



ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม
อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม



ณัฐกร ชินบุตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบได้พิจารณาการค้นคว้าอิสระของ นางสาวณัฐกร ชินบุตร แล้ว
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชารัฐศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

..... (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมสงวน ปัสสาโก)	ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ (ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย)
..... (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษิต บุญทองเถิง)	กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ (ผู้ทรงคุณวุฒิ)
..... (อาจารย์ศรีพงษ์ ทองจันทร์)	กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

..... (รองศาสตราจารย์ ดร.ยุภาพร ยุภาศ) คณบดีคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สนิท ดีเมืองซ้าย) คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....
---	---

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 0.31) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.14$, S.D. = 0.49) ตามลำดับ

2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า ประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่แตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ความถี่มากที่สุด คือ ด้านการจัดการจราจร (ความถี่ 50) รองลงมา ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (ความถี่ 40) ด้านการจัดวางแผนสินค้า (ความถี่ 35) ด้านทำเลที่ตั้ง (ความถี่ 30) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า (ความถี่ 25) ด้านราคาสินค้า (ความถี่ 20) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ (ความถี่ 15) และด้านการประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 6) ตามลำดับ



TITLE : The Satisfaction of People with the Services for Morning Markets in
Maha Sarakham Municipality, Meaung District, Maha Sarakham
Province.

AUTHOR : Natakorn chinaboot **DEGREE :** M.Pol.Sc. (Political Science)

ADVISORS : Siripong Thongjan

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY, 2016

ABSTRACT

The objectives of the research were to find the satisfaction of people with the services for morning markets in Maha Sarakham municipality, Meaung district, Mahaarakham province, to compare the satisfaction of the customers with the services regarding gender, age, educational background, occupation and income, and to identify needs of the customers for the services of the morning markets. The samples were 369 customers of the morning market in Maha Sarakham municipality, Meaung District, Maha Sarakham Province. The instrument was a five-point-rating questionnaire with a .96 reliability index. The statistics used were frequency, mean, standard deviation and the t-test (Independent Sample).

The results are as follow:

1. The overall satisfaction of the customers with the services for the morning markets in Maha Sarakham municipality was at a moderate level ($\bar{X} = 2.80$, S.D. = 0.25). One high-rated item of the services was public relations ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.51). Four moderate rated items of the services were security ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.81), price ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.61), variety of products ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.49) and location ($\bar{X} = 2.40$, S.D. = 0.49). Three low rated items of the services were stalls management ($\bar{X} = 2.37$, S.D. = 0.41), environmental management ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 0.31) and traffic management ($\bar{X} = 2.14$, S.D. = 0.49) respectively.

2. The overall satisfaction of the customers with the services for the morning markets in Maha Sarakham municipality regarding the different genders, ages, educational backgrounds, occupations and incomes was not significantly different.

3. Regarding the frequency of needs, the most frequent needs for the service management were traffic (f= 50), environment (f=40)' stall (f = 35), location (f = 30), variety of goods (f = 25), price (f = 20, security (f = 15 and public relations (f = 6) respectively.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเพราะผู้ศึกษาได้รับความกรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ศิริพงษ์ ทองจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษา และคณาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชารัฐศาสตร์ทุกท่าน ที่ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาให้คำชี้แนะแนวทาง ตลอดจนข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้การศึกษาค้นคว้าฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมสงวน ปัสสาโก ประธานกรรมการสอบ การค้นคว้าอิสระ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษิต บุญทองเถิง กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้คำแนะนำ ให้ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะจนการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ นางสาวร่มไทร ดอนแก้วบัว ตำแหน่งนิติกร 5 สังกัดเทศบาล เมืองมหาสารคาม นางเบญจวรรณ ศรีสุธรรม ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป 8 และนายวีระศักดิ์ ดอนละคร ตำแหน่งผู้อำนวยการ โรงเรียนเทศบาลบ้านค้อ เทศบาลเมืองมหาสารคาม ได้กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล และข้อแนะนำในการศึกษา

ขอขอบพระคุณประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

ณัฐกร ชินบุตร

สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญตารางภาคผนวก	ฎ
สารบัญแผนภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามในการศึกษา	3
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	16
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดสด	24
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	39
ข้อมูลทั่วไปของตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม	53
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	58
กรอบแนวคิดในการศึกษา	62

หัวเรื่อง	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	63
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	63
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	64
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	66
การวิเคราะห์ข้อมูล	67
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	68
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	71
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	71
ลำดับขั้นในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	71
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	72
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	99
สรุปผลการวิจัย	99
อภิปรายผล	100
ข้อเสนอแนะ	105
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการศึกษา	112
ภาคผนวก ข ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม	120
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	124
ประวัติผู้วิจัย	130

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 72
2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน 74
3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านทำเลที่ตั้ง 75
4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า 76
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดการจราจร 76
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการประชาสัมพันธ์ 77
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคาสินค้า 78
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดวางแผงสินค้า 78

ตารางที่	หน้า
9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	79
10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อม	80
11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ	81
12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ	83
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา	86
14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ	89
15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้	92
16 จำนวนความถี่ ความต้องการของผู้ใช้บริการตลาดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	94

สารบัญตารางภาคผนวก

ตารางที่		หน้า
1	ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม	121
2	ค่าอำนาจจำแนก และความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	123



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่

หน้า

1	กรอบแนวคิดในการศึกษา	62
---	----------------------------	----



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกสินค้าอาหารกว่า 4 แสนล้านบาท และด้วยความพร้อมและศักยภาพในด้านต่าง ๆ ทั้งความได้เปรียบในด้านวัตถุดิบ แรงงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ไทยจัดได้ว่าเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารรายสำคัญของโลก รัฐบาลไทย จึงมีนโยบายที่จะผลักดันให้ไทยเป็นครัวของโลก กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดยุทธศาสตร์เมืองไทยแข็งแรง และนโยบายที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การทำให้อาหารปลอดภัย มีระบบการควบคุมคุณภาพ มีความปลอดภัยของอาหารที่ผลิตในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อาหาร ตั้งแต่ วัตถุดิบ การเก็บรักษา การแปรรูป การปรุงประกอบอาหาร การขนส่ง การจำหน่าย จนถึงผู้บริโภค นำไปสู่การมีสุขภาพดีของคนในประเทศและมีคุณภาพอาหารเป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานในระดับนานาชาติ ตลาดเป็นศูนย์กลางการซื้อขายของชุมชนมานับตั้งแต่อดีต และมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชนในหลาย ๆ ด้าน มีประชาชนมากมายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะตลาดสด ซึ่งเป็นศูนย์รวมสินค้าอุปโภคบริโภคคนานาชนิด จากหลากหลายแหล่งผลิต ซึ่งอาจมีสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ จากการจำหน่ายสินค้าที่เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหารในชีวิตประจำวันให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารสำเร็จรูป ร้านอาหาร ภัตตาคาร โรงแรมและองค์กรต่าง ๆ ทำให้ประชาชนผู้นิยมบริโภคอาหารนอกบ้านมีโอกาสเสี่ยงภัยมากยิ่งขึ้น จากสภาพดังกล่าว ทำให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของผู้เข้าไปใช้บริการ ทำให้ได้รับอาหารที่มีสารปนเปื้อนหรือเชื้อโรค ซึ่งอาจก่อให้เกิดโรคและผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม เช่น เกิดความรำคาญจากกลิ่นเหม็น เสียงดัง ควั่น หรือสัตว์และแมลงพาหะนำโรค ปัจจุบันนโยบายของรัฐบาลมุ่งเน้นการสร้างสุขภาพ เน้นมาตรการอาหารปลอดภัย และได้ริเริ่มโครงการ “ตลาดสด น่าซื้อ” ตั้งแต่ปี 2545 โดยเน้นให้สถานที่จำหน่ายอาหารต้องสะอาดตามหลักสุขาภิบาล มีความปลอดภัยจากสารเคมีปนเปื้อนอาหาร และมีการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างจริงจัง โดยกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีทางเลือกซื้ออาหารและสินค้าในตลาดสดที่มีการควบคุมดูแล ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของ

อาหาร เพื่อพัฒนาตลาดสดให้เป็นสถานที่จำหน่ายอาหารที่สะอาดและปลอดภัย ใ้ใจผู้บริโภค โดยดำเนินการพัฒนาตลาดสดด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยของอาหารและการคุ้มครองผู้บริโภค (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี. 2552 : 34)

การปกครองส่วนท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 กำหนดอำนาจหน้าที่ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 เทศบาลจึงมีหน้าที่ที่จะต้องทำให้ประชาชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่ที่มีความเป็นอยู่ดี มีสภาพแวดล้อม การคมนาคม การรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในชุมชน ด้านสาธารณสุข โภค และสาธารณสุขการ ที่เพียงพอกับประชาชนในเขตเทศบาลให้ได้รับความสะดวก เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นท้องถิ่นที่อยู่อาศัยที่มีความเจริญ มีจำนวนประชากรมาก ตลาดสดเทศบาลจึงเป็นจุดศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าของประชาชนทั่วไปทั้งจากต่างอำเภอและต่างจังหวัดและรวมทั้งประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ก่อตั้งมาเป็นเวลานานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2408 เทศบาลได้มีการปรับปรุงก่อสร้างโครงสร้างอาคารหลังคา และพื้นตลาดปัจจุบันมีการปรับปรุงแทนปูนสำหรับจำหน่ายสินค้า ยกระดับแผงลอยและห้องเช่ารอบตลาด ตลาดสดของทางราชการที่อยู่ในความรับผิดชอบของเทศบาล ประเภทที่ 1 จำนวน 1 แห่ง (พระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535) ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามมีความสำคัญกับประชาชนชาวจังหวัดมหาสารคาม เพราะเป็นสถานที่ที่จะต้องทำการค้าขายหารายได้ไปเลี้ยงครอบครัวและอีกด้านหนึ่ง ก็จะเป็นสถานที่ที่ประชาชนเองจะต้องทำการจับจ่ายใช้สอยในการหาอาหารไปรับประทานในแต่ละวัน จากข้อมูลฝ่ายจัดเก็บรายได้ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามมีผู้ประกอบการประจำที่ขายอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารในตลาดสด จำนวน 368 ราย ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความหลากหลายของสินค้าที่แตกต่างกันไป เมื่อมีผู้ประกอบการจำนวนมาก พฤติกรรมของแต่ละคนก็หวังที่จะมุ่งกำไรทำให้บางครั้งผู้ประกอบการมีพฤติกรรมการขายสินค้าที่ไม่ถูกต้อง วางสินค้าไม่เป็นระเบียบ ไม่ถูกสุขลักษณะ ไม่ได้ทำความสะอาด ในส่วนของสถานที่มีน้ำขังบนพื้นตลาด ร่องระบายน้ำเสีย มีสัตว์และแมลงพาหะนำโรคมารออาศัยอยู่ ตัวอาคารมีสภาพไม่สะอาดเรียบร้อย ห้องน้ำสกปรกมีกลิ่นเหม็น สภาพปัญหาตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อยู่ใน ซึ่งไม่ได้มาตรฐานตาม “โครงการตลาดสดน่าซื้อ” จากการสำรวจข้อมูลสาธารณสุขเขตขอนแก่น พ.ศ. 2550 (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2546 : 3) เทศบาลเมืองมหาสารคาม จะต้องมีการดำเนินการกระตุ้นมาตรการในการควบคุมกำกับและตรวจสอบดูแลสถานที่ปรับปรุงผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารให้มีความเข้มงวดกวดขันเพิ่มขึ้น เพื่อให้ตลาดสดเทศบาลเมือง

มหาสารคามสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาได้อย่างครอบคลุมและ เพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคที่ใช้บริการจากร้านจำหน่ายสินค้าอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารให้ได้รับประทานอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะและปลอดภัย โดยคณะผู้บริหารเทศบาลเมืองมหาสารคามชุดปัจจุบันได้กำหนดไว้เป็นนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่นในการพัฒนาตลาดสดให้เป็นตลาดสดน่าซื้อได้มาตรฐาน สะอาด สะดวก ทำเลที่ตั้ง ความหลากหลายของประเภทสินค้า (กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองมหาสารคาม, 2552 : 7) ดังนั้นประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลได้รับผลกระทบโดยตรงจากการรับบริการจากผู้ประกอบการ และบริการของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น กระทรวงสาธารณสุขและหลายหน่วยงานมีส่วนในการรับผิดชอบดูแลตลาดสดให้ถูกสุขลักษณะสะอาด ปลอดภัย ตามหลักสุขภาพมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสด

ในการศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาล เมืองมหาสารคาม ทั้งด้านทำเล ที่ตั้ง ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ด้านการจัดการจราจร ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านราคาสินค้า ด้านการจัดวางแผงสินค้า ด้านการรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่เทศกิจ ด้านสุขภาพสิ่งแวดล้อมว่ามีอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ท้องถิ่น เทศบาลเมืองมหาสารคามนำไปแนวทางปรับปรุงตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ต่อไป

คำถามในการศึกษา

1. ความพึงพอใจประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามตามมาตรฐานตลาดสดน่าซื้ออยู่ในระดับใด
2. ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามตามมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อต่างกันหรือไม่
3. ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน
2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้
3. เพื่อศึกษาความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ขอบเขตของการศึกษา

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ช่วงระหว่างเดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2553

2.2 กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ช่วงระหว่าง เดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2553 จำนวน 369 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ กรณีที่ไม่ทราบค่าพารามิเตอร์ ไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2553 : 40)

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้ศึกษาใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่ เดือนเมษายน 2553 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ผู้ศึกษามุ่งที่จะศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม โดยศึกษาประเด็นหลัก 8 ด้าน ดังนี้ (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2546 : 34)

- 4.1 ด้านทำเลที่ตั้ง
- 4.2 ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า
- 4.3 ด้านการจัดการจราจร
- 4.4 ด้านการประชาสัมพันธ์
- 4.5 ด้านราคาสินค้า
- 4.6 ด้านการจัดวางแผงสินค้า
- 4.7 ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ
- 4.8 ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ หมายถึง ทศนคติ ความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อการใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามในด้านทำเลที่ตั้งของตลาดสด ความหลากหลายของประเภทสินค้า การจัดการจราจรในพื้นที่บริเวณโดยรอบตลาดสด การประชาสัมพันธ์ราคาโดยทั่วไปของสินค้าที่วางจำหน่ายในตลาดสด การจัดวางแผงขายสินค้า การรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ และด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ประกอบการที่ค้าขายประจำที่ทำสัญญากับเทศบาลเมืองมหาสารคาม ทุกประเภทสินค้า และคณะกรรมการตัวแทนผู้ประกอบการ

ประชากร หมายถึง ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการตลาดสดเขตเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

การพัฒนาตลาดสด หมายถึง การพัฒนาโครงสร้างความสะดวกเป็นระเบียบ ระบบสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม การรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมของชมรมผู้ประกอบการค้าในตลาดสดเทศบาลเมืองจังหวัดมหาสารคาม การดูแลสารเคมีปนเปื้อนในอาหาร และการควบคุมดูแลตลาดอย่างสม่ำเสมอ

ทำเล ที่ตั้ง หมายถึง ความเหมาะสมของสถานที่จัดตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามที่ประกอบด้วย สถานที่ตั้งมีความกว้างเพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อผู้ขาย และมีความเหมาะสมในการขนถ่ายสินค้าบริการ

ความหลากหลายของประเภทสินค้า หมายถึง สินค้าที่ผู้ประกอบการได้นำมาจำหน่ายให้กับผู้รับบริการสามารถเลือกใช้บริการได้ตามที่ต้องการ ได้แก่ อาหารประเภท ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์มีความสด สะอาดมีหลายชนิด อาหารประเภทปิ้งย่าง ทอด ปิ้งสุกใหม่ ๆ สินค้า

ประเภทสำเร็จรูปมีความทันสมัย สินค้าแต่ละชนิดราคาไม่แพงมีความเหมาะสม และสามารถ
เลือกใช้บริการสินค้าประเภทเนื้อสัตว์ ปลาสด กุ้งสดได้ตามใจชอบ

การจัดการจราจร หมายถึง การจัดการจราจรบริเวณหน้าสถานีตำรวจ และบริเวณ
ลานจอดรถรอบ ๆ ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ความเหมาะสมของสถานที่ที่จัดให้จอด
รถบริเวณริมฟุตบาท มีความเพียงพอในการจัดที่สำหรับจอดรถ และมีความพอใจในการอำนวยความสะดวก
ความสะดวกในใช้จ่ายสินค้า

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ตลาดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ได้มีการประชาสัมพันธ์
ข่าวสารต่าง ๆ ให้ผู้ขายของในตลาดและผู้ใช้บริการของเจ้าพนักงานสาธารณสุข เจ้าพนักงาน
ท้องถิ่น ที่มีความต่อเนื่อง มีการให้คำแนะนำการเผยแพร่ข่าวสารอาหารปลอดภัย แผ่นพับ คู่มือ
สุขภาพตลาดสด และการเผยแพร่ข่าวสารที่เกี่ยวกับ โรคอันตรายที่เกิดจากตลาดไม่ถูก
สุขลักษณะ

ราคาสินค้า หมายถึง ผู้ประกอบการได้แสดงให้ผู้ใช้บริการได้มีความเข้าใจกับสินค้า
ดังนี้ มีความชัดเจน ราคาสินค้าเป็นธรรมกับผู้ให้บริการ เหมาะสมกับสินค้า และมีป้ายบอก
ราคาสินค้าที่เปิดเผยให้ได้เห็นเด่นชัด

การจัดวางแผงสินค้า หมายถึง ผู้ประกอบการได้มีการจัดวางแผงสินค้าออกเป็นส่วน ๆ
ได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การจัดแผงสินค้าที่สะอาด แผงสินค้าแยกออกแต่ละประเภทอย่างชัดเจน
มีการจัดแยกแผงสินค้าที่เป็นอาหารสด อาหารสำเร็จรูป อาหารประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป และ
อาหารประเภทของใช้ประจำวัน มีการจัดแผงสินค้าที่เป็นระเบียบ และมีความสะดวกในการใช้
บริการ

การรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ หมายถึง การรักษาความปลอดภัยของ
เจ้าหน้าที่เทศกิจ ให้แก่ประชาชนที่มาใช้บริการ และการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เทศกิจอำนวยความสะดวก
ความสะดวกกับผู้มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม หมายถึง ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม
มีการบริหารจัดการกับสภาพสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย การกำจัดขยะมูลฝอย การตรวจสอบ
บำรุงรักษาไฟฟ้า ประปา และสภาพทั่วไปของตลาดสดเทศบาลเมือง ทั้งห้องน้ำห้องส้วม
ระบบการกำจัดน้ำเสียและการล้างทำความสะอาดภายในตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม
ที่มีความเป็นมาตรฐาน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

1. ทราบถึงระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการบริการตลาดสดเทศบาลให้มีประสิทธิภาพ
2. ทราบถึงผลการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม เพื่อเป็นแนวทางในบริการอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน
3. ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม เพื่อนำไปพัฒนาให้การบริการอย่างมีประสิทธิภาพ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่ง เป็นประเด็น ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดสด
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
5. ข้อมูลทั่วไปของตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดในการศึกษา

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้น จะนำไปด้วยความสมัครใจที่จะใช้บริการโดยไม่มีผู้ใดที่จะมาบังคับ ความพึงพอใจนั้นเป็นไปด้วยความอิสระสามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง

1. ความหมายความพึงพอใจ

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ ดังนี้

ปรากรม วุฒิพงษ์ (2540 : 30) กล่าวว่า ให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็น วัตถุประสงค์ของการบริการที่มีคุณภาพ แต่เป็นการวัดความรู้สึกของผู้ใช้บริการ มีการศึกษา อย่างมีระบบ เพื่อปรับปรุงระบบการบริการและสิ่งแวดล้อมให้เป็นที่ประทับใจ แต่ความพึงพอใจอีกประการหนึ่งคือ คุณภาพการรักษาที่จำเป็นต้องเร่งพัฒนาให้ดีและให้มีประสิทธิภาพ

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540 : 22) กล่าวว่า เป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้น เนื่องจากการประเมิน ประสบการณ์ สิ่งที่เขาหายไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและไม่พอใจได้

กิตติมา ปรีดีติลล (2529 : 321) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงาน และผู้ปฏิบัติงานนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการของเขาได้

พินิจ ศรีประเสริฐภาพ (2542 : 4) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

สิทธิชัย จริยวิทยานนท์ (2543 : 5) กล่าวว่า iva ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตใจที่ปราศจากความตึงเครียด ทั้งนี้ เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความตึงเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

ชมานันท์ เพ็ชร์โปรี (2541 : 20) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติ ซึ่งเป็นผลของดุลยภาพรบบของความรู้สึกพอใจและไม่พอใจที่ผ่านมาจากผู้ปฏิบัติงานต่องานที่ทำ ทศนคตินี้จะแสดงให้เห็นว่าเขามีความพอใจหรือไม่พอใจ โดยการประเมินคุณที่งานและผู้ปฏิบัติงานซึ่งผลนี้ย่อมขึ้นอยู่กับความสำเร็จหรือล้มเหลวในการทำงานตามที่มุ่งหวังไว้และยังขึ้นอยู่กับความร่วมมือช่วยเหลือกันในการทำงานให้บรรลุผลทั้งงานและผู้ปฏิบัติงาน

กาญจนา อรุณสุขรุจิ (2546 : 5) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของมนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน และต้องมีสิ่งเร้าที่ตรงต่อความต้องการของบุคคล จึงจะทำให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ ดังนั้นการสร้างสิ่งเร้าจึงเป็นแรงจูงใจของบุคคลนั้นให้เกิดความพึงพอใจในงานนั้น

ชัยวัฒน์ เทพสาร (2544 : 15) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทศนคติซึ่งเป็นผลรวมของความรู้สึก ความเข้าใจ อารมณ์และพฤติกรรมที่บุคคลได้รับการแสดงออกมาในเชิงของการประเมินค่าต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในลักษณะที่เป็นเชิงบวกว่า มีความสุขหรือไม่มีความเครียด เมื่อได้รับสิ่งที่ตรงกับความคาดหวังตรงตามจุดมุ่งหมายความต้องการหรือตามแรงจูงใจของตน

จากความหมายของความพึงพอใจที่มีผู้ให้ความหมายไว้ข้างต้น พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด หรือเจตคติของบุคคลที่มีต่อการทำงานหรือการปฏิบัติกิจกรรมในเชิงบวก ดังนั้น ความพึงพอใจในการเรียนรู้จึง หมายถึง ความรู้สึกพอใจ ชอบใจในการร่วมปฏิบัติกิจกรรมการเรียนการสอน และต้องการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ จนบรรลุผลสำเร็จ

2. รูปแบบของการวัดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจต่อการบริการจะเกิดขึ้นได้หรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่าง ๆ ในแต่ละบุคคล การวัดความพึงพอใจต่อการบริการกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้ (คุณทลี เวชสาร, 2546 : 82)

2.1 การใช้แบบสอบถาม เป็นที่นิยมใช้กันแพร่หลาย โดยการขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัดแสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามอาจถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการใช้บริการ เวลาในการให้บริการ พนักงานที่ให้บริการ

2.2 การสัมภาษณ์ เป็นวิธีวัดความพึงพอใจทางตรง ที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่เป็นจริง เป็นวิธีหนึ่งที่น่าสนใจมากในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ปัญหาที่เหมาะสมกับการสัมภาษณ์ส่วนตัว คือ ปัญหาที่ต้องการรายละเอียดของคำตอบหรือการแสดงความคิดเห็นของผู้ตอบ ในกรณีที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์ส่วนตัว ผู้สัมภาษณ์ต้องผ่านการคัดเลือกและได้รับการฝึกหัดมาก่อนเป็นอย่างดี ทั้งนี้ เพราะเป็นการเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ถามกับผู้ตอบ ในกรณีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ยังมีความสงสัยหรือในกรณีคำตอบที่ได้รับไม่ชัดเจน ผู้สัมภาษณ์ก็สามารถซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์ได้จนได้รับความกระจ่าง ส่วนความร่วมมือในการสัมภาษณ์นั้น ขึ้นอยู่กับการออกแบบการวิจัยและการวางแผนล่วงหน้า

2.3 การสังเกต ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยวิธีสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรับบริการ และหลังจากรับบริการ เช่น สังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า ความถี่ของการมาขอรับบริการ การสังเกตจากพฤติกรรมของบุคคล หรือกลุ่มเป้าหมาย เป็นวิธีที่ทำได้ยากหรือกระทำได้ แต่ผลลัพธ์ยังไม่อาจมั่นใจได้ว่าจะแม่นยำตรงกับข้อเท็จจริง เพราะการแสดงออกของบุคคลนั้น อาจไม่สะท้อนความรู้สึกที่แท้จริงได้ ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน

2.4 การทดลอง การวัดความพึงพอใจด้วยการทดลอง โดยเลือกผู้ที่จะทดลองแล้วปรับให้อยู่ตามสภาพที่ต้องการ ซึ่งเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์มากที่สุด นิยมใช้กันมากในการวิจัยการตลาด นักวิจัยมีความต้องการที่จะอธิบายสาเหตุของการเกิดเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง และหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมากกว่า 1 ตัวขึ้นไป โดยที่ตัวแปรตัวหนึ่งถูกคาดหมายหรือได้รับการสันนิษฐานว่าเป็นสาเหตุของการเกิดตัวแปรอีกตัวหนึ่งซึ่งเรียกว่าตัวแปรต้นหรือตัวแปรตาม ส่วนตัวแปรที่ถูกสันนิษฐานว่าเป็นสาเหตุนั้นเรียกว่า ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ โดยอาจจะทำการทดลองในห้องทดลองหรือทำการวิจัยในสถานการณ์จริง

2.5 การศึกษาเฉพาะราย เป็นวิธีที่ต้องใช้ระยะเวลาหนึ่ง ๆ เฉพาะบุคคลหรือกลุ่มหนึ่ง มีความสำคัญในการวัดระดับความพึงพอใจของบุคคลหรือกลุ่ม ๆ หนึ่ง ต้องใช้การแปลความเป็นวิธีที่ผู้ถูกถามไม่ตระหนักถึงวัตถุประสงค์ของผู้ทำการวิจัย ไม่ระแวงสงสัยหรือรู้สึกหวั่นเกรงที่จะตอบคำถามหรือแสดงความรู้สึกรู้สึกนึกคิด และไม่ถูกจำกัดในการตอบทั้งในด้านเวลาและขอบเขตของเนื้อหา สามารถวัดความรู้สึกได้ชัดเจนและถูกต้อง แต่มีข้อจำกัดอยู่ว่าผู้วิจัยต้องมีความสามารถ มีความชำนาญทางจิตวิทยาอย่างลึกซึ้งและต้องใช้เวลามาก จึงเหมาะสำหรับใช้กับคนจำนวนน้อย

สรุปได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการบริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้ การวัดความพึงพอใจมีขอบเขตที่จำกัด อาจมีความคลาดเคลื่อนได้ถ้าบุคคลแสดงความคิดเห็นไม่ตรงกับความรู้สึกที่จริง ซึ่งความคลาดเคลื่อนเหล่านี้ย่อมเกิดขึ้นได้ในการวัดโดยทั่ว ๆ ไป

3. ขอบข่ายของความพึงพอใจ

โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักจะนิยมศึกษากันในสองมิติ มิติแรก ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติที่สองของความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งสามารถขยายความได้ดังนี้ (สุนทร ศรีมาเสริม และสมชัย โสรจจะ. 2517)

3.1 การศึกษาความพึงพอใจในงาน ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยบุคคลผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกการทำงาน ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้ความพึงพอใจในงานแตกต่างกันไป เช่น ลักษณะของงานที่ทำ ความก้าวหน้า การบังคับบัญชาเพื่อนร่วมงาน สวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูล

3.2 การศึกษาความพึงพอใจในการรับบริการ ซึ่งเน้นการประเมินค่า โดยลูกค้าหรือผู้บริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือชุดของบริการที่กำหนดขึ้น ซึ่งเป้าหมายของการศึกษาทั้งสองมิตินี้เป็นไปเพื่อค้นคว้าข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจและค้นหาสาเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้น กลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันและต่อชุดของสิ่งเร้าที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งเห็นได้ว่าแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออกจากขอบข่ายของความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องหนึ่งในเชิงประเมินค่า ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวคิดนี้เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

4. ลักษณะของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีลักษณะทั่วไป ดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2539 : 24-25)

4.1 ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม การตอบสนอง ความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การรับรู้ เรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบสนองแตกต่างกันไป ในสถานการณ์การบริการก็เช่นเดียวกับบุคคลรับรู้หลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นประเภทของการบริการหรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับจากการสัมผัสบริการต่าง ๆ หากเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการ โดยสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่หวัง ก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดี และพึงพอใจในการบริการที่ได้รับ

4.2 ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวัง กับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่ง ในสถานการณ์การบริการ ก่อนที่ลูกค้าจะมาใช้บริการใดก็ตาม มักจะมีมาตรฐานของการบริการนั้นไว้ในใจอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งอาจมีแหล่งอ้างอิงมาจากคุณค่าหรือเจตคติที่ยึดถือต่อการบริการประสบการณ์ดั้งเดิมที่เคยใช้บริการ การบอกเล่าของผู้อื่น การรับทราบข้อมูล การรับประกันบริการจากโฆษณา การให้คำสัญญาของผู้ให้บริการเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้รับบริการใช้เปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในวงจรของการให้บริการตลอดช่วงเวลาของความจริง สิ่งที่ผู้รับบริการได้รับรู้เกี่ยวกับการบริการก่อนที่จะมารับบริการ หรือความคาดหวังในสิ่งที่คิดว่าควรจะได้รับ (Expectation) นี้มีอิทธิพลต่อช่วงเวลาของการเผชิญความจริง หรือการพบปะระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับบริการจะประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงในกระบวนการบริการที่เกิดขึ้น (Performance) กับสิ่งที่

คาดหวังเอาไว้ หากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวังก็เป็นการยืนยันที่ถูกต้อง (Confirmation) กับความคาดหวังที่มีอยู่ ผู้รับบริการย่อมเกิดความพึงพอใจต่อบริการดังกล่าว แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังดังกล่าว อาจจะสูงกว่าหรือต่ำกว่า นับเป็นการยืนยันที่คลาดเคลื่อน (Disconfirmation) จากความคาดหวังดังกล่าว ทั้งนี้ช่วงความแตกต่าง (Discrepancy) ที่เกิดขึ้นจะชี้ให้เห็นถึงระดับของความพึงพอใจ หรือความไม่พึงพอใจมากขึ้นก็ได้ ถ้าข้อยืนยันเบี่ยงเบนไปในทางบวก แสดงถึงความพึงพอใจ ถ้าไปในทางลบแสดงถึงความไม่พึงพอใจ

4.3 ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ ที่เกิดขึ้นความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ ความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งของบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งเพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แต่ในอีกช่วงหนึ่งหากสิ่งที่คาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้องบุคคลก็สามารถเปลี่ยนความรู้สึกเดิมต่อสิ่งนั้นได้อย่างทันทีทันใด แม้ว่าจะเป็นความรู้สึกที่ตรงกันข้ามกันก็ตาม นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สามารถแสดงออกในระดับมากขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังไว้ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะใช้เวลาเป็นมาตรฐานในการเปรียบเทียบจากความหวังจากบริการต่าง ๆ

5. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญ ๆ มีดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2539 : 27-28)

5.1 ผลสัมฤทธิ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับบริการ ที่มีคุณภาพ และระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่การออกแบบ ผลสัมฤทธิ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้ หรือสถานการณ์ที่ผู้รับบริการใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

5.2 ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการ ที่ผู้รับบริการยอม หรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณค่ากับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ทั้งนี้เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาบริการกับคุณภาพของ

การบริการของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนอาจพิจารณาว่าสินค้า หรือบริการที่มีราคาสูงเป็นสินค้า หรือบริการที่คุณภาพสูง ในขณะที่ผู้รับบริการ บางคนจะพิจารณาค่าบริการตามลักษณะความยากง่ายของการให้บริการ เป็นต้น

5.3 สถานที่ให้บริการ ถ้าการเข้าไปใช้บริการได้สะดวกเมื่อผู้รับบริการมีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ โดยเฉพาะทำเลที่ตั้ง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการเป็นสำคัญ

5.4 การส่งเสริมและแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการทราบข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อถือที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมา

