

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐ ไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร*

FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF THE IMPLEMENTATION OF BLUE FLAG WELFARE PROGRAM POLICY IN BANGKOK

दनय जन्तसमरेण*, सूरचय तवमित्र, चोत बदेरत

Danai Chansamruean*, Somchai Tawmit, Chot Bodeerat

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก ประเทศไทย

Pibulsongkram Rajabhat University, Phitsanulok, Thailand

*Corresponding author E-mail: Danai8138@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติ และ 3) ข้อเสนอแนะแนวทางในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสานวิธีได้แก่ การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านค้าที่เข้าร่วมโครงสร้างธงฟ้าประชารัฐ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งยังเปิดกิจการอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2564 จำนวน 353 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ตัวแทนผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ จำนวน 20 คน เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการทางสถิติ การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1. ความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ระดับมาก 2. ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยเครือข่ายผู้ประกอบการธงฟ้ามีผลในทางบวกต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3. ผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายมีการจัดทำข้อมูลในการบริหารร้านค้าอย่างจริงจัง สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการและปฏิบัติตามข้อกำหนดของภาครัฐในการดำเนินการตามนโยบาย

คำสำคัญ: อิทธิพล, ความสำเร็จ, นโยบายธงฟ้าประชารัฐ

Abstract

The objective of this research is to 1) study the level of success in implementing the national flag policy in the area of Bangkok 2) investigate the factors influencing the success of implementing the national flag policy in the area of Bangkok, and 3) study the recommendations for implementing the national flag policy in the Bangkok metropolitan area. The sample group used in the research consists of business operators participating in the national flag policy program

in the Bangkok metropolitan area, which is still in operation in the year 2021, totaling 353 people. Data was collected using a questionnaire with approximately 5 levels of data analysis using statistical methods, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and structural equation modeling. Research findings are as follows: The success in implementing the national flag policy in the Bangkok metropolitan area is generally at a high level. Factors such as the characteristics of business operators, distribution channels, and the network of national flag business operators have a positive impact on the success of implementing the national flag policy in the Bangkok metropolitan area, statistically significant at the 0.05 level. Business operators of national flag stores should diversify distribution channels, create genuine data for store management, build networks with other operators, and comply with government regulations in implementing the policy.

Keywords: Influence, Success, National Flag Policy

บทนำ

แนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นของธุรกิจค้าปลีกในตลาดเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะกลุ่มร้านค้าสะดวกซื้อที่เป็นตราสินค้าของท้องถิ่น (local brand) และในประเทศไทยธุรกิจค้าปลีกก็มีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้นเช่นกัน และร้านค้าสะดวกซื้ออีกตราสินค้าหนึ่งที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในประเทศไทยคือ “เซเว่นอีเลฟเว่น” อย่างไรก็ตามข้อมูลจากประชาชาติธุรกิจออนไลน์ได้นำเสนอผลการวิจัยพฤติกรรมการจับจ่ายของผู้บริโภค บริษัท กันตาร์ เวิร์ลด์พาแนว (ประเทศไทย) จำกัด ได้ทำการวิจัยไว้ ซึ่งพบว่าธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น เพราะร้านค้าเหล่านี้มีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตกับพฤติกรรมผู้บริโภค (life style and customer behaviour) ที่เปลี่ยนไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมของคนไทยในปัจจุบันมีความนิยมซื้อสินค้าใกล้บ้านมากขึ้น ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจ มีแนวโน้มชะลอตัว คนระมัดระวังการใช้จ่ายแต่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ นอกจากนี้ยังพบว่าร้านค้าดั้งเดิม แม้จะมีสัดส่วนแนวโน้มลดลงแต่ก็ยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เพราะเป็นร้านค้าที่มีความสามารถจำหน่ายสินค้าและบริการเข้าถึงชุมชนได้ดีกว่าร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ประกอบกับกระทรวงพาณิชย์ของไทยได้ริเริ่มโครงการธงฟ้าประชารัฐ (Pracharat Blue Flag project) เพื่อสร้างให้เกิดผู้ประกอบการชุมชนที่สามารถเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งถือเป็นที่ยึดของแต่ละชุมชนทั่วประเทศไทย ประโยชน์ของการพัฒนาโครงการดังกล่าว คือ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการบริโภคของชุมชนและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีมีสุขในชุมชนทั่วประเทศหน่วยงานหลัก ได้แก่ พาณิชย์จังหวัด มุ่งสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐในพื้นที่ ทำการพัฒนาและสร้างความรู้ความสามารถให้กับร้านค้าหรือผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมในโครงการธงฟ้าประชารัฐ รวมถึงเพื่อให้เกิดความสามารถในการปรับตัวและความสามารถทางด้านนวัตกรรม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการสร้างผลิตภัณฑ์ และบริการที่ตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน (มณีวรรณ บรรลุศิลป์ และปรางทิพย์ เสยกระโทก, 2561) ที่อยู่ในพื้นที่ และมีพันธกิจที่จะพัฒนาชุมชนได้ร่วมในการพัฒนาหลักสูตรเพื่อสร้างผู้ประกอบการชุมชนให้มีความรู้ และทักษะเพิ่มขึ้น (พัชรกัญญ์ เอียรชุนตินันท์ และสมเดช มุ่งเมือง, 2562) ซึ่งเป้าหมายคือ การสร้างให้เกิดความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ และความมั่นใจที่เพิ่มมากขึ้นในการบริหารร้านธงฟ้าประชารัฐให้ประสบความสำเร็จ รวมไปถึงการเกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จของโครงการนี้ในที่สุด

