

บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบระดับประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการจัดการตลาดนัดชุมชน และทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดการตลาดนัดชุมชน ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (กฎกระทรวงฉบับที่ 4 พ.ศ. 2542) และพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 ซึ่งเป็นการตอบปัญหาการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ จึงได้กำหนดวิธีการวิจัยและเก็บข้อมูล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรี หลังจากที่ได้ศึกษาแนวความคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วได้ตั้งสมมุติฐานไว้ว่า ปัจจัยการจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการจัดการตลาดนัดชุมชน โดยที่ปัจจัยการจัดการประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 5 ปัจจัยคือ

1. ด้านการวางแผนงานซึ่งจะมีปัจจัยย่อยอีก 21 ปัจจัย
2. ด้านการจัดองค์กร
3. ด้านการจัดเจ้าหน้าที่ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อยอีก 2 ปัจจัย
4. ด้านการควบคุมซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยอีก 5 ปัจจัย
5. ด้านการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้เก็บค่าเช่าจากผู้ขายสินค้า

เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสมมุติฐานที่ได้ตั้งไว้จึงได้ทำการเก็บข้อมูลจากที่ทำการสำนักงานเทศบาลและที่ทำการสำนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 80 แห่ง อันประกอบด้วย เทศบาล 27 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 53 แห่ง เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำมาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 11 โดยที่วิธีการวิเคราะห์นั้น ไม่ได้เป็นการทดสอบสมมุติฐานแต่ละข้อไปจนครบ 6 ข้อ แต่เป็นการทดสอบพร้อมกันทุกข้อ ซึ่งเป็นการทดสอบตัวแปรอิสระพร้อมกันหลายตัวกับตัวแปรตามหนึ่งตัวที่เรียกว่า การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ซึ่งผลของการวิจัยจะสรุปตามลำดับดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปการพรรณนาข้อมูล
 - 1.1 ปัจจัยด้านการวางแผนที่ประกอบด้วยข้อคำถามย่อย 21 ข้อ โดยได้ถามองค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดชลบุรีทั้ง 80 แห่ง โดยให้ตอบว่าได้กระทำหรือไม่ได้กระทำจากคำถามย่อยดังต่อไปนี้ ได้มีการคัดสรรผู้จะขอใบอนุญาตจะจัดตลาดนัดชุมชนหรือไม่ ได้มีการออกใบอนุญาตให้ผู้จัดตลาดนัดชุมชนหรือไม่ ได้มีการลงทะเบียนผู้มาค้าขายในตลาดนัดชุมชนแต่ละแห่งหรือไม่ ได้มีการกำหนดว่าจะจัดตั้งตลาดนัดชุมชนบริเวณใดได้บ้าง ได้มีการกำหนดเนื้อที่หรือพื้นที่เท่าไรในการจะจัดตลาดนัดชุมชนแต่ละแห่ง ได้มีการกำหนดความสูงของแผงขายสินค้าหรือไม่ ได้มีการกำหนดความกว้างของทางเดินระหว่างแผงขายสินค้าในตลาดนัดชุมชนหรือไม่ ได้มีการกำหนดให้มีไฟฟ้าใช้อย่างเพียงพอพร้อมทั้งมีระบบป้องกันไฟฟ้าลัดวงจรหรือไม่ ได้มีการกำหนดให้มีน้ำปะปาหรือน้ำสะอาดใช้อย่างเพียงพอขณะเปิดตลาดนัดชุมชนหรือไม่ ได้มีการกำหนดว่าห้องสุขาที่ใช้ในการจัดตลาดนัดชุมชนจะตั้งบริเวณใดห่างจากจุดที่มีการตั้งแผงขายสินค้าเท่าไร ได้มีการกระทำหรือไม่ ได้มีการกำหนดให้มีที่สำหรับถ่ายปัสสาวะชายหรือไม่ ได้มีการกำหนดจำนวนห้องสุขาต่อจำนวนแผงขายสินค้าว่า 1 ห้อง ต่อจำนวนแผงขายสินค้าเท่าไร ได้มีการกำหนดเนื้อที่ของห้องส้วมหรือไม่ ได้มีการกำหนดความสูงของโถส้วมว่าจะต้องสูงจากพื้นดินหรือพื้นห้องสุขาเท่าไร ได้มีการกำหนดความเข้มของแสงสว่างในห้องสุขาว่าจะต้องมีความเข้มเท่าไร ได้มีการกำหนดความสูงของท่อระบายน้ำของห้องสุขาว่าต้องอยู่เหนือหลังคาห้องสุขา ได้มีการกระทำหรือไม่ ได้มีการกำหนดให้มีอ่างล้างมือในบริเวณห้องสุขาหรือไม่ ได้กำหนดให้มีภาชนะรองรับขยะมูลฝอยที่มีฝาปิดหรือไม่ ได้มีการกำหนดให้มีผู้ทำความสะอาดห้องสุขาและบริเวณตลาดนัดชุมชนหรือไม่ ได้กำหนดให้มีผู้รักษาความปลอดภัย และการจราจรบริเวณถนนสาธารณะที่จัดตลาดนัดชุมชน ผลของการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการวางแผนงานจากคะแนนเต็ม 21 คะแนน ได้คะแนนสูงสุด 13 คะแนน และมีเพียง 1 แห่งเท่านั้น ส่วนต่ำสุดคือ 0 คะแนน มีสูงถึง 4 แห่ง แสดงให้เห็นว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่เข้าใจบทบาทและอำนาจหน้าที่ในการจะควบคุมดูแลตลาดนัดชุมชนตามที่กฎหมายกำหนดให้กระทำหรือปฏิบัติ ซึ่งเป็นการอธิบายถึงการไม่มีประสิทธิผลของตลาดนัดชุมชนในปัจจุบัน

