

## ภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดการค้าปลีก ในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### Public-Private Partnership Affecting Achievement of Retail Market in Municipality Area in Surat Thani Province

ชัยยศ เอกนิตวิวัฒนา<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักเกียรติ หงษ์ทอง<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภณัฐ ทรัพย์นาวิ<sup>3</sup>

Chaiyod Aeknitwatthana<sup>1</sup> Asst. Prof. Dr.Rakkiat Hongtong<sup>2</sup> Assoc. Prof. Dr.Supanut Subnawin<sup>3</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีก 2) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ของภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อตลาดค้าปลีก และ 3) เสนอรูปแบบที่เหมาะสมของภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 161 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 6 ท่าน ที่ได้จากการเลือกแบบเจาะจง แล้วนำมาเขียนเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาความ

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีก โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
2. ผลสัมฤทธิ์ของภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อตลาดค้าปลีก ได้แก่ การปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชน ( $X_4$ ) กฎหมายและข้อบัญญัติการลงทุนของภาครัฐ ( $X_2$ ) การปฏิบัติตามข้อบัญญัติที่รัฐกำหนดของภาคเอกชน ( $X_5$ ) และนโยบายของภาครัฐ ( $X_1$ ) มีประสิทธิภาพในการทำนาย ร้อยละ 76.20 สามารถเขียนเป็นสมการการถดถอยได้ดังนี้  $\hat{Y} = 0.404 + 0.268(X_4) + 0.198(X_2) + 0.261(X_5) + 0.180(X_1)$
3. รูปแบบที่เหมาะสมของภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการบริหารจัดการตลาดค้าปลีก จากผลการสังเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ภาครัฐมีหน้าที่ในการกำกับดูแลการค้าให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ส่งเสริมความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภาคเอกชนในการร่วมลงทุน พัฒนาระบบแอปพลิเคชัน เว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

**คำสำคัญ:** ภาคีความร่วมมือภาครัฐภาคเอกชน ผลสัมฤทธิ์ ตลาดค้าปลีก

<sup>1</sup>รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

<sup>1</sup>Master of Public Administration, Public Administration, Phetchaburi Rajabhat University

<sup>2</sup>ประธานสาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

<sup>2</sup>President of General Management Branch, Phetchaburi Rajabhat University

<sup>3</sup>อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

<sup>3</sup>Lecturer Program in Public Administration, Phetchaburi Rajabhat University

\*ผู้ติดต่อ, อีเมล: ชัยยศ เอกนิตวิวัฒนา, yodyot797@gmail.com

รับเมื่อ 1 มิถุนายน 2564 แก้ไข 15 กรกฎาคม 2564 ตอรับ 18 กรกฎาคม 2564

## ABSTRACT

This research aiming to: 1) study the public – private partnership affecting the retail market, 2) study the achievement of PPP affecting the retail market, and 3) propose an appropriate model of public – private partnership affecting success of retail market. The mixed research methodology was used in the study. For quantitative study, the sample group consisted of 161 retail entrepreneurs. The data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. And, for qualitative study, the data were collected from 6 key informants involving in retail business, selected by using purposive sampling method and then the obtained information was presented in descriptive form.

The research results were as follows:

1. The public – private partnership affecting the retail market was overall at the highest level,
2. The achievement of public-private partnership affecting the retail market included compliance with private investment promotion policy ( $X_4$ ), government investment law and contract ( $X_2$ ), compliance with public sector contracts of private sector ( $X_5$ ), and public policies ( $X_1$ ). The predictive efficiency was at 76.20 percent. And, the regression equation could be written as follows:  $\hat{Y} = 0.404 + 0.268(X_4) + 0.198(X_2) + 0.261(X_5) + 0.180(X_1)$ ,
3. From the results of the data synthesis, the appropriate model of public-private partnership in retail market management was that the government had a duty to oversee fair competition in trading, promoted partnership with private partners in joint investment, and developed application system and website which entrepreneurs and consumers could easily access.

