิจัย เป็นการประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้วยการทดสอบคุณภาพเพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบและการอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มาทำการตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเพื่อประเมินความสอดคล้องของข้อความรายข้อกับวัตถุประสงค์การวิจัย ดังรายชื่อต่อไปนี้

- (1) รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญภา จิตราภรณ์ นักวิชาการ
- (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนา ศิริ โชติบัณฑิต นักวิชาการ
- (3) นายแพทย์ชัยสิทธิ์ โบไม้ ผู้เชี่ยวชาญด้านยาและเวชภัณฑ์
- (4) คุณปาริฉัตร เทศน์สาลี ผู้เชี่ยวชาญด้านยาและเวชภัณฑ์
- (5) คุณเสริมศรี จับใจ ผู้ประกอบการบริษัทยาภาคเอกชน

จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบประเมินคุณภาพเครื่องมือการวิจัยที่ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบและมีคำชี้แนะ มาดำเนินการแก้ไขตามคำชี้แนะ และทำการประเมินความสอดคล้องด้วยการหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยมีเกณฑ์พิจารณาว่าค่า IOC ควรจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ($IOC \geq 0.6$) ซึ่งเป็นค่าความเที่ยงตรงที่ผู้วิจัยสามารถนำแบบสอบถามไปใช้ได้

ขั้นตอนที่ 6 การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือการวิจัย โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญ ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ จำนวน 30 ราย เพื่อตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามเป็นรายข้อคำถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Cronbach Alpha Coefficient, α) โดยเกณฑ์ค่าครอนบาคแอลฟา (α) ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 ($\alpha \geq 0.70$) ซึ่งเป็นค่าความเชื่อมั่นที่สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

ขั้นตอนที่ 7 แนวทางเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือแล้ว ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย ที่อยู่ในธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ โดยมีหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม จากนั้น เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำมาลงรหัสให้กับตัวแปร และทำการบันทึกข้อมูลลงโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 23 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป LISREL Version 9.30 โดยใช้เทคนิคสถิติโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling: SEM)

ขั้นตอนที่ 8 แนวทางเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยการสัมภาษณ์เฉพาะร้านค้า ยาและเวชภัณฑ์ โดยวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเป็นการยืนยันแบบจำลองที่สร้างขึ้น ตามข้อสมมุติฐานที่ 3 ที่นำมาศึกษาในงานวิจัย และใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อยืนยัน อธิบายผล และสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์และสมรรถนะของร้านค้าปลีก

ขั้นตอนที่ 9 การสรุปผลและการอภิปรายผลการวิจัย เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยสรุป และอธิบาย เนื้อหาสาระสำคัญให้มีความครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์การวิจัย คำถามการวิจัย และสมมุติฐานการวิจัยที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ตามหลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ โดยได้สรุปและ อภิปรายผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SDDP) กลุ่มของคู่ค้า ยาและเวชภัณฑ์ (GVDP) ช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCDP) กลยุทธ์การตลาด (MKST) และสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PRDP) ว่ามีประเด็นสำคัญในประเด็นอะไร และ ปัจจัยใดมีอิทธิพลหรือมีความสำคัญมากน้อยอย่างไร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการกำหนดปัจจัยเชิงสาเหตุของช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลกระทบต่อ สมรรถนะของร้านค้าปลีก ซึ่งผู้วิจัยได้นำองค์ความรู้และผลการวิเคราะห์ข้อมูล (จากขั้นตอนที่ 7) มาเขียนเป็นรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่และนำเสนอต่อคณะกรรมการสอบ

ขั้นตอนที่ 10 การนำเสนอผลการวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ (ที่ได้ จากขั้นตอนที่ 9 ต่อคณะกรรมการสอบ ตามที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยที่มีเหตุผลประกอบตามหลักการ

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นแนวทางในการ วิเคราะห์ปัจจัยเชิงเหตุและผลและเพื่อสร้างตัวแบบในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ลักษณะตามลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญด้านระบบการกระจายสินค้าและการตลาด ใช้ เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งจะมีแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถาม 2 ส่วน

1.1 คำถามด้านระบบการกระจายสินค้า ประกอบด้วย 5 หัวข้อ ได้แก่ 1) ลักษณะการ ดำเนินงานของบริษัทโดยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้า 2) บริษัทที่มีการบูรณาการที่ เป็นรูปแบบที่มีกระบวนการในการเคลื่อนย้ายสินค้าที่เป็นองค์รวม 3) การกำหนดจุดเปลี่ยนถ่าย