1.2 ปัจจัยด้านการจัดตั้งองค์กร โดยได้ถามองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่าได้มีการกำหนดให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ ตลาดนัดชุมชนที่เกิดขึ้นหรือไม่ จาก 80 แห่ง โดยให้คะแนนเต็ม 1 คะแนน ต่ำสุด 0 คะแนน ผลการวิจัยพบว่า มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ 1 คะแนนเต็มเพียง 38 แห่ง คือมีหน่วยงานที่รับผิดชอบตลาดนัดชุมชน และอีก 42 แห่ง คือ ไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดูแลการจัดตลาดนัดชุมชน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตลาดนัดชุมชนไม่มีประสิทธิผล หรือมีประสิทธิผลต่ำ

1.3 ปัจจัยด้านการจัดเจ้าหน้าที่ อันได้แก่ การกำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมีบุคลากรคอยรับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดตลาดนัดชุมชนและการอบรมให้ความรู้

ด้านสาธารณสุข อาหารปลอดภัย ตลาดนัดสะอาด ห้องสุขาถูกสุขลักษณะ โดยให้ตอบตอบว่าได้มีการกระทำหรือไม่กระทำ ผลการวิจัยพบว่ามี 11 แห่ง ที่ได้คะแนนเต็มคือ 2 คะแนน ส่วนอีก 35 แห่ง ได้คะแนน 1 คะแนน ส่วนอีก 34 แห่ง ได้ 0 คะแนนคือไม่มีบุคลากรรับผิดชอบ, ไม่มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการควบคุมการจัดตลาดนัด แสดงให้เห็นระดับการไม่มีประสิทธิผลของตลาดนัดชุมชนอยู่ในระดับต่ำ

1.4 ปัจจัยด้านการควบคุม อันได้แก่ การตรวจหาสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพจากอาหารที่นำมาจำหน่ายในตลาดนัดชุมชน การตรวจหาสิ่งที่ผิดกฎหมาย หรือต้องห้ามตามกฎหมาย จากสินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดนัดชุมชน การกำหนดให้ผู้ที่จะขายอาหารปรุงสำเร็จ และอาหารสดต้องตรวจร่างกายเพื่อไม่ให้เป็นพาหนะนำโรคติดต่อ เช่น วัณโรค ไวรส์ตับอักเสบบี และการเก็บขยะมูลฝอยจากบริเวณที่จัดตลาดนัดชุมชน ผลการวิจัยพบว่า จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน ได้เต็ม 5 คะแนน มี 1 แห่งและได้คะแนน 1,2,3,4 ตามตารางที่ 4 ได้ 0 คะแนนมี 23 แห่ง แสดงให้เห็นว่าจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้ง 23 แห่ง ไม่ได้กระทำการควบคุมตลาดนัดชุมชน ซึ่งทำการอธิบายถึงการขาดประสิทธิผลของตลาดนัดชุมชนในปัจจุบัน

