

แนวทางการบริหารจัดการคุณภาพการบริการภายในตลาดสด

Service Quality Management of Wet Markets

(Received: Feb 28, 2020 Revised: June 5, 2020 Accepted: June 16, 2020)

ชารินทร์ี พลวุฒิ¹

Charinee Phonvut

ธีร์วรา บวชชัยภูมิ²

Teewara Buchaiphum

ประจักษ์ พรมงาม³

Prachak Promngam

นิลุบล สุทธิอาภา⁴

Nilubol Suthiapa

ปิยมาส กล้าแข็ง⁵

Piyamas Klakhaeng

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการจัดการคุณภาพบริการของตลาดสด เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพคุณภาพการบริการของตลาดสดในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการ

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

²อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

³อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

⁴อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

⁵อาจารย์ประจำหลักสูตรแขนงสาขาวิชาการจัดการการขนส่ง วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ของตลาดสดในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และ 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะ การปรับปรุงคุณภาพการบริการตลาดสด ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เป็นผู้ประกอบการในตลาดและผู้บริโภคทั้งหมด 400 ราย โดยสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ทั้งนี้เครื่องมือที่ใช้เก็บรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ประเมินค่า 5 ระดับ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน การทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าที ($t - test$) และทดสอบความแปรปรวน ทางเดียว (One - Way ANOVA) รวมทั้งการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า สภาพคุณภาพการบริการของตลาดสด ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบสภาพแวดล้อมภายในตลาด บริเวณพื้นที่ค้าขายอาหารสำเร็จรูป ผัก วัตถุประสงค์ เนื้อสัตว์ ปลา มีน้ำขังแฉะแฉะ ส่งกลิ่นเหม็น มีสายไฟ และเศษกระดาษ พลาสติก วัสดุที่เหลือใช้วางตามพื้น ไม่เป็นระเบียบตามที่กำหนด รวมทั้งการจราจรในตลาด มีทางเข้า ออกตลาดทางเดียว ประกอบกับไม่มีการจัดการจอดรถที่เป็นระเบียบ ผลการศึกษาคุณภาพโดยรวมการบริการของตลาดสดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.37$) การจัดการคุณภาพของตลาดสดมีความจำเป็นที่จะต้องบูรณาการ ในการใช้พื้นที่ให้ความสะอาดถูกสุขลักษณะและสะดวกสบายรวมถึงเกณฑ์ มาตรฐานของหน่วยงานกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ที่มีความสะอาดและปลอดภัย ต่อผู้บริโภคส่วนใหญ่ หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น การบริการที่มีคุณภาพมุ่งเน้น ไปที่การสร้างความสัมพันธ์การตอบสนองและการปกป้องผลประโยชน์และ ไม่ใช้ประโยชน์จากผู้ค้าปลีกและผู้บริโภค ทั้งนี้ข้อเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพ การบริการ จัดการพื้นที่และกำหนดจุดรวบรวมเศษวัสดุ รวมทั้งกำชับผู้ค้า ภายในตลาดปฏิบัติตามข้อบังคับของกฎกระทรวงว่าด้วยตลาด รวมทั้งการบริการ และคุณภาพสินค้าที่พร้อมตอบสนองต่อความต้องการที่สะอาดอยู่เสมอเพื่อให้กลับมา ใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ ตลาดสด การจัดการ

Abstract

Service quality management of wet markets was investigated using a mixed method approach to 1) Study the conditions of service quality in wet markets, 2) Study the level of service quality in wet markets, and 3) Suggest improvements to increase service quality in wet markets. Random sampling was conducted for a total of 400 people. The research instrument was a questionnaire, with data analysis based on descriptive statistics.

Results showed that service quality was influenced by environmental conditions of the wet market in Khlong Luang District, Pathum Thani Province. The ground around the vending area for ready-made food, vegetables, fresh ingredients, meat and fish was waterlogged and littered with wires, scraps of paper and plastic. There was a smell of decaying material. Overall, the quality of service was at a high level with average value of $\bar{X} = 4.37$. High quality management of a bazaar is necessary. The area must be clean, sanitary and hygienic and conform to the standards of regulators. Produce must be fresh, clean, and non-toxic to consumers. Attention to health quality services should focus on building relationships, responding and protecting benefits, and not taking advantage of retailers and consumers. Retail areas must be clean to improve service quality, with collection points for scrap materials. Market traders must comply with Ministerial Regulations on the Market 2008. Products must also adequately respond to the needs of customers.

