

ปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน กรณีศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท

สาวิตรี ทองทิพย์เนตร¹ ปรีชา ปาโนรัมย์² สุรียา รักการศิลป์³

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการบริหาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

²ที่ปรึกษาหลัก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

³ที่ปรึกษาร่วม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

¹sawit.thong@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการตลาด ถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท และ 2) ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการตลาด ถนนคนเดินเซราะกราววอล์คกิ้งสตรีท กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริหารเทศบาล จำนวน 5 คน สมาชิกสภาเทศบาล จำนวน 5 คน คณะกรรมการบริหารตลาด จำนวน 7 คน ตัวแทนชุมชน จำนวน 10คน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน และประชาชนที่มาซื้อของที่ตลาดถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท จำนวน 150 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 187 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมี 3 ลักษณะ ได้แก่ แบบสำรวจรายการ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบปลายเปิด มีค่าความเชื่อมั่น 0.92 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ และมีสถานภาพโสด 2) การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการวางแผน รองลงมาคือ ด้านการจัดการองค์กร ด้านการควบคุม และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการนำหรือการสั่งการ ตามลำดับ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าตลาดถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ 4) ปัญหาการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน กรณีศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท ที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ มีการกำหนดนโยบายในการจัดการไว้แต่ยังไม่ชัดเจน รองลงมาคือ มีปัญหาสถานที่จอดรถ ปัจจุบันจอดรถบริเวณข้างถนนซึ่งไม่ปลอดภัย และสภาพแวดล้อมยังไม่สวยงาม ไม่ร่มรื่น มีปัญหาขยะล้น มีกลิ่นแรงภาพไม่ดี ตามลำดับ และ 5) แนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน กรณีศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท ที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ ควรแยกกำหนดนโยบายสำหรับบริหารเป็นส่วนๆ ไปให้ชัดเจนการผลักดันนโยบายของผู้บริหารควรเริ่มจากผู้นำท้องถิ่น สมาชิกสภาผู้ใหญ่บ้าน เป็นตัวอย่างปฏิบัติ รองลงมาคือ ควรปรับปรุงทัศนียภาพให้มีที่พักผ่อนอยู่ภายในตลาด ควรจัดสรรงบประมาณออกแบบทัศนียภาพโดยรอบให้มีสวนหย่อม สนามเด็กเล่น และการจัดเก็บขยะควรจัดหาพนักงานให้เหมาะสม และควรเก็บขยะเพิ่มขึ้น ตามลำดับ

คำสำคัญ: ถนนคนเดิน, แนวทางการบริหาร, การบริหารจัดการตลาด, ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study problem status of SroewGround walking street market management and 2) to study guidelines for SroewGround walking street market management. There was a total sample of 187 persons, consisting of five municipal administrators, five municipal council members, seven market administrative committee, ten community representatives, ten relevant staff members, and 150 customers in Sroew Ground walking street. The instrument used to collect the data was a questionnaire conducted by the researcher with three parts: checklist, 5-rating scale, and open-ended. Its reliability was 0.92. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, average, and standard deviation. The findings were as follows: 1) Most respondents were female, aged between 31-40 years. They graduated in bachelor's degree, their careers were civil servants, and their status was single. 2) The opinions of SroewGround walking street market management were overall at the high level. The highest mean score was planning, followed by organization management, control, and the lowest mean score was leadership and command respectively. 3) The factors affecting the decision-making of buying the products in SroewGround walking street market were overall at the high level. The highest mean score was the product distribution channel, followed by the products, the price, and the lowest mean score was the sale promotion respectively. 4) The problems of walking street market management in the case study of SroewGround walking street mostly consisted of the management policy that was unclear, the unsafe parking that is currently on the side of roads, and the environments that were not beautiful, not shady, and full of bad wastes respectively, and 5) The guidelines for walking street market management in the case study of SroewGround walking Street were mostly as follows: The management policy should be divided clearly; the administrators' policy should start with the local leaders; the council members, and the village headmen; there should be the relaxing places in the market scenery; there should be the budget for designing the market scenery including garden, playground; the staff for collecting the waste should be provided appropriately; and there should be more the waste collection respectively.

