

ผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษาตลาดร้อยโทล้วน อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก

Results of the development of a fresh market worth buying in a new way: a case study of Lieutenant Luan Market, Ban Tak District, Tak Province

สันติ โพธิ์ทอง

บทคัดย่อ

การศึกษาแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ 2) เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ และ 3) จัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในตลาดร้อยโทล้วน กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาดหรือผู้ค้าในตลาดสดที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 – มีนาคม พ.ศ. 2566 คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มละ 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ Independent t-test กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เลือกแบบเจาะจง จำนวน 8 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัย พบว่า ตลาดสดเข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ โดยตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงาน ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการด้วยแนวคิด McKinsey 7-S Framework พบว่า ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม ข้อเสนอแนะในการพัฒนาพบว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีนโยบาย จัดสรรงบประมาณ ส่งเสริมให้ใช้ระบบ Food Handler จัดอบรมผู้ประกอบการ พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ข้อเสนอแนะ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการส่งเสริมพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมของตลาดสด และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย โดยคำนึงถึงปัจจัยการจัดการของตลาดสดในการพัฒนาเป็นตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ และการสนับสนุนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการจากกระทรวงสาธารณสุข

คำสำคัญ: ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่, ตลาดร้อยโทล้วน, ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่

Abstract:

This integrated study aims to: 1) Examine the results of developing a fresh market worth buying according to the new market standards; 2) Compare the management factors of markets that have and have not met the evaluation criteria for a fresh market worth buying; and 3) Propose recommendations for developing a fresh market worth buying at Lieutenant Luan Market. The quantitative sample group comprises market operators, market managers, or traders participating in the development project of the fresh market worth buying from October 2022

to March 2023, with a sample size of 60 groups each, calculated using G*Power software, with a confidence level of 0.92. The research tool used is a questionnaire, and data analysis employs inferential statistics and Independent t-test. The qualitative target group consists of 8 individuals involved in driving the operations of the fresh market worth buying, selected through purposive sampling. Data is collected using semi-structured interviews, and content analysis is used to analyze the research findings. It was found that markets participating in the development project of the fresh market worth buying, meeting the criteria, had operational results according to the standard criteria for the new fresh market. The most significant impacts were in the areas of health, environment, and personal hygiene. Markets not meeting the criteria had operational results in health, environmental, and personal hygiene aspects. The comparison of management factors using the McKinsey 7-S Framework revealed suggestions for development in the strategy, structure, skills, and shared values dimensions. Recommendations for development include the responsible units having policies, budget allocations, promoting the use of the Food Handler system, organizing training for entrepreneurs, and developing digital media for the development of the fresh market worth buying. Suggestions also entail local government organizations promoting the development of health and environmental aspects of the fresh market, as well as personal health aspects of sellers/assistants, considering market management factors to develop into a fresh market worth buying, and policy support and operational support from the Ministry of Public Health.

Keywords: Management Factors of Fresh Markets Worth Buying, Lieutenant Luan Market, Fresh Market Worth Buying

บทนำ

“ตลาดสด” เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า และเป็นศูนย์กลางของพ่อค้าแม่ค้า ผู้ประกอบกิจการด้านอาหาร และประชาชนทั่วไปต่างซื้อวัตถุดิบจากตลาดสดเป็นส่วนใหญ่ จึงนับได้ว่าตลาดสดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในชีวิตคนไทย และวิถีชีวิตของชุมชนที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาโดยตลอด แม้ว่าปัจจุบันการดำรงชีวิตของคนและสภาพสังคมจะเปลี่ยนไปมากเพียงใด ตลาดสดก็ยังคงมีความสำคัญด้วยเหตุผลเป็นศูนย์กลางของชุมชนมาช้านาน สินค้าส่วนใหญ่ในตลาดสดจะเป็นสินค้าประเภทอาหาร โดยเฉพาะอาหารสดประเภทเนื้อสัตว์ ผัก และผลไม้ รวมทั้งอาหารปรุงสำเร็จพร้อมบริโภค จากการที่ตลาดสดเป็นที่รวบรวมของแหล่งค้าขายอาหารจำนวนมากหากไม่มีการจัดการด้านสุขอนามัยให้ถูกสุขลักษณะจะทำให้ตลาดสดกลายเป็นแหล่งแพร่กระจายของเชื้อโรคได้จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่เกิดการแพร่ระบาดในตลาดสดหลายแห่งทำให้ส่งผลกระทบต่อผู้ค้าและประชาชน เนื่องจากตลาดสดเป็นแหล่งซื้อขายวัตถุดิบ เพื่อนำไปปรุง ประกอบ สำหรับจำหน่ายในร้านอาหาร หรือในสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน อีกทั้งตลาดหลายแห่งยังเป็นตลาดค้าส่งที่มีรถเร่มารับซื้อเพื่อไปขายต่อยังพื้นที่อื่นอีกด้วย จึงถือได้ว่าเป็นโอกาสให้ตลาดสดมีการจัดการที่ถูกสุขลักษณะ เพื่อยกระดับตลาดสดในประเทศไทยให้เป็นไปตามมาตรฐานและประชาชนไทยมีแหล่งซื้ออาหารที่สะอาด ปลอดภัยกรมอนามัย ในฐานะหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมได้เริ่มดำเนินการจัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อขึ้นเมื่อปี พ.ศ.

