

ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการ ตลาดนัดจตุจักร

ปวิตร จงนาศิริกูร^{1*} และ ขาญเดช เจริญวิริยะกุล²

¹นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²อาจารย์ที่ปรึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

*Corresponding author e-mail: Pawit.jong789@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 8 สิงหาคม 2565

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 17 มิถุนายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 16 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วม ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และ ความเชื่อมั่น ของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร 2) เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 385 คน ใช้สถิติพรรณนา, t-test, F-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า 1) การมีส่วนร่วม อยู่ในระดับปานกลาง ความรู้ ความเชื่อมั่น ความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก และ ทักษะ อยู่ในระดับปานกลาง 2) ผู้ประกอบการที่มีอายุ และประเภทร้านต่างกัน มีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่แตกต่างกัน ส่วน เพศ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน 4) ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และความเชื่อมั่น ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม การบริหารจัดการ ตลาดนัดจตุจักร

FACTORS AFFECTING THE PARTICIPATION OF ENTREPRENEURS IN THE MANAGEMENT OF CHATUCHAK MARKET

Pawit Jongnapasirikul^{1*} and Chandej Charoenwiryakul²

¹ Master's Degree Student of Arts Program in Development Administration,

Suan Sunandha Rajabhat University

² Lecturer of Suan Sunandha Rajabhat University

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the level of participation, knowledge, understanding, attitude, and confidence of entrepreneurs in the management of Chatuchak market; 2) to compare the participation of entrepreneurs in the management of Chatuchak market. 3) To study the factors affecting the participation of entrepreneurs in the management of Chatuchak Weekend Market. A questionnaire was used to collect data with 385 merchant operators in Chatuchak market using descriptive statistics, t-test, F-test, and multiple regression analysis. The results showed that 1) the participation was at a moderate level, knowledge, confidence, and understanding were at a high level and attitudes were at a moderate level. 2) Operators with different ages and types of stores. There was no difference in the participation of entrepreneurs in the management of Chatuchak market. Sex, education level and average monthly income were not different. 3) Knowledge, understanding, attitude and confidence affect participation in the management of Chatuchak Market.

Keywords: Participation, Management, Chatuchak Market

บทนำ

สืบเนื่องจากคณะกรรมการขับเคลื่อนและปฏิรูปราชการแผ่นดิน คณะที่ 5 คณะกรรมการขับเคลื่อนและปฏิรูปด้านความมั่นคง ลดความเหลื่อมล้ำ การเกษตร ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีพล.อ. ประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหม เป็นประธานการประชุมได้มีการประชุมแก้ปัญหาเรื่องตลาดนัดจตุจักร เมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2561 โดยผลการประชุมมีข้อสรุปให้กรุงเทพมหานครเป็นผู้รับผิดชอบบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรเช่นเดิม ทั้งการบริหารจัดการเก็บขยะ และเก็บค่าเช่าแผงต่าง ๆ เป็นต้น ส่วนการรถไฟแห่งประเทศไทยจะได้รับค่าเช่าที่ดินจากกรุงเทพมหานครและให้กรุงเทพมหานคร หาแนวทางลดอัตราค่าเช่าแผงค้า จากเดิมที่การรถไฟแห่งประเทศไทยเป็นผู้บริหารจัดการตลาดจตุจักรจัดเก็บค่าเช่าแผงอยู่ที่ 3,157 บาท ให้ลดลงเหลืออัตรา 1,800 บาท

ต่อมาเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ได้มีมติคณะรัฐมนตรี โดยระบุว่า เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาบรรเทาความเดือดร้อนของกลุ่มผู้ค้ารายย่อยภายในตลาดนัดจตุจักร และลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับประชาชนผู้ใช้บริการในตลาดนัดจตุจักร จึงมอบหมายให้กระทรวงคมนาคม (การรถไฟแห่งประเทศไทย) ประสานงานกับกระทรวงมหาดไทย (กรุงเทพมหานคร) เพื่อเร่งรัดการดำเนินการโอนความรับผิดชอบการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรไปเป็นความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานคร และเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561 คณะรัฐมนตรี ได้รับทราบตามที่กระทรวงคมนาคมรายงานผลการดำเนินการโอนความรับผิดชอบการ

บริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรให้กรุงเทพมหานคร ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 6 พ.ย. ทั้งนี้ การรถไฟแห่งประเทศไทย และกรุงเทพมหานคร ได้ร่วมกันประชุมหารือร่วมกันเพื่อให้การโอน-การรับโอนการบริหารงานตลาดนัดจตุจักรเป็นไปด้วยความเรียบร้อยสมตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลที่ต้องการให้มีการแก้ไขปัญหาของผู้ค้ารายย่อยและไม่มีผลกระทบต่อประชาชน โดยได้ร่วมกันจัดทำและลงนามบันทึกข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือในการบริหารตลาดนัดจตุจักร ในวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561 เพื่อส่งมอบพื้นที่ให้กรุงเทพมหานคร รวมทั้งกำหนดแนวทางในการร่วมมือดำเนินการโอนและรับโอนการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร (สำนักประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร, 2562)

ตลาดนัดจตุจักรเป็นย่านการค้าที่มีชื่อเสียงของกรุงเทพมหานคร และประเทศไทย โดยเคยได้รับการจัดอันดับเป็นตลาดกลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดในโลก เนื่องจากมีร้านจำหน่ายสินค้าหลากหลายมากกว่า 9,000 ร้าน มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาเลือกซื้อสินค้าและเยี่ยมชมมากถึง 2 แสนคนต่อวัน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนไม่น้อย ทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานและการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจมูลค่ามหาศาล ทั้งนี้หลังจากที่สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานครได้กลับเข้ามาบริหารตลาดนัดจตุจักรอีกครั้งตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2561 เป็นต้นไป กรุงเทพมหานครจะดำเนินงานโดยมีกรอบแนวคิดการบริหาร คือ “เสน่ห์วิถีไทย ประทับใจนักท่องเที่ยว” เพื่อรักษามาตรฐานความนิยมของตลาด และจะพัฒนาให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป เพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไป และกรุงเทพมหานครดำเนินการเข้าปรับปรุงพื้นที่ โดยเบื้องต้นได้ปรับปรุงพื้นที่ประตูทางเข้า-ออก ล้างท่อระบายน้ำโดยใช้เครื่องฉีดน้ำแรงดันสูง ปรับปรุงพื้นผิวด้านหน้าอาคารสำนักงานตลาดนัด และจะปรับปรุงพื้นถนนในตลาดทั้งหมด รวมทั้งจะพัฒนาภูมิทัศน์ให้สวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้จะหารือกับผู้บริการนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับราคาค่าใช้บริการของผู้ค้าเพื่อให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด รวมทั้งการจัดหาพื้นที่จอดรถที่ทั่วถึงนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมตลาดนัดจตุจักร และการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาร่วมกัน และการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรให้เป็นระบบ และมีการจัดตั้งคณะกรรมการในการตรวจสอบการบริหารจัดการเพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้ (สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร, 2562)

การมีส่วนร่วมนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานของภาครัฐ เพราะการมีส่วนร่วม เป็นการกระจายอำนาจให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ เช่น การจัดสรรทรัพยากรของชุมชนและของชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน โดยการให้ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น การให้คำปรึกษา ร่วมกันวางแผน ร่วมกันปฏิบัติ ตลอดจนการควบคุมโดยตรงจากประชาชน (คะเนิงนิจ ศรีบัวเอี่ยม, 2558) โดยการที่ประชาชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือการบริหารจัดการขององค์กรใดก็ตาม ประชาชนต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนคติที่ดี และความเชื่อมั่นต่อสิ่งนั้นๆ จึงจะทำให้การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ไว้

การบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรโดยการรถไฟแห่งประเทศไทยที่ผ่านมา ประสบปัญหาเกี่ยวกับการไม่รับการสนับสนุนและส่งเสริม การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ส่งผลให้ผู้ประกอบการในตลาดนัดจตุจักรไม่มีส่วนร่วม และได้มีโอกาสได้เสนอแนะความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจวางแผน หรือร่วมปฏิบัติ ในกิจกรรมการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรแต่ประการใด ทำให้การบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรไม่บรรลุเป้าหมาย ประสบปัญหาในการบริหารจัดการ และมีการร้องเรียนจากผู้ประกอบการตลาดนัดจตุจักรเป็นจำนวนมาก

จากความสำคัญของปัญหาการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ซึ่งก่อนหน้านี้ที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ซึ่งประสบปัญหาการบริหารจัดการที่ล้มเหลว การร้องเรียนจาก

ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จึงเกิดการฟ้องร้อง เพื่อเปลี่ยนผู้ดูแลจากการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร และเมื่อมีการเปลี่ยนถ่ายการบริหารจัดการ สำนักงานงานตลาด กรุงเทพมหานครเข้ามาบริหารจัดการและยังให้ผู้ประกอบการเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร เพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปด้วยความโปร่งใส ยุติธรรม จากความปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยมีความตระหนักและเห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร” เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางให้ กรุงเทพมหานครกำหนดนโยบายการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับ ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะ ความเชื่อมั่น และการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร
2. เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร กับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมว่าเป็นการที่บุคคลหรือคณะบุคคลเข้ามาช่วยเหลือ สนับสนุน ทำประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ อาจเป็นการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ หรือกระบวนการบริหาร ประสิทธิภาพขององค์การขึ้นอยู่กับความร่วมมือของบุคคลที่เกี่ยวข้องกันองค์การนั้น ในการปฏิบัติภารกิจให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการหนึ่งในการรวมพลังความคิดสติปัญญาก็คือ การให้บุคคลมีส่วนร่วมในองค์การนั้น บุคคลจะต้องมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับผูกพันต่อกิจกรรมและองค์การในที่สุด ดังแสดงไว้ในภาพที่ 2.1 (เสริมศักดิ์ วิชาลภรณ์ , 2557, น. 178-215)

United Nations (1981, p.123) ได้อธิบายความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการในการพัฒนา การเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้นและมีพลังในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ด้านตัดสินใจเพื่อเป้าหมายของสังคม และการจัดการทรัพยากรเพื่อ ให้บรรลุเป้าหมาย 2) แผนการหรือโครงการต่าง ๆ ด้วยความตั้งใจ

สามารถสรุปได้ว่า เป็นการให้ความสนใจและตกลงที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยความสมัครใจ ในลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อกับกลุ่มคน และระหว่างกลุ่มต่อกับกลุ่ม ซึ่งผลของความเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำบรรลุมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันกับกลุ่มดังกล่าว

โคเฮน และอัปฮอฟ (Cohen & Uphoff, 1980, p. 6) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมในทัศนะของการพัฒนาชนบทว่า การมีส่วนร่วมจะต้องประกอบด้วยการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของประชาชน 4 ประการ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจว่าจะทำอะไร และทำด้วยวิธีการอย่างไร
2. มีส่วนในการดำเนินโครงการ การตัดสินใจการใช้ทรัพยากรสนับสนุนโครงการ และการร่วมมือกับองค์กรหรือกลุ่มกิจกรรมเป็นการเฉพาะ
3. มีส่วนในการแบ่งปันผลประโยชน์อันเกิดจากโครงการพัฒนา
4. มีส่วนใหญ่ในการประเมินผลโครงการ โดยสรุปเป็นขั้นตอนการมีส่วนร่วม ดังนี้

ขั้นที่ 1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ในกระบวนการของการตัดสินใจนั้น ประการแรกที่สุดที่จะต้องกระทำคือ การกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ ต่อจากนั้นก็เลือก นโยบายและประชากรที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจช่วงดำเนินการวางแผน และการตัดสินใจในช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ในส่วนที่เป็นองค์ประกอบของการ ดำเนินงานโครงการนั้น จะได้มาจากคำถามที่ว่า ใครจะทำประโยชน์ให้แก่โครงการได้บ้าง และจะทำประโยชน์ ได้โดยวิธีใด เช่น การช่วยเหลือทางด้านทรัพยากร การบริหารงานและประสานงาน และการขอความช่วยเหลือ เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefit) ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นั้น นอกจาก ความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงการกระจาย ผลประโยชน์ภายในกลุ่ม ผลประโยชน์ของโครงการนี้ รวมทั้งผลที่เป็นประโยชน์ในทางบวก และผลที่เกิดขึ้น ในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งจะเป็นผลประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลและสังคม

ขั้นที่ 4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลนั้น สิ่ง สำคัญที่จะต้องสังเกต ความเห็น (Views) ความชอบ (Preferences) ความคาดหวัง (Expectations) ซึ่งจะมี อิทธิพลสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ เพื่อช่วยให้เข้าใจระดับขั้นของการมีส่วนร่วม ตามแนวคิดของ Cohen และ Uphoff ได้ง่ายขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