Key words: walking street, guidelines for management, market management, factors affecting the decision-making of buying the products

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลของแต่ละประเทศจึงมุ่งเน้นให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียนต่างกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้นการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่างๆ จึงได้มีการบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจนบนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง โครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้วยแล้ว จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศนั้นๆ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ที่ผ่านมาถึงแม้ประเทศไทยจะประสบภาวะวิกฤติที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศ แต่เมื่อผ่านพ้นวิกฤตินั้นไป นักท่องเที่ยวก็ยังกลับมาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วแสดงถึงความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองไทย ขณะเดียวกันภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูก การท่องเที่ยวไทยยังมีปัญหาสะสมมาอย่างยาวนานที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรท่องเที่ยว ขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาการบริหารจัดการของภาครัฐและการบูรณาการเพื่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ ความล่าช้าของกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ดังนั้น หากประเทศไทยยังจำเป็นต้องอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจหลักให้กับประเทศ รวมถึงเป็นแหล่งกระจายรายได้และการจ้างงานเพื่อช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนและสังคมไทยแล้ว ควรจะมีการทบทวนทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริง ศักยภาพและโอกาสที่จะเกิดขึ้นและเพื่อเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558 : 1 – 2)

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับที่ 6 และมีพื้นที่กว้างเป็นอันดับที่ 17 ของประเทศไทย ประกอบไปด้วย 23 อำเภอ 189 ตำบล 2,212 หมู่บ้าน จำนวนประชากรทั้งหมด 1,579,248 คน (ข้อมูล ณ 2557) สภาพเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ ประชากรในจังหวัดบุรีรัมย์ ประมาณร้อยละ 87 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ทำไร่ ทำสวน และประกอบอาชีพเลี้ยงสัตว์ ส่วนใหญ่เลี้ยงกันในครัวเรือน

สำหรับอาชีพประมงในจังหวัดบุรีรัมย์มีการเพาะเลี้ยงปลาน้ำจืดและกุ้งก้ามกราม ในบางพื้นที่ ด้านอุตสาหกรรม ในจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เช่น โรงสีข้าว ผลิตภัณฑ์แปรรูปไม้ โรงโม่หิน โรงงานสุรา โรงงานผลิต อาหารสำเร็จรูป โรงงานน้ำตาลทรายขาว โรงงานทำวิกผม และโรงงานผลิตไหมพรม เป็นต้น

ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาจังหวัดบุรีรัมย์ มีการพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการสร้างสนามฟุตบอลไอโอมบาย สเตเดียม การสร้างสนามรถแข่ง ช้างอินเตอร์เนชั่นแนลเซอร์กิตส่งผลให้เกิดการพัฒนาเมือง ในหลายด้าน เช่น กลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และจากการพัฒนาที่เกิดขึ้นนั้น ทำให้มีการเกิดใหม่ของตลาดการค้า ซึ่งเดิมในเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ นั้นมีตลาดการค้าหลายประเภท เช่น ตลาดนัดคลองถม ตลาดสดเทศบาล ตลาดไนท์บาร์ซาร์ ตลาดเช้ารถไฟ ตลาดผลไม้ ตลาดสดไนท์บาซาร์ ตลาดทองกู่เกียรติกุลตลาดบυσแคว้ ตลาดเก่า ตลาดนัดหนองแปบ ตลาดนัดไทยประกัน ตลาดนัดแยกกระสัง

ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท ก่อตั้งโดยความร่วมมือของท่านผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ โดยนายเสรี ศรีหะไตรสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์และเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ เป็นการใช้พื้นที่ถนนสำหรับการจัดกิจกรรมซึ่งจะมีการปิดจราจรชั่วคราว ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 16.00 – 22.00 น. และใช้พื้นที่ดังกล่าวจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ เริ่มดำเนินการเปิดตลาดเมื่อวันเสาร์ที่ 5 กรกฎาคม 2557 ถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีทเป็นตลาดคนเดินยามเย็นที่มีสินค้าหลากหลาย อาทิ สินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนชาวจังหวัดบุรีรัมย์ สินค้าผลผลิตการเกษตร สินค้าของฝาก สินค้าเบ็ดเตล็ดช่วงเวลาก่อนเปิดตลาด คือ 17.00 น. – 22.00 น. ทั้งยังมีเวทีการแสดง อาทิ เช่น ดนตรีพื้นบ้าน การจัดกิจกรรมลุ้นรางวัล ตกไข่ปลาพาโชค ฯลฯ เพื่อสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ที่มาเดินเลือกซื้อของที่ตลาดฯ