1.5 ปัจจัยด้านการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้เก็บค่าเช่าจากผู้จำหน่าย
สินค้าจากกลุ่มตัวอย่าง 80 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า 75 แห่ง ไม่ได้เก็บค่าเช่าหรือไม่ได้กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเก็บ ซึ่งเป็นตามปัจจัยที่ 1.5 ที่ให้เอกชนเป็นผู้เก็บค่าเช่าซึ่งเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งในปัจจุบัน

2. สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ การวางแผนงานโดยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด กล่าวคือมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.392 และสามารถอธิบายหรือทำนายการปฏิบัติงานของประชาชนได้ถึงร้อยละ 15.4 กล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือ มีผลต่อการมีประสิทธิผลของตลาดนัดชุมชน และเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อผลของการวิจัยเป็นเช่นนี้ทำให้สามารถตีความได้ว่ายิ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีระดับการวางแผนงาน ในการจะจัดให้มีตลาดนัดชุมชน หรือจะอนุญาตให้เอกชนผู้ที่จะจัดตลาดนัด ได้มีการวางแผนงานไว้ตามที่มิปัจจัยย่อยที่ 21 ปัจจัยมาก ประสิทธิภาพจะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสามารถอธิบายการค้นพบได้มากถึงร้อยละ 15.4 และทำนายผลได้ตามสมการที่ 3 อนึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่าเนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์มีค่าไม่เกินกึ่งหนึ่ง หรือไม่เกินร้อยละ 50 เป็นเพราะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นผู้ตอบแบบสอบถามได้ปฏิบัติจริงหรือกระทำจริงด้านปัจจัยการวางแผนงานซึ่งมีคะแนน

เต็ม 21 คะแนนซึ่งแต่ละแห่งได้คะแนนระดับต่ำและมีได้คะแนนสูงสุดเพียง 13 คะแนนและต่ำสุด 0 คะแนน เมื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์จึงได้ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าต่ำตามไปด้วย รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5

ปัจจัยการจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการจัดการตลาดนัดชุมชน ลำดับที่ 2 รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดเจ้าหน้าที่ หมายถึง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำหนดให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลตลาดนัดมากเท่าใดยิ่งทำให้ประสิทธิผลของตลาดนัดยิ่งมากขึ้น และยิ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบตลาดนัดเกี่ยวกับสุขลักษณะด้านอาหาร การสาธารณสุข การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมืองมากขึ้นเท่าใดยิ่งทำให้ประสิทธิผลของตลาดนัดเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ คือ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05 กล่าวคือ เมื่อปัจจัยนี้เข้าไปสมการทำให้ค่าสหสัมพันธ์เพิ่มขึ้นจาก 0.392 เป็น 0.444 และสามารถอธิบายตัวแปรตามคือประสิทธิผลของตลาดนัดชุมชนร้อยละ 15.4 เป็น 19.4 (ดูรายละเอียดจากบทที่ 4 และสมการที่ 4)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดการตลาดนัดชุมชน ทำให้สรุปได้อย่างชัดเจนว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการจัดการตลาดนัดชุมชนตามกฎหมาย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่งจะต้องมีการวางแผนให้ดีหรือการที่ตลาดนัดชุมชนที่เอกชนได้รับอนุญาตหรือ อยู่ในระหว่างกำลังจะอนุญาต องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่ง จะต้องมีการวางแผนงาน ให้เอกชนนำไปปฏิบัติมากเท่าใด ประสิทธิผลของตลาดนัดชุมชนจะมากขึ้นตาม

ปัจจัยที่มีความสำคัญในลำดับรองลงมาก็คือ การจัดเจ้าหน้าที่ให้รับผิดชอบ จำนวนเจ้าหน้าที่ต้องพอเพียง และมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการสาธารณสุข สุขลักษณะทางด้านอาหาร ยังมีการปฏิบัติมากเท่าใด ประสิทธิผลของตลาดนัดก็เพิ่มขึ้นตาม ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีและสมมุติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้

