

ชื่อวิทยานิพนธ์ ภาควิชาความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีก
ในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี **ผู้วิจัย** นายชัยศ เอกนิธิวัฒนา **สาขาวิชา** รัฐประศาสนศาสตร์
พ.ศ. 2564 **อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รักเกียรติ หงษ์ทอง **อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม**
รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภณัฐ ทรัพย์นาวิ

บทคัดย่อ

สถานการณ์การลงทุนธุรกิจระบบตลาดเสรีมีการขยายตัวที่มีขนาดใหญ่ขึ้นส่งผลกระทบ
ต่อธุรกิจขนาดเล็ก ทำให้ต้องหาวิธีพัฒนาจุดเด่นของสินค้าในการบริการลูกค้าและพัฒนาระบบตลาด
การค้าให้มีศักยภาพ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจทำวิจัยเรื่องนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาภาควิชาความร่วมมือ
ระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีก 2) ศึกษาผลสัมฤทธิ์ของภาควิชาความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับ
ภาคเอกชนที่ส่งผลต่อตลาดค้าปลีก และ 3) เสนอรูปแบบที่เหมาะสมของภาควิชาความร่วมมือระหว่าง
ภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ตลาดค้าปลีก โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง
ได้แก่ ผู้ประกอบการค้าปลีก จำนวน 161 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน กับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล
สำคัญ ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีก จำนวน 6 ท่าน ที่ได้จากการเลือกแบบเจาะจง แล้วนำมา
เขียนเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาความ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ภาควิชาความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนต่อตลาดค้าปลีก โดยรวมอยู่ในระดับ
มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ภาคเอกชน
ได้แก่ ด้านการปฏิบัติตามข้อสัญญาที่รัฐกำหนด (X_5) ด้านการปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุน
(X_4) และด้านแผนงานการปฏิบัติ (X_6) และภาครัฐ ได้แก่ ด้านนโยบาย (X_1) ด้านกฎหมายและข้อสัญญาการ
ลงทุน (X_2) และด้านการกำหนดแนวทางปฏิบัติ (X_3) ตามลำดับ

2. ผลสัมฤทธิ์ของภาควิชาความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนที่ส่งผลต่อตลาดค้าปลีก
ได้แก่ การปฏิบัติตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชน (X_4) กฎหมายและข้อสัญญาการลงทุน
ของภาครัฐ (X_2) การปฏิบัติตามข้อสัญญาที่รัฐกำหนดของภาคเอกชน (X_5) และนโยบายของภาครัฐ (X_1) มี
ประสิทธิภาพในการทำนาย 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. รูปแบบที่เหมาะสมของภาควิชาความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนในการบริหาร
จัดการตลาดค้าปลีกได้แก่ ภาครัฐทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการค้าให้มีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม
ส่งเสริมความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภาคเอกชนในการร่วมลงทุน และ พัฒนาระบบแอปพลิเคชันและ
เว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการและผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย

ข้อค้นพบจากผลการวิจัยครั้งนี้มีนัยข้อเสนอสำคัญในการลงมือพัฒนาระบบเทคโนโลยี
ดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือการตลาดให้ผู้ค้าปลีกได้มีแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ที่ทันสมัย กลุ่มภาคเอกชนต้อง
ปฏิบัติตามข้อบังคับและกฎหมายของรัฐ ในขณะที่กลุ่มภาครัฐสนับสนุนเชิงนโยบายที่สร้างความได้เปรียบ
เชิงการแข่งขันและยืดหยุ่นมากขึ้น

คำสำคัญ : ภาควิชาความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ผลสัมฤทธิ์ ตลาดค้าปลีก

Thesis Title: Public-Private Partnership Affecting Achievement of Retail Market in Muang District Municipality Area, Surat Thani Province **Researcher:** Mr.Chaiyod Aeknitiwatthana **Major:** Public Administration **Years:** 2021 **Advisor:** Asst.Prof.Dr.Rakkiat Kongthong **Co-advisor:** Assoc.Prof.Dr.Supanut Subnawin

Abstract

The investment situation in free market business has grown larger, affecting small businesses to find a way to develop the standout of their products to serve the customers as well as the potential marketing system. Therefore, the researcher was interested in conducting this research with the purposes to; 1) examine the partnership between public and private sectors affecting retail market, 2) determine the achievement of the public-private partnership affecting the retail market, and 3) propose an appropriate model of public-private partnership affecting achievement of retail market. A mixed-method study was used in this study. Quantitative data were collected from the sample of 161 retail entrepreneurs and then analyzed for percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. Qualitative data were collected from 6 key informants purposively selected from those involving in retail business, and then analyzed by the content to obtain synthesized descriptive information.

The research results were as follows:

1. The partnership between public and private sectors affecting retail market was overall at the highest level, which could be arranged by their means in the descending order for the private sector as the aspects of; compliance with government contract (X_5), compliance with investment promotion policies (X_4) and the implementation plan (X_6), and for the public sector as the aspects of; policy (X_1), investment law and contract (X_2), and performance guideline formulation (X_3), respectively.

2. The achievement of the public-private partnership affecting the retail market was identified in the aspects of 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), having the predictive efficiency at 76.20 percent, written in the regression equation as $\hat{Y} = 0.404 + 0.268(X_4) + 0.198(X_2) + 0.261(X_5) + 0.180(X_1)$.

3. An appropriate model of public-private partnership for retail market management was that the government undergone the duty to monitor for fair competition in trading, promote partnership with private partners in joint investment, and develop application system and websites allowing easy access for entrepreneurs and consumers.

The research findings suggested that the essential implementation of digital technology system development to equip retailers with modern applications and websites for marketing. The private sector had to comply with the state regulations and laws whereas the public sector should provide supports with policies that boost competitive advantages with more flexibility.

Keywords: Public-Private Partnership, Achievement, Retail Market