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นบุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเองด้วยตนเอง และมีการพัฒนาอย่างเจริญก้าวหน้า สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุมการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคม จนกลายมาเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนร่วมทำให้สังคมเจริญเติบโตด้วย (วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์, 2558) นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังเป็นผู้ลงทุนและผู้บริหารพร้อมกันทั้งสองหน้าที่เป็นผู้วางแผนบริหารจัดการ เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น ขวนขวายที่จะเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ มาผสมผสานด้วยหลักการจัดการทำให้เกิดเป็นสินค้าแปลกใหม่เกิดผู้ประกอบการใหม่มีการเสาะแสวงหาตลาดหรือช่องทางที่ทำให้เกิดกำไรเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สิ่งแปลกใหม่ให้กับสินค้าตัวเดิมอยู่เสมอ หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตเดิมให้ดีขึ้น การที่ผู้ประกอบการจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น คุณลักษณะส่วนตัวของผู้ประกอบการจะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งกำหนดความสำเร็จของกิจการ และเป็นแนวพฤติกรรมการทำงานของผู้ประกอบการโดยรวม ผู้ประกอบการจะต้องสามารถต่อสู้หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ ดังนั้น การพยายามหาคุณลักษณะสำคัญสำหรับการเป็นผู้ประกอบการที่ดีจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการดำเนินอาชีพและเป็นประโยชน์ ทำให้ทราบจุดเด่นและจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะและความสามารถ รวมทั้งคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (พนทิพย์ ฆารไสว, 2554) ดังนั้นคุณลักษณะของผู้ประกอบการจึงส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

นอกจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจดังที่ รพีพรรณ พงษ์อินทรวงศ์ และคณะ ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ประกอบการ ส่งผลต่อการเพิ่มยอดขายของร้านค้าปลีก ยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษา ร้านธงฟ้าประชารัฐบริการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จะเห็นได้ว่าการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ เพื่อร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานมีความสามารถสูงกว่าการที่ผู้ประกอบการจะทำตามลำพัง (รพีพรรณ พงษ์อินทรวงศ์ และคณะ, 2563) การสร้างเครือข่ายนั้นเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ของผู้ประกอบการด้วยกัน การสร้างเครือข่ายด้านสินค้าและบริการ ด้านราคาทำให้เกิดประโยชน์และส่งผลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ (ชัยญานัก หล้าแหล่ง และคณะ, 2561) อีกทั้งการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถโดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ หรือหน่วยงานเอกชน และมีการบริการความรู้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายทำให้ผู้ประกอบการเกิดการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจตลอดจนนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติ ดังที่ วลัย ช่อนกลิ่น ได้กล่าวว่า การที่ร้านค้าปลีกจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนั้น จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาสนับสนุน ซึ่งประกอบ ด้วยทำเลที่ตั้งของร้านค้าที่เข้าถึงได้ง่าย ช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย ประเภทสินค้าที่ให้บริการและการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญ (วลัย ช่อนกลิ่น, 2562) ซึ่ง Aaker, D. A. ได้กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาดจะต้องให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงการซื้อสินค้าได้ง่าย (Aaker, D. A., 2014) อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้จะพบว่าร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ บริการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ จะมีการบริการสินค้าทั้งหน้าร้านและการซื้อขายผ่านออนไลน์ และเนื่องจากนโยบายของรัฐบาลได้ส่งเสริมให้ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐมีบริการเครื่องรูดบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และมีการใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) หรือเรียกว่าถุงเงินประชารัฐ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐได้ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่อยู่ในเขตชุมชน อีกทั้งเป็นการลดภาระเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อมาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ในชุมชนพื้นที่ในเมืองขนาดใหญ่ ดังนั้นช่องทางการจัดจำหน่ายจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐมาปฏิบัติ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการธงฟ้าประชารัฐในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษานโยบายภาครัฐด้านโครงการธงฟ้าประชารัฐในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐด้านโครงการธงฟ้าประชารัฐ ที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการธงฟ้าประชารัฐ ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยใช้รูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาคุณลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการและการรับรูนโยบายภาครัฐด้านโครงการธงฟ้าประชารัฐ
2. ขั้นตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. ขั้นตอนที่ 3 การประเมินรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านเนื้อหา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้พิจารณาเนื้อหา ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ และปัจจัยด้านเครือข่าย และความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาวิจัย ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงสร้างธงฟ้าประชารัฐ ภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีเขตพื้นที่บางเขน, เขตหนองจอก, เขตดุสิต, เขตพระนคร

ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือร้านค้าที่เข้าร่วมโครงสร้างธงฟ้าประชารัฐ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งยังเปิดกิจการอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2564 โดยกำหนดให้ร้านค้า 1 ร้านนับเป็นกลุ่มประชากร 1 ราย จำนวนรวมทั้งสิ้น 3,053 ราย (<https://shop.moc.go.th/shop>)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงสร้างรถไฟฟ้าประชารัฐ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งยังเปิดกิจการอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2564 จำนวน 353 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Yamane, T. , 1973)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) คือ ผู้ประกอบการร้านค้าภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเข้าร่วมโครงการรถไฟฟ้าประชารัฐ จำนวน 20 คนได้มาโดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกเป็นร้านค้าที่มียอดจำหน่ายสินค้าสูงและมีกลุ่มเครือข่ายทางธุรกิจ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์กลุ่มคือผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการ มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการสร้างเครือข่ายทางด้านธุรกิจ และเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการประชารัฐ จำนวน 9 คน กำหนดคุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิคือ

1. เป็นผู้บริหารองค์กรหรือผู้ประกอบการ ที่สำเร็จการศึกษาปริญญาเอก หรือ ผู้มีตำแหน่งวิชาการไม่น้อยกว่าผู้ช่วยศาสตราจารย์
2. เป็นผู้ประกอบการที่ประสบผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจ
3. เป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับนโยบายหรือโครงการประชารัฐของรัฐ หรือมีประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับการขับเคลื่อนโครงการประชา

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คนคิดเป็นร้อยละ 60.06 อายุ 31-40 ปีจำนวน 176 คนคิดเป็นร้อยละ 49.86 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 53.82 ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ 6-10 ปี จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 33.71 ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าประเภทอุปโภค บริโภค จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 42.78 มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 1,000,000 บาทจำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 48.44 และมีพนักงาน จำนวน 6-10 คน จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 58.64

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, SD. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความใส่ใจในความสำเร็จ ($\bar{X} = 3.97$, SD. = 0.55) รองลงมาคือด้านความเป็นตัวของตัวเอง ($\bar{X} = 3.96$, SD. = 0.60) ความกล้าเสี่ยง ($\bar{X} = 3.94$, SD. = 0.63) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.93$, SD. = 0.62) ความมีนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.89$, SD. = 0.65) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ($\bar{X} = 3.82$, SD. = 0.61) รายละเอียดแต่ละด้านเป็นดังนี้

2.1 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, SD. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ความสามารถทางธุรกิจทำให้ธุรกิจของเจริญรุ่งเรือง ($\bar{X} = 4.10$, SD. = 0.82) รองลงมาคือผ่านภาวะวิกฤติต่าง ๆ มาได้ด้วยความสามารถของตนเอง ($\bar{X} = 4.01$, SD. = 0.85) และผลสำเร็จของงานเกิดขึ้นได้เพราะตัวของมิใช่โชคหรือดวง ($\bar{X} = 3.99$, SD. = 0.86) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ชีวิตของถูกกำหนดโดยการกระทำของตนเอง ($\bar{X} = 3.88$, SD. = 1.01) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับกับสามารถที่จะบริหารจัดการชีวิตของตนเองให้เจริญก้าวหน้าตามที่ปรารถนาได้ ($\bar{X} = 3.88$, SD. = 0.88)

2.2 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความมั่นคงวิวัฒนาการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, SD. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ คิดว่าการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการเป็นเรื่องง่าย ($\bar{X} = 3.98$, SD. = 0.91) รองลงมาคือ คิดว่าข่าวสารที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือการบริการด้วยวิธีต่าง ๆ เป็นเรื่องคุ้มค่า ($\bar{X} = 3.87$, SD. = 0.88) ค่าเฉลี่ยเท่ากับกับ คิดว่าความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการ เป็นสิ่งที่ใกล้ตัว ($\bar{X} = 3.87$, SD. = 0.86) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ มักเสนอแนะวิธีการแปลกใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการผลิต หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการให้แก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.86$, SD. = 0.92)

2.3 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, SD. = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีแนวคิดในการใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.03$, SD. = 0.83) รองลงมาคือ มีแนวคิดในการเพิ่มจำนวนพนักงานเมื่อลูกค้าเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 4.01$, SD. = 0.90) และมีแนวคิดในการปรับลดราคาพิเศษตามเทศกาล ($\bar{X} = 3.99$, SD. = 0.93) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ มีแนวคิดในการจัดโปรโมชั่นผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.83$, SD. = 0.98)

2.4 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$, SD. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ การแก้ไขข้อร้องเรียนและปรับปรุงงานสามารถแก้ไขได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 3.93$, SD. = 0.89) รองลงมาคือ สถานประกอบการของมีเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า ได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอ ($\bar{X} = 3.88$, SD. = 0.85) และข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะของลูกค้า ได้รับการตอบสนองรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.87$, SD. = 0.89) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ลูกค้าสามารถร้องเรียนหรือเสนอแนะการดำเนินงานสถานประกอบการของได้สะดวก ($\bar{X} = 3.74$, SD. = 0.89)

