

การพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ:

ศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดขวัญใจแม่ค้า

The Development of Kwan Jai Mae Kha Market to Attractive Market: A Study of the Opinion of the Sellers and Customers at Kwan Jai Mae Kha Market

เปิ้ล เอี้ยวสุวรรณ* และ สุพัตรา จุณณะปิยะ**

Poen leosuwan and Supatra Chunnapiya

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด น่าซื้อ: ศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดขวัญใจแม่ค้า” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า ต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้า ตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า ต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้า ให้เป็นตลาดสด น่าซื้อโดยการกำหนดตัวอย่าง จำนวน 384 คนจากจำนวนผู้ซื้อในตำบลบ้านไร่ และผู้ขายสินค้าในตลาดจำนวน 133 คนสำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Analysis of Variance: ANOVA, Multiple Classification Analysis: MCA โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด น่าซื้อในระดับปานกลางโดยผู้ซื้อมีความต้องการให้พัฒนาด้านความปลอดภัยอาหารมากที่สุด ส่วนผู้ขายมีความต้องการให้พัฒนาด้านสุขาภิบาลและพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานสำหรับผู้ขาย พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด น่าซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ซื้อ พบว่า อายุ อาชีพ และประเภทสินค้าที่ซื้อประจำมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด น่าซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารตลาดมีความเห็นว่า การพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม มีความจำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะเรื่องความสะอาด และโครงสร้างอาคาร

คำสำคัญ การพัฒนา ความคิดเห็น ตลาดสด น่าซื้อ

Abstract

The purposes of this study are 1) to study the opinions of sellers and customers to the development of "Kwan Jai Mae Kha" TambonBanrai, Damnernsaduak, Ratchaburi. 2) To study the factors that relate to opinion of sellers and customers to the development of "Kwan Jai Mae Kha" market to attractive market. The example group are 384 customers in TambonBanrai and 133 sellers in "Kwan Jai

* นิสิต หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

** รองศาสตราจารย์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Mae Kha" market. The statistics that the researcher used in this study are 1) Description Statistic which are; Percentage, Mean, Standard Deviation 2) Inferential which are; Analysis of Variance: ANOVA, Multiple Classification Analysis: MCA by specified the significant was at .05

The result of this research was found out that the opinion for "Kwan Jai Mae Kha" market to attractive market is at medium level as the result of sellers hypothesis test has shown that the graduation relates to the development of "Kwan Jai Mae Kha" market to attractive market statistical significance was at .05. It is also shown that the opinion for "Kwan Jai Mae Kha" market to attractive market of customers stated that age, occupation, and types of goods in "Kwan Jai Mae Kha" market has some effectives to the development of the market has statistical significant at .05

Key Word: Development, Opinion, Attractive Market

บทนำ

ตลาดในปัจจุบันกระจายตัวอยู่ตามแหล่งชุมชน โดยจำหน่ายสินค้าและการบริการที่เป็นพื้นฐานจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน รูปแบบของตลาดเปลี่ยนจากตลาดที่เปิดโล่งกลายเป็นการรวมแผง สิ้นค้ามานานาชนิดไว้ภายใต้หลังคาเดียวกัน และล้อมรอบด้วยตึกแถวที่อยู่ติดถนน ลักษณะเช่นนี้ยังคงเรียกว่า ตลาดสด ซึ่งการซื้อขายเริ่มตั้งแต่เช้ามีดและสิ้นสุดในตอนค่ำของแต่ละวัน

อย่างไรก็ตาม ตลาดสดส่วนใหญ่ในปัจจุบันอยู่ในสภาพขาดการดูแลรักษาสกปรกรกรุงรังมีหนูแมลงวันแมลงสาบชุกชุม จนอาจเกิดการปนเปื้อนของสิ่งสกปรกหรือเชื้อโรคในอาหารคุณภาพหรือความปลอดภัยของอาหารที่วางจำหน่ายก็มีน้อยตลอดจนพบว่าตลาดสดมักจะเป็นแหล่งแพร่ระบาดของโรคและที่สำคัญลูกค้าก็น้อยลงด้วยดังนั้น ตลาดสดยุคใหม่ถ้าไม่ปรับปรุงแก้ไข ไม่น่าสนใจผู้บริโภคอาจจะสู้คู่แข่งทางการค้าอื่นๆได้ยาก เช่น ตลาดนัด ห้างสรรพสินค้าผู้วิจัยได้พบสภาพปัญหาของตลาดสดในทุกๆ คือ เรื่องของความสะอาดทั้งเรื่องของพื้นที่ภายในตลาดและพื้นที่โดยรอบๆ ตลาด กลิ่น สัตว์ที่สามารถเป็นพาหะนำโรคต่างๆ ได้ เช่น หนู หนอน แมลงสาบ เป็นต้น รวมไปถึงสัตว์ที่สามารถเป็นอันตรายได้ เช่น ตะขาบ เป็นต้น ความไม่เป็นระเบียบในการจัดวางแผงลอย เดินไม่สะดวก แสงส่องสว่างมีไม่เพียงพอ ความเป็นมิตรของบรรดาผู้ขาย ที่มีต่อผู้ซื้อ ความซื่อสัตย์ในการขายสินค้า ที่จ่อตรงสำหรับผู้ที่มาใช้บริการที่ตลาดส่วนมากมีไม่เพียงพอ แม้กระทั่งห้องน้ำ ตลาดบางที่ไม่มีห้องน้ำสำหรับบริการประชาชน หรือถ้ามีก็มักจะสกปรก ปัญหาเหล่านี้เป็นปัญหาที่ผู้บริโภคมักพบในทุกๆ ที่ที่เป็นตลาด

