

แนวทางการพัฒนาการบริหารงานขององค์กรภาครัฐในการสนับสนุน ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

จิรนนท์ ชูเกตุ^{1,*}, สวรรยา ธรรมอภิพล²

¹นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Received: 23 September 2020

Revised: 20 October 2020

Accepted: 26 November 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการบริหารงาน และปัญหาอุปสรรคในการบริหารงานขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบโครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม และ (2) ศึกษาการสนับสนุนขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบโครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและแบบมีโครงสร้าง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้า ผู้บริโภค ตัวแทนองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสิ้น 17 คน และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการ วิเคราะห์เนื้อหา สรุป และนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการพรรณนาความ ผลการวิจัยพบว่าการบริหารงานและปัญหาอุปสรรคในการบริหารงานขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบโครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ มีดังนี้ (1) ด้านการวางแผน มีการกำหนดประชุมอย่างชัดเจนทั้งระดับอำเภอและจังหวัด (2) การจัดองค์การ ไม่มีโครงสร้างคณะกรรมการบริหารตลาดอย่างเป็นทางการ (3) ด้านการบริหารบุคคล ไม่ได้มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรในตำแหน่งเฉพาะ (4) ด้านการอำนวยความสะดวก ลักษณะการสั่งการแบบบนลงล่าง ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (5) ด้านการประสานงานทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน แบบเป็นลายลักษณ์อักษรและทางวาจา (6) ด้านการรายงาน ทั้งรายงานการประชุมและรายงานประจำปีเสนอต่อหน่วยงานในระดับจังหวัดและกรมการพัฒนาชุมชน (7) ด้านงบประมาณ ได้รับการสนับสนุนจากกรมการพัฒนาชุมชนซึ่งอาจไม่ครอบคลุมในบางกิจกรรม และ (8) ด้านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ในการประชาสัมพันธ์และการสื่อสาร ส่วนการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ใน 2 ด้าน คือ (1) งบประมาณในการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ สำหรับผู้ประกอบการ และ (2) การสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา การบริหารงานองค์กรภาครัฐ ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้

*ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: jiranan.chooket@gmail.com

Development Approach of Government Organization Administration for Supporting Pracharath Market in Nakhonpathom Province

Jiranan Chooket^{1,*}, Sawanya Thamma-apipon²

¹Student, Master of Arts Public and Private Management Program,

Faculty of Management Science, Silpakorn University

²Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Received: 23 September 2020

Revised: 20 October 2020

Accepted: 26 November 2020

ABSTRACT

This research was to study administration and development the problems of government administration organization for Pracharath Market in Nakhonpathom province. Also, to studying of supporting government organization in Pracharath Market in Nakhonpathom province. This study was a qualitative research by in – depth interview semi-structured interview and structured interview. The samples of the group study were 17 person who are entrepreneurs, customers and represent an organization and non-participant observation. The data were collected, analyzed and concluded and presented descriptive research results by methodological triangulation. The findings showed that the problems of government administration organization for Pracharath Market in Nakhonpathom province have 8 main factors to developing: (1) Planning- the meeting was set up to determine both district and province, (2) Organization - there was set up department, district and province but was not clearly set up committee of marketing, (3) Staffing – Nobody was selected or recruitment who was specialist, (4) Directing – There was organized commands from high to below both formal command and informal command, (5) Coordinating – there was cooperated both inside and outside organization as well as it was written and verbal, (6) Reporting – there was reported documents both department and province, (7) Budgeting – Community Development Department gave budget, and (8) Innovation – using it for communication and public relations. Furthermore, the supporting of government organization by Community Development Department are divided in 2 factors 1.To support budget for materials and public relations. 2. To support in public relations Pracharath Market public relations.

Key Word : Development approach, Government Organization Administration, Pracharath market

*Corresponding Author; E-mail: Jiranan.chooket@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงปี 2504-2556 อยู่ที่ร้อยละ 6.1 ซึ่งถือได้ว่าเป็นการขยายตัวที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับมาตรฐานสากล ทำให้คนไทยมีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น ส่วนในปี 2560 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ลดลงอยู่ที่ร้อยละ 3.9 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับต่ำกว่าศักยภาพเมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้า โดยมีสาเหตุหลักมาจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวได้เต็มที่และการชะลอตัวของการลงทุนภายในประเทศเนื่องจากโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ภาคบริการและภาคเกษตรมีผลิตภาพการผลิตในระดับต่ำ ขาดการนำเทคโนโลยีเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ประกอบกับแรงงานไทยยังมีปัญหาเรื่องคุณภาพและสมรรถนะที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการในการขับเคลื่อนการพัฒนาของประเทศ (Jitsuchon, 2014)

นโยบายการพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศไทยดังปรากฏในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) จึงได้ถูกถ่ายทอดและเชื่อมโยงลงมายู่ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระดับภาคและระดับจังหวัด โดยยุทธศาสตร์พัฒนามาตรระดับจังหวัดได้กำหนดเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็งและชุมชนพึ่งตนเองได้ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน แสดงให้เห็นว่านโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นประเด็นสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตั้งแต่ระดับประเทศจนถึงระดับพื้นที่ จึงนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่เห็นในรูปแบบของโครงการต่าง ๆ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตและการกินดีอยู่ดีของประชาชน ซึ่งหนึ่งในโครงการดังกล่าวคือโครงการตลาดประชารัฐ เกิดจากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2560 เห็นชอบให้กระทรวงมหาดไทย ดำเนินโครงการตลาดประชารัฐ ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ซึ่งมี 10 รูปแบบ ได้แก่ (1) ตลาดประชารัฐ Green Market ดำเนินการโดยองค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย (2) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ดำเนินการโดย กรมการพัฒนาชุมชน (3) ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ ดำเนินการโดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (4) ตลาดประชารัฐ กทม. คืบความสุข ดำเนินการโดย กรุงเทพมหานคร (5) ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด ดำเนินการโดย จังหวัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด (6) ตลาดประชารัฐ Modern Trade ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์ และ บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด (7) ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. ดำเนินการโดย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) (8) ตลาดประชารัฐต้องชม ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์ (9) ตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม ดำเนินการโดย กระทรวงวัฒนธรรม และ (10) ตลาดเคหะประชารัฐ ดำเนินการโดย การเคหะแห่งชาติ

โครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ เริ่มเมื่อปี 2560 รับผิดชอบโดยกรมการพัฒนาชุมชน โดยมีแนวคิดหลักในการส่งเสริมให้เกษตรกร ประชาชนทั่วไป ร้านหาบเร่ หรือผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย ได้มีที่จำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน รวมถึงเป็นการสนับสนุนผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มประเภทสินค้า เช่น ผู้ประกอบการสินค้าเกษตร ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจชุมชน ฯลฯ ให้มีทักษะการผลิตและการขาย อันเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ระดับชุมชนและความสามารถในการพึ่งพาตนเองได้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศ “ประเทศชาติมั่นคง

ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน ” พื้นที่ดำเนินการครอบคลุมจังหวัดและอำเภอทั่วประเทศ 76 จังหวัด รวม 2,225 แห่ง จากการดำเนินงานที่ผ่านมาโครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้สร้างรายได้ให้กับประเทศทั้งสิ้น 854,596,906 บาท (Community Development Department, 2019)

จากนโยบายดังกล่าว สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐม ในฐานะหน่วยงานในกำกับของกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จึงจัดให้มีตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ ภายในจังหวัดครอบคลุม 7 อำเภอ รวม 8 แห่ง ได้แก่ (1) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้หน้าอำเภอเมือง อ.เมืองนครปฐม (2) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ อุทยานการอาชีพพัฒนา อ.เมืองนครปฐม (3) ตลาดน้ำคลองมหาสวัสดิ์ อ.พุทธมณฑล (4) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ บ้านหัวอ่าว อ.สามพราน (5) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้หน้าอำเภอกำแพงแสน อ.กำแพงแสน (6) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้หน้าอำเภอดอนตูม อ.ดอนตูม (7) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้อำเภอนครชัยศรี อ.นครชัยศรี และ (8) ตลาดน้ำวัดลำพญา อ.บางเลน เพื่อตอบสนองนโยบายการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) รวมถึงแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม เพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประชาชนในระดับพื้นที่จากการไม่มีสถานที่จำหน่ายสินค้า จากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่าผู้ประกอบการมาลงทะเบียนและขายสินค้าที่ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ จังหวัดนครปฐม ในปี พ.ศ. 2562 จำนวน 236 ราย ยอดจำหน่ายทั้งสิ้น 10,352,950 บาท แต่การดำเนินงานของภาครัฐในด้านต่างๆ ที่ผ่านมายังขาดความต่อเนื่องและความยืดหยุ่นในการตอบสนองความต้องการในการแก้ปัญหาของประชาชนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการบริหารงานและปัญหาอุปสรรคในการบริหารงานขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐมรวมถึงการสนับสนุนขององค์กรภาครัฐที่จะสนับสนุนการดำเนินงานของตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับอำเภอ จังหวัด กรม กระทรวง นำไปใช้ในการพัฒนาการบริหารงานให้เกิดประสิทธิภาพบรรลุตามเป้าประสงค์ของโครงการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานและปัญหาอุปสรรคในการบริหารงานขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาการสนับสนุนขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580) มีสาระสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้นในทุกๆ ด้าน เพื่อให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้าง

การเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

โดยในยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความสามารถในการแข่งขัน เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่และการเข้าถึงตลาด มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ (1) ต่อยอดอดีต โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่นๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของ เศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (2) ปรับปัจจุบัน เพื่อปูทางสู่อนาคตผ่านการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานของประเทศในมิติต่างๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (3) สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลกควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลางและลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศ

2. การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9-11 ประกอบด้วย 10 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริต ประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาล ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 10 ด้านความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา ซึ่งจะเห็นได้ว่ายุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการทางสังคมให้ทั่วถึงเชื่อมโยงทุกมิติของการพัฒนาอย่างบูรณาการเป็นองค์รวมทั้งมิติ เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีเป้าหมายเพื่อการบริหารเศรษฐกิจมหภาคให้มีเสถียรภาพ เพิ่มประสิทธิภาพทางการเงินควบคู่กับการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจรายสาขา การขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจเติบโตโดยเน้นการพัฒนาที่ใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมที่ก้าวหน้ามากขึ้น ให้สามารถรองรับการแข่งขันที่เสรีขึ้น รวมทั้งการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่ผลิตได้ขายเป็นตลอดจนการพัฒนาเชิงพื้นที่เพื่อกระจายโอกาสให้คนในชุมชนและท้องถิ่นแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ โดยทั้ง 2 ยุทธศาสตร์มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจ โดยการเข้าถึงรายได้และการตลาดที่เน้นการส่งเสริมผู้ประกอบการในระดับชุมชน

3. แนวคิดทฤษฎีการบริหารงาน

นักวิชาการท่านต่างๆ ได้กล่าวถึงทฤษฎีการบริหารงานไว้ในหลากหลายทฤษฎี เช่น ทฤษฎีการบริหารงานของ Luther Gulick และ Lyndall Urwick 7 ประการ ที่เรียกว่า “POSDCoRB” (Yimwilai, 2014) ทฤษฎีการบริหารงานของ Ernest Dale 7 ประการ หรือที่เรียกว่า “POSDCIR” (Nipawan, 2011) ทฤษฎีการบริหารงานของ Harold Koontz 5 ประการ ที่เรียกว่า “POSDC” (Rattanadilok N Phuket, 2009) ทฤษฎีการบริหารงานของ W. Edwards Deming 4 ประการที่รู้จักกันในชื่อว่า วงจร Deming หรือที่เรียกว่า “PDCA” (Bangmo, 2015) ซึ่งเมื่อทบทวนวรรณกรรมความหมายและองค์ประกอบของทฤษฎีการบริหารงานแล้วจะเห็นว่ามี ความคล้ายคลึงและแตกต่างกันในบางประเด็น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แนวคิดดังกล่าว และนำมาสังเคราะห์เพื่อประยุกต์ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย 8 หลักการ หรือที่เรียกว่า “POSDCoRBI” อันประกอบด้วย (1) การวางแผน (Planning : P) หมายถึง การวางแผนหรือการกำหนดไว้ล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ในการบริหารงานใดๆ ก็ตามผู้บริหารจะต้องรู้จักวางแผน (2) การจัดองค์การ (Organization : O) หมายถึง การจัดองค์การหรือหน่วยงาน โดยการจัดแบ่งงานขององค์การหรือของหน่วยงานเป็นหน่วยงานย่อย พร้อมทั้งวัตถุประสงค์กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละส่วนงาน (3) การบริหารบุคคล (Staffing : S) หมายถึง กระบวนการจัดหาบุคลากร การพัฒนาบุคลากร และการพ้นจากงานของบุคลากร (4) การอำนวยการ สั่งการ (Directing : D) หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริหาร ในการกำหนดให้ผู้ร่วมงานในการปฏิบัติงาน หรือดำเนินการในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง (5) การประสานงาน (Coordinating : Co) หมายถึง การติดต่อสื่อสารภายใน-นอกองค์การเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ (6) การรายงานผลปฏิบัติงาน (Reporting : R) หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงานทั้งที่ทำด้วยวาจา และเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดี (7) การจัดทำงานงบประมาณ (Budgeting : B) หมายถึง การวางแผนให้ได้ว่าซึ่งงบประมาณ การจัดสรร และควบคุมการใช้งบประมาณการใช้ และ (8) เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation:I) การใช้องค์ความรู้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือในการขับเคลื่อนองค์การ

4. โครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2560 เห็นชอบในหลักการให้ดำเนินโครงการตลาดประชารัฐ ภายใต้ความร่วมมือระหว่าง กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงการคลัง กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร บริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีวิสาหกิจเพื่อสังคม (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด โดยจัดตั้งรูปแบบตลาดประชารัฐ ประกอบด้วย (1) ตลาดประชารัฐ Green Market ดำเนินการโดยองค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย (2) ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ ดำเนินการโดยกรมการพัฒนาชุมชน (3) ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ ดำเนินการโดย กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (4) ตลาดประชารัฐ กทม. คืบความสุข ดำเนินการโดย กรุงเทพมหานคร (5) ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด ดำเนินการโดย จังหวัด และบริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด (6) ตลาดประชารัฐ Modern Trade ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์ และ บริษัทประชารัฐรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด (7) ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. ดำเนินการโดย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) (8) ตลาดประชารัฐต้องชม ดำเนินการโดย กระทรวงพาณิชย์ (9) ตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม ดำเนินการโดย กระทรวงวัฒนธรรม และ (10) ตลาดเคหะประชารัฐ ดำเนินการโดย การเคหะแห่งชาติ

สำหรับโครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2560 เห็นชอบให้กระทรวงมหาดไทยดำเนินโครงการตลาดประชารัฐ โดยการบูรณาการความร่วมมือระหว่างกระทรวงมหาดไทย หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในรูปแบบประชารัฐมีแนวคิดการดำเนินงาน “พัฒนาตลาดใหม่ ขยายพื้นที่ตลาดเดิม” วัตถุประสงค์เพื่อช่วยเหลือเกษตรกร ผู้มีรายได้น้อย ผู้ประกอบการที่ได้รับความเดือดร้อนจากการไม่มีสถานที่ค้าขาย ตลอดจนผู้ประกอบการรายใหม่ ทั้งนี้ ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ เป็นภารกิจหลักของกรมการพัฒนาชุมชน โดยเปลี่ยนชื่อจาก “ตลาดนัดชุมชน ไทยช่วยไทย คนไทยยิ้มได้” เป็น “ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้” ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้เป็นหนึ่งใน 10 ตลาดของโครงการตลาดประชารัฐครอบคลุมพื้นที่จังหวัดและอำเภอทั่วประเทศ 76 จังหวัด รวมทั้งสิ้น 2,225 แห่งซึ่งได้ดำเนินการพัฒนาผู้ประกอบการและพัฒนาตลาดควบคู่กันไปด้วย อาทิ การสร้างอัตลักษณ์การแต่งกาย ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค และการจัดระเบียบบูธจำหน่ายสินค้าให้มีความสวยงามน่าเข้ามาเยี่ยมชม

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน พบว่า การดำเนินงานขององค์กรภาครัฐ มีการดำเนินงานตามทฤษฎีการบริหารงานของ Luther Gulick และ Lyndall Urwick ซึ่งประกอบด้วย 7 ขั้นตอนตาม POSDCoRB Model ได้แก่ (1) การวางแผนมีการกำหนดวันการจัดประชุมร่วมกันทุกหน่วยงานเป็นประจำทุกวัน อย่างชัดเจน (2) การจัดหน่วยงานมีการกำหนดโครงสร้างหน่วยงาน การแบ่งส่วนงาน และการกำหนดหน้าที่อย่างชัดเจน (3) การจัดบุคลากรตามจำนวนที่เหมาะสม (4) การอำนวยการโดยการสั่งการและประสานงานไปยังหน่วยงานต่างๆ ในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ (5) การประสานความร่วมมือทั้งภายในและภายนอก (6) การรายงานผลการปฏิบัติงานทางวาจาเป็นประจำทุกเดือน และ (7) งบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข และองค์การบริหารส่วนตำบลบางระกำ โดยปัญหาอุปสรรคนำมาซึ่งข้อจำกัดในความสำเร็จขององค์กร คือ เรื่องของงบประมาณไม่เพียงพอ จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอ (Lhungsangwan, 2018) ดังเช่นการบริหารงานของชมรมผู้สูงอายุบ้านไร่แค จังหวัดเพชรบุรี ก็ประสบปัญหาอุปสรรคในเรื่องของงบประมาณไม่เพียงพอ รวมถึงการมีส่วนร่วมของกลุ่มสมาชิกจากข้อจำกัดเรื่องเวลาที่ไม่ตรงกันของสมาชิก (Thamma-apipon, Onlamai, and Thancharoen, 2019)

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย มี 3 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ ที่ลงทะเบียนจำหน่ายสินค้าตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม ผู้บริโภค และตัวแทนองค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบ ได้แก่ นักวิชาการพัฒนาชุมชนอำเภอ และพัฒนาการอำเภอ รวมทั้งสิ้นจำนวน 17 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและมีโครงสร้าง และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ จะนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการ และจัดหมวดหมู่ของข้อมูลตามประเด็น

ผลการวิจัย

1. การบริหารงานและปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

1.1 การวางแผน (Planning : P)

มีการวางแผนร่วมกันของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ทั้งในระดับอำเภอและจังหวัด คือ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด เพื่อวางแผนในเรื่องการจัดจำหน่ายสินค้าของตลาดประชารัฐ วัน เวลา ที่เปิดจำหน่าย การวางแผนเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ การวางแผนเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ และยอดการจำหน่าย โดยมีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง ไม่พบปัญหาในขั้นตอนการวางแผน

1.2 การจัดองค์การ (Organization : O)

ตลาดประชารัฐฯ ไม่มีคณะกรรมการบริหารตลาด โครงสร้างการบริหารงานของตลาดฯ เป็นภารกิจที่กำหนดแบบแยกส่วน โดยจะประกอบด้วยบุคลากรฝ่ายสนับสนุนของสำนักงานพัฒนาชุมชน ซึ่งจะมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาเพิ่มเติมจากภารกิจงานประจำในส่วนที่แต่ละคนรับผิดชอบอยู่ และในส่วนของภาคประชาชน ก็ไม่ได้มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของใครที่ชัดเจน ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ควรเป็นไปตามผังโครงสร้างองค์กร

1.3 การบริหารบุคคล (Staffing : S)