Keywords: Service Quality, Management, Wet Market

บทนำ

ปัจจุบันการบริการนั้นว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมากในการทำธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจและกลับเข้ามาใช้บริการซ้ำ ๆ จนเกิดความเชื่อมั่นกลายเป็นความภักดี (Loyal Customer) ในสินค้าหรือการเข้ารับบริการซ้ำ และจะแนะนำบุคคลอื่น ๆ ให้มาใช้บริการด้วย โดยเฉพาะถ้าธุรกิจใดได้รับรายได้จากการใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการเดิม และจากการใช้บริการเพิ่มเติมของผู้รับบริการรายใหม่ที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ในอนาคตถ้าได้ความพึงพอใจตามความคาดหวังจะเห็นมูลค่าในลักษณะที่เพิ่มพูนขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเหตุนี้ การบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานและบุคลากรของทุกหน่วยงานจะต้องเอาใจใส่พิถีพิถันและเข้าใจหลักการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ก่อให้เกิดรายได้จากการซื้อขายบริการและสินค้าที่เกี่ยวข้อง ทั้งทางตรงและทางอ้อมสร้างรายได้ให้แก่ประเทศส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดโอกาสสำหรับการประกอบธุรกิจมากมายหลายประเภท รวมทั้งทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้น จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการคุณภาพและการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดการแข่งขันในด้านคุณภาพและการบริการ โดยเน้นการสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดของผู้บริโภคด้วยเหตุนี้ผู้รับบริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจการบริการเพื่อให้ตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พรพิมล คงฉิม, 2554, น. 1 - 2)

ทั้งนี้ตลาดเป็นสถานที่ชุมนุมซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่สำคัญของคนไทย มาตั้งแต่อดีตกาลจนถึงปัจจุบัน โดยส่วนใหญ่แล้วเป็นสินค้าที่วางจัดจำหน่าย ในตลาดสดจะเป็นสินค้า ประเภทอาหาร โดยเฉพาะอาหารสดเช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ผักสด และผลไม้ นอกจากนี้ในปัจจุบันยังมีการนิยมปรุงอาหาร สำเร็จรูปมากขึ้น ความสด ความสะอาด และความปลอดภัยจากคุณภาพของอาหาร ที่จำหน่ายความสะอาดปลอดภัยในการมาใช้บริการ ความสะอาดถูกสุขลักษณะ ของสถานที่และการปฏิบัติที่สุภาพลักษณะส่วนบุคคล การมีอัธยาศัยที่ดีและความซื่อสัตย์

ของผู้จำหน่ายล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งสิ้นต่อการกลับมาใช้บริการของตลาดในชุมชน นอกจากนี้ ตลาดยังเป็นศูนย์กลางของชุมชนสะท้อนถึงวิถีชีวิตของประชาชนและสังคมของประเทศไทยแบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นเวลานาน แต่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นไปแบบก้าวกระโดดทำให้เกิดห้างสรรพสินค้าทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กของบริษัทต่างชาติมากมายที่สามารถให้บริการแบบสะดวกสบายครบวงจร ประชาชนหันไปใช้บริการตามห้างสรรพสินค้ามากขึ้น ทั้งนี้ตลาดสดในประเทศตามที่กองสุขาภิบาลอาหาร กระทรวงสาธารณสุข สำรวจในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวนทั้งสิ้นจำนวน 1,536 แห่ง เป็นตลาดที่ผ่านเกณฑ์โครงการตลาดสดนำซื้อจำนวน 1,184 แห่ง ทั้งนี้ตลาดสดในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานีจากการศึกษายังพบว่า ไม่ถูกสุขลักษณะอนามัย การจัดวางสินค้าไม่เป็นระเบียบภายในบริเวณตลาดมีขยะมูลฝอยทิ้งอยู่มากมาย มีน้ำขังเจิ่งนอง ทั้งบนพื้นตลาดและบริเวณรอบตลาดมีสัตว์ที่เป็นพาหะของโรค เช่น หนู แมลงสาบ แมลงวัน ทั้งนี้ยังพบเครื่องเรือน้ำหนักบางครั้งก็ไม่ตรงและไม่ได้รับการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องว่าได้ตามเกณฑ์ซึ่งดวงวัดที่กำหนดการติดป้ายราคาถูกต้องแต่ไม่สามารถเลือกสินค้าได้ บางรายมีการแอบเปลี่ยนสินค้า รวมทั้งการทอนเงินผิดหรือลืมหอนเงินและสินค้าด้อยคุณภาพ สินค้าปลอม หมดยายุ แดกหัก หรือสูญเสียมูลค่าไปแล้ว เช่น ไข่ที่แตก หรือเน่าเสีย แต่นำมาขาย รวม ๆ กัน เป็นต้น ซึ่งจากสภาพโดยรวมของอาคารในตลาดยังคงสกปรก เต็มไปด้วยหยักไย่ และขี้ฝุ่นเกาะห้องน้ำไม่สะอาดและมีกลิ่นเหม็น นอกจากนี้อาหารที่จำหน่ายก็ไม่มี การควบคุมคุณภาพขาดการตรวจสอบการตกค้างของสารพิษ การชั่งน้ำหนักอาหารไม่ได้มาตรฐานและสารพัดปัญหาที่เกิดขึ้นภายในตลาดทำให้ประชาชน ขาดความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการในตลาดสด แต่หันไปใช้บริการตลาดดีดอร์ภายในห้างสรรพสินค้าแทน