ปี พ.ศ.2545 กรมอนามัย ได้เริ่มดำเนินการโครงการตลาดสดน่าซื้อ เพื่อเป็นการส่งเสริม การสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาตลาดสดให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง และได้ดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้ขณะนี้ มีตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสด น่าซื้อ ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยของอาหาร และด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในปี พ.ศ.2555 จำนวน 1,302 แห่ง จากจำนวนตลาดสด 1,533 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 84.93แบ่งเป็นระดับดี 1,074 แห่ง และระดับดีมาก 228 แห่ง กลายเป็นประเทศต้นแบบด้านตลาดสดในกลุ่มอาเซียน เตรียมพัฒนาตลาดนัดให้ได้มาตรฐาน ซึ่งตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะด้านอาหาร ประเทศไทยจึงกลายเป็นประเทศต้นแบบด้านตลาดสดในกลุ่มอาเซียน ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขโดยกรมอนามัยยังคงมีการเฝ้าระวังและสุ่มตรวจอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี(ASTV,2556)

จังหวัดราชบุรีมีตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ซึ่งเกิดขึ้นตามแหล่งชุมชนที่สำคัญของจังหวัด ศูนย์กลางของตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคที่สำคัญจึงอยู่ในบริเวณเขตเทศบาลเมืองราชบุรี เทศบาล

เมืองบ้านโป่ง และเทศบาลเมืองโพธาราม นอกจากนี้ยังมีตลาดซึ่งเป็นแหล่งซื้อขายอาหารแห้ง และอาหารสดในเขตเทศบาล และเขตสุขาภิบาลทุกวัน รวมทั้งตลาดนัดที่เกิดขึ้นตามท้องถิ่นต่างๆ กระจายอยู่ทุกอำเภอ จังหวัดราชบุรี ซึ่งมีตลาดสด 20 แห่ง และตลาดนัดอีกจำนวนมาก

สำหรับตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี มีตลาดนัดอยู่ในหลายๆ พื้นที่ ซึ่งเป็นตลาดที่ไม่ได้มีทุกวัน ผู้บริโภคจึงต้องซื้อสินค้ากักตุนไว้ ทำให้คุณภาพของสินค้านั้นลดลง อีกทั้ง ยังเป็นตลาดแบบที่โล่ง ไม่มีโครงสร้างหลังคา แผงขายสินค้าเป็นแผงที่ผู้ค้าจัดทำมาเอง ใช้ร่มสนามกางเป็นแถวร้านใครร้านมันเพื่อป้องกันแดด ลม และฝน พื้นส่วนมากก็เป็นพื้นดิน ซึ่งหากเมื่อฝนตกจะทำให้ตลาดนั้นๆ มีความแฉะแฉะ ดินกลายเป็นโคลน สร้างความลำบากให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย จำนวนร้านค้าก็มีจำนวนน้อย ไม่หลากหลาย สินค้าบางอย่างที่จำเป็นก็ไม่มีขายที่ตลาดนั้นๆ

ด้วยเหตุที่กล่าวข้างต้น ทำให้ นายอรุณ และนางมาลา เอี้ยวสุวรรณ ได้ก่อตั้งตลาดขวัญใจแม่คำขึ้น ในช่วงกลางปี พ.ศ.2552 ตั้งอยู่ที่ทางหลวงชนบท รพ. 1004 ตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ตลาดขวัญใจแม่คำมีเนื้อที่ทั้งหมด 15 ไร่ กว้างขวาง เป็นโครงสร้างแข็งแรง มีหลังคากันแดด กันฝน มีพื้นที่สำหรับจอดรถ สินค้าที่ขายมีทั้งอาหารสด อาหารสำเร็จรูป อาหารว่าง เสื้อผ้า เป็นต้น ผู้ก่อตั้งมีความตั้งใจที่จะให้เป็นตลาดเพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ และในละแวกใกล้เคียงได้มาค้าขาย ซื้อหาสินค้า(มาลา เอี้ยวสุวรรณ, 2556) ปัจจุบัน ตลาดขวัญใจแม่คำเปิดบริการมาแล้วกว่า 4 ปี ต่อมาผู้ก่อตั้ง ได้มอบหมายให้ นายใช้ เอี้ยวสุวรรณ เป็นผู้บริหาร และผู้วิจัยเป็นผู้จัดการตั้งนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนาตลาดขวัญใจแม่คำให้เป็นตลาดสดน่าซื้อ เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่และในละแวกใกล้เคียง ได้มาค้าขายและซื้อหาสินค้าจากตลาดที่มีความสะอาด เป็นระเบียบและปลอดภัยจากสารพิษ ดังความตั้งใจของผู้ก่อตั้ง ซึ่งการพัฒนาตลาดจำเป็นจะต้องมีการศึกษาความคิดเห็นทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาตลาดสดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย

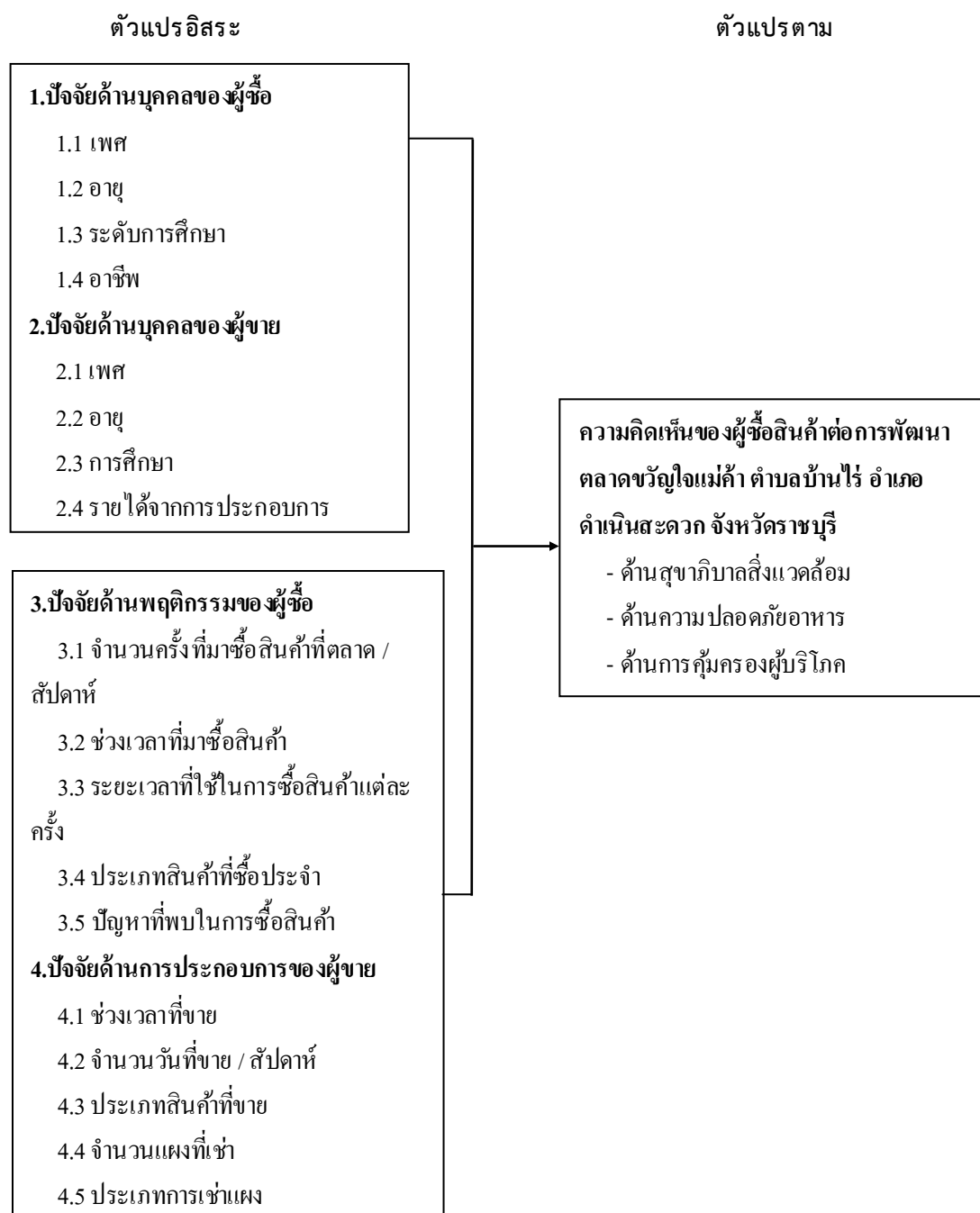
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า ต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่คำ ตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีให้เป็นตลาดสด น่าซื้อ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้า ต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่คำ ให้เป็นตลาดสด น่าซื้อ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่คำ ตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี สู่ตลาดสด น่าซื้อ โดยทำการศึกษาผู้ซื้อ ซึ่งเป็นประชาชนผู้พักอาศัยอยู่ในตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก และทำการศึกษาผู้ขายสินค้าที่ตลาดขวัญใจแม่คำซึ่งมีจำนวนร้านค้าจำนวน 200 ร้าน รวมทั้งทำการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดจากผู้ก่อตั้ง เจ้าของตลาด และผู้บริหารตลาดด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรและตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้ซื้อสินค้าซึ่งเป็นผู้พักอาศัยอยู่ในตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี การกำหนดขนาดตัวอย่างใช้วิธีของ วิลลิส รัฐธัตรานนท์ (2557) ได้ตัวอย่างจำนวน 384 คน และคัดเลือกตัวแทนผู้ซื้อซึ่งยินดีให้สัมภาษณ์เชิงลึกอีก 5 คน

2. ผู้ขายสินค้าในตลาดขวัญใจแม่ค้า ตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ซึ่งมีร้านค้าจำนวนทั้งสิ้น 200 ร้านการกำหนดตัวอย่างใช้วิธีของ Yamane (1967: 886) ได้ตัวอย่างจำนวน 133 คน และคัดเลือกตัวแทนผู้ขายสินค้าประเภทละ 1 คน รวม 7 คน (ตลาดขวัญใจแม่ค้ามีสินค้า 7 ประเภท)