การดำเนินการของตลาดผ่านการบริหารงานโดย กลุ่มงานสาธารณสุข เทศบาลเมืองบุรีรัมย์ ในการจัดตั้งโครงการถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท ขึ้นมา โดยแบ่งพื้นที่ตามประเภทสินค้า ซึ่งมีสินค้า 9 ประเภท ประกอบไปด้วย สินค้าหัตถกรรม, เครื่องประดับ, สิ่งประดิษฐ์, ของที่ระลึก, อาหารปรุงสำเร็จ, อาหารปรุงแต่ง, เครื่องดื่ม, ตลาดสีเขียว และสินค้าเบ็ดเตล็ด จากผู้จำหน่าย 395 ราย มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว จากการดำเนินงานถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท มาเป็นเวลาเกือบ 3 ปี จำนวนผู้ค้ามีการผลัดเปลี่ยน หมุนเวียนกันเข้ามาค้าขายในตลาด สินค้าบางรายการ อาทิ เช่น ของที่ระลึก กระเป๋าผ้า มีจำนวนผู้ค้ามากราย ทำให้เกิดส่วนแบ่งการตลาด ทำให้ผู้ขายมีรายได้น้อยลง ส่วนสินค้าที่สามารถทำรายได้มากที่สุดคือ อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเมื่อสำรวจคร่าวๆ ผู้ซื้อสินค้า จะเป็นคนในพื้นที่มากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากต่างพื้นที่ทำให้กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้มากที่สุดจากทุกประเภทสินค้า

จากเหตุผลดังกล่าวผู้ศึกษา จึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน กรณีศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท เพื่อทราบถึงสภาพการบริหารจัดการของตลาด ปัญหาในการจัดการบริหารตลาด เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับใช้ปรับปรุง และการบริหารจัดการ ถนนคนเดินฯ ให้ดียิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการตลาด ถนนคนเดินเซราะกราววอล์คกิ้งสตรีท
- 2.2 เพื่อศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการตลาด ถนนคนเดินเซราะกราววอล์คกิ้งสตรีท

3. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน กรณีศึกษา ถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ ดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขการบริหารจัดการ และแนวทางในการแก้ไขปัญหา ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดการองค์กร ด้านการนำหรือการส่งการ และด้านการควบคุม การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารเทศบาล จำนวน 5 คน สมาชิกสภาเทศบาล จำนวน 5 คน คณะกรรมการบริหารตลาด จำนวน 7 คน ตัวแทนชุมชน จำนวน 10 คน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน และประชาชนที่มาซื้อของที่ตลาดถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท จำนวน 150 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 187 คน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากร

3.3 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดินกรณีศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามที่มี 3 ลักษณะ ได้แก่ แบบสำรวจรายการ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบปลายเปิด ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยได้รับคำปรึกษาแนะนำจากที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาทางเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยด้วยการหาค่าอำนาจจำแนกโดยวิเคราะห์แบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยการทดสอบ t - test ถ้าค่า t มีค่า 1.75 ขึ้นไป ถือว่าผ่านเกณฑ์ แล้วนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ผลปรากฏว่ามีค่าความเชื่อมั่น 0.92

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

4.2.2 ศึกษาความคิดเห็นการศึกษาคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าตลาดถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท โดย

ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบคำอธิบาย

4.2.3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน ทัศนศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท วิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

5. ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน ทัศนศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ และมีสถานภาพโสด

5.2 การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการวางแผน รองลงมาคือ ด้านการจัดการองค์กร ด้านการควบคุม และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการนำหรือการส่งการตามลำดับ

5.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าตลาดถนนคนเดินเซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

5.4 ปัญหาการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน ทัศนศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท ที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ มีการกำหนดนโยบายในการจัดการไว้แต่ยังไม่ชัดเจน รองลงมาคือ มีปัญหาสถานที่จอดรถ ปัจจุบันจอดบริเวณข้างถนนซึ่งไม่ปลอดภัย และสภาพแวดล้อมยังไม่สวยงาม ไม่ร่มรื่น มีปัญหาขยะล้น มีกลิ่นแรงภาพไม่ดี ตามลำดับ

5.5 แนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน ทัศนศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท ที่มีจำนวนมากที่สุด ได้แก่ ควรแยกกำหนดนโยบายสำหรับบริหารเป็นส่วนๆ ไปให้ชัดเจนการผลักดันนโยบายของผู้บริหารควรเริ่มจากผู้นำท้องถิ่น สมาชิกสภา ผู้ใหญ่บ้าน เป็นตัวอย่างปฏิบัติ รองลงมาคือ ควรปรับปรุงทัศนียภาพให้มีที่พักผ่อนอยู่ภายในตลาดควรจัดสรรงบประมาณออกแบบทัศนียภาพโดยรอบให้มีสวนหย่อม สนามเด็กเล่น และการจัดเก็บขยะควรจัดหาพนักงานให้เหมาะสม และควรเก็บขยะเพิ่มขึ้น ตามลำดับ