จากสภาพปัญหาดังกล่าว จึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการบริหารคุณภาพ การให้บริการของผู้บริโภคในตลาดสด เขตพื้นที่จังหวัดปทุมธานี เพื่อสนอง ต่อความต้องการและใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำมาพัฒนาและปรับปรุงตลาดสด ให้เหมาะสม ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งสรุปปัญหาและนำเสนอปัญหา คุณภาพการให้บริการที่ได้คุณภาพต่อผู้ดูแลตลาดสดตามที่กองสุขาภิบาลอาหาร กระทรวงสาธารณสุขกำหนด ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความเชื่อมั่นใจ ด้วยการให้บริการที่มีคุณภาพ

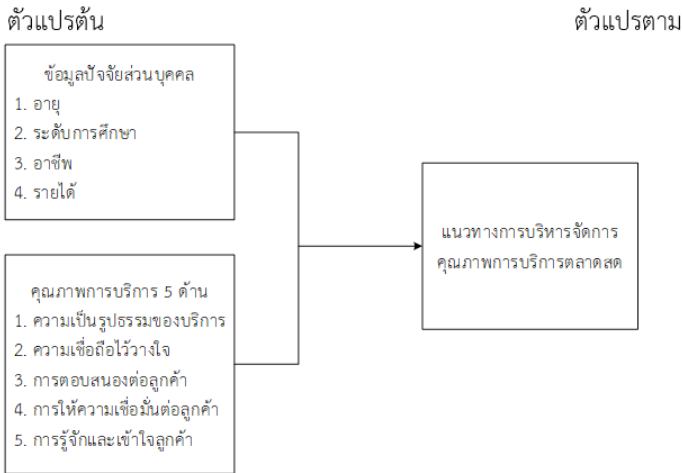
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาคุณภาพการให้บริการของตลาดสดในเขตอำเภอ คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของตลาดสดในเขตอำเภอ คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาหาข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ให้บริการของตลาดสดในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ให้มีคุณภาพ การให้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน รวมทั้งศึกษาการดำเนินงานภายในตลาดสด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เพื่อให้เกิดความเข้าใจในบริบทตลาดสดได้มากยิ่งขึ้น โดยศึกษาจากการสัมภาษณ์ สังเกต เพื่อให้เข้าใจในปัญหาที่เกิดขึ้น
2. สร้างกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยเกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน (Berry, Zeithaml and Parasuraman, 1990, pp. 29 - 38) ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ 2) ความเชื่อถือไว้วางใจ 3) การตอบสนองต่อลูกค้า 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ 5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

(Berry, Zeithaml and Parasuraman, 1990, pp. 29 - 38)