2.5 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, SD. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ สถานประกอบการของมีการเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะบ่อยครั้ง ($\bar{X} = 4.04$, SD. = 0.93) รองลงมาคือในภาพรวมให้ความสำคัญต่อความคิดเห็นของลูกค้า ($\bar{X} = 4.03$, SD. = 0.92) และสถานประกอบการของมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 3.93$, SD. = 0.95) ค่าเฉลี่ยเท่ากับกับ ผลิตภัณฑ์หรือการบริการในสถานประกอบการ ของคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้า ($\bar{X} = 3.93$, SD. = 0.93) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ สถานประกอบการของมีขั้นตอนการทำงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ ($\bar{X} = 3.82$, SD. = 0.98)

2.6 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, SD. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ถ้าพบปัญหาในการทำงานท่านจะไม่วิตกกังวล แต่จะหาทางแก้ไขปัญหานั้นจนสำเร็จ ($\bar{X} = 4.31$, SD. = 0.78) รองลงมาคือจะทำผลงานให้ดีกว่าผู้อื่นทำ ($\bar{X} = 4.24$, SD. = 0.78) และจะนำเอาความล้มเหลวผิดพลาดมาแก้ไขเพื่อให้งานประสบความสำเร็จขึ้นได้ ($\bar{X} = 4.19$, SD. = 0.79) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ จะกำหนดมาตรฐานในระดับสูงสำหรับผลิตภัณฑ์หรือการบริการของ ($\bar{X} = 3.30$, SD. = 1.10)

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายของร้านธงฟ้าประชารัฐ พบว่า โดยรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, SD. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีร้านมีบริการเครื่องรูดบัตรเครดิตการแห่งรัฐ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$,

SD. = 0.78) รองลงมาคือ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เลือกซื้อได้สะดวก ($\bar{X}$ = 4.34, SD. = 0.69) และร้านค้าที่มีที่จอดรถสะดวก ($\bar{X}$ = 4.32, SD. = 0.72) ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ร้านค้าได้จัดทำข้อมูลในฐานข้อมูล ออนไลน์ของกระทรวงพาณิชย์ ($\bar{X}$ = 3.61, SD. = 1.18)

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเครือข่ายผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.74, SD. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความร่วมมือกันทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99, SD. = 0.76) รองลงมาคือ ด้านระบบการบริหารจัดการเครือข่าย ($\bar{X}$ = 3.88, SD. = 0.86) ด้านกลไกการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X}$ = 3.81, SD. = 0.97) ด้านจิตสำนึกการพึ่งพาและร่วมมือกัน ($\bar{X}$ = 3.72, SD. = 0.89) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจกันของเครือข่าย ($\bar{X}$ = 3.72, SD. = 0.92) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ ด้านการจัดการความรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.33, SD. = 0.98) รายละเอียดแต่ละด้านเป็นดังนี้

4.1 เครือข่ายผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ ด้านจิตสำนึกการพึ่งพาและร่วมมือกันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.72, SD. = 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยสามลำดับพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีจิตสำนึกในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่ม ($\bar{X}$ = 3.78, SD. = 1.11) รองลงมาคือมีจิตสำนึกในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การพึ่งพาระหว่างผู้ประกอบการ ($\bar{X}$ = 3.77, SD. = 0.97) และมีการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ประกอบการในการสร้างความร่วมมือ การพัฒนาแบบยั่งยืนเพื่อการพึ่งตนเอง ($\bar{X}$ = 3.67, SD. = 1.00) ค่าเฉลี่ยเท่ากับมีการสร้างโอกาสให้สมาชิกเสนอข้อคิด เห็นตั้งแต่การกำหนดปัญหา การวางแผน การดำเนินกิจกรรมการใช้ประโยชน์ การแบ่งปันผลประโยชน์ และประเมินผล ร่วมกันทุกขั้นตอน ($\bar{X}$ = 3.67, SD. = 0.94) ตามลำดับ

4.2 เครือข่ายผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจกันของเครือข่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.72, SD. = 0.92) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พยายามสร้างทีมงานและกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการทำงานร่วมกันระหว่างภาค ($\bar{X}$ = 3.85, SD. = 1.07) รองลงมาคือ หน่วยงานสามารถสร้างความศรัทธาความเชื่อใจในผลิตภัณฑ์ให้กับภาคเครือข่าย ($\bar{X}$ = 3.74, SD. = 1.03) และหน่วยงานสามารถสร้างความมั่นใจแก่ภาคีในการเสริมสร้างภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นแก่สินค้า ($\bar{X}$ = 3.57, SD. = 0.99) ตามลำดับ

4.3 เครือข่ายผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ ด้านกลไกการติดต่อสื่อสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.81, SD. = 0.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ มีการนัดประชุม พบปะระหว่างภาคเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ เช่น ประชุมชมรมผู้จัดการ การจัดประชุมเสวนา โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ($\bar{X}$ = 3.94, SD. = 1.08) รองลงมาคือมีการติดต่อสื่อสารโดยใช้เครื่องมือต่าง ๆ ระหว่างภาคี ($\bar{X}$ = 3.68, SD. = 0.95) ตามลำดับ

4.4 เครือข่ายผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ ด้านการจัดการความรู้ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.33, SD. = 0.98) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ปฏิบัติเพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ ($\bar{X}$ = 3.37, SD. = 0.86) รองลงมาคือมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างภาคีเครือข่าย ($\bar{X}$ = 3.34, SD. = 1.05) และ มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ฝังในตัวตนของผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานมาก่อน ($\bar{X}$ = 3.26, SD. = 0.89) ตามลำดับ