5.5 ผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการทั้งหลายไม่ว่าจะอยู่ในฐานะของผู้ประกอบการ ผู้บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติงานบริการ ล้วนเป็นบุคคลสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารที่กำหนดนโยบาย โดยคำนึงถึงผู้รับบริการที่ตระหนักถึงผู้รับบริการเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมบริการ และสนองบริการที่ผู้บริการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ

5.6 สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในการบริการ เช่น ถูหิ้วใส่ของ กระดาษ ซองจดหมาย เป็นต้น

5.7 กระบวนการให้บริการ วิธีการนำเสนอบริการมีส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ผู้รับบริการ เช่น การนำเสนอเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดระบบข้อมูล การสำรองห้องพักโรงแรมหรือสายการบิน การใช้เครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ เป็นต้น

6. ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์

Maslow (1970 : 69–80) ได้เสนอทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) นับว่าเป็นทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง ซึ่งตั้งอยู่บนสมมุติฐานที่ว่า “มนุษย์เรามีความต้องการอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองหรือพึงพอใจอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว ความต้องการสิ่งอื่น ๆ ก็จะเกิดขึ้นมาอีก ความต้องการของคนเรา

อาจจะซ้ำซ้อนกัน ความต้องการอย่างหนึ่งอาจยังไม่ทันหมดไป ความต้องการอีกอย่างหนึ่งอาจเกิดขึ้นได้ ความต้องการของมนุษย์มีลำดับชั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์เน้นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน ความต้องการทางเพศ ความต้องการทางด้านร่างกาย จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนก็ต่อเมื่อความต้องการทางด้านร่างกายยังไม่ได้รับการตอบสนอง

2. ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Security or Safety Needs) ถ้าหากความต้องการทางด้านร่างกายได้รับการตอบสนองตามสมควรแล้ว มนุษย์ก็จะมีความต้องการในขั้นต่อไปที่สูงขึ้น คือ ความต้องการทางด้านความปลอดภัย หรือความมั่นคงต่าง ๆ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการป้องกันเพื่อให้เกิดความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับร่างกาย ความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจ ส่วนความมั่นคงนั้นหมายถึง ความต้องการความมั่นคงในการดำรงชีพ เช่น ความมั่นคงในหน้าที่การงาน สถานะทางสังคม

3. ความต้องการความรัก และเป็นส่วนหนึ่งทางสังคม (Love and Belongingness Needs) ภายหลังจากคนที่ได้รับการสนองในสองขั้นดังกล่าวแล้ว ก็จะมีความต้องการที่สูงขึ้น คือ ความต้องการทางด้านสังคม จะเริ่มเป็นสิ่งจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมของคน ความต้องการทางด้านนี้ เป็นความต้องการเกี่ยวกับการอยู่ร่วมกันและการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น และมีความรู้สึกที่ว่าตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคมอยู่เสมอ

4. ความต้องการมีความภูมิใจในตนเอง (Self-Esteem Needs) ความต้องการขั้นต่อมาจะเป็นความต้องการที่ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ คือ ความมั่นใจในตนเองในเรื่องความสามารถความรู้และความสำคัญในตัวของตัวเอง รวมตลอดทั้งความต้องการที่จะมีฐานะเด่นเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น หรืออยากที่จะให้บุคคลอื่นยกย่องสรรเสริญในความรับผิดชอบในหน้าที่การงาน การดำรงตำแหน่งที่สำคัญในองค์กร

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization or Self-Realization) ลำดับขั้นตอนความต้องการที่สูงสุดของมนุษย์ก็คือ ความต้องการที่อยากจะได้รับผลสำเร็จในชีวิตตามความนึกคิดหรือความคาดหวัง ทะเยอทะยานใฝ่ฝันภายหลังจากที่มนุษย์ได้รับการสนองตอบความต้องการทั้ง 4 ชั้น อย่างครบถ้วนแล้ว ความต้องการในขั้นนี้จะเกิดขึ้นและมักจะเป็นความต้องการที่เป็นอิสระ เฉพาะแต่ละคน ซึ่งต่างก็มีความนึกคิดใฝ่ฝันอยากที่จะประสบความสำเร็จในสิ่งที่ตนคาดฝันไว้สูงส่งในทัศนะของตน

มาสโลว์ ได้ตั้งสมมติฐานของความต้องการของมนุษย์ไว้ว่า ความต้องการทั้ง 5 ชั้น มีความสำคัญไม่เท่ากัน และมนุษย์จะมีความต้องการอยู่เสมอ ไม่มีที่สิ้นสุด ขณะที่ความต้องการใด ได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอย่างอื่นจะเข้ามาแทนที่ ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจต่อไป ส่วนความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองก็จะเป็นสิ่งจูงใจ และนอกจากนี้ลักษณะความต้องการของมนุษย์ในแต่ละชั้นตอนจะมีลักษณะที่คาบเกี่ยวกันอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือ เมื่อความต้องการในชั้นตอนใดตอนหนึ่งได้รับการตอบสนองความต้องการ ในขั้นต่อไปจะเข้ามาแทนที่ไปเรื่อย ๆ โดยไม่จำเป็นว่าชั้นตอนที่ได้รับการตอบสนองแล้วนั้นจะต้องได้รับการตอบสนองจนถึงที่สุด

สรุปได้ว่า มนุษย์เรามีความต้องการอยู่ตลอดเวลาไม่มีที่สิ้นสุด และเกิดขึ้นในบางครั้งบางเวลา ถึงแม้ว่าความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองไปแล้วนั้น การมีความต้องการก็ยังสามารถเกิดขึ้นใหม่อยู่เรื่อย ๆ เป็นอย่างนี้ไม่มีที่สิ้นสุดจึงต้องหาสิ่งที่จะต้องมาตอบสนองอยู่ตลอด

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

การบริการถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการติดต่อสื่อสารทางธุรกิจต่าง ๆ ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้ดี เพื่อการขยายโอกาสในด้านธุรกิจให้มีความเติบโตขึ้น ผู้ศึกษาจึงได้รวบรวมประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ความหมายของการบริการ

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการบริการไว้ ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ หมายถึง การบริการเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการให้ลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงแรม โรงพยาบาล เป็นต้น

สมชาติ กิจยรรยง (2539 : 42) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือ กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้น ผู้ที่จะให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวก และทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ และมีความสุข

Kotler P (2000 : 428 ; อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 25)

ได้ให้ความหมายของการบริการว่า การบริการแตกต่างจากสินค้า เพราะการบริการไม่มีตัวตน บริการมีความหลากหลายในตัวเอง บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ และการบริการไม่สามารถ

เก็บรักษาไว้ได้ การบริการเป็นกิจกรรมหรือการปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

Heizer and Render (1999 : 12-13 ; อ้างถึงใน สมชาติ กิจยรรยง. 2539 : 36) ได้ให้ความหมายการบริการว่า การบริการเป็นกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ซึ่งผลิตสินค้าที่ไม่มีตัวตน โดยมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน
2. การบริการเป็นการผลิตและบริการ โภคซึ่งเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน
3. การบริการมักเป็นสิ่งที่มีความเฉพาะ
4. การบริการมักจะมีความสัมพันธ์กับลูกค้า มักทำให้เป็นมาตรฐานได้ยาก

เพราะเป็นสิ่งเฉพาะตัว และสามารถทำให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดเท่าที่เราต้องการยาก เนื่องจากความไม่เหมือนใครของสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้นผู้บริหารการปฏิบัติการต้องแน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ได้ออกแบบเพื่อให้เป็นตามความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย

5. การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่
6. การบริการเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับฐานความรู้จึงยากที่จะทำเป็นลักษณะอัตโนมัติ
7. การบริการมักมีรายการกระจาย ทำในลักษณะออกไปบริการลูกค้าภายนอก

อาจเป็นการบริการที่บ้านหรือในสำนักงาน

วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2543 : 6) ได้ให้ความหมายของ การบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมาย และ มีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น

นิยามแห่งคำว่า บริการ ในสายตานักปฏิบัติคือ คุณลักษณะ 7 ประการ แห่งการบริการที่ดีมีดังนี้

S = Smiling & Sympathy หมายถึง การยิ้มแย้มและเอาใจเขาใส่ใจเราเห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า

E = Early Response หมายถึง การตอบสนองต่อความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ โดยมีทันใจเอ่ยปากเรียกหา

R = Respectful หมายถึง การแสดงออกถึงความนับถือให้เกียรติลูกค้า

V = Voluntariness Manner หมายถึง ลักษณะการให้บริการเป็นแบบสมัครใจและเต็มใจทำ มิใช่ทำแบบเสียมิได้

I = Image Enhancing หมายถึง แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ของผู้ให้บริการ และเสริมภาพพจน์ขององค์กรด้วย

C = Courtesy หมายถึง กิริยาอ่อน โยน สุภาพและมีมารยาทดี อ่อนน้อมถ่อมตน

E = Enthusiasm หมายถึง มีความกระฉับกระเฉงและกระตือรือร้น ขณะบริการ จะให้บริการมากกว่าที่คาดหวังเสมอ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การบริการเป็นงานที่ประกอบด้วยผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะมีหน้าที่ในการให้ข้อมูล ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว ให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ใช้บริการอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้ผู้บริการเกิดความกระจำและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และเกิดความรู้สึกประทับใจ ฟังพอใจรู้สึกคุ้มค่าที่มาใช้บริการ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงควมมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วย

2. รูปแบบของการบริการ

ได้มีนักวิชาการ ได้กล่าวถึงรูปแบบของการบริการไว้ ดังนี้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543 : 312) ได้กล่าวว่า รูปแบบของบริการประกอบด้วย 7 P's ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เพื่อให้บริการที่ทรงคุณภาพ บริษัทต้องปรับปรุงแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วยสภาพของความไม่เหมือนกันของรายการติดต่อซื้อขายแต่ละรายการทำให้ผู้จำหน่ายบริการต้องพิจารณาว่าแต่ละรายการเหมาะกับบริษัทอย่างไร บางครั้งบริการของบริษัทไม่เหมาะที่จะสร้างคุณภาพให้กับลูกค้าการอธิบายความจริงต่อลูกค้าอาจเป็นการตลาดที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าการปรับแต่งบริการเพื่อสร้างคุณค่าให้ลูกค้าจะยังมีความสลับซับซ้อนในตลาดระหว่างประเทศหรือตลาดหลายวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากความแตกต่างกันของภาษา ศาสนา และระบบสังคมคุณภาพของบริการ เพราะบริการจับต้องไม่ได้และไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งอื่น จึงเป็นการยากที่จะสร้างมาตรฐานสำหรับวัดคุณภาพ จุดเริ่มต้นที่ดีก็คือ ทำการพิจารณาสิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือกำลังแสวงหา เพื่อจะได้ตัดสินใจว่าจะสร้างบริการอะไรขายลูกค้า โดยปกติตัวลูกค้ามักมองเกณฑ์ที่จับต้องได้และภาพพจน์ของบริการที่เขาได้มาจากแหล่งข่าวสารต่าง ๆ เพื่อสมาชิกในครอบครัวเจ้าหน้าที่ของผู้ขายบริการ ซึ่งนักการตลาดต้องถามลูกค้าว่าจะให้ผลิตสิ่งใดให้ อาจสำรวจหาความต้องการทั้งกับลูกค้าภายนอกที่ซื้อบริการและกับลูกค้าภายในเช่น พนักงาน

2. ราคา (Price) มีการเรียกราคาของการบริการได้หลายแบบ คือ ค่าบริการ ค่าเช่า ค่าธรรมเนียมค่าคอมมิสชัน ค่าเล่าเรียน ค่าโดยสาร เป็นต้น ไม่ว่าจะเรียกอย่างไรราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการมักได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมต้นทุน และสร้าง กำไร เช่น บริษัทที่ตั้งราคาค่าบริการทำโปรแกรมประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้า บริษัทพิจารณาจำนวนเวลาที่ใช้ต้นทุนที่อาจเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตและแนวปฏิบัติในการตั้งราคาในอุตสาหกรรม เนื่องจากบริการมองไม่เห็น การตั้งราคาบางส่วนต้องให้ทั้งผู้ขายและผู้ซื้อเข้าใจว่ามีอะไรบ้างรวมอยู่ในสิ่งที่เขากำลังซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน ทั้งนี้ก็เพื่อช่วยบริษัทให้สามารถหลีกเลี่ยงปัญหาในการตั้งราคาอันจะนำไปสู่การเป็นลูกค้าประจำที่พอใจเรา

3. สถานที่ (Place) กลยุทธ์การจัดจำหน่ายสำหรับบริการเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของบริการและสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่าซึ่งจะกำหนดว่าลูกค้าอาจไปที่ บริษัทเพื่อรับบริการ บริษัทอาจไปหาลูกค้าหรือการแลกเปลี่ยนอาจสมบูรณ์โดยการยื่นหม้อขึ้นแมว คือส่งทางมือไปรษณีย์หรือการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์โดยปกติ นักการตลาดจะจัดการให้มีบริการได้โดยสะดวกให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ อย่างไรก็ตามการจัดการจำหน่ายดังกล่าวใช้กับบริการทุกประเภทไม่ได้ เช่น โรงพยาบาล คลินิก และ คอนเสิร์ต ซึ่งบริการได้เฉพาะบางสถานที่ นอกจากนี้ กลยุทธ์การจัดจำหน่ายยังช่วยให้บริการวางตำแหน่งของบริษัทได้ เช่น ธนาคารพาณิชย์ที่มีสาขาทั่วประเทศย่อมมีตำแหน่งไม่เหมือนกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ที่มีสาขาเฉพาะในจังหวัดในจังหวัดที่มีการก่อสร้างที่อยู่อาศัย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งหนึ่งที่ทำหายากคือการสื่อสารการตลาดของบริการก็คือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย การบริการให้คุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร โดยนำเสนอในรูปแบบที่มีตัวตนมากขึ้น เพื่อให้ผู้ที่ซื้อสนใจได้ เพื่อให้ผู้ซื้อได้รับทราบถึงบริการและประโยชน์ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์ หรือบริการ

5. บุคลากร (People) จำเป็นต้องมีการเลือก การฝึกอบรมและการจูงใจพนักงาน จะทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจได้เป็นอย่างมาก พนักงานต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ธุรกิจที่ขายบริการต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการ โดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น โรงแรมต้องให้ลูกค้า

มองเห็นสิ่งที่เป็นคุณค่า (Value) ที่โรงแรมมอบให้ลูกค้าไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว หรือคุณประโยชน์อื่นก็ตาม

7. กระบวนการในการให้บริการ (Processes) บริษัทขายบริการอาจต้องใช้กระบวนการบางอย่างเพื่อ จัดส่ง บริการของตนให้กับลูกค้า เช่น ภัตตาคารเลือกวิธีการส่งอาหารให้ลูกค้าแตกต่างกัน

ในการบริหารงานประกอบด้วยคุณลักษณะ 2 ประการ คือ 1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และมีคุณภาพดี และ 2. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ การใช้ภาษา สัญลักษณ์ ต้องสามารถสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี และความพึงพอใจในงานบริการ กล่าวคือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการจะพอใจที่ได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งการบริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วย คุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ เหล่านี้ คือ (ปราณี กิริติธร. 2543 : 25-26)

1. ความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย ความสม่ำเสมอ ความพึงพาได้
2. การตอบสนอง ประกอบด้วย ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะบริการและการอุทิศเวลา มีการติดต่ออย่างต่อเนื่อง และปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ ประกอบด้วย ความสามารถในการให้บริการ ความสามารถในการสื่อสาร และความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ ประกอบด้วย ผู้ใช้บริการเข้าหรือรับบริการ ได้สะดวก ระเบียบขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ และสถานที่ที่ให้บริการสะดวกต่อการติดต่อ
5. ความสภาพอ่อนโยน ประกอบด้วย แสดงความสุภาพและบุคลิกภาพที่ดีต่อผู้ใช้บริการ
6. การสื่อสาร ประกอบด้วย มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขต และลักษณะของงานบริการมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ คุณภาพของงานบริการ มีความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือ
8. ความมั่นคง ประกอบด้วย ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์

9. ความเข้าใจ ประกอบด้วย การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการ การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

10. การสร้างสิ่งที่ยึดต้องได้ ประกอบด้วย การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และการจัดสถานที่ให้บริการ สวยงาม สะอาด

3. ลักษณะของการบริการ

ลักษณะงานของการบริการสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประการ คือ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 23)

3.1 ไม่สามารถจับต้องได้ การให้บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ ก่อนที่จะซื้อหรือก่อนได้รับบริการ ดังนั้นการบริการจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญญาลักษณ์และราคา เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

3.1.1 สถานที่ ต้องสร้างความเชื่อมั่น และความสะอาดให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการ เช่น ออกแบบสถานที่บริการให้โอ่โถง เกิดความคล่องตัวแก่ผู้ใช้บริการ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึที่ดีรวมทั้งให้เสียงดนตรีประกอบ

3.1.2 บุคคล พนักงานที่ทำหน้าที่บริการต้องแต่งตัวเหมาะสม บุคลิกดี มีหน้าตา ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี เพื่อให้ผู้บริการเกิดความประทับใจและเกิดความเชื่อมั่นในบริการ

3.1.3 เครื่องมือ อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และให้ผู้รับบริการพอใจ

3.1.4 วัสดุสื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์และเอกสารการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการและเหมาะสมกับผู้ใช้บริการ

3.1.5 สัญลักษณ์ คือ ชื่อตรา เครื่องหมายตรา หรือเครื่องหมายที่ใช้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเรียกชื่อได้ถูกต้องและมีลักษณะสื่อความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการ

3.1.6 ราคา การกำหนดราคาการให้บริการ ความเหมาะสมกับระดับการให้บริการอย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

3.2 ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภค ในขณะเดียวกันกล่าวคือ ผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะผลิตและบริโภคในขณะเดียวกัน ทำให้การให้บริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3.3 ไม่แน่นอน ลักษณะของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหนและอย่างไร ดังนั้นผู้รับบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ส่วนผู้ให้บริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพโดยทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.3.1 ตรวจสอบ คัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้ง มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

3.3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการรับฟังคำแนะนำและ ข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ การสำรวจข้อมูลผู้รับบริการและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับ ข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

3.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ การบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการสม่ำเสมอการให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีผู้ให้บริการ

การบริการที่จะให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและพึงพอใจ จะต้องมึลักษณะ ของการบริการที่ดีซึ่งคุณลักษณะของการบริการที่ดีมีลักษณะดังนี้ (รีน ช่างสาร. 2537 : 8)

1. สะดวก รวดเร็ว งานมีประสิทธิภาพ
2. ผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี สร้างความประทับใจ ให้ความเป็นกันเอง เอาใจเขามาใส่ใจเรา
3. ใช้กฎหมาย ระเบียบที่ง่ายไม่ซับซ้อน มีแบบพิมพ์ที่กดง่าย ลดขั้นตอนในการติดต่อขอรับบริการ มีการปรับปรุงขั้นตอนอยู่เสมอ
4. มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี
5. ทำงานตรงเวลา
6. สถานที่สะดวก สบายมีอุปกรณ์พร้อม สามารถติดต่อกับงานที่เกี่ยวข้องไม่ไกลนัก หรือรวบรวมบริการไว้ในจุดเดียว
7. บริการด้วยความเสมอภาค เพื่อสร้างความพอใจแก่ประชาชนและพยายามสนองตอบความต้องการให้เป็นที่ประทับใจ
8. ไม่เรียกร้องสิ่งใด ๆ จากประชาชน
9. มีเจ้าหน้าที่เพียงพอ ได้รับการฝึกฝนมาด้วยความชำนาญ และเจ้าหน้าที่ระดับล่างสามารถที่จะตัดสินใจได้ในบางเรื่อง
10. ให้บริการก่อนและหลังเวลาราชการ หรือให้บริการในวันหยุด

11. สามารถตรวจสอบการให้บริการได้ว่ามีปัญหาที่ใด
12. เมื่อมีปัญหาสามารถหากฎหมายและระเบียบได้ทันที

4. ลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี

ลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี เป็นการบริการที่สามารถบริการให้ประชาชนประทับใจในงานบริการ มีความเหมาะสมและสอดคล้องกันดังนี้ (ฉัตรพร เสมอใจ, 2548 : 79)

1. กลยุทธ์การบริการ (Strategy) หรือวิธีการหลักอันใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติต้องกำหนดไว้เพื่อทำให้การปฏิบัติเข้าสู่เป้าหมาย โดยให้มีความยืดหยุ่นพอสมควร มีความแม่นยำตรงกับเป้าหมาย และมีหลักการพื้นฐานในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างจริงจัง

2. ระบบงาน (System) หรือกระบวนการทำงาน ต้องเน้นให้ระบบการบริการประชาชนเป็นเรื่องเรียบง่าย ประชาชนเกิดความสบายใจเมื่อมาใช้บริการ ไม่มีความยุ่งยาก ซับซ้อนดูเหมือนเป็นเจ้าขุนมูลนาย ประชาชนต้องเข้าใจได้ง่าย ๆ สามารถเข้าพบเพื่อปรึกษาหรือเข้ารับบริการได้อย่างเป็นกันเอง มีความคล่องตัวสูง กฎระเบียบเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อประชาชน ทำให้การบริการดีไม่เป็นตัวจำกัดการบริการ

3. บุคลากร (Staff) หรือผู้ให้บริการในทุกระดับต้องได้รับการสรรหา พัฒนา และปรับพฤติกรรมตลอดจนวิธีการทำงานให้มีลักษณะที่เน้นความสำคัญไปที่ผู้ใช้นั่นคือการเป็นผู้มีจิตสำนึกในการให้บริการที่ดีจึงกล่าวได้ว่าการทำให้สามเหลี่ยมแห่งการบริการเกิดสัมฤทธิ์ผลจะต้องรับความร่วมมือร่วมใจจากบุคลากรทุกฝ่าย โดยจัดทำเป็นแผนพัฒนาการบริการขององค์กรขึ้นให้ชัดเจนนอกจากนี้ (Albrecht) ยังได้เสนอแนวคิดในการให้บริการที่มีคุณธรรมแบบครบวงจร หรือที่เรียกว่า Total Quality Service (TQS) ซึ่งมีหลักการหรือแนวคิดส่วนใหญ่เน้นเป้าหมายที่จะให้ผลของการบริการสามารถผูกใจประชาชนให้ความสำคัญกับผู้ปฏิบัติงาน โดยส่งเสริมให้บุคลากรที่จะทำงานบริการได้อย่างเต็มที่และเต็มใจจนเป็นวัฒนธรรมขององค์กรหรือของหน่วยงาน ไม่ยึดติดกับกฎระเบียบหรือข้อบังคับจนเกินเหตุ และมุ่งไปที่ความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรที่ปฏิบัติงาน เป็นแนวคิดที่กล่าวว่า การบริการเป็นเรื่องที่คนจะกระทำให้กับคนใจต้องถึงใจ ไม่ใช่การทำไปตามกฎระเบียบที่วางไว้เพื่อกำหนดวิธีการให้บริการเท่านั้น

5. ประสิทธิภาพของการบริการ

การเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการสามารถทำได้ 6 วิธี คือ (ปราณี กิรดิษฐ์. 2543 : 56)

1. การให้พนักงานทำงานมากขึ้นหรือมีความชำนาญสูงขึ้น โดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม
2. เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง เช่น ลดเวลาที่ใช้บริการแต่ละรายเพื่อเพิ่มปริมาณ
3. เปลี่ยนบริการเป็นแบบอุตสาหกรรม โดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วยและสร้างมาตรฐานในการให้บริการ
4. การให้บริการที่ลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่น ๆ เช่น บริการซักรีดเป็นการลดการจ้างคนใช้หรือการใช้เตารีด
5. การให้บริการที่ลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่น เช่น ชมรมวิ่งจ็อกกิ้งจะช่วยลดการใช้บริการในการรักษาพยาบาลลง
6. การให้สิ่งจูงใจสินค้า ให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของหน่วยงาน เช่น ร้านอาหารแบบให้ลูกค้าช่วยตัวเอง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดสด

โครงการตลาดสดน่าซื้อนั้น เป็นโครงการที่มีความสำคัญกับประชาชนที่จะต้องมีการปรับปรุงให้มีความสะอาด ถูกสุขอนามัยอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความประทับใจอยู่ตลอดเวลา

1. ความหมายตลาดสดน่าซื้อ

มีผู้ให้ความหมายของตลาดสดหลายความหมาย ดังนี้
 ความหมายของตลาดตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของ ตลาด ไว้ดังนี้
 ตลาด หมายถึง สถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ยุมนุมจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผักผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้ว หรือของเสี้ยวๆ ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความ

รวมถึงบริเวณซึ่งจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวเป็นประจำ หรือเป็นครั้งคราวหรือตามวันที่กำหนด

ตำนก่อนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2547 : 21) ได้ให้นิยามของคำว่า ตลาดสด นำชื่อ หมายถึง ตลาดประเภทที่ 1 ที่มีโครงสร้างมั่นคง แข็งแรง สะอาดถูกสุขลักษณะ มีการพัฒนาจนผ่านเกณฑ์การพัฒนายกระดับสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม อย่างน้อยขั้นพื้นฐาน และผ่านเกณฑ์ด้านความปลอดภัยของอาหาร และเกณฑ์ด้านการคุ้มครองสุขภาพผู้บริโภค

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542 : 4) ได้ให้นิยามของคำว่าตลาด คือ กระบวนการทาง สังคมและทางการบริหารที่บุคคลและกลุ่มได้รับสิ่งที่เขาต้องการและพึงประสงค์โดยการ สร้างสรรค์ นำเสนอและแลกเปลี่ยนสินค้าที่มีคุณค่ากับบุคคลอื่น

กรมอนามัย (2546 : 1) ได้กล่าวถึงความหมายของตลาด คือ สถานที่ ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหาร อันมี สภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้ว หรือของเสียบง่าย ทั้งนี้ ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้า ประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงบริเวณซึ่งจัดไว้สำหรับให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ ชุมชุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวเป็นประจำหรือเป็นครั้งคราว หรือตามวันเวลาที่ กำหนด สถานที่ประกอบการที่เข้าข่ายเป็นตลาดได้ต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. ต้องเป็นที่รวมของผู้ค้าหลายราย ไม่ใช่รายเดียว ดังนั้น ร้านขายของหลากหลายชนิดที่มีผู้ซื้อหยิบของเอาเองในห้างสรรพสินค้าจึงไม่จัดว่าเป็นตลาด
2. ต้องมีแผงจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารอันมีสภาพเป็นของสดหรือของเสียบง่ายมากกว่าร้อยละ 50 ของแผงจำหน่ายสินค้าทั้งหมดในตลาด
3. สถานที่ตั้งของตลาดต้องเป็นพื้นที่ของเอกชน หรือเป็นพื้นที่ของหน่วยราชการที่มีอำนาจหน้าที่การจัดตั้งตลาด ดังนั้น การตั้งแผงจำหน่ายสินค้าอยู่รวมกันในที่หรือทางสาธารณะไม่จัดว่าเป็นตลาด

สารานุกรมไทย ฉบับกาญจนาภิเษก (2542 : 18) ได้กล่าวถึงคำว่าตลาด หมายถึง สถานที่ที่เป็นชุมนุมหรือเป็นที่ชุมนุมเพื่อซื้อและขายสินค้า ทั้งในรูปของวัตถุและสินค้า สำเร็จรูปเป็นประจำ เป็นครั้งคราว หรือตามวันเวลาที่กำหนด โดยที่ตั้งของตลาดอาจมีเพียงที่เดียว หรือหลายที่ที่ตั้งอยู่ใกล้กันในพื้นที่ที่มีทำเลเหมาะสม เช่น เป็นศูนย์กลางของชุมชน และเหมาะสมจะเป็นที่นัดพบ หรือเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของคนในชุมชน นั้น ๆ ด้วยเหตุนี้เมื่อมีชุมชนอยู่ ณ ที่ใด ก็มักจะมีตลาดอยู่ ณ ที่นั้น ตลาดจึงมีมาแต่ครั้งโบราณ ในทุกสังคม

กรณีการ ัฐมาโนลาภ (2546 : 24) ได้ให้ความหมายตลาดว่า ตลาด หมายถึง การที่ผู้ซื้อและผู้ขายทำการตกลงซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าโดยไม่คำนึงถึงว่าต้องมีสถานที่ทำการติดต่อซื้อขายหรือไม่ ถ้ามีการตกลงซื้อขายแลกเปลี่ยนเกิดขึ้นจะถือว่าได้เกิดตลาดสินค้านั้น ๆ ขึ้นแล้ว ตลาดแบ่งได้ดังนี้

1. ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfectly Competitive Market)
2. ตลาดแข่งขันไม่สมบูรณ์ (Imperfectly Competitive Market) แบ่งได้

3 ประเภท คือ

- 2.1 ตลาดผูกขาดแท้จริง (Pure Monopoly Market)
- 2.2 ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly Market)
- 2.3 ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition Market)

สรุปตลาดสดน่าซื้อ เป็นตลาดที่ให้บริการประชาชนในการอุปโภคและบริโภคอาหาร ที่มีความสะอาดถูกสุขอนามัยปลอดภัยจากอันตรายที่ปราศจากเชื้อโรค สร้างความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ อาหารมีความสด สะอาดไม่ว่าจะเป็นอาหารประเภทอุปโภคและบริโภคทำให้ประชาชนผู้มาใช้บริการกับตลาดสดสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการ

2. ประเภทของตลาด แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ตลาดประเภทที่ 1 ได้แก่ ตลาดที่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินการเป็นประจำหรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยมีส่วนประกอบของสถานที่และสิ่งปลูกสร้างสำหรับขายของที่ขนถ่าย สินค้า ส้วม และที่ถ่ายปัสสาวะ ที่รวบรวมมูลฝอย และที่จอดรถ

ตลาดประเภทที่ 2 ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินการชั่วคราวหรือเป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด และให้มีบริเวณที่จัดไว้สำหรับผู้ขายของ ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ และที่รวบรวมมูลฝอย

ตลาดประเภทที่ 3 ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินการชั่วคราวหรือเป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด และให้มีบริเวณที่จัดไว้สำหรับผู้ขายของ ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ และที่รวบรวมมูลฝอย (มีลักษณะตามที่กำหนดไว้ในส่วนที่ 3 ในกฎกระทรวงฉบับที่ 4 พ.ศ.2542 ออกตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535)

3. เกณฑ์การพัฒนาและยกระดับตลาดสด นำซื้อ และเกณฑ์มาตรการด้านกฎหมายเบื้องต้น

ได้กำหนดองค์ประกอบของเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อไว้ 3 ด้าน ดังนี้
(กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2546 : 20)

3.1 ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Health) ผ่านเกณฑ์การประเมิน 8 หมวด ดังนี้

3.1.1 สุขลักษณะทั่วไปของตลาด

3.1.2 การจัดการมูลฝอย

3.1.3 การจัดหาน้ำดื่มน้ำใช้

3.1.4 การจัดการน้ำเสีย

3.1.5 การจัดการสิ่งปฏิกูล

3.1.6 การป้องกัน ควบคุมสัตว์พาหะนำโรค

3.1.7 การจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อม

3.1.8 สุขวิทยาส่วนบุคคลของผู้ขายและผู้ช่วยขายของในตลาด

3.2 ด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) แผงจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์การตรวจสอบสารปนเปื้อน ดังนี้

3.2.1 ตรวจไม่พบสารปนเปื้อน 4 ชนิด ฟอร์มัลลิน สารกันรา สารบอแรกซ์ สารฟอกขาว

3.2.2 ตรวจไม่พบสารกำจัดแมลง (กลุ่มสารประกอบฟอสเฟต คาร์บาเมท) หรือตรวจพบในเกณฑ์ที่ปลอดภัย

3.2.3 ตรวจไม่พบสารเร่งเนื้อแดง ในเนื้อหมู (ส่งตรวจห้องปฏิบัติการ)

3.3 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection)

3.3.1 จัดให้มีสถานที่จัดบอร์ดให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารปลอดภัยโภชนาการ และสุขลักษณะของตลาด

3.3.2 จัดให้มีจุดทดสอบสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ 6 ชนิด (ฟอร์มัลลิน สารกันรา สารบอแรกซ์ สารฟอกขาว ยาฆ่าแมลง สารเร่งเนื้อแดง)

3.3.3 จัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดสดอย่างน้อย 1 จุดและติดป้ายบอกไว้ชัดเจน

4. เกณฑ์การพัฒนาและยกระดับตลาดสด นำชื่อ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม

พระราชบัญญัติกระทรวงสาธารณสุข (2535 ; อ้างถึงใน กฎกระทรวงฉบับที่ 4.