2545 และดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันเพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาตลาดประเภทที่ 1 (ตลาดสด) ให้ได้มาตรฐาน จึงกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental health) 2) ด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food safety) และ 3) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer protection) ตลาดที่เข้าร่วมโครงการปรับปรุงพัฒนาตลาดได้ตามเกณฑ์มาตรฐานจะได้รับป้ายรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ซึ่งได้กำหนดไว้ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับดี (3 ดาว) และระดับดีมาก (5 ดาว) สำหรับการพัฒนายกระดับตลาดสดน่าซื้อใน พ.ศ. 2564 นั้น สืบเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) กรมอนามัยจึงต้องทบทวนมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” โดยแบ่งหลักเกณฑ์ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental sanitation) 2) ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal hygiene) 3) ความปลอดภัยอาหาร (Food safety) และ 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer protection) และกำหนดระดับมาตรฐานไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับพื้นฐาน (3 ดาว) ระดับดี (4 ดาว) และระดับดีมาก (5 ดาว) (Bureau of Food and Water Sanitation, 2021) จากข้อมูลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่ตลาดร้อยโทล้วน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 พบว่า การพัฒนาตลาดสดให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ตลาดจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรในหลาย ๆ ด้าน แนวคิด 7S ของแมคคินซี เป็นแนวคิดหนึ่งที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นเกณฑ์ที่สามารถประเมินจุดแข็งและโอกาสในการปรับปรุงของกระบวนการทำงานและผลการปฏิบัติงานขององค์กรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Boontham & Ruangsom, 2019) โดยแนวคิด 7S ของแมคคินซีได้รับการนำมาทบทวนศึกษากันอย่างแพร่หลาย เช่น Pornleartkochakorn, Limsiritong, & Santisarn (2022) ได้ศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซี ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมของประเทศไทย หรือ Panyayuttasuk (2021) ได้ทำการศึกษาปัจจัยตามหลักแนวคิด 7S ของแมคคินซี ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลเมืองสัตหีบ เป็นต้น

ดังนั้น ผลการศึกษาการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ตามแนวคิด 7S ของแมคคินซี จะทำให้ได้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมอนามัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อต่อไป

วัตถุประสงค์วิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพ และปัญหาการดำเนินงานของตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน
2. เพื่อพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน

นิยามศัพท์

การพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ หมายถึง การพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” ของกรมอนามัย ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม 2) ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล 3) ด้านความปลอดภัยอาหาร และ 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ผ่านเกณฑ์ หมายถึง ตลาดสดที่ได้รับการประเมินมาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” ของกรมอนามัย มีการจัดระดับมาตรฐานไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับพื้นฐาน ระดับดี และระดับดีมาก โดยต้องผ่านระดับพื้นฐาน หรือผ่าน

ระดับดี หรือผ่านระดับดีมาก ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ หมายถึง องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการจัดการตลาดสดน่าซื้อตามแนวคิด 7S ของแมคคินซี ประกอบด้วย 7 ด้าน 1) ด้านโครงสร้าง 2) ด้านกลยุทธ์ 3) ด้านระบบ 4) ด้านรูปแบบ 5) ด้านการจัดคนเข้าทำงาน 6) ด้านทักษะ และ 7) ด้านค่านิยมร่วม

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ของกรมอนามัย โดยใช้แนวคิดการจัดการ 7S ของแมคคินซี มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ประกอบด้วย 1) ด้านโครงสร้าง 2) ด้านกลยุทธ์ 3) ด้านระบบ 4) ด้านรูปแบบ 5) ด้านการจัดคนเข้าทำงาน 6) ด้านทักษะ และ 7) ด้านค่านิยมร่วม

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed method research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรเป็นตลาดสดประเภท 1 ในตลาดร้อยโทล้วน ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 – มีนาคม พ.ศ. 2566

ประชากรที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย ประชาชนผู้มาใช้บริการในตลาดสด / อสม. ตำบลตากตก

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ให้ข้อมูลปัจจัยด้านการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม G*Power (Faul, Erdfelder, Lang, & Buchner, 2007) ในกลุ่มผู้ให้บริการตลาดสด และกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ได้ขนาดตัวอย่าง กลุ่มละ 42 คน เพื่อป้องกันการสูญหายของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเท่ากับ 60 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่าง รวม 120 คน

เกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ 1) เป็นผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาด หรือเป็นผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดที่ทำการศึกษา 2) เป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้

เกณฑ์การคัดออก ดังนี้ 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุน้อยกว่า 18 ปี 2) เป็นผู้มีความผิดปกติ ด้านการฟัง การพูด และการสื่อสารกลุ่มเป้าหมายในการให้ข้อมูลข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วนโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) รวมทั้งสิ้น 8 คน ได้แก่ นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดหรือผู้แทน สาธารณสุขอำเภอหรือผู้แทนตัวแทนคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ และผู้ประกอบการตลาดสดหรือผู้แทน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีจำนวน 2 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 แบบตรวจประเมินมาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” ของกรมอนามัย จำนวน 50 ข้อ ได้แก่

1) สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม จำนวน 41 ข้อ 2) สุขอนามัยส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ 3) ความปลอดภัยอาหาร จำนวน 2 ข้อ และ 4) การคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 2 ข้อ

ชุดที่ 2 แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวทางในการจัดหาจากการศึกษาข้อมูล เอกสารแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) ศาสนา 4) ระดับการศึกษา และ 5) การอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารสำหรับผู้ประกอบกิจการหรือผู้สัมผัสอาหาร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยด้านการจัดการ ตามกรอบแนวคิด 7S ของแมคคินซี 7 ด้าน ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 35 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้าง จำนวน 5 ข้อ 2) ด้านกลยุทธ์ จำนวน 5 ข้อ 3) ด้านระบบ จำนวน 5 ข้อ 4) ด้านรูปแบบ จำนวน 5 ข้อ 5) ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน จำนวน 5 ข้อ 6) ด้านทักษะ จำนวน 5 ข้อ และ 7) ด้านค่านิยมร่วม จำนวน 5 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) จำนวน 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด (1 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) มาก (4 คะแนน) และมากที่สุด (5 คะแนน) กำหนดเกณฑ์ในการแปลค่าเฉลี่ยระดับคะแนน จำนวน 5 ระดับ (Ruan graphan, 2000) ดังนี้ ระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00) ระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20) ระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40) ระดับน้อย (คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60) และระดับน้อยที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 8 ข้อ เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. เครื่องมือเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเที่ยงตรง เสนอผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ นักวิชาการสาธารณสุข ชำนาญการพิเศษ 2 ท่าน และนักวิชาการสาธารณสุข ชำนาญการ 1 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจน และมีความเหมาะสมในการใช้ภาษาของคำถามในแต่ละข้อ ว่าตรงตามจุดหมายของการศึกษาครั้งนี้หรือไม่ และหาค่าความสอดคล้อง IOC (Index of Item objectCongruence) ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.67 - 1.00 และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการตลาดหรือผู้จัดการตลาด และผู้ค้าในตลาดสด อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้การสุ่มอย่างง่ายจำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของ Cronbach แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยด้านการจัดการตามกรอบแนวคิด 7S ของแมคคินซี มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.92