คำว่า “ความรู้ ความเข้าใจ” โดยสรุปความหมายได้ว่า ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการ จำและเข้าใจรายละเอียดของข้อมูลต่าง ๆ ที่บุคคลได้สะสมไว้และถ่ายทอดต่อ ๆ กันมาตลอดจนสามารถที่ จะสื่อความหมาย แปลความ ตีความขยายความ หรือแสดงความความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ หลังจากที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆแล้ว (ศุภกนิษฐ์ พลไพรินทร์, 2550)

Bloom et al (1975) ได้ทำการ ศึกษาและจำแนกพฤติกรรมด้านความรู้ออกเป็น 6 ระดับ โดยเรียง ตามลำดับขั้นความสามารถจากต่ำ ไปสูง ดังนี้

1. ความรู้ หมายถึง ความสามารถในการจำหรือรู้สึกได้ แต่ไม่ใช้การใช้ความเข้าใจไป ตีความหมาย ในเรื่องนั้น ๆ แบ่งออกเป็น ความรู้เกี่ยวกับเนื้อเรื่องซึ่งเป็นข้อเท็จจริง วิธีดำเนินงาน แนวคิด ทฤษฎี โครงสร้าง และหลักการ

2. ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่าง ๆ ได้ทั้งใน ด้านภาษา รหัส สัญลักษณ์ ทั้งรูปธรรมและนามธรรม แบ่งเป็นการ แปลความ การตีความ การขยาย ความ

3. การนำไปใช้ หมายถึง ความสามารถนำเอาสิ่งที่ได้ประสบมา เช่น แนวคิด ทฤษฎี ด้านต่าง ๆ ไป ใช้ให้เป็นประโยชน์ หรือนำไปใช้แก้ปัญหาตามสถานการณ์ต่าง ๆ ได้

4. การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราว ออกเป็นส่วนประกอบย่อย เพื่อ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบส่วนย่อย และหลักการ หรือทฤษฎี เพื่อให้เข้าใจ เรื่องราวต่าง ๆ

5. การสังเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการนำเอาเรื่องราว หรือส่วนประกอบย่อย มาเป็น เรื่องราวเดียวกัน โดยมีการดัดแปลง ริเริ่ม สร้างสรรค์ ปรับปรุงของเก่าให้มีคุณค่า ขึ้น

6. การประเมินค่า หมายถึง ความสามารถในการพิจารณา ตัดสินคุณค่าของความคิด อย่างมี หลักเกณฑ์ เป็นการตัดสินใจอะไรดีไม่ดียังไรใช้หลักเกณฑ์เชื่อถือได้โดยอาศัยข้อเท็จจริง ภายในและ ภายนอก

ส่วนความเข้าใจซึ่งหมายความว่า ความเข้าใจ (comprehension) เป็นพฤติกรรมในขั้นที่ต่อความรู้ เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ความสามารถทางสมองและทักษะที่สูงขึ้นจนถึงระดับของ “การสื่อความหมาย” อาจทำได้ทั้งการใช้ปากเปล่าหรือเขียน ภาษาหรือการใช้สัญลักษณ์มักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคล ได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ แล้วโดยการฟัง เห็น อ่าน หรือเขียนก็ได้ (สงวน พรชัยสิริอรุณ, 2553, น.11) และความเข้าใจว่า หมายถึง ความสามารถทางปัญญาและทักษะอันได้แก่ 1) ความสามารถที่จะให้ความหมายของคำ (การแปล) 2) ความสามารถในการเข้าใจความหมายของความคิด (การตีความ) และ 3) ความสามารถในการคาดคะเนถึงสิ่งที่อาจเกิดขึ้นได้จากกระทำ (ประเมินค่า) (Bloom, 1956) กิรติ บุญเจือ (2555, น. 1-3) ให้ความหมายของความเข้าใจว่า หมายถึง ความรู้ที่สามารถเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิทยาการต่าง ๆ กล่าวคือ ความเข้าใจแต่ละอย่างถือว่าเป็นญาณส่วนการเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องราวต่าง ๆ ถือว่าเป็นปรีชาญาณ และความเข้าใจ ได้แก่ ความเชื่อหรือความนึกคิด (Concept) หรือการสำเนียง (Conception) ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเป็นได้ทั้งดีและทางไม่ดี และความเข้าใจไม่เข้าใจนี้เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดจากกลุ่มสังคมสู่ตัวบุคคล (Rosenberg & Hovland, 1960, p.1)