ประชากร คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในอำเภอหลวง หลวง จังหวัดปทุมธานี ทั้งหมดจำนวน 230,542 คน (สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2553, ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความคาดเคลื่อน 0.05 โดยใช้สูตร (Taro Yamane, 1973) ตัวอย่างทั้งหมด 400 คน การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยถือว่าทุก ๆ ประชากร มีโอกาส จะถูกเลือกเท่า ๆ กัน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560, น. 14) โดยการสุ่มตัวอย่าง แบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแยกประชากร ออกเป็นกลุ่มประชากรย่อย ๆ หรือแบ่งเป็นชั้นภูมิก่อน โดยหน่วยประชากร ในแต่ละชั้นภูมิจะมีลักษณะเหมือนกัน (Homogeneous) แล้วสุ่มอย่างง่าย เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มประชากร

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน (Berry, Zeithaml & Parasuraman, 1990, pp. 29-38) แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีลักษณะแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการภายในตลาดสด โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน (Berry, Zeithaml and Parasuraman, 1990, pp. 29-38) ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมการบริการ 2) ความเชื่อถือไว้วางใจ 3) การตอบสนองต่อลูกค้า 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ 5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นตอน ดังนี้

1.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ 5 ด้าน เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย และสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ศึกษาหลักเกณฑ์ และวิธีการสร้างเครื่องมือจากตำรา และเอกสารอื่น ๆ เพื่อนำมาพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย

1.3 ศึกษาการสร้างเครื่องมือภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยและประยุกต์เครื่องมือจากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

1.4 นำเครื่องมือที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาโครงสร้างรูปแบบ และข้อคำถาม เพื่อขอคำแนะนำโดยกำหนดเกณฑ์ผู้เชี่ยวชาญมีคุณสมบัติวุฒิการศึกษาระดับปริญญาเอก และมีประสบการณ์การบริหารในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือผ่านการทำวิจัย อย่างน้อย 5 ปี จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และนำมาวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามและจุดประสงค์ของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) (บุญชม ศรีสะอาด,

2554) ดัชนีความสอดคล้องที่คำนวณได้ ที่มีค่าตั้งแต่ค่า 0.51 – 1 ระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ของการวัด

1.5 นำแบบสอบถามไปทดลอง (Try – Out) กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ตัวอย่างการวิจัย จำนวน 30 ชุด และนำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้ (Try – Out) มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป โดยถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อถือและสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ขำนิประศาสน์, 2545)

1.6 ปรับปรุงเครื่องมือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว จัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เพื่อนำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยต่อไป ทั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลกำหนดวันเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับการตอบแบบสอบถามและรอรับแบบสอบถามกลับคืนจากตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และขอเก็บข้อมูลใหม่ในกรณีที่ข้อมูลไม่สมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลจากการพิจารณาหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำผลคะแนนเฉลี่ยมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์เพื่อหาความแตกต่างโดยใช้สถิติทดสอบความแตกต่างค่าที่ (t – test) กรณีที่มีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ขึ้นไป โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และวิเคราะห์ ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD

ผลการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการตลาดสด เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.50 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 59.80 การศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 79.30 ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 42.80 และมีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 61.80 รวมทั้งมีรายได้เฉลี่ย 20,000 – 30,000 บาท ซึ่งผลการวิเคราะห์สภาพปัญหา คุณภาพการให้บริการภายในตลาดสด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าภายในบริเวณตลาดสดยังพบปัญหาการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามกฎกระทรวง ว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 ตามกำหนด ซึ่งการจราจรในตลาด มีทางเข้า - ออกตลาดทางเดียว ประกอบกับไม่มีการจัดการจอดรถที่เป็น ระเบียบ ทั้งนี้กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2558) ได้สำรวจปัญหาตลาดสด พบว่าพื้นที่ขายของในตลาดมีอย่างจำกัด มีสายไฟในตลาดวางโดยระเกะระกะ ตามพื้นดิน มีขยะให้เห็นภาพลักษณะที่ไม่สวยงามนัก อุปกรณ์รุ่มหรือเต็นท์ มีสภาพไม่แข็งแรง ทั้งนี้ยังพบควันจากแผงบังแดดในตลาดส่วนใหญ่ไม่มีเครื่องดูดควัน และกลิ่น, ควันส่งผลกระทบต่อร้านเสื้อผ้า การบริการความสุภาพและเป็นมิตร ของผู้ค้ายังมีให้เห็นน้อย ยังไม่มีการป้องกันแมลงวันหรือสัตว์ที่เป็นพาหะนำโรค รวมทั้งน้ำที่ใช้จากแผงร้านขายเนื้อสัตว์จากสภาพปัญหาที่พบเจอทุกครั้ง ที่มีการใช้บริการส่งผลให้คุณภาพการให้บริการภายในตลาดสดมีภาพลักษณ์ ที่ไม่สวยงามนัก ผู้บริโภคส่วนหนึ่งเลือกไปใช้บริการในห้างร้านสะดวกซื้อสมัยใหม่ แทนการเลือกเดินตลาดสด