2. เครื่องมือเชิงคุณภาพ สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยประเด็นคำถามครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้อง และนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ของศูนย์อนามัยที่ 11 ได้แก่ นักวิชาการสาธารณสุข กลุ่มพัฒนาอนามัยสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 ท่าน และพิจารณาคำตอบของข้อคำถามและปรับปรุงข้อคำถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยประสานงานกับผู้บริหารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตาก/หัวหน้ากลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตาก/ผู้รับผิดชอบงานตลาดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตาก องค์การบริหารส่วนตำบลตากตก เทศบาลบ้านตาก เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และเพื่อขออนุญาตผู้จัดการตลาดของแต่ละแห่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยนัดหมายผู้จัดการตลาดแต่ละแห่งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย ที่สุ่มได้เป็นรายบุคคลเพื่อให้ตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

โดยมีอิสระในการตอบแบบสอบถาม

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์เรียบร้อยของคำตอบในแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกฉบับ

การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยประสานงานกับผู้บริหารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตาก/หัวหน้ากลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตาก/ผู้รับผิดชอบงานตลาดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตาก ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลตากตก ผู้บริหารเทศบาลบ้านตาก ผู้ประกอบการตลาด และผู้จัดการตลาด เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและนัดหมาย วัน เวลา และช่องทางในการสัมภาษณ์

2. ผู้วิจัยใช้คำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ซึ่งจะเป็นการสร้างแนวข้อคำถามไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 8 คน โดยเป็นการสัมภาษณ์เดี่ยว ในระหว่างวันที่ 18 – 28 เมษายน พ.ศ. 2566 เป็นเวลา 30 – 45 นาทีต่อคน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล และผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน

2. การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

จริยธรรมวิจัย

บทความวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการวิจัย และพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตาก โครงการวิจัยที่ COA No-044/2565

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.67 มีอายุระหว่าง 45 – 54 ปี ร้อยละ 31.67 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 91.67 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 26.67 และกลุ่มตัวอย่างในตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 81.67 มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ร้อยละ 33.33 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 90.00 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมปลาย ร้อยละ 30.00 และส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการอบรมเข้ารับการอบรมหลักสูตรสุขภาพอาหารสำหรับผู้ประกอบกิจการหรือผู้สัมผัสอาหาร ร้อยละ 70.00

2. ผลการพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่ตลาดร้อยโทล้วน พบว่าตลาดที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ โดยตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อม มากที่สุด ด้านที่ 3 ความปลอดภัยอาหาร ด้านที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภค และด้านที่ 2 สุขอนามัยส่วนบุคคล ในส่วนของตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ไม่ผ่านเกณฑ์ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อม

3. ผลการเปรียบเทียบ ปัจจัยการจัดการของตลาด ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมิน

ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ มีระดับการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของตลาดสด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09, S.D. = 0.45$ และ $\bar{x} = 3.70, S.D. = 0.35$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ด้านรูปแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.24, S.D. = 0.55$) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด คือ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน และด้านทักษะ ($\bar{x} = 3.95, S.D. = 0.59$) สำหรับตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดด้านที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านโครงสร้าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13, S.D. = 0.54$) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด คือ ด้านค่านิยมร่วม และด้านทักษะ ($\bar{x} = 3.11, S.D. = 0.42$)

ปัจจัยการจัดการตลาดของตลาดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านโครงสร้าง คือ มีการแบ่งหน้าที่ตามตำแหน่งต่าง ๆ ในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่อย่างชัดเจน ($\bar{x} = 4.25, S.D. = 0.54$) ด้านกลยุทธ์ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม ($\bar{x} = 4.45, S.D. = 0.62$) ด้านระบบ คือ เจ้าหน้าที่ตลาดปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม ($\bar{x} = 4.18, S.D. = 0.70$) ด้านรูปแบบ คือ ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ($\bar{x} = 4.37, S.D. = 0.64$) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน คือ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรของตลาด ($\bar{x} = 4.30, S.D. = 0.74$) ด้านทักษะ คือ ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี ($\bar{x} = 4.07, S.D. = 0.63$) และด้านค่านิยมร่วมคือ สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ($\bar{x} = 4.40, S.D. = 0.62$) รายละเอียดดังตาราง 3 จากตาราง 4 ปัจจัยการจัดการตลาดของตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านโครงสร้าง คือ ผู้ประกอบกิจการตลาดสด (เจ้าของ) สามารถตัดสินใจในการพัฒนาตลาดนำซื้อวิถีใหม่ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.22, S.D. = 0.69$) ด้านกลยุทธ์ คือ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม ($\bar{x} = 4.35, S.D. = 0.52$) ด้านระบบ คือ การจัดตั้งระบบการทำงานที่เหมาะสม และเจ้าหน้าที่ของตลาดมีความสามัคคีกันในการปฏิบัติงาน ($\bar{x} = 4.08, S.D. = 0.50$; $\bar{x} = 4.08, S.D. = 0.65$) ด้านรูปแบบ คือ ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ($\bar{x} = 4.25, S.D. = 0.60$) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน คือ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรของตลาด ($\bar{x} = 4.18, S.D. = 0.68$) ด้านทักษะ คือ ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี ($\bar{x} = 3.98, S.D. = 0.77$) และด้านค่านิยมร่วมคือสินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ($\bar{x} = 4.13, S.D. = 0.68$)

4. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่ตลาดร้อยโทล้วน จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังนี้

4.1 ด้านนโยบาย หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีนโยบายและมาตรการส่งเสริม ให้มีชมรมผู้ประกอบการตลาด ชมรมผู้ขายของในตลาด รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ให้เข้มแข็งและต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรกำหนดเป็นนโยบายให้มีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดีในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า พร้อมดำเนินนโยบายตามที่กรมอนามัยให้แนวทางมา และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“เรามีนโยบายที่จะพัฒนาตลาดสดในเขตรับผิดชอบของเราอยู่แล้ว นอกจากจะเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ของเราได้มีแหล่งซื้อหาวัตถุดิบในการทำอาหารที่มีคุณภาพแล้ว เราจึงอยากพัฒนาให้ตลาดของเรากลายเป็นจุดเช็คอินที่แขกไปใครมาก็ต้องแวะมาซื้อของที่ตลาดของเรา แล้วมีการถ่ายรูปหรือรีวิวลงในสื่อออนไลน์ออกไป เราอยากให้ภาพพวกนั้นออกมาดูดี ได้มาตรฐาน เป็นระเบียบเรียบร้อย และสวยงาม ช่วยดึงดูดให้คนมองว่าตลาดก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกทางเลือกของพวกเขาด้วย”

4.2 ด้านงบประมาณ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจการตลาดตามกฎหมาย ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาตลาดสดในพื้นที่รับผิดชอบในด้านการพัฒนาสุขภาพของตลาด และการพัฒนาศักยภาพของผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดให้มีสุขลักษณะส่วนบุคคลที่ถูกต้อง เช่น การล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล การตรวจสอบปนเปื้อน การศึกษาดูงานตลาดสดต้นแบบ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่าตั้งงบประมาณไปกับการจัดซื้อน้ำยาเพื่อการล้างตลาด และชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล “ในปีหน้าเราคิดที่จะจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่ง จัดกิจกรรมศึกษาดูงานตลาดต้นแบบของพื้นที่อื่นๆ ที่เขาผ่านมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ระดับดีมาก ทางเราคิดว่าให้ทางคณะกรรมการตลาดที่เขารับผิดชอบการพัฒนาตลาด ได้มีโอกาสไปดูตลาดที่ดีๆ สวยๆ เขาจะได้คิดเปรียบเทียบกับตลาดของเขาเองว่าเขาจะพัฒนาตลาดที่เป็นที่หากินเขาได้อย่างไรบ้าง ในส่วนของงบประมาณประจำอื่นๆ เช่นงบการล้างตลาด งบซื้อน้ำยาทำความสะอาดต่างๆ เราก็ตั้งงบประมาณไว้ทุกปีอยู่แล้ว”

4.3 ด้านข้อมูล องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและสำนักงานสาธารณสุขอำเภอควรร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ระบบ Food handler ของกรมอนามัย ซึ่งเป็นเว็บไซต์ฐานข้อมูลตลาดสดออนไลน์สำหรับการเก็บข้อมูลและดูข้อมูลการประเมินตนเองและการรับรองมาตรฐานของตลาดได้ในแบบออนไลน์รวมทั้งสามารถรับสื่อความรู้อิเล็กทรอนิกส์มาปรับใช้กับตลาดของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่ารับข้อมูลและสื่อความรู้การพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่จากหน่วยงานราชการเท่านั้น และมีข้อมูลที่โดดเด่นดังตัวอย่างข้อมูล

“ตลาดของเราได้รับการสนับสนุนสื่อต่างๆ จากทางรพ.สต.เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เห็นว่าเป็นแผ่นพับจากกรมอนามัยนะ เราก็เอาไปให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทั้งหมด ส่วนทางเทศบาลเขาก็จะจัดกิจกรรมไปดูงานตลาดที่ดีๆ บ้างเมื่อหลายปีก่อน นานแล้ว ตอนนี้นี้เขาก็มีการให้ไว้นิลความรู้มาเป็นแผ่นใหญ่ๆ เราก็เอามาซึ่งแล้วให้แม่ค้าดู แล้วก็บอกเขาว่าในไว้นิลนี้บอกความรู้อะไร ให้ทำอะไร ยังไง”

4.4 ด้านการพัฒนาบุคลากร สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีหน้าที่ตามกฎหมายในการจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เพื่อให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายมีความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหาร และนำไปพัฒนาแผงค้าอาหารปรุงสำเร็จของตนให้ถูกหลักสุขาภิบาลอาหารผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า หน่วยงานทุกระดับมีส่วนในการผลักดันการอบรมสุขาภิบาลอาหารสำหรับผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ และวิธีการจัดการอบรมผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร พ.ศ. 2561 และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“หลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างความความรู้ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ประกอบการ รวมถึงผู้ค้า/ผู้ช่วยค้า ถือว่าเป็นบันไดในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของกรมอนามัย แต่ในส่วนขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นยังต้องเพิ่มความครอบคลุมของการเป็นหน่วยจัดอบรมหลักสูตรนี้ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดต้องผลักดันให้มีการจัดอบรมหลักสูตรผู้สัมผัสอาหารและผู้ประกอบการในองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นให้มากขึ้น”

4.5 ด้านองค์ความรู้ เรื่องการสุขาภิบาลตลาดสดและเรื่องการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาสื่อทั้งแบบดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเพิ่มความรอบรู้ด้านสุขาภิบาลตลาดสด และสร้างจิตสำนึกร่วมในการพัฒนาตลาดสด ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่าใช้สื่อจากกรมอนามัยที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างความรอบรู้ด้านการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ และมีการใช้สื่อออนไลน์ร่วมด้วยแต่ในส่วนของสื่อออนไลน์ยังไม่ได้รับการตอบรับจากผู้ขาย/ผู้ช่วยขายเท่าที่ควร ด้วยข้อจำกัด