3. ผู้ก่อตั้ง เจ้าของ และผู้จัดการ ตลาดขวัญใจแม่ค้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ทั้งแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ที่สร้างขึ้นมาจากการศึกษา แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้
แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อสินค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขายสินค้า ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้จากการประกอบการ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อ ได้แก่ จำนวนครั้งที่มาซื้อสินค้าที่ตลาด / สัปดาห์ ช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้า ระยะเวลาที่ใช้ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง ประเภทสินค้าที่ซื้อประจำ ปัญหาที่พบจากการซื้อสินค้า และปัจจัยด้านการประกอบการของผู้ขาย ได้แก่ ช่วงเวลาที่ขาย จำนวนวันที่ขาย / สัปดาห์ ประเภทสินค้าที่ขาย จำนวนแผงที่เช่าประเภทการเช่าแผง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้า สู่ตลาดสด น่าซื้อ
สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนผู้ซื้อ ตัวแทนผู้ขาย ผู้ก่อตั้ง เจ้าของ และผู้จัดการตลาดขวัญใจแม่ค้า เป็นความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขาภิบาลและสิ่งแวดล้อม ด้านอาหารปลอดภัย และด้านความคุ้มครองผู้บริโภค การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กับตัวแทนผู้ขายสินค้าทั้ง 7 ประเภท จำนวน 7 ราย ตัวแทนผู้ขายสินค้าจำนวน 5 ราย และผู้บริหารตลาดจำนวน 3 ราย ในการสัมภาษณ์นี้ เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาตลาดสู่ตลาดสดน่าซื้อ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ การพัฒนาด้านสุขาภิบาล การพัฒนาด้านความปลอดภัยอาหาร และการพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ดำเนินการแจกแบบสอบถามสำหรับผู้ซื้อวันที่ 30-31 พฤษภาคม 2557 โดยการสุ่มแบบง่าย รวมถึงสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ซื้อสินค้า 5 ท่าน และแจกแบบสอบถามผู้ขายวันที่ 1 มิถุนายน 2557 โดยการสุ่มแบบง่าย รวมถึงสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ขายสินค้าประเภทละ 1 ท่าน รวม 7 ท่าน

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากหนังสือ ตำรา บทความ ผลงานวิจัย เอกสารต่างๆ และระบบสารสนเทศต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ประกอบการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ครั้งนี้ และใช้อ้างอิง (Reference) ในการเขียนรายงานผลการวิจัย (Research Report)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป นำเสนอด้วยสถิติ ต่างๆ ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การผันแปร

(Analysis of Variance: ANOVA) การวิเคราะห์จำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis: MCA) และสถิติเชิงเปรียบเทียบ t-Test

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่ตัวอย่างที่เป็นผู้ขายสินค้า จำนวน 133 คน ผู้ซื้อ จำนวน 384 คน ผลการวิจัยพบ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อ

ผลการวิจัยพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36 – 40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับการประถมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นบุคคลที่ว่างงานหรือเป็นแม่บ้าน

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขาย

ผลการวิจัยพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 40 ปี ระดับการศึกษาระดับประถมศึกษา มีรายได้จากการประกอบการต่อวันต่ำกว่า 1,000 บาทต่อวัน

พฤติกรรมของผู้ซื้อ

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนวันที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดขวัญใจแม่ค้าในหนึ่งสัปดาห์ส่วนใหญ่ตัวอย่างมาซื้อสินค้าทุกวัน มาซื้อสินค้าในช่วงเวลา 16.01 – 17.00 น. ตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาในการซื้อสินค้า 1 ชั่วโมง สินค้าที่ซื้อประจำคือประเภทของสด เช่น หมู ไก่ ผัก และไม่มีพบปัญหาในการซื้อสินค้า

ปัจจัยด้านประกอบการของผู้ขายสินค้า

ผลการวิจัยพบว่า ช่วงเวลาประจำที่นำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดส่วนใหญ่ตัวอย่างนำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดในเวลา 15.00 น. ผู้ขายสินค้าส่วนใหญ่นำสินค้ามาจำหน่ายที่ตลาดขวัญใจแม่ค้าทุกวัน ประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่ายที่ตลาดเป็นสินค้าอื่นๆ เช่น น้ำผลไม้ปั่น จำนวนแผงที่เช่าเพื่อจำหน่ายสินค้าที่ตลาดส่วนใหญ่จำนวน 1 แผง และเป็นการเช่าแบบรายวัน

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ ด้านสุขาภิบาล ด้านความปลอดภัยอาหาร ด้านความคุ้มครองผู้บริโภค จำแนกตามลำดับมากที่สุดและรองลงมา

ลำดับ	ข้อความ	$\bar{X}$	S.D	ระดับการพัฒนา	$\bar{X}$	S.D	ระดับการพัฒนา
มากที่สุด รองลงมา	ด้านสุขาภิบาล	3.26	0.46	ปานกลาง	3.47	0.20	ปานกลาง
	การระบายอากาศ	3.50	0.67	ปานกลาง			
	ความกว้างขวางเพียงพอของทางเดิน				3.62	0.52	มาก
	การทำความสะอาดตลาดอย่างสม่ำเสมอ	3.33	0.70	ปานกลาง			
	การจัดการขยะมูลฝอย				3.56	0.55	มาก
	ด้านความปลอดภัยอาหาร	3.29	0.46	ปานกลาง	3.46	0.22	ปานกลาง

รองลงมามากที่สุด	ความสะอาดของแผงขายอาหาร	3.43	0.70	ปานกลาง			
	ความสด สะอาด ของอาหาร				3.64	0.60	มาก
	ความสะอาดของอาหารปรุงสำเร็จรูป	3.35	0.74	ปานกลาง			
	การปฏิบัติตัวของผู้ขายถูกสุขลักษณะ				3.54	0.54	มาก
	ด้านความคุ้มครองผู้บริโภค	3.51	0.47	มาก	3.47	0.27	ปานกลาง
	มีจำนวนเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสม ใช้งาน	3.24	0.78	ปานกลาง			
	ได้ทันที						
	สามารถขอข้อมูลสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ				3.68	0.49	มาก
	สินค้า						
	มีการบำรุงรักษาโครงสร้างต่างๆ อาคาร	3.23	0.69	ปานกลาง	3.57	0.64	มาก
รองลงมา	อย่างสม่ำเสมอ						