สินค้าและตารางการเคลื่อนย้ายสินค้า 4) บริษัทมีการจัดเก็บสินค้าคงคลังโดยคำนึงถึงการวางแผนการกระจายสินค้า และ 5) บริษัทมีการกระจายสินค้าโดยคำนึงถึงการวางแผนการผลิต

1.2 คำถามด้านการตลาด ประกอบด้วย 10 หัวข้อ ได้แก่ 1) บริษัทมีการดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด 2) บริษัทเคยมีการทำแผนด้านการตลาด 3) บริษัทมีการประชาสัมพันธ์ 4) บริษัทผ่านช่องทางสื่อสารใด 5) บริษัทมีการใช้ระบบ Social Network ในการประชาสัมพันธ์บริษัท 6) ช่องทางการขายของท่านดำเนินการผ่านช่องทางใด 7) ในโครงสร้างองค์กรของบริษัทมีการแบ่งส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการขายหรือการตลาดอย่างเป็นกิจจะลักษณะ 8) บริษัทของท่านมีการจัดทำประวัติลูกค้า (Customer Profile) 9) บริษัทเคยทำกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management- CRM) และ 10) บริษัทมีการจัดสรรงบประมาณในการทำการประชาสัมพันธ์บริษัทเท่าใด / ปี จุดขายในการบริการของบริษัท

2. กลุ่มตัวอย่างผู้บริหารหรือผู้เชี่ยวชาญด้านร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งจะมีแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถาม 6 หัวข้อ ได้แก่

1) คำถามทั่วไปด้านการตลาด (ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด) 2) คำถามทั่วไปด้านการเงิน 3) คำถามทั่วไปด้านการจัดการภายในร้านค้า 4) คำถามทั่วไปด้านการบริหารงานบุคคล 5) คำถามทั่วไปด้านสารสนเทศ และ 6) คำถามทั่วไปด้านการกระจายสินค้า

โดยประเด็นข้อคำถามทุกข้อคำถามได้มาจากทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบทความที่มีความสำคัญและเป็นประเด็นในปัจจุบัน

สำหรับเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (ตามภาคผนวก ข) กับกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในกระบวนการพัฒนาแบบสอบถาม ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และประเด็นสำคัญขององค์กรธุรกิจ ศูนย์วิจัย หรือหน่วยงานเกี่ยวข้องที่ได้รวบรวมประเด็นคำถามไว้ในงานวิจัยต่างๆ เพื่อนำมาบูรณาการและกำหนดเป็นประเด็นคำถามที่เหมาะสมในทุกข้อคำถามการวิจัย โดยคำนึงถึงความสอดคล้องเชิงเนื้อหา วัตถุประสงค์การวิจัย และให้ครอบคลุมทุกองค์ประกอบของกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้ส่วนหนึ่งผู้วิจัยได้ทำการแปลประเด็นคำถามจากบทความแบบสอบถามและงานวิจัยต่างประเทศให้เป็นภาษาไทย และอีกส่วนหนึ่งผู้วิจัยปรับปรุงหรือคัดแปลงข้อความจากประเด็นข้อคำถามจากบทความ แบบสอบถามและงานวิจัยภายในประเทศและได้ปรับปรุงพัฒนาให้เป็นประเด็นคำถามของผู้วิจัย เพื่อให้มีความเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ โดยได้พัฒนาตัวอย่างของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย 1) องค์กร 2) ระบุสัญชาติและสัดส่วนการถือหุ้นของบริษัท 3) เงินทุนจดทะเบียน 4) ยอดขาย และ 5) จำนวนพนักงานทั้งหมด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการและการเขียนกรอกข้อมูล รวม 5 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 การสอบถามระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SDDP) ประกอบด้วย

1) กระบวนการสั่งซื้อ 2) คลังสินค้า 3) สินค้าคงคลัง 4) การขนถ่ายวัสดุ 5) บรรจุภัณฑ์ 6) การขนส่ง และ 7) การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูล

ส่วนที่ 3 การสอบถามกลุ่มของคู่ค้าและเวชภัณฑ์ (GVDP) ประกอบด้วย 1) โครงสร้างกลุ่มคู่ค้า 2) กลุ่มอุปทาน 3) การเป็นพันธมิตร 4) ส่วนแบ่งการตลาด 5) รูปแบบรายได้ และ 6) โครงสร้างต้นทุน