4.5 เครือข่ายผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ ด้านระบบการบริหารจัดการเครือข่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88, SD. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีความยืดหยุ่นพอสมควร เพราะสถานการณ์อาจมีการ เปลี่ยนแปลงและเข้าใจในข้อจำกัดของแต่ละฝ่าย ($\bar{X}$ = 4.05,

SD. = 0.96) รองลงมาคือ มีความคาดหวังที่ตรงกันและมีความสุขในการทำงานเครือข่าย ตลอดจนรับผิดชอบในความสำเร็จหรือล้มเหลวร่วมกัน ($\bar{X}$ = 4.03, SD. = 0.98) และยึดหลักเสมอภาคในการทำงาน และมีความโปร่งใส ($\bar{X}$ = 3.91, SD. = 0.99) ค่าเฉลี่ยเท่ากับกับ หน่วยงานมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ($\bar{X}$ = 3.91, SD. = 0.96) ตามลำดับส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ หน่วยงานมีความผูกพันและรับผิดชอบต่อการสร้างเครือข่ายมีความพร้อมที่จะทำงานร่วมกัน ($\bar{X}$ = 3.52, SD. = 1.07)

4.6 เครือข่ายผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ ด้านความร่วมมือกันทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99, SD. = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ รวมกลุ่มกันช่วยปรับปรุงขั้นตอนการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, SD. = 0.90) รองลงมาคือรวมกลุ่มกันจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าหลากหลายรูปแบบ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, SD. = 0.96) และนำสินค้าของตนไปแสดงตามงานจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ตามที่เอกชนจัด ($\bar{X}$ = 4.04, SD. = 1.01) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ มีระบบการจัดหาสินค้าที่มีประสิทธิภาพ เช่น ระบบทันเวลาพอดี ($\bar{X}$ = 3.82, SD. = 0.96)

5. ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01, SD. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยสามลำดับ พบว่า รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ นโยบายธงฟ้าประชารัฐช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนของประชาชน ($\bar{X}$ = 4.46, SD. = 0.91) รองลงมาคือ นโยบายธงฟ้าประชารัฐทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ($\bar{X}$ = 4.42, SD. = 0.91) และนโยบายธงฟ้าประชารัฐทำให้ประชาชนมีรายได้เพียงพอกับค่าครองชีพ ($\bar{X}$ = 4.36, SD. = 0.92) ตามลำดับ

6. สรุปผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนี้

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิสรุปผลได้ดังนี้

6.1 องค์ประกอบของปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มี 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง มีตัวแปรที่สังเกตได้ 7 ตัวแปร 2) ความมีวินัยกรรมมีตัวแปรที่สังเกตได้ 7 ตัวแปร มีตัวแปรที่สังเกตได้ 4 ตัวแปร 3) ความกล้าเสี่ยง มีตัวแปรที่สังเกตได้ 7 ตัวแปร 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน มีตัวแปรที่สังเกตได้ 6 ตัวแปร 5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ มีตัวแปรที่สังเกตได้ 7 ตัวแปร และ 6) ความใส่ใจในความสำเร็จ มีตัวแปรที่สังเกตได้ 9 ตัวแปร

6.2 องค์ประกอบของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีตัวแปรที่สังเกตได้ 15 ตัวแปร

6.3 องค์ประกอบของปัจจัยด้านเครือข่ายผู้ประกอบการร้านธงฟ้าประชารัฐ มี 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) จิตสำนึกการพึ่งพาและร่วมมือกัน มีตัวแปรที่สังเกตได้ 4 ตัวแปร 2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจกันของเครือข่าย มีตัวแปรที่สังเกตได้ 3 ตัวแปร 3) กลไกการติดต่อสื่อสาร มีตัวแปรที่สังเกตได้ 2 ตัวแปร 4) การจัดการความรู้ มีตัวแปรที่สังเกตได้ 3 ตัวแปร 5) ระบบการบริหารจัดการเครือข่าย มีตัวแปรที่สังเกตได้ 5 ตัวแปร และ 6) ด้านความร่วมมือกันทางธุรกิจ มี ตัวแปรที่สังเกตได้ 15 ตัวแปร

6.4 องค์ประกอบของความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยตัวแปรที่สังเกตได้ 20 ตัวแปร

สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ในรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยตัวแปรแฝง 3 ตัวแปร

7. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย (Hypothesis Model) ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นมาตามแนวคิดและทฤษฎีมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ หากพบว่าไม่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยก็จะดำเนินการปรับแก้แบบจำลอง (Modification Model) เพื่อให้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการยอมให้ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตบางคู่มีความสัมพันธ์กัน จนกระทั่งแบบจำลองที่ปรับแก้ (Adjust Model) มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แล้วจึงจะพิจารณาถึงเส้นทางความสัมพันธ์ของแบบจำลองรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุตามสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ดำเนินการปรับแก้ (Adjust Model) ได้ผลลัพธ์สำหรับการทดสอบสมมติฐาน H1 แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีผลในทางบวกต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สิ่งนี้แสดงว่า หาก คุณลักษณะของผู้ประกอบการสูงขึ้นก็มีแนวโน้มที่ความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครจะมากขึ้นด้วย