2. ผลการวิเคราะห์ศึกษาระดับคุณภาพการบริการของตลาดสด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จากการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพ การให้บริการ รายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงคุณภาพการให้บริการของตลาดสดโดยรวม

รายการ	Mean	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.458	.367	มาก	1
ความเชื่อถือไว้วางใจ	4.375	.391	มาก	3
การตอบสนองต่อลูกค้า	4.403	.416	มาก	2
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.316	.501	มาก	5
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.337	.523	มาก	4
รวม	4.378	0.440	มาก	

จากตารางที่ 1 คุณภาพการให้บริการภายในตลาดสดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.378 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.458 2) การตอบสนองต่อลูกค้า อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.403 3) ความเชื่อถือไว้วางใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.375 4) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.337 และ 5) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.316 ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้บริโภคในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย รวมทั้งคุณภาพในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการของตลาดสดในการบริโภคของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลให้หลาย ๆ องค์กร ต่างตระหนักและให้ความสำคัญคุณภาพการให้บริการ ส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ หันมาพัฒนาและยกระดับการบริการ เพื่อให้ธุรกิจสามารถอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพที่ดีที่สุดเพื่อสร้างความพึงพอใจที่ยั่งยืนแก่ผู้รับบริการหรือผู้บริโภค

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการภายในตลาดสด จำแนกตามเพศ โดยรวมแต่ละด้าน

คุณภาพการให้บริการภายในตลาดสด	ตัวแปร	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	ชาย	178	4.500	.344	.138*	.038
	หญิง	122	4.423	.384		
2. ความเชื่อถือไว้วางใจ	ชาย	178	4.363	.400	.466	.592
	หญิง	122	4.384	.384		
3. การตอบสนองต่อลูกค้าชาย	ชาย	178	4.391	.426	.476	.608
	หญิง	122	4.413	.409		
4. การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	ชาย	178	4.322	.524	.207	.823
	หญิง	122	4.311	.482		
5. การรู้จักและเข้าใจ	ชาย	178	4.341	.526	.776	.909
	หญิง	122	4.335	.522		
ภาพรวม	ชาย	178	4.384	.293	.359	.720
	หญิง	122	4.373	.277		

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่เพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการภายในตลาดสดต่างกัน พบว่าเพศที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของคุณภาพการให้บริการภายในตลาดสด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยเพศชายมีความคิดเห็นต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการมากกว่าเพศหญิง ค่าเฉลี่ย 4.500 เปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ย 4.452 ขณะที่ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า พบว่าเพศไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการภายในตลาดสด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

3. ผลการวิเคราะห์ที่ศึกษาข้อเสนอแนะการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการภายในตลาดสดและเพิ่มคุณภาพการบริการ จากสภาพปัญหาที่พบควรเพิ่มพื้นที่จอดรถ โดยให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลจัดระเบียบการจอดรถ ประชาสัมพันธ์หรือหาพื้นที่เช่าสำหรับเป็นที่จอดรถ ทั้งนี้จัดระเบียบสายไฟโดยตั้งเสาหรือเพิ่มอุปกรณ์เพื่อความปลอดภัย เพิ่มจุดรวบรวมขยะพร้อมทั้งมีบริการถุงขยะรองรับปริมาณขยะและติดต่อเทศบาล ให้เข้าเก็บเป็นระยะ ทั้งนี้การให้บริการภายในตลาดสด นอกจากการบริหารจัดการพื้นที่และบริเวณโดยรอบให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ฉะนั้นคุณภาพการให้บริการต้องสร้างภาพลักษณ์ที่บ่งบอกให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการให้เกิดความมั่นใจในการใช้บริการ สอดคล้องกับ Berry, Ziehl & Parasuraman (1990) ได้กล่าวถึงมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการซึ่งมีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อันได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น 2) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้เป็นลักษณะความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองต่อลูกค้า ควรมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ โดยตอบสนองความต้องการผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที สามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว 4) การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าควรสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ จะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถการให้บริการและตอบสนองความต้องการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด และ 5) การรู้จักและเข้าใจลูกค้า เพิ่มการดูแลเอาใจใส่ตอบสนองตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละคน

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาสภาพปัญหาคุณภาพการให้บริการของตลาดสดในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สภาพและปัญหาที่พบบริเวณตลาดสดที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการภายในตลาด ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายในตลาดโดยเฉพาะบริเวณพื้นที่ค้าขายอาหารสำเร็จรูป ผัก วัตถุดิบสด เนื้อสัตว์ ปลาที่มีน้ำขังแฉะแฉะก็เป็นจุดด้อยที่ทำให้คนรุ่นใหม่ไม่เข้ามาซื้อของส่งผลต่อความสะดวกโดยรอบบริเวณ รวมทั้งบางครั้งส่งกลิ่นเหม็นส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ของตลาดทั้งนี้ผู้ประกอบการภายในตลาดทั้งนี้ผู้ดูแลตลาดควรให้ความสำคัญกับด้านสิ่งแวดล้อมด้านความสะดวก และด้านระบบสุขาภิบาล ฉะนั้นต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดต้องพัฒนาในเรื่องของตัวตลาดให้มีความสะอาด มีโครงสร้างอาคารที่ถูกต้องในเรื่องระเบียบต่าง ๆ ก็ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดตามสอดคล้องกับงานวิจัยของวารุณี เพ็ญ และคณะ (2556) ได้ศึกษาวิจัยสุขภาวะกับการเป็นตลาดของภาคีเจริญ ได้กล่าวถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดให้เป็นพื้นที่สร้างสรรค์สุขภาวะ ทั้งเจ้าของตลาดผู้ค้าและผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่าการพัฒนาตลาดให้เป็นพื้นที่สุขภาวะมีความสำคัญโดยเจ้าของตลาดเข้าใจถึงหน้าที่ของผู้ดูแลตลาดที่ต้องเป็นผู้พัฒนาตลาดร่วมกันกับผู้ค้าที่ยึดปฏิบัติตามเพื่อให้เกิดสภาพแวดล้อมที่สะอาดและถูกสุขลักษณะตามระบบสุขาภิบาลโดยทุกฝ่ายมีความเห็นสอดคล้องกันว่าควรมีหน่วยงานภายนอกมาให้ความช่วยเหลือแนะนำวิธีในการจัดการพัฒนาตลาดรวมทั้งแนวทางในการพัฒนาที่ชัดเจนไม่กระทบกับผู้ค้ามากนักน่าจะเป็นวิธีการเริ่มต้นในการพัฒนาตลาดที่มีคุณภาพและเหมาะสมสอดคล้องกับสำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ (2560) ที่ให้ใช้บังคับกับตลาดในเขตเทศบาลเมืองพัทยาและกรุงเทพมหานคร สำหรับสุขลักษณะของตลาดในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลให้เป็นไปตามข้อกำหนดของท้องถิ่น ทั้งนี้ให้คำนึงถึงสภาพของท้องถิ่น สุขอนามัยของประชาชนและการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมโดยอาจใช้หลักเกณฑ์ วิธีการ และมาตรการที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงนี้เป็นแนวทางในการออกข้อกำหนดก็ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยวิไลวรรณ มาเจริญทรัพย์

(2558) ได้ศึกษาการบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยตลาด พ.ศ. 2551 ในเขตเทศบาลเมือง โดยเจ้าพนักงานท้องถิ่นอาจกำหนดเงื่อนไขเฉพาะที่ต้องปฏิบัติได้ และเพื่อการกำกับดูแลตลาดราชการส่วนท้องถิ่นยังสามารถออกข้อกำหนดของท้องถิ่น เกี่ยวกับสุขลักษณะของสถานที่ การวางของที่แผงและการจัดหมวดหมู่อาหาร การจัดอนามัยสิ่งแวดล้อมในตลาด รวมทั้งสุขวิทยาส่วนบุคคลของผู้ขายของในตลาด แต่ทว่านโยบายการควบคุมกำกับตลาดในแต่ละเทศบาลมักให้ความสำคัญที่แตกต่างกัน