ส่วนที่ 4 การสอบถามช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCDP) ประกอบด้วย

1) ลักษณะและความต้องการลูกค้า 2) ลักษณะของบริษัท 3) ลักษณะสินค้า 4) คู่แข่งขัน 5) ช่องทางการจัดจำหน่าย, และ 6) ข้อกำหนดทางกฎหมาย

ส่วนที่ 5 การสอบถามกลยุทธ์การตลาด (MKST) ประกอบด้วย 1) สินค้า/บริการ 2) ราคา

3) สถานที่/ช่องทางขาย และ 4) การส่งเสริมการขาย

ส่วนที่ 6 การสอบถามสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PRDP) ประกอบด้วย

1) สมรรถนะการขาย 2) สมรรถนะการเงิน และ 3) สมรรถนะบริการลูกค้า และข้อเสนอแนะ

สำหรับส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 6 จะใช้การวัดตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยใช้แบบประเมินรวมค่า (Rating Scale) วัดความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ (Cooper, & Schindler, 2003) ยกตัวอย่างเช่น 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด เป็นต้น ซึ่งผู้วิจัยอาจจะให้ความหมายใน 5 ระดับ (ระดับที่ 1 ถึงระดับที่ 5) แตกต่างกันไปในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะกำหนดความชัดเจนอีกครั้งในระหว่างการพัฒนาแบบสอบถาม เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยต่อไป ตัวอย่างของประเด็นข้อคำถามในแบบสอบถามแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ตัวอย่างของประเด็นข้อคำถามในแบบสอบถาม