สำหรับการทดสอบสมมติฐาน H2 แสดงให้เห็นว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลในทางบวกต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สิ่งนี้แสดงว่า หากช่องทางการจัดจำหน่าย มีมากขึ้น ก็มีแนวโน้มที่ความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จะมากขึ้นด้วย

ในส่วนของการทดสอบสมมติฐาน H3 แสดงให้เห็นว่าเครือข่ายผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สิ่งนี้แสดงว่า หากเครือข่ายผู้ประกอบการมีมากขึ้นก็มีแนวโน้มที่ความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครจะมากขึ้นด้วย

จะเห็นว่าปัจจัยทั้ง 3 ต่างมีผลทางบวกต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยที่ปัจจัยเครือข่ายของผู้ประกอบการธงฟ้าประชารัฐ ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐมากที่สุด ($\beta = 0.299$) ปัจจัยที่มีผลรองลงมาคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการและช่องทางจัดจำหน่าย ($\beta = 0.291$ และ 0.141 ตามลำดับ)

อภิปรายผล

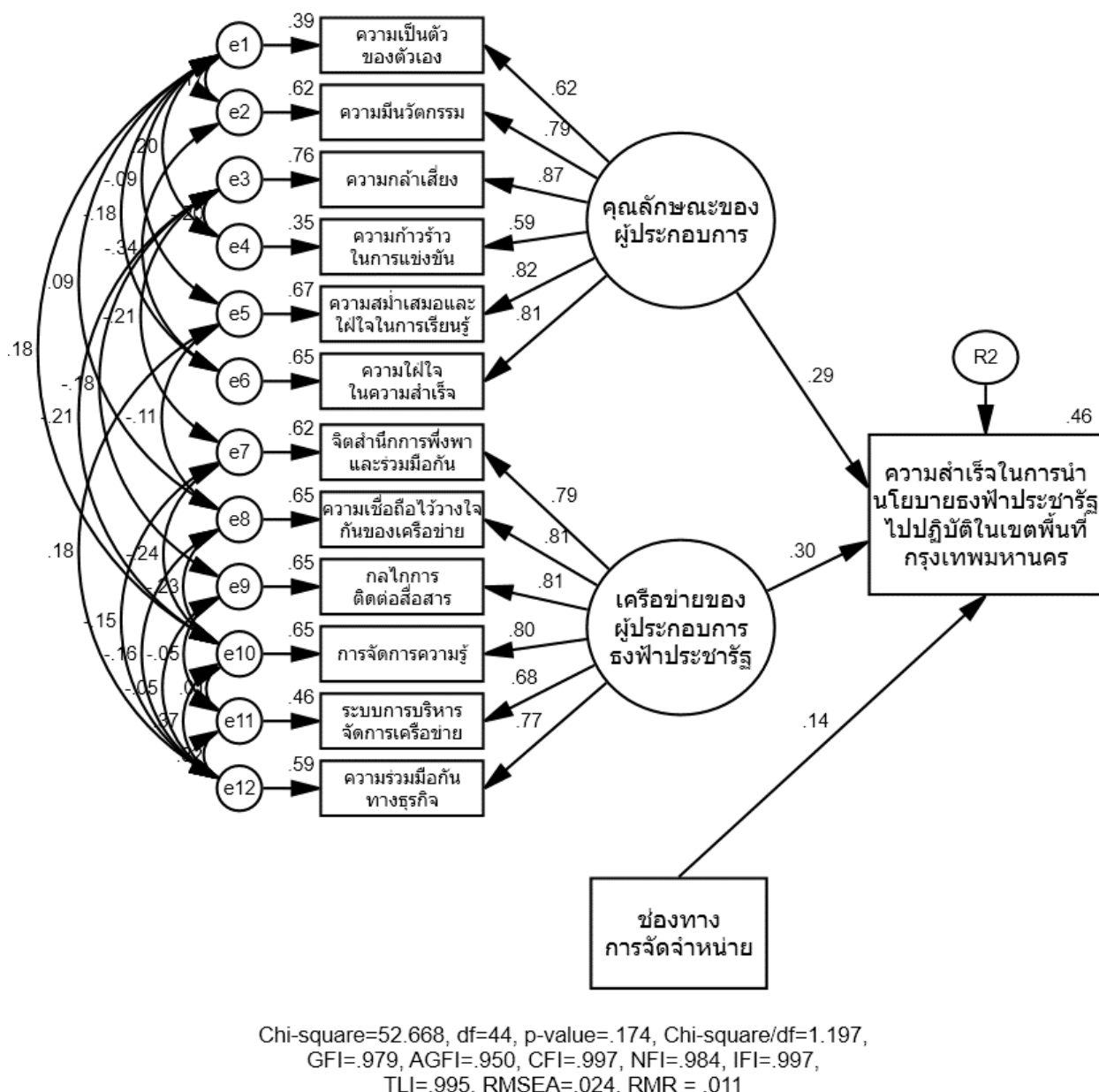
การวิจัยในครั้งนี้อภิปรายผลได้ว่าคุณลักษณะผู้ประกอบการ ช่องทางการจัดจำหน่ายและเครือข่ายของผู้ประกอบการธงฟ้าประชารัฐ ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. คุณลักษณะผู้ประกอบการ เป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าที่จะตัดสินใจทำงานในสถานการณ์ต่าง ๆ มีความรับผิดชอบสามารถแก้ปัญหาในการบริหารงานและปรับตัวเองในการทำงาน มีอิสระในการทำงาน มุ่งเน้นนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการร้านค้า เช่น องค์ประกอบของร้านค้า บรรยากาศ ความสะอาด เป็นต้น ซึ่ง Lumpkin, G.T. et al ได้กล่าวว่าผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าเสี่ยง มีความคิดและวิสัยทัศน์กว้าง และมุ่งเน้นการนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินงาน (Lumpkin, G.T. et al, 2009) นอกจากนี้สอดคล้องจากการศึกษาของ วรมรรณ นามวงศ์ และคณะ ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของเจ้าของธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐกรณีศึกษา : พื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย และพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีการทำงานเชิงรุก มีความกล้าแข่งขันและกล้าเสี่ยงในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ดังที่ กล่าวว่า ร้านค้าปลีกที่อยู่

