

# ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดนครศรีธรรมราช

## Factors Influencing Business Operations of Civil State Blue Flag Shops Entrepreneurs in Nakhon Si Thammarat Province

สุชาดา จะรา

นักศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช อ.พระพรหม จ.นครศรีธรรมราช 80000  
โทรศัพท์ 075-378-661 โทรสาร 075-466-148 e-mail: snanuwong@hotmail.com

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ และ 2) ศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 306 คน ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์ สถิติที และสถิติเอฟ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนและใช้วิธีแอลเอสดี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.31) มีอายุ 40-49 ปี (ร้อยละ 31.70) มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 77.12) และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 42.49) ผลการวิเคราะห์ลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้าพบว่า ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐส่วนใหญ่มีเงินลงทุนของธุรกิจร้านค้า 500,001-1,000,000 บาท (ร้อยละ 43.46) มีอายุของธุรกิจร้านค้า 6-10 ปี (ร้อยละ 32.35) มีจำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ 60-79 ชั่วโมง/สัปดาห์ (ร้อยละ 35.29) มีจำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้า 1-5 คน (ร้อยละ 66.99) และมีรูปแบบของธุรกิจร้านค้า คือ เจ้าของคนเดียว (ร้อยละ 58.83) และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ โดยรวม ( $\bar{X} = 4.068$ ) อยู่ในระดับมาก โดยด้านการเงิน ( $\bar{X} = 4.265$ ) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดการ ( $\bar{X} = 4.246$ ) ด้านการตลาด ( $\bar{X} = 4.044$ ) และด้านดำเนินการและเทคโนโลยี ( $\bar{X} = 3.719$ )

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้าด้านเงินลงทุนของธุรกิจร้านค้า อายุของธุรกิจร้านค้า จำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้า และรูปแบบของธุรกิจร้านค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุด มีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้าด้านเงินลงทุนของธุรกิจร้านค้า จำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้า และรูปแบบของธุรกิจร้านค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจโดยรวม ด้านการจัดการ และด้านดำเนินการและเทคโนโลยี ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจโดยรวม ด้านการจัดการ และด้านดำเนินการและเทคโนโลยี ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ, ลักษณะการดำเนินธุรกิจ, ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ

## ABSTRACT

The purposes of this research were to 1) study the relationship of the nature of business and the demographic characteristics type, and 2) compare the level of factors influencing business operations, grouping by the demographic characteristics type. The quantitative analysis was collected by multi-stage sampling on questionnaire-based data from 306 entrepreneurs of civil state blue flag shops in Nakhon Si Thammarat province. The research statistic tools that were used to analysis the data were frequencies, percentage, mean, and standard deviation. The assumptions were tested by Chi-square, t-test, F-test according with analysis of variance (ANOVA) and least significant difference (LSD).

The results found that most respondents were female (51.31%), aged between 40-49 years old (31.70%), married/living together (77.12%), graduated in bachelor degree (42.49%). The study on the nature of business of the subjects found that earned between ฿500,001-฿1,000,000 investments (43.46%), having between 6-10 years old of business (32.35%), the entrepreneurs worked between 60-79 hours per week (35.29%), the shops having 1-5 employees (66.99%), and forms of business organization is sole proprietorship (58.83%). The level of importance on factors influencing business operations of civil state blue flag shops was in the high level ( $\bar{X} = 4.068$ ). They were ranked as following; financing ( $\bar{X} = 4.265$ ), management ( $\bar{X} = 4.246$ ), marketing ( $\bar{X} = 4.044$ ), and operations and technology ( $\bar{X} = 3.719$ ), respectively.

The hypothesis results found that entrepreneur's age had the relation with the nature of business include: business investment, business's age, entrepreneur's regular working hour, number of employees, and forms of business organization, and were at .05 level of significance. Furthermore, entrepreneur's education level had the relation with the nature of business include: business investment, entrepreneur's regular working hour, number of employees, and forms of business organization, and were at .05 level of significance. Additionally, the entrepreneurs with different age were found to have the level of importance on factors influencing business operations different include: management, and operations and technology, and were at .01 level of significance. In the same manner, the entrepreneurs with different education level were found to have the level of importance on factors influencing business operations different include: management, and operations and technology, and were at .05 level of significance.