ตัวแปร	ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถาม
ด้านระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SDDP)	
มิติที่ 1 กระบวนการสั่งซื้อ	<ol style="list-style-type: none"> 1) การรับคำสั่งซื้อจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในบริษัท 2) การจัดหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ขายวัตถุดิบ มีผลิตภัณฑ์ ราคา และส่วนลด 3) การติดต่อซัพพลายเออร์และตกลงเงื่อนไขต่างๆ แล้วสั่งซื้อ 4) การติดตามผลการสั่งซื้อจากซัพพลายเออร์ 5) การตรวจรับสินค้าตามที่สั่งซื้อมา
มิติที่ 2 คลังสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีการวางแผนพื้นที่เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้สอยและการเคลื่อนย้ายสินค้าและวัตถุดิบ 2) กำหนดเป้าหมายหลักในการบริหารจัดการคลังสินค้า 3) มีการควบคุมคุณภาพของการเก็บ การหยิบสินค้า การป้องกันลดการสูญเสียดังกล่าว
มิติที่ 3 สินค้าคงคลัง	<ol style="list-style-type: none"> 1) มีสินค้าคงคลังบริการลูกค้าในปริมาณที่เพียงพอและทันต่อความต้องการ 2) มีการลดระดับการลงทุนในสินค้าคงคลังต่ำที่สุด 3) มีการวางแผนกำหนดปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสม
มิติที่ 4 การขนถ่ายวัสดุ	<ol style="list-style-type: none"> 1) ความพร้อมและเพียงพอของอุปกรณ์ขนถ่ายวัสดุ 2) ความปลอดภัยของในการใช้บริการอุปกรณ์ขนถ่ายวัสดุ 3) ระบบบริหารจัดการของการให้บริการอุปกรณ์ขนถ่ายวัสดุ 4) ความทันสมัยของเครื่องมืออุปกรณ์ขนถ่ายวัสดุ
มิติที่ 5 บรรจุกัญชี	<ol style="list-style-type: none"> 1) การคัดขนาด คุณภาพ และชั่งน้ำหนักเพื่อบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ 2) มีขั้นตอนบรรจุตามความเหมาะสมเพื่อเตรียมการส่งมอบ 3) มีการแปรรูปหรือเพิ่มมูลค่าก่อนบรรจุลงในบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถาม
มิติที่ 6 การขนส่ง	<ol style="list-style-type: none"> 1) ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อใช้บริการในการขนส่ง 2) ความถูกต้องรวดเร็วในการใช้บริการในการขนส่ง 3) ความพร้อมและเพียงพอในสถานที่ในการขนส่ง 4) การรักษาความปลอดภัยในการขนส่ง
มิติที่ 7 การสื่อสารและการแลกเปลี่ยนข้อมูล	<ol style="list-style-type: none"> 1) ความเข้าใจปัญหา และความคาดหวังให้ห้องแม่ ใช้มุมมองความคิด นิสัย พฤติกรรมของกลุ่มค้าที่ชัดเจน 2) การเข้าไปอยู่ในมุมมองของกลุ่มค้า 3) การจัดทำสื่อรูปแบบต่าง ๆ เรียบเรียงถ้อยคำให้กลุ่มค้าทราบข้อดีของสินค้า 4) การปรับแนวทางการตลาดและสินค้าให้สอดคล้องกับกลุ่มค้า
ด้านกลุ่มของกลุ่มค้าและเวชภัณฑ์ (GVDP)	
มิติที่ 1 โครงสร้างกลุ่มลูกค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มบริษัทมีโครงสร้างกลุ่มลูกค้าที่เหมาะสม 2) กลุ่มบริษัทดำเนินการเป็นไปตามโครงสร้างที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) กลุ่มบริษัทดำเนินการเป็นไปตามตารางเวลาที่ เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
มิติที่ 2 กลุ่มอุปทาน	<ol style="list-style-type: none"> 1) พันธมิตรเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มค้าอื่นๆ เฉพาะต้นน้ำ ที่ดำเนินธุรกิจร่วมกันที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย 2) การดำเนินงานของกลุ่มค้าอื่นๆ ที่ดำเนินธุรกิจร่วมกันเฉพาะต้นน้ำ
มิติที่ 3 การเป็นพันธมิตร	<ol style="list-style-type: none"> 1) การกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการเป็นพันธมิตร 2) การกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของการเป็นพันธมิตร 3) การจัดทำโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของการเป็นพันธมิตร
มิติที่ 4 ส่วนแบ่งการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> 1) การกำหนดตราสินค้า 2) การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด 3) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถาม
มิติที่ 5 รูปแบบรายได้	<ol style="list-style-type: none"> 1) ระยะเวลาของวัฏจักรเงินสด 2) อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวรในโซ่อุปทาน 3) อัตราหมุนเวียนของเงินทุนในการดำเนินการ
มิติที่ 6 โครงสร้างต้นทุน	<ol style="list-style-type: none"> 1) ต้นทุนของสินค้าที่ขาย 2) ต้นทุนการจัดการโซ่อุปทานทั้งหมด 3) มูลค่าเพิ่มผลผลิต 4) ต้นทุนกระบวนการคืนสินค้า
ด้านช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCDP)	
มิติที่ 1 ลักษณะและความต้องการลูกค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1) เข้าใจและวิเคราะห์กรณีต่าง ๆ ของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตรงตามความต้องการและแม่นยำ 2) การบริการลูกค้าเมื่อมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา สามารถตอบสนองลูกค้าโดยการวิเคราะห์แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ 3) การแนะนำการให้บริการอย่างจริงใจ โดยไม่ใช้กิริยากดดันให้ลูกค้ารับสินค้า
มิติที่ 2 ลักษณะของบริษัท	<ol style="list-style-type: none"> 1) บริษัทมีความโดดเด่นและมีความสามารถอย่างไรต่อการบริการลูกค้า 2) บริษัทมีจำนวนพนักงานเพียงพอในการทำงานเพียงใดต่อการบริการลูกค้า 3) บริษัทประสบความสำเร็จเพียงใด
มิติที่ 3 ลักษณะสินค้า	<ol style="list-style-type: none"> 1) การกำหนดรูปลักษณะและคุณภาพของสินค้า 2) การกำหนดส่วนประสมและคุณภาพบริการ 3) การกำหนดตราสินค้าหรือยี่ห้อของสินค้า
มิติที่ 4 คู่แข่งขัน	<ol style="list-style-type: none"> 1) การระบุคู่แข่งทางธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจร่วมกันที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย 2) การระบุการดำเนินงานของคู่แข่งทางธุรกิจ และทราบถึงลูกค้าต่างๆ ที่ดำเนินธุรกิจร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถาม
	3) การระบุพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขันทางธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจร่วมกันที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย
มิติที่ 5 ช่องทางการจัดจำหน่าย	1) สถานจำหน่ายในการให้บริการกระจายสินค้า 2) มีการใช้เทคโนโลยีจำหน่ายในการให้บริการกระจายสินค้า (ผ่านเว็บไซต์) 3) สถานจำหน่ายในการให้บริการมีความสะดวกสบายต่อการรับบริการ 4) มีการจำหน่ายการให้บริการผ่านตัวแทนในการกระจายสินค้า
มิติที่ 6 ข้อกำหนดทางกฎหมาย	1) การควบคุมตลาดเพื่อซื้อสินค้าและบริการของบริษัท 2) การกำหนดกระบวนการซึ่งได้มาซึ่งความสามารถเพิ่มราคาหรือตัดคู่แข่ง 3) การกำหนดการกีดกันการแข่งขันและกีดกันผู้ประกอบการรายอื่น
ด้านกลยุทธ์การตลาด (MKST)	
มิติที่ 1 สินค้า/บริการ	1) การสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการทดสอบตลาด 3) มีการเพิ่มความสำคัญของสินค้าใหม่สู่สายตาผู้บริโภค 4) การส่งเสริมการขาย การศึกษาบรรจุภัณฑ์ และวัสดุสำหรับการตั้งชื่อ
มิติที่ 2 ราคา	1) การกำหนดราคาของการให้บริการเหมาะสม 2) ราคาการให้บริการต่อรองได้ 3) ราคาการให้บริการมีส่วนลดได้ 4) คุณค่าของการให้บริการ
มิติที่ 3 สถานที่/ช่องทางขาย	1) เข้าใจและวิเคราะห์กรณีต่าง ๆ ของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตรงตามความต้องการและแม่นยำ 2) การบริการลูกค้าเมื่อมีความต้องการให้แก้ไขปัญหา สามารถตอบสนองลูกค้าโดยการวิเคราะห์แก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็วและ