6. อภิปรายผลและสรุปผล

จากการวิจัยเรื่อง ปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน ทัศนศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการวิจัยปัญหาการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน ทัศนศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท พบว่า การบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน ทัศนศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คกิ้งสตรีท มีความจำเป็นจะต้องมีการวางแผนและการกำหนดนโยบาย ซึ่งเป็นเป้าหมายร่วมกันในการบริหารจัดการของผู้บริหารและการปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนภาค

ประชาชนที่จะมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ การกำหนดนโยบายด้านการบริหารจัดการตลาดกลาง ต้องกำหนดให้ชัดเจนโดยแยกนโยบายการบริหารจัดการตลาดพื้นบ้าน ตลาดผัก ของกินของที่ระลึกและผลไม้ออกจากกันเพื่อนำไปสู่การวางแผนพัฒนาไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยนำข้อมูลข้อเท็จจริง สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดกลางเพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดเป็นนโยบายและให้มีการจัดทำแผนงาน โครงการ กิจกรรม ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ นอกจากนี้ ควรกำหนดนโยบายด้านต่าง ๆ ที่สำคัญเพื่อให้ชัดเจน เช่น นโยบายด้านงบประมาณที่ใช้ในการพัฒนาตลาดและนโยบายเพิ่มศักยภาพให้บุคลากรเป็นนักบริหารการตลาดมืออาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานพ ธรรมเจริญ (2555 : 116 – 122) ได้ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการตลาดกลางเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี พบว่าปัญหาการบริหารจัดการเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่ พบว่า ด้านการวางแผนไม่มีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติของผู้ที่เกี่ยวข้องยังไม่ชัดเจน ไม่มีการแยก ตลาดสด ตลาดนัดชุมชนและตลาดผลไม้ออกจากกัน ไม่มีการแจ้งนโยบายให้ผู้ปฏิบัติรับรู้ ด้านการจัดสรรราชการหรือองค์การการจัดโครงสร้างไม่เป็นสัดส่วนที่ชัดเจนทางเข้าตลาดค้บแคบ สถานที่จอดรถไม่เป็นสัดส่วนทัศนียภาพยังไม่สวยงาม ห้องน้ำไม่เพียงพอ ยังมีปัญหาการจราจร ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินขนาดเวรยามที่รับผิดชอบโดยตรง การขอใช้ที่ดินสาธารณะประโยชน์ยังไม่สมบูรณ์ถูกต้องด้านการจัดหาบุคคลและเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงาน ขาดบุคลากรที่สามารถบริหารจัดการเชิงพาณิชย์ที่มีไม่มีความมุ่งมั่นในการทำงานที่รับผิดชอบ การแบ่งงานมอบหมายงานไม่ชัดเจน ด้านวิธีการอำนวยการ รวมทั้งการควบคุมงานและนิเทศงาน อำนาจหน้าที่คณะกรรมการตลาดกลางยังไม่ชัดเจน องค์ประกอบยังไม่ครอบคลุมทุกภาคส่วน คณะกรรมการไม่มีอิสระในการบริหารงานรวมทั้งอำนาจในการตัดสินใจ คณะกรรมการบริหารตลาดกลางไม่เป็นเอกภาพ ไม่กล้าตัดสินใจไม่ไปสัมผัสรับรู้ปัญหาด้วยตนเอง ด้านความร่วมมือประสานงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนยังไม่ชัดเจน ขาดหลักเกณฑ์ในการประสานความร่วมมือ ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนรวมถึงการประชาสัมพันธ์ ยังไม่ชัดเจนไม่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ขาดบุคลากรที่มีประสบการณ์ด้านประชาสัมพันธ์ สื่อที่ใช้ไม่น่าสนใจ ไม่มีจุดเด่น ไม่มีความต่อเนื่อง ด้านงบประมาณเทศบาลมีจำกัดต้องนำไปพัฒนาด้านต่าง ๆ หลายด้านตามอำนาจหน้าที่ คณะกรรมการบริหารตลาดกลางไม่มีงบประมาณเป็นของตนเอง ไม่มีวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในตลาดกลางเป็นการเฉพาะ และแนวทางการแก้ไขปัญหา ด้านการวางแผนควรรับข้อมูล ข้อเท็จจริง สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดกลางข้อเสนอแนะของคณะกรรมการตลาดกลาง เพื่อนำมาประกอบการพิจารณาออกเป็นนโยบายให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการวางแผน ด้านการจัดสรรราชการหรือองค์กร ควรจัดโครงสร้างองค์กรให้เป็นสัดส่วน มีพนักงานดูแลรับผิดชอบโดยตรง ควรปรับปรุงทัศนียภาพเพิ่มมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัยอำนวยความสะดวกผู้มาใช้บริการตลาด ปรับปรุงห้องน้ำให้น่าใช้บริการ ด้านการจัดหาบุคคลและเจ้าหน้าที่มาปฏิบัติงาน ควรจัดหาผู้จัดการตลาดกลางที่มีความสามารถและประสบการณ์ มีสถานที่ทำงาน ส่งเสริมให้เป็นมืออาชีพ และติดตามประเมินผลการทำงานอย่างต่อเนื่อง ด้านวิธีการอำนวยการ รวมทั้งการควบคุมงานและนิเทศงาน กำหนดให้คณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ให้ชัดเจน และมาจากทุกภาคส่วน มีอิสระในการบริหารงานและการตัดสินใจ กำหนดงบประมาณให้ชัดเจน การมอบให้เอกชนดำเนินการตลาดนัดควรมีเงื่อนไขการรักษาความสะอาดให้ชัดเจน ด้านความร่วมมือประสานงาน ควรจัดให้มีระเบียบและ