**Keywords:** factors influencing business operations, nature of business, civil state blue flag shops

## บทนำ

ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเจริญก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้มีการประกอบธุรกิจขึ้นหลายประเภท และมีธุรกิจต่อเนื่องต่าง ๆ ตามมามากมาย โดยผลการดำเนินงานขององค์กร คือ เป้าหมายที่องค์กรต้องการบรรลุและวัดได้ในแนวทางที่สมดุล ทั้งด้านมุมมองการวัดผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช้ทางการเงิน ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต ขั้นตอนที่สำคัญในการประกอบธุรกิจ เมื่อผู้ประกอบการได้ทำการผลิตสินค้าและบริการขึ้นมาแล้ว มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำสินค้าและบริการเคลื่อนย้ายไปสู่ผู้บริโภค (Consumer) หรือผู้ใช้ (User) เพื่อให้เกิดการอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการนั้น ๆ ทำให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนในระบบเศรษฐกิจ ดังนั้น ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ก็คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ปัจจัยด้านลักษณะขององค์กร

และปัจจัยด้านพฤติกรรมองค์กร รวมทั้งการวางแผนทางการตลาด/ยอดขาย และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสำหรับฝ่ายขาย ถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการอยู่รอดของธุรกิจ (ศิริกานดา, 2555, ชุติพร, 2555, ขวัญปภัสสร, 2557, Hong & other, 2016, Alford & Page, 2015)

การดำเนินธุรกิจบริการประเภทร้านค้าปลีกก็เช่นเดียวกัน ที่จะต้องให้ความสนใจกับการวิจัยเพื่อพัฒนาด้านการเงินและการตลาด และโครงสร้างพื้นฐานการตลาด (Marketing Infrastructure) รวมถึงการกำหนดกลยุทธ์การวางแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีคู่แข่งทางการตลาดสูงมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจึงต้องสร้างจุดเด่นในร้านค้าเพื่อดึงดูดใจลูกค้า ความสวยงามของการจัดสถานที่ ความรวดเร็วในการบริการ การให้ความสำคัญกับลูกค้าเพื่อให้รู้สึกเป็นคนพิเศษ หรือแม้กระทั่งการโฆษณาเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและสร้างความสนใจให้กับลูกค้า อีกทั้ง ควรมีการวิจัยปัจจัยที่เอื้อและขัดขวางการขายโอกาสทางการตลาด และการพลิกฟื้นธุรกิจเพื่อความอยู่รอด รวมถึงการสร้างและพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการอีกด้วย (ณัฐวุฒิ, 2555, จิรัฐ และนงลักษณ์, 2557, Alford & Page, 2015, Rangarajan & other, 2018, Yang & other, 2015)

จากปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เกิดสะสมขึ้นในสังคม ทำให้รัฐบาลต้องทำการปฏิรูปประเทศ เพื่อให้คนไทยมีอนาคตที่เท่าเทียมและเป็นธรรม มีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่ยั่งยืนในทุก ๆ ด้าน ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ การบริหารประเทศของรัฐบาลท่ามกลางสถานการณ์บ้านเมือง สภาพเศรษฐกิจ และสังคมที่ยังไม่ปกติ จึงมุ่งเน้นที่จะแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำในประเทศ โดยมีนโยบายในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน ได้แก่ โครงการไทยนิยมยั่งยืน โครงการตลาดประชารัฐ และมาตรการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย รวมทั้งโครงการธงฟ้าประชารัฐ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560)