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวอย่างข้อคำถามในแบบสอบถาม
	แม่นยำ 3) การแนะนำการให้บริการอย่างจริงจัง โดยไม่ใช่กิริยากดดันให้ลูกค้ารับสินค้า
มิติที่ 4 การส่งเสริมการขาย	1) การกำหนดประวัติการขาย 2) การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด 3) การกำหนดทีมการขาย โฆษณา และประชาสัมพันธ์
ด้านสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PRDP)	
มิติที่ 1 สมรรถนะการขาย	1) บริษัทมีการกำหนดประวัติการขาย 2) บริษัทมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด 3) บริษัทมีการกำหนดทีมการขาย โฆษณา และประชาสัมพันธ์
มิติที่ 2 สมรรถนะการเงิน	1) รอบเวลาของวัฏจักรเงินสด 2) อัตราหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวรในโซ่อุปทาน 3) อัตราหมุนเวียนของเงินทุนในการดำเนินการ
มิติที่ 3 สมรรถนะบริการ	1) บริษัทมีขั้นตอนการให้บริการไม่ซับซ้อนทำให้เข้าใจถึงบริการกระจายสินค้า 2) บริษัทตั้งอยู่ในชุมชนสะดวกแก่การใช้บริการ 3) บริษัทเปิดให้บริการโดยสามารถเข้าใช้บริการได้ตลอดเวลา 4) รูปแบบเอกสารในการกระจายสินค้าเข้าใจง่าย 5) พนักงานมีความรู้ในเรื่องรูปแบบการให้บริการและสามารถให้ข้อมูลได้

จากตารางที่ 3.4 อธิบายถึงตัวอย่างประเด็นข้อคำถามที่ผู้วิจัยจะนำไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ เมื่อผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และการประเมินคุณภาพของเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยจะนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป

3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามสามารถวัดได้จากความเที่ยงตรงของประเด็นข้อคำถาม (Validity) และวัดจากความเชื่อมั่นของประเด็นข้อคำถาม (Reliability) ได้ดังต่อไปนี้

1. การทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity)

ในการทดสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำร่างแบบสอบถามที่ได้พัฒนาขึ้น นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบเชิงเนื้อหา และผู้วิจัยได้ปรับแก้ไขแบบสอบถามตามคำชี้แนะของอาจารย์ที่ปรึกษาฯ จากนั้น ผู้วิจัยได้นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการอนุมัติจากอาจารย์ที่ปรึกษาฯ มาหาความเที่ยงตรงของประเด็นข้อคำถาม โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบและประเมินความสอดคล้องของประเด็นข้อคำถามเป็นรายข้อกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยการหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องระหว่างประเด็นข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งถ้าประเด็นข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องเท่ากับหรือมากกว่า 0.6 จึงจะได้รับการตัดสินว่าเป็นประเด็นคำถามที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และสามารถใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2555) โดยใช้สูตรในการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ดังนี้

$$\text{สูตร } IOC = \frac{ER}{N}$$

โดยที่	IOC	คือ	ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence)
			โดยค่าที่เหมาะสม คือ $IOC \geq 0.6$
	R	คือ	ผลรวมคะแนนจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายข้อ
	N	คือ	จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

และมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

-1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการจะวัด

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการจะวัดหรือไม่

+1 หมายถึง ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการจะวัด

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าดัชนีความสอดคล้อง ดังนี้

ค่า $IOC \geq 0.6$ หมายความว่า ข้อคำถามตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า $IOC < 0.6$ หมายความว่า คำถามไม่ตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

จากการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้ทำการตรวจสอบข้อคำถามเป็นรายข้อ และได้ให้คำแนะนำเพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงแก้ไขประเด็นคำถามหลายประเด็นที่สำคัญสรุปประเด็นที่แก้ไข ได้แก่

- 1) การรวมข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่ามีความใกล้เคียงกันให้รวมเป็นข้อคำถามเดียว
- 2) การตัดข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าไม่เกี่ยวข้อง และไม่ได้อธิบายสิ่งที่ต้องการจะวัดตามวัตถุประสงค์การวิจัย
- 3) การแก้ไขประเด็นคำถามที่มีหลายนัยหรือหลายคำถามในข้อเดียวกันให้มีเพียงนัยเดียวหรือคำถามเดียว
- 4) การแก้ไขคำที่เขียนผิดและภาษาที่ไม่เป็นทางวิชาการ
- 5) การตัดคำที่ไม่จำเป็นออก
- 6) การปรับเปลี่ยนคำถามจากข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามประเมินได้ยากให้เป็นข้อคำถามที่ประเมินได้ง่ายขึ้น
- 7) การปรับเปลี่ยนประเด็นคำถามให้สื่อความหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และ
- 8) การขยายความหมายของข้อคำถามให้ชัดเจนโดยให้เพิ่มการอธิบายคำนิยามที่ใช้ในการวิจัยเท่าที่จำเป็นก่อนการตอบข้อคำถามในแต่ละตอน

และจากการประเมินคุณภาพแบบสอบถามในรอบแรก คำนวณหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องรายข้อ (IOC) ได้เท่ากับ 0.864 (อยู่ระหว่าง 0.82 - 0.90) จากนั้น ผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญจนกระทั่งผู้เชี่ยวชาญตอบรับผลการแก้ไข จึงได้คำนวณหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องรายข้ออีกครั้งได้ค่า IOC เท่ากับ 0.888 (อยู่ระหว่าง 0.84 - 0.93) (ดังมีรายละเอียดสรุปตามภาคผนวก ก) ซึ่งค่า IOC ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 0.6 ($IOC \geq 0.6$) แสดงว่าข้อคำถามรายข้อตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และสามารถนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้ว ไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นเพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

2. การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการประเมินและได้ทำการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง เพื่อทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีวัดความสอดคล้องภายในของประเด็นข้อคำถามรายข้อ (Internal consistency) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient: C) มีหลักเกณฑ์ว่าข้อคำถามรายข้อต้องมีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ($\alpha \geq 0.70$) จึงจะแสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความเชื่อมั่น (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2547) โดยใช้สูตรในการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค α ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{sx^2} \right]$$

โดยที่ α	คือ	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
n	คือ	จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถาม (จำนวน 95 ข้อคำถาม)
S_i^2	คือ	ค่าความแปรปรวนของข้อคำถามที่ i (รายข้อ)
S_x^2	คือ	ค่าความแปรปรวนรวมของข้อคำถามทั้งหมด

โดยมีหลักเกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค α ว่าข้อคำถามจะต้องมีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ($\alpha \geq 0.70$) จึงจะแสดงว่าข้อคำถามนั้นมีความเชื่อมั่น และนำไปใช้ได้ (Cronbach, 1951, cited in Li et al., 2006) จากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ซึ่งได้ผลจากการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ของประเด็นคำถามรายข้อสามารถสรุปได้แสดงในภาคผนวก ง โดยความเชื่อมั่นของประเด็นข้อคำถามรายข้อที่ใช้ในการวิจัยที่ได้จากการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค จากการทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างคือ ธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ จำนวน 30 ราย จากผลการทดสอบความเชื่อมั่น พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของข้อคำถามเท่ากับ 0.894 ซึ่งมีค่ามากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าจะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ($\alpha \geq 0.70$)