**Keywords:** Public-private partnership, achievement, retail market

## ภูมิหลัง

ธุรกิจค้าปลีกของไทยได้เปลี่ยนแปลงไปมากหลังวิกฤตการณ์เศรษฐกิจปี 2540 ดังเช่นบริษัทต่างชาติเข้ามาประกอบกิจการค้าปลีกในประเทศไทย ขยายสาขาเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดทั่วประเทศ และสามารถครอบครองตลาดค้าปลีกส่วนใหญ่ได้ ต่อมาในปี 2545 กระทรวงพาณิชย์ได้จัดตั้ง บริษัท รวมค้าปลีกเข้มแข็ง จำกัด หรือ ART: Allied Retail Trade Co., Ltd. ด้วยงบประมาณ 395 ล้านบาท ผสานเป็นเครือข่ายตลาดค้าปลีกเพื่อสร้างพลังต่อรองกับ ซัพพลายเออร์เพื่อแก้มกับ “โมเดิร์นเทรด” เหล่านี้ในมุมธุรกิจ แต่เมื่อสำนักข่าวไทยรัฐได้ติดตามผล 5 ปีต่อจากนั้นพบว่า จำนวนสมาชิกกลับไม่เพิ่มเติมมากนัก การต่อรองราคากับซัพพลายเออร์จึงไม่เป็นผลทำให้สินค้า ที่ได้มาไม่ถูกจริง สินค้าที่ส่งต้องผ่านหอการค้าจังหวัด ซึ่งอาจจะทำให้เกิดอาการติดขัด และสมาชิกต้องเสียต้นทุนค่าขนส่งเอง จนสุดท้ายสมาชิกก็ทยอยถอนตัวออกจากโครงการ ในที่สุดก็ต้องยอมรับว่าล้มเหลว เพราะบริษัทมียอดขาดทุนสะสม 400 ล้านบาท จนกระทั่งรัฐบาลมีมติให้ยุบทิ้งไปเมื่อปี 2550 อย่างไรก็ตามจากนั้นมาก็มีโครงการตลาดค้าปลีกออกมาเป็นระยะ ๆ อย่างเช่น โครงการให้ช่วยเหลือชาติในปี 2555 ซึ่งมีลักษณะการให้ตลาดค้าปลีกเป็นตัวแทนขายสินค้าราคาถูก เพื่อลดค่าครองชีพ โดยปัญหาหลักของตลาดค้าปลีกมาจากสิ่งเดิมที่เคยเป็นจุดแข็ง จากความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับลูกค้า ปัญหาก็คือเมื่อลูกค้ากลุ่มเก่าที่รู้จักกันเริ่มล้มหายตายจากไป ตลาดค้าปลีกกลับไม่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ เพราะไม่ได้เข้าไปศึกษาว่าคนรุ่นใหม่มีพฤติกรรมการใช้ชีวิตอย่างไร ส่วนปัญหา ที่สำคัญรองลงมาคือ การบริหารจัดการสต็อก และปรับปรุงภาพลักษณ์ (The momentum, 2562, ออนไลน์)

จากปัญหาดังกล่าวทำให้ภาครัฐได้พยายามหาแนวทางในการดำเนินการช่วยเหลือ สนับสนุน เพื่อให้ธุรกิจค้าปลีกสามารถปรับตัวและแข่งขันในการประกอบธุรกิจได้อย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ปี พ.ศ. 2560 - 2564 ที่มีจุดเน้นและประเด็นพัฒนาหลักในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดเล็ก และขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานয়รัฐมนตรี, 2560, หน้า 17) โดยอาศัยความร่วมมือภาครัฐกับภาคเอกชนตามกรอบแนวคิดที่ว่า “การบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management)” หรือเรียกว่า “การจัดการนิยม (Managerialism)” หรือ “รัฐบาลแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Government)” (Rueangwit Ketsuwan, 2011; p. 34) ซึ่งเป็นบทบาทหลักทุกภาคส่วนต้องมีพันธกิจ ความร่วมมือตามกรอบแนวคิดที่ว่า การสัมปทานระหว่างกัน ภาครัฐกับภาคเอกชนในการจัดการบริการสาธารณะในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ กิจกรรมสาธารณะ โครงสร้างพื้นฐาน การร่วมทุนระหว่างกันในการพัฒนาสินทรัพย์ การร่วมมือในการบำรุงรักษากิจการสาธารณะของรัฐ ภายใต้ข้อกำหนด และความร่วมมือภาคีเครือข่ายการจัดบริการสาธารณะประเทศต่าง ๆ ตามความต้องการเชิงพื้นที่ ผลประโยชน์สาธารณะที่เกิดขึ้นต่อผู้รับบริการ โดยภาครัฐปรับแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เชื่อมโยงเครือข่ายค้าส่ง-ค้าปลีก กระจายสินค้าถึงมือประชาชนอย่างทั่วถึง สอดคล้องกับบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคของไทย หลายรายปรับกลยุทธ์การตลาดกระจายสินค้าลงร้านค้าปลีกรายย่อยแต่ละชุมชนมากขึ้น