อย่างไรก็ตามประสิทธิผลของตลาดนัดชุมชนจะเกิดขึ้นยังต้องมีปัจจัยตัวอื่น ๆ ที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาเสนอเพราะเป็นขีดจำกัด ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (กฎกระทรวงฉบับที่ 4 พ.ศ. 2542) และพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 กำหนดไว้ ดังนั้นการบริหารงานใด ๆ ก็ตามการที่จะได้ผลงานมีประสิทธิผลมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีปัจจัยอย่างน้อย 4 อย่าง คือ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการผสม

กลมกลืนกัน โดยผู้บริหารจะต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการผสมกลมกลืนกันเป็นอย่างดีและเหมาะสม ผลงานย่อมจะออกมาดีมีประสิทธิภาพสูงสุดได้ตามวัตถุประสงค์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าระดับประสิทธิผลของตลาดนัดชุมชนอยู่ในระดับต่ำ อาจเป็นเพราะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่เข้าใจบทบาทและหน้าที่และอำนาจของตนเองในการควบคุมดูแลตลาดนัดชุมชน ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (กฎกระทรวงฉบับที่ 4 พ.ศ. 2542) และพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนะดังนี้

1.1 ควรมีการกวดขันและกำหนดคุณสมบัติผู้ที่ขออนุญาตจัดตลาดนัดชุมชนก่อน เพื่อเป็นการง่ายต่อการจัดการ

1.2 ควรมีการกำหนดที่ตั้งตลาดนัดโดยให้อยู่ห่างจากมลพิษ ของเสีย โรงเลี้ยงสัตว์ แหล่งโสโครก ที่กำจัดขยะมูลฝอย ซึ่งเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย

1.3 ควรให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้จัดตลาดนัดเอง เพราะเป็นกิจการเกี่ยวกับสาธารณะที่ทำกับประชาชนจำนวนมาก หากให้อเอกชนซึ่งมีขีดจำกัดของปัจจัยด้าน คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ การจัดการ ไม่เพียงพอเป็นผลให้ประสิทธิผลของตลาดนัดอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

1.4 ต้องมีการกำหนดความสูงของแผงขายสินค้า ความกว้างของทางเดิน การให้บริการน้ำปะปา ไฟฟ้า ที่ตั้งของห้องสุขา จำนวนห้องสุขา/จำนวนแผงขายสินค้าพร้อมทั้งมีการแยกห้องสุขาเป็นชายหญิง มีที่ปัสสาวะ อ่างล้างมือ มีผู้รักษาความสะอาดห้องสุขาและบริเวณที่จัดตลาดนัด ผู้เก็บขยะมูลฝอย รวมทั้งดูแลการจราจรและความปลอดภัยของยานพาหนะ

1.5 ควรมีทะเบียนผู้ขายสินค้าแต่ละแห่งพร้อมที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ รวมทั้งมีการตรวจร่างกายผู้ที่ขายอาหารสด และอาหารปรุงสำเร็จเพื่อไม่ให้เป็นพาหนะนำโรคติดต่อ

1.6 ควรมีการออกข้อบังคับท้องถิ่นในการควบคุมตลาดนัดชุมชน การเก็บค่าเช่าขายสินค้าในเขตปกครองเทศบาลหรือ องค์การบริหารส่วนตำบลแต่ละแห่ง

1.7 ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับวันเปิดตลาดนัดชุมชน ข่าวสาร ประกาศหรือผู้แสดงความคิดเห็นไว้ตามตลาดนัดทุกแห่ง

2. สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาในลักษณะเดียวกันในจังหวัดอื่นหรือภูมิภาคอื่น

2.2 ควรมีการศึกษาถึงความพึงพอใจของประชาชนต่อการจัดตลาดนัดของเอกชนกับขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.3 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติตามกฎหมายควบคุมตลาดนัดชุมชน

2.4 ควรมีการศึกษาความรู้ความเข้าใจบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการควบคุมตลาดนัดชุมชนตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (กฎกระทรวง ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2542)