2542 : 62)

- 4.1 ภายในตัวตลาดมีการระบายอากาศอย่างเพียงพอ ไม่ร้อน อบอ้าว หรืออับทึบ
- 4.2 มีการจัดการ คูแฉก และควบคุมบริเวณแฉก ทางเดิน ถนน ที่ตั้งรองรับมูลฝอยสาธารณะและที่ตั้งรวบรวมมูลฝอย ให้สะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ
- 4.3 ตลาดและบริเวณโดยรอบไม่มีน้ำขังเฉอะแฉะ
- 4.4 รางระบายน้ำเสียภายในตลาดเป็นชนิดรางเปิด สำหรับรางระบายน้ำรอบตลาดมีฝาปิดที่เปิดทำความสะอาดได้ และสามารถระบายน้ำได้ ไม่มีน้ำขัง ไม่อุดตัน
- 4.5 ภายในห้องส้วมไม่มีกลิ่นเหม็น และมีการระบายอากาศที่ดี
- 4.6 ระบบเก็บกักอุจจาระถูกสุขลักษณะ ไม่ชำรุด
- 4.7 มีการทำความสะอาดตลาดเป็นประจำทุกวัน
- 4.8 มีน้ำใช้ที่สะอาดไว้บริการอย่างเพียงพอ
- 4.9 ห้องส้วมแยกเพศ ชาย-หญิง ออกจากกันเป็นสัดส่วน
- 4.10 มีการจัดวางสินค้า สิ่งของ วัสดุอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ให้เกะกะรก รุงรัง และไม่กีดขวางทางเดิน
- 4.11 สินค้าประเภทอาหารและเครื่องใช้ที่เกี่ยวกับอาหารจะต้องวางสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร
- 4.12 ให้มีการล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาล อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
- 4.13 มีที่รองรับมูลฝอยสาธารณะที่ถูกหลักสุขาภิบาลอย่างเพียงพอ และทำความสะอาดอยู่เสมอ
- 4.14 มีการดักมูลฝอยและบ่อดักไขมัน ก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะหรือออกสู่สิ่งแวดล้อม
- 4.15 โครงสร้างอาคารตลาดมีความมั่นคง แข็งแรง ไม่ชำรุด พื้นตลาด ทำด้วยวัสดุถาวรแข็งแรง ไม่ลื่นทำความสะอาดง่าย
- 4.16 มีการจัดการควบคุมป้องกันสัตว์พาหะนำโรคไม่ให้รบกวนและก่อความรำคาญ

- 4.17 มีผู้ดูแลรับผิดชอบในการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความปลอดภัยของตลาด
- 4.18 แผงขายสินค้ามีความเข้มของแสงสว่างไม่น้อยกว่า 200 ลักซ์
- 4.19 แผงขายสินค้าทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ ทำความสะอาดง่าย และสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร และไม่เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์ แมลงพาหะนำโรค
- 4.20 จัดให้มีหมายเลขแผง ชื่อที่อยู่ผู้ขายของ ติดตั้งประจำแผงและมองเห็นชัดเจน
- 4.21 ที่รองรับมูลฝอยประจำแผงที่ถูกหลักสุขาภิบาลและทำความสะอาดอยู่เสมอ
- 4.22 ที่รวบรวมมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล อย่างเพียงพอและทำความสะอาดอยู่เสมอ
- 4.23 จัดให้มีที่เก็บน้ำสำรองหรือมีบริการน้ำสำรองไว้ให้เพียงพอต่อการใช้ในแต่ละวัน
- 4.24 ห้องส้วมชาย-หญิง ที่ปัสสาวะชาย อ่างล้างมือพร้อมสบู่ ต้องสะอาด ใช้การได้ มีจำนวนเพียงพอและตั้งอยู่ในที่ที่เหมาะสม
- 4.25 มีผู้ทำความสะอาดห้องส้วมอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง
- 4.26 บริเวณห้องส้วม มีที่รองรับมูลฝอยทำด้วยวัสดุแข็งแรง ไม่รั่วซึมและมีฝาปิด
- 4.27 มีการป้องกัน ควบคุมสัตว์พาหะนำโรคอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง
- 4.28 มีสัตว์พาหะนำโรคไม่เกินเกณฑ์มาตรฐาน
- 4.29 มีการจัดการจำหน่ายสินค้า แต่ละประเภทเป็นหมวดหมู่ไม่ปะปนกัน
- 4.30 มีชนิดและจำนวนเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสม ใช้การได้ ติดตั้งในบริเวณที่เห็นง่ายและสะดวกต่อการนำมาใช้งาน
- 4.31 จัดให้มีการบำรุงรักษาโครงสร้างต่างๆภายในตลาดให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้อย่างปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ 32. มีการอำนวยความสะดวกด้านการจราจร
- 4.33 ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของต้องแต่งกายเรียบร้อย มีสุขวิทษาส่วนบุคคลที่ดี
- 4.34 ผู้ขายของและผู้ช่วยขายต้องปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะในการใช้กรรมวิธีการปรุงประกอบและจำหน่ายอาหาร
- 4.35 จัดให้มีผู้แสดงความคิดเห็นจากประชาชน

4.36 ทางเดินภายในอาคารตลาด มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

4.37 มีการแยกประเภทมูลฝอยเป็นมูลฝอยสดและมูลฝอยทั่วไป

4.38 มีกลุ่ม/ชมรมผู้ประกอบการตลาด ผู้ขายของ ผู้ช่วยขายของ ผู้บริโภคน หรืออื่นๆ เช่น กิจกรรมการออกกำลังกาย

4.39 จัดให้มีการฝึกอบรมผู้ขายของและผู้ช่วยขายของในตลาดในด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม/สุขภาพอนามัย

4.40 น้ำเสียที่ผ่านออกจากระบบจะต้องได้มาตรฐาน (สำหรับตลาดที่มีขนาดพื้นที่ ตั้งแต่ 2500 ตารางเมตร ขึ้นไป)

หมายเหตุ 1-17 ข้อแรก = ระดับดี ระดับดีมาก = ระดับดี + 15 ข้อตั้งแต่ข้อ 18 - 40

เกณฑ์การพิจารณา ในการรับรองตลาดสดน่าซื้อ คณะกรรมการตรวจประเมินตามหลักเกณฑ์ของโครงการฯ ให้คำแนะนำในการปรับปรุงพัฒนาตลาดแก่ผู้ประกอบการ/เจ้าของตลาด โดยตลาดต้องผ่านตรวจประเมินอย่างน้อย 2 ครั้ง คือ ครั้งที่ 1 เป็นการสำรวจข้อมูลพื้นฐานเพื่อให้เสนอแนะการปรับปรุงพัฒนา ครั้งที่ 2 เป็นการติดตามผลการดำเนินงาน และตรวจประเมินเพื่อจัดระดับมาตรฐานและให้การรับรองมีสองระดับคือระดับดีกับดีมาก

ระดับดีต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน

1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม 1-17 ข้อ
2. ด้านความปลอดภัยอาหาร
3. ด้านคุ้มครองผู้บริโภค

ระดับดีมากต้องผ่านเกณฑ์การประเมิน

1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 1-35 ข้อ
2. ด้านความปลอดภัยอาหาร
3. ด้านคุ้มครองผู้บริโภค

โดยได้รับป้ายรับรองตลาดสดน่าซื้อจากรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ป้ายมีอายุ 1 ปี

5. สุขลักษณะทั่วไปของตลาดสด

5.1 ความหมายของสุขลักษณะทั่วไปของตลาดสด

กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (7 สิงหาคม 2549) ได้กล่าวถึง สุขลักษณะทั่วไปของตลาดสด หมายถึง การจัดการและควบคุมปัจจัยหรือสภาวะแวดล้อมที่เป็นหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและสภาวะความเป็นอยู่ที่เหมาะสมกับการดำรงชีพของประชาชน

เป็นพระราชบัญญัติที่มีเจตนารมณ์ เพื่อการคุ้มครองประชาชนด้านสุขลักษณะ และการอนามัยสิ่งแวดล้อมหรือการสุขภาพสิ่งแวดล้อม

วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี (7 สิงหาคม 2549) ได้ให้ความหมายของสุขลักษณะทั่วไปของตลาดสด คือ การดูแลอาคารสถานที่ สำนักงาน ตลาดสด บริเวณ โดยรอบให้สะอาด น่ามอง ปลอดภัยต่อการทำงาน

จากความหมายของสุขลักษณะทั่วไปของตลาด จึงสรุปได้ว่า หมายถึง ตลาดที่เป็นสถานที่เป็นที่ชุมนุมเพื่อซื้อและขายสินค้า สถานที่ที่รอบตัวอาหารของตลาดต้องสะอาดตา น่ามอง การดูแลสภาพของอาคารและสินค้าภายในอาคารให้มีสภาพเรียบร้อยไม่รกรุงรัง มีสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อการคุ้มครองประชาชนให้ถูกหลักสุขลักษณะ

5.2 องค์ประกอบของสุขลักษณะทั่วไปของตลาด

5.2.1 ที่ตั้งของตลาด

ตลาดต้องตั้งอยู่ห่างในระยะไม่น้อยกว่า 100 เมตร จากแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษของเสีย โรงเลี้ยงสัตว์ แหล่งโสโครก และที่กำจัดมูลฝอย เพราะสิ่งเหล่านี้อาจทำให้อาหารที่วางจำหน่ายในตลาดเกิดการปนเปื้อนได้ และป้องกันเหตุรำคาญที่อาจเกิดขึ้นได้จากกลิ่น คว้น เสียง สัตว์แมลงพาหะนำโรคที่จะทำให้เกิดมลพิษและอันตรายต่อสุขภาพอนามัยได้ กรณีที่มีตลาดใดตั้งอยู่ห่างจากแหล่งมลพิษน้อยกว่า 100 เมตร ตลาดต้องมีวิธีป้องกันมิให้เกิดมลพิษขึ้นได้ ไม่ว่าจะเป็นการใช้กำแพงกัน การปรับอาคารตลาดให้เป็นแบบปิด เครื่องปรับอากาศ หรือวิธีการป้องกันอื่น ๆ ที่เหมาะสมก็จะสามารถขออนุญาตตั้งตลาดได้

5.2.2 เนื้อที่ของตลาด

ตลาดต้องมีเนื้อที่ตามความเหมาะสม โดยมีส่วนประกอบของสถานที่และสิ่งปลูกสร้างคือ อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของ ที่ขนถ่ายสินค้า และที่จอดรถ

5.2.3 ถนนรอบอาคารตลาด

มีถนนรอบอาคารตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และมีทางเข้าออกบริเวณตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร อย่างน้อยหนึ่งทาง เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่มาใช้บริการในตลาดและผู้ขายของในการขนส่งจากตลาด นอกจากนั้นยังเป็นประโยชน์ในการดับเพลิงกรณีเกิดอัคคีภัยขึ้นในตลาดอีกด้วย ซึ่งถนนควรสร้างจากวัสดุถาวร แข็งแรง และเรียบ เช่น คอนกรีตและลาดยาง เป็นต้น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดฝุ่นจากถนนเข้าในตลาด และป้องกันน้ำขังตามพื้นถนน

5.2.4 อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของอาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของควรมีลักษณะ ดังนี้

- 1) ตัวอาคารตลาดทำด้วยวัสดุถาวร มั่นคง แข็งแรง เช่น ไม้ เหล็ก และคอนกรีต เป็นต้น เพื่อให้ความมั่นคงแข็งแรงและปลอดภัย
- 2) หลังคาสร้างด้วยวัสดุทนไฟ แข็งแรง ทนทาน เช่น กระเบื้อง คอนกรีต และสังกะสี เป็นต้น หลังคาควรมีความสูงเหมาะสมกับการระบายอากาศของตลาดนั้น ๆ ส่วนอาคารตลาดที่มีการระบายอากาศโดยวิธีกลหรือเป็นอาคารปิดที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศนั้น หลังคาตลาดไม่จำเป็นต้องสูงมาก
- 3) พื้นทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง เรียบ ทำความสะอาดง่าย และไม่มีน้ำขัง เช่น คอนกรีตและกระเบื้อง เป็นต้น พื้นไม่ขรุขระเป็นหลุมบ่อหรือมีน้ำขังจนเป็นแหล่งสะสมความสกปรก ทำให้ทำความสะอาดได้ยาก และอาจเป็นแหล่งเพาะพันธุ์สัตว์แมลงนำโรค
- 4) ฝาผนังทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง เรียบ และทำความสะอาดง่าย เช่น คอนกรีตผิวเรียบและกระเบื้องเคลือบผิวเรียบ เป็นต้น เพราะกิจกรรมในตลาดจะทำให้เกิดความสกปรกต่อฝาผนังได้ง่าย ฝาผนังควรมีสีอ่อนเพื่อช่วยให้เห็นความสกปรกได้ง่าย อีกทั้งยังช่วยให้ตลาดดูสว่างขึ้น
- 5) ประตูมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยของประชาชนและผู้ขายของขนส่งสินค้าได้สะดวก อีกทั้งสามารถป้องกันสัตว์ต่าง ๆ เข้าไปพลุกพล่านในตลาด ประตูควรจะปิดเป็นประจำหลังจากตลาดปิดบริการ
- 6) ทางเดินภายในอาคารสำหรับผู้ซื้อที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร เพื่อประโยชน์ในการสัญจรของประชาชนที่เข้ามาซื้อสินค้าในตลาด ใช้ในการขนส่งสินค้าเข้า-ออก ของแผงจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการสร้างแผงจำหน่ายสินค้าที่แออัดมากเกินไป
- 7) มีการระบายอากาศภายในตลาดเพียงพอไม่ให้เกิดกลิ่นเหม็นอับ ในกรณีที่เกิดให้มีการระบายอากาศโดยวิธีธรรมชาติ ควรทำหลังคาตลาดให้สูงโปร่ง อาจทำเป็นหลังคาสองชั้น เพื่อช่วยในการระบายอากาศ การก่อสร้างตลาดต้องคำนึงถึงทิศทางลม การระบายอากาศภายในตลาดควรมีช่องระบายอากาศไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่อาคารตลาดแผงจำหน่ายสินค้าที่มีการใช้เตาไฟในการปรุงอาหาร ควรตั้งอยู่ในจุดที่มีอากาศถ่ายเทได้ดี ในกรณีที่ไม่อาจจัดให้มีการระบายอากาศโดยวิธีธรรมชาติได้ ให้จัดให้มีการระบายอากาศโดยวิธีกลซึ่งใช้อุปกรณ์ช่วยในการระบายอากาศ เช่น พัดลมดูดอากาศ เป็นต้น โดยอุปกรณ์ระบายอากาศ

ต้องทำงานตลอดเวลาในระหว่างที่ตลาดเปิดบริการ การนำอากาศภายนอกเข้าและการระบายอากาศทิ้ง โดยวิธีกลต้องไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้ขายของ ประชาชนที่เข้ามาซื้อสินค้า และผู้อาศัยในบริเวณใกล้เคียง

8) ความเข้มของแสงสว่างโดยทั่วไปในอาคารตลาดไม่ควรน้อยกว่า 10 ลักซ์ แต่สำหรับแผงขายสินค้าหรือเชิงจำหน่ายเนื้อสัตว์ต้องมีความเข้มของแสงสว่างไม่น้อยกว่า 200 ลักซ์ แสงสว่างในอาคารตลาดที่เพียงพอจะทำให้มองเห็นความสกปรกที่ปนเปื้อนในอาหารและบริเวณแผงจำหน่ายสินค้าได้ง่าย และยังช่วยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุอีกด้วย ตลาดที่เปิดบริการช่วงเวลากลางวันควรใช้แสงสว่างจากธรรมชาติให้มากที่สุด ถ้าไม่เพียงพอจึงใช้แสงสว่างจากพลังงานไฟฟ้า และต้องไม่ใช่แสงหรือวัสดุอื่นที่ทำให้สีของสินค้าเปลี่ยนแปลงไปจากธรรมชาติ เช่น ใช้ไฟสีแดงที่แผงจำหน่ายเนื้อสัตว์เพื่อให้เนื้อสัตว์มีสีแดงมากขึ้น เป็นต้น ในการตรวจสอบความเข้มของแสงสว่างในอาคารตลาดว่าเพียงพอหรือไม่ ทำได้โดยใช้เครื่องมือวัดความเข้มของแสงสว่าง (ลักซ์มิเตอร์) ถ้าไม่มีเครื่องมือนี้ให้ดูว่าสามารถมองเห็นตัวหนังสือตรงบริเวณนั้นหรือไม่ ถ้ามองเห็นได้ชัดเจนก็ถือว่าความเข้มของแสงสว่างเพียงพอ ส่วนตลาดที่เปิดบริการเวลากลางคืนควรจัดให้มีระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าสำรองสำหรับกรณีฉุกเฉินแยกเป็นอิสระจากระบบที่ใช้อยู่ตามปกติ และสามารถทำงานได้โดยอัตโนมัติเมื่อระบบจ่ายพลังงานไฟฟ้าปกติหยุดทำงาน

9) แผงขายสินค้าเป็นแบบปิดทึบทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ มีความลาดเอียงเพื่อป้องกันน้ำขังอยู่บนแผง และเป็นวัสดุที่ทำความสะอาดง่าย เช่น คอนกรีตขัดมัน กระจกเคลือบผิวเรียบ เป็นต้น พื้นที่ด้านบนของแผงที่ใช้วางไม่น้อยกว่า 2 ตารางเมตรและสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 0.60 เมตร เพื่อป้องกันความสกปรกจากพื้นกระเด็นขึ้นมาเปื้อนสินค้าบนแผง และมีทางเข้าแผงของผู้ขายของกว้างไม่น้อยกว่า 70 เซนติเมตร มีที่นั่งสำหรับผู้ขายของไว้โดยเฉพาะอย่างเหมาะสม แยกต่างหากจากแผงและสะดวกต่อการเข้าออก และผู้ขายสินค้าไม่ควรขึ้นนั่งบนแผงขายสินค้า

5.2.5 บริเวณขนถ่ายสินค้า

จัดให้มีที่ขนถ่ายสินค้าอยู่ในบริเวณหนึ่งบริเวณใดโดยเฉพาะ และอยู่ใกล้กับตัวอาคารตลาดเพื่อสะดวกในการขนส่งสินค้าเข้าตลาด มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการขนถ่ายสินค้าในแต่ละวัน และต้องไม่มีการตั้งแผงขายสินค้ากีดขวางการขนถ่ายสินค้า พื้นบริเวณที่ขนถ่ายสินค้าควรทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง เรียบเพื่อสะดวกในการทำมาสะอาด และควรเป็นพื้นลาดเอียงเพื่อสะดวกในการเข็นสินค้า

5.2.6 ที่จอดรถ

จัดให้มีที่จอดรถเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มาจับจ่ายซื้อสินค้า เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยบริเวณรอบตลาด และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาด้าน การจราจร ส่วนการกำหนดลักษณะและขนาดของที่จอดรถต้องพิจารณาจากสภาพพื้นที่ของ ตลาดจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการในตลาด ซึ่งถ้าพื้นที่จำกัดก็อาจสร้างเป็นอาคารที่จอดรถ หรือ ถ้ามีพื้นที่มากก็สร้างเป็นบริเวณที่จอดรถได้ และไม่ควรใช้ที่จอดรถเพื่อการอื่น เช่น ใช้เป็นที่ตั้ง แผงขายสินค้า เป็นต้น

5.2.7 การวางสินค้าในตลาด

ต้องจัดวางผังการจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทเป็นหมวดหมู่ไม่ปะปนกัน แยกเป็นประเภทอาหารสดชนิดต่าง ๆ อาหารแปรรูป เช่น กุ้งแห้ง ผักดอง เป็นต้น อาหารปรุง สำเร็จสามารถบริโภคได้ทันที และประเภทสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่อสะดวกในการดูแลความสะอาดและป้องกันไม่ใช้เชื้อโรคจากสินค้าประเภทอาหารสดและ สินค้าประเภทที่ไม่ใช่อาหารมาปนเปื้อนสินค้าประเภทปรุงสำเร็จ แผงขายอาหาร มาปนเปื้อน สินค้าประเภทปรุงสำเร็จ แผงขายอาหารปรุงสำเร็จที่มีการปรุงอาหารที่แผงจะมีความร้อน ไขมัน และกลิ่น เป็นต้น ทำให้เกิดความสกปรกได้ง่าย จึงต้องแยกออกจากแผงขายสินค้า ประเภทอื่น ในกรณีที่เป็นอาหารสดอาจมีน้ำหรือของเหลวไหลเลอะเทอะ ลงสู่พื้นตลาดได้ ควรจัดให้มีท่อหรือทางสำหรับระบายน้ำหรือของเหลวนั้นลงสู่ท่อระบายน้ำไม่ให้เปื้อนพื้น ตลาด และไม่ควรวางสิ่งของกีดขวางทางเดินในตลาดหรือวางตามทางเข้าตลาด ทางเดิน และ ถนนรอบตลาด

5.2.8 การป้องกัน ควบคุมไม่ให้เกิดเหตุรำคาญหรือการระบาดของโรคติดต่อ เจ้าของตลาดจะต้องควบคุมดูแลไม่ให้เกิดเหตุรำคาญหรือการระบาดของโรคติดต่อได้ โดยควร ดำเนินการดังนี้

- 1) ห้ามนำสัตว์ทุกชนิดเข้าไปในตลาดเว้นแต่สัตว์ที่นำไปขังไว้ที่ขังสัตว์ เพื่อจำหน่ายห้ามสะสม หมกไหม้สิ่งของต่าง ๆ ในตลาดทำให้สถานที่สกปรกรกรุงรังหรือเป็นที่เพาะพันธุ์สัตว์นำโรค
- 2) ให้ทิ้งมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูลในที่ซึ่งจัดไว้สำหรับรองรับมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูล
- 3) ไม่ทำให้น้ำใช้ในตลาดเกิดความสกปรก ซึ่งอาจทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพได้

ผู้อื่น

- 4) ห้ามก่อหรือจุดไฟไว้ในลักษณะซึ่งน่าจะเดือดร้อนหรือเกิดอันตรายแก่ผู้อื่น
- 5) ห้ามใช้ตลาดเป็นที่พักอาศัยหลับนอน
- 6) ห้ามกระทำการอื่นใดที่จะก่อให้เกิดเหตุรำคาญแก่ผู้อื่น

5.2.9 การเปิดและปิดตลาด

การเปิดและปิดตลาดต้องเป็นไปตามเวลาที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด และควรมีการกำหนดวันหยุดทำการเพื่อทำการล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาลอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

ดังนั้น สรุปได้ว่า สุขลักษณะทั่วไปของตลาด หมายถึงการจัดการและควบคุมปัจจัย หรือสภาวะการ สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมที่เป็นหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ เพื่อการคุ้มครอง ประชาชนด้านสุขลักษณะ โดยตลาดจะต้องมีโครงสร้างหลังคาสร้างด้วยวัสดุทนไฟ แข็งแรง ทนทาน ภายในตัวตลาดมีการระบายอากาศอย่างเพียงพอ ทางเดินในตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร แสงขยาลินคามีแสงสว่างอย่างเพียงพอ การจัดเก็บสิ่งของเรียบร้อย ไม่เกะกะ การวาง จำหน่ายอาหารเป็นหมวดหมู่ไม่ปะปนกัน แสงขยาลินค้ำสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร

6. องค์ประกอบทั่วไปของลักษณะตลาดสด

เกณฑ์การเลือกทำเลที่ตั้งตลาดสด ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2542) ออกตาม ความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ดังต่อไปนี้

6.1 ทำเลที่ตั้ง

แนวคิดในการออกแบบตลาดสดที่ได้มาตรฐาน ควรเริ่มตั้งแต่การเลือกที่ตั้ง เพื่อทราบรายละเอียดด้านสภาพแวดล้อมที่มีอยู่แล้ว และข้อมูลโครงการอื่นที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ในอนาคตซึ่งอาจมีผลกระทบต่อโครงการตลาดสดที่จะสร้าง เช่น สภาพแวดล้อมในชุมชน ทำเลที่ตั้งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งกับชุมชนท้องถิ่น รวมถึงความสัมพันธ์กับ ชุมชนเมืองระหว่างจังหวัดและภาคความสัมพันธ์ระหว่างที่ตั้งกับชุมชน ด้านสังคมและ วัฒนธรรม ค่านิยมและศาสนา ที่สอดคล้องและผลกระทบที่จะเกิดแก่ชุมชนภายหลัง ปัจจัย ต่าง ๆ ของทำเลที่ตั้ง เป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาก่อนการตัดสินใจเลือกที่ตั้งโครงการ ดังรายละเอียด ต่อไปนี้ (สำนักงานกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค. 2551 : 22-23)

6.1.1 ที่ตั้งของตลาดต้องอยู่ห่างไม่น้อยกว่า 100 เมตร จากแหล่งที่ก่อให้เกิด มลพิษ ของเสีย โรงเลี้ยงสัตว์ แหล่งโสโครก ที่กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอย อันอาจเป็นอันตราย ต่อสุขภาพอนามัย

6.1.2 มีเนื้อที่ของตลาดเหมาะสมกับสิ่งปลูกสร้างสำหรับขายของ หรือขนถ่ายสินค้า และที่จอดรถ

6.1.3 มีถนนรอบอาคารตลาดความกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร มีทางเข้าออกสะดวกและเป็นประโยชน์ในการดับเพลิงกรณีอัคคีภัยที่อาจเกิดขึ้นอีกด้วย

6.1.4 อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของมีลักษณะถาวรมั่นคง มีทางเดินระหว่างอาคาร ไม่น้อยกว่า 2 เมตร และมีการระบายอากาศเพียงพอ

6.1.5 มีความพร้อมของสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา การบำบัดน้ำเสีย เตาเผาขยะ ถังดับเพลิง สถานบริการสาธารณสุข และโครงการอื่น ๆ ที่จะเปลี่ยนแปลงของการขยายตัวชุมชนในอนาคต เช่น แนวโน้มเขตจำกัดการใช้ที่ดิน การเวนคืนที่ดิน การได้รับประโยชน์จากระบบการขนส่ง

6.2 ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า

ความหลากหลายของสินค้าให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้มาจับจ่ายซื้อของในตลาดสดทุกประเภท เช่น ผัก ผลไม้ ปิ้งย่างทอด ประเภทปรุงสำเร็จรูป เช่น แอง ผัด ต้ม ยำ น้ำพริก ประเภท อาหารสด เช่น อาหารทะเลสด เนื้อสัตว์ ปลาสด กุ้งสด และสินค้าเบ็ดเตล็ด และเสื้อผ้าสำเร็จรูป

6.3 ด้านการจัดการจราจร

จัดให้มีถนนรอบตลาดสดที่มีทางเข้าออกสะดวก มีที่จอดรถเพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ประชาชนที่มาจับจ่ายซื้อสินค้า เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยบริเวณรอบตลาด และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาด้านการจราจร มีเจ้าหน้าที่ ในการจัดการจราจร ส่วนการกำหนดลักษณะและขนาดของที่จอดรถต้องพิจารณาจากสภาพพื้นที่ของตลาดจำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการในตลาด ซึ่งถ้าพื้นที่จำกัดก็อาจสร้างเป็นอาคารที่จอดรถ หรือถ้ามีพื้นที่มากก็สร้างเป็นบริเวณที่จอดรถได้ และไม่ควรใช้ที่จอดรถเพื่อการใช้งานอื่น เช่น ใช้เป็นที่ตั้งแผงขายสินค้า เป็นต้น

6.4 การประชาสัมพันธ์

การจัดการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ เช่น คำแนะนำ ชี้แจง คู่มือ แผ่นพับ เสียงตามสาย การจัดนิทรรศการ การโฆษณาในบริเวณตลาดสดให้ผู้ขายของในตลาดและผู้บริโภคของเจ้าพนักงานสาธารณสุข เจ้าพนักงานท้องถิ่น ในการดำเนินงานเกี่ยวกับสุขภาพตลาด เช่น ระเบียบกฎเกณฑ์ในการรักษาความสะอาด อาหารปลอดภัย หรือโรคและอันตรายที่

เกิดจากตลาดไม่ถูกสุขลักษณะ การรวบรวมขยะมูลฝอยการล้างตลาดและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับราคาสินค้าที่จำเป็น และจุดบริการตาชั่งกลาง

6.5 ราคาสินค้า

ผู้ประกอบการได้แสดงให้เห็นให้ผู้ให้บริการ ได้มีความเข้าใจกับสินค้า มีความชัดเจน ราคาสินค้าเป็นธรรมกับผู้ให้บริการ เหมาะสมกับสินค้า และมีป้ายบอกราคาสินค้าที่เปิดเผยให้เห็นเด่นชัด และอยู่ในการควบคุมราคาของเจ้าหน้าที่

6.6 การจัดวางแผงสินค้า

ผู้ประกอบการค้าในตลาดสดทั้งแผงชั่วคราว และแผงถาวรได้มีการจัดวางแผงสินค้าออกเป็น ส่วน ๆ ได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การจัดแผงสินค้าที่สะอาด แผงสินค้าแยกออกแต่ละประเภทอย่างชัดเจน มีการจัดแยกแผงสินค้าที่เป็นอาหารสด อาหารแปรรูป เครื่องดื่มและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่เกี่ยวกับอาหาร ต้องสูงจากพื้น ไม่น้อยกว่า 0.60 เมตร เพื่อป้องกันสิ่งสกปรกจากพื้นกระเด็นขึ้นมาปนเปื้อนอาหาร และห้ามวางวัตถุอันตรายปะปนกับสินค้าประเภทอาหาร และสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป และสินค้าประเภทของใช้ประจำวัน มีการจัดแผงสินค้าที่เป็นระเบียบ และมีความสะดวกในการใช้บริการ

6.7 การรักษาความปลอดภัยของเทศกิจ

หน่วยงานท้องถิ่น เทศบาลมีหน้าที่ดูแลตลาดสดโดยตรง ด้วยการจัดให้เจ้าหน้าที่เทศกิจการปฏิบัติงานในการจัดวางแผงขายสินค้า การจัดเก็บรายได้จากการเช่าแผงขายสินค้าจากผู้ค้า รักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ให้แก่ประชาชนที่มาใช้บริการ และการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่เทศกิจอย่างเป็นทางการและสมัครสมาชิกกับผู้มาใช้บริการตลาดสด

6.8 การจัดการบริหารสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นการบริหารจัดการที่ต้องใช้ความร่วมมือจากทุกฝ่ายดังนี้

6.8.1 การเก็บรวบรวมขยะมูลฝอย แยกขยะเปียกขยะแห้ง และพลาสติก ขยะรีไซเคิล ป้องกันกาเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ของแมลงและพาหะนำโรคนิตต่าง ๆ

6.8.2 การกำจัดน้ำเสีย ที่เกิดจากการใช้น้ำในการล้างสินค้าที่จำหน่าย เช่น ผักผลไม้ เนื้อสัตว์ ปลา เป็นต้น ทำให้น้ำโสโครกมีเศษอาหาร ไขมัน ตะกอน เชื้อโรค และสิ่งสกปรกชนิดต่าง ๆ ปะปนกันอยู่มากมาย การระบายน้ำโสโครกจึงต้องผ่านบ่อดักเศษอาหารให้

ถูกสุขลักษณะเช่น การใช้ตะแกรง บ่อดักตะกอน หรือบ่อดักไขมัน รางระบายน้ำที่สะดวกในการล้างและผ่านบ่อดักเศษอาหารที่ถูกสุขลักษณะ

6.8.3 การระบายอากาศและแสงสว่างการระบายอากาศในตลาดสดที่เหมาะสมและเพียงพอจะช่วยลดการติดต่อกันของโรคและลดกลิ่น อากาศของตลาดสดจึงควรต้องโปร่งและอากาศถ่ายเทสะดวกแสงสว่างในอาคารที่เพียงพอจะทำให้มองเห็นความสกปรกที่ปนเปื้อนในอาหารและบริเวณแผงจำหน่ายสินค้าและยังช่วยป้องกันการเกิดอุบัติเหตุในตลาดได้อีกด้วยตลาดที่เปิดบริการในช่วงเวลากลางวันควรใช้แสงสว่างจากธรรมชาติให้มากที่สุด ถ้าไม่เพียงพอจึงใช้แสงสว่างจากพลังงานไฟฟ้า และต้องใช้แสงหรือวัสดุอื่นที่ทำให้สีของสินค้าเปลี่ยนแปลงไปจากธรรมชาติ เช่น ใช้ไฟสีแดงที่แผงจำหน่ายเนื้อสัตว์เพื่อให้เนื้อมีสีแดงมากขึ้น เป็นต้น