ทั้งนี้ภาครัฐและภาคเอกชนได้ร่วมกันเร่งผลักดันให้เกิดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ด้าน “ธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก” เป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่ช่วยขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความใกล้ชิดกับความเป็นอยู่ของประชาชนจำนวนมาก ช่วยให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยและกระตุ้นเศรษฐกิจพื้นฐานในแต่ละท้องถิ่นให้มีความคึกคัก โดยมีการร่วมมือกับหลายฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจในการพัฒนาระดับคุณภาพธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีกให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ มีการดำเนินกิจกรรมแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการตลาด ได้แก่ การปรับปรุงลักษณะร้านค้าปลีกให้มีความทันสมัย โดยมีพี่เลี้ยงคอยให้คำปรึกษาแนะนำการบริหารจัดการ และปรับปรุงร้านค้าให้มีความทันสมัย (สวย สว่าง สะอาด สะดวก สบาย) การจัดงาน “ค้าส่งรวมใจ ไซวห่วยไทยคู่สังคม” เพื่อขยายโอกาสทางการค้า เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง และเป็นกิจกรรมที่ช่วยลดค่าครองชีพแก่ประชาชน และ 2) ด้านการเสริมสร้างความรู้ ได้แก่ ส่งเสริมการนำเทคโนโลยี ซอฟต์แวร์ (POS) มาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น ระบบขายหน้าร้าน การบริหารจัดการรายได้และค่าใช้จ่าย การพัฒนาด้านการบริหารจัดการร้านค้าปลีก โดยให้ร้านค้าปลีกมีความเข้าใจระบบบริหารโลจิสติกส์ การบริหารยอดขาย - ขาย การจัดการกิจกรรมส่งเสริมการขาย เป็นต้น (กระทรวงพาณิชย์, 2562, ออนไลน์)

สำหรับจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศาสนา และวัฒนธรรม ประเพณีมากที่สุดเมืองหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2556) ร้านค้าปลีกในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเดิมเป็นการค้าขายแบบร้านค้าปลีกขนาดเล็ก จำหน่ายสินค้าไม่กี่ประเภท เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังคงไว้ ซึ่งลักษณะการจำหน่ายสินค้าและบริการรูปแบบเดิม มีการจัดวางสินค้าไม่ทันสมัย เป็นร้านห้องแถวที่มีพื้นที่ไม่มาก เป็นพื้นที่ที่อยู่ในย่านชุมชน มีลูกค้าเกือบทั้งหมดอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกันกับร้านค้า มีรูปแบบการบริหารจัดการเป็นแบบครอบครัว มีการใช้เงินลงทุนน้อย และมีระบบการจัดการที่ไม่ได้มาตรฐาน มีการดำเนินงานที่ไม่เป็นระบบ ปัจจุบันมีนักลงทุนในจังหวัดพัฒนาการลงทุนและนักลงทุนจากที่อื่น เข้ามาลงทุนในธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น และแฟมิลีมาร์ท หรือร้านค้าปลีกแบบซูเปอร์

เซ็นเตอร์ เช่น เทลโกโลดัส ที่มีทำเลที่ตั้งกระจายอยู่ทุกหัวถนน และชุมชนต่าง ๆ ซึ่งร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จะมีสินค้าให้เลือกมากและสินค้ามีราคาถูกเป็นมาตรฐาน ประกอบกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มีพื้นที่และจำนวนสาขามาก ทำให้มีการสั่งซื้อในปริมาณที่สูงกว่า จึงสามารถลดต้นทุนต่อหน่วยลงได้ ราคาสินค้าจึงมีราคาถูกกว่า ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบของร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ แต่ส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกขนาดเล็กภายในจังหวัดอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการแข่งขันในด้านความหลากหลายของสินค้าและราคาของร้านค้าปลีกขนาดเล็กจึงเป็นไปได้ยาก ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในจังหวัดสุราษฎร์ธานีจึงควรหันมาพัฒนาจุดเด่นของตนในเรื่องของการบริการและหาสินค้าที่เป็นที่ต้องการของชุมชนแทน เพื่อให้เกิดความแตกต่าง