2. ระดับคุณภาพการให้บริการให้บริการของตลาดสดในเขตอำเภอ คลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จากการสำรวจผู้บริโภคที่ใช้บริการและผู้ประกอบการ ภายในตลาด คุณภาพการให้บริการภายในตลาดสดโดยรวมอยู่ในระดับ มาก เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมาไปหาค่าเฉลี่ยน้อย ได้ดังนี้ ความเป็นรูปธรรม ของบริการ อยู่ในระดับมาก การตอบสนองต่อลูกค้า อยู่ในระดับ มาก ความเชื่อถือ ไว้วางใจอยู่ในระดับมาก การรู้จักและเข้าใจลูกค้าอยู่ในระดับมาก และการให้ความเชื่อมั่น ต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก โดยการให้บริการภายในตลาดสดต้องสร้างความพึงพอใจ ให้กับผู้บริโภคมากที่สุด โดยบูรณาการในหลายๆ ด้านเข้าด้วยกัน เนื่องจากพฤติกรรม ผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากขึ้นและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลให้ผู้บริการ ต้องปรับตัวในการให้บริการต่าง ๆ อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพพร้อมตอบสนอง ต่อความต้องการและความคาดหวังอย่างทันที่ทันที่สอดคล้องกับงานวิจัย วารุณี เพ็โร และคณะ (2556) การพัฒนาตลาดให้เป็นพื้นที่สร้างสรรค์สุขภาวะ ทั้งเจ้าของตลาด ผู้ค้าและผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่าการพัฒนาตลาดให้เป็นพื้นที่ สุขภาวะ มีความสำคัญและต้องการให้มีการปรับปรุงตลาดให้เป็นตลาดที่ขายอาหาร ทั้งปลอดสารพิษและอาหารทั่วไป โดยเห็นว่าเจ้าของตลาดควรดำเนินการร่วมกับ ผู้ค้าและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. แนวทางข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ ของตลาดสดให้มีคุณภาพการให้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น ควรบริการให้มีคุณภาพ การบริการอย่างเสมอภาค ทั้งในส่วน ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือ ไว้วางใจ การตอบสนองต่อลูกค้า โดยเฉพาะการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและ

การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ที่จำเป็นต้องสร้างความเป็นมาตรฐานและคุณภาพ รวมทั้งยกระดับคุณภาพการบริการตลาดสด เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในการบริโภค รวมทั้งการรักษาความสะอาดสินค้าที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ควรมีการจัดอบรมพนักงาน และผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้มาตรฐานและได้คุณภาพมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค และให้การบริการอย่างเหมาะสม มีความเป็นธรรมในการบริการ มีความรวดเร็ว ทั้งนี้ตลาดสดชุมชนมีบทบาทสำคัญยิ่งในการกำหนดคุณภาพชีวิตประชาชน ซึ่งหากตลาดสดมีตำแหน่งที่ตั้งห่างไกลออกไปจะทำให้ระบบห่วงโซ่การผลิต และการกระจายอาหารไม่มีความสมบูรณ์ ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคขาดโอกาส ในการเข้าถึงอาหารคุณภาพและสร้างความเป็นในการเดินทาง ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ ฐาปนา บุญประวิตร์ (2559) อุปนายกสมาคม การผังเมืองไทย และกรรมการสถาบันการเติบโตอย่างชาญฉลาด ได้กล่าวถึง การสนับสนุนการวางผังเมืองพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนตามแนวทางการเติบโต อย่างชาญฉลาด (Smart Growth) มีมุมมองเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดสด ในเชิงผังเมืองที่แตกต่างและยั่งยืน ตลาดนัดหรือตลาดสดเคลื่อนที่เป็นเครื่องมือสำคัญของความเป็นเมืองฉะนั้นการออกแบบและการจัดการด้านตำแหน่งที่ตั้งและ ลักษณะเชิงสุขภาพของตลาดสดในการบริการสาธารณสุขที่สำคัญ เกี่ยวข้อง กับสุขภาวะของชุมชน มีความสำคัญต่อการพัฒนาชุมชน และสอดคล้องกับงานวิจัย ศศธร มาศสถิตย์ (2562) ศึกษาแนวทางส่งเสริมคุณภาพการให้บริการ ของศูนย์วิทยบริการ สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย ราชภัฏสกลนคร อธิบายแนวทางเพิ่มคุณภาพการให้บริการของศูนย์วิทยบริการ ประกอบด้วย 1) ด้านการให้บริการปรับปรุงการจัดเรียงทรัพยากรสารสนเทศ ปรับปรุง/จัดทำขั้นตอน แนวปฏิบัติที่ให้ความสะดวกรวดเร็ว 2) ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ ปรับปรุงเครือข่ายไร้สาย โดยใช้ผลจากการประเมินประสิทธิภาพ ของจุดบริการ จัดทำช่องทางรับเรื่องร้องเรียน/ข้อเสนอแนะการบริการปรับปรุง การบริการ 3) ด้านสภาพแวดล้อมปรับปรุงบริการด้านจุดบริการน้ำดื่ม โดยใช้ข้อมูล จากผลการประเมินปรับปรุงบริการด้านป้ายบอกทิศทางแหล่งสารสนเทศปรับปรุง