ในชุมชนจะมีอุปสรรคด้านการบริการสินค้าที่หลากหลายจึงอาจทำให้ไม่สนองตอบความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาจัดร้านค้าให้มีความทันสมัย สินค้าจัดวางอย่างเป็นหมวดหมู่ซึ่งในความเป็นจริง การจัดหาสินค้าที่หลากหลายนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะไม่กล้าเสี่ยงที่จะลงทุนซื้อสินค้ามาจัดวางในร้าน (วรรณ นามวงศ์ และคณะ, 2562)

2. การวิจัยครั้งนี้พบว่าช่องทาง การจัดจำหน่ายส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ บริการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ จะมี การบริการสินค้าทั้งหน้าร้านและการซื้อขายผ่านออนไลน์ และเนื่องจากนโยบายของรัฐบาลได้ส่งเสริมให้ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐมีบริการเครื่องรูดบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และมีการใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) หรือเรียกว่า ถุงเงินประชารัฐ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ได้ซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคที่อยู่ในเขตชุมชน อีกทั้งเป็นการลดภาระเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อมาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกใกล้ชุมชนในชุมชน ดังนั้นด้วยเหตุผลที่กล่าวมาจึงทำให้ช่องทาง การจัดจำหน่ายส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับการศึกษาของ รพีพรรณ พงษ์อินทรวงศ์ และคณะ ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการเพิ่มยอดขายของร้านค้าปลีก ยุคไทยแลนด์ 4.0 กรณีศึกษาร้านธงฟ้าประชารัฐบริการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยช่องทาง การจัดจำหน่ายส่งผลการเพิ่มยอดขายของร้านค้า ซึ่งจะเห็นได้ว่า ร้านค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการร้านธงฟ้าประชารัฐ เป็นร้านค้าที่บริการสินค้าและบริการให้กับผู้บริโภคในชุมชนและเป็นผู้บริโภคลำดับสุดท้าย ตามแนวคิดช่องทาง การจัดจำหน่ายสินค้า ร้านค้าปลีกเหล่านี้เป็นแนวทางในการสร้างอาชีพให้ประชาชนในชุมชนให้มีอาชีพ และถึงแม้ว่าจะมีร้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามาขยายสาขาเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมก็ยังมี ความจำเป็นกับสังคมไทยเช่นเดิม และสิ่งที่ทำให้เกิดหลักฐานเชิงประจักษ์จะพบว่า ร้านธงฟ้าประชารัฐ เป็นร้านค้าอำนวยความสะดวกให้ผู้มีรายได้น้อย สามารถซื้อสินค้าและบริการในร้านค้าใกล้บ้าน อีกทั้งร้านธงฟ้าประชารัฐยังเป็นร้านค้าที่ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลที่จะลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมโดยผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและ มีความยากจน (รพีพรรณ พงษ์อินทรวงศ์ และคณะ, 2563)

3. การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการเป็นการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานมีความสามารถสูงกว่าการที่ผู้ประกอบการจะทำตามลำพัง การสร้างเครือข่ายนั้นเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้นับสนุนการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ของผู้ประกอบการด้วยกัน การสร้างเครือข่ายด้านสินค้าและบริการ ด้านราคาทำให้เกิดประโยชน์ และส่งผลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ (ชัยญญากาศ หล้าแหล่ง และคณะ, 2561) นอกจากนี้จากการศึกษาของ สุจินดา เจียมศรีพงษ์ ได้เสนอแนะว่าการที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจะอยู่รอดในอนาคตจะต้องมีการสร้างเครือข่ายของกลุ่มร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (สุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2554)