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงข้อมูลข้างต้นและสภาพปัญหาที่ถูกทำลายจากปัจจัยต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ในหลักคิดที่ว่า ภาวดีความร่วมมือที่ภาครัฐกับภาคเอกชนในการพัฒนาระบบตลาดการค้า ชุมชน ท้องถิ่น ให้มีศักยภาพ และสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่อง ภาวดีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ว่ามีลักษณะการจัดการความร่วมมือเป็นอย่างไร มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไรบ้าง และมีแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างไร เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มาเสนอแนวทางการจัดการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการนำไปใช้ในการปรับตัวของตลาดค้าปลีกในโอกาสต่อไป

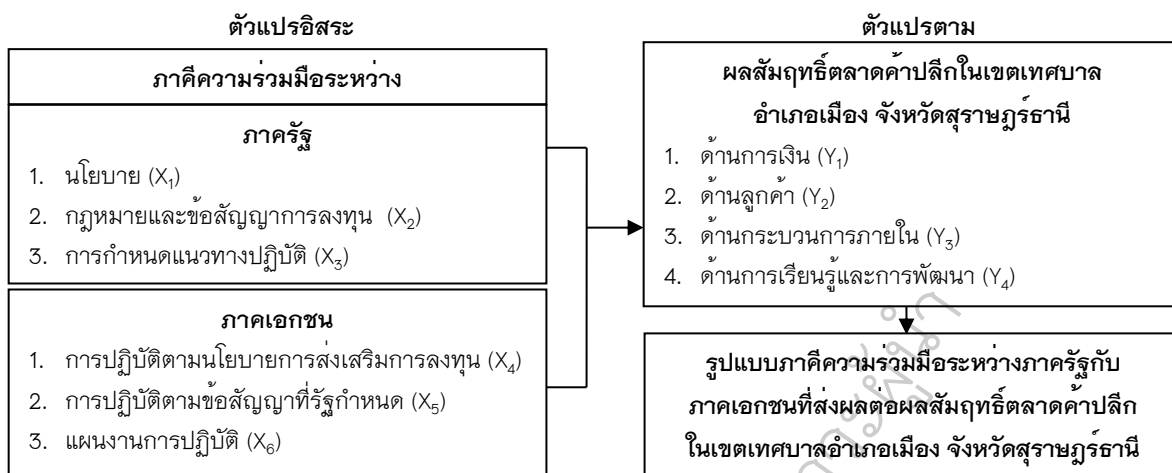
### คำถามการวิจัย

1. ภาวดีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับใด
2. ผลสัมฤทธิ์ของภาวดีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนส่งผลต่อตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี หรือไม่
3. รูปแบบที่เหมาะสมของภาวดีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นอย่างไร

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวดีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาผลสัมฤทธิ์ของภาวดีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อเสนอรูปแบบที่เหมาะสมของภาวดีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

## กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 269 คน (สำนักงานเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี, 2562) ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973, หน้า 125 อ้างถึงใน ยุทธ โกยวรรณ์, 2553, หน้า 64) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 161 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)
- การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 6 ท่าน ประกอบด้วย พัฒนารูธุรกิจการค้าจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 1 ท่าน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกในเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เทศบาลตำบลวัดประดู่ และเทศบาลตำบลขุนทะเล จำนวน 3 ท่าน และตัวแทนผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตเทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 2 ท่าน

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจ (Checking) ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีก ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งตอนที่ 2 และ 3 มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะอื่น ๆ การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1970, อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2553, หน้า 109) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.960 และค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนเกี่ยวกับตลาดค้าปลีก และตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามพร้อมรับคืนด้วยตนเอง จำนวน 161 ชุด
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลเพื่อนัดหมายเข้าสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยตนเอง

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Linear Regression Analysis) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ด้วยเขียนเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาความ

### สรุปผลการวิจัย

1. ภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้

1.1 ภาคเอกชน โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการปฏิบัติตามข้อสัญญาที่รัฐกำหนด รองลงมาคือ ด้านการปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุน และด้านแผนงานการปฏิบัติตามลำดับ