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของประเด็นคำถามมาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง ดังต่อไปนี้

1. จัดทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามการวิจัยไปยังกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย คือ ธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์
2. ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้วยหลายวิธีการ ทั้งแบบที่ผู้วิจัยจัดเก็บด้วยตนเอง พร้อมแนบหนังสือขอความอนุเคราะห์จากผู้บริหารธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ ในการตอบแบบสอบถามสำหรับการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง (ผู้วิจัย) โดยติดต่อทางอีเมล
3. ติดตามผลการตอบกลับทั้งทางโทรศัพท์และผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ รวมทั้งได้มีการนัดหมายเพื่อจัดเก็บแบบสอบถามกลับคืนมาด้วยตนเอง รวมถึงการเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบตัวต่อตัวกับผู้บริหารธุรกิจร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ ที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญไว้แบบเจาะจง

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากกลุ่มตัวอย่างมาดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบข้อมูลในเบื้องต้นแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา ผู้วิจัยได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลในเบื้องต้นเป็นการตรวจสอบโดยสายตาด้วยผู้วิจัย โดยพิจารณาลักษณะความตั้งใจในการตอบข้อคำถามของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของข้อมูลมาทำการลงรหัสทำการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผล เพื่อนำไปสรุปผลการวิจัยต่อไป

2. การลงรหัส นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณจะนำข้อมูลที่ลงรหัสเรียบร้อยแล้วมาบันทึกด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ และประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 23 กับตัวแปรเชิงปริมาณที่วัดและเก็บรวบรวมได้ ในการวิเคราะห์เบื้องต้นจะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. การตรวจสอบข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล ดังนี้

4.1 การตรวจสอบข้อมูลผิดปกติ เป็นการตรวจสอบด้วยการพิจารณา ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความโด่ง (Kurtosis) และค่าความเบ้ (Skewness) (สุวิมล ติรภานนท์, 2553) โดยถ้าค่าความโด่งมาตรฐานหรือค่าความเข้มมาตรฐานมีค่ามากกว่า 2.58 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีการแจกแจงที่เบี่ยงเบนจากโค้งปกติที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 99% หรือถ้ามีค่ามากกว่า 1.96 แสดงว่าตัวแปรนั้นมีการแจกแจงที่เบี่ยงเบนจากโค้งปกติที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% แต่ค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Score: Z) มีจุดอ่อนเมื่อใช้กลุ่มตัวอย่าง (n) จำนวนมาก เพราะจะทำให้ค่าคะแนนมาตรฐาน (Z) มีค่า สูงซึ่งอาจทำให้สรุปได้ว่าตัวแปรนั้นมีการแจกแจงไม่ปกติ ทั้งๆ ที่ตัวแปรอาจแจกแจงเป็นปกติแล้ว ดังนั้น เมื่อ n มีจำนวนมาก ควรพิจารณาการแจกแจงของตัวแปร โดยดูจากรูปการแจกแจงมากกว่าการใช้สูตร (Hair., et al, 1998; สุภมาส ยังโชติ และคณะ, 2557)

4.2 การตรวจสอบโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สมการความถดถอยมีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity) เป็นการตรวจสอบลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์หองค์ประกอบหรือไม่ (สุวิมล ติรภานนท์, 2553) โดยการพิจารณาความสัมพันธ์ในเบื้องต้นจากการทดสอบความเหมาะสมด้วยเมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix)

5. การแปลผล การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านระบบการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (SDDP) ปัจจัยด้านกลุ่มของคู่ค้ายาและเวชภัณฑ์ (GVDP) ปัจจัยด้านช่องทางการกระจายยาและเวชภัณฑ์ (DCDP) ปัจจัยด้านกลยุทธ์การตลาด (MKST) และสมรรถนะของร้านค้าปลีกยาและเวชภัณฑ์ (PRDP) เป็นตัวแปรแบบสเกลมาตราส่วน (Scale) ดังนั้นใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับของลิเกอ์ท มาคำนวณหาอัตราส่วนอันตรภาคชั้น (Interval Scale) เพื่อหาความกว้างในแต่ละชั้น สามารถนำมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยจากการคำนวณได้ค่าความกว้างของแต่ละชั้นเท่ากับ 0.80 ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลผล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
4.21 – 5.00	เห็นด้วย (มากที่สุด) อย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย (มาก)
2.61 – 3.40	ไม่เห็นด้วย (ปานกลาง)
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย (น้อย)
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วย (น้อยที่สุด) อย่างยิ่ง

6. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อตรวจสอบตัวแปรในกรอบแนวคิด
- ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆที่ศึกษา
- ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน
 - ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง
 - ผลการวิเคราะห์เส้นทาง
 - ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา
 - ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสมมติฐานการวิจัย
- ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสำรวจ
 - ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง
 - ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

- ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบสนองสมมติฐานการวิจัย
- ส่วนที่ 6 การสร้างแบบจำลองการวิจัย
 - โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐาน
 - แบบจำลองที่สร้างขึ้นจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ
 - ผลการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อยืนยันแบบจำลองที่สร้างขึ้น

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อสรุปผลการสร้างตัวแบบการวิจัย ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและได้นำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่แสดงจำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 23

2. สถิติสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ คือ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ซึ่งเป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้ทดสอบและประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เป็นการวิเคราะห์เพื่อยืนยันตัวแบบการวิจัย (สวิมล ศิริกานันท์, 2553) ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะมีการตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแบบโดยรวม (Overall Model Fit) ความเหมาะสมของตัวแบบการวัด (Measurement Model Fit) และความเหมาะสมของตัวแบบเชิงโครงสร้าง (Structural Model Fit) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ LISREL Version 9.30 เพื่อใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบ และทดสอบความตรงของตัวแบบว่าสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) (สุภมาส อังสุโชติ และคณะ, 2557) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยใช้โมเดลการวัด เป็นโมเดลที่ระบุความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตได้ (สุภมาส อังสุโชติ และคณะ, 2557) เพื่อทดสอบความสอดคล้องและเหมาะสมของโมเดลการวัด (Measurement Model Fit) ซึ่งสามารถสรุปดัชนีที่ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยคำอธิบายว่าดัชนีที่ใช้ในการวัดความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบการวิจัยแบบข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังนี้

1) ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-Square: χ^2)

2) ค่าสถิติไค-สแควร์สัมพัทธ์ เป็นค่าสถิติที่ปรับลดความไวด้วยของความเป็นอิสระ

(Normal Chi-Square: χ^2/df)

3) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)

4) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) ได้แก่

- ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนหรือความแปรปรวนร่วม (Goodness of Fit Index: GFI) แสดงปริมาณความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วมที่อธิบายได้
- ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนหรือความแปรปรวนร่วม หลังปรับแก้องศาความเป็นอิสระ (Adjust Goodness of Fit Index: AGFI)

5) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Relative fit index) ได้แก่ NET (Normed Fit Index) NNIF (Non-Normed Fit Index) และ CFI (Comparative Fit Index)

6) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน ได้แก่

- ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root Mean Square Residual: RMR)
- ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR)

7) การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ใช้โมเดลโครงสร้างซึ่งเป็นโมเดลที่ระบุความสัมพันธ์เชิงสาเหตุหรือเชิงเส้นทางระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝงเพื่อใช้ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลระหว่างตัวแปรโครงสร้างหรือตัวแปรแฝงของกรอบสมการ โครงสร้างการวิจัย (สุกมาต อังสุโชติ และคณะ, 2557) โดยเพื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

- หาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient of Determination: R^2) ของตัวแปรตาม ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงภายในเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลโครงสร้าง
- การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของเส้นทาง (Path Coefficient) และ ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ โดยใช้ค่าสถิติทดสอบที (t-value) ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

2.2 การวิเคราะห์ห้องค์ประกอบสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ค่าความสอดคล้องกลมกลืน (KMO และ Bartlett's Test) 2) ความแปรปรวนสะสมที่อธิบายการสกัดได้ (Total Variance Explained) 3) ความแปรปรวนขององค์ประกอบทั้งหมดที่อธิบายด้วยตัวแปร (Communality) 4) ค่าน้ำหนัก (Factor Loading) และ 5) การหมุนแกน (Rotation)