จากแนวคิดต่าง ๆ จึงสรุปได้ว่าความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการนำความรู้ไปขยายความของเดิม เพื่อให้เข้าใจถึงสิ่งนั้น ๆ ได้อย่างสมเหตุผล ความเข้าใจจึงมีความหมายกว้างและครอบคลุมยิ่งกว่าความรู้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

“ทัศนคติ” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “attitude” มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า “aptus” ซึ่งมีความหมายว่า โน้มเอียง เหมาะสม มีผู้ใช้คำอื่นในความหมายเดียวกัน ซึ่งเราจะพบเห็นได้จากเอกสารวิชาการหลาย ๆ ฉบับ กล่าวคือ “เจตคติ” หรือ “เจตณคติ” ซึ่งในการให้คำนิยาม หรือคำจำกัดความของคำว่า “ทัศนคติ” นั้นตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 หมายถึง ท่าที หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และนอกจากนี้ได้มีการศึกษา และนักจิตวิทยาทั้งในอดีต และปัจจุบันได้ให้คำจำกัดความไว้มากมาย ดังนี้

เจตคติเป็นผลรวมของความรู้สึก นึกคิด อคติ และความกลัวของบุคคลที่แสดงออกโดยการพูดแสดงความคิดเห็นออกมา (Thurstone, 1967) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความรู้สึกดังกล่าวอาจจะเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของ สภาพการณ์เหตุการณ์ เป็นต้น เมื่อเกิดความรู้สึกบุคคลนั้นจะมีการเตรียมพร้อม เพื่อมีปฏิกิริยาตอบโต้ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งตามความรู้สึกของตนเอง (ชาติชาย พิทักษ์นามคม, 2554) และทัศนคติ คือ สภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่นานพอสมควร (ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร, 2555, น.138)

นอกจากนี้ Hornby (2001, p. 62) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ วิถีทางที่บุคคลหรือรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง และวิถีทางที่บุคคลประพฤติดต่อใคร หรือคนใดคนหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคล หรือรู้สึกอย่างไร และ Newstrom and Davis (2002, p. 207) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกหรือความเชื่อ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ตัดสินว่าพนักงานรับรู้สภาวะแวดล้อมของพวกเขาคืออย่างไร และผูกพันกับการกระทำของพวกเขาคือ หรือมีแนวโน้มของการกระทำอย่างไร และสุดท้ายมีพฤติกรรมอย่างไร

ในขณะที่ Gibson (2000, p. 102) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ตัวตัดสินพฤติกรรมเป็นความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้น ๆ ต่อบุคคลอื่น ๆ ต่อวัตถุ หรือต่อสถานการณ์โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้ หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่น

ความเชื่อมั่น หมายถึง ความมั่นใจในความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือและความยุติธรรมในบุคคลหรือสิ่งใด ๆ (Whitney, 1996) และความเชื่อมั่นยังหมายถึง ความคาดหวังส่วนบุคคลที่คาดหวังต่อบุคคลอื่นว่าสามารถไว้วางใจหรือเชื่อถือได้ (Rotter, 1967) นอกจากนั้น ความมั่นใจเป็นส่วนหนึ่งของความเชื่อมั่น ซึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อที่มีต่อองค์กรว่า องค์กร นั้นเป็นองค์กรที่น่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ หรือมีคุณธรรมสูง จะประกอบด้วยการบริการที่มีคุณภาพ มีความซื่อสัตย์ มีความยุติธรรมที่ความรับผิดชอบให้ความช่วยเหลือ (Altman & Taylor, 1973)

สามารถสรุปได้ว่า ความเชื่อมั่นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกรับรู้ ซึ่งเป็นผลที่ได้รับมาจากประสบการณ์ที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นจากบุคคลหรือองค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น ความซื่อสัตย์ ยุติธรรม ความสามารถในการบริหารจัดการ ความรับผิดชอบต่อสังคม อันอาจกล่าวได้ว่าเป็นความคาดหวังในทางบวกที่มีต่อบุคคลหรือองค์กร

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 10,334 คน (สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร, 2562)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 385 ตัวอย่าง ได้มาโดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโรยามาเน (Yamane, 1970) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และทำการสุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ประเภทร้านค้า

ส่วนที่ 2 ความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ และความเชื่อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อย

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.946

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการเก็บข้อมูลในภาคสนาม (Field Data Collection) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อวิเคราะห์ระดับตัวแปรทุกตัวแปร โดยใช้คะแนนเฉลี่ย แบ่งระดับความต้องการเป็น 5 ระดับ ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามระดับความต้องการ การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกลุ่ม 2 กลุ่ม ใช้ค่าสถิติที (t-test) การเปรียบเทียบข้อมูลตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ค่าสถิติเอฟ (F-test) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีปกติ (Enter)