1.2 ภาครัฐ โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านนโยบาย รองลงมาคือ ด้านกฎหมาย และข้อสัญญาการลงทุน และด้านการกำหนดแนวทางปฏิบัติ ตามลำดับ

2. ผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมมีผลสัมฤทธิ์อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ตามลำดับ

3. ผลของภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ การปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชน ( $X_4$ ) กฎหมายและข้อสัญญาการลงทุนของภาครัฐ ( $X_2$ ) การปฏิบัติตามข้อสัญญาที่รัฐกำหนดของภาคเอกชน ( $X_5$ ) และนโยบายของภาครัฐ ( $X_1$ ) ได้ค่าประสิทธิภาพในการทำนาย ร้อยละ 76.20 และสามารถสร้างสมการการถดถอยในรูปแบบดังนี้

$$\hat{Y} = 0.404 + 0.268(X_4) + 0.198(X_2) + 0.261(X_5) + 0.180(X_1)$$

4. รูปแบบภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี คือ การบริหารจัดการตลาดค้าปลีกในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้นภาครัฐมีหน้าที่ในการ

กำกับ ดูแลการค้าของจังหวัดให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม โดยอาศัยความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภาคเอกชน และภาคประชาชนในการร่วมลงทุน และปฏิบัติตามข้อตกลงที่รัฐกำหนด ซึ่งภาครัฐจะเป็นผู้พัฒนาระบบและเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ที่สามารถให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งมีการผลักดันให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในหมู่บ้านหรือชุมชนเข้าถึงนโยบายของภาครัฐ เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้ทั่วถึง

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีก โดยรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากเทศบาลเมืองสุราษฎร์ธานี มีการกำหนดบทลงโทษทางกฎหมายว่าด้วยการประกอบธุรกิจค้าปลีกอย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีการกำหนดนโยบายเพื่อควบคุมการแข่งขันในตลาดค้าปลีกให้มีความเหมาะสมตามกลไกของตลาดอย่างเป็นธรรม และมีการกำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนร้านค้าปลีกเพื่อเป็นข้อมูลในการช่วยเหลือของภาครัฐ จึงทำให้ภาคเอกชนมีการปฏิบัติตามข้อสัญญาที่รัฐกำหนดเพื่อยกระดับร้านค้าปลีกรายย่อยแบบครบวงจร อีกทั้งยังปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของตลาดค้าปลีก และเป็นศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความต้องการการค้าปลีกของผู้ประกอบการเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจทางเศรษฐกิจของภาครัฐ สอดคล้องกับฉันทวิมล พงศ์ศิริ (2557, หน้า 30) เสนอว่า การดำเนินการภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในรูปแบบการร่วมลงทุนแบบกิจการร่วมค้า (Joint Venture) จะมีรูปแบบคือ รัฐบาลจะเป็นผู้ลงทุนในแบบผู้ถือหุ้นผ่านระดมทุน อาทิ งบประมาณลงทุน ภาษีเฉพาะอย่าง หรือสินทรัพย์อื่น ๆ มาใช้ในโครงการ ร่วมกับภาคเอกชน การที่ภาครัฐและเอกชนเป็นผู้ร่วมลงทุนเป็นหลักการใช้ทรัพยากรร่วมกัน (Resource Pooling) ทั้งภาครัฐและเอกชนก็จะมีส่วนร่วมกันในการกำหนดนโยบายและตัดสินใจร่วมกันในการดำเนินงานต่าง ๆ รวมทั้งแบ่งรับความเสี่ยงทุก ๆ อย่างร่วมกัน (Risk Sharing) สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของวชิรินทร์ นวลแก้ว (2564, มกราคม 20) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาครัฐว่า “เทศบาลมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการจัดตั้งเป็นสมาคมผู้ค้าปลีกเพื่อร่วมกันแสดงความคิดเห็น และความต้องการในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาวางแผนในการบริหารจัดการตลาดค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการจัดตั้งร้านค้าในเขตเทศบาลจะต้องมีการขึ้นทะเบียนขอใบอนุญาตต่าง ๆ ให้ถูกต้อง เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจแต่ละประเภท แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนและบริหารจัดการตลาดค้าปลีกให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่...” และยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับภาคเอกชนว่า “นายกเทศมนตรีมอบนโยบาย หลักการในการบริหารจัดการตลาด ออกกฎระเบียบด้านต่าง ๆ และเป็นผู้ควบคุมดูแลกฎระเบียบ ในการประกอบการตลาดร่วมกันของพ่อค้าแม่ค้า เพื่อให้การค้าขายในตลาดค้าปลีกคล่องตัวสามารถขยายธุรกิจของร้านค้าที่มาร่วมกันค้าขายและพัฒนาธุรกิจการทำตลาดให้เติบโตอย่างยั่งยืน” และสอดคล้องกับศุภณัฐ ทรัพย์นาวิณ, มยุรี วัดแก้ว, ป้อม กิมวังตะโก และเกศรินทร์ คงเหมียน (2562, บทความย่อย) พบว่า ภาครัฐมีนโยบายที่ส่งเสริมสนับสนุนในด้านการค้า ส่วนหน่วยงานภาคเอกชนจะเป็นผู้ตามในการปฏิบัติส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาโลจิสติกส์ และโครงสร้างพื้นฐานที่จะอำนวยความสะดวกในด้านการค้า ซึ่งภาคเอกชนให้ความร่วมมือในด้านการลงทุนและนำสินค้ามาจำหน่าย

2. ผลของภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ได้แก่ ด้านการปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชน ด้านกฎหมายและข้อสัญญาการลงทุนของภาครัฐ ด้านการปฏิบัติตามข้อสัญญาที่รัฐกำหนดของภาคเอกชน และด้านนโยบายของภาครัฐ ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี แสดงให้เห็นว่าภาครัฐและภาคเอกชนได้ร่วมกันผลักดันให้เกิดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์ด้านธุรกิจค้าปลีกให้เป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่ช่วยขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความ

ใกล้ชิดกับความเป็นอยู่ของประชาชนจำนวนมาก ช่วยให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยและกระตุ้นเศรษฐกิจพื้นฐานในแต่ละท้องถิ่นให้มีความคึกคัก สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (2558, หน้า 39 - 40) กล่าวว่า โครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนสามารถสนับสนุนการดำเนินงานภาครัฐ โดยสร้างความคุ้มค่าทางการเงินจะช่วยให้ประหยัดต้นทุนได้และยังเป็นการแบ่งหน้าที่การบริหารความเสี่ยง ที่ได้รับ จากความรู้ ประสบการณ์จากภาคเอกชน รวมถึงความสามารถในการบริหารจัดการระบบงบประมาณของภาครัฐ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสการทำธุรกิจให้กับภาคเอกชนในการให้บริการสาธารณะด้วยความมีประสิทธิภาพ โดยภาคเอกชนเข้ามาร่วมลงทุนในโครงการของรัฐ นอกจากนี้ในการลงทุนในรูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ภาคเอกชนจะมีโอกาสเสนอแนะแนวทางในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับไพบุลย์ บิลันธนโหวาท และเทอดศักดิ์ โรจน์สุรกีตติ (2560, บทคัดย่อ) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืน ได้แก่ นโยบายรัฐ หน่วยงานที่ดูแลและเป็นหุ้นส่วน คุณภาพและมาตรฐาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาดเทคโนโลยี การสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณธรรมและจริยธรรม และสอดคล้องกับฉันทิชนันท์ จันทรสีบแถว (2554, บทคัดย่อ) พบว่า ปัจจัยในการนำ BSC มาสู่การปฏิบัติงานในองค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับขั้นตอนในการดำเนินงานเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ประกอบด้วย ภาวะผู้นำ การจูงใจ การมีส่วนร่วม การทำงานเป็นทีม และความรู้ความเข้าใจ นอกจากนี้แล้วยังขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ นโยบายขององค์กรหรือรัฐบาล งบประมาณ และกระแสสังคม เป็นต้น

3. รูปแบบภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกคือ การบริหารจัดการตลาดค้าปลีกในจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้นภาครัฐมีหน้าที่ในการกำกับ ดูแลการค้าของจังหวัดให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม โดยอาศัยความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภาคเอกชน และภาคประชาชนในการร่วมลงทุน และปฏิบัติตามข้อตกลงที่รัฐกำหนด ซึ่งภาครัฐจะเป็นผู้พัฒนาระบบและเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น สถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ที่สามารถให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย อีกทั้งมีการผลักดันให้ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในหมู่บ้านหรือชุมชนเข้าถึงนโยบายของภาครัฐ เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้ทั่วถึง สอดคล้องกับ สำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ (2552, หน้า 29 - 35) เสนอว่าการร่วมดำเนินการในระบบภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public and Private Partnership : PPP) ถือเป็นาร่วมดำเนินการรูปแบบหนึ่งที่มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการจัดทำบริการสาธารณะให้มากขึ้น ซึ่งอาจมีได้หลายรูปแบบ โดยทั่วไปตามหลักปฏิบัติสากลจะเน้นไปที่ในการดำเนินโครงการ อาทิ การออกแบบ การก่อสร้าง การดำเนินงาน การให้บริการและการบำรุงรักษา สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของศรีวิภา ชุนหะยอง (2564, หน้า 15) ให้ข้อมูลไว้ว่า “แม้ว่าสำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกเพียงเพื่อกำหนดแนวทางและข้อเสนอแนะการจัดระเบียบการค้า การตลาด ตลอดจนการกำกับ ดูแล ราคา และปริมาณสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคได้ซื้อสินค้าและบริการในราคาที่เป็นธรรมเท่านั้น ดังนั้นการกำกับ ดูแล การค้าของจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรมต้องอาศัยความร่วมมือของภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเข้ามาเป็นแนวร่วมในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม” และสอดคล้องกับไพบุลย์ บิลันธนโหวาท และเทอดศักดิ์ โรจน์สุรกีตติ (2560, บทคัดย่อ) พบว่า รูปแบบความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมุนไพรในประเทศไทยต้องเป็นการบูรณาการหน่วยงานรัฐและภาคประชาชน (Integrated Task force) ดังนั้นข้อเสนอแนะจากการศึกษา ได้แก่ การสร้างหน่วยงานบูรณาการและดำเนินการการประชาสัมพันธ์ การสำรวจตลาดและคาดการณ์ความต้องการอย่างต่อเนื่อง การจัดทำแผนธุรกิจ การจัดทำคู่มือการดำเนินการสำหรับประชาชน การจัดอบรม การจดทะเบียนการรับรอง การประสานงานการดำเนินการด้านทรัพย์สินทางปัญญาให้กับวิสาหกิจชุมชน



## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ภาครัฐควรมีการเผยแพร่ ส่งเสริมให้ความรู้กับผู้ประกอบการได้ทราบถึงเหตุผล ความจำเป็นในการประกอบธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นการกำกับ/บริหารสถาบันการเงินโดยแยกผู้เป็นเจ้าของกับผู้บริหารธุรกิจ ทำให้การกำกับดูแลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 ภาครัฐควรกำหนดกฎระเบียบในการกำกับดูแลตามปรัชญาการกำกับเชิงนโยบายและโครงสร้างเท่าที่จำเป็น เช่น กำหนดวัน เวลา และชั่วโมงในการเปิดปิดร้านค้าปลีกอย่างชัดเจน

1.3 ภาครัฐควรจัดหาแหล่งเงินทุนให้กู้ยืมในอัตราดอกเบี้ยต่ำให้แก่ร้านค้าปลีก เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการตลาดค้าปลีก การจ้างแรงงาน และส่งเสริมอาชีพให้แก่คนชุมชน

1.4 ควรมีการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของการลงทุนที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ เพื่อเป็นการประสานเชื่อมโยงการทำงานของภาคเอกชนให้เกิดความเป็นเอกภาพ และประสิทธิภาพอย่างแท้จริง

1.5 ความร่วมมือภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีควรยึดมั่นต่อการดำเนินธุรกิจตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี โปร่งใส เป็นธรรม ตรวจสอบได้

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย ครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการมาใช้บริการตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษามาใช้ปรับปรุงและสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดระดับความพึงพอใจที่เพิ่มสูงขึ้นจากการจัดรูปแบบภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีก

2.2 ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อจะได้ทราบข้อมูลที่เด่นชัดมากขึ้น และนำข้อมูลมาปรับปรุงการบริหารตลาดค้าปลีกให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาภาคีความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีกในเขตอำเภอเมืองอื่น ๆ ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และครอบคลุมมากที่สุด

## เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. (2562). ผู้บริโภคท้องถิ่นซื้อสินค้าผ่านร้านโชห่วยมากขึ้น หลังภาครัฐปรับแนวทางการจัดการธุรกิจใหม่. สืบค้นเมื่อ 8 ธันวาคม 2562 จาก <https://www.moc.go.th/index.php/moc-news/2015-10-19-04-33-08/item/88773311.html>

ณัฐวุฒิ พงศ์สิริ. (2557). ความแตกต่างในการบริหารงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน. *HR Society Magazine*, 12(143): 29 – 31.