โครงการธงฟ้าประชารัฐ เป็นโครงการที่กระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการตามนโยบายของรัฐบาล เริ่มเปิดตัวโครงการเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 โดยร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชนจัดจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพราคาพิเศษในร้านค้าปลีก ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อการลดภาระค่าครองชีพให้กับผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและประชาชนทั่วไปที่เข้าไปใช้บริการ จัดหาสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ โดยจำหน่ายในร้านค้าปลีกในราคาต่ำกว่าท้องตลาด ร้อยละ 15-20 เพื่อให้เป็นร้านค้าทางเลือกในการซื้อสินค้าราคาประหยัด อีกทั้งเป็นการช่วยให้ร้านค้าปลีก (โชห่วย) มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ดังนั้น ในการดำเนินธุรกิจบริการประเภทร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน รวมถึงการจัดการด้านการเงิน และการวางแผนด้านการตลาด เพื่อสร้างตลาดที่แข็งแกร่งและคล่องตัวมากขึ้น หรือการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพเป็นระบบและรวดเร็ว เพื่อที่จะได้ดำเนินธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ/ผู้ที่สนใจนำไปปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาระบบการบริการของร้านค้าปลีก ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างต่อเนื่องทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วงเวลาที่วิกฤตเศรษฐกิจ

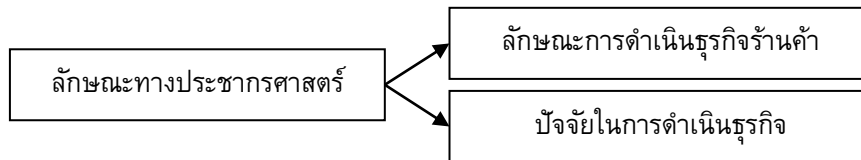
## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการกับลักษณะการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดนครศรีธรรมราช จำแนกตามปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์

## กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้สร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการกับลักษณะการดำเนินธุรกิจ และศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ จำแนกตามปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้กรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพ 1

ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



## วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้  
**ประชากรการวิจัย และวิธีการสุ่มตัวอย่าง**

ประชากรการวิจัย (Population) ในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 901 คน (กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าภายใน, 2561) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ใช้การคำนวณแบบทราบบประชากร โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) โดยยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 และทำการบวกเพิ่มอีกร้อยละ 10 เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 306 คน และใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบ 2 ชั้น (Two Stage Sampling) ดังนี้

1. หน่วยตัวอย่างชั้นแรก (Primary Sampling Unit) คือ อำเภอ ใช้แผนการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) เนื่องจากตัวอย่างในการวิจัยไม่ได้มีความหลากหลายทางด้านอาชีพ จึงกำหนดให้อำเภอเป็นกลุ่ม จำนวน 23 อำเภอ และทำการเลือกตัวแทนมา 8 อำเภอ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Sampling) โดยใช้จำนวนร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ในการเรียงลำดับอำเภอจากน้อยไปมาก

2. หน่วยตัวอย่างชั้นที่สอง (Secondary Sampling Unit) คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มรายชื่อร้านค้าธงฟ้าประชารัฐในแต่ละอำเภอที่ถูกเลือกมาเป็นตัวแทน จำนวน 8 อำเภอ รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำนวน 306 คน

### การออกแบบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structure Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาสูงสุด คำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้า จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เงินลงทุนของธุรกิจร้านค้า อายุของธุรกิจร้านค้า (นับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งเพื่อประกอบธุรกิจร้านค้า) จำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้า และรูปแบบของธุรกิจร้านค้า คำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินงานและเทคโนโลยีด้านการเงิน ด้านละ 5 ข้อ รวมจำนวน 20 ข้อ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert (1932) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของคะแนน เป็น 5 ระดับ โดยระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ไปจนถึงระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

### การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. กำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบตัวแปร นิยามศัพท์เฉพาะ และพฤติกรรมบ่งชี้ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย พร้อมทั้งแบบสอบถามสำหรับการวิจัย เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และให้ข้อเสนอแนะ แล้วนำผลการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index, IOC) จากผลการวิเคราะห์หาความตรงเชิงเนื้อหา (ตาราง 1) ทำการปรับปรุงข้อคำถามที่มีค่า IOC เท่ากับ .67 ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษา โดยทำการปรับปรุงนิยามศัพท์เฉพาะ และพฤติกรรมบ่งชี้ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย แล้วจึงสร้างเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2. ทดลองใช้ (Tryout) เครื่องมือการวิจัยทั้งฉบับกับผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์  $\alpha$  ของ Cronbach (1951) ซึ่งค่า  $\alpha$  ยิ่งมากยิ่งดี โดยปกติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เกณฑ์ยอมรับอยู่ที่ .70 ขึ้นไป ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับเกณฑ์ดังกล่าว ดังตาราง 1

#### ตาราง 1

สรุปผลการวิเคราะห์การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ	จำนวนข้อคำถาม	ค่า IOC	ค่า $\alpha$
ด้านการจัดการ	5	1.00	.850
ด้านการตลาด	5	.67-1.00	.814
ด้านการดำเนินงานและเทคโนโลยี	5	1.00	.835
ด้านการเงิน	5	.67-1.00	.867

### วิธีการเก็บข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยและรายละเอียดของแบบสอบถาม รวมทั้งประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างได้รับทราบ

2. แจกแบบสอบถามและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จนครบตามจำนวน โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 2-16 มกราคม พ.ศ. 2562

3. เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ทำการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้า โดยการหาความถี่ (Frequencies) และร้อยละ (Percentage) เพื่อทราบลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและสภาพของตัวแปรต่างๆ

2. ทำการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาทำการแปลความหมาย ตามเกณฑ์ของบุญชม (2545)

3. ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้า โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square,  $\chi^2$ )

4. ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ จำแนกตามปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการ โดยใช้สถิติที (t-test) กรณีปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์มี 2 กลุ่ม ได้แก่

เพศ และกรณีปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์มีมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา สูงสุด ทำการทดสอบด้วยสถิติเอฟ (F-test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance, ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แล้วจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมด้วยวิธีแอลเอสดี (Least Significant Difference, LSD) ทดสอบความแตกต่างรายคู่

## ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 306 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 51.31) และเพศชาย (ร้อยละ 48.69) มีอายุ 40-49 ปี (ร้อยละ 31.70) รองลงมาคือ มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 25.49) มีอายุ 30-39 ปี (ร้อยละ 25.16) และมีอายุต่ำกว่า 30 ปี (ร้อยละ 17.65) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาสถานภาพสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 77.12) รองลงมาคือ โสด (ร้อยละ 17.32) มีเพียงร้อยละ 5.56 เท่านั้น ที่เป็นหม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 42.49) รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 31.37) และสูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 26.14) ตามลำดับ

2. เมื่อพิจารณาลักษณะการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าพระราชวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ร้านค้าธงฟ้าพระราชวังส่วนใหญ่มีเงินลงทุนของธุรกิจร้านค้า 500,001-1,000,000 บาท (ร้อยละ 43.46) รองลงมาคือ ต่ำกว่า 500,001 บาท (ร้อยละ 32.03) 1,000,001-5,000,000 บาท (ร้อยละ 16.99) มีเพียงร้อยละ 7.52 เท่านั้น ที่มีเงินลงทุนของธุรกิจร้านค้ามากกว่า 5,000,000 บาท โดยส่วนใหญ่อายุของธุรกิจร้านค้า 6-10 ปี (ร้อยละ 32.35) รองลงมาคือ มากกว่า 10 ปี (ร้อยละ 32.03) 1-5 ปี (ร้อยละ 19.93) ต่ำกว่า 1 ปี (ร้อยละ 15.69) ตามลำดับ ทั้งนี้พบว่าจำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ 60-79 ชั่วโมง/สัปดาห์ (ร้อยละ 35.29) รองลงมาคือ มากกว่า 79 ชั่วโมง/สัปดาห์ (ร้อยละ 25.82) ต่ำกว่า 40 ชั่วโมง/สัปดาห์ (ร้อยละ 20.92) และ 40-59 ชั่วโมง/สัปดาห์ (ร้อยละ 17.97) เมื่อพิจารณาจำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้า พบว่า ร้านค้าธงฟ้าพระราชวังส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 1-5 คน (ร้อยละ 66.99) รองลงมาคือ 6-10 คน (ร้อยละ 18.30) 11-15 คน (ร้อยละ 9.15) มีเพียงร้อยละ 5.56 เท่านั้น ที่มีจำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้ามากกว่า 15 คน โดยส่วนใหญ่รูปแบบของธุรกิจร้านค้า คือ เจ้าของคนเดียว (ร้อยละ 58.83) รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนสามัญ/ห้างหุ้นส่วนจำกัด (ร้อยละ 35.62) และสหกรณ์ (ร้อยละ 3.59) มีเพียงร้อยละ 1.96 เท่านั้น ที่เป็นบริษัทจำกัด

3. ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าพระราชวัง ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.068$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีรายละเอียดดังตาราง 2

4. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่าปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้าด้านเงินลงทุนของธุรกิจร้านค้า ( $p\text{-value} = .001$ ) อายุของธุรกิจร้านค้า ( $p\text{-value} = .040$ ) จำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ ( $p\text{-value} = .015$ ) จำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้า ( $p\text{-value} = .034$ ) และรูปแบบของธุรกิจร้านค้า ( $p\text{-value} = .006$ ) และปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้าด้านเงินลงทุนของธุรกิจร้านค้า ( $p\text{-value} = .019$ ) จำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ ( $p\text{-value} = .001$ ) จำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้า ( $p\text{-value} < .001$ ) และรูปแบบของธุรกิจร้านค้า ( $p\text{-value} = .019$ ) รายละเอียดปรากฏดังตาราง 3

5. ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจโดยรวม ( $p\text{-value} < .001$ ) ด้านการจัดการ ( $p\text{-value} < .001$ ) และด้านดำเนินการและเทคโนโลยี ( $p\text{-value} < .001$ ) ต่างกัน และผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจโดยรวม ( $p\text{-value} = .046$ ) ด้านการจัดการ ( $p\text{-value} = .014$ ) และด้านดำเนินการและเทคโนโลยี ( $p\text{-value} = .002$ ) ต่างกัน รายละเอียดปรากฏดังตาราง 4

ตาราง 2

ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจร้านค้า

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจร้านค้า	X	S.D.	ระดับ
1. ด้านการจัดการ	4.246	.546	มาก
1.1 มีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจนในทุกกระบวนการ	4.513	.659	มากที่สุด
1.2 มีการจัดสายงานในการทำงานที่เป็นเอกภาพและง่ายต่อการกำกับดูแลพนักงาน	4.147	.873	มาก
1.3 ผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงทีและมีประสิทธิภาพ	4.520	.654	มากที่สุด
1.4 ผู้ประกอบการสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการอย่างใกล้ชิด	4.042	.815	มาก
1.5 ผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์และมองเห็นโอกาสในอนาคตที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจร้านค้า	4.010	.828	มาก
2. ด้านการตลาด	4.044	.585	มาก
2.1 ร้านค้ามีการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ	4.549	.536	มากที่สุด
2.2 ร้านค้ามีสินค้าและบริการที่หลากหลายประเภท ตรงตามความต้องการของลูกค้า	3.690	.943	มาก
2.3 สินค้าในร้านค้ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	4.529	.579	มากที่สุด
2.4 ร้านค้ามีทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้า	3.752	.885	มาก
2.5 ร้านค้ามีส่วนลดสำหรับสมาชิก และมีโปรโมชั่นให้กับลูกค้า	3.699	.910	มาก
3. ด้านดำเนินการและเทคโนโลยี	3.719	.696	มาก
3.1 การจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีคุณภาพ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน	3.745	.846	มาก
3.2 มีการควบคุมคุณภาพในทุกขั้นตอน เพื่อให้ได้สินค้าและบริการที่มีมาตรฐาน	3.614	.949	มาก
3.3 การได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	3.712	.921	มาก
3.4 มีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นขั้นตอน เพื่อความสะดวกในการดูแลและตรวจสอบ	3.788	.915	มาก
3.5 เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นในธุรกิจร้านค้า ผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว	3.735	.947	มาก
4. ด้านการเงิน	4.265	.508	มาก
4.1 ผู้ประกอบการมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินธุรกิจร้านค้าอย่างเพียงพอ	3.745	.838	มาก
4.2 ผู้ประกอบการมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้	4.631	.541	มากที่สุด
4.3 ผู้ประกอบการมีการวางแผนทางการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว	4.405	.750	มาก
4.4 ผู้ประกอบการสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าได้ตลอดเวลา	4.160	.804	มาก
4.4 ผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจร้านค้าในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.382	.725	มาก
รวม	4.068	.250	มาก