จากตารางที่ 1 อธิบายได้ว่า เมื่อพิจารณารายด้าน ความคิดเห็นทั้งของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดในด้านสุขาภิบาลและด้านความปลอดภัยอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง หมายความว่า ผู้ซื้อและผู้ขายมีความต้องการให้มีการพัฒนาตลาดใน 2 ด้านอีกพอสมควร อย่างไรก็ตามผู้ซื้อมีความต้องการพัฒนาตลาดในด้านการคุ้มครองผู้บริโภคระดับมาก ขณะที่ผู้ขายมีความเห็นระดับปานกลาง หมายความว่า ผู้ซื้อมีความต้องการให้มีการพัฒนาตลาดในด้านความคุ้มครองผู้บริโภคมากกว่าผู้ขาย เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ผู้ซื้อต้องการให้พัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมาด้านความปลอดภัยอาหาร น้อยที่สุดด้านสุขาภิบาล ผู้ขายต้องการให้พัฒนาด้านสุขาภิบาลและด้านความคุ้มครองผู้บริโภคมีความเท่ากันมากที่สุดทั้งสองด้าน น้อยที่สุดด้านความปลอดภัยอาหาร เมื่อพิจารณารายข้อของแต่ละด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

การพัฒนาด้านสุขาภิบาล ผู้มีความเห็นว่าควรพัฒนาการระบายอากาศมากที่สุด และทำความสะอาดตลาดสม่ำเสมอ รองลงมา ส่วนผู้ขายมีความเห็นว่าควรพัฒนาความกว้างขวางของทางเดินมากที่สุด และการจัดการขยะมูลฝอยรองลงมา

การพัฒนาด้านความปลอดภัยอาหาร ผู้ซื้อมีความเห็นว่าควรพัฒนาความสะอาดแผงขายอาหารมากที่สุด และความสะอาดของการปรุงอาหารสำเร็จรูปรองลงมา ส่วนผู้ขายมีความเห็นว่าควรพัฒนาการปฏิบัติตนถูกสุขลักษณะ

การพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ซื้อมีความเห็นว่าควรพัฒนาการมีจำนวนเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสมและสามารถใช้งานได้ทันทีมากที่สุด ส่วนผู้ขายมีความเห็นว่าควรพัฒนาเรื่องสามารถขอข้อมูลสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อมากที่สุด ผู้ซื้อและผู้ขายมีความเห็นว่าควรพัฒนาการบำรุงโครงสร้างต่างๆ ของอาคารอย่างสม่ำเสมอรองลงมา

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานผู้ซื้อ

ตัวแปรอิสระ	ระดับนัยสำคัญ	ผลการทดสอบ	
		เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
เพศ	.157		✓
อายุ	.043*	✓	
ระดับการศึกษา	.369		✓
อาชีพ	.027*	✓	

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ระดับ นัยสำคัญ	ผลการทดสอบ	
		เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
จำนวนวันในหนึ่งสัปดาห์ที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดขวัญใจ แม่ค้า	.158		✓
ช่วงระยะเวลาประจำที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดขวัญใจแม่ค้า	.062		✓
ระยะเวลาที่ใช้ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง (โดยเฉลี่ย)	.102		✓
ประเภทสินค้าที่ซื้อประจำ	.000*	✓	
ปัญหาที่พบในการซื้อสินค้า	.602		✓

จากตารางที่ 2 อธิบายได้ว่า อายุและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน เพศ และระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานผู้ขาย

ตัวแปรอิสระ	ระดับ นัยสำคัญ	ผลการทดสอบ	
		เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
เพศ	.610		✓
อายุ	.075		✓
ระดับการศึกษา	.012*	✓	
รายได้จากการประกอบการ	.373		✓
ประเภทสินค้าที่นำมาจำหน่ายที่ตลาด	.855		✓
จำนวนแผงที่เช่าเพื่อจำหน่ายสินค้า	.073		✓
ลักษณะการเช่าแผงจำหน่ายสินค้า	.944		✓

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 อธิบายได้ว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน เพศ อายุ และรายได้จากการประกอบการต่อวัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าด้านสุขภาพ ด้านความปลอดภัยอาหาร และด้านความคุ้มครองผู้บริโภค

การพัฒนา	ผู้ตอบแบบสอบถาม				t	Sig.
	ผู้ซื้อ		ผู้ขาย			
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านสุขภาพ	3.26	0.46	3.47	0.19	-5.204	.000*
ด้านความปลอดภัยอาหาร	3.29	0.46	3.46	0.22	-4.066	.000*
ด้านความคุ้มครองผู้บริโภค	3.15	0.47	3.47	0.27	-7.425	.000*
รวม	3.23	0.39	3.47	0.17	-6.627	.000*

จากตารางที่ 4 อธิบายได้ว่า ตัวอย่างต่างมีความต้องการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าด้านสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ขายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าด้านสุขภาพมากกว่าผู้ซื้อ โดยพิจารณาได้จากค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.26 ตามลำดับ ความต้องการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าด้านความปลอดภัยอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ขายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าด้านความปลอดภัยอาหารมากกว่าผู้ซื้อ โดยพิจารณาได้จากค่าเฉลี่ย 3.46 และ 3.29 ตามลำดับ ต้องการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าด้านความคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ขายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าด้านความปลอดภัยอาหารมากกว่าผู้ซื้อ โดยพิจารณาได้จากค่าเฉลี่ย 3.47 และ 3.15 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้า ตำบลบ้านไร่ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผู้ตลาดสดนำซื้อ อายุและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าผู้ตลาดสดนำซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน เพศ และระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าผู้ตลาดสดนำซื้อ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ซื้อมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้า ผู้ตลาดสดนำซื้อ ประเภทสินค้าที่ซื้อประจำมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าผู้ตลาดสดนำซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนจำนวนวันในหนึ่งสัปดาห์ที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดขงวัญใจแม่ค้า ช่วงระยะเวลาประจำที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดขงวัญใจแม่ค้าระยะเวลาที่ใช้ในการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง (โดยเฉลี่ย) และปัญหาที่พบในการซื้อสินค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าผู้ตลาดสด นำซื้อ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ขายสินค้ามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้า ผู้ตลาดสดนำซื้อ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าผู้ตลาดสดนำซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน เพศ อายุ และรายได้จากการประกอบการต่อวัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าผู้ตลาดสดนำซื้อ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านประกอบการมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้า ผู้ตลาดสดนำซื้อ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่มีตัวแปรใดที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการพัฒนาตลาดขงวัญใจแม่ค้าผู้ตลาดสดนำซื้อ