แนวทางปฏิบัติ ในการประสานงานความร่วมมือที่ชัดเจนและมีบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานโดยตรง ด้านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนรวมถึงการประชาสัมพันธ์ ควรมีรูปแบบการรายงานผล และประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ปรับปรุงศูนย์ประชาสัมพันธ์จัดงานเทศกาลหรือกิจกรรมในตลาดอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้บุคลากรไปอบรมเพิ่มพูนความรู้ด้านประชาสัมพันธ์ด้านการงบประมาณ ควรจัดงบประมาณอย่างเพียงพอ และขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานอื่น และมีการจัดหารายได้เป็นของตนเอง จัดหาวัสดุที่ใช้ในตลาดให้เพียงพอสามารถนำมาใช้งานได้ทันที ปัญหาและข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ ควรปรับปรุงให้มีสถานที่พักผ่อนสนามเด็กเล่น ศูนย์ไอทีที่อุปกรณ์ที่ประชุมหรืออบรมอาชีพ

7. ข้อเสนอแนะ

จากความมุ่งหมายผลการวิจัย เรื่อง ปัญหาและแนวทางการบริหารจัดการตลาดถนนคนเดิน กรณีศึกษา ถนนคนเดิน เซราะกราว วอล์คิงสตรีท มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

7.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

7.1.1 ควรส่งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เข้ารับการอบรมเพิ่มพูนความรู้ และทักษะการบริหารจัดการตลาด นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการตลาดให้มากขึ้น

7.1.2 ควรจัดให้มีระเบียบ แบบแผนการปฏิบัติงานในการประสานงานและการมีส่วนร่วม เพื่อเป็นแนวทางในการประสานงานและการมีส่วนร่วมของภาครัฐภาคเอกชน และภาคประชาชน

7.1.3 ควรจัดทำแผนอัตรากำลังบุคลากรของเทศบาลโดยให้มีโครงสร้างงานด้านตลาดของเทศบาลให้ชัดเจน เพื่อให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างเป็นรูปธรรม

7.1.4 ควรมอบอำนาจให้คณะกรรมการบริหารตลาดเป็นผู้มีอำนาจในการบริหารจัดการตลาด และแจ้งการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาอย่างชัดเจน

7.2 ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลในการบริหารจัดการตลาดเทศบาล เพื่อนำผลที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงในการบริหารจัดการตลาดกลางให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

7.2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการบริหารจัดการตลาดของเทศบาลโดยเปรียบเทียบกันในแต่ละองค์กร

7.2.3 ควรศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพบริหารงานของกองทุนหมู่บ้าน ในเขตอำเภออื่นๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560.

กรุงเทพฯ : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

มานพ ธรรมเจริญ. (2555). ปัญหาการบริหารจัดการตลาดกลางเทศบาลตำบลมะขามเมืองใหม่
อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี. ค้นคว้าอิสระ ropic.ม. (สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและ
เอกชน) ชลบุรี : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