บริการด้านแสงสว่าง โดยใช้ข้อมูลจากผลการประเมิน 4) ด้านบุคลากรอบรมพัฒนา
กระบวนการถ่ายทอดความรู้และการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพพัฒนาความสามารถ
ในการประเมินทรัพยากรสารสนเทศ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการวิจัย พบว่าการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าและการรู้จักและ
เข้าใจลูกค้า อยู่ในลำดับที่ผู้ใช้บริการเห็นว่าต้องพัฒนาปรับปรุง ทั้งนี้ความเชื่อมั่น
ที่เกิดในสายตาลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า
ส่งผลให้เกิดการกลับเข้ามาใช้บริการซ้ำ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลตลาดควรเข้าพูดคุย
กับผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการภายในตลาด เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี
กับผู้ใช้บริการ รวมทั้งผู้ประกอบการภายในตลาด เพื่อร่วมประเมินและร่วมรับฟังปัญหา
ให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาดสดให้เป็นตลาดที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับ
เชื่อมั่นต่อลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2558). *ประเด็นปัญหาและแนวทางในการพัฒนา
ตลาดนัด*. สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2563. [http://www.dla.go.th/upload/
ebook/column/2012/7/2023_5134.pdf](http://www.dla.go.th/upload/ebook/column/2012/7/2023_5134.pdf)
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2560). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ฐาปนานุญประวิตร์. (2559). *สุดยอดตลาดสดต้นแบบถ้วยทอง*. สืบค้น 20 กุมภาพันธ์
2563. จาก <https://www.posttoday.com/life/healthy/442286>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- พรพิมล คงฉิม. (2554). *การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า
ที่ได้รับบริการจากบริษัท เอ็ม.เอช.อี – ดีแมก (ที) จำกัด*. [สารนิพนธ์
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].

ลัดดาวลัย เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ชำนิประศาสน์. (2545). *ระเบียบวิธีการวิจัย*.

กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

วีไลวรรณ มาเจริญทรัพย์. (2558). การบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยตลาด พ.ศ. 2551

ในเขตเทศบาลเมือง. *วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข*, 1(1), 1 – 13.

วารุณี เพ็โร และคณะ. (2556). *สุขภาวะกับการเป็นตลาดของภาษีเจริญ*.

(รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

ศศธร มาศสถิตย์. (2562). *แนวทางการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการของศูนย์วิทยบริการ*

สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. [ปริญญาวิทยานิพนธ์

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร].

สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2553). *จำนวน*

ประชากรและบ้าน จำแนกเป็นรายอำเภอ และรายตำบล จังหวัดปทุมธานี

ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2553. สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2563.

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/5.htm>

สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. (2560). *กฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านสุขาภิบาลอาหาร*

กฎกระทรวงฯ ว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551. สืบค้น 13 มีนาคม

2563. http://foodsafety.anamai.moph.go.th/main.php?filename=food_index18#h6

Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1990). Five imperatives

for improving service quality. *MIT Sloan Management Review*,

31(4), 29 – 38.

Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. (3rd ed).

New York: Harper and Row.