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการตลาดนัดจตุจักร ผู้ประกอบการตลาดนัดจตุจักร ส่วนใหญ่เป็นหญิง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 51.43 ลำดับถัดมาเป็นชาย จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 48.57 ตามลำดับ ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 -40 ปี จำนวน 132คน คิดเป็นร้อยละ 34.29 ลำดับถัดมามีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 72คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 56.88 ลำดับถัดมาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 91คน คิดเป็นร้อยละ 23.64 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.48 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001 – 150,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.43 ลำดับถัดมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 100,001 – 150,000 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.13 และ 150,001 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ และส่วนใหญ่เป็นประเภทร้านค้าแผงค้าปกติ (เปิดขายเสาร์-อาทิตย์) จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 51.17 แผงค้าส่ง (ตลาดกลางคืน) จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และแผงค้าต้นไม้ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ความรู้ ความเชื่อมั่น ทักษะคติ และความเชื่อมั่น โดยรวม

ภาพรวม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านความรู้	3.51	0.60	มาก
2. ด้านความเข้าใจ	3.42	0.64	มาก
3. ด้านทัศนคติ	3.38	0.60	ปานกลาง
4. ด้านความเชื่อมั่น	3.47	0.58	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความรู้ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51) ความเชื่อมั่น (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) ความเข้าใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42) อยู่ในระดับมาก และ ทักษะคติ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรในภาพรวม

การมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ด้านการวางแผน	3.39	0.73	ปานกลาง
2. ด้านการตัดสินใจ	3.19	0.67	ปานกลาง
3. ด้านการดำเนินงาน	3.40	0.60	ปานกลาง
4. ด้านการรับผลประโยชน์	3.53	0.64	มาก
5. ด้านการประเมินผล	3.44	0.61	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.39	0.39	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่

ด้านผลประโยชน์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53) ด้านประเมินผล (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการปฏิบัติ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) ด้านการวางแผน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39) และด้านการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามเพศ

การมีส่วนร่วม	ชาย = 187		หญิง = 198		t	Sig
	$\bar{X}$	SD.	$\bar{X}$	SD.		
1. ด้านการวางแผน	3.29	0.65	3.47	0.66	2.428	0.016*
2. ด้านการตัดสินใจ	3.21	0.66	3.18	0.68	0.437	0.662
3. ด้านการดำเนินการ	3.53	0.68	3.54	0.61	0.168	0.867
4. ด้านการรับผลประโยชน์	3.42	0.60	3.39	0.61	0.475	0.635
5. ด้านการประเมินผล	3.43	0.61	3.44	0.61	0.181	0.857
ค่าเฉลี่ยรวม	3.38	0.40	3.41	0.39	0.704	0.482

จากตารางที่ 3 ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศหญิงมีส่วนร่วม ด้านการวางแผนมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามอายุ

การมีส่วนร่วม	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	Between Group	5.821	3	1.940	3.740	0.11*
	Within Group	197.664	381	0.519		
	Total	203.484	384			
ด้านการตัดสินใจ	Between Group	2.952	3	0.984	2.219	0.085
	Within Group	168.916	381	0.443		
	Total	171.867	384			
ด้านการดำเนินการ	Between Group	0.309	3	0.103	0.281	0.839
	Within Group	140.007	381	0.367		
	Total	140.316	384			
ด้านการรับผลประโยชน์	Between Group	6.375	3	2.125	5.336	0.001*
	Within Group	151.749	381	0.398		
	Total	158.124	384			
ด้านการประเมินผล	Between Group	2.020	3	0.673	1.810	0.145
	Within Group	141.755	381	0.372		
	Total	143.776	384			

ภาพรวม	Between Group	2.412	3	0.804	5.340	0.001*
	Within Group	57.354	381	0.151		
	Total	59.766	384			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน และด้านผลประโยชน์ มีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 5 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามระดับการศึกษา

การมีส่วนร่วม	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	Between Group	0.885	2	0.443	0.835	0.435
	Within Group	202.599	382	0.530		
	Total	203.484	384			
ด้านการตัดสินใจ	Between Group	1.309	2	0.655	1.466	0.232
	Within Group	170.558	382	0.446		
	Total	171.867	384			
ด้านการดำเนินการ	Between Group	1.472	2	0.736	1.795	0.167
	Within Group	156.652	382	0.410		
	Total	158.124	384			
ด้านการรับผลประโยชน์	Between Group	0.276	2	0.138	0.377	0.686
	Within Group	140.040	382	0.367		
	Total	140.316	384			
ด้านการประเมินผล	Between Group	1.208	2	0.604	1.618	0.200
	Within Group	142.568	382	0.373		
	Total	143.776	384			
ภาพรวม	Between Group	0.371	2	0.186	1.194	0.304
	Within Group	59.395	382	0.155		
	Total	59.766	384			

จากตารางที่ 5 ผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การมีส่วนร่วม	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	Between Group	2.227	3	0.709	1.341	0.261
	Within Group	201.357	381	0.528		
	Total	203.484	384			
ด้านการตัดสินใจ	Between Group	1.773	3	0.591	1.324	0.266
	Within Group	170.095	381	0.446		
	Total	171.867	384			
ด้านการดำเนินการ	Between Group	2.358	3	0.786	1.922	0.125
	Within Group	155.767	381	0.409		
	Total	158.124	384			
ด้านการรับผลประโยชน์	Between Group	0.155	3	0.052	0.141	0.936
	Within Group	140.161	381	0.368		
	Total	140.316	384			
ด้านการประเมินผล	Between Group	0.950	3	0.317	0.845	0.470
	Within Group	142.825	381	0.375		
	Total	143.776	384			
ภาพรวม	Between Group	1.085	3	0.362	2.349	0.072
	Within Group	58.680	381	0.154		
	Total	59.766	384			

จากตารางที่ 6 ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 7 การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการจำแนกตามประเภทร้านค้า

การมีส่วนร่วม	ค่าความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการวางแผน	Between Group	13.413	2	6.706	13.478	0.000*
	Within Group	190.072	382	0.498		
	Total	203.484	384			
ด้านการตัดสินใจ	Between Group	6.136	2	3.068	7.072	0.001*
	Within Group	165.731	382	0.434		
	Total	171.867	384			
ด้านการดำเนินการ	Between Group	0.686	2	0.343	0.938	0.392
	Within Group	139.630	382	0.366		
	Total	140.316	384			
ด้านการรับผลประโยชน์	Between Group	3.288	2	1.644	4.056	0.018*
	Within Group	154.836	382	0.405		
	Total	158.124	384			
ด้านการประเมินผล	Between Group	6.731	2	3.366	9.381	0.000*
	Within Group	137.044	382	0.359		
	Total	143.776	384			
ภาพรวม	Between Group	4.739	2	2.370	16.450	0.000*
	Within Group	55.027	382	0.144		
	Total	59.766	384			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 ผู้ประกอบการที่มีประเภทร้านค้าต่างกัน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการตัดสินใจ ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล มีความแตกต่างกัน ส่วนด้านการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร

ตัวแปร	Unstandardized (b)	SE	Standardized (β)	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.220	0.144		8.459	0.000
ความรู้	0.086	0.028	0.130	3.018*	0.003
ความเข้าใจ	0.155	0.026	0.251	5.893*	0.000
ทัศนคติ	0.200	0.027	0.307	7.500*	0.000
ความเชื่อมั่น	0.191	0.030	0.281	6.384*	0.000
R = 0.620		Adjusted R ² = 0.378			
R ² = 0.385		SE = 0.311			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 8 พบว่า ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติ และความเชื่อมั่น มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร และสามารถทำนายการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรได้ร้อยละ 37.80

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ผู้ศึกษาได้นำประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลงานดังนี้

ระดับความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และความเชื่อมั่น

ความรู้ ความเชื่อมั่น ความเข้าใจ อยู่ในระดับมาก และ ทัศนคติ อยู่ในระดับปานกลาง ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงการโอนย้ายการค้ากับตลาดนัดจตุจักรจากรถไฟไปเป็นความรับผิดชอบของกรุงเทพมหานคร จึงส่งผลทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความเชื่อมั่น และมีทัศนคติต่อการบริหารงานของกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริหารจัดการเท่าที่ควรนัก ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของกุล ศรีปัจฉิม (2557) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก ในด้าน ความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และความเชื่อมั่น

การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร

การมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลประโยชน์ ด้านประเมินผล ในระดับ