บุคลากรฝ่ายสนับสนุนจากภาครัฐโดยตรง คือ บุคลากรของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ซึ่งไม่ได้มีขั้นตอนกระบวนการสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรในการทำงานโดยเฉพาะ เนื่องจากเป็นงานตามภารกิจซึ่งมีการจัดสรรตามภาระงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชานอกเหนือจากภาระงานประจำ เป็นปัญหาอุปสรรคเนื่องจากบางครั้งได้รับมอบหมายงานไม่ตรงกับศักยภาพและความชำนาญของแต่ละบุคคลและข้อจำกัดของการได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาซึ่งอาจต้องพิจารณาจากสถานภาพงานหลักก่อน

1.4 การอำนวยการ (Directing : D)

การอำนวยการ หรือ การสั่งการเพื่อมอบหมายงานจะมีลักษณะบนลงล่าง (top down) ตามลำดับชั้น ตั้งแต่จากระดับกรม ลงมาระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ไปสู่กลุ่มสมาชิกตลาดประชารัฐฯ ตามลำดับ โดยลักษณะที่เป็นทางการแบบลายลักษณ์อักษรส่วนใหญ่ และบางครั้งหากเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นเร่งด่วนจะใช้วิธีการสั่งการด้วยวาจาทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นไปตามลำดับชั้น และในทางตรงกันข้ามหากมีการรายงานผลการดำเนินการก็จะรายงานจากระดับล่างไปสู่ระดับผู้บังคับบัญชา จากวิธีการสั่งการที่ต้องเป็นลำดับชั้น จากผู้บังคับบัญชาสูงสุดก่อนแล้วลงมายังระดับล่างทำให้ใช้เวลาดำเนินการล่าช้า บางครั้งเป็นเรื่องเร่งด่วนอาจไม่ทันต่อเหตุการณ์

1.5 การประสานงาน (Coordinating : Co)

เป็นขั้นตอนที่ต้องมีการสื่อสารกับบุคคลหรือหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งที่เป็นภาครัฐ ภาคเอกชน เครือข่ายสมาชิก ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน บุคลากรที่ทำหน้าที่นี้จำเป็นต้องใช้ทักษะและความสามารถในการสื่อสาร รวมถึงต้องใช้เวลาในการสร้างความรับรู้ ความเข้าใจ ในการพูดคุยแต่ละครั้งในการขอความร่วมมือ

ดังนั้นอาจเป็นข้อจำกัดกับบุคลากรที่ต้องจัดสรรเวลาและแบ่งเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ประสานงาน นอกเหนือจากงานประจำ

1.6 การรายงาน (Reporting : R)

การรายงานผล เป็นลำดับขั้น จากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ เสนอต่อสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด และจังหวัดเสนอต่อกรมการพัฒนาชุมชนโดยมีการรายงานข้อมูลเกี่ยวกับ จำนวนครั้งที่เปิดจำหน่ายสินค้า จำนวนผู้ประกอบการ ยอดการจำหน่ายสินค้า (มูลค่าการซื้อขาย) รายได้หมุนเวียน กิจกรรมที่ดำเนินการภายใต้โครงการ ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาปรับปรุง การดำเนินงานให้เกิดความคุ้มค่าและยั่งยืนต่อไป โดยมีการจัดทำรายงานและประเมินผลเป็นลายลักษณ์อักษรเสนอต่อหน่วยงานในระดับจังหวัดคือสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดและกรมการพัฒนาชุมชน ตามลำดับ โดยมีการจัดทำรายงานเป็นประจำทุกเดือนไม่พบปัญหาการดำเนินงานขั้นตอนนี้

1.7 การงบประมาณ (Budgeting : B)

งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรมาจากการพัฒนาชุมชนเพื่อใช้ในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น หมวก ผ้ากันเปื้อน ถุงผ้า และงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่ครอบคลุมงบประมาณการปรับปรุงภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทาง

1.8 การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation : I)

การบริหารงานตลาดฯ มีการนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การใช้เว็บไซต์ www.market.moi.go.th เพื่อเป็นเว็บไซต์หลักในการให้ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์การดำเนินงานตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ และ การใช้ Facebook และ Line เป็นช่องทางในการสื่อสารให้ข้อมูลระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ พ่อค้า แม่ค้า ผู้ขาย และแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานและผู้ประกอบการ รวมถึงการใช้ไลฟ์สดผ่านเฟสบุ๊กเพื่อขายสินค้าและเพิ่มช่องทางการขายสินค้าให้กับสินค้าตัวเอง

แต่อย่างไรก็ตามพบข้อจำกัดในการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐผ่าน Website ในระดับภูมิภาค/จังหวัด ยังถือว่าน้อย ในส่วนของผู้ประกอบการมีเพียงการใช้ Facebook และ Line เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือพูดคุยระหว่างบุคคลหรือกลุ่ม ซึ่งอาจจะยังไม่กระจายไปสู่ผู้ซื้อ

2. การสนับสนุนขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ได้สนับสนุน 2 ส่วน คือ งบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น ประชาสัมพันธ์ที่เป็นผ้า ไลน์ โปสเตอร์ รวมถึงอุปกรณ์สำหรับผู้ประกอบการ เช่น ผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม ถุงผ้า เป็นต้น และการสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ตลาดฯ ทั้งในระดับภูมิภาคและจังหวัดผ่าน Website www.moi.go.th ประชาสัมพันธ์โดยเสียงตามสายของเทศบาลและป้ายประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

1. การบริหารงานและปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบโครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

1.1 การวางแผน จะเห็นได้ว่าสำนักงานพัฒนาชุมชน มีการวางแผนการดำเนินงานของตลาดประชารัฐอย่างชัดเจน ทั้งในเรื่องของวัน เวลา สถานที่จำหน่ายสินค้า การประชาสัมพันธ์โครงการ การลงทะเบียนผู้ประกอบการ รวมถึงการกำหนดวันประชุมเป็นประจำทุกเดือนอย่างชัดเจน ซึ่งการวางแผนปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้าทำ

ให้ทราบถึงปัญหาเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าประสงค์ที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lhungsangwan (2018) ที่พบว่า การดำเนินงานของโรงเรียนผู้สูงอายุตำบลบางระกำ จังหวัดนครปฐมประสบความสำเร็จได้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากมีการวางแผนและการประชุมร่วมกันทุกหน่วยงานเป็นประจำทุกเดือนเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

1.2 การจัดองค์การ จะเห็นได้ว่ากรมการพัฒนาชุมชน มีการบริหารด้านการจัดองค์การโดยเริ่มตั้งแต่ คือ องค์การระดับอำเภอ ระดับจังหวัดและระดับกรม (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน) อย่างไรก็ตามก็ยังประสบปัญหาและอุปสรรค ไม่มีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นหลักสำคัญที่ทำให้สามารถทราบถึงขอบเขตของการทำงานและทำให้ไม่เกิดการท่งงานซ้ำซ้อนกัน ซึ่งหากองค์กรมีการจัดองค์การที่ดีจะส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและบรรลุผลสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phunakngen and Portawin (2018) ที่พบว่า การบริหารจัดการสถานสงเคราะห์เด็กเอกชนในจังหวัดชลบุรี มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาการทำงานตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ซึ่งส่งผลต่อการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจากการประเมินการดำเนินงานตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้พบว่าตลาดบางแห่งที่ประสบความสำเร็จมีโครงสร้างการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารตลาดที่มาจากกรรมการหมู่บ้านที่ตั้งใจทำงานเป็นจิตอาสา จึงจัดระเบียบการการค้าได้ดี สร้างระเบียบการบริหารจัดการตลาดได้โดยคณะกรรมการเอง

1.3 การบริหารบุคคล จะเห็นได้ว่าสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ ซึ่งรับผิดชอบตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ในพื้นที่ศึกษา ไม่ได้มีกระบวนการสรรหาและการคัดเลือกบุคคลที่มีความชำนาญเฉพาะ เนื่องจากเป็นงานตามภารกิจซึ่งมีการจัดสรรตามภาระงานที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชาทำให้การมอบหมายงานไม่ตรงกับศักยภาพและความชำนาญของบุคคล ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทักษะเฉพาะด้าน เช่น ทักษะความสามารถด้านการตลาด การวางแผนตลาด การสื่อสาร เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pajit and Thongchot (2017) ที่พบว่า หน่วยงานรัฐบาลที่รับผิดชอบดูแลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตอาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี ขาดบุคคลที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะทางเข้ามาดูแล ทำให้การบริหารงานขาดประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wirattiya (2007) ที่พบว่า สหกรณ์ยางพาราในจังหวัดหัดเลยประสบปัญหาขาดเจ้าหน้าที่ทำงานประจำและคณะกรรมการมีความรู้ไม่ตรงกับงานที่รับผิดชอบ

1.4 การอำนวยการ จะเห็นได้ว่ามีการสั่งการการมอบหมายงานในลักษณะบนลงล่าง ตามลำดับชั้น ตั้งแต่จากระดับกรม ลงมาระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ไปสู่กลุ่มสมาชิกตลาดประชารัฐฯ แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการส่วนใหญ่จะเป็นการสั่งการที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งการอำนวยการเป็นขั้นตอนสำคัญในกระบวนการบริหารและเป็นบทบาทที่สำคัญของผู้บริหารเพราะการสั่งการและคำสั่งของผู้บริหารจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมขององค์กร ซึ่งอาจจะเป็นไปตามแผนหรือเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ก็ได้ การอำนวยการให้การปฏิบัติงานภายในองค์กรบรรลุวัตถุประสงค์จำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการบำรุงขวัญและกำลังใจ การตัดสินใจ และความสามารถของผู้บริหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Vechgama and Tissuep (2018) ที่พบว่า การบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด จังหวัดลำปาง มีการกำหนดลำดับชั้นในการอำนวยการทำให้กลุ่มสามารถสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามอาจมีความล่าช้า เนื่องจากต้องรอการเห็นชอบหรือการสั่งการเป็นลำดับชั้น