6.8.4 ทางเดินภายในตลาดสด ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ได้มีการกำหนดให้ ทางเดินระหว่างร้านแทน หรือโต๊ะ หรือที่ขายของในตลาดต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร เพื่อความสะดวกในการเดินจ่ายตลาด ของประชาชนและความสะดวกในการขนส่งสินค้าเข้าออกแผงจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ และยังป้องกันการสร้างแผงจำหน่ายสินค้าแออัด พื้นทางเดินภายในตลาด ควรทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง ผิวเรียบ เช่น คอนกรีต กระเบื้องเคลือบ หินขัด ฯลฯ พื้นต้องไม่ชำรุดเป็นหลุมเป็นบ่อ ไม่มีน้ำขังจนเป็นแหล่งสะสมความสกปรก ทำให้ทำความสะอาดได้ง่าย

6.8.5 การรักษาความสะอาดในตลาดสด มีการบำรุงรักษาโครงสร้างต่าง ๆ ภายในตลาดให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลา จัดที่รองรับขยะมูลฝอยที่ไม่รั่วซึม และมีฝาปิดประจำทุกแผงในตลาด จัดให้มีผู้รับผิดชอบเก็บกวาดบริเวณตลาด และดูแลที่รวบรวมขยะมูลฝอยเป็นประจำทุกวัน และกำหนดให้มีการล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาลอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

6.8.6 ผู้ขายของในตลาดสด ควรมีความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหาร แต่งกายสะอาด ควรสวมเสื้อมีแขน ผูกผ้ากันเปื้อน ใส่หมวกคลุมผม ตัดเล็บให้สั้นอยู่เสมอ ล้างมือให้สะอาดก่อนปรุงอาหาร มีสุขภาพแข็งแรงไม่เป็นโรคหรือเป็นพาหะนำโรคติดต่อ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ประเด็นการจัดการสิ่งแวดล้อมตลาดนั้น โดยภาพรวมแล้วจะมองในเรื่องของการจัดการขยะ คือการเก็บรวบรวมและการกำจัดขยะ น้ำโสโครก ระบายการระบายอากาศและแสงสว่าง ทางเดิน การรักษาความสะอาดภายในตลาด สุขลักษณะส่วนบุคคล และการปฏิบัติตนของผู้ขาย นอกจากนี้ยังรวมถึงคุณภาพสินค้าที่จำหน่าย และความสะอาด

ปลอดภัยในการมาใช้บริการด้วย การปฏิบัติดังกล่าวจะประสบผลสำเร็จ ต้องได้รับความร่วมมือในการปฏิบัติจากทุกฝ่าย ทั้งเจ้าของตลาด ผู้ขายในตลาด ผู้มาใช้บริการรวมถึงราชการ ส่วนท้องถิ่นนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

1. ความหมายของการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (2549 : 22) ได้ให้ความหมายของการจัดการสิ่งแวดล้อม หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้สิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัว มีผลดีต่อคุณภาพชีวิต คือ รู้จักปกป้องไม่ให้เกิดปัญหามลพิษต่อการดำรงชีวิต การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จะต้องมีความหมายของแนวทางและมาตรการต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพปัญหาที่เป็นอยู่

ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา (2549 : 24) ได้ให้ความหมายของการจัดการสิ่งแวดล้อม หมายถึง เป็นการกำหนดกิจกรรมที่จะทำ ซึ่งจะเป็นกิจกรรมใดก็ได้ และกิจกรรมเหล่านั้นจะต้องไม่ทำให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อดำเนินการไปแล้วสิ่งแวดล้อมทั้งระบบนั้นสามารถเอื้ออำนวยให้มวลมนุษย์ พืช สัตว์ และสิ่งแวดล้อมอื่นคงอยู่อย่างถาวรต่อไป โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาแก่สังคม

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2549 : 12-16) ได้ให้ความหมายของการจัดการสิ่งแวดล้อม หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้สิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวมีผลดีต่อคุณภาพชีวิตคือ รู้จักปกป้องไม่ให้เกิดปัญหามลพิษต่อการดำรงชีวิต

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง กระบวนการรวมพลังการทำงานของกลุ่มคนที่จัดการทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิตซึ่งเกิดขึ้น โดยธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์ได้ทำขึ้น จัดการให้สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบสถานที่นั้น ๆ ให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

2. องค์ประกอบของการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

2.1 ตรวจสอบและบำรุงรักษาโครงสร้างของตลาด และอุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น ตัวอาคาร สายไฟ หลอดไฟ อุปกรณ์ไฟฟ้า ท่อน้ำประปา และเครื่องดับเพลิง เป็นต้น ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดีตลอดเวลา

2.2 ควรจัดให้มีการฝึกอบรมผู้ขายของและผู้ช่วยขายของในตลาดด้านสุขาภิบาล สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ

2.3 ควรจัดให้มีการตรวจสอบสุขภาพของผู้ขายของและผู้ช่วยขายอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

2.4 จัดให้มีการดูแลความสะอาดของห้องน้ำ ห้องส้วม บ่อคักมูลฝอย บ่อคักไขมัน และระบบบำบัดน้ำเสียส่วนอื่น ๆ ให้ใช้การได้ดีตลอดเวลา โดยกำหนดให้มีผู้ดูแลรับผิดชอบ

2.5 จัดผู้รับผิดชอบเก็บรวบรวมและกวาดมูลฝอยบริเวณตลาด ดูแลและทำความสะอาดที่รองรับมูลฝอยสาธารณะและที่พักรวมมูลฝอยเป็นประจำทุกวัน

2.6 จัดให้มีการทำความสะอาดตลาดเป็นประจำทุกวัน โดยอาจแบ่งพื้นที่รับผิดชอบ โดยให้ผู้ขายของรับผิดชอบบริเวณแผงของตนเอง ส่วนพื้นที่ใช้สอยร่วมกัน เช่น ที่ขนถ่ายสินค้า ที่จอดรถ ให้จัดหาผู้รับผิดชอบต่างหาก และกำหนดให้มีการล้างตลาดตาม หลักการสุขาภิบาลอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ในช่วงเวลาที่ปิดตลาด โดยขอความร่วมมือจากผู้ขายของทุกแผงในตลาดมาร่วมกันล้างตลาด และอาจขอรับการสนับสนุนจากราชการส่วนท้องถิ่นในการล้างตลาดที่ถูกหลักสุขาภิบาลโดยกำหนดให้มีผู้ดูแลรับผิดชอบ

2.7 เจ้าของตลาดจะต้องจัดให้มีผู้ดูแลรับผิดชอบการสุขาภิบาลตลาดอื่น ๆ ให้มีการปฏิบัติและรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ

2.7.1 การทำความสะอาดตลาดเป็นประจำทุกวัน โดยการเก็บกวาดมูลฝอย บริเวณต่าง ๆ ในตลาด ทำความสะอาดบริเวณแผงจำหน่ายเนื้อสัตว์ โดยการล้างน้ำ หรือใช้ผงซักฟอกตลอดจนการทำความสะอาดรางระบายน้ำให้ปราศจากมูลฝอย

2.7.2 การล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาล หมายความว่า การทำความสะอาด ตัวอาคาร แผงขายของในตลาด พื้น ผนัง เพดาน รางระบายน้ำ ห้องน้ำ ห้องส้วม และบริเวณต่าง ๆ รอบอาคารตลาดให้สะอาดปราศจากสิ่งปฏิกูล มูลฝอยหยากไย่ ฝุ่นละออง คราบสกปรก และอื่น ๆ รวมทั้งให้มีการฆ่าเชื้อโรคและกำจัดสัตว์พาหะนำโรค ทั้งนี้สารเคมีที่ใช้ต้องไม่มีผลกระทบต่อระบบบำบัดน้ำเสียของตลาด (จากกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535) ขั้นตอนในการล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาลมีดังต่อไปนี้

1) ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขายของในตลาดและผู้บริโภครู้ได้ทราบก่อนที่จะดำเนินการ

2) สำรวจหาที่อยู่อาศัยและแหล่งอาหารของหนู แมลงวัน แมลงสาบ

3) ทำการควบคุมโดยการวางกรงดัก การดักเพื่อลดจำนวนและหาความชุกชุม กรณีมีโรคระบาดเกิดขึ้น ควรเก็บตัวอย่างหนูที่ส่งตรวจทางห้องปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์หาเชื้อโรค และหาค่าดัชนีหมัดหนู

4) ให้ผู้ขายของนำสินค้าและสิ่งของต่าง ๆ ตรงบริเวณที่ได้สำรวจไว้ ออกจากแผงให้หมดในตอนเย็นก่อนที่จะดำเนินการล้างตลาดในวันรุ่งขึ้น

5) การทำความสะอาด

5.1) แยกสิ่งของที่ไม่ให้นำไปทิ้ง

5.2) ขจัดหยากไย่ หรือเศษสิ่งสกปรกที่ติดบนเพดาน ฝาผนัง โคมไฟ พัดลม และอาคาร

5.3) ทำความสะอาดบริเวณแผงและรางระบายน้ำเสีย รวมทั้งกวาดเศษมูลฝอยไปรวมทิ้งไว้ในบริเวณที่พักมูลฝอยรวมหรือในที่ที่จัดไว้เพื่อรอการนำไปกำจัด

5.4) เก็บรวบรวมมูลฝอยในที่สาธารณะหรือและบริเวณที่พักมูลฝอยรวมในตลาดไปกำจัดให้หมด แล้วล้างทำความสะอาดและทำการทำลายเชื้อโรค

5.5) ล้างทำความสะอาดด้วยสารเคมีพิเศษ ผงซักฟอก และน้ำสำหรับพื้นที่ต่าง ๆ ดังนี้

5.6) ใช้น้ำสะอาดฉีดล้างบนแผง ทางเดิน ฝาผนัง และกวาดน้ำลงสู่รางระบายน้ำเสีย เพื่อชำระล้างสิ่งสกปรก โขดน้ำไฟ หรือผงซักฟอกออกให้หมด

5.7) แผงขายอาหารทะเลที่มีกลิ่นคาวจากอาหารทะเลจำพวกสัตว์น้ำ เมื่อล้างทำความสะอาดด้วยน้ำผสมผงซักฟอกและฆ่าเชื้อโรคแล้ว ให้ใช้หัวน้ำส้มสายชูผสมน้ำให้เจือจางราดบริเวณเพื่อดับกลิ่นคาว

5.8) บริเวณห้องน้ำ ห้องส้วม อ่างล้างมือ ที่ปัสสาวะ และก๊อกน้ำ สาธารณะที่ใช้ในตลาดต้องล้างทำความสะอาดโดยน้ำยาทำความสะอาดหรือผงซักฟอกและใช้แปรงลวดหรือวัสดุยาสั่งเคราะห์ถูบริเวณคราบสิ่งสกปรก แล้วจึงล้างด้วยน้ำให้สะอาด

6) การฆ่าเชื้อโรค ใช้น้ำผสมผงปูนคลอรีนในอัตราส่วน ผงปูน คลอรีน 60% 1 ช้อนชา (4 กรัม) ต่อน้ำ 1 ปี๊ป (20 ลิตร) ใสลงในฝักบัวรดน้ำและรดลงบริเวณแผง ทางเดิน รางระบายน้ำให้ทั่ว และบริเวณจุดที่พักมูลฝอยรวม ปล่อยทิ้งไว้เพื่อให้คลอรีนฆ่าเชื้อโรคและกำจัดกลิ่น

7) ฉีดพ่นด้วยสารเคมีกำจัดแมลงในกลุ่มพาราทรอยด์ (Parathyroid) บริเวณ รางระบายน้ำ ท่อน้ำทิ้ง และบริเวณพื้นตลาดหลังการฆ่าเชื้อด้วยคลอรีน

8) วางแนวป้องกันหนู (Defense Lines) เข้าสู่ตลาดโดยการวางเหยื่อกำจัด หนูบริเวณตลาด

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า จากความหมายและองค์ประกอบของการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อมคือ กระบวนการรวมพลังงานของกลุ่มคน ที่จะต้องบริหารจัดการ ดูแลด้าน สิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตลาดให้สะอาดเรียบร้อย พร้อมทั้งมีการล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาลใน ตัวอาคาร และจัดให้มีการฝึกอบรมผู้ขายของและผู้ช่วยขายของในตลาดด้วยสุขาภิบาล สิ่งแวดล้อมและสุขภาพ มีผู้ดูแลรับผิดชอบในการรักษาความปลอดภัยของตลาด มีเครื่องดั่งเพลิง ที่ใช้งานได้ดีติดตั้งในบริเวณที่เห็นง่าย

3. องค์ประกอบของการจัดการมูลฝอย

3.1 การเก็บรวบรวมมูลฝอย

ภายในตลาดควรมีการเก็บรวบรวมมูลฝอยเพื่อไม่ให้มูลฝอยเคลื่อนกลาดก่อ ความไม่น่าดูและปัญหาต่าง ๆ ตามมา โดยในการเก็บรวบรวมมูลฝอยควรพิจารณาตั้งแต่ ประเภทของมูลฝอยที่จะเก็บ ว่าควรจะมีการคัดแยกมูลฝอยในครั้งแรกที่มีมูลฝอยเกิดขึ้นเลย โดยเจ้าของตลาดต้องจัดให้มีที่รองรับมูลฝอยและต้องจัดให้มีคนงานเก็บรวบรวมมูลฝอยที่ เกิดขึ้นในแต่ละวัน ไปไว้ยังที่พักมูลฝอยรวม เพื่อเตรียมนำไปกำจัดหรือส่งให้ราชการท้องถิ่น มารับไปกำจัดต่อไป

3.1.1 การคัดแยกมูลฝอย ที่เกิดขึ้นในตลาดควรได้รับการคัดแยกเพื่อความ สะดวกในการเก็บขนและกำจัด โดยอย่างน้อยที่สุดควรคัดแยกมูลฝอยออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) มูลฝอยสด หมายถึง มูลฝอยที่มีส่วนประกอบของสารอินทรีย์เป็นส่วน ใหญ่ และมีความชื้นปะปนอยู่สูง จึงย่อยสลายได้ง่าย เช่น มูลฝอยพวกเศษอาหารเศษพืชผัก ใบตอง เศษเนื้อสัตว์ กระดุก และใบตองสด เป็นต้น

2) มูลฝอยทั่วไป หมายถึง มูลฝอยที่ย่อยสลายยากหรือบางชนิดย่อยสลาย ไม่ได้ โดยอาจเป็นได้ทั้งสารอินทรีย์และสารอนินทรีย์ และมีความชื้นต่ำ เช่น ถุงพลาสติก กระดาษหนังสือพิมพ์ ก่อ่งหรือถุงกระดาษ ขวดแก้ว กระจัง และเศษไม้ เป็นต้น มูลฝอย ในกลุ่มนี้จะมีมูลฝอยรีไซเคิลรวมอยู่ด้วย ที่สามารถแยกเพื่อนำไปจำหน่ายให้ชาลั่งได้ เช่น กระดาษหนังสือพิมพ์ กระจังอะลูมิเนียม ขวดแก้ว เป็นต้น

3.1.2 ที่รองรับมูลฝอยสาธารณะ เมื่อสามารถระบุประเภทของมูลฝอยที่จะคัด แยกได้แล้ว เจ้าของตลาดควรจัดให้มีที่รองรับมูลฝอยมาประจำไว้สำหรับใส่มูลฝอยซึ่งควรมีทั้ง

ที่รองรับมูลฝอยสาธารณะ และที่รองรับมูลฝอยประจำแผง และทำความสะอาดที่รองรับมูลฝอยอยู่เสมอ

1) จำนวนที่รองรับมูลฝอยสาธารณะ 1 ชุด ต่อ 10 แผง (1 ชุด หมายถึง มีที่รองรับมูลฝอยสด 1 ที่ และที่รองรับมูลฝอยทั่วไป 1 ที่) วางไว้บริเวณตลาดโดยรอบ

2) ที่รองรับมูลฝอยประจำแผง ทุกแผงต้องจัดให้มีที่รองรับมูลฝอยประจำแผง โดยที่บางแผงอาจมีเฉพาะที่รองรับมูลฝอยสด บางแผงอาจมีเฉพาะที่รองรับมูลฝอยทั่วไป และบางแผงอาจมีที่รองรับมูลฝอยทั้ง 2 ประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทมูลฝอยที่เกิดขึ้นในแผงนั้นๆ

3) ลักษณะที่รองรับมูลฝอยแต่ละประเภทมีดังนี้

3.1) ที่รองรับมูลฝอย

3.1.1) ทำด้วยวัสดุคงทน แข็งแรงไม่รั่วซึม

3.1.2) ควรมีรูปทรงที่ง่ายต่อการทำความสะอาด เช่น เป็นรูปสี่เหลี่ยมหรือทรงกระบอก เป็นต้น

3.1.3) มีความจุเพียงพอที่จะรองรับมูลฝอยได้ต่อวัน ทั้งนี้ควรมีความจุประมาณ 50 – 100 ลิตร

3.1.4) มีฝาปิดที่สะดวกต่อการ ปิด – เปิด

3.1.5) มีที่จับยกเพื่อสะดวกในการขนย้ายและนำมูลฝอยไปพักยังที่พักมูลฝอยรวมมีตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ที่รองรับมูลฝอยระบุว่าเป็น “ที่รองรับมูลฝอยสด”

3.2) ที่รองรับมูลฝอยทั่วไป

3.2.1) ทำด้วยวัสดุคงทน แข็งแรงไม่รั่วซึม

3.2.2) มีความจุเพียงพอที่จะรองรับมูลฝอยได้ต่อวัน ทั้งนี้ควรมีความจุประมาณ 100 – 200 ลิตร

3.2.3) มีฝาปิดที่สะดวกต่อการ ปิด – เปิด

3.2.4) มีที่จับยกเพื่อสะดวกในการขนย้ายและนำมูลฝอยไปพักยังที่พักมูลฝอยรวม

3.2.5) มีตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ที่รองรับมูลฝอยระบุว่าเป็น “ที่รองรับมูลฝอยทั่วไป”

3.3) การเก็บรวบรวมมูลฝอยของแผงขายของ แต่ละแผงต้องเก็บกวาดมูลฝอยในบริเวณแผง และนำมูลฝอยที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ไปพักรวมไว้ที่พักมูลฝอยรวมของ

ตลาดที่ได้จัดแยกส่วนไว้สำหรับมูลฝอยแต่ละประเภท และล้างทำความสะอาดที่รองรับมูลฝอยทุกวัน

3.4) การเก็บรวบรวมมูลฝอยจากที่รองรับมูลฝอยสาธารณะ เจ้าของตลาดต้องจัดให้มีผู้เก็บกวาดมูลฝอยบริเวณรอบตัวอาคารตลาด ทางเดินเท้า ถนน บริเวณอาคารตลาด และนำมูลฝอยจากที่รองรับมูลฝอยสาธารณะไปไว้ที่ที่พักมูลฝอยรวมทุกวัน

3.5) ที่พักมูลฝอยรวมหรือที่รวบรวมมูลฝอย เจ้าของตลาดต้องจัดทำที่พักมูลฝอยรวมไว้สำหรับรวบรวมมูลฝอยจากตลาดก่อนนำไปกำจัดต่อไปจะต้องได้รับการทำความสะอาดอยู่เสมอ ทั้งนี้ที่พักมูลฝอยรวมควรมีลักษณะ ดังนี้

3.5.1) ที่พักมูลฝอยจะต้องตั้งอยู่นอกตัวอาคารตลาดในพื้นที่ที่รถยนต์เก็บขนมูลฝอยเข้า-ออกได้ และขนย้ายมูลฝอยได้สะดวก รวมทั้งต้องมีระยะห่างจากสถานที่ประกอบอาหารและสถานที่เก็บอาหาร ไม่น้อยกว่า 4 เมตร แต่ถ้าที่พักมูลฝอยรวมมีความจุเกินกว่า 3 ลูกบาศก์เมตร ต้องมีระยะห่างจากสถานที่ดังกล่าว ไม่น้อยกว่า 10 เมตร

3.5.2) เป็นสิ่งปลูกสร้างถาวรหรือโรงเรือนอาคาร แข็งแรง มั่นคง ทำด้วยวัสดุถาวรและทนไฟ ซึ่งอาจเป็นถึงคอนกรีตเสริมเหล็ก โลหะที่แข็งแรง ไม้รวู้ซิม

3.5.3) พื้นผิวภายในต้องเรียบและกันน้ำซึม

3.5.4) ต้องป้องกันสัตว์เข้าไปคุ้ยเขี่ยและป้องกันกลิ่นได้

3.5.5) ต้องมีการระบายอากาศและป้องกันน้ำเข้า

3.5.6) แยกส่วนรับมูลฝอยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 สำหรับพักมูลฝอยสด และส่วนที่ 2 ไว้สำหรับพักมูลฝอยทั่วไป ทั้งนี้มูลฝอยที่จะนำมาพักควรใส่ถุงพลาสติกหรือถุงดำก่อน

3.5.7) ต้องสามารถป้องกันพาหะนำโรคและสัตว์ต่าง ๆ ไม่ให้เข้าไปพักรวมมูลฝอยได้ เพื่อที่จะได้ไม่สามารถใช้มูลฝอยเป็นแหล่งอาหารหรือแหล่งเพาะพันธุ์ได้

3.5.8) พื้นของที่พักมูลฝอยรวมควรยกสูงจากพื้นดินอย่างน้อย 20 เซนติเมตร หรือให้สะดวกต่อการนำมูลฝอยมาพักและการลำเลียงมูลฝอยออกจากที่พักมูลฝอยรวมเพื่อขนย้ายไปกำจัด

3.5.9) ต้องจัดทำระบบระบายและบำบัดน้ำเสีย เพื่อรับน้ำเสียจากที่พักมูลฝอยรวมและทำรองรับมูลฝอย

3.5.10) ที่พักมูลฝอยควรมีความจุอย่างน้อย 2 เท่าของปริมาณมูลฝอยที่เกิดขึ้นในแต่ละวันหรือมีความจุ 1 ลูกบาศก์เมตร ต่อ 10 แพง หรือมีความจุไม่น้อยกว่า 1.2

ลิตร ต่อพื้นที่ของอาคาร 1 ตารางเมตร ทั้งนี้เพื่อให้มีการพักมูลฝอยไว้ในที่พักมูลฝอยนานเกินไป อันจะก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย

มูลฝอยในที่พักมูลฝอยรวม โดยเฉพาะมูลฝอยสดจะต้องถูกนำไปกำจัดทุกวัน ไม่ควรตกค้างในที่พักมูลฝอย เพราะนอกจากอาจจะเป็นแหล่งอาหารหรือแหล่งเพาะพันธุ์ของสัตว์แมลงนำโรคต่าง ๆ แล้ว มูลฝอยสดยังอาจส่งกลิ่นเหม็นจากการเน่าเปื่อยสำหรับมูลฝอยทั่วไปก็ไม่ควรปล่อยค้างอยู่ในที่พักมูลฝอยนานเกินไป ควรรีบนำไปกำจัดเพื่อไม่ให้เกิดการหมักหมม ของมูลฝอยในที่พักมูลฝอยนานเกินไป

ที่พักมูลฝอยรวมต้องล้างทำความสะอาดทุกวันหลังจากนำมูลฝอยออกไปกำจัดแล้ว และทำลายเชื้อโรคอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้ง โดยใช้น้ำผสมผงปูนคลอรีนขนาด 200 พีพีเอ็ม (ใช้ผงปูนคลอรีน 60% จำนวน 4 กรัม หรือ 1 ช้อนชา ต่อน้ำ 2 ลิตรหรือ 1 ปี๊บ)

3.2 การกำจัดมูลฝอย

ตลาดอาจส่งมูลฝอยให้ราชการส่วนท้องถิ่นรับไปกำจัดทั้งหมด หรือตลาดอาจกำจัดเองในบางส่วนหรือทั้งหมดก็ได้ ซึ่งตลาดสามารถดำเนินการกำจัดเองได้ตามประเภทของมูลฝอยที่คัดแยก ดังนี้

3.2.1 มูลฝอยสดหรือมูลฝอยที่ย่อยสลายได้ สามารถกำจัดได้หลายวิธี เช่น

1) ขाय เศษผักและเศษชิ้นส่วนจากการทำปลาและไก่ สามารถขายให้แก่ผู้ที่นำเศษผักและชิ้นส่วนสัตว์ไปใช้เป็นอาหารสัตว์ได้ รวมทั้งเกล็ดปลาที่สามารถขายเพื่อนำไปทำดอกไม้ได้ นอกจากนี้ได้กำจัดมูลฝอยให้หมดไปจากตลาดแล้ว ยังได้เงินเป็นการตอบแทนด้วย ซึ่งถ้าใช้วิธีนี้ จะต้องเตรียมที่รองรับมูลฝอยเฉพาะขยะประเภทนี้เพื่อคัดแยกตั้งแต่แรกเลย

2) การหมัก ซึ่งในปัจจุบันมีวิธีการหมักที่ทำกันหลายวิธี การหมักขยะหอมเป็นวิธีหนึ่งที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันเพราะได้ประโยชน์จากการหมักหลายประการ ตลาดสามารถนำเศษพืชผักผลไม้มาหมักตามกรรมวิธีการหมักขยะหอม เมื่อหมักแล้วสามารถนำไปย่น้ำอานามัยและมูลฝอยที่ได้จากการหมักไปขายหรือใช้ประโยชน์ภายในตลาดได้อีกด้วย ถ้าจะดำเนินการหมักจะต้องจัดหาคนงานมารับผิดชอบเพื่อให้การดำเนินการหมักเป็นไปด้วยดี

3.2.2 มูลฝอยทั่วไปหรือมูลฝอยที่ย่อยสลายยากหรือย่อยสลายไม่ได้

อาจกำจัดได้หลายวิธี เช่น

1) ขाय ดังได้กล่าวในตอนต้นแล้วว่าในมูลฝอยทั่วไปจะมีมูลฝอยรีไซเคิลรวมอยู่ด้วย จึงควรอย่างยิ่งที่จะคัดแยกมูลฝอยรีไซเคิลนี้ไปขาย

2) ฝึง หรือเผา มูลฝอยที่ไม่สามารถขายได้ ตลาดอาจกำจัดเองโดยการฝึง หากตลาดมีพื้นที่เพียงพอ หรืออาจนำไปเผาแต่จะต้องเผาในเตาเผามูลฝอยที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ไม่ก่อให้เกิดเหตุรำคาญแก่ประชาชนใกล้เคียง

สรุปได้ว่าการจัดการมูลฝอย หมายถึง รูปแบบกระบวนการในการดำเนินงานที่เกี่ยวกับการควบคุมการทิ้งขยะมูลฝอย สิ่งของต่าง ๆ ที่มนุษย์ไม่ใช้แล้วทิ้งไป โดยการบริหารจัดการรวบรวมขยะมูลฝอย การคัดแยกมูลฝอย และการกำจัดมูลฝอย ทุกแผนมที่รองรับและที่พักขยะมูลฝอย การแปลงรูปเพื่อการใช้ประโยชน์จากขยะมูลฝอย

4. การจัดการน้ำเสีย

4.1 ความหมายของการจัดการน้ำเสีย

พัฒนา มุลพฤษ (2541 : 21) ได้กล่าวถึงการจัดการน้ำเสีย หมายถึง กระบวนการต่าง ๆ ในการบำบัดน้ำเสีย ด้วยวิธีการทางกายภาพหรือฟิสิกส์ ทางเคมี ทางชีวภาพ เพื่อกำจัดหรือจัดเอาสิ่งสกปรกออกจากน้ำเสีย โดยเฉพาะสิ่งสกปรกที่ไม่ละลาย เป็นการนำสิ่งมีชีวิตเป็นตัวช่วยในการเปลี่ยนสภาพของน้ำเสียในน้ำเสียให้อยู่ในสภาพที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา

สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (2549 : 11) ได้ให้ความหมาย ของน้ำเสียว่าน้ำที่ผ่านการใช้งานแล้วจนทำให้คุณลักษณะและคุณสมบัติของน้ำเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งไม่เหมาะสมสำหรับการนำมาใช้ในการอุปโภค และบริโภคอีกครั้ง

จากความหมายของการจัดการน้ำเสีย จึงสรุปได้ว่า หมายถึง วิธีการทำงานวางแผนจัดการเกี่ยวกับน้ำเสียที่ถูกใช้ไปในกิจกรรมต่างๆ จนทำให้ลักษณะของน้ำเปลี่ยนแปลงไป อาจอยู่ในสภาพเป็นของเหลวมีกากและไม่มีกาก ทำให้น้ำมีสิ่งปนเปื้อน โดยการจัดการให้อยู่ในสภาพที่ดีขึ้นเป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์การ

4.2 องค์ประกอบของการจัดการน้ำเสีย

ตลาดต้องมีการจัดการน้ำเสีย ซึ่งต้องเริ่มตั้งแต่การวางโครงสร้างของตลาด ที่จะต้องประกอบไปด้วยรางระบายน้ำเสีย บ่อคักมูลฝอย บ่อคักไขมัน ระบบบำบัดน้ำเสียเบื้องต้น และระบบบำบัดน้ำเสีย มีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 รางระบายน้ำเสีย

มีรางระบายน้ำด้วยวัสดุถาวร เรียบ เช่น คอนกรีต เป็นต้น รางระบายน้ำควรวางเป็นแนวตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยต้องมีส่วนลาดเอียงไม่ต่ำกว่า 1 ใน 200 หรือต้องมีส่วนลาดเอียงเพียงพอให้น้ำไหลเร็วไม่ต่ำกว่า 60 เซนติเมตรต่อวินาที ขนาดของราง

ระบายน้ำต้องมีความสัมพันธ์กับปริมาณน้ำเสียของตลาด แต่ต้องมีความกว้างภายในวัดที่ขอบบนสุดไม่น้อยกว่า 10 เซนติเมตร และรางระบายน้ำต้องไม่มีน้ำขัง ไม่อุดตัน โดยแบ่งเป็นรางระบายน้ำภายในอาคารตลาดและรางระบายน้ำรอบตลาด ซึ่งมีความแตกต่างกัน ดังนี้

- 1) รางระบายน้ำภายในอาคารตลาดต้องเป็นแบบเปิด เพื่อสะดวกในการตรวจสอบและทำความสะอาด
- 2) รางระบายน้ำรอบตลาดต้องเป็นรูปตัวยู และมีตะแกรงปิดที่สามารถเปิดทำความสะอาดได้ง่าย เพื่อสะดวกในการตรวจสอบและทำความสะอาด

4.2.2 บ่อดักมูลฝอย

มีที่ดักมูลฝอยที่มีลักษณะเป็นตะแกรงสำหรับดักหรือทำเป็นบ่อดักก็ได้ อยู่ในสภาพดีและใช้งานได้ ซึ่งควรมีการเก็บมูลฝอยออกไปกำจัดเป็นประจำทุกวัน

4.2.3 มีบ่อดักไขมันที่มีลักษณะเป็นบ่อที่ออกแบบไว้สำหรับดักไขมันได้ และอยู่ในสภาพดีและใช้งานได้ควรมีการดักไขมันออกทิ้งเป็นประจำทุกวันหรืออย่างน้อย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ เพื่อเป็นการป้องกันไขมันจับเป็นก้อนแข็งทำให้น้ำออกไปกำจัดยาก และอาจเกิดการอุดตันได้

4.2.4 ระบบบำบัดน้ำเสียเบื้องต้น

มีระบบบำบัดน้ำเสียเบื้องต้น ซึ่งเป็นการปรับปรุงคุณภาพน้ำเสียที่มีวัตถุประสงค์ที่จะกำจัดสิ่งสกปรกที่ยังมีปะปนมากับน้ำเสียบางอย่างออกไป เช่น ของแข็ง ตกตะกอนและไขมัน ฯลฯ วิธีการที่ใช้ในการปรับปรุงคุณภาพน้ำนี้ เช่น การตกตะกอน การทำให้ลอยขึ้นสู่ผิวน้ำ การเติมอากาศขึ้นต้น

4.2.5 ระบบบำบัดน้ำเสีย

มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ใช้งานได้และน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดต้องได้มาตรฐานน้ำทิ้งตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 44 (พ.ศ. 2538) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาหาร พ.ศ. 2522 ถ้าตลาดแห่งใดตั้งอยู่ในเขตของราชการส่วนท้องถิ่นมีระบบบำบัดน้ำเสียรวม และสามารถส่งน้ำเสียจากตลาดไปบำบัดในระบบน้ำเสียรวมของราชการส่วนท้องถิ่นได้ โดยเสียค่าบริการให้กับราชการส่วนท้องถิ่น ก็ไม่จำเป็นต้องสร้างระบบบำบัดในข้อ 4.4 และ 4.5