ด้านเวลาเพราะต้องขายสินค้าไม่ได้สนใจดูความรู้ทางสื่อสังคมออนไลน์ และบางคนมีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยี และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“ตลาดของเราได้รับการสนับสนุนสื่อต่างๆ จากทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เห็นว่า เป็นแผนพับจากกรมอนามัยนะ เราก็เอาไปให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทั้งหมด ตอนนี้เขาก็มักจะให้ไว้นิสความรู้อาหาร เป็นแผนใหญ่ๆ เราก็เอามาซึ่งแล้วให้แม่ค้าดู แล้วก็บอกเขาว่าในไว้นิสนี้บอกความรู้อะไร ให้ทำอะไร ยังไง” (MA3)

4.6 ด้านเครื่องมือ/วัสดุ/อุปกรณ์ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบตลาดตาม กฎหมายควรจัดเตรียมเครื่องมือ/วัสดุและ/หรืออุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการพัฒนาตลาดสดตามมาตรฐานตลาดสด นำซื้อวิธีใหม่ของกรมอนามัย ทุกปีงบประมาณ เพื่อใช้ในการสุ่มประเมินมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาและจัดเตรียมเครื่องมือ/วัสดุ/ อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิธีใหม่ โดยเครื่องมือ/วัสดุ/อุปกรณ์ที่จัดหาหรือจัดเตรียมส่วนใหญ่จะนำมาใช้ในการพัฒนาตามมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิธีใหม่ในด้านที่ 3 คือ ความปลอดภัยอาหาร และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“การเฝ้าระวังความปลอดภัยด้านอาหารเป็นภารกิจประจำของทางเทศบาลอยู่แล้ว เราได้ทำการจัดหาชุดเฝ้า ระวังโคลิฟอร์มแบคทีเรียใช้ทดสอบความปลอดภัยในอาหาร มีผู้สัมผัส และน้ำ รวมทั้งชุดทดสอบสารปนเปื้อน 5 ชนิด (Test Kit) มาใช้ในสถานประกอบการทั้งในตลาดทุกประเภท และร้านอาหาร และให้ เจ้าหน้าที่ของเรา ร่วมกับทางสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ ออกพื้นที่ใช้ชุดทดสอบดังกล่าวสุ่มประเมินความปลอดภัยเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้เราก็ได้รับการสนับสนุนการทดสอบสารปนเปื้อน 5 ชนิด จาก กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ร่วมกับทางศูนย์วิทยาศาสตร์ การแพทย์ นำารถหน่วยเคลื่อนที่ (Mobile Unit) และเจ้าหน้าที่ พร้อมทั้งชุดทดสอบภาคสนามมาช่วย ดำเนินการสุ่มสำรวจตัวอย่างอาหารในพื้นที่รับผิดชอบของเราเป็นประจำทุกปีนอกจากนี้ เราก็พัฒนา “อสม. วิทยาศาสตร์การแพทย์ชุมชน” ซึ่งเป็น อสม.ที่ผ่านการอบรมตามหลักสูตรของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็น กลไกหลักที่ช่วยเราในการเป็นผู้ช่วยเก็บตัวอย่างอาหารส่งตรวจรวมถึงช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานสุ่มตรวจ ตัวอย่างอาหารในตลาดทุกแห่งด้วย เท่ากับว่าการสุ่มตรวจสารปนเปื้อนในอาหารเราได้มีการสุ่มตรวจถึงปีละ ครั้งด้วย”

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้วางแนวทางการอภิปรายผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิธีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อ วิธีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วนผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิธีใหม่ ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิธีใหม่ใน ตลาดร้อยโทล้วน พบว่าตลาดผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิธีใหม่ ด้าน สุขภาพสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยอาหาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล อธิบายได้ว่า

1. ด้านสุขภาพสิ่งแวดล้อม พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์ สามารถพัฒนาจนผ่านตามมาตรฐาน เมื่อ พิจารณาระดับปัจจัยทางการบริหารตลาดสดนำ พบว่า ในด้านทักษะผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมีความเข้าใจใน มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิธีใหม่ และมีการแยกประเภทของขยะก่อนนำไปทิ้งในระดับน้อย ประกอบกับด้านกล ยุทธ์ พบว่า มีการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิธีใหม่ในรูปแบบคณะกรรมการพัฒนาตลาดระดับน้อย รวมถึงมีการ ประชุมประจำเดือนของตลาดในระดับน้อยที่สุด ดังนั้น ทรัพยากรบุคคลและระบบการบริหารจัดการของ