ปานกลาง ได้แก่ ด้านการปฏิบัติ ด้านการวางแผน และด้านการตัดสินใจ ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจาก ตลาดนัดจตุจักรพึ่งได้รับการโอนย้ายความรับผิดชอบการบริหารงานจากการรถไฟ เป็นกรุงเทพมหานคร ซึ่งการบริหารงานของกรุงเทพมหานครยังไม่ให้การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าไปมีส่วนร่วมเท่าที่ควร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนฤชิต ชูช่วย (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของเทศบาลตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานของเทศบาลตำบลยางตลาด อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ มีระดับการมีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงลำดับจากน้อยไปมาก คือ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้ประกอบการที่มีอายุ และประเภทร้านต่างกัน มีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่แตกต่างกัน ส่วน เพศ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการไม่แตกต่างกันที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากผู้ประกอบการที่มีอายุน้อย ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่อาจจะเห็นความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร เพื่อให้การบริหารตลาดเกิดความคล่องตัว อีกทั้งเกิดประสิทธิภาพในการบริหารงาน ผู้ประกอบการได้รับประโยชน์สูงสุดจึงเห็นความสำคัญมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุมาก ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อนุกุล ศรีปัจฉิม (2557) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ผลการศึกษพบว่า ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานองค์การบริหารส่วนตำบลโพธิ์ชัย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่มี อายุ แตกต่างกัน

ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และความเชื่อมั่น มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ที่เป็นเช่นนี้อาจจะเนื่องจากปัจจัยเหล่านี้เช่นทักษะคิด เป็นสิ่งแรกๆที่ผู้ประกอบการรู้สึก นึกคิด ออกดี ต่อการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร ซึ่งผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วีระชัย เสงฎีกุล (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง จังหวัดแพร่ ผลการศึกษพบว่า ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และทักษะคิด ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง จังหวัดแพร่

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมประชุม และเผยแพร่ปัญหาการบริหารตลาดนัดจตุจักรแก่ผู้ประกอบการให้รับทราบร่วมกัน เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน
2. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมให้มีคัดเลือกคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรเพื่อเป็นตัวแทนฝั่งผู้ประกอบการเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารงานตลาดนัดจตุจักรให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการการจัดการขยะมูลฝอยในตลาดนัดจตุจักร เป็นต้น
4. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้ดำเนินการค้าภายใต้มาตรฐานกฎระเบียบของตลาด มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ

5. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมความคิดเห็นต่อคณะผู้บริหารเกี่ยวกับการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ เช่น การดูแลรักษาความสะอาด การจัดการขยะมูลฝอย เป็นต้น

6. ผู้บริหารตลาดนัดจตุจักรควรส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ และมีปรับเปลี่ยนทัศนคติ และสร้างความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักร เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้ามามีการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดนัดจตุจักรให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- วีระชัย เฮงภูกุล. (2557). ความรู้ความเข้าใจและปัจจัยที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลห้วยอ้อ อำเภอลอง จังหวัดแพร่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์).
- ศักดิ์ไทย สุรภิชา. (2555). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ ฯ: สุวีริยาสาส์น.
- เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์. (2557). *ประมวลสาระชุดสัมมนาปัญหาและแนวโน้มทางการบริหารการศึกษา : หน่วยที่ 7 ปัญหาและแนวโน้มเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารการศึกษา*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- Altman & Taylor. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinechart and Winstion.
- Bloom Benjamin S.J. (1975). *Taxonomy of Education Objective Hand Book1: Cognitive Domain*. New York: David Mokey Company, Inc.
- Cohen, J. & Rural Uphoff. (1980). *Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation* Rural Development Center. Dissertation Abstracts International.
- Hornby, A.S. (2001). *Oxford Advanced Learner's Dictionary*. (6th ed). Oxford: Oxford University Press.
- Gibson. J.M.E. (1998). Using The Delphi Technique to identify the content and context of nurses' continuing professional development needs. *Journal of clinical Nursing*, Sep;7(5), 451-9. doi: 10.1046/j.1365-2702.1998.00175.x. PMID: 9855997.
- Newstrom, John W., & Davis, Keith. (2002) *Organizational Behavior: Human Behavior at work* (11th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Rotter. (1967). *The Development and Application of Social Learning Theory*. New York: Pracger.
- Thurstone, L.L. (1967). *Reading in Attitude Theory and Measurement*. New York: John Wiley and Sons.
- White. (1982). *Community Participation*. New York: Children s Fund.