สรุปได้ว่า การจัดการน้ำเสีย คือกระบวนการดำเนินการจัดการวางแผนเกี่ยวกับระบบบำบัดน้ำเสีย จะต้องมียบ่อดักไขมันและบ่อดักมูลฝอยอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี มีรางระบายน้ำเสียเป็นชนิดรางเปิดมีตะแกรงเหล็กปิดสำหรับรางระบายน้ำรอบตลาด ที่ต้องระบายสิ่งสกปรกทิ้งทุกวัน ตลาดโดยรอบต้องไม่มีน้ำขัง

4.3 การจัดการสิ่งปฏิกูล

ความหมายของการจัดสิ่งปฏิกูล

พัฒนา มุลพฤษ์ (2541 : 25) ได้กล่าวว่า การจัดการสิ่งปฏิกูล หมายถึง การดำเนินการป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค โดยใช้ระบบการบำบัดและกำจัดสิ่งสกปรก วิธีระบบไม่ใช้น้ำ สิ่งปฏิกูลถูกนำไปบำบัดและกำจัดนอกอาคาร และระบบใช้น้ำ สิ่งปฏิกูลถูกนำไปบำบัดและกำจัดภายในอาคาร โดยกักเก็บไว้ในส้วมประเภทต่าง ๆ ไม่ให้เชื้อโรคแพร่กระจาย

กรมอนามัย (2547 : 10) ได้ให้ความหมาย การจัดการสิ่งปฏิกูล หมายถึง การจัดเก็บ การเก็บขน การบำบัด การกำจัด จึงมีความสำคัญต่อการปกป้องสุขภาพมนุษย์และชุมชน

มหาวิทยาลัยสุรนารี (2549 : 27) ได้ให้ความหมายของสิ่งปฏิกูลคืออุจจาระหรือปัสสาวะ รวมถึงสิ่งอื่นใด ซึ่งเป็นสิ่งโสโครกหรือมีกลิ่นเหม็น

จากความหมายการจัดการสิ่งปฏิกูล จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า หมายถึง กระบวนการจัดการเกี่ยวกับสิ่งโสโครก อุจจาระปัสสาวะ โดยการวางแผน ควบคุม ไม่ให้เชื้อโรคแพร่กระจาย

4.4 องค์ประกอบการจัดการสิ่งปฏิกูล

ตลาดต้องจัดให้มีห้องส้วมที่มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

4.4.1 ห้องส้วมแยกเพศชาย – หญิงออกจากกันเป็นสัดส่วน และควรมีส้วมสำหรับคนพิการเพื่อให้คนพิการและผู้สูงอายุได้ใช้

4.4.2 ตั้งอยู่ในที่เหมาะสมนอกตัวอาคารตลาดและอยู่ในสภาพดี เพื่อป้องกันการปนเปื้อนสกปรกจากส้วมไปสู่อาหารที่วางขายอยู่ และเพื่อป้องกันกลิ่นเหม็นจากส้วมเข้าไปรบกวนบริเวณแผงขายสินค้าอีกด้วย

4.4.3 มีระบบการขับเคลื่อนอุจจาระและปัสสาวะลงสู่ที่เก็บกักที่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งจะต้องป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรคได้ ไม่ปนเปื้อนแหล่งน้ำ

4.4.4 ห้องส้วมต้องสร้างด้วยวัสดุทนทานและทำความสะอาดง่าย มีขนาดเนื้อที่ภายในไม่น้อยกว่า 0.90 ตารางเมตรต่อหนึ่งที่นั่ง และมีความกว้างภายในไม่น้อยกว่า 0.90 เมตร ประตูเป็นชนิดเปิดออกและมีผนังกันเพื่อมิให้ประตูเปิดสู่ตลาดโดยตรง

4.4.5 ระยะตั้งระหว่างพื้นถึงส่วนต่ำสุดของคานหรือเพดาน หรือสิ่งอื่นที่ติดกับคานหรือเพดานต้องไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร และมีช่องระบายอากาศไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ของพื้นที่ป้องกันหรือมีพัดลมระบายอากาศ

4.4.6 พื้นห้องส้วมต้องมีความลาดเอียงไม่น้อยกว่า 1 : 100 และมีจุดระบายน้ำตั้งอยู่ในตำแหน่งต่ำสุดของพื้นห้อง

4.4.7 กรณีโถส้วมเป็นชนิดคอกห่าน ต้องสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 0.20 เมตร

4.4.8 กรณีการราดน้ำโดยชักโครก คันปุ่มกด การปล่อยน้ำจะต้องสูงจากพื้นอย่างน้อย 1.00 เมตร

4.4.9 มีท่อระบายอุจจาระลงสู่ที่กักเก็บ ซึ่งต้องมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 0.10 เมตร มีความลาดเอียงไม่น้อยกว่า 1 : 10

4.4.10 มีท่อระบายก๊าซขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 0.025 เมตร สูงเหนือหลังคาส้วมหรือสูงจนกลิ่นเหม็นของก๊าซไม่รบกวนผู้อื่น

4.4.11 ความเข้มของแสงสว่างในห้องส้วมไม่น้อยกว่า 100 ลักซ์

4.4.12 จัดให้มีกระดาษชำระหรือน้ำสำหรับชำระให้เพียงพอสำหรับห้องส้วมทุกห้องจัดให้มีสบู่สำหรับล้างมือไว้บริการด้วย รวมทั้งจัดให้มีการทำความสะอาดเป็นประจำทุกวัน

4.4.13 ห้องส้วม ที่ถ่ายปัสสาวะ ก้อนน้ำใช้ และสาธารณูปโภคอื่น ๆ ที่จัดไว้ต้องเปิดให้ใช้ได้ตลอดเวลาในขณะประกอบกิจการ

4.4.14 ภายในห้องส้วมมีการระบายอากาศดีไม่มีกลิ่นเหม็น

4.4.15 ที่รองรับมูลฝอยบริเวณห้องส้วม ควรตั้งที่รองรับมูลฝอยเฉพาะบริเวณอ่างล้างมือด้านนอกห้องส้วมเท่านั้น ห้ามนำเข้าไปตั้งในห้องส้วม ส่วนลักษณะของที่รองรับมูลฝอยนี้ให้มีลักษณะเช่นเดียวกันกับที่รองรับมูลฝอยสด และมีความจุไม่น้อยกว่า 30 ลิตร

4.4.16 ห้องส้วมชาย-หญิง ที่ปัสสาวะชายอ่างล้างมือ และบริเวณห้องส้วมควรดูแลให้สะอาด โดยมีผู้รับผิดชอบทำความสะอาดอย่างน้อยวันละ 2 ครั้งเป็นประจำทุกวัน

4.4.17 ส้วมต้องมีไม่น้อยกว่า 6 ที่ ต่อจำนวนแขกไม่เกิน 40 แขก โดยแยกเป็นส้วมชาย 2 ที่ ส้วมหญิง 4 ที่ โดยมีผู้รับผิดชอบทำความสะอาดอย่างน้อยวันละ 2 ครั้งเป็นประจำทุกวัน

4.4.18 ที่ถ่ายปัสสาวะชายต้องจัดให้มีไม่น้อยกว่าจำนวนส้วมชายและอยู่ในบริเวณเดียวกัน

4.4.19 อ่างล้างมือจัดให้มีไม่น้อยกว่า 1 ที่ต่อส้วม 2 ที่และที่ถ่ายปัสสาวะ 2 ที่
สรุปได้ว่า การจัดการสิ่งปฏิกูล คือ การจัดการเกี่ยวกับห้องน้ำ ห้องส้วม ที่ถ่ายปัสสาวะ
แยกชาย-หญิง ภายในห้องส้วมมีการระบายอากาศดี มีที่รองรับมูลฝอยบริเวณห้องส้วม มีระบบ
การขับเคลื่อนอุจจาระและปัสสาวะลงสู่ที่เก็บกักที่ถูกสุขลักษณะ และมีผู้รับผิดชอบทำความสะอาด
สะอาดอย่างน้อยวันละ 2 ครั้งเป็นประจำทุกวัน

5. การป้องกัน ควบคุมสัตว์และแมลงพาหะนำโรค

5.1 ความหมายของการป้องกัน ควบคุมสัตว์และแมลงพาหะนำโรค

กองสุขาภิบาลอาหาร (2540 : 80) ได้ให้ความหมายของการป้องกันควบคุมสัตว์
และแมลงพาหะนำโรคว่า หมายถึง การจัดการสิ่งแวดล้อมให้สะอาด ไม่มีแหล่งที่อยู่อาศัย
ของสัตว์และแมลง ไม่มีแหล่งอาหาร เพื่อป้องกันไม่ให้สัตว์และแมลงนำโรคสัมผัสอาหารได้

มหาวิทยาลัยสุรนารี (2549 : 28) ได้ให้ความหมายของการป้องกันควบคุมสัตว์
และแมลงพาหะนำโรคว่า หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใช้วิธีการหนึ่งวิธีการใดหรือหลายวิธี
จะนำไปสู่เป้าหมาย ป้องกัน ควบคุมสิ่งที่เป็นตัวนำพาเอาเชื้อโรคจากสิ่งมีชีวิตหนึ่งสู่อีก
สิ่งมีชีวิตหนึ่ง ซึ่งทำให้เกิดโรคขึ้นได้

จากความหมายของการป้องกันควบคุมสัตว์และแมลงพาหะนำโรค สรุปได้ว่าเป็น
กระบวนการวิธีการใดวิธีหนึ่งที่จะป้องกัน ด้านทานหรือควบคุมไม่ให้สัตว์ทุกชนิดไม่ให้เป็น
ตัวนำพาเอาเชื้อโรคจากสิ่งมีชีวิตหนึ่งสู่อีกสิ่งมีชีวิตหนึ่ง ซึ่งทำให้เกิดโรคขึ้น

5.2 องค์ประกอบของการป้องกัน ควบคุมสัตว์และแมลงพาหะนำโรค

5.2.1 เจ้าของตลาดและผู้ขายของในตลาดควรควบคุมป้องกันสัตว์และแมลง
พาหะนำโรคโดยเฉพาะหนู แมลงวัน และแมลงสาบ ไม่ให้รบกวนและก่อความรำคาญ
โดยเจ้าของตลาดเป็นผู้ดำเนินการร่วมกับผู้ขายของในตลาดในการควบคุมป้องกันสัตว์
และแมลงพาหะนำโรคอย่างน้อยปีละ 1 – 2 ครั้ง

5.2.2 ภายในตลาดและบริเวณตลาดต้องมีหนูแมลงวัน และแมลงสาบไม่เกิน
เกณฑ์มาตรฐาน ตามรายละเอียดดังนี้

- 1) หนู วัดจากการวางกรงดัก กับดักหรือใช้เหยื่อขี้ผึ้ง 3 – 5 วัน นำมา
คำนวณหาความชุกชุม โดยยอมให้มีหนูได้ไม่เกิน 1 ตัว ต่อพื้นที่ 250 ตารางเมตร
- 2) แมลงวัน วัดความชุกชุมโดยใช้วิธี (Fly Grill Count Technique) หรือ
(Glue Stick Technique) โดยยอมให้มีแมลงวันได้ไม่เกิน 2 หน่วย

3) แมลงสาบ วัตถุประสงค์โดยวิธีบ้านแมลงสาบ (Jar Trap Method)

โดยยอมให้มีแมลงสาบได้ไม่เกิน 1 หน่วย

5.2.3 ผู้ขายของควรให้ความร่วมมือและดูแลบริเวณจำหน่ายสินค้าของตนเองให้เป็นระเบียบเรียบร้อย เก็บรวบรวมมูลฝอยไปทิ้งอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง ควรเก็บอาหารสำหรับขายให้เรียบร้อย โดยเฉพาะเมื่อเลิกขายของในแต่ละวันควรเก็บให้มิดชิดรวมทั้งสิ่งของอื่น ๆ ด้วยที่อาจเป็นแหล่งเพาะพันธุ์และแหล่งอาหารของสัตว์และแมลงพาหะนำโรคได้

ดังนั้น สรุปได้ว่า การป้องกันควบคุมสัตว์และแมลงพาหะนำโรค คือการควบคุมป้องกันไม่ให้สัตว์และแมลงพาหะนำโรค รบกวนและก่อความรำคาญ มีการกำจัดโดยมิให้มีสัตว์และแมลงพาหะนำโรคมากเกินกว่าที่กำหนดไว้ เจ้าของตลาดและผู้ขายของจะต้องให้ความร่วมมือในการกำจัดสัตว์พาหะนำโรคและดูแลบริเวณที่จำหน่ายสินค้าของตนเองให้สะอาด ไม่รกรุงรัง

6. การเก็บรวบรวมขยะมูลฝอย

ขยะจากตลาดสดในแต่ละวันมีปริมาณมาก เนื่องจากสังคมไทยนิยมซื้ออาหารเนื้อสัตว์ ผักและผลไม้ซึ่งเป็นของสดจากเศษผัก ผลไม้ ใบตองดิบ เศษอาหาร เศษเนื้อ ซึ่งขยะจากประเภทนี้เป็นขยะเปียก พวกสารอินทรีย์ มีน้ำหรือมีความชื้นสูง จึงทำให้เกิดการเน่าเปื่อยได้รวดเร็ว สกปรกเหม็นและเป็นสภาพน่ารังเกียจ เกิดเป็นเหตุรำคาญแก่บริเวณใกล้เคียง จึงจำเป็นต้องระมัดระวังในเรื่องการเก็บ การขนส่ง เพราะจะเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ที่ดีของแมลงพาหะนำโรคชนิดต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีขยะแห้ง คือพวกถุงพลาสติกในปริมาณมากเช่นกัน

ถ้าศักดิ์ ชวนิตย์ (2531 : 53-54) กล่าวถึงเรื่องของการเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยกว่า อาจแบ่งได้เป็น 3 ระบบ คือ

1. ระบบถังเดียว (One Can System) หรือระบบถังรวม เป็นระบบการเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยในถังเดียวกัน โดยจะบรรจุขยะมูลฝอยไม่ว่าจะเป็นชนิดหรือประเภทใดไว้รวมกัน ระบบนี้จะสะดวกแก่ประชาชน เพราะไม่ต้องแยกขยะมูลฝอยให้เป็นการยุ่งยาก การเก็บขนก็ง่าย แต่เป็นปัญหาอย่างมากในการเลือกวิธีกำจัด

2. ระบบสองถัง (Two Can System) เป็นระบบการเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยเป็น 2 ประเภท คือ แยกขยะมูลฝอยเปียกไว้ถังหนึ่ง และขยะมูลฝอยแห้งไว้ถังอีกถังหนึ่ง เพื่อรอการเก็บขน ระบบนี้จะมีประสิทธิภาพต้องได้รับความร่วมมือจากประชาชนในการแยกขยะมูลฝอยใส่ถังแต่ละประเภท ซึ่งสามารถนำขยะเปียกไปทำปุ๋ยหมักได้ และสามารถนำขยะแห้งไปแยกส่วนกำจัดได้ง่ายขึ้น นอกจากนั้นผู้เก็บขนต้องมีภาชนะเก็บขนแยกประเภทตามประเภทของ

ขยะมูลฝอย เหมือนกับของประชาชน ซึ่งอาจต้องมีการคัดแปลงรถเก็บขนเพื่อใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม

3. ระบบสามถัง (Three Can System) เป็นระบบการเก็บรวบรวมขยะมูลฝอย โดยการแยกออกเป็น 3 ถัง คือ ถังสำหรับใส่ขยะมูลฝอยเปียก ถังสำหรับขยะมูลฝอยแห้ง และถังสำหรับขยะมูลฝอยจำพวกจี้เต้า ซึ่งระบบนี้นิยมใช้ในประเภทที่มีอากาศหนาวที่ต้องแยกขยะมูลฝอยจำพวกจี้เต้าโดยเฉพาะ

สำหรับในประเทศไทยยังคงต้องใช้ระบบเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยแบบระบบถังเดียวเป็นส่วนใหญ่ในการรับขยะมูลฝอยจากที่อยู่อาศัย ตลาดสด และศูนย์การค้า โดยเทศบาลเป็นผู้จัดเก็บ ถึงแม้ว่าจะมีการรณรงค์ให้มีการเก็บรวบรวมขยะมูลฝอยแบบระบบสองถังก็ตาม รวมถึงการใช้ภาชนะที่เก็บรวบรวมขยะมูลฝอยยังคงมีการใช้แข่ง ตะกร้า อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้ขยะมูลฝอยเปียกที่ใส่ลงในภาชนะชนิดนี้ไหลเลอะออกมา ส่งกลิ่นเหม็น และง่ายต่อการกั๊ยเชื้อของสัตว์พวก หนู แมว และสุนัขอีกด้วย

จารุณ ยาสมุทร (2535 : 47) ได้กล่าวถึงที่พักขยะมูลฝอยว่า หากไม่ถูกสุขลักษณะจำทำให้เกิดปัญหาทางสาธารณสุขอย่างมาก โดยที่พักขยะมูลฝอยของตลาดจะต้องแข็งแรง ไม่ชำรุด สามารถป้องกันหนูและสุนัขเข้าไปกั๊ยเชื้อ ซึ่งปกติที่พักขยะมูลฝอยนี้จะทำด้วยคอนกรีต มีขนาดพอเพียงกับการเก็บพักขยะมูลฝอยใน 1-2 วัน

ภาคภูมิ องค์กรสุริยานนท์ (2542 : 27) ได้กล่าวถึงการรวบรวมขยะมูลฝอยสำหรับตลาดว่า ต้องมีลักษณะเป็นที่พักมูลฝอยที่เจ้าพนักงานสาธารณสุขเห็นว่าเหมาะสมกับตลาดนั้น ๆ โดยตั้งอยู่นอกบริเวณที่ตั้งแผงขายของ ซึ่งสรุปลักษณะสำคัญได้ ดังนี้

1. ผนังทำด้วยวัสดุถาวรและทนไฟ พื้นผิวภายในเรียบและกันน้ำซึม
2. สามารถป้องกันสัตว์เข้าไปกั๊ยเชื้อ และป้องกันกลิ่นได้
3. มีการระบายน้ำเสียและระบายอากาศ จากขยะมูลฝอย
4. จัดไว้ในที่สามารถขนย้ายขยะมูลฝอยได้โดยสะดวก มีระยะห่างจากสถานที่ประกอบอาหาร และสถานที่เก็บอาหาร ไม่น้อยกว่า 4 เมตร

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ประเด็นการจัดการสิ่งแวดล้อมตลาดนั้น โดยภาพรวมแล้วจะมองในเรื่องของการจัดการขยะ คือการเก็บรวบรวมและการกำจัดขยะ น้ำโสโครก ระบบการระบายอากาศและแสงสว่าง ทางเดิน การรักษาความสะอาดภายในตลาด สุขลักษณะส่วนบุคคล และการปฏิบัติตนของผู้ขาย นอกจากนั้นยังรวมถึงคุณภาพสินค้าที่จำหน่าย และความสะอาดปลอดภัยในการมาใช้บริการด้วย การปฏิบัติดังกล่าวจะประสบผลสำเร็จ ต้องได้รับความ

ร่วมมือในการปฏิบัติจากทุกฝ่าย ทั้งเจ้าของตลาด ผู้ขายในตลาด ผู้มาใช้บริการรวมถึงราชการ ส่วนท้องถิ่นนั้น

ข้อมูลทั่วไปของตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม

ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลของตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ดังนี้

1. ความเป็นมาตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม

เมื่อ พ.ศ. 2408 ได้ก่อตั้งเมืองมหาสารคามขึ้น จุดที่ตั้งที่ว่าเมืองมหาสารคามที่แยกเป็นเอกเทศจากจวนเจ้าเมือง ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นศาลากลางจังหวัดมหาสารคาม อาคารศาลากลางนี้ได้สร้างมาแล้ว 3 ครั้ง 3 หลัง หลังแรกสร้างบริเวณด้านหน้าของที่ว่าการอำเภอเมืองมหาสารคาม ในปัจจุบันต่อมาได้สร้างศาลากลางหลังใหม่ในบริเวณใกล้เคียงกับหลังแรก ศาลากลางหลังแรกจึงได้ กลายเป็นที่ว่าการอำเภอเมืองมหาสารคาม และได้สร้างศาลจังหวัดฯ ในแนวระดับเดียวกันกับศาลากลางจังหวัดไปทางทิศตะวันตก หลังจากนั้นอีกหลายสิบปีจึงได้มีการสร้างอาคารศาลากลางฯ ศาลฯ และที่ว่าการอำเภอเมืองฯ ขึ้นใหม่ดังที่เห็นในปัจจุบัน

เดิมเมืองมหาสารคามไม่มีตลาดสำหรับซื้อขายสินค้า มีแต่การแลกเปลี่ยนสิ่งของ โดยมักจะใช้ข้าวเป็นสิ่งแลกเปลี่ยนที่สำคัญ ข้าหลวงกำกับราชการเมืองมหาสารคามและเมืองร้อยเอ็ด เห็นว่าเมืองมหาสารคามยังไม่มีตลาดเป็นศูนย์กลางการซื้อขาย จึงสั่งการให้เพี้ยชานนท์ (ผู้ซึ่งต่อมา คือ หลวงอภิสิทธิ์สารคาม) เป็นผู้ไปประกาศชักชวนให้ราษฎรได้รู้จักการซื้อขาย โดยใช้สี่แยกกลางเมืองเป็นตลาดสี่แยกกลางเมืองดังกล่าวนี้ในปัจจุบัน คือ สี่แยกที่ตัดกันระหว่างถนนนครสวรรค์กับถนนเจริญราชเดช สี่แยกนี้จึงถือได้ว่าเป็นตลาดแห่งแรกของเมืองมหาสารคาม ต่อมาได้มีการสร้างห้องแถวขึ้นในช่วงกลางของถนนจากตลาดที่กล่าวนี้กับวัดโพธิ์ (ถนนเจริญราชเดชในปัจจุบัน) ห้องแถวนี้มีทั้ง 2 ข้างถนน ข้างละประมาณไม่เกิน 5-6 คูหา ห้องแถวนี้ถือได้ว่าเป็นอาคารพาณิชย์แห่งแรกของเมืองมหาสารคาม

ต่อมาได้มีการสร้างอาคารพาณิชย์ขึ้นใหม่ ณ ที่ซึ่งปัจจุบันได้แก่บริเวณโรงพยาบาลนคร 4711จากนั้นมาตลาดเดิมได้เปลี่ยนเป็นตลาดเก่า ปัจจุบันยังมีอาคารพาณิชย์สมัยเริ่มแรกอยู่ 1 หลัง สมควรจะอนุรักษ์ไว้ อาคารนี้เป็นสมบัติของ อาจารย์ชื่นชัย วรามิตร (บ้านเลขที่ 1082) ส่วนอาคารในฝั่งตรงกันข้ามถูกรื้อลงหมดแล้ว ซึ่งอาคารในฝั่งนี้มีอยู่ 2 คูหาที่เป็นของหลวงอภิสิทธิ์สารคาม ท่านได้ให้ลูกชายคนเล็กของท่านเปิดร้านค้า ครั้นในเวลาต่อมาเมื่อมีการสร้างอาคารพาณิชย์ที่ถนนนครสวรรค์ ตลาดที่บริเวณ โรงพยาบาลนคร 4711

ก็กลายเป็นตลาดเก่าอีกแห่งหนึ่ง เป็นตลาดเก่าแห่งที่ 2 ปัจจุบัน พื้นที่ตลาดสด อยู่ในอาณาเขต พื้นที่ 3 ไร่ 200 ตารางวา (สำนักทะเบียนท้องถิ่น เทศบาลเมืองมหาสารคาม. 2551 : 3)

2. ที่ตั้งและขนาด

เทศบาลเมืองมหาสารคาม ตั้งอยู่ในเขตตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 15 องศา 25 ลิปดา และ 16 องศา 40 ลิปดาเหนือ เส้นแวงที่ 102 องศา 50 ลิปดา และ 103 องศา 30 ลิปดาตะวันออก มีพื้นที่ 24.14 ตารางกิโลเมตร หรือ 15,087.5 ไร่ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 475 กิโลเมตร โดยทางรถยนต์ มีอาณาเขตติดต่อกับองค์การบริหารส่วนตำบลต่าง ๆ ดังนี้ (สำนักทะเบียนท้องถิ่น เทศบาลเมืองมหาสารคาม. 2551 : 3)

ทิศเหนือ	ติดต่อกับองค์การบริหารส่วนตำบลแก้ง อำเภอเมืองมหาสารคาม
ทิศใต้	ติดต่อกับองค์การบริหารส่วนตำบลเวียงน้ำ อำเภอเมืองมหาสารคาม
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับองค์การบริหารส่วนตำบลเขวา อำเภอเมืองมหาสารคาม
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับองค์การบริหารส่วนตำบลท่าสองคอน อำเภอเมืองมหาสารคาม

3. ด้านการเมืองการปกครอง

3.1 การปกครองรูปแบบเทศบาล

เทศบาล เป็นรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นที่ให้ประชาชนมีสิทธิเลือกการบริหารกิจการเทศบาลในรูปแบบนายกเทศมนตรีที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรง นับได้ว่าเป็นรูปแบบการปกครองท้องถิ่นที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างแท้จริง

3.2 การบริหารเทศบาล มีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

สภาเทศบาล	(ผ่านมติบัญญัติ)
นายกเทศมนตรี	(ฝ่ายบริหาร)

3.3 การเลือกตั้ง

เนื่องจากประชาชนในเขตเทศบาลเมืองมหาสารคามมีการศึกษาอยู่ในขั้นมาตรฐาน และในการที่มีสถาบันศึกษามากมายหลายแห่ง จึงให้ความสนใจการเมืองทุกระดับ เทศบาลเมืองมหาสารคาม จึงได้จัดให้มีการเลือกตั้ง นายกเทศมนตรี และสมาชิกสภาเทศบาลเมืองมหาสารคาม แล้วเสร็จเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2547 ผลปรากฏว่าผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง

27,816 คน มีผู้มาใช้สิทธิ์เลือกตั้ง 17,243 คน คิดเป็นร้อยละ 61.99 บัตรเสียจำนวน 669 บัตร คิดเป็นร้อยละ 4 บัตร ไม่ประสงค์ลงคะแนน จำนวน 539 บัตร คิดเป็นร้อยละ 3 เทศบาลเมืองมหาสารคามแบ่งเขตการเลือกตั้ง ภายในเขต ทั้ง 30 ชุมชน

4. การบริหารกิจการเทศบาล ประกอบด้วย

4.1 สภาเทศบาล สภาเทศบาลประกอบด้วยสมาชิกที่มาจากการเลือกตั้งโดยตรง และอยู่ในตำแหน่งวาระละ 4 ปี สภาเทศบาลมีประธานสภา 1 คน และรองประธานสภา 1 คน โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดแต่งตั้งมาจากสมาชิกสภาเทศบาลตามมติของสภาเทศบาล

4.2 อำนาจหน้าที่ของสภาเทศบาลเมืองมหาสารคาม

4.2.1 มีอำนาจในการตราเทศบัญญัติ เทศบัญญัติเป็นกฎหมายที่สภาเทศบาลเป็นผู้ออก มีผลบังคับใช้ในเขตเทศบาล และเทศบัญญัติจะต้องไม่ขัดแย้งกับตัวบทกฎหมาย

4.2.2 อำนาจในการควบคุมฝ่ายบริหาร โดยสภาเทศบาลมีอำนาจในการควบคุมคณะเทศมนตรีซึ่งเป็นฝ่ายบริหาร ให้ปฏิบัติหน้าที่เป็นไปตามระเบียบแบบแผนและนโยบายที่กำหนดไว้ โดยมีมาตรการควบคุม คือ การแถลงนโยบายของนายกเทศมนตรีต่อสภา การตั้งกระทู้ถาม การขอเปิดอภิปราย และการอนุมัติงบประมาณประจำปี แต่เป็นการควบคุมไม่เด็ดขาด ไม่มีการลงมติไม่ไว้วางใจนายกเทศมนตรี

4.2.3 อำนาจในการแต่งตั้งคณะกรรมการสภาเทศบาล คณะกรรมการที่สภาเทศบาลแต่งตั้งมี 2 ประเภท คือ คณะกรรมการสามัญ เป็นคณะกรรมการที่ประกอบด้วยสมาชิกสภาเทศบาลและคณะกรรมการวิสามัญ เป็นคณะกรรมการที่ประกอบด้วยสมาชิกสภาเทศบาลหรือผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่ไม่ได้เป็นสมาชิก คณะกรรมการทั้งสองชุดจะทำหน้าที่ปฏิบัติภารกิจที่สภาเทศบาลมอบหมาย

4.2.4 คณะผู้บริหาร ประกอบด้วย นายกเทศมนตรี 1 คน มาจากการเลือกตั้งโดยตรง และ รองนายกเทศมนตรี ที่นายกเทศมนตรีแต่งตั้ง 3 คน ปัจจุบันมี 1 คน

4.2.5 อำนาจหน้าที่ของนายกเทศมนตรี มีดังนี้คือ

1) กำหนดนโยบาย ไม่ขัดต่อกฎหมายรับผิดชอบ ในการบริหารราชการของเทศบาลตามที่กฎหมายกำหนด

2) สั่ง อนุญาต อนุมัติเกี่ยวกับราชการของเทศบาล

3) แต่งตั้งและถอดถอนรองนายกเทศมนตรี ที่ปรึกษานายกเทศมนตรี และเลขานุการเทศมนตรี

4) วางระเบียบเพื่อให้งานของเทศบาลดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย

- 5) รักษาการให้เป็นไปตามเทศบัญญัติ
- 6) ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่กฎหมายกำหนด

5.ภารกิจและอำนาจหน้าที่ของเทศบาลเมืองมหาสารคาม

เทศบาลเมืองมหาสารคาม เป็นหน่วยการปกครองท้องถิ่น มีบทบาทและหน้าที่ในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างความเจริญให้กับท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 ได้แก่

- 5.1 รักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน
- 5.2 ให้มีและบำรุงทางบกและทางน้ำ
- 5.3 รักษาความสะอาดของถนนหรือทางเดินและที่สาธารณะรวมทั้งการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล
- 5.4 ป้องกันและระงับโรคติดต่อ
- 5.5 ให้มีเครื่องใช้ในการดับเพลิง
- 5.6 ให้ราษฎรได้รับการศึกษาอบรม
- 5.7 ให้ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ
- 5.8 บำรุงศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
- 5.9 หน้าที่อื่นตามที่กฎหมายบัญญัติให้เป็นหน้าที่ของเทศบาล กล่าวคือ ให้มีน้ำสะอาดหรือการประปา ให้มีโรงฆ่าสัตว์ ให้มีและบำรุงสถานที่ทำการพิทักษ์และรักษาคนเจ็บไข้ให้มี และบำรุงทางระบายน้ำ ให้มีและบำรุงส่วนสาธารณะ ให้มีและบำรุงการไฟฟ้า หรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น ให้มีการดำเนินกิจการโรงรับจำนำหรือสถานสินเชื่อท้องถิ่น

นอกจากนี้พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ได้กำหนดอำนาจหน้าที่ในการจัดการระบบบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง ดังนี้

1. การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง
2. การจัดให้มีและบำรุงรักษาทางบก ทางน้ำ และทางระบายน้ำ
3. การจัดให้มีและควบคุมตลาด ท่าเทียบเรือ ท่าข้าม และที่จอดรถ
4. การสาธารณสุขูปโภคและการก่อสร้างอื่น ๆ
5. การสาธารณสุขูปการ
6. การส่งเสริม การฝึก และประกอบอาชีพ
7. การพาณิชย์ และการส่งเสริมการลงทุน

8. การส่งเสริมการท่องเที่ยว
9. การจัดการศึกษา
10. การตั้งคมสงเคราะห์และการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็ก สตรี คนชรา และผู้ด้อยโอกาส
11. การบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
12. การปรับปรุงแหล่งชุมชนแออัดและการจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย
13. การจัดให้มีและบำรุงรักษาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ
14. การส่งเสริมกีฬา
15. การส่งเสริมประชาธิปไตย ความเสมอภาคและสิทธิเสรีภาพของประชาชน
16. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของราษฎรในการพัฒนาท้องถิ่น
17. การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง
18. การกำจัดมูลฝอย สิ่งปฏิกูล และน้ำเสีย
19. การสาธารณสุข การอนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาล
20. การจัดให้มีและควบคุมสุสาน และฌาปนสถาน
21. การควบคุมการเลี้ยงสัตว์
22. การจัดให้มีและควบคุมการฆ่า
23. การรักษาความปลอดภัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และการอนามัย โรงมหรสพ และสาธารณสถานอื่นๆ
24. การจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากป่าไม้ ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
25. การผังเมือง
26. การขนส่งและการวิศวกรรมจราจร
27. การดูแลรักษาที่สาธารณะ
28. การควบคุมอาคาร
29. การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
30. การรักษาความสงบเรียบร้อย การส่งเสริมและสนับสนุนการป้องกัน และรักษาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน

31. กิจการอื่นใดที่เป็นผลประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

นอกจากหน้าที่ที่เทศบาลต้องทำในเขตเทศบาลแล้ว อาจทำกิจกรรมนอกเขตเทศบาล หรือ การะทำการร่วมกับบุคคลอื่น โดยกิจการนั้นจำเป็นต้องทำและเป็นการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการดำเนิน ตามอำนาจหน้าที่ภายในเขตเทศบาล ทั้งนี้ ต้องได้รับความยินยอมจากสภาเทศบาล สภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด สภาองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องและได้รับอนุมัติจากกระทรวง มหาดไทย นอกจากนั้นเทศบาลยังมีอำนาจตราเทศบัญญัติ โดยไม่ขัดหรือแย้งต่อกฎหมายและ มีบทลงโทษปรับผู้ละเมิดไว้ด้วยก็ได้ แต่ห้ามมิให้เกินหนึ่งพันบาทในการดำเนินการดังกล่าว

6. โครงสร้างและบุคลากรในการบริหารงานของเทศบาลเมืองมหาสารคาม

เทศบาลเมืองมหาสารคามแบ่งส่วนการบริหารออกเป็น 9 ส่วน ได้แก่

- 6.1 สำนักปลัดเทศบาล
- 6.2 สำนักการช่าง
- 6.3 สำนักการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม
- 6.4 กองคลัง
- 6.5 กองการศึกษา
- 6.6 กองวิชาการและแผนงาน
- 6.7 กองสวัสดิการและสังคม
- 6.8 หน่วยงานตรวจสอบภายใน
- 6.9 สถานธนานุบาล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุริย์วัลย์ สาริบุตร (2550 : 141) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดสดเทศบาลตำบลทุ่งเสลี่ยม อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริหารจัดการตลาดสดเทศบาลตำบลทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย เกี่ยวกับด้าน โครงสร้าง ด้านความปลอดภัยของอาหาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของประชาชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้าน โครงสร้าง

ของตลาดสดเทศบาลตำบลทุ่งเสลี่ยม รองลงมา คือ ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และด้านความปลอดภัยของอาหาร ประชาชนส่วนใหญ่มีความต้องการให้เทศบาลตำบลทุ่งเสลี่ยมใส่ใจกับสภาพแวดล้อมสถานที่อาคารให้มีความปลอดภัยทั้งด้านอาหารและสภาพแวดล้อม อีกทั้งเป็นการคุ้มครองสุขภาพของประชาชนทั่วไป

กัญชลิ ไหวว่อง (2552 : 98) ได้ศึกษาผลการสำรวจความพึงพอใจต่อตลาดสดที่ได้มาตรฐานโครงการตลาดสดนำซื้อ จังหวัดพิษณุโลก การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายตลาดสดนำซื้อในจังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษาพบว่า 1) เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานตลาดสดนำซื้อ กลยุทธ์การดำเนินงานจังหวัดพิษณุโลกมีแนวทางและกิจกรรมการดำเนินงานที่เน้นหลักการบูรณาการทำงานร่วมกัน 2) เจ้าหน้าที่/ผู้ปฏิบัติงานต่อการดำเนินงานด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.98 คิดเป็นร้อยละ 79.53 ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการค่าเฉลี่ย 4.11 คิดเป็นร้อยละ 82.21 ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ย 3.40 คิดเป็นร้อยละ 67.91 ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลางและสรุปค่าเฉลี่ยในภาพรวมการให้บริการ 3.83 คิดเป็นร้อยละ 76.55 ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก 3) ความพึงพอใจของประชาชนข้อมูลทั่วไปพบเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุพบมากในช่วง 31-40 ปี และผลการประเมินความพึงพอใจในด้านการบริการ ขั้นตอนการให้บริการค่าเฉลี่ย 3.69 คิดเป็นร้อยละ 73.74 ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการค่าเฉลี่ย 3.61 คิดเป็นร้อยละ 72.29 ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกค่าเฉลี่ย 3.27 คิดเป็นร้อยละ 65.36 ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลางและสรุปค่าเฉลี่ยในภาพรวมการให้บริการ 3.52 คิดเป็นร้อยละ 70.46 ระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก 4) เจ้าของ/ผู้ประกอบการตลาดสด ข้อมูลทั่วไปเจ้าของตลาดเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุพบมากในช่วงอายุ 41-50 ปี ถึงร้อยละ 43.7 ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากเป็นเจ้าของตลาด

คาราวรรณ สกุดวงศ์ (2552 : 99) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าจากตลาดสดนำซื้อ การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อสินค้าจากตลาดสดนำซื้อ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าประเภทอาหารจากตลาดสดนำซื้อจำนวน 3 แห่ง คือ ตลาดสดจตุจักรลำพูน ตลาดสดอินทร อำเภอเมืองลำพูนและตลาดสดอำนาจเจริญ อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน จำนวน 254 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 31 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือโรงงาน มีความพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าจากตลาดสดนำซื้อด้านการบริการของตลาดในเรื่อง ความสะอาดของตลาด การจัดบริการที่จอดรถและแสงสว่างภายในตัวตลาดอยู่ในระดับมาก ด้านการจัดการสินค้าในตลาดมีความพึงพอใจในเรื่อง การจัดวางสินค้าและความสะอาดของแผงจำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก ด้านคุณภาพสินค้ามีความพึงพอใจในเรื่อง ความสดและสะอาดของอาหารประเภทผักและเนื้อสัตว์อยู่ในระดับมาก ส่วนในด้านการปฏิบัติตัวของผู้จำหน่ายสินค้าทุกเรื่องมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

รัชชผดุง คำรงพิงคสกุล และปิยนันท์ ขุนทองจันทร์ (2552 : 22-25) ได้ศึกษาการสำรวจ ความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน โครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อยวัตถุประสงค์เพื่อประเมิน เปรียบเทียบความพึงพอใจและค้นหาข้อมูล ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานจากเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการฯ และผู้บริโภคที่ใช้บริการของร้านอาหาร/แผงลอยที่ได้มาตรฐาน “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” สรุปผลที่ได้จากการศึกษาคือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการและขั้นตอนการทำงาน ด้านการให้บริการของศูนย์อนามัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน และต่อภาพรวมของโครงการฯ ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการและขั้นตอนการทำงานด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโครงการในพื้นที่ ด้านผลกระทบจากการได้รับป้าย CFGT และต่อภาพรวมของโครงการฯ ในระดับมาก ส่วนกลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อด้านภาพลักษณ์ของโครงการในระดับปานกลางด้านการให้บริการของสถานประกอบการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานประกอบการและต่อภาพรวมของโครงการฯ ในระดับมาก ทั้งนี้ตัวแปรด้านอายุ ระดับการศึกษา หน่วยงานที่สังกัด และตำแหน่งงานของกลุ่มเจ้าหน้าที่ ตัวแปรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และประเภทของกลุ่มผู้ประกอบการและตัวแปรด้านรายได้และอาชีพของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันมีผลทำให้ค่าเฉลี่ยคะแนนระดับความพึงพอใจต่อภาพรวมของการดำเนินงานโครงการฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (P-Value = 0.05)

ธนชีพ พิธีธรรมิทธิ์ และคณะ (2552 : 12-13) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณและคุณภาพร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน Clean Food Good Taste เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และประเมินผล โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาสถานการณ์ประเมินผลการทำงานและหาแนวทางปรับปรุงกลวิธีการดำเนินงานโครงการฯ ให้ได้ทั้งปริมาณและคุณภาพ โดยผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้ 1) การสัมภาษณ์ผู้บริหารจากกรมอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและเทศบาลได้

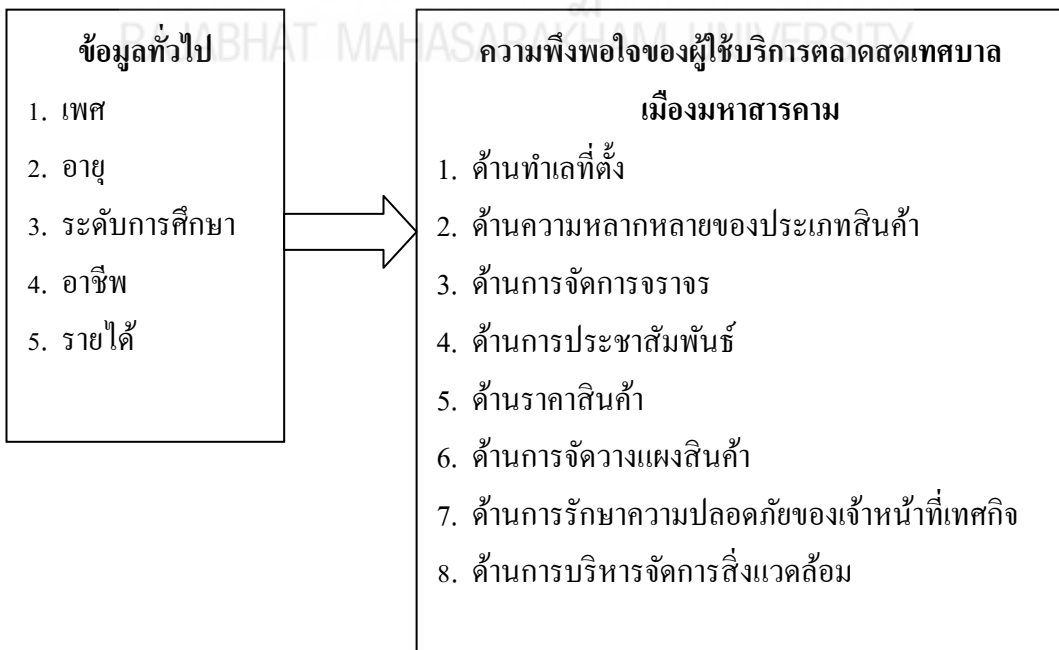
ให้ความเห็นว่าเป็นโครงการฯ ที่ต้องปรับปรุงและหาวิธีใหม่ ๆ ควรปรับปรุงบทบาทผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ 2) การประชุมกลุ่มฯ ได้ให้ข้อเสนอการดำเนินงานโครงการฯ ให้สำเร็จ โดยการกำหนดกิจกรรมให้ชัดเจนและหลากหลาย ง่ายต่อการทำงาน ส่งเสริมบทบาทของภาคชมรมผู้ประกอบการค้าอาหารสร้างความสำคัญของป้าย 3) การสำรวจ ด้วยแบบสอบถามพบว่า ผู้ปฏิบัติงาน ต้องการความรู้ที่เกี่ยวข้องและการผลักดันให้ท้องถิ่นใช้กฎหมายจริงจัง ด้านชมรมผู้ประกอบการค้าอาหารให้ความเห็นว่าโครงการฯ มีประโยชน์มากและควรเร่งการประชาสัมพันธ์และต้องการมีส่วนร่วมในการตรวจตัวอย่าง/ประเมิน และร่วมออกกฎหมายควบคุมคุณภาพ และการปลดป้ายในส่วนผู้ประกอบการค้าอาหาร ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหาร รู้จักป้าย Clean Food Good Taste ร้อยละ 94 ได้รับป้ายแล้วร้อยละ 81.38 ปฏิบัติไม่ถูกต้องในเรื่องการเก็บอาหาร/เครื่องคั้นผสมในน้ำแข็งสำหรับคั้น การกำจัดขยะและสัตว์แมลงพาหะนำโรค และการปกปิดอาหาร จังหวัดที่มีผลงานดีผ่านมาตรฐาน Clean Food Good Taste1 สูงกว่าจังหวัดที่ไม่ดี (ผลงานต่ำ) ($t = 3.97, df = 280, p < 0.0001$) ด้านผู้บริโภค รู้จักป้าย Clean Food Good Taste ร้อยละ 85.6 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความถี่การได้รับรู้และทัศนคติที่มีต่อภาพลักษณ์ของโครงการและป้าย Clean Food Good Taste ดังนั้น หากต้องการให้ประชาชนยอมรับและเปลี่ยนพฤติกรรมไปเลือกใช้บริการสถานประกอบการที่ได้มาตรฐาน Clean Food Good Taste จะต้องทำการสร้างกระแสผู้บริโภคและประชาสัมพันธ์ในวงกว้างให้ประชาชนหรือผู้บริโภครับรู้ จึงจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานมากขึ้น

นักทฤษฎี แก้วก่า (2553 : 103) ได้ศึกษาสภาวะสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมตลาดสดและความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลตำบลพังโคน การศึกษาครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อประเมินสภาวะสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมของตลาดสดเทศบาลตำบลพังโคน และเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลตำบลพังโคน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) บริการด้านโครงสร้างตลาดสด 2) ด้านการบริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร และ 3) บริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 400 คน ได้มาจากรีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ใช้แบบสอบถามในการประเมินระดับความพึงพอใจ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติแบบ t-test และ F-test ANOVA ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ผลการประเมินสภาวะสุขาภิบาลตลาด อยู่ในเกณฑ์ผ่านมาตรฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับปานกลาง ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างตลาดสด ($\bar{x} = 2.43$) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร ($\bar{x} = 2.40$)

และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 2.33$) ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้าน มีด้าน โครงสร้างตลาดสด ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการบริการด้าน โครงสร้างตลาดสด ($p = 0.000$) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร ($p = 0.000$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($p = 0.000$) ปัจจัยด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการบริการด้าน โครงสร้างตลาดสด ($p = 0.000$) ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร ($p = 0.000$) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($p = 0.000$) ปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการบริการด้าน โครงสร้างตลาดสด ($p = 0.019$) ส่วนการบริการด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากร และการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษา

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาคความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม เป็นการศึกษาเชิงสำรวจข้อมูล (Survey Research) โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ช่วงระหว่าง เมษายน – มิถุนายน พ.ศ. 2553
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ช่วงระหว่าง เดือนเมษายน – เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2553 จำนวน 369 คน โดยใช้สูตรคำนวณกรณีที่ไม่ทราบค่าพารามิเตอร์ ไม่ทราบจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด. 2553 : 40)

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

- เมื่อ
- n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
 - P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้ศึกษากำหนดจะสุ่ม
 - Z แทน ระดับความมั่นใจที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.5)
 - e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ผู้ศึกษากำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ .40 ต้องการระดับความมั่นใจ 9 % และยอมให้มีความคลาดเคลื่อน 5 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 369 ตัวอย่าง

$$\begin{aligned}
 \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{0.40 (1-0.40) 1.96^2}{0.05^2} \\
 &= \frac{0.04 (0.6) 3.84}{0.0025} \\
 &= \frac{0.40 (2.304)}{0.0025} \\
 &= \frac{0.9216}{0.0025} \\
 &= 368.64
 \end{aligned}$$

จากสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามเป็นจำนวนทั้งสิ้น 369 คน

2.1 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่าง (Sampling Frame) หมายถึง โดยเลือกแบบบังเอิญ คือ การแจกแบบสอบถามประชาชนที่เข้ามาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ที่พร้อมที่จะมีเวลาสำหรับการกรอกแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

1. ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการค้นคว้า

ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมาจากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 8 ด้าน ได้แก่

1. ด้านทำเลที่ตั้ง
2. ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า
3. ด้านการจัดการจราจร
4. ด้านการประชาสัมพันธ์

5. ด้านราคาสินค้า
6. ด้านการจัดวางแผงสินค้า
7. ด้านการรักษาความปลอดภัยของ เจ้าหน้าที่เทศกิจ
8. ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2. วิธีการสร้างเครื่องมือและพัฒนาเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือศึกษา ผู้ศึกษาดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 2.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับการการบริหารงานจากเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ
- 2.2 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากตำรา เอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อเตรียมสร้างแบบสอบถาม
- 2.3 สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดของการศึกษา กำหนดขอบเขตให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด และความมุ่งหมายของการศึกษาแล้วนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

2.4 นำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ปรึกษาในการสร้างแบบสอบถาม

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือวิจัย และด้านการศึกษา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องชัดเจนของภาษาที่ใช้ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย
 - 3.1.1 นางสาวร่มไทร ดอนแก้วบัว วุฒิการศึกษา น.ม. ตำแหน่งนิติกร 5 สังกัดเทศบาลเมืองมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา
 - 3.1.2 นางเบญจวรรณ ศรีสุธรรม วุฒิการศึกษา กศ.ม. ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป 8 เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านภาษา
 - 3.1.3 นายวีระศักดิ์ ดอนละคร วุฒิการศึกษา กศ.ม. ตำแหน่งผู้อำนวยการโรงเรียนเทศบาลบ้านค้อ เทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ

แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 1.00

3.2 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-Out) กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 คน

3.3 นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้แบบสอบถาม ดังนี้

3.3.1 หาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ (ไพศาล วรคำ, 2554 : 271) ได้ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.41-0.85 (ภาคผนวก ข)

3.3.2 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ (Cronbach) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 65) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.96 (ภาคผนวก ข : 119)

3.3.3 เมื่อได้แบบสอบถามที่มีค่าตามเกณฑ์ และตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษากำหนดขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ขออนุญาตรับรองจากวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อขออนุญาตนายกเทศมนตรีเมืองมหาสารคาม เก็บข้อมูลจากประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม

2. แต่งตั้งผู้ช่วยวิจัย จำนวน 20 คน เพื่อช่วยในการแจกแบบสอบถาม

3. แจกแบบสอบถามให้กับประชาชนที่มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำนวน 369 ฉบับ ในช่วงเดือน เมษายน - มิถุนายน 2553

4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเอง และผู้ช่วยวิจัย จำนวน 20 คน

6. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาทั้งหมดมาตรวจสอบความถูกต้องและตรวจนับจำนวนเท่ากับจำนวนประชากร กรณีแบบสอบถามไม่ครบถ้วนหรือไม่สมบูรณ์ จะดำเนินการแจกแบบสอบถามใหม่อีกครั้ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์

7. นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสอบถามตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ (Percentage)

2. แบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยาย ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 101)

ความพึงพอใจผู้ให้บริการมากที่สุด	ได้คะแนน 5 คะแนน
ความพึงพอใจผู้ให้บริการมาก	ได้คะแนน 4 คะแนน
ความพึงพอใจผู้ให้บริการปานกลาง	ได้คะแนน 3 คะแนน
ความพึงพอใจผู้ให้บริการน้อย	ได้คะแนน 2 คะแนน
ความพึงพอใจผู้ให้บริการน้อยที่สุด	ได้คะแนน 1 คะแนน

สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมายข้อมูล การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (Mean) ได้กำหนดขอบเขตค่าเฉลี่ยดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 121)

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3. แบบสอบถามตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการสรุปประเด็นหาความหมาย แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณาคความ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษามีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1.1 การหาค่าความสอดคล้อง (Content Validity)

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน คำนีความสอดคล้อง
 $\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็น
 ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

1.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อตามวิธีของ ครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด. 2545 : 100)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
 K แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
 $\sum S_i^2$ แทน ค่าความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ
 S_t^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

1.3 สถิติที่ใช้ในการหาค่าอำนาจจำแนก

$$\text{จากสูตร} \quad r_{XY'} = \frac{n \sum XY' - \sum X \sum Y'}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y'^2 - (\sum Y')^2]}}$$

เมื่อ $r_{XY'}$ แทน คำนีอำนาจจำแนก
 X แทน คะแนนรายข้อ

Y' แทน คะแนนรวมที่หักคะแนนข้อนี้ ออกแล้ว Y' Y-X
 เมื่อ Y แทน คะแนนรวม

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 ดังนี้

2.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นสถิติที่นิยมใช้มาก เป็นการเทียบความถี่หรือ
 จำนวนที่ต้องการ กับความถี่หรือจำนวนทั้งหมดที่เทียบเป็น 100 ดังนั้น จะหาร้อยละจากสูตร
 ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 101)

$$\text{จากสูตร } P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ p แทน ร้อยละ
 f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ
 N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

2.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตรดังนี้ (ไพศาล วรคำ, 2554 : 323)

$$\text{จากสูตร } \bar{X} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม
 N แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม

2.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร ดังนี้
 (ไพศาล วรคำ, 2554 : 297)

$$\text{สูตร } S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x - \bar{x})^2}{N-1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 \sum แทน ผลรวม
 X แทน ผลรวมของจำนวนทั้งหมด

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ย

N แทน จำนวนในกลุ่มตัวอย่าง

2.3 การวิเคราะห์ข้อเสนอนี้ สถิติที่ใช้ คือ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และการพรรณนาความตามเนื้อหา (Content Analysis)



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้ศึกษาจะนำเสนอตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจตรงกันในการแปลความหมายของข้อมูล ผู้ศึกษาจึงกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

n แทน จำนวนประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

\bar{X} แทน คะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ลำดับขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่กรอกแล้วทั้ง 369 ฉบับ มาจัดหมวดหมู่ตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แล้วตรวจนับคะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลและใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนก เพศ อายุ ระดับการศึกษา

อาชีพ และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. ผลการวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการนำมาประมวลเนื้อหาสรุปประเด็นหาความหมาย แล้ววิเคราะห์ด้วยการพรรณนาความ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ปรากฏผล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกับประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 369 คน โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 369 ฉบับ จากนั้นได้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปรากฏผลดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1. หญิง	218	59.08
2. ชาย	151	40.92
รวม	369	100.00
อายุ		
1. 18-25 ปี	40	10.84
2. 26-35 ปี	40	10.84
3. 36-45 ปี	184	49.86
4. 46-55 ปี	56	15.18
5. 56 ปีขึ้นไป	49	13.28

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน กลุ่มตัวอย่าง (คน)	ร้อยละ
รวม	369	100.00
ระดับการศึกษา		
1. ประถมศึกษา	64	17.34
2. มัธยมศึกษา	74	20.05
3. อนุปริญญา	108	29.27
4. ปริญญาตรี	93	25.20
5. สูงกว่าปริญญาตรี	30	8.13
รวม	369	100.00
อาชีพ		
1. ธุรกิจส่วนตัว	32	8.67
2. รับราชการ	63	17.07
3. รับจ้าง	90	24.39
4. เกษตรกรรม	124	33.60
5. นักศึกษา	60	16.26
รวม	369	100.00
รายได้ต่อเดือน		
1. ต่ำกว่า 4,000 บาท	20	5.42
2. 4,001-8,000 บาท	95	25.75
3. 8,001-12,000 บาท	113	30.62
4. 12,001-16,000 บาท	97	26.29
5. 16,001 บาท ขึ้นไป	44	11.92
รวม	369	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน (ร้อยละ 59.08) เป็นเพศชาย จำนวน 151 คน (ร้อยละ 40.92) สำหรับอายุส่วนใหญ่อยู่ในระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 184 คน (ร้อยละ 49.86) รองลงมา คือ อายุ 46-55 ปี จำนวน 56 คน (ร้อยละ 15.18) และอายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 49 คน (ร้อยละ 13.28) ในเรื่องของการสำเร็จการศึกษาส่วนใหญ่

จบการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 108 คน (ร้อยละ 29.27) รองลงมา ระดับปริญญาตรี จำนวน 93 คน (ร้อยละ 25.20) และระดับมัธยมศึกษา จำนวน 74 คน (ร้อยละ 20.05) สำหรับการประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพเกษตรกรรวม จำนวน 124 คน (ร้อยละ 33.60) รองลงมา คือ อาชีพรับจ้าง จำนวน 97 คน (ร้อยละ 24.30) และอาชีพรับราชการ จำนวน 63 คน (ร้อยละ 17.07) สำหรับรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ 8,001-12,000 บาท จำนวน 113 คน (ร้อยละ 30.62) รองลงมา คือ รายได้ 12,001-16,000 บาท จำนวน 97 คน (ร้อยละ 26.29) และรายได้ 4,001-8,000 บาท จำนวน 95 คน (ร้อยละ 25.75) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม (ปรากฏผลดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	2.40	0.49	น้อย
2. ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า	3.00	0.49	ปานกลาง
3. ด้านการจัดการจราจร	2.14	0.49	น้อย
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.57	0.51	มาก
5. ด้านราคาสินค้า	3.33	0.61	ปานกลาง
6. ด้านการจัดวางแผงสินค้า	2.37	0.41	น้อย
7. ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	3.49	0.81	ปานกลาง
8. ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	2.24	0.31	น้อย
รวม	2.80	0.25	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมมีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.80$, S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง

3 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.57, S.D. = 0.51$) รองลงมาคือ ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.49, S.D. = 0.81$) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.33, S.D. = 0.61$) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.00, S.D. = 0.49$) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.40, S.D. = 0.49$) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.37, S.D. = 0.41$) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.24, S.D. = 0.31$) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.14, S.D. = 0.49$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านทำเลที่ตั้ง

ด้านทำเลที่ตั้ง	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งตลาดสดเทศบาล	2.58	0.93	ปานกลาง
2. ความกว้างขวางเพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อผู้ขาย	2.29	0.81	น้อย
3. ตลาดสดเทศบาลที่มีความเหมาะสมในการขนถ่ายสินค้าบริการ	2.34	0.76	น้อย
รวม	2.40	0.49	น้อย

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านทำเลที่ตั้ง โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.40, S.D. = 0.49$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของสถานที่ตั้งตลาดสดเทศบาล ($\bar{X} = 2.58, S.D. = 0.93$) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ตลาดสดเทศบาลที่มีความเหมาะสมในการขนถ่ายสินค้าบริการ ($\bar{X} = 2.34, S.D. = 0.76$) และความกว้างขวางเพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อผู้ขาย ($\bar{X} = 2.29, S.D. = 0.81$) อยู่ในระดับน้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ
ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า

ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. สินค้า ประเภท ผัก ผลไม้	2.89	0.94	ปานกลาง
2. สินค้าอาหาร ประเภท ปิ้งย่าง ทอด	2.47	0.83	น้อย
3. สินค้าอาหารประเภทปรุงสำเร็จรูป เช่นแกง ผัด ต้มยำ น้ำพริก	2.76	0.82	ปานกลาง
4. สินค้าที่ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป	3.52	1.01	มาก
5. สินค้าประเภท เนื้อสัตว์ ปลาสด กุ้งสด	3.35	0.99	ปานกลาง
รวม	3.00	0.49	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 3 ข้อ และอยู่ในระดับน้อย 1 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับ คือ สินค้าที่ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.01) รองลงมาคือ สินค้าประเภท เนื้อสัตว์ ปลาสด กุ้งสด ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.99) และ สินค้าประเภท ผัก ผลไม้ ($\bar{X} = 2.89$, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ
ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ด้านการจัดการจราจร

ด้านการจัดการจราจร	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. การจัดการจราจรบริเวณรอบตลาดสด	2.20	0.75	น้อย
2. ความเหมาะสมของพื้นที่ในการจอดรถรอบตลาดสด	2.08	0.82	น้อย
3. เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่จราจร	2.14	0.70	น้อย
รวม	2.14	0.49	น้อย

จากตารางที่ 5 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดการจราจร โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.14$, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การจัดการจราจรบริเวณรอบตลาดสด ($\bar{X} = 2.20$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่จราจร ($\bar{X} = 2.14$, S.D. = 0.70) และความเหมาะสมของพื้นที่ในการจอดรถรอบตลาดสด ($\bar{X} = 2.08$, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ
ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ในตลาดสด	3.59	0.89	มาก
2. การให้คำแนะนำและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารปลอดภัย	3.88	0.92	มาก
3. การเผยแพร่แผ่นพับ คู่มือสุขภาพในตลาดสด	3.78	1.03	มาก
4. โรคและอันตรายที่เกิดจากตลาดไม่ถูกสุขลักษณะ	3.28	0.87	ปานกลาง
5. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจุดบริการตาชั่งกลาง	3.33	0.94	ปานกลาง
รวม	3.57	0.51	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3 ข้อและอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก คือ การให้คำแนะนำและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารปลอดภัย ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.92) รองลงมา คือ การเผยแพร่แผ่นพับ คู่มือสุขภาพในตลาดสด ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 1.03) และความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ในตลาดสด ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ
ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคาสินค้า

ด้านราคาสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ราคาทั่วไปของสินค้าต่างๆ ในตลาดสด	3.42	0.95	ปานกลาง
2. การตั้งราคาสินค้าของผู้ขายทุกประเภทช่วงตลาดเย็น	3.31	0.98	ปานกลาง
3. การแสดงป้ายบอกราคาสินค้าตลาดสดเทศบาลเมือง	3.27	0.89	ปานกลาง
รวม	3.33	0.61	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคาสินค้า โดยรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ราคาทั่วไปของสินค้าต่าง ๆ ในตลาดสด ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.95) การตั้งราคาสินค้าของผู้ขายทุกประเภทช่วงตลาดเย็น ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.98) และการแสดงป้ายบอกราคาสินค้าตลาดสดเทศบาลเมือง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดวางแผงสินค้า

ด้านการจัดวางแผงสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การจัดระเบียบของแผงสินค้าชั่วคราวหรือแผงวางบนพื้น	2.17	0.64	น้อย
2. ความเหมาะสมในการจัดวางแผงขายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป	2.26	0.74	น้อย
3. ความเหมาะสมในการจัดแผงวางขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป	2.52	0.82	ปานกลาง
4. ความเหมาะสมในการจัดวางแผงขายสินค้าประเภทของใช้ประจำวัน	2.54	0.79	ปานกลาง
รวม	2.37	0.41	น้อย

จากตารางที่ 8 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการจัดวางแผงสินค้า โดยรวมมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.37$, S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อและอยู่ในระดับน้อย 2 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ความเหมาะสมในการจัดแผงวางขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ($\bar{X} = 2.54$, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ ความเหมาะสมในการจัดแผงวางขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูป ($\bar{X} = 2.52$, S.D. = 0.82) และความเหมาะสมในการจัดวางแผงขายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป ($\bar{X} = 2.26$, S.D. = 0.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ
ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ

ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. การปฏิบัติการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	3.43	0.93	ปานกลาง
2. การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	3.55	1.01	มาก
รวม	3.49	0.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการรักษาความปลอดภัยของ เจ้าหน้าที่เทศกิจ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 1.01) อยู่ในระดับมาก และการปฏิบัติการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการ
ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ด้านการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อม

ด้านการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. การกำจัดขยะมูลฝอย	2.27	0.79	น้อย
2. การตรวจสอบบำรุงรักษา ไฟฟ้า ประปา และสภาพทั่วไปตลาดสด	2.63	0.78	ปานกลาง
3. การบริการห้องน้ำห้องส้วมในตลาดสดเทศบาลเมือง	2.09	0.69	น้อย
4. ระบบการกำจัดน้ำเสีย	2.03	0.59	น้อย
5. การล้างทำความสะอาดตลาดสดเดือนละ 1 ครั้ง	2.16	0.71	น้อย
รวม	2.24	0.31	น้อย

จากตารางที่ 10 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม โดยรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 0.31) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ และอยู่ในระดับน้อย 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย 3 อันดับแรก ดังนี้ การตรวจสอบบำรุงรักษา ไฟฟ้า ประปา และสภาพทั่วไปตลาดสด ($\bar{X} = 2.63$, S.D. = 0.78) รองลงมา คือ การกำจัดขยะมูลฝอย ($\bar{X} = 2.27$, S.D. = 0.79) และการล้างทำความสะอาดตลาดสดเดือนละ 1 ครั้ง ($\bar{X} = 2.16$, S.D. = 0.71) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม	ชาย			หญิง		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	2.36	0.47	น้อย	2.46	0.50	น้อย
2. ด้านความหลากหลายของ ประเภทสินค้า	2.97	0.47	ปานกลาง	3.04	0.51	ปานกลาง
3. ด้านการจัดการจราจร	2.23	0.47	น้อย	2.01	0.50	น้อย
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.56	0.51	มาก	3.59	0.52	มาก
5. ด้านราคาสินค้า	3.32	0.58	ปานกลาง	3.36	0.66	ปานกลาง
6. ด้านการจัดวางแผงสินค้า	2.32	0.38	น้อย	2.45	0.44	น้อย
7. ด้านการรักษาความปลอดภัย ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	3.45	0.82	ปานกลาง	3.55	0.80	มาก
8. ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	2.24	0.30	น้อย	2.23	0.33	น้อย
รวม	2.79	0.24	ปานกลาง	2.82	0.26	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมจำแนกตามเพศ พบว่า