ตลาดเป็นตัวแปรที่สำคัญในการนำมาซึ่งความสำเร็จต่อการพัฒนามาตรฐานของตลาดสดน่าซื้อของกลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ โดยประเด็นที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสดในกลุ่มนี้ต้องทบทวนการศึกษาเพิ่มเติมและให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ อาจจะเป็นเพราะว่า ยังมีประเด็นที่ตลาดขาดการบำรุงรักษาตลาด การกำหนดพื้นที่จำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทยังไม่ให้เป็นหมวดหมู่ ไม่มีการจัดทำผังแสดงโซนการจำหน่ายสินค้าที่ทำให้ไม่สามารถจัดการเรื่องความสะอาดไม่ได้ทั่วถึง ไม่ได้จัดที่รองรับมูลฝอยบริเวณภายในห้องสวมไม่ให้มีฝาปิดมิดชิด ยังและไม่ให้มีสภาพรั่วซึมด้านผู้ขายทางผู้จัดการตลาดยังไม่ได้จัดทำทะเบียนผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทุกราย ไม่ได้จัดทำทะเบียนรถเร่ ไม่ได้จัดให้มีหมายเลขแผง ไม่มีชื่อเจ้าของแผงค้าติดประจำแผง และมองเห็นไม่ชัดเจน รวมทั้งควรจัดระบบให้เจ้าหน้าที่สาธารณสุขเข้ามากำกับดูแลสุขลักษณะตลาด และให้ความรู้ในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่แก่ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไปซึ่งยังคงอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยเสี่ยงที่พบการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จากคลัสเตอร์ตลาดปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563- กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ในพื้นที่เทศบาลสุพรรณบุรี ที่พบว่า สภาพตลาดที่เริ่มชำรุด ขาดการบำรุงรักษา และการจัดโซนและแผงสินค้าที่ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ไม่สามารถจัดการรักษาความสะอาดของแผง ในการทำความสะอาดอย่างทั่วถึง ทำให้พบผู้ติดเชื้อโรคโควิด-19 จำนวน 19 ราย (Chantawibul, Kingkaewcharoenchai, Pholwong, Limparangsee, & Kaewruang, 2021)

2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล พบว่า ผ่านเกณฑ์ อาจจะเป็นเพราะว่า สุขอนามัยส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การสร้างสุขวิทยาส่วนบุคคลจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความรอบรู้ ด้านสุขวิทยาส่วนบุคคลในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในขณะที่ผู้ดำเนินการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ได้จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ขายและผู้ช่วยขาย แต่ยังคงขาดความตระหนักรู้จากผู้ขายและผู้ช่วยขายที่ไม่เข้าอบรม ทำให้ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ แต่ทั้งนี้ผู้ขายยังคงรักษามาตรการการป้องกันโรคโควิด-19 โดยผู้ขายและผู้ช่วยขายล้างมือด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ มีการเว้นระยะห่างระหว่างผู้ขาย/ผู้ช่วยขายและผู้ให้บริการในการเลือกซื้อสินค้าและชำระเงินอย่างน้อย 1 เมตร ดังที่มีผู้ให้ข้อมูลไว้ว่า “เราดำเนินการอบรมผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหารเป็นประจำทุกปี มีผู้ขาย/ผู้ช่วยขายหลายรายที่ปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลได้ดี แต่ก็ยังมีอีกจำนวนหนึ่งที่ยังไม่ได้อบรมตามหลักสูตรซึ่งเราต้องเร่งพัฒนาต่อไป” สอดคล้องกับการศึกษาของ Thongtae (2017) ที่พบว่า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและส่งเสริมการปฏิบัติตัวตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลของผู้สัมผัสอาหาร ควรมีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติการเกณฑ์มาตรฐานด้านการสุขาภิบาลอาหาร และควรสร้างความตระหนักแก่ผู้สัมผัสอาหารและผู้ประกอบการให้ทราบถึงหลักการที่ดีในการจัดการสุขวิทยาส่วนบุคคลอย่างต่อเนื่อง ส่วนการศึกษา ของ

Chantawibul, Kingkaewcharoenchai, Pholwong, Limparangsee, & Kaewruang (2021) พบว่า ความเสี่ยงที่ตรงกับสภาพและความเสี่ยงที่เป็นปัจจัยร่วมที่พบในตลาดสดที่มีกรณีการระบาดของโควิด-19 ได้แก่ ความเสี่ยงด้านสุขลักษณะอนามัยส่วนบุคคล

3. ความปลอดภัยด้านอาหาร พบว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน อธิบายได้ว่า การดำเนินงานตามมาตรฐานด้านนี้มีการดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในทุกตลาด ทำให้ผลการดำเนินงานมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร ผ่านเกณฑ์โดยค่าเฉลี่ยในระดับสูงทั้งในตลาดผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Damrong pingsakul (2009) เรื่อง การสำรวจสภาพการณ์และการเข้าร่วมโครงการตลาดสด น่าซื้อของตลาดประเภทที่ 1 กรณีศึกษาตลาดที่ยังไม่ได้รับการรับรองเป็นตลาดสดน่าซื้อ พบว่า ด้านความปลอดภัยของอาหารตลาดส่วนใหญ่มีการดำเนินการในการตรวจสอบปนเปื้อนในอาหาร ได้แก่ ฟอर्मาลิน สารกันรา บอแรกซสารฟอกขาว ยาฆ่าแมลง

4. การคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า ผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านนี้ที่ประกอบด้วยการจัดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นจากประชาชนรวมถึงการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค และจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดอย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ซึ่งเกณฑ์นี้เป็นผลมาจากนโยบายของกรมอนามัย และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ฉะนั้น จึงทำให้ตลาดสดจำนวนมากได้ตระหนักถึงข้อกำหนดทั้ง 2 ข้อ และจะต้องปฏิบัติให้ได้ครบถ้วน รวมถึงประชาชนผู้มาซื้อสินค้าก็ตระหนักถึงสิทธิและช่องทางในการติชมร้องเรียนหากตลาดมีข้อบกพร่อง รวมทั้งตระหนักถึงการพิทักษ์สิทธิของตนเองหากได้สินค้าที่มีน้ำหนักไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ทำให้ผลการดำเนินงานมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเกณฑ์โดยค่าเฉลี่ยในระดับสูงในตลาดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Damrong pingsakul (2009) ที่พบว่า ด้านคุ้มครองผู้บริโภคของตลาดที่เข้าร่วมโครงการตลาดสดนำซื้อของตลาดประเภทที่ 1 ส่วนใหญ่ยังไม่มีมาตรการจัดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นจากประชาชนรวมถึงการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค แต่ได้ดำเนินการจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดอย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายและการบังคับใช้กฎหมายของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการจัดการของตลาดตามเกณฑ์ในการประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน โดยภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม พบว่า