ภาพที่ 1 การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าพระราชัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการนั้นเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าที่จะตัดสินใจทำงานในสถานการณ์ต่าง ๆ มีความรับผิดชอบสามารถแก้ปัญหาในการบริหารงานและปรับตัวเองในการทำงาน มีอิสระในการทำงาน มุ่งเน้นนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการร้านค้าในส่วนของการบริหารจัดการจำหน่ายนั้นส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าพระราชัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าร้านค้าธงฟ้าพระราชัฐ บริการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ จะมีการบริการสินค้าทั้งหน้าร้านและการซื้อขายผ่านออนไลน์ และเนื่องจากนโยบายของรัฐบาลได้ส่งเสริมให้ร้านค้าธงฟ้าพระราชัฐมีบริการเครื่องรูดบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ และมีการใช้โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) หรือเรียกว่า ถุงเงินพระราชัฐ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนผู้ถือบัตรสวัสดิการ

แห่งรัฐ ได้ซื้อสินค้าอุปโภคและบริโภคที่อยู่ในเขตชุมชน อีกทั้งยังเป็นการลดภาระเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เพื่อมาซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกใกล้ชุมชนในชุมชน ดังนั้นด้วยเหตุผลที่กล่าวมาจึงทำให้ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการนำนโยบายธงฟ้าประชารัฐไปปฏิบัติในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการเป็นการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานมีความสามารถสูงกว่าการที่ผู้ประกอบการจะทำตามลำพัง การสร้างเครือข่ายนั้นเป็นการ นำเทคโนโลยีมาใช้นับสนุนการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ของผู้ประกอบการด้วยกัน การสร้างเครือข่ายด้านสินค้า และบริการ ด้านราคาทำให้เกิดประโยชน์ และส่งผลเชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หน่วยงานรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบในการประสานงานกับร้านธงฟ้าประชารัฐ โดยการ ประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักให้ร้านค้าเหล่านี้่นำนโยบายเกี่ยวกับการบริการสินค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะการรับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายภายในร้าน เช่น พืชผัก ผลไม้ ต่าง ๆ หรือสินค้าแปรรูป เป็นต้น เพราะสินค้าดังกล่าวจะทำให้ประหยัดต้นทุนในการจัดหาสินค้า ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ร้านธงฟ้าประชารัฐ ควรคำนึงถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายมีการจัดทำข้อมูลในการบริหารร้านค้าอย่างจริงจัง เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการวางแผนด้านการประหยัดต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายก็จะส่งผลให้ยอดขายของกิจการเพิ่มขึ้น และให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของภาครัฐในการดำเนินการตามนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย หน่วยงานรัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบในการประสานงานกับร้านธงฟ้าประชารัฐ โดยการประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักให้ร้านค้าเหล่านี้่นำนโยบายเกี่ยวกับการบริการสินค้าที่หลากหลายโดยเฉพาะการรับสินค้าหรือ ผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายภายในร้าน เช่น พืชผัก ผลไม้ ต่าง ๆ หรือสินค้าแปรรูป เป็นต้น เพราะสินค้าดังกล่าว จะทำให้ประหยัดต้นทุนในการจัดหาสินค้า ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย ร้านธงฟ้าประชารัฐ ควรคำนึงถึงการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายมีการจัดทำข้อมูลในการบริหารร้านค้าอย่างจริงจัง เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการวางแผนด้านการประหยัดต้นทุน ลดค่าใช้จ่ายก็จะส่งผลให้ยอดขายของกิจการเพิ่มขึ้น และให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดของภาครัฐในการดำเนินการตามนโยบาย

เอกสารอ้างอิง

- ชัยญภาภัก หล้าแหล่ง และคณะ. (2561). การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน. Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(2), 3447-3464.
- ฝนทิพย์ ชารไสว. (2554). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7(1), 39-50.
- พัชรกัญญ์ เจริญชุตินันท์ และสมเดช มุงเมือง. (2562). นโยบายสาธารณะเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้มีรายได้น้อยผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ. วารสารมหาจุฬาริชาการ, 6(2). 333-345.
- มณีวรรณ บรรลุศิลป์ และปรางทิพย์ เสยกระโทก. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกดั้งเดิม (ร้านโชห่วย). วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 8(2), 1-15.
- รพีพรรณ พงษ์อินทร์วงศ์ และคณะ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของผู้ประกอบการเอส เอ็ม อี สตาร์ทอัพ กรณีศึกษาเขตพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารสหวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 3(2), 11-19.

- วรมรรณ นามวงศ์ และคณะ. (2562). คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ของเจ้าของธุรกิจค้าปลีกที่เข้าร่วมโครงการธงฟ้าประชารัฐ กรณีศึกษา : พื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้, 1(1), 48-59.
- วลัย ช่อนกลิ่น. (2562). กลยุทธ์การค้าปลีกที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 10(2), 233-247.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. Veridian E-Journal, Slipakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(2), 967-988.
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2554). ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย): ปัญหาและทางแก้ไข. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์, 6(1), 9-23.
- Aaker, D. A. (2014). Aaker on Branding 20: Principles that Drive Success. New York: Morgan James Publishing.
- Lumpkin, G.T. et al. (2009). Understanding and Measuring Autonomy: An Entrepreneurial Orientation Perspective. Entrepreneurship Theory and Practice, 3(1), 47-69.
- Yamane, T. . (1973). Statistics: An Introductory Analysis. (3rd Ed). New York: Harper and Row Publications.