## ตาราง 3

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์กับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้า				
		เงินลงทุนของ ธุรกิจร้านค้า	อายุของธุรกิจ ร้านค้า	จำนวนชั่วโมง การทำงานของ ผู้ประกอบการ	จำนวน พนักงานใน ธุรกิจร้านค้า	รูปแบบของ ธุรกิจร้านค้า
เพศ:	$\chi^2$	3.815	6.329	5.607	5.220	4.063
	(p-value)	(.282)	(.097)	(.132)	(.156)	(.255)
อายุ:	$\chi^2$	28.143**	17.641*	20.543*	18.100*	23.271**
	(p-value)	(.001)	(.040)	(.015)	(.034)	(.006)
สถานภาพสมรส:	$\chi^2$	3.520	9.893	8.442	5.709	2.201
	(p-value)	(.741)	(.129)	(.207)	(.457)	(.900)
ระดับการศึกษาสูงสุด:	$\chi^2$	15.135*	6.856	22.284**	32.922**	15.141*
	(p-value)	(.019)	(.334)	(.001)	(<.001)	(.019)

\* หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## ตาราง 4

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าเชิงฟ้าประชารัฐ จำแนกตามปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ				รวม
		ด้านการ จัดการ	ด้านการตลาด	ด้านดำเนินการ และเทคโนโลยี	ด้านการเงิน	
เพศ:	t	-.275	-1.316	.538	1.434	.182
	(p-value)	(.784)	(.189)	(.591)	(.152)	(.855)
อายุ:	F	16.312**	2.04	8.197**	1.363	10.668**
	(p-value)	(<.001)	(.108)	(<.001)	(.254)	(<.001)
สถานภาพสมรส:	F	.223	.795	.184	1.234	.293
	(p-value)	(.800)	(.453)	(.832)	(.293)	(.746)
ระดับการศึกษาสูงสุด:	F	4.341*	1.324	6.219**	.189	3.120*
	(p-value)	(.014)	(.267)	(.002)	(.828)	(.046)

\* หมายถึง ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\* หมายถึง ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



## สรุปและวิจารณ์ผล

1. ผลการวิจัยพบว่า ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐส่วนใหญ่มีรูปแบบของธุรกิจร้านค้า คือ เจ้าของคนเดียว (ร้อยละ 58.83) มีจำนวนพนักงาน 1-5 คน (ร้อยละ 66.99) และจำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ 60-79 ชั่วโมง/สัปดาห์ (ร้อยละ 35.29) ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้าเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) ที่ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้บริหารจัดการด้วยตนเอง ทำให้มีชั่วโมงการทำงานต่อสัปดาห์ที่ค่อนข้างสูง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของณัฐวุฒิ (2555) ในการศึกษาปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่พบว่า มีลักษณะการดำเนินงานแบบเจ้าของคนเดียว อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับโครงการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ (Start up) ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) เพื่อให้ผู้ประกอบการ สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการตลาด (Market Intelligence) และเข้าถึงมาตรการส่งเสริมต่างๆ ของภาครัฐ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการผลักดันให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของชุลีพร (2555) ที่กล่าวว่า การได้รับการสนับสนุนจากสังคม ด้านการสนับสนุนจากผู้นำชุมชน และด้านการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของผู้ประกอบการได้

2. ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ( $X = 4.265$ ) ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการได้มีการวางแผนทางการเงินทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยมีการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ และมีเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุนสำรองในการดำเนินธุรกิจร้านค้าอย่างเพียงพอ รวมทั้งสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินธุรกิจร้านค้าได้ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดดัชนีการเปรียบเทียบดุลยภาพของ Kaplan & Norton (1996) ในการศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจ 4 มิติ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่สามารถให้รายละเอียดชัดเจนถึงสิ่งที่องค์กรต้องการจะวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ครอบคลุมทั้งหมด และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Piercy (2010) ในการศึกษาความสัมพันธ์ข้ามสายงาน (Cross-Functional) ระหว่างการตลาดกับการดำเนินงาน (Marketing-Operations) ที่กล่าวว่า กุญแจสำคัญในการนำไปสู่วิธีการเสนอที่มาของความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างการดำเนินการกับการตลาด ได้แก่ การจัดการกลไกการจ่ายเงิน/ผลตอบแทน

3. ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจด้านดำเนินการและเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ( $X = 3.719$ ) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Alford & Page (2015) ในการศึกษาเทคโนโลยีการตลาด (Marketing Technology) สำหรับการนำไปใช้ในธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการเทคโนโลยีเพื่อการตลาดเป็นอย่างมาก เพราะสามารถสร้างโอกาสให้การตลาดแข็งแกร่งและคล่องตัวมากขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัด เนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการวัดผลตอบแทนจากการลงทุน นอกจากนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวยังสอดคล้องกับการเติบโตที่ดีของธุรกิจอีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ในประเทศไทย ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรที่สร้างและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า/กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง

4. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้าด้านเงินลงทุนของธุรกิจร้านค้า อายุของธุรกิจร้านค้า จำนวนชั่วโมงการทำงานของผู้ประกอบการ จำนวนพนักงานในธุรกิจร้านค้า และรูปแบบของธุรกิจร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของขวัญภัสสร (2557) ในการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยภูมิหลัง การมุ่งประกอบการ และเครือข่ายทางสังคม ต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่กล่าวว่า อายุของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงลบต่อการมุ่งประกอบการ และมีอิทธิพลเชิงบวกกับเครือข่ายทางสังคม นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับลักษณะการดำเนินธุรกิจร้านค้า ซึ่งสอดคล้องกับ

แนวคิดด้านการจัดการดำเนินงาน (Operations Management) ของค่านาย (2547) ที่กล่าวว่า การดำเนินงาน (Operations) เป็นกระบวนการที่เปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (Input) เป็นผลลัพธ์ที่มีมูลค่า ซึ่งปัจจัยนำเข้า (Input) หมายถึง ทรัพยากรหรือปัจจัยที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสนใจ เพื่อให้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กรประสบความสำเร็จ หรือเรียกว่า ปัจจัย 5 M's คือ ทรัพยากรมนุษย์ (Manpower) เครื่องจักรอุปกรณ์รวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน (Machine) วัตถุดิบ (Materials) เงินลงทุน (Money) และการจัดการดำเนินงาน (Management) เพื่อให้ได้ผลิตผล (Output) เช่น สินค้า บริการ เป็นต้น โดยอาศัยการจัดการที่ได้รับผลสะท้อนกลับจากความต้องการจากลูกค้าที่จำเป็นสำหรับการกำหนดปัจจัยนำเข้าในกระบวนการแปรสภาพที่เหมาะสม

5. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุ และระดับการศึกษาสูงสุดต่างกัน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจโดยรวม ด้านการจัดการ และด้านดำเนินการและเทคโนโลยี ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rangarajan & other (2018) ในการศึกษาการจัดการยอดขาย (Aligning Sales) และการบริหารการปฏิบัติการ (Operations Management) ที่กล่าวว่า มี 3 ปัจจัยหลักที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดการยอดขาย (Aligning Sales) และการบริหารการปฏิบัติการ (Operations Management) ได้แก่ 1) ระดับขององค์กร มี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ประเด็นภายในองค์กร และการวางแผนทางการตลาด/ยอดขาย 2) ระดับการจัดการยอดขาย มี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ เทคโนโลยี/ระบบอัตโนมัติสำหรับฝ่ายขาย และการประเมินผลการขายและประสิทธิภาพ และ 3) ระดับพนักงานขาย มี 1 องค์ประกอบ ได้แก่ การพยากรณ์ (โดยใช้เทคโนโลยีระบบดิจิทัล และรูปแบบการท่องเว็บ) และงานวิจัยของ Kasim & Minai (2009) ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพ (CRM) ที่กล่าวว่า มีเพียงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของกลยุทธ์ CRM เท่านั้น ที่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน และ Hong & other (2016) ในการศึกษาถึงความสำคัญของขนาดองค์กร (Firm Size) ที่กล่าวว่า ปัจจัยด้านการลงทุน การวิจัยและพัฒนา และการจัดการเทคโนโลยี มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่เป็นแหล่งรวบรวมความรู้ต่าง ๆ ไว้สำหรับศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และขอขอบคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันมีค่ายิ่ง และขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย จนทำให้การดำเนินการวิจัยประสบผลสำเร็จด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าภายใน. (2561). *ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ*. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://www.shop.moc.go.th/>
- ขวัญภักดิ์สร จานทอง. (2557). อิทธิพลของปัจจัยภูมิหลัง การมุ่งประกอบการ และเครือข่ายทางสังคม ต่อความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการจังหวัดราชบุรี. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 19(1): 123-134.
- ค่านาย อภิรัชญาสกุล. (2547). *โลจิสติกส์เพื่อการผลิตและการดำเนินงาน*. กรุงเทพมหานคร: นักรพการพิมพ์.
- จิรัฐ ชวนชม และนงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร. (2557). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยว กรณีศึกษา ธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัย มสส สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 10(3): 1-16.
- ชวลีพร มาสเนตร. (2555). *ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปที่บ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2555). ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี. นนทบุรี: วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ศิริกานดา แหยมคง. (2555). ปัจจัยเหตุและผลของความสามารถการจัดการลูกค้าเชิงสัมพันธ์ภาพ ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ปริญญาการจัดการดุสิตบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). การสำรวจข้อมูลผู้มีรายได้น้อย พ.ศ. 2560. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- Alford, P., and Page, S.J. (2015). Marketing technology for adoption by small business. *The Service Industries Journal*. 35(11-12): 655-669.
- Cronbach, L.J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Tests. *Psychometrika*. 16(3): 297-334.
- Hong, S., Oxley, L. McCann, P., and Le, T. (2016). Why firm size matters: investigating the drivers of innovation and economic performance in New Zealand using the Business Operations Survey. *Applied Economics*. 48(55): 5379-5395.
- Kaplan, R.S., and Norton, D.P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Kasim, N.A.A., and Minai, B. (2009). Linking CRM Strategy, Customer Performance Measures and Performance in the Hotel Industry. *International Journal of Economics and Management*. 3(2): 297-316.
- Likert, R. (1932). *A Technique for the Measurement of Attitude*. New York: New York University.
- Piercy, N. (2010). Improving marketing-operations cross-functional relationships. *Journal of Strategic Marketing*. 18(4): 337-356.
- Rangarajan, D., Sharma, A., Paesbrugghe, B., and Boute, R. (2018). Aligning sales and operations management: an agenda for inquiry. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. 38(2): 220-234.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. 3<sup>rd</sup> ed. New York: Harper & Row.
- Yang, Z., Shi, Y., and Wang, B. (2015). Search Engine Marketing, Financing Ability and Firm Performance in E-commerce. *Procedia Computer Science*. 55: 1106-1112.