1. ด้านกลยุทธ์ พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.03, S.D. = 0.51$) การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45, S.D. = 0.62$; $\bar{x} = 4.35, S.D. = 4.52$) แสดงให้เห็นว่า นอกจากมีการปรับปรุงและการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของตลาดเพื่อให้สวยงามทั้งภายนอกและภายในตลาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในตลาดให้ได้มากที่สุด ดังมีผู้ให้ข้อมูลไว้ว่า “ตลาดก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนเช่นเดียวกัน” ในประเด็นการพัฒนาตลาดสดนำซื้อ ควรจะต้องดำเนินการในรูปแบบของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดอีกด้วยและจะต้องมีความร่วมมือกันทุกภาคส่วน มีการบูรณาการงานด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันในสิ่งที่ทำและพัฒนา สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยตามหลักแนวคิด 7S ของแมคคินซี ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของเทศบาลเมืองสหัสขันธ์ของ Panyayuttasuk (2021) พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านกลยุทธ์ ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานขององค์กร

2. ด้านรูปแบบ พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.24, S.D. = 0.55$) ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.37, S.D. = 0.64$; $\bar{x} = 4.25, S.D. = 0.60$) มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเข้ามากำกับดูแลสุลักษณะตลาด และให้ความรู้ในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่แก่ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไป และการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.92, S.D. = 0.62$; $\bar{x} = 4.97, S.D. = 1.46$) แสดงให้เห็นว่า ผู้ขายในตลาดทั้งสองกลุ่มมีความตระหนักถึงการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งหากมีการดำเนินการโดยมีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดนำซื้อ โดยมีหน่วยงานอื่นเข้ามาส่วนร่วม เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ซึ่งจะต้องดูแลมาตรฐานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีการให้ความรู้ และกำกับดูแล ก็จะเป็นปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดสดนำซื้อให้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษา Oranam (2013) ที่พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดของเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีปัจจัยการจัดการด้านรูปแบบอยู่ในระดับมาก และมีความสัมพันธ์กับการเป็นตลาดสดนำซื้อเช่นเดียวกับ Sidajit &

Inmoung (2013) พบว่า ผู้บริหารและผู้ประกอบการในตลาดสดนำซื้อมีการดำเนินงานโดยบูรณาการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

3. ด้านทักษะ พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 3.86, S.D. = 0.47$) ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.07, S.D. = 0.63$; $\bar{x} = 3.98, S.D. = 0.77$) และคณะกรรมการพัฒนาตลาดมีความเข้าใจในการพัฒนาตลาดนำซื้อวิถีใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.17, S.D. = 0.64$) แสดงให้เห็นว่า หากคณะกรรมการพัฒนาตลาด และผู้ขายหรือผู้ช่วยขายขาดทักษะและความเข้าใจในการพัฒนาตลาดให้เป็นไปตามมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จะส่งผลให้ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Oranam (2013) พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดของเทศบาลเมืองมหาสารคามมีปัจจัยการจัดการด้านทักษะอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซีย์ ส่งผลต่อการเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย (Pornleartkochakorn, Limsiritong & Santisarn, 2022) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Sidajit & Inmoung (2013) พบว่า ผู้บริหารและผู้ประกอบการในตลาดสดนำซื้อระดับดีมีความรู้และเข้าใจเรื่องการพัฒนาตลาดสดนำซื้อทำให้ตลาดสดนำซื้อผ่านเกณฑ์มาตรฐาน

4. ด้านค่านิยมร่วม พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{x} = 4.15, S.D. = 0.52$) สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ($\bar{x} = 4.40, S.D. = 0.62$, $\bar{x} = 4.13, S.D. = 0.68$) แสดงให้เห็นว่า หากมีการมีข้อตกลงร่วมกันของผู้ขายในตลาดที่ทุกคนว่าจะร่วมปฏิบัติ เช่น การไม่ขายสินค้าด้อยคุณภาพ การให้ความร่วมมือในการแยกขยะก่อนนำไปทิ้ง มีเข้าร่วมประชุมประจำเดือนจะเป็นปัจจัยให้ตลาดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่สอดคล้องกับ Sidajit & Inmoung (2013) ที่พบว่า การพัฒนาจะต้องมีความเข้าใจร่วมกัน โดยเฉพาะผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ รวมถึงการกำหนดกฎเกณฑ์ที่จะต้องไปในทิศทางเดียวกัน นโยบายที่ชัดเจน และมีการบูรณาการงานร่วมกัน

5. ภาพรวม พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x} = 4.09, S.D. = 0.45$) ด้านรูปแบบ ($\bar{x} = 4.24, S.D. = 0.55$) ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม ($\bar{x} = 3.15, S.D. = 0.39$; $\bar{x} = 3.11, S.D. = 0.42$) แสดงให้เห็นว่า ในการพัฒนาให้ตลาดสดผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ตลาดควรจะต้องมีรูปแบบที่ชัดเจน และมีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง โดยในการพัฒนาจะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่รับผิดชอบต่าง ๆ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งผู้ประกอบการขายในตลาด ซึ่งการดำเนินงานควรจะเป็นในรูปของคณะกรรมการและมีการดำเนินงานอย่างจริงจัง ทั้งนี้ ในส่วนของคณะกรรมการควรจะต้องมีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาด เพื่อการดำเนินงานที่ชัดเจนและมีส่วนร่วม ผู้บริหารมีการรับรู้และมีความเข้าใจในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อสำหรับการพัฒนาทักษะ ความรู้ในด้านต่าง ๆ จะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรู้ เข้าใจ และให้ความสำคัญต่อข้อกำหนดของตลาด

จากผลการศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในตลาดร้อยโทล้วน สรุปได้ 2 ประเด็นคือ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาคีเครือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ควรมีมาตรการส่งเสริมให้ตลาดสดทุกแห่งมีการตั้งกรรมการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เพื่อให้เป็นกลไกที่จะช่วยพัฒนาการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่เข้มแข็งและยั่งยืน