1.5 การประสานงาน การประสานงานร่วมกันทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกองค์กร ทั้งลักษณะที่เป็นลายลักษณ์อักษรและทางวาจา ซึ่งการประสานงานเป็นขั้นหนึ่งของการบริหารที่มีความสำคัญเพราะ

การประสานงานที่ดีจะนำไปสู่ความสำเร็จ บุคลากรที่ทำหน้าที่นี้ต้องใช้ทักษะและความสามารถในการสื่อสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Setthayanon (2016) ที่พบว่า การบริหารจัดการขององค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์ในการดูแลผู้สูงอายุ มีการประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kunalasiri (2015) ที่พบว่า ทักษะการสื่อสารมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในหน่วยผ่าตัดโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม หน่วยงานควรจัดให้มีการอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถแก่บุคลากรให้มีความสามารถโดยมุ่งเน้น ทักษะในการสื่อสาร

1.6 การรายงาน การรายงานผลการดำเนินงานตลาดฯ ให้สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดและกรมการ พัฒนาชุมชนทราบตามลำดับขั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Eaksinth (2016) ที่พบว่า การบริหารงานของ เทศบาลนครนครปฐมในด้านการดูแลผู้สูงอายุมีการรายงานผลการปฏิบัติงานเมื่อเสร็จสิ้นกิจกรรมและทุกสิ้น ปีงบประมาณผ่านทางเว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ รายงานประจำปี และให้ความรู้สำหรับหน่วยงานที่ประสงค์ทราบข้อมูล การดำเนินงานด้านผู้สูงอายุของเทศบาลนครนครปฐม

1.7 การงบประมาณ การจัดสรรงบประมาณเป็นอุปสรรคต่อการบริหารโครงการฯ ทำให้ขาด ประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thamma-apipon, Onlamai, and Thancharoen (2019) ที่พบว่า การดำเนินงานของชมรมผู้สูงอายุบ้านไร่แค จังหวัดเพชรบุรี ประสบปัญหาในการดำเนินงาน เนื่องจากงบประมาณ ไม่เพียงพอในการทำกิจกรรม ทำให้การดำเนินงานของชมรมผู้สูงอายุไม่ต่อเนื่อง

1.8 การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การนำเทคโนโลยีและการสื่อสารมาช่วยในการบริหารจัดการ โครงการให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อสถานการณ์ และการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะด้าน ประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lankamkaew (2015) ที่พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการผู้สูงอายุไทยในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2569) ประกอบด้วยปัจจัย 9 ด้าน คือ การวางแผน การจัดองค์กร การจัดบุคลากรปฏิบัติงาน การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การรายงานผล การปฏิบัติงาน ด้านการเมือง และด้านเทคโนโลยี โดยในด้านเทคโนโลยีนั้นองค์กรจะต้องสามารถประยุกต์เทคโนโลยี เข้าไปในโครงสร้างการบริหารจัดการงานทุกภาคส่วน ทั้งด้านการบริหารจัดการทรัพยากร การติดต่อสื่อสาร การดำเนินงาน การติดตามผล การตรวจสอบการทำงาน และการบริหารงบประมาณ

2. การสนับสนุนขององค์กรภาครัฐที่รับผิดชอบตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้แห่งหนึ่งในจังหวัดนครปฐม

2.1 สนับสนุนงบประมาณ จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าการสนับสนุนงบประมาณในด้านการซื้อวัสดุ อุปกรณ์และการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานส่วนนี้อาจเป็นเครื่องมือในการพัฒนาการดำเนินงานให้ ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khumsawad and Sirisukha (2015) ที่พบว่า การบริหารจัดการ ด้านงบประมาณมีผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการงานคลังขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดราชบุรี จึงจำเป็นต้องให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญเพื่อให้สามารถบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

2.2 สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าการ ประชาสัมพันธ์แบบเสียงตามสาย ป้ายประชาสัมพันธ์ และผ่านสื่อโซเชียลต่างๆ เช่น เพจ เว็บไซต์ ซึ่งทำให้มี ผู้ประกอบการ ร้านค้า เข้าร่วมลงทะเบียนน้อย และลูกค้าที่มาใช้บริการน้อย จึงให้มีการเพิ่มช่องทาง การประชาสัมพันธ์หรือใช้กลไกกระทรวงมหาดไทยในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้บริหาร องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกษตรกร ผู้ประกอบการ หาบเร่แผงลอย ในการเข้าร่วม โครงการ โดยใช้ช่องทางติดต่อสื่อสารในพื้นที่อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง โดยพิจารณาใช้หอกระจายข่าวแต่ละแห่งใน

ชุมชน สถานีวิทยุชุมชน สถานีโทรทัศน์ภูมิภาค เป็นช่องทางชี้แจง ประชาชน นอกจากนี้ยังสามารถใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์ต่างๆ ให้กว้างขวางขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Navakul (2018) ที่พบว่า ตลาดเกษตรกรจังหวัดชัยนาท ประสบปัญหาการประชาสัมพันธ์ไม่ครอบคลุมกลุ่มผู้บริโภคและผู้บริการอย่างกว้างขวาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรจัดทำโครงสร้างการบริหารงานอย่างเป็นระบบให้ชัดเจนเป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดการแบ่งภาระหน้าที่การทำงานอย่างเหมาะสม ในรูปแบบของคณะกรรมการบริหารตลาดฯ