ณิชนันท์ จันทร์สืบแถว. (2554). การศึกษาการนำเทคนิค Balanced Scorecard ไปสู่การปฏิบัติในองค์กรภาครัฐ กรณีศึกษาเชิงเปรียบเทียบองค์กรในจังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ รป.ม. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ไพบุลย์ บิลันธนโอบาท และเทอดศักดิ์ ไรจน์สุรกิจติ. (2560). รูปแบบความยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีกสำหรับวิสาหกิจชุมชน สมุนไพรในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ*, 4(2): 277 – 301.

ยุทธ โกยวรรณ. (2553). หลักสถิติวิจัยและการใช้โปรแกรม SPSS. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วัชรินทร์ นวลแก้ว. (2564). *นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ. เทศบาลตำบลวัดประดู่*. สัมภาษณ์, 20 มกราคม 2564
- ศุภณัฐ ทรัพย์นาวิน, มยุรี วัดแก้ว, ป้อม กิมวังตะโก และเกศรินทร์ คงเหมียน. (2562). *รูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการแสวงหาแนวทางพัฒนาตลาดการค้าชายแดนไทย-เมียนมา (ด้านสิงขร) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ปี พ.ศ. 2560 – 2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2556). *บรรยายสรุปจังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สุราษฎร์ธานี: กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี.
- Chunsubtav, N. (2011). *The implementation of a Balanced Scorecard (BSC) to public organizations: A comparative case study of local government organizations in Phitsanulok*. Ph.D. Thesis, Phitsanulok: Naresuan University.
- Kaiyawan, Y. (2010). *Principles of research statistics and use of the SPSS program*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Ministry of Commerce. (2019). *Local consumers are increasingly buying products through Shohuay, after the government adjusts the new business management guidelines*. Received December 8, 2019 from <https://www.moc.go.th/index.php/moc-news/2015-10-19-04-33-08/item/88773311.html>
- Nounkeaw, V. (2021, January 20). Specialist Policy and Planning Analyst. Wat Pradu Subdistrict Municipality. Interview.
- Office of the National Economic and Social Development Board Prime Minister's Office. (2017). *National Economic and Social Development Plan, No. 12, 2017 – 2021*. Bangkok: Office of the Prime Minister.
- Pilantowas, P. and Rotsurakitti, T. (2017). Sustainable Development Model for Thai Herb Retail Business of the Community Enterprise. *Integrated Social Science Journal*, 4(2): 277 – 301.
- Pongsiri, N. (2014). Differences in administration between the public and private sectors. *HR Society Magazine*, 12(143): 29 – 31.
- Rueangwit Ketsuwan. (2011). *Bureaucracy reform under new government management and critique*. Bangkok: Bophit Printing.
- Sapnawin, S., Watkaew, M., Kimwangtako, P., and Kongmian, K., (2019). *A model of cooperation between the public and private sectors in seeking ways to develop the Thai-Myanmar border trade market (Dan Singkhon), Prachuap Khiri Khan Province*. Research Report, Phetchaburi Rajabhat University.
- Surat Thani Provincial Office. (2013). Briefing of Surat Thani Province. Surat Thani: Information and Communication Division Surat Thani Provincial Office.
- The momentum. (2562). *ค้าขายของชำยังไปได้ดี แต่มีหลายอย่างที่ควรปรับตัว กรณีศึกษาจากภารกิจแม่คโคจรช่วยโซ่ช่วย*. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2563 จาก <https://themomentum.co/why-we-need-to-support-retail-store/>
- The momentum. (2019). *Grocery shopping can still go on, there are just so many things that need to be adjusted*. Case study from Makro Mission to help Shohuay. Received December 8, 2019 from <https://themomentum.co/why-we-need-to-support-retail-store/>