สมมติฐานที่ 5 ความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ ด้านสุขาภิบาลแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ ด้านความปลอดภัยอาหารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ ด้านความคุ้มครองผู้บริโภคแตกต่างกัน

ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ซื้อสินค้า

สรุปได้ว่า อยากให้พัฒนา ยิ่งเรื่องของความสะอาด ต้องการให้มีเจ้าหน้าที่ทำความสะอาด เพื่อให้ห้องน้ำไม่ส่งกลิ่นออกมาด้านนอก และสะอาด การแยกประเภทสินค้า จัดสินค้าให้เป็นระเบียบต้องการให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความสะอาดเรียบร้อยในการจราจรและบริการเรื่องสถานที่จอดรถสำคัญที่สุด คืออยากให้ทางตลาดมีการอบรมเรื่องมารยาทของผู้ขายสินค้า ควบคุมคุณภาพของอาหารอยากให้ร้านค้าช่วยกันลดการใช้ถุงพลาสติก อยากให้นำวัสดุธรรมชาติกลับมาใช้ เช่น การใช้ใบตองห่ออาหารบางชนิด หรือสนับสนุนให้ผู้ซื้อนำตะกร้ามาใส่สินค้าบางชนิดเองจากตลาด อยากให้มีเจ้าหน้าที่ของตลาดเป็นผู้ควบคุม และคอยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อต้องการให้มีเครื่องชั่งน้ำหนักมาตรฐาน การบอกชื่อร้านที่ชัดเจน

ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ขายสินค้า

สรุปได้ว่า ควรออกกฎแจ้งให้แผงขายสินค้าทุกแผงต้องทำความสะอาดพื้นที่โดยรวมแผงขายสินค้าของตนด้วย และได้เสนอให้มีการล้างตลาดครั้งใหญ่เดือนละ 1 ครั้ง อยากให้เพิ่มกันสาดเพื่อป้องกันแสงแดดและฝน อีกทั้ง อยากให้เพิ่มพัดลมระบายอากาศเพื่อให้อากาศถ่ายเทสะดวกกำหนดขอบเขตสำหรับร้านค้าไม่ให้ร้านค้าใช้พื้นที่เกินขอบเขตของตน เพื่อความสะดวกในการเดินซื้อสินค้า รวมถึงอยากให้จัดทำรางน้ำไหลโดยเฉพาะโซนขายของสดที่ต้องมีน้ำแข็งสำหรับแช่สินค้า เพื่อไม่ให้เปียกยังมีพื้นที่ อยากให้มีการจัดสถานที่จอดรถโดยแยกเป็นสำหรับผู้ขายสินค้า และผู้มาซื้อสินค้า และอยากให้เจ้าหน้าที่ของตลาดคอยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่นำรถมาซื้อสินค้าที่ตลาด ต้องการให้มีเจ้าหน้าที่สำหรับทำความสะอาดห้องน้ำจัดให้มีการแยกประเภทสินค้าและจัดโซนว่าสินค้าแต่ละประเภทควรตั้งอยู่ที่ใด เพื่อความสะดวกและเป็นระเบียบ ให้ร้านค้าแต่ละร้านมีป้ายชื่อร้านค้า อยากให้มีการจัดโซนของการขายสินค้า โดยที่สินค้าที่เกี่ยวกับอาหารควรมีภาชนะ หรือตู้สำหรับวางอาหารสำหรับอาหารสำเร็จรูป ในส่วนของอาหารสด ควรมีการเก็บรักษาอาหารให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ที่สุด ควรนำถังน้ำแข็งสำหรับแช่เนื้อสัตว์นำมาสำรองไว้ ส่วนเนื้อสัตว์ที่วางไว้บนแผงสินค้าควรมีน้ำแข็งเพื่อให้เนื้อสัตว์ยังคงมีสภาพสมบูรณ์ สดอยู่เสมอ ให้ทางตลาดติดประกาศแนะนำให้ผู้ที่มาซื้อสินค้านำตะกร้ามาเพื่อใช้สำหรับใส่สินค้า ให้ทางผู้ขายสินค้าเกี่ยวกับอาหาร ต้องแต่งกายโดยมีผ้ากันเปื้อน หมวกคลุมผม และถุงมือ อีกทั้ง ควรแจ้งระยะเวลาหมดอายุของอาหารให้ผู้ซื้อได้รับรู้ด้วย เพื่อให้อาหารนั้นๆ ยังคงคุณภาพสูงสดนอกเหนือจากการทำความสะอาดเป็นประจำแล้ว ควรมีการกำจัดสัตว์ที่เป็นพาหะนำโรคด้วย อีกทั้ง ควรมีอุปกรณ์ป้องกันภัยเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ควรมีเจ้าหน้าที่สำหรับปรับปรุงสถานที่ที่ คอยซ่อมแซมตลาดเพื่อให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ตลอดเวลา ควรมีป้ายรับรองอาหารปลอดภัยสำหรับร้านขายสินค้าเกี่ยวกับอาหาร หรือป้ายรับรองสินค้าคุณภาพ ควรมีจุดชั่งน้ำหนักโดยเครื่องชั่งที่มีมาตรฐาน เพื่อให้ผู้ซื้อสินค้าสามารถตรวจสอบความเที่ยงตรงได้

ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

สรุปได้ว่า การพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม มีความจำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะในเรื่องของความสะอาด และโครงสร้างอาคาร ต้องมีการกำหนดให้ทุกร้านค้าช่วยกันทำความสะอาดแผงขายสินค้า รวมถึงบริเวณโดยรอบร้านค้าของตน และกำหนดให้ทุกวันวันที่ 20 ของทุกเดือนเป็นวันทำความสะอาดตลาดทั้งตลาด มีการแยกโซนสถานที่ทิ้งขยะของผู้ขายสินค้า

และการแยกประเภทของขยะ เพิ่มช่องระบายอากาศให้มากขึ้น แสงสว่างจะใช้ทั้งแสงจากธรรมชาติและจากหลอดไฟ แต่ละแผงจะต้องมีป้ายชื่อร้านค้ากำกับไว้ด้วย ผู้ขายสินค้าประเภทอาหารทุกชนิด จะต้องสวมผ้ากันเปื้อน และหมวกทุกครั้ง กำหนดให้มีการแยกประเภทสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ แผงขายสินค้าทุกแผงจะต้องมีความสูงจากพื้น 60 ซม. ห้ามวางสินค้ากีดขวางทางเดิน ให้มีตู้แสดงความคิดเห็นจากผู้ขายและผู้ซื้อมีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกในเรื่องของจราจร มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลรับผิดชอบในการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความปลอดภัยของตลาดให้มีเจ้าหน้าที่สุ่มตรวจอาหารว่ามีสารปนเปื้อนหรือไม่ ทั้งของสด อาหารสำเร็จรูป และของแห้งต้องมีอุปกรณ์สำหรับอุ่นอาหาร สำหรับอาหารสำเร็จรูปบางชนิด ต้องมีตู้แช่สำหรับแช่อาหารเพื่อให้คงคุณภาพ ต้องมีการจัดวางอาหารให้เป็นระเบียบเรียบร้อยบรรจุกฎบัตรสำหรับใส่อาหารควรมีความสะอาดผู้บริหารจะจัดให้มีบอร์ดสำหรับกระจายข่าวสาร ความรู้ และข้อมูลเกี่ยวกับตลาด บอกถึงในเรื่องที่เกี่ยวกับอาหารปลอดภัยโภชนาการ และสัญลักษณ์ของตลาด จัดให้มีจุดสำหรับตรวจสอบความถูกต้อง เช่น ตรารั้วที่ได้มาตรฐาน หรือจะทดสอบสารพิษ จัดเจ้าหน้าที่สุ่มตรวจสินค้า เพื่อตรวจดูวันผลิต หรือวันหมดอายุของสินค้าบางชนิด คุณภาพของสินค้าที่ผู้ขายนำมาขายที่ตลาดฯ จัดให้มีจุดที่สามารถร้องเรียนได้หากเกิดปัญหาจากการซื้อสินค้า หรือสินค้าที่ซื้อไปแล้วมีปัญหา

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย พบว่า ความเห็นของผู้ซื้อต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าอยู่ในระดับปานกลาง และความเห็นของผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้า อยู่ในระดับมาก ซึ่งการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้ามีอยู่ 3 ด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาด้านสุขาภิบาล ความเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้า ด้านสุขาภิบาล อยู่ในระดับปานกลาง มีความต้องการพัฒนาด้านการระบายอากาศ มีความต้องการพัฒนาด้านความกว้างขวางเพียงพอของทางเดิน ต้องการพัฒนาด้านการจัดการขยะมูลฝอย สอดคล้องกับ พัชรีย์ สุกฤษต์นศักดิ์ และคณะ (2554: 59) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดพระราม 5 จังหวัดนนทบุรี พบว่า การพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม มีทางเข้าแผงสำหรับร้านค้าของกว้างขวาง จึงทำให้ร้านค้าที่ขายสินค้ามีสินค้ามาวางขายในแผงปริมาณมาก และหลากหลายต้องมีการระบายอากาศและสอดคล้องกับ อติญาณ ศรีเกษตริน และคณะ (2552: ออนไลน์) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ: กรณีศึกษาตลาดสดกอบกาญจน์ ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ตลาดควรมีระบบระบายอากาศอย่างเพียงพอ ไม่ร้อนอบอ้าว มีการทำความสะอาดตลาด ควรทำเป็นประจำทุกวัน

2. การพัฒนาด้านความปลอดภัยอาหาร ผู้ซื้อและผู้ขายมีความเห็นต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าในระดับปานกลาง มีความต้องการพัฒนาด้านแผงขายอาหารสะอาด สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตรความสอดคล้องกับแนวคิดของโครงการตลาดสด น่าซื้อ เป็นความร่วมมือระหว่างกระทรวงสาธารณสุข (2553) กล่าวว่า เกณฑ์ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เรื่องแผงขายสินค้าทำสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 ซม. และไม่เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์แมลงพาหะนำโรค

3. การพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ซื้อมีความเห็นต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าในระดับมาก ส่วนผู้ขายมีความเห็นต่อการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าในระดับปานกลาง มีความต้องการพัฒนาด้านมีจำนวนเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสมใช้งานได้ทันที ต้องการพัฒนาด้านสามารถขอข้อมูลสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า มีความต้องการพัฒนาด้านมีการบำรุงรักษาโครงสร้างต่างๆ ของอาคารอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับ พัชรีย์ สุกฤษต์นศักดิ์ และคณะ (2554: 59) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดพระราม 5 จังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ซื้อสินค้าสามารถเลือกสินค้าเองได้ และสามารถขอข้อมูลของสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาด้านสุขาภิบาล

ตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาตลาดด้านสุขาภิบาลมากที่สุดในเรื่อง ความกว้างขวางเพียงพอของทางเดิน และการระบายอากาศ มากที่สุด ดังนั้น ควรมีการกระตุ้นผู้ขายสินค้าให้หมั่นตรวจดูความเรียบร้อยของแผงขายสินค้า แยกประเภทของสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถหาซื้อสินค้าได้โดยง่าย

การพัฒนาด้านความปลอดภัยอาหาร

ตัวอย่างมีความคิดเห็นในการพัฒนาด้านความปลอดภัยอาหารมากที่สุดคือเรื่อง ความสด สะอาด ของอาหาร ซึ่งควรมีการเก็บรักษาความสด สะอาดของอาหารไว้ตลอดเวลา ด้วยวิธีต่างๆ เช่น แข่งของสดในถังน้ำแข็ง มีภาชนะสำหรับปิดอาหาร เพื่อป้องกันการตอของแมลง ในส่วนของแผงอาหาร ควรมีการรักษาความสะอาดตลอดเวลา ไม่ควรวางสินค้าขายบนพื้น เพราะนอกจากจะดูไม่อาวแล้ว ยังทำให้ผู้ซื้อเลือกสินค้าได้ยากอีกด้วย

การพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภค

ตัวอย่างมีความคิดเห็นในการพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุดคือเรื่อง สามารถขอข้อมูลสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อสินค้า ควรมีข้อมูลที่ถูกต้องสำหรับข้อมูลของสินค้า ไม่ควรสร้างเรื่องเพื่อให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าในทันที ควรมีเวลาให้ผู้ซื้อได้นำไปคิดก่อน และมีจำนวนเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสม ใช้งานได้ทันที เพื่อในกรณีฉุกเฉินจะสามารถช่วยกันดับไฟได้ทันที

ข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้นำผลการสัมภาษณ์มาประมวลผลรวมกัน แล้วนำมาเสนอเป็นข้อเสนอแนะดังนี้ การพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านสุขาภิบาล การพัฒนาด้านความปลอดภัยอาหาร และการพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภค สรุปได้ว่า ควรได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายเพื่อให้เกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ สำเร็จรุดไปได้อย่างดี ควรเร่งพัฒนาปรับปรุงสถานที่ เพื่อให้ได้มาตรฐานตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด เริ่มปรับเปลี่ยนแผงขายสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ จัดเรียงสินค้าให้เรียบร้อย ให้ความร่วมมือกันในทุกด้าน หากมีความคิดเห็นที่ต้องการจะถ่ายทอด ควรแจ้งไปยังผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบ

ทั้งผู้ขายสินค้าและผู้ซื้อสินค้า ควรร่วมมือกันรักษาความสะอาดทั้งภายในและภายนอกตลาด ปฏิบัติตามกฎหมายของตลาด เช่น เรื่องการจอดรถ การเคารพกฎจราจร เป็นต้น

ผู้บริหารและผู้ขายสินค้า ควรมีการพูดคุยกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แจ้งให้ทราบถึงความบกพร่องของกันและกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน และร่วมมือกันพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ เพื่อให้ตลาดแห่งนี้กลายเป็นตลาดที่เป็นตัวอย่างในละแวกนั้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางสำหรับผู้ที่มีความสนใจที่จะทำการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการวิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้ตลาดขวัญใจแม่ค้า
2. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาของผู้ขายสินค้าในการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดน่าซื้อ

3. ควรมีการวิจัยความเป็นไปได้ในการขยายตลาดขวัญใจแม่ค้าให้กลายเป็นตลาดกลาง สำหรับรองรับประชาคมอาเซียน เพื่อเพิ่มปริมาณการค้า ที่จะขยายตัวอย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานอาหารและยา. 2557. **โครงการตลาดสดน่าซื้อ**. (Online) www.203.157.168.7/consumer/htmls/market00.htm, 17 ตุลาคม 2556.
- นางเยาว์ ศรีสมบูรณ์. 2550. **พัฒนาตลาดสดน่าซื้อด้วยพลังชมรมตลาด (กรณีตัวอย่างตลาดสดบางแพ)**. ราชบุรี: ชมรมพัฒนาบางแพ ศูนย์อนามัยที่ 4 จังหวัดราชบุรี.
- นฤมล นาคมี. 2547. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็น “ตลาดสดน่าซื้อ” พื้นที่สาร ารณสุขเขต 9**. พิษณุโลก: กลุ่มพัฒนาการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาอนามัยสิ่งแวดล้อม ศูนย์อนามัยที่ 9 พิษณุโลก.
- ไทยรัฐออนไลน์. 2556. **สร. ขุดตลาดสดไทย ต้นแบบอาเซียน เล็งพัฒนา “ตลาดนัดน่าซื้อ”** (Online) www.thairath.co.th/content/edu/329716, 10 พฤษภาคม 2556.
- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535.
- พิทักษ์ ตรีธารา. 2553. **แนวทางการพัฒนาตลาดสด น่าซื้อ อย่างยั่งยืน**. (Online) www.hpc4.anamai.moph.go.th/market/lecture/11.pdf, 9 พฤษภาคม 2556.
- เอ็มไทยนิว. 2555. **ยกมาตรฐาน ตลาดนัดทั่วประเทศเป็นตลาดนัดน่าซื้อ**. (Online) www.news.mthai.com/general-news/170639.html, 25 มิถุนายน 2556.
- Solomon, M. 1996. **Consumer Behavior**. 3rd ed. New Jersey: Prentice- Hall.