1.2 จัดหาหรือเพิ่มอัตรากำลังของบุคลากรฝ่ายสนับสนุนจากภาครัฐให้เหมาะสมกับลักษณะงานที่ได้รับมอบหมาย ตลอดจนพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ

1.3 จัดสรรงบประมาณจากส่วนกลางให้เพียงพอและครอบคลุมการบริหารจัดการในทุกมิติอย่างต่อเนื่อง

1.4 ส่งเสริม สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม มาใช้ในการบริหารงานตลาดฯ อย่างเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ของผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าของโครงการตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ เพื่อพัฒนาแผนปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ที่สามารถวัดผลและดำเนินการได้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

เอกสารอ้างอิง

- Bangmo, S. (2015). *Organization and Management*. 7th ed. Bangkok: June Publishing. (in Thai)
- Community Development Department. (2019). *Overall operation Pracharath Market*. Bangkok: Rungreang Printing. (in Thai)
- Eaksinth, S. (2016). *Management Role of Nakornpathom Municipality for Elderly Care*. Thesis of the Degree of Master of Art in Public and Private Management. Bangkok: Silapakorn University. (in Thai)
- Jitsuchon, S. (2014). *Enhancing Thailand's Long-Term Economic Growth: Institute Perspectives and Recommendations*. Bangkok: Thailand Development Research Institute. [Online]. Retrieved 7 February 2020, from: <https://tdri.or.th/wpcontent/uploads/2017/06/Synthesis-Report-Year-1-Growth-and-Institution.pdf>.
- Khumsawad, W. and Sirisukha, S. (2015). Factors Affecting the fiscal Management Efficiency of Subdistrict Administration Organization in Phetchaburi Province. *Veridian E-journal, Silpakorn University*, 8(1), 565-581. (in Thai)
- Kunalasiri, T. (2015). *Communication type to optimize Surgical teamwork effectiveness within operating theater in private hospital in Nakonsawan*. Thesis of the Degree of Master of Art in Public and Private Management. Bangkok: Silapakorn University. (in Thai)

- Lankamkaew, V. (2015). *The development of a management Model for the thei eldrly in the next decade. (2017-2026)*. Thesis of the Degree of Doctor of Philosophy Program in Human Resource Development. Bangkok: Ramkhamhang University. (in Thai)
- Lhungsangwan, W. (2018). *The Implementation Guidelines that Affect to Success of Bang Rakam Senior School, Bang Len District, Nakhon Pathom*. Thesis of the Degree of Master of Art in Public and Private Management. Bangkok: Silapakorn University. (in Thai)
- Navakul, S. (2018). The evalution of effectiveness of Chainat Farmer Market Project. *Journal of politics administration and Law*, 10(2), 2559-283. (in Thai)
- Nipawan, W. (2011). *Management and Strategic Administration of Government Organization*. Bangkok: Propess. (in Thai)
- Paijit, P. and Thongchot, C. (2017). Management Processes Affecting Surrathani Community Enterprises, Manufacturing Groups and Food Production Effectivness. *Journal of Management Sciences Surattani Rajabhat University*, 4 (2), 175-204. (in Thai)
- Phunakngen, C. and Portawin, T. (2018). Administation and Co-opvation for Children Assistanee and Protection of the Private Childen Home in Chonburi. *Journal of Social Synergy*, 9(2), 34-53. (in Thai)
- Rattanadilok N Phuket, P. (2009). *Organization and management administration*. Nonthaburi: Think Beyond Book Company Limited. (in Thai)
- Setthayanon, S. (2016). *The Proactiveness of Sanamjan Subdistrict Administrative Organization in terms of Elderly Care*. Thesis of the Degree of Master of Art in Public and Private Management. Bangkok: Silapakorn University. (in Thai)
- Thamma-apipon, S., Onlamai, N. and Thancharoen, J. (2018). Success Factors of Ban Rai Care Elderly Club Phetchaburi Province. *Veridain E-journal, Silpakorn University*, 11(2), 352-365. (in Thai)
- Vechgama, K. andTuisuep, K. (2018). Management Pattern for Pineapple Farmer Group : A case study the Pinapple Cultivation Farmer, Bansadej, Phichai Subdistrict,Lampang Province. *Journal of Community Development and Life Quality*, 6(3), 605-621. (in Thai)
- Wirattiya, S. (2007). *A development of Management Method for PaRa Rubber Co-operative Group in Loei: A case study of Ban Jaronsook, Tambon Nadindom, Ampho Muang, Loei Province*. Thesis of the Degree of Master of Art in Development Strategy. Loei: Loei Rajaphat University. (in Thai)
- Yimwilai, C. (2014). *Development of public administration and public administration: from the past to the present and the future*. Bangkok: Sangchan Printting. (in Thai)