เพศชาย โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.79, S.D. = 0.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.56, S.D. = 0.51$) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.45, S.D. = 0.82$) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.32, S.D. = 0.58$) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.97, S.D. = 0.47$) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.36, S.D. = 0.47$) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.32, S.D. = 0.47$) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.24, S.D. = 0.30$) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.23, S.D. = 0.47$) ตามลำดับ

เพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82, S.D. = 0.26$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.59, S.D. = 0.52$) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.55, S.D. = 0.80$) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.36, S.D. = 0.66$) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.04, S.D. = 0.51$) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.46, S.D. = 0.50$) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.45, S.D. = 0.44$) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.23, S.D. = 0.33$) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.01, S.D. = 0.50$) ตามลำดับ

โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจปานกลางเช่นกัน

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตลาดสดเทศบาลเมือง มหาสารคาม	18-25 ปี			26-35 ปี			36-45 ปี			46-55 ปี			56 ปีขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	2.44	0.43	น้อย	2.37	0.51	น้อย	2.39	0.49	น้อย	2.44	0.54	น้อย	2.40	0.47	น้อย
2. ด้านความหลากหลาย ของประเภทสินค้า	2.93	0.49	ปานกลาง	2.93	0.44	ปานกลาง	3.04	0.48	ปานกลาง	2.92	0.50	ปานกลาง	3.03	0.53	ปานกลาง
3. ด้านการจัดการจราจร	2.17	0.54	น้อย	2.19	0.51	น้อย	2.12	0.47	น้อย	2.24	0.47	น้อย	2.05	0.52	น้อย
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.47	0.51	ปานกลาง	3.71	0.46	มาก	3.57	0.50	มาก	3.43	0.53	ปานกลาง	3.73	0.52	มาก
5. ด้านราคาสินค้า	3.16	0.57	ปานกลาง	3.50	0.51	ปานกลาง	3.35	0.64	ปานกลาง	3.16	0.56	ปานกลาง	3.47	0.56	ปานกลาง
6. ด้านการจัดวางแผงสินค้า	2.24	0.41	น้อย	2.33	0.39	น้อย	2.42	0.43	น้อย	2.34	0.37	น้อย	2.38	0.36	น้อย
7. ด้านการรักษาความปลอดภัย ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	3.14	0.90	ปานกลาง	3.56	0.91	มาก	3.54	0.84	มาก	3.45	0.67	ปานกลาง	3.57	0.65	มาก
8. ด้านการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม	2.21	0.37	น้อย	2.27	0.26	น้อย	2.27	0.30	น้อย	2.22	0.36	น้อย	2.15	0.28	น้อย
รวม	2.72	0.23	ปานกลาง	2.84	0.23	ปานกลาง	2.82	0.26	ปานกลาง	2.75	0.24	ปานกลาง	2.83	0.24	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมเป็นรายด้าน จำแนกตามอายุ พบว่า ช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.72$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.51) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.57) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.14$, S.D. = 0.90) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.93$, S.D. = 0.49) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.44$, S.D. = 0.43) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 0.41) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.21$, S.D. = 0.37) ด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.17$, S.D. = 0.54) ตามลำดับ

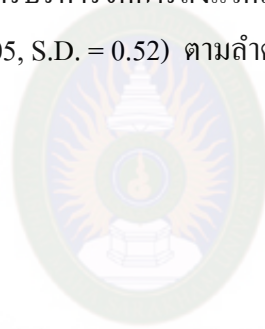
ช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.46) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = 0.91) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.51) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.93$, S.D. = 0.44) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.37$, S.D. = 0.51) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.33$, S.D. = 0.39) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.27$, S.D. = 0.26) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.19$, S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.82$, S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.50) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = 0.84) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.35$, S.D. = 0.64) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.48) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.42$, S.D. = 0.43) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.39$, S.D. = 0.49) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.27$, S.D. = 0.30) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.12$, S.D. = 0.47) ตามลำดับ

ช่วงอายุระหว่าง 45-55 ปี โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.75$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.67) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.53) ด้านราคาสินค้า

($\bar{X} = 3.16$, S.D. = 0.56) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.92$, S.D. = 0.50)
 ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.44$, S.D. = 0.54) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.34$, S.D. = 0.37)
 ด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 0.47) และด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.22$,
 S.D. = 0.36) ตามลำดับ

ช่วงอายุระหว่าง 56 ปีขึ้นไป โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ ($\bar{X} = 2.83$,
 S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน
 และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์
 ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = 0.52) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.57$,
 S.D. = 0.65) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.47$, S.D. = 0.56) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า
 ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 0.53) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.40$, S.D. = 0.47) ด้านการจัดวางแผงสินค้า
 ($\bar{X} = 2.38$, S.D. = 0.36) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.15$, S.D. = 0.28)
 ด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.05$, S.D. = 0.52) ตามลำดับ



ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมเป็นรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตลาดสดเทศบาล เมืองมหาสารคาม	ประถมศึกษา			มัธยมศึกษา			อนุปริญญา			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	2.47	0.41	น้อย	2.40	0.53	น้อย	2.31	0.48	น้อย	2.44	0.48	น้อย	2.46	0.55	น้อย
2. ด้านความหลากหลาย ของประเภทสินค้า	2.92	0.45	ปานกลาง	3.15	0.53	ปานกลาง	2.96	0.49	ปานกลาง	3.01	0.46	ปานกลาง	2.91	0.42	ปานกลาง
3. ด้านการจัดการจราจร	2.02	0.52	น้อย	2.25	0.53	น้อย	2.12	0.46	น้อย	2.14	0.46	น้อย	2.20	0.48	น้อย
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.59	0.50	มาก	3.66	0.53	มาก	3.49	0.51	ปานกลาง	3.58	0.52	มาก	3.59	0.43	มาก
5. ด้านราคาสินค้า	3.28	0.60	ปานกลาง	3.56	0.56	มาก	3.25	0.63	ปานกลาง	3.28	0.62	ปานกลาง	3.37	0.57	ปานกลาง
6. ด้านการจัดวางแผงสินค้า	2.28	0.37	น้อย	2.45	0.48	น้อย	2.44	0.40	น้อย	2.30	0.37	น้อย	2.38	0.39	น้อย
7. ด้านการรักษาความปลอดภัย ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	3.39	0.85	ปานกลาง	3.52	0.87	มาก	3.52	0.80	มาก	3.49	0.79	ปานกลาง	3.48	0.72	ปานกลาง
8. ด้านการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม	2.14	0.30	น้อย	2.33	0.30	น้อย	2.24	0.35	น้อย	2.25	0.27	น้อย	2.17	0.29	น้อย
รวม	2.75	0.23	ปานกลาง	2.91	0.28	ปานกลาง	2.78	0.24	ปานกลาง	2.80	0.23	ปานกลาง	2.80	0.24	ปานกลาง

จากตารางที่ 13 ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาล
เมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมเป็นรายด้าน จำแนกตาม
ระดับการศึกษา พบว่า

การศึกษาระดับประถมศึกษา โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 2.75, S.D. = 0.23$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน และอยู่ใน
ระดับปานกลาง 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.59,$
 $S.D. = 0.50$) ด้านการรักษาความปลอดภัยของ เจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.39, S.D. = 0.85$) ด้านราคา
สินค้า ($\bar{X} = 3.28, S.D. = 0.60$) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.92, S.D. = 0.48$)
ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.47, S.D. = 0.41$) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.28, S.D. = 0.37$)
ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.14, S.D. = 0.30$) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.02,$
 $S.D. = 0.52$) ตามลำดับ

การศึกษาระดับมัธยมศึกษา โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 2.91, S.D. = 0.28$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน และอยู่ในระดับ
ปานกลาง 5 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.66,$
 $S.D. = 0.53$) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.56, S.D. = 0.56$) ด้านการรักษาความปลอดภัยของ เจ้าหน้าที่
เทศกิจ ($\bar{X} = 3.52, S.D. = 0.87$) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.15, S.D. = 0.53$)
ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.45, S.D. = 0.48$) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.40, S.D. = 0.53$)
ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.33, S.D. = 0.30$) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.25,$
 $S.D. = 0.53$) ตามลำดับ

การศึกษาระดับอนุปริญญา โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 2.78, S.D. = 0.24$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับ
ปานกลาง 3 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการรักษา
ความปลอดภัยของ เจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.52, S.D. = 0.80$) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.49,$
 $S.D. = 0.51$) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.25, S.D. = 0.63$) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า
($\bar{X} = 2.96, S.D. = 0.49$) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.44, S.D. = 0.40$) ด้านทำเลที่ตั้ง
($\bar{X} = 2.31, S.D. = 0.48$) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.24, S.D. = 0.35$) และ
ด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.12, S.D. = 0.46$) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.80$, S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.52) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.79) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.62) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.01$, S.D. = 0.46) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.44$, S.D. = 0.48) ด้านการจัดวางผังสินค้า ($\bar{X} = 2.30$, S.D. = 0.37) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.25$, S.D. = 0.27) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.14$, S.D. = 0.46) ตามลำดับ

การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.80$, S.D. = 0.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.59$, S.D. = 0.43) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.72) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.57) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.91$, S.D. = 0.42) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.46$, S.D. = 0.55) ด้านการจัดวางผังสินค้า ($\bar{X} = 2.38$, S.D. = 0.39) ด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.20$, S.D. = 0.48) และด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.17$, S.D. = 0.29) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมเป็นรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตลาดสดเทศบาลเมือง มหาสารคาม	ธุรกิจส่วนตัว			รับราชการ			รับจ้าง			เกษตรกร			นักศึกษา		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	2.26	0.40	น้อย	2.25	0.43	น้อย	2.50	0.48	น้อย	2.44	0.51	น้อย	2.42	0.49	น้อย
2. ด้านความหลากหลาย ของประเภทสินค้า	2.89	0.41	ปานกลาง	2.91	0.43	ปานกลาง	3.02	0.49	ปานกลาง	3.04	0.51	ปานกลาง	3.03	0.52	ปานกลาง
3. ด้านการจัดการจราจร	1.84	0.46	น้อย	2.25	0.48	น้อย	2.16	0.51	น้อย	2.11	0.48	น้อย	2.22	0.46	น้อย
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.60	0.57	มาก	3.43	0.51	ปานกลาง	3.59	0.54	มาก	3.62	0.47	มาก	3.58	0.51	มาก
5. ด้านราคาสินค้า	3.31	0.68	ปานกลาง	3.22	0.55	ปานกลาง	3.44	0.64	ปานกลาง	3.31	0.61	ปานกลาง	3.36	0.59	ปานกลาง
6. ด้านการจัดวางแผงสินค้า	2.36	0.41	น้อย	2.31	0.45	น้อย	2.49	0.46	น้อย	2.34	0.37	น้อย	2.34	0.34	น้อย
7. ด้านการรักษาความปลอดภัย ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	3.78	0.83	มาก	3.52	0.78	มาก	3.46	0.80	ปานกลาง	3.48	0.75	ปานกลาง	3.38	0.97	ปานกลาง
8. ด้านการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม	2.29	0.24	น้อย	2.30	0.33	น้อย	2.20	0.32	น้อย	2.18	0.32	น้อย	2.32	0.27	น้อย
รวม	2.77	0.23	ปานกลาง	2.76	0.22	ปานกลาง	2.84	0.28	ปานกลาง	2.80	0.23	ปานกลาง	2.83	0.27	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาล
เมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมเป็นรายด้าน จำแนกตาม
ระดับการศึกษา พบว่า

อาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.77$,
S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน
และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ด้านการรักษาความปลอดภัย
ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.83) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.57)
ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.68) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.89$,
S.D. = 0.41) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.36$, S.D. = 0.41) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
($\bar{X} = 2.29$, S.D. = 0.24) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.26$, S.D. = 0.40) และด้านการจัดการจราจร
($\bar{X} = 1.84$, S.D. = 0.46) ตามลำดับ

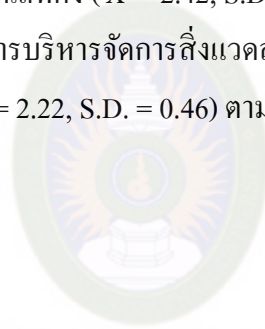
อาชีพรับราชการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.76$,
S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน
และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการรักษาความปลอดภัย
ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.78) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.51)
ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.22$, S.D. = 0.55) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.91$,
S.D. = 0.43) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.31$, S.D. = 0.45) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม
($\bar{X} = 2.30$, S.D. = 0.33) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.25$, S.D. = 0.43) และด้านการจัดการจราจร
($\bar{X} = 2.25$, S.D. = 0.48) ตามลำดับ

อาชีพรับจ้าง โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.84$, S.D. = 0.28)
เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน และอยู่ใน
ระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.59$,
S.D. = 0.54) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.46$, S.D. = 0.80) ด้านราคา
สินค้า ($\bar{X} = 3.44$, S.D. = 0.64) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.02$, S.D. = 0.49)
ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.50$, S.D. = 0.48) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.49$, S.D. = 0.46)
ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.20$, S.D. = 0.32) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.16$,
S.D. = 0.51) ตามลำดับ

อาชีพเกษตรกร โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.80$,
S.D. = 0.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน
และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์

($\bar{X} = 3.62$, S.D. = 0.47) ด้านการรักษาความปลอดภัยของ เจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 0.75) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.31$, S.D. = 0.61) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.51) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.44$, S.D. = 0.51) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.34$, S.D. = 0.37) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.18$, S.D. = 0.32) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.11$, S.D. = 0.48) ตามลำดับ

อาชีพนักศึกษา โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$, S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.51) ด้านการรักษาความปลอดภัยของ เจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.97) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.59) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.03$, S.D. = 0.52) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.42$, S.D. = 0.49) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.34$, S.D. = 0.34) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.32$, S.D. = 0.27) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.22$, S.D. = 0.46) ตามลำดับ



ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง
จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมเป็นรายด้าน จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ตลาดสดเทศบาลเมือง มหาสารคาม	ต่ำกว่า 4,000 บาท			4,001–8,000 บาท			8,001–12,000 บาท			12,001-16,000 บาท			16,001 บาท ขึ้นไป		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความพึง พอใจ
1. ด้านทำเลที่ตั้ง	2.85	0.41	ปานกลาง	2.62	0.50	ปานกลาง	2.24	0.45	น้อย	2.33	0.44	น้อย	2.30	0.41	น้อย
2. ด้านความหลากหลาย ของประเภทสินค้า	3.00	0.48	ปานกลาง	2.97	0.48	ปานกลาง	2.98	0.46	ปานกลาง	3.13	0.52	ปานกลาง	2.80	0.42	ปานกลาง
3. ด้านการจัดการจราจร	2.13	0.37	น้อย	2.28	0.50	น้อย	2.27	0.45	น้อย	1.88	0.49	น้อย	2.06	0.42	น้อย
4. ด้านการประชาสัมพันธ์	3.60	0.50	มาก	3.61	0.61	มาก	3.60	0.49	มาก	3.58	0.46	มาก	3.41	0.44	ปานกลาง
5. ด้านราคาสินค้า	3.33	0.48	ปานกลาง	3.41	0.59	ปานกลาง	3.37	0.58	ปานกลาง	3.28	0.67	ปานกลาง	3.20	0.63	ปานกลาง
6. ด้านการจัดวางแผงสินค้า	2.43	0.34	น้อย	2.45	0.46	น้อย	2.28	0.39	น้อย	2.39	0.37	น้อย	2.39	0.42	น้อย
7. ด้านการรักษาความปลอดภัย ของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	2.90	0.88	ปานกลาง	3.34	0.80	ปานกลาง	3.64	0.82	มาก	3.64	0.71	มาก	3.34	0.83	ปานกลาง
8. ด้านการบริหารจัดการ สิ่งแวดล้อม	2.19	0.24	น้อย	2.23	0.28	น้อย	2.29	0.32	น้อย	2.18	0.30	น้อย	2.27	0.40	น้อย
รวม	2.81	0.20	ปานกลาง	2.85	0.26	ปานกลาง	2.81	0.25	ปานกลาง	2.79	0.25	ปานกลาง	2.71	0.22	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาล

เมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมเป็นรายด้าน จำแนกตามรายได้ พบว่า รายได้ต่ำกว่า 4,000 บาท โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$, S.D. = 0.20) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 3 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.50) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.48) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.48) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 2.90$, S.D. = 0.88) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.41) ด้านการจัดวางผังสินค้า ($\bar{X} = 2.43$, S.D. = 0.34) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.19$, S.D. = 0.24) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.13$, S.D. = 0.37) ตามลำดับ

รายได้ 4,001–8,000 บาท โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.26) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 3 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.61) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.59) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.80) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 0.48) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.62$, S.D. = 0.50) ด้านการจัดวางผังสินค้า ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 0.46) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.28$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

รายได้ 8,001–12,000 บาท โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$, S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.82) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.49) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.37$, S.D. = 0.58) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.98$, S.D. = 0.46) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.29$, S.D. = 0.32) ด้านการจัดวางผังสินค้า ($\bar{X} = 2.28$, S.D. = 0.39) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.27$, S.D. = 0.42) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 0.45) ตามลำดับ

รายได้ 12,001-16,000 บาท โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.79$, S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.71) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = 0.46) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = 0.67) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.13$,

S.D. = 0.52) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.39$, S.D. = 0.37) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.33$, S.D. = 0.44) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.18$, S.D. = 0.30) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 1.88$, S.D. = 0.49) ตามลำดับ

รายได้ 16,001 บาท ขึ้นไป โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.71$, S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.34$, S.D. = 0.83) ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.41$, S.D. = 0.44) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.63) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 2.80$, S.D. = 0.42) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.39$, S.D. = 0.42) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.30$, S.D. = 0.41) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.27$, S.D. = 0.40) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.06$, S.D. = 0.42) ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม (ผลปรากฏดังตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 จำนวนความถี่ ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	ความถี่
ด้านทำเลที่ตั้ง	
1. ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามควรมีขนาดใหญ่สำหรับการให้บริการประชาชนที่มีจำนวนมาก	15
2. ควรมีการสถานที่กว้างขวางสำหรับการขนส่งและถ่ายสินค้าสำหรับการให้บริการแก่ประชาชนผู้ใช้บริการ	10
3. ควรมีการปรับปรุงและตกแต่งสถานที่ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามอยู่เป็นประจำ	5
รวม	30

ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	ความถี่
ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า	
1. ควรมีการขายอาหารประเภทสินค้าอาหาร ปิ้งย่าง ทอด ไว้สำหรับประชาชน	12
2. ควรมีอาหารประเภทปรุงสำเร็จรูป สำหรับรับประทานได้เลย	10
3. ควรมีการเพิ่มปริมาณมากขึ้นของสินค้าประเภท ผัก ผลไม้	3
รวม	25
ด้านการจัดการจราจร	
1. ควรมีการพื้นที่ในการจอดรถให้มีขนาดใหญ่สำหรับประชาชนผู้ใช้บริการจำนวนมาก	30
2. ควรมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยให้บริการในเรื่องของการจราจรทุกๆ วัน	15
3. ควรมีการบริหารจัดการในเรื่องของการแบ่งขอบเขตและบริเวณในการจอดรถให้ชัดเจนสำหรับรถขนส่ง และรถประชาชนผู้ใช้บริการให้ชัดเจน	5
รวม	50
ด้านการประชาสัมพันธ์	
1. ควรมีการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของโรคและอันตรายที่เกิดขึ้นจากตลาดสดที่ไม่ถูกสุขลักษณะอยู่บ่อยๆ	3
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจุดบริการตาชั่งกลางสำหรับผู้ซื้อขายสินค้า	2
3. ควรมีการต่อเนื่องของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ในตลาดสดให้เป็นประจำอยู่เสมอ	1
รวม	6
ด้านราคาสินค้า	
1. ควรมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้าให้ชัดเจน	10
2. ควรมีการตั้งราคาสินค้าของผู้ขายทุกประเภทให้ชัดเจนและทุกวัน	7
3. ควรมีการจัดเกรดของสินค้าและราคาให้ชัดเจน	3
รวม	20

ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม	ความถี่
ด้านการจัดวางแผนสินค้า	
1. ควรมีการจัดระเบียบของแผงสินค้าชั่วคราวหรือแผงวางบนพื้นให้เป็นระเบียบ	20
2. ควรมีการจัดสรรสัดส่วนสำหรับประเภทอาหารให้ชัดเจน	10
3. ควรมีการจัดสรรสัดส่วนสำหรับเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มสะอาดและห่างจากอาหารสดต่าง ๆ	5
รวม	35
ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ	
1. เทศบาลเมืองมหาสารคาม ควรมีสวัสดิการที่ค้ำประกันขึ้นสำหรับเจ้าหน้าที่เทศกิจที่คอยดูแลตลาดสดอยู่ประจำ	10
2. ควรมีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่เทศกิจสำหรับการดูแลตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม	5
รวม	15
ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม	
1. ควรมีการวางระบบน้ำเสียให้ดียิ่งขึ้น	20
2. เทศบาลเมืองมหาสารคาม ควรมีการก่อสร้างห้องน้ำห้องส้วมสำหรับผู้ใช้บริการ	15
3. ควรมีการจัดเวรสำหรับการทำความสะอาดตลาดสดเดือนละ 1 ครั้ง	5
รวม	40
โดยรวม	216

จากตารางที่ 16 พบว่า ประชาชนที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะสำหรับการให้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ความถี่มากที่สุด คือ ด้านการจัดการจราจร (ความถี่ 50) รองลงมา ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (ความถี่ 40) ด้านการจัดวางแผนสินค้า (ความถี่ 35) ด้านทำเลที่ตั้ง (ความถี่ 30) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า (ความถี่ 25) ด้านราคาสินค้า (ความถี่ 20) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ (ความถี่ 15) และด้านการประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 6) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 ด้านทำเลที่ตั้ง ซึ่งเมื่อเรียงลำดับค่าความถี่จากมากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามควรมีขนาดใหญ่สำหรับการให้บริการประชาชนที่มีจำนวนมาก (ความถี่ 15) รองลงมา ควรมีการสถานที่กว้างขวางสำหรับการขนส่งและถ่ายสินค้า สำหรับการให้บริการแก่ประชาชนผู้ใช้บริการ (ความถี่ 10) และควรมีการปรับปรุงและตกแต่งสถานที่ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามอยู่เป็นประจำ (ความถี่ 5)

ด้านที่ 2 ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ซึ่งเมื่อเรียงลำดับค่าความถี่จากมากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ควรมีการขายอาหารประเภทสินค้าอาหาร ปิ้งย่าง ทอด ไว้สำหรับประชาชน (ความถี่ 12) รองลงมา ควรมีอาหารประเภทปรุงสำเร็จรูป สำหรับรับประทานได้เลย (ความถี่ 10) และควรมีการเพิ่มปริมาณมากขึ้นของสินค้าประเภท ผัก ผลไม้ (ความถี่ 3)

ด้านที่ 3 ด้านการจัดการจราจร ซึ่งเมื่อเรียงลำดับค่าความถี่จากมากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ควรมีการพื้นที่ในการจอดรถให้มีขนาดใหญ่สำหรับประชาชนผู้ใช้บริการจำนวนมาก (ความถี่ 30) รองลงมา ควรมีเจ้าหน้าที่ตำรวจคอยให้บริการในเรื่องของการจราจรทุกวัน (ความถี่ 15) และควรมีการบริหารจัดการในเรื่องของการแบ่งขอบเขตและบริเวณในการจอดรถให้ชัดเจนสำหรับรถขนส่ง และรถประชาชนผู้ใช้บริการให้ชัดเจน (ความถี่ 5)

ด้านที่ 4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเมื่อเรียงลำดับค่าความถี่จากมากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ควรมีการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของโรคและอันตรายที่เกิดขึ้นจากตลาดสดที่ไม่ถูกสุขลักษณะอยู่บ่อย ๆ (ความถี่ 3) รองลงมา ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจุดบริการตาชั่งกลางสำหรับผู้ซื้อขายสินค้า (ความถี่ 2) และควรมีการต่อเนื่องของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ในตลาดสดให้เป็นประจำอยู่เสมอ (ความถี่ 1)

ด้านที่ 5 ด้านราคาสินค้า ซึ่งเมื่อเรียงลำดับค่าความถี่จากมากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ควรมีการแสดงป้ายบอกราคาสินค้าให้ชัดเจน (ความถี่ 10) รองลงมา ควรมีการตั้งราคาสินค้าของผู้ขายทุกประเภทให้ชัดเจนและทุกวัน (ความถี่ 7) และควรมีการจัดเกรดของสินค้าและราคาให้ชัดเจน (ความถี่ 3)

ด้านที่ 6 ด้านการจัดวางแผนสินค้า ซึ่งเมื่อเรียงลำดับค่าความถี่จากมากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ควรมีการจัดระเบียบของแผงสินค้าชั่วคราวหรือแผงวางบนพื้นให้เป็นระเบียบ (ความถี่ 20) รองลงมา ควรมีการจัดสรรสัดส่วนสำหรับประเภทอาหารให้ชัดเจน (ความถี่ 10) และควรมีการจัดสรรสัดส่วนสำหรับเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มสะอาดและห่างจากอาหารสดต่าง ๆ (ความถี่ 5)

ด้านที่ 7 ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ซึ่งเมื่อเรียงลำดับค่าความถี่จากมากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ เทศบาลเมืองมหาสารคาม ควรมีสวัสดิการที่ดีมากยิ่งขึ้นสำหรับเจ้าหน้าที่เทศกิจที่คอยดูแลตลาดสดอยู่ประจำ (ความถี่ 10) และควรมีการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่เทศกิจสำหรับการดูแลตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม(ความถี่ 5)

ด้านที่ 8 ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งเมื่อเรียงลำดับค่าความถี่จากมากไปหาน้อยสามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ควรมีการวางระบบน้ำเสียให้คดียู่เสมอ (ความถี่ 20) รองลงมาเทศบาลเมืองมหาสารคาม ควรมีการก่อสร้างห้องน้ำห้องส้วมสำหรับผู้ให้บริการ (ความถี่ 15) และควรมีการจัดเวรสำหรับการทำความสะอาดตลาดสดเดือนละ 1 ครั้ง (ความถี่ 5)



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.80$, S.D. = 0.25) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 3 ด้าน และอยู่ในระดับน้อย 4 ข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.51) รองลงมาคือ ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.81) ด้านราคาสินค้า ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.61) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.49) ด้านทำเลที่ตั้ง ($\bar{X} = 2.40$, S.D. = 0.49) ด้านการจัดวางแผงสินค้า ($\bar{X} = 2.37$, S.D. = 0.41) ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 2.24$, S.D. = 0.31) และด้านการจัดการจราจร ($\bar{X} = 2.14$, S.D. = 0.49) ตามลำดับ

2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า ประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่แตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ความถี่มากที่สุด คือ ด้านการจัดการจราจร (ความถี่ 50) รองลงมา ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (ความถี่ 40) ด้านการจัดวางแผนสินค้า (ความถี่ 35) ด้านทำเลที่ตั้ง (ความถี่ 30) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า (ความถี่ 25) ด้านราคาสินค้า (ความถี่ 20) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ (ความถี่ 15) และด้านการประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 6) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีข้ออภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

1. ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การให้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีการให้บริการที่สินค้าอุปโภคบริโภคที่มีความหลากหลาย ผู้ใช้บริการสามารถที่จะเลือกซื้อสินค้าตามความต้องการด้วยความสะดวก เทศบาลเมืองมหาสารคาม ก็พยายามที่จะทำการปรับปรุงตลาดสดเทศบาลให้มีความสะอาด ปลอดภัยในด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่จะมีการเอาใจใส่ในการพัฒนาให้มีความ สะอาด จากสิ่งปฏิกูล ปลอดภัยจากสิ่งที่จะเกิดอันตรายกับผู้มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม เพื่อที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจให้มากที่สุด ผลจากการศึกษามีความสอดคล้องกับ พงศ์สุวรรณค์ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา (2547 : 77-78) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชน/ผู้รับบริการตลาดสดน้ำซื่อ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดสดน้ำซื่อของผู้ขายของในตลาดสดน้ำซื่อพบว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดสดน้ำซื่อ โดยภาพรวมผู้ขายของมีส่วนร่วมในการพัฒนาฯ ร้อยละ 77.2 ส่วนใหญ่จะคัดเลือกอาหาร/สินค้านำมาขายทุกครั้ง โดยเลือกอาหารที่ไม่มีสิ่งปนเปื้อนร้อยละ 29.8 ผู้ขายของรู้จักสารเร่งเนื้อแดงมากที่สุด

ร้อยละ 70.2 การรู้จักสารตกค้างฯ ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 19.3 ส่วนใหญ่ร้านเคยถูกสุ่มตรวจสารปนเปื้อนภายใน 3 เดือนร้อยละ 61.5

2. ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายงาน ดังนี้

2.1 ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความเข้าใจถึงสถานที่ตั้งของตลาดสดในการจำกัดของเขตพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถที่จะทำการขยายพื้นที่ได้ เทศบาลทำการแก้ไขปัญหาด้วยการจัดระเบียบปรับปรุงให้มีความ สะดวก สะอาด ปลอดภัย และถูกหลักอนามัย ผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับ นฤมล นาคมี (2549 : 78-79) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเป็น “ตลาดสด น่าซื้อ” พื้นที่สาทรณสุขเขต 9 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนายกระดับตลาดได้คือ นโยบายในการพัฒนาหรือดูแลตลาดและผลประโยชน์จากตลาดของเจ้าของตลาด ซึ่งหากเจ้าของให้ความสำคัญจะมีผลต่อการพัฒนาโครงสร้าง ความสะอาด เป็นระเบียบ ระบบสุขภาพสิ่งแวดล้อม การรวมกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของชุมชนผู้ประกอบการค้าในตลาด และชมรมผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อรองและผลักดันให้เจ้าของตลาด และกลุ่มผู้ประกอบการค้าในตลาด ตระหนักและเห็นความสำคัญของ

2.2 ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการตลาดสด ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความเข้าใจถึงสินค้าที่นำมาให้บริการจะมีแต่ลักษณะเดิม เช่น อาหารสด ประเภทเนื้อ ปลา กุ้ง ผู้ให้บริการพยายามที่จะทำการปรับปรุง ทำการถนอมอาหารเหล่านี้โดยการแปรรูปให้สามารถเก็บไว้ใน การรับประทานได้นาน ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ พงศ์สุรางค์ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา (2547 : 77-78) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชน/ผู้รับบริการตลาดสดน่าซื้อ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อของผู้ขายของในตลาดสดน่าซื้อพบว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ โดยภาพรวมผู้ขายของมีส่วนร่วมในการพัฒนาฯ ร้อยละ 77.2 ส่วนใหญ่จะคัดเลือกอาหาร/สินค้านำมาขายทุกครั้ง โดยเลือกอาหารที่ไม่มีสิ่งปนเปื้อนร้อยละ 29.8

2.3 ด้านการจัดการจราจร อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้มาใช้บริการตลาดสดเทศบาลมีความเข้าใจของตลาดสดเทศบาลที่ข้อจำกัดด้วยพื้นที่ทำให้การจราจรเกิดปัญหาขึ้นในบางครั้ง เทศบาลก็พยายามที่จะจัดระเบียบการจราจร มีการจัดเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยในการอำนวยความสะดวก ให้ผู้มาใช้บริการได้รับความสะดวก ทำให้ไม่เสียเวลาในการใช้

บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ผลการศึกษาสอดคล้องกับ ศิริชัย อัมพวา (2542 : 95-97) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลธนู อำเภอกุทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนตำบลในระดับค่อนข้างมาก คือ ด้านการบำรุงรักษาเส้นทางคมนาคมทางบกและทางน้ำ

2.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการตลาดสดมีความเข้าใจ ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมให้ความรู้ในการเลือกซื้ออาหารที่ถูกสุขอนามัย ในการเลือกใช้บริการสินค้าที่มีความปลอดภัย ปราศจากสารพิษ อีกทั้งยังสนับสนุนสินค้าที่ทำการผลิตในท้องถิ่น มีความเข้าใจเลือกใช้จ่ายที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพตนเองและครอบครัว ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับ ธรรมบุญ แก้วคำ (2542 : 71-72) ศึกษา รูปแบบการบริหารร้านค้าชุมชน และตลาดนัดชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีองค์การบริหารส่วนตำบลศรีสุข อำเภอสีชมภูจังหวัดขอนแก่น พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผน คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล กรรมการบริหารกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต และประชาชนในพื้นที่ ได้ทราบถึงการดำเนินงานมากที่สุด คณะกรรมการเองได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่ ได้ทราบถึงการดำเนินการเพื่อนำสินค้ามาจำหน่าย มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนผู้บริโภคทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ ทราบถึงการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้เข้ามาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