1.2 ในด้านงบประมาณ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจการตลาด

ตามกฎหมาย ควรมีนโยบายจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาตลาดสดในพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อให้ทุกตลาด มีมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ตามเกณฑ์ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

1.3 ด้านพัฒนาบุคลากร กรมอนามัยควรร่วมกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น พัฒนาหลักสูตรการ สุขาภิบาลตลาดประเภท 1 สำหรับผู้ประกอบการตลาดสด และผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาด

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 การเฝ้าระวังความปลอดภัยในอาหาร ภาควิชาเครื่องสำอางสุขภาพที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและ พัฒนาศักยภาพให้บุคลากรของตลาดสดประเภท 1 สามารถตรวจเฝ้าความปลอดภัยในอาหารของตลาดของ ตนเอง โดยใช้ชุดทดสอบอย่างง่าย (Test kit) และจัดให้มีอุปกรณ์ตรวจเฝ้าระวังความปลอดภัยในอาหาร ประจำตลาดสดทุกแห่ง

2.2 มีการจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เพื่อผู้ขาย/ผู้ช่วยขายมีความรู้การ สุขาภิบาลอาหาร และไปพัฒนาแผงค้าอาหารปรุงสำเร็จของตนให้ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร

2.3 ด้านข้อมูล ศูนย์อนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ และองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ควรร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ระบบ Food handler ของกรม อนามัย เพื่อให้การจัดเก็บข้อมูลตลาดสดเป็นระบบและดูข้อมูลการประเมินตนเองและการรับรองมาตรฐาน ของตลาดได้ในแบบออนไลน์

2.4 ด้านองค์ความรู้ เสนอให้กรมอนามัยพัฒนาและออกแบบสื่อที่สร้างความรู้และความเข้าใจด้าน การพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่ผู้ประกอบการ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไปสามารถ เข้าถึงได้ง่าย เช่น การใช้แอปพลิเคชัน Tiktok ซึ่งเป็นสื่อที่คนเข้าถึงง่าย และรับรู้สารที่ต้องการสื่อได้รวดเร็ว เป็นต้น 2.5 ควรพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของตลาดโดยใช้รูปแบบการมี ส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และหน่วยงานภาควิชาเครื่องสำอางสุขภาพที่เกี่ยวข้องการพัฒนา แบบมีส่วนร่วมทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างใกล้ชิดและเมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นประโยชน์ก็สามารถ จะดำเนินกิจกรรม ชนิดนั้นด้วยตนเองต่อไปได้ (Cohen & Uphoff, 1981) เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดสดนำ ซื้อวิถีใหม่ เช่น การจัดให้ตลาดสดมีการประชุมร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานภาควิชาเครื่องสำอาง สุขภาพที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกเดือน

2.6 ตลาดสดควรมีการพัฒนาการจัดการภายในตลาดสด ดังนี้ 1) ด้านกลยุทธ์ 2) ด้านรูปแบบ 3) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน 4) ด้านทักษะ และ 5) ด้านค่านิยมร่วม เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัย ดังกล่าวมีความสำคัญในการพัฒนาเป็นตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการสุขาภิบาล ในตลาด เพื่อการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการแยกเก็บข้อมูลของตลาดสด โดยแบ่งเป็นตลาดสดในความดูแล ของเอกชน และตลาดสดในความดูแลของหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากมีความแตกต่างกันทางโครงสร้างองค์กร และมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการที่ไม่เหมือนกัน

References

Bureau of Food and Water Sanitation, Department of Health. (2021). *Guide to new normal healthy market*. Kaew Chao Chom Media and Publishing Center. Suan Sunandha

Rajabhat University. (in Thai)

Boontham, R. & Ruangsom, W. (2019, January 19). *7s framework management model with local government organizations*. In Academic conference the 2nd national research presentation of humanities and social sciences students, Faculty of humanities and social sciences Suan Sunandha Rajabhat University. (in Thai)

Chantawibul, A., Kingkaewcharoenchai, C., Pholwong, P., Limparangsee, S., & Kaewruang, N. (2021). Development of new normal market model. *Thailand Journal of Health Promotion and Environmental Health*, 44(3), 90-102.

Cohen, J. M. & Uphoff, N. T. (1981). *Rural development participation: concept and measures for project design implementation and evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell: Cornell University.

Damrongpingsakul, R. (2009). *Situation survey and participation in the attractive market type 1project of healthy market a case study of a market that has not been certified as a healthy market*. Department of Health of Bureau of Food and Water Sanitation, Department of Health: Nonthaburi. (in Thai)

Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191.

Panyayuttasuk, T. (2021). *The factor according 7S framework model for effective Sattahip municipality's management*. *Journal of the Dual Degree Program in Public Administration and Business*, 13(1), 104–116. Retrieved May 1, 2023 from http://www.mpamba.ru.ac.th/images/Project/treatise_bangkok13_06102020/6117950013.pdf. (in Thai)

Pornleartkochakorn, N., Limsiritong, K., & Santisarn, B. (2022). Factors of McKinsey's 7S model affecting learning organization of hotel business in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 16(2), 112–124.

Regional Health Promotion Center 11 Nakhon Si Thammarat. (2022). *Annual report, 2022*. Regional Health Promotion Center 11: Nakhon Si Thammarat. (in Thai)

Ruangraphan, C. (2000). *Basic statistics with examples of minitab SPSS and SAS analysis*. Khon Kaen. Khon Kaen University. (in Thai)

Sidajit, J. & Inmong, U. (2013). A comparison of management practices between fresh food markets that meet and failing to meet the healthy market standard: a case study of the fresh food markets in Loei province. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 8(3), 110-119.

Thongtae, L. (2017). *Factors affecting personal sanitation and hygiene practices of food handlers in rangsit city municipality, thailand*. (Master's thesis). Pathum Thani: Thammasat University. (in Thai)