2.5 ด้านราคาสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ได้มีการจัดระเบียบในการกำหนดราคาที่มีความถูกต้อง ชัดเจน เหมาะสมกับสินค้าที่นำมาให้บริการ โดยไม่เป็นการเอารัดเอาเปรียบมีความเป็นธรรมกับผู้มาใช้บริการทุกคนด้วยความเสมอภาค การศึกษามีความสอดคล้องกับ นฤมล นาคมี (2549 : 78-79) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเป็น “ตลาดสด น่าซื้อ” พื้นที่สาธารณสุขเขต 9 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลกับการพัฒนากระดับตลาดได้คือ นโยบายในการพัฒนาหรือดูแลตลาดและผลประโยชน์จากตลาดของเจ้าของตลาด ซึ่งหากเจ้าของให้ความสำคัญจะมีผลต่อการพัฒนาโครงสร้าง ระเบียบ และการมีส่วนร่วมของชุมชนผู้ประกอบการค้าในตลาด และชมรมผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อรองและผลักดันให้เจ้าของตลาด และกลุ่มผู้ประกอบการค้าในตลาด ตระหนักและเห็นความสำคัญของผู้บริโภค

2.6 ด้านการจัดวางแผงสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการ ตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความเข้าใจในการจัดวางแผงสินค้าของผู้ให้บริการที่มีความพยายามในการจัดแผงสินค้า ตัวผลิตภัณฑ์เองให้เป็นระเบียบเรียบร้อย สามารถหยิบจับได้ง่าย ไม่มีปัญหาในการเลือกใช้บริการ แต่ในบางครั้งก็มีปัญหาในการจำกัดด้วยพื้นที่ที่มีขนาดเล็ก เนื่องจากจะต้องจัดสรรให้ผู้ที่มีความต้องการมาประกอบการนั้นมีจำนวนมาก แต่พื้นที่มีขนาดเล็กไม่เพียงพอต่อความต้องการ เทศบาลเองพยายามในการปรับปรุงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย สามารถที่จะตอบสนองผู้มาใช้บริการได้อย่างรวดเร็วต่อการให้บริการ ผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับ สมปรารถนา มหาผล (2548 : 84-86) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดให้เป็นตลาดสดน่าซื้อ จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า การดำเนิน โครงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนการดำเนินงาน การให้บริการของเจ้าหน้าที่ และการให้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นที่พึงพอใจของผู้ประกอบการตลาด เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและประชาชนในระดับดี

2.7 ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความเข้าใจถึงการขาดแคลนเจ้าหน้าที่ที่มาคอยอำนวยความสะดวก ในการรักษาความปลอดภัย เทศบาลเมืองมหาสารคาม พยายามที่จะทำการเพิ่มเจ้าหน้าที่ เพื่อปฏิบัติหน้าที่ในการรักษาความเป็นระเบียบ เรียบร้อย อำนวยความสะดวก ความถูกต้องและเป็นธรรมกับผู้มาใช้บริการทุกคน ผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับ สมปรารถนา มหาผล (2548 : 84-86) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดให้เป็นตลาดสดน่าซื้อ จังหวัดสิงห์บุรี พบว่า การดำเนิน โครงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีขั้นตอนการดำเนินงาน การให้บริการของเจ้าหน้าที่ และการให้สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เป็นที่พึงพอใจของผู้ประกอบการตลาด เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และประชาชนในระดับดี

2.8 ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามจะมีความตระหนักถึงความสะอาดเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านสถานที่ อาคาร ลานจอดรถ รวมถึงการกำจัดสิ่งปฏิกูล ขยะมูลฝอย ตลาดสดเทศบาลเมืองพยายามที่จะมีการปรับปรุง มีการกำจัดให้เป็นระบบ ถูกต้อง ไม่เป็นอันตรายต่อผู้มาใช้บริการ ผลการศึกษา มีความสอดคล้องกับ นฤมล นาคมิ (2549 : 78-79) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็น “ตลาดสด น่าซื้อ” พื้นที่สาธารณสุขเขต 9 พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลกับการพัฒนายกระดับตลาดได้คือ นโยบายในการพัฒนาหรือดูแลตลาดและผลประโยชน์จากตลาดของเจ้าของตลาด ซึ่งหากเจ้าของให้ความสำคัญจะมีผลต่อการพัฒนาโครงสร้าง

ความสะอาด เป็นระเบียบ ระบบสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม การรวมกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของชุมชนผู้ประกอบการค้าในตลาด และชมรมผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อเป็นการต่อรองและผลักดันให้เจ้าของตลาด และกลุ่มผู้ประกอบการค้าในตลาด ตระหนักและเห็นความสำคัญของผู้บริโภค

3. ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

3.1 ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความต้องการที่อยากจะให้ตลาดสดเทศบาลอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ทำให้ไม่เกิดความลำบากที่จะเดินทางมาใช้บริการ อยู่ห่างไกลจากมลพิษ หรือความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ ส่งผลให้มีความปลอดภัยจากต่อสุขภาพผู้มาใช้บริการ

3.2 ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความต้องการที่อยากจะให้มีสินค้าที่มีความหลากหลายประเภท หลายชนิดไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่เป็น อาหารสด อาหารแห้ง อาหารสำเร็จรูป สามารถที่จะเลือกใช้บริการสินค้าที่มีความสด สะอาด ปลอดภัยจากสารเคมี อาหารถูกหลักอนามัย มีประโยชน์ต่อสุขภาพผู้มาใช้บริการ

3.3 ด้านการจัดการจราจร ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความต้องการที่จะเดินทางไปใช้จ่ายได้อย่างสะดวก มีการจัดระเบียบของจราจรทั้งทางเดินและทางรถได้เป็นอย่างดี เมื่อมีการซื้อสินค้าที่มีปริมาณมาก ๆ ก็สามารถที่จะขนส่งได้สะดวก รวดเร็ว

3.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความต้องการที่จะให้มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ทางตลาดเป็นประจำ เช่น มีการประชาสัมพันธ์สินค้าลดราคาล่วงหน้าให้ผู้มาใช้บริการได้รับทราบ จะได้มีการเตรียมตัววางแผนในการที่จะมาใช้บริการ ได้อย่างถูกต้อง

3.5 ด้านราคาสินค้า ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความต้องการที่อยากจะให้ราคาของสินค้ามีความเหมาะสมกับสินค้าในปริมาณและประเภทสินค้า จะเป็นการไม่เอาเปรียบ ทำให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้ให้บริการ ในสินค้าจะต้องมีป้ายบอกราคาที่ชัดเจน และขายราคาที่เป็นธรรมและเหมาะสม กับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน

3.6 ด้านการจัดวางแผงสินค้า ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีความต้องการในการจัดวางแผงสินค้าที่เป็นระเบียบ มีแยกประเภทสินค้าให้เป็นสัดส่วน สินค้า ประเภทอาหารสด ก็ให้อยู่ในส่วนของอาหารสด สินค้าที่เป็นประเภทสำเร็จรูปก็ให้

อยู่ในส่วนของสินค้าสำเร็จรูป สินค้าที่เป็นประเภท ปิ้งย่าง ก็อยู่อีกส่วนหนึ่ง จะทำให้ ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการที่จะเลือกใช้บริการสินค้าแต่ละประเภท

3.7 ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาล เมืองมหาสารคาม มีความต้องการเจ้าหน้าที่ในการรักษาความเรียบร้อยในการตรวจสอบอาหาร ที่นำมาบริการ ว่ามีความสะอาด ปลอดภัยจากสารเคมี ถูกหลักอนามัย ไม่มีการเอาไรด์เอาเปรียบ ผู้มาใช้บริการ รวมถึงการจัดระเบียบในการจำหน่ายสินค้าที่มีประโยชน์ มีกฎ ระเบียบ ให้ผู้บริการและผู้ให้บริการได้ปฏิบัติตาม จะทำให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการใช้บริการ

3.8 ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมือง มหาสารคาม มีความต้องการในการกำจัดสิ่งปฏิกูล ขยะมูลฝอย จะต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ ความสะอาดจะต้องมาก่อน ให้มีการรักษาความสะอาด ปรับปรุง และทำความสะอาดอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติงาน

จากผลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาล เมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ทำให้ผู้ศึกษาได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ ต่อตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดังนี้

1.1 ด้านทำเลที่ตั้ง ควรมีการขยายตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม ให้มีขนาดใหญ่ขึ้น มีการจัดระเบียบในการวางสินค้าให้ผู้มาใช้บริการได้ใช้จ่ายได้อย่างสะดวก และอยู่ ใกล้กับแหล่งชุมชนเพื่อความสะดวกในการใช้บริการ ไม่ควรมีอาคารขนาดใหญ่ที่ขวางทางเดิน ของอากาศทำให้อากาศไม่สามารถถ่ายเทได้ เพราะจะส่งผลถึงการเกิดมลพิษ

1.2 ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า ควรมีการส่งเสริมให้มีการนำเอา สินค้าที่มีอยู่ในท้องถิ่นออกมาจำหน่ายให้กับผู้บริการ อีกทั้งมีการตรวจสอบสินค้าที่นำมา จำหน่ายให้กับผู้มาใช้บริการจะต้องมีความสด สะอาด ปลอดภัย ถูกหลักอนามัย และถูกต้องกับ กรมอนามัยได้กำหนด

1.3 ด้านการจัดการจราจร ควรมีการจัดระเบียบสินค้าที่จำหน่ายไม่ให้ขวางทางเดิน การขนถ่ายสินค้าได้สะดวก การจราจรไม่ติดขัด มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในจุดรถ การจราจรจะได้ไม่เกิดปัญหาในการจราจร จัดระเบียบการวางสินค้าจำหน่ายเป็นระยะ

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มาใช้บริการตลาดสด ได้รับทราบเกี่ยวกับข่าวสารทางการบริโภค เมื่อมีสินค้าที่สด สะอาด และใหม่ ควรที่จะมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มาใช้บริการได้รับทราบด้วย

1.5 ด้านราคาสินค้า ควรมีป้ายบอกราคาสินค้าทุกประเภทให้ผู้มาใช้บริการจะได้เกิดความสะดวกในการใช้บริการ และจะต้องมีการจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมกับสินค้าจะทำให้เกิดความเป็นธรรมกับผู้มาใช้บริการและเป็นการไม่เอาเปรียบผู้มาใช้บริการ

1.6 ด้านการจัดวางแผงสินค้า ควรมีการจัดวางแผงสินค้าในแต่ละประเภท แต่ละชนิด ให้เป็นสัดส่วนในการบริการ โดยที่อาหารประเภทสำเร็จรูปก็ให้อยู่ในส่วนของอาหารสำเร็จรูป อาหารประเภทอาหารสด ก็แยกให้อยู่ในส่วนหนึ่ง อาหารแห้งก็ให้อยู่ในส่วนหนึ่ง เพราะจะทำให้ผู้มาใช้บริการได้รับความสะดวก รวดเร็วในการมาใช้บริการ และทำให้ไม่เกิดการปนเปื้อนของอาหารได้

1.7 ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ ควรจัดเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยให้กับผู้มาใช้บริการอยู่ตลอดเวลา มีจุดพักคอยให้บริการ และให้คำแนะนำความรู้เกี่ยวกับอาหารปลอดภัย และการรักษาทรัพย์สินของตนเอง

1.8 ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม ควรมีการบริหารจัดการสิ่งปฏิกูล ขยะมูลฝอย อย่างเป็นระบบ มีกระบวนการจัดเก็บที่ถูกต้อง ตลอดจนการนำไปกำจัด เพื่อจะได้ไม่เกิดความสกปรก ปราศจากโรคภัย มีการทำความสะอาดเป็นประจำทุกวัน เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้มาใช้บริการ เกิดความพึงพอใจในการที่จะมาใช้บริการ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามได้เป็นอย่างดี

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

บรรณานุกรม

- กรณีการ์ อัฐมาโนลาภ. (2546). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : พิษณุการพิมพ์.
กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองมหาสารคาม. (2551). เทศบาลเมืองมหาสารคาม.
มหาสารคาม : กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองมหาสารคาม.
_____. (2552). แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2552-2554 เทศบาลเมืองมหาสารคาม.
มหาสารคาม : กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเมืองมหาสารคาม.
กองสุขภาพิบาลอาคาร. (2552). รายงานประจำปี 2540. มหาสารคาม : กองสุขภาพิบาลอาคาร
เทศบาลเมืองมหาสารคาม.
กัญชลี ไหวว่อง. (2552). ผลสำรวจความพึงพอใจตลาดสดที่ได้มาตรฐานโครงการตลาดสด
นำชื่อ จังหวัดพิษณุโลก. กรุงเทพฯ : กลุ่มพัฒนาการส่งเสริมสุขภาพอนามัย
สิ่งแวดล้อม.
กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของ
สหกรณ์การเกษตร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต เชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
กิตติมา ปรีดีดีล. (2529). ทฤษฎีบริหารองค์การ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร.
จิตตินันท์ เศษะคุปต์. (2539). เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารการสอนวิชา
จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-15. พิมพ์ครั้งที่ 2. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช :
กรุงเทพฯ.
จัญญู ยาสมุทร. (2535). อนามัยสิ่งแวดล้อมเรื่องการจัดการขยะมูลฝอย. เชียงใหม่ :
ภาควิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
ฉัตรพร เสมอใจ. (2548). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
ชมนันท์ เพ็ชร์ปรี. (2541). การบริการงานบริการให้ได้ดี. กรุงเทพมหานคร : เมืองเอก.
ชัยวัฒน์ เทพสาร. (2544). การเจ้าหน้าที่. นครปฐม : กำแพงแสน.
ดาราพรรณ สุกุลวงศ์. (2552). ความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าจากตลาดสดนำชื่อ.
การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2540). พฤติกรรมองค์การ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช.

- เทศบาลเมืองมหาสารคาม. (2550). **ระเบียบเทศบาลเมืองมหาสารคามว่าด้วยข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2550.** มหาสารคาม : กองวิชาและแผนงาน เทศบาลเมืองมหาสารคาม.
- ธนชีพ พิรธรณิศร์ และคณะ. (2552). “โครงการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณและคุณภาพร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน Clean Food Good Taste.”. วารสารสุขาภิบาลอาหาร. 11(3) : 12-13 ; 28 กันยายน, 2552.
- นภัทรธิดา แก้วเก่า. (2553). **สภาวะและสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมตลาดสดและความพึงพอใจของประชาชนผู้ให้บริการตลาดสดเทศบาลตำบลพังโคน.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). **การวิจัยเบื้องต้น.** (ฉบับปรับปรุงใหม่) มหาสารคาม : สุวีริยาสาสน.
- _____. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาสน.
- _____. (2540). **การวิจัยทางการวัดผลและประเมินผล.** กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาสน.
- _____. (2535). **การวิจัยเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาสน.
- ปรากรม วุฒิมงษ์. (2540). **ระบบประกันสุขภาพของไทย.** กรุงเทพฯ : สำนักแสงแดด.
- ปราณี กิรติธร. (2543). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) สาขา กापสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พัฒน์ สุจำนง. (2526). **การสุขาภิบาลอาหาร.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : แพรววิทยา.
- พัฒนา มุลพฤษณ์. (2541). **อนามัยสิ่งแวดล้อม.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หอกเอ็นเอเคเอ.
- พิทยา บวรวัฒนา. (2535). **รัฐประศาสนศาสตร์ ทฤษฎีและแนวการศึกษา (ค.ศ.1970-1980).** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พินิจ ศรีประเสริฐภาพ. (2542). **การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า.** กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พิริยะ จันทรมณี และ อัจฉรา ศิริลักษณ์. (2548). **การประเมินผลการควบคุมกิจการตลาดประเภทที่ 1 ของเทศบาลตามเทศบัญญัติที่ออกตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หมวด 8 และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง.** (ม.ป.ท.). : ศูนย์อนามัยที่ 9.

- ภาคภูมิ องค์กรสุริยานนท์. (2542). **คู่มือการดำเนินการสุขาภิบาล “ตลาด” ตามบทบัญญัติของ กฎกระทรวง ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2542 ออกตามความในพระราชบัญญัติการ สาธารณสุข พ.ศ. 2535.** นนทบุรี : กองสุขาภิบาล กรมอนามัย.
- มหาวิทยาลัยสุรนารี. (2549). **การปกป้องสุขภาพมนุษย์และชุมชน.** นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยสุรนารี.
- รัชชพงศ์ ดำรงพิงคสกุล และปิยนันท์ ขุนทองจันทร์. (2552). “การสำรวจความพึงพอใจของผู้ มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานโครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย.” **วารสาร สุขาภิบาลอาหาร.** 11(3) : 22-25 ; 28 กันยายน, 2552.
- ริน ช่างสาร. (2537). **การให้บริการเพื่อประชาชนประทับใจ.** เอกสารทางวิชาการ. ฉบับที่ 155 ลงวันที่ 7 กรกฎาคม 2537. สถาบันที่ปรึกษาเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในราชการ สำนักงาน ก.พ.
- เรืองยศ ทองโรจน์. (2515). **อนุสรณ์เทศบาลเมืองมหาสารคาม.** กापหินธุ์ : จินตทัศน์การ พิมพ์.
- ล้ำศักดิ์ ชวนิตย์. (2531). **ความปลอดภัยในกระบวนการเคมี.** ปทุมธานี : ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาวิทยาลัยรังสิต.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2543). **คุณภาพในงานบริการ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ประชาชน.
- ศิริชัย อัมพวา. (2542). **ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์การบริหาร ส่วนตำบล : ศึกษาเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบลธนู อำเภอบัวชุม จังหวัด พระนครศรีอยุธยา.** ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม กรุงเทพฯ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2539). **กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด.** กรุงเทพมหานคร : พัฒนาศึกษา.
- ศูนย์พัฒนาทรัพยากรการศึกษา. (2549). **การรับรู้ในการบริการ.** มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, กรม. (2549). **แห่งธรรมชาติอันควรอนุรักษ์ของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ.** พิมพ์ครั้งที่ 1. กระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม.
- สมชาติ กิจขรรจง. (2539). **สร้างบริการด้วยความประทับใจ.** กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย. (2549). **ชุมชนกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ.** กรุงเทพฯ : สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย.

- สุริย์วัลย์ สาธิบุตร. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการจัดการตลาดสดเทศบาลตำบลทุ่งเสลี่ยม อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย. การศึกษาค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- สำนักงานกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค ธนาคารออมสิน. (2551). คู่มือการออกแบบตลาดสด. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2545). [ออนไลน์]. รูปแบบการบริหาร. [สืบค้นเมื่อ 9 พ.ย. 2552]. จาก <http://www.mahadthai.com/ht/>, 2545.
- สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2549). เกลือบริโกล. กรุงเทพฯ : ไทยเจริญการพิมพ์.
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุดรธานี. (2552). โครงการตลาดสดนำซื้อ. แผนกลยุทธ์สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2552 – 2555. อุดรธานี.
- สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กระทรวงสาธารณสุข. (2547). สรุปผลงานการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อ ปี 2547. (ม.ป.ท.) : (ม.ป.พ.).
- สิทธิชัย จริยวิทยานนท์. (2543). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : ชวนพิมพ์.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2542). การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนามัย กระทรวงสาธารณสุข, กรม. (2546). คู่มือการพัฒนาตลาดสดนำซื้อ สำหรับเจ้าหน้าที่ ปี 2546. กรุงเทพมหานคร. (ม.ป.พ.).
- อนามัย, กรม. (2546). การสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management**. 9th ed. USA : The Prentice Hall International.
- Heizer & Render. (1999). **Operation Management**. 5th Edition U.S.A. : Prentice – Hall. Inc.

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการศึกษา



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

**แบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาล
เมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม**

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในการศึกษาตามหลักสูตร รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
2. แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน คือ
 - ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป
 - ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม
 - ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม
3. แบบสอบถามฉบับนี้มีจุดประสงค์ เพื่อต้องการศึกษาระดับความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม
4. คำตอบที่ได้รับจะนำไปใช้เพื่อศึกษาเท่านั้น คำตอบที่เป็นจริงจะไม่มีผลกระทบต่อ การปฏิบัติงานหรือผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด ผลการศึกษาจะถือเป็นความลับ ขอให้ตอบแบบสอบถามตามความพึงพอใจที่แท้จริง
5. เมื่อท่านตอบแบบสอบถามแล้ว กรุณาตรวจสอบอีกครั้งว่าแบบสอบถามครบทุกข้อหรือยัง แบบสอบถามที่ตอบครบทุกข้อจะเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์และใช้ได้

นางสาวณัฐกร ชินบุตร

นักศึกษารัฐศาสตรมหาบัณฑิต

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

**แบบสอบถามความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาล
เมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม**

ตอนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการตลาดสด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- ชาย
 หญิง

2. อายุ

- 18 -25 ปี 26-35 ปี
 36-45 ปี 46 - 55 ปี
 56 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ประถมศึกษา มัธยมศึกษา
 อนุปริญญา ปริญญาตรี
 สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ธุรกิจส่วนตัว รับราชการ
 รับจ้าง เกษตรกรรม
 นักศึกษา

5. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 4,000 บาท 4,001-8,000 บาท
 8,001-12,000 บาท 12,001-16,000 บาท
 16,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมือง
มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องที่ตรงกับคำถามแต่ละข้อตามระดับความพึงพอใจ
ของท่านต่อการใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคามมากที่สุด

การใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
ด้านทำเลที่ตั้ง					
1. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความเหมาะสม ของสถานที่ตั้งตลาดสดเทศบาลเพียงใด					
2. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับตลาดสดว่ามี ความกว้างขวางเพียงพอกับความต้องการของผู้ซื้อ ผู้ขายเพียงใด					
3. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับตลาดสดเทศบาล ที่มีความเหมาะสมในการขนถ่ายสินค้าบริการ เพียงใด					
ด้านความหลากหลายของประเภท สินค้า					
4. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้า ประเภท ผัก ผลไม้ เพียงใด					
5. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้าอาหาร ประเภท ปิ้งย่าง ทอด เพียงใด					
6. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้าอาหาร ประเภท ปรุงสำเร็จรูป เช่นแกง ผัด ต้มยำ น้ำพริก เพียงใด					
7. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้าที่ประเภท เสื้อผ้าสำเร็จรูปเพียงใด					

การใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
8. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับสินค้าประเภท เนื้อสัตว์ ปลาสด กุ้งสด เพียงใด					
<u>ด้านการจัดการจรรยา</u>					
9. ท่านมีความพึงพอใจในการจัดการจรรยา บริเวณรอบตลาดสดเพียงใด					
10. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความเหมาะสม ของพื้นที่ในการจอดรถรอบตลาดสดเพียงใด					
11. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวก ของเจ้าหน้าที่จรรยาเพียงใด					
<u>ด้านการประชาสัมพันธ์</u>					
12. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความต่อเนื่องใน การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ในตลาดสด เพียงใด					
13. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการให้คำแนะนำ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหารปลอดภัย เพียงใด					
14. ท่านมีความพึงพอใจการเผยแพร่แผ่นพับ คู่มือสุขภาพตลาดสดเพียงใด					
15. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับโรคและอันตราย ที่เกิดจากตลาดไม่ถูกสุขลักษณะเพียงใด					
16. ท่านมีความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับจุดบริการตาชั่งกลาง เพียงใด					
<u>ด้านราคาสินค้า</u>					
17. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับราคาทั่วไปของ สินค้าต่างๆ ในตลาดสดเพียงใด					

การใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
18. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการตั้งราคาสินค้าของผู้ขายทุกประเภทช่วงตลาดเย็นเพียงใด					
19. ท่านมีความพึงพอใจในการแสดงป้ายบอกราคาสินค้าตลาดสดเทศบาลเมืองเพียงใด					
<u>ด้านการจัดวางแผงสินค้า</u>					
20. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดระเบียบของแผงสินค้าชั่วคราวหรือแผงวางบนพื้นเพียงใด					
21. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความเหมาะสมในการจัดวางแผงขายสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูปเพียงใด					
22. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความเหมาะสมในการจัดแผงวางขายสินค้าประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพียงใด					
23. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความเหมาะสมในการจัดวางแผงขายสินค้าประเภทของใช้ประจำวันเพียงใด					
<u>ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ</u>					
24. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการปฏิบัติการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจเพียงใด					
25. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่เทศกิจเพียงใด					
<u>ด้านการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อม</u>					
26. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการกำจัดขยะมูลฝอยเพียงใด					

การใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
27. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการตรวจสอบบำรุงรักษา ไฟฟ้า ประปา และสภาพทั่วไปตลาดสดเพียงใด					
28. ท่านมีความพึงพอใจในการบริการห้องน้ำห้องส้วมในตลาดสดเทศบาลเมืองเพียงใด					
29. ท่านมีความพึงพอใจเกี่ยวกับระบบการกำจัดน้ำเสียเพียงใด					
30. ท่านมีความพึงพอใจในการล้างทำความสะอาดตลาดสดเดือนละ 1 ครั้งเพียงใด					

ตอนที่ 3 ความต้องการของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

1. ท่านมีความต้องการ ในด้านทำเลที่ตั้งอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. ท่านมีความต้องการ ในด้านความหลากหลายของประเภทสินค้าสินค้าน้ำอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

3. ท่านมีความต้องการ ในด้านการจัดการจราจรอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

4. ท่านมีความต้องการ ในด้านการประชาสัมพันธ์อย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

5. ท่านมีความต้องการ ในด้านราคาสินค้าอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

6. ท่านมีความต้องการ ในด้านการจัดวางแผงสินค้าอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

7. ท่านมีความต้องการ ในการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจอย่างไร

.....
.....
.....

8. ท่านมีความต้องการ ในด้านการจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง

.....
.....
.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

ค่าความสอดคล้อง IOC ของแบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางภาคผนวกที่ 1 ค่าความสอดคล้อง IOC ของแบบสอบถาม

ข้อ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC
	1	2	3		
1	1	1	1	3	1.00
2	1	1	1	3	1.00
3	1	0	1	2	0.67
4	1	1	1	3	1.00
5	1	1	1	3	1.00
6	1	1	1	3	1.00
7	1	1	1	3	1.00
8	1	1	1	3	1.00
9	1	1	0	2	0.67
10	1	1	1	3	1.00
11	1	0	1	2	0.67
12	1	1	1	3	1.00
13	1	1	1	3	1.00
14	1	1	1	3	1.00
15	1	1	1	3	1.00
16	1	1	1	3	1.00
17	1	1	1	3	1.00
18	1	1	1	3	1.00
19	1	1	1	3	1.00
20	0	1	1	2	0.67
21	1	1	1	3	1.00
22	1	1	1	3	1.00
23	1	1	1	3	1.00
24	1	1	1	3	1.00
25	1	1	1	3	1.00

ชื่อ	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	IOC
	1	2	3		
26	1	1	1	3	1.00
27	1	1	1	3	1.00
28	1	1	0	2	0.67
29	1	1	1	3	1.00
30	1	1	1	3	1.00



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY


ตารางภาคผนวกที่ 2 ค่าอำนาจจำแนก และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

	Corrected Item-Total Correlation		
p1	0.64	p16	0.83
p2	0.66	p17	0.61
p3	0.51	p18	0.58
p4	0.61	p19	0.52
p5	0.45	p20	0.56
p6	0.71	p21	0.41
p7	0.82	p22	0.69
p8	0.85	p23	0.79
p9	0.64	p24	0.51
p10	0.81	p25	0.75
p11	0.52	p26	0.61
p12	0.81	p27	0.70
p13	0.69	p28	0.45
p14	0.67	p29	0.44
p15	0.73	p30	0.42

Cronbach's

Alpha N of Items:

0.96 30



ภาคผนวก ก
หนังสือขอความอนุเคราะห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๕/ว ๐๐๘๕

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๕๐๐๐

๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรียน นางเบญจวรรณ ศรีสุวรรณ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ จำนวน.....ชุด

ด้วย นางณัฐกร รักษาพล รหัสประจำตัว M ๕๑๑๒๓๓๔๑๐๑ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
รัฐศาสตร์ ภาควิชาสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนที่
ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม” เพื่อให้การค้นคว้าอิสระดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย
บรรลุตามวัตถุประสงค์

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน
เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ โดยตรวจสอบความถูกต้อง
เหมาะสมด้านเนื้อหาภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิชา เจริญศิริ)

คณบดีวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง

สำนักงานวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
โทร.๐-๔๓๑๒-๒๑๑๘ ต่อ ๑๐๔, ๑๐๕



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๕/๐๐๘๖

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขออนุญาตให้นักศึกษาเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรียน นายเทศมนตรีเมืองมหาสารคาม

ด้วย นางณัฐกร รักษาพล รหัสประจำตัว M ๕๑๑๒๓๓๕๑๐๓ นักศึกษาปริญญาโท สาขา รัฐศาสตร์ ภาควิชาสังคมศาสตร์ ศูนย์มหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนที่ ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม” เพื่อให้การค้นคว้าอิสระดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้นักศึกษา เข้าเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มาใช้บริการตลาด สดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำนวน ๓๘๕ คน เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิชา เจริญศิริ)

คณบดีวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง

สำนักงานวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
โทร.๐-๔๓๖๒-๒๑๑๘ ต่อ ๑๐๔, ๑๐๕



ที่ ศร ๐๕๔๐.๑๕/๐๐๘๗

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๐

๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขออนุญาตให้นักศึกษาเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ
เรียน นายกเทศมนตรีตำบลหัวขวาง

ด้วย นางณัฐกร รักษาพล รหัสประจำตัว M ๕๑๑๒๓๓๕๑๐๓ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
รัฐศาสตร์ ภาควิชาสังคมศาสตร์ ศูนย์มหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนที่
ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม” เพื่อให้การค้นคว้าอิสระดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย
บรรลุตามวัตถุประสงค์

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้นักศึกษา
เข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระกับกลุ่มตัวอย่าง คือ
ประชาชนที่มารับบริการตลาดสดเทศบาลตำบลหัวขวาง จำนวน ๓๐ คน เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้
บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิชา เจริญศิริ)

คณบดีวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง

สำนักงานวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
โทร.๐-๔๓๗๒-๒๑๑๘ ต่อ ๑๐๔, ๑๐๕



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๑๕/ว ๐๐๘๕

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๕๐๐๐

๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรียน นายวิระศักดิ์ คอนละคร

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ จำนวน.....ชุด

ด้วย นางฉัฐกร รักษาพล รหัสประจำตัว M ๕๑๑๒๓๓๕๑๐๓ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
รัฐศาสตร์ ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนที่
ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม” เพื่อให้การค้นคว้าอิสระดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย
บรรลุตามวัตถุประสงค์

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่าน
เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ โดยตรวจสอบความถูกต้อง
เหมาะสมด้านการวัดผลและประเมินผล สถิติ ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิทยา เจริญศิริ)

คณบดีวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง

สำนักงานวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
โทร.๐-๔๓๒๒-๒๑๑๘ ต่อ ๑๐๔, ๑๐๘



ที่ ศร ๐๕๔๐.๑๕/ว ๐๐๘๕

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๕๐๐๐

๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

เรียน นางสาวร่มไทร คอนบัวแก้ว

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ จำนวน.....ชุด

ด้วย นางณัฐกร รักษาพล รหัสประจำตัว M ๕๑๑๒๑๑๓๕๑๐๓ นักศึกษาปริญญาโท สาขา
รัฐศาสตร์ ภาควิชาสังคมศาสตร์ ศูนย์มหาสารคาม กำลังทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ความพึงพอใจของประชาชนที่
ใช้บริการตลาดสด เทศบาลเมืองมหาสารคาม” เพื่อให้การค้นคว้าอิสระดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย
บรรลุตามวัตถุประสงค์

วิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอรียนเชิญท่าน
เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ โดยตรวจสอบความถูกต้อง
เหมาะสมค้ำเนื้อหา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา วิทยาลัยฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี
และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายวิทยา เจริญศิริ)

คณบดีวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง

สำนักงานวิทยาลัยกฎหมายและการปกครอง
โทร.๐-๔๓๗๒-๒๑๑๘ ต่อ ๑๐๔, ๑๐๘

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวณัฐกร ชินบุตร
วัน เดือน ปี	30 กันยายน 2511
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	303 ถนนริมคลองสมถวิล ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
ตำแหน่งหน้าที่	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2550	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
พ.ศ. 2559	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (ร.ม.) สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY