

การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่:

กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ 11

A Comparative Study of the Results from the
development of the New Normal Healthy Market:

A Case Study in the Public Health Region 11

ธราดล ศรีสุข

ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช

พ.ศ. 2566

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างยิ่งจาก ผู้บริหาร ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช กรมอนามัย ที่ให้คำปรึกษา สนับสนุนการดำเนินงานทุกขั้นตอน ของการวิจัย ขอขอบคุณ ผู้บริหารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบกิจการตลาดสด เขตสุขภาพที่ 11 ทุกท่านไว้เป็นอย่างสูง ที่ให้ความกรุณาอำนวยความสะดวกในการลงพื้นที่ปฏิบัติงาน ขอขอบคุณความร่วมมือจากผู้ขายและผู้ช่วยขาย ในตลาดสดทุกแห่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้จนเสร็จสิ้น และขอขอบคุณเพื่อนร่วมงานทุกคนที่อำนวยความสะดวกและช่วยเหลือในการทำวิจัยครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยหวังว่า “การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ 11” จะส่งผลให้เกิดแนวทางการพัฒนางานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่เหมาะสม ในแต่ละพื้นที่ต่อไป

ธราดล ศรีสุข

การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ 11

นายธราดล ศรีสุข นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ

ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ 11 เป็นการศึกษาแบบผสมวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ 2) เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และ 3) จัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาดหรือผู้ค้าในตลาดสดที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2565 – มีนาคม พ.ศ. 2566 ตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์จากจังหวัดภูเก็ต และ สุราษฎร์ธานี คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มละ 60 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ Independent t-test กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เล็กแบบเจาะจง จำนวน 8 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า ตลาดสดเข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 29 แห่ง ผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 55.17 ไม่ผ่านเกณฑ์ ร้อยละ 44.83 โดยกลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ร้อยละ 100.00 ตลาดสดไม่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงาน ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล มากที่สุด ร้อยละ 76.92 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการด้วยแนวคิด McKinsey 7-S Framework พบว่า ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม และภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ข้อเสนอแนะในการพัฒนา พบว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีนโยบาย จัดสรรงบประมาณ ส่งเสริมให้ใช้ระบบ Food Handler จัดอบรมผู้ประกอบการ พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดในเขตสุขภาพที่ 11 พบว่า ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุดด้านรูปแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.55) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด คือ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน และด้านทักษะ ($\bar{X}$ = 3.95, S.D. = 0.59) และผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.70, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุดด้านโครงสร้าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.54) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด คือ ด้านค่านิยมร่วม ($\bar{X}$ = 3.11, S.D. = 0.42)

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 พบว่า ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม และภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 พบว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีนโยบาย จัดสรรงบประมาณ ส่งเสริมให้ใช้ระบบ Food Handler จัดอบรมผู้ประกอบการ พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการส่งเสริมพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมของตลาดสด และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย โดยคำนึงถึงปัจจัยการจัดการของตลาดสดในการพัฒนาเป็นตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ และการสนับสนุนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการจากกระทรวงสาธารณสุข

คำสำคัญ : ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ / เขตสุขภาพที่ 11 / ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่

A COMPARATIVE STUDY OF THE RESULTS FROM THE DEVELOPMENT OF THE NEW NORMAL HEALTHY MARKET: A CASE STUDY IN THE PUBLIC HEALTH REGION 11

THARADOL SRISUK

REGIONAL HEALTH PROMOTION CENTER 11 NAKHON SI THAMMARAT

ABSTRACT

The objectives of this mixed-methods study were to 1) examine the results from the development of the new normal healthy market based on healthy market standards; 2) compare the management factors of fresh markets that met and those that did not meet the criteria for the new normal healthy market; and 3) make recommendations for the development of the new normal healthy market in Public Health Region 11. Participants in the quantitative method were market operators, market managers, or traders in fresh markets that participated in the new normal healthy market project between October 2022 and March 2023, qualified and unqualified markets from Phuket province and Surat Thani province. The sample size was determined using the G*Power program to get 60 participants per group. A multistage random sampling method was conducted. The research tool was a questionnaire with a confidence value of 0.92. The data were analyzed using descriptive statistics and an independent t-test. Participants in a qualitative method included eight people involved in the operation of the new normal healthy market, who were chosen through a purposive sampling strategy. Data was collected using semi-structured interviews. The data were analyzed using content analysis.

The results showed that 55.17% of the 29 fresh markets participating in the development of the new normal healthy market project met the criteria, while 44.83% failed. The fresh markets that met the criteria for the new normal healthy market performed highest in terms of environmental sanitation, with 100%. Non-qualified fresh markets had the most operations in the fields of environmental sanitation and personal hygiene, representing 76.92%. The results of comparing management factors with the concept of the McKinsey 7-S Framework found that there were statistically significant differences in aspects of strategy, style, skills, shared values, and overall ($p < 0.05$).

The results of the analysis of the management factors of fresh markets in The Public Health Region 11 found that, the overall level of management factors of fresh markets that passed the evaluation criteria for the new normal healthy market was at a high level ($\bar{X}$ = 4.09, S.D.= 0.45). When considering each aspect, it was found that factors of managing the new normal healthy market that have passed the criteria of the new normal healthy market with the highest level of opinions in terms of style were at the highest level ($\bar{X}$ = 4.24, S.D.= 0.55). The side with the lowest level of opinion was terms of staff and skill ($\bar{X}$ = 3.95, S.D.= 0.59). And the results of the analysis of the management factors of fresh markets that did not pass the evaluation criteria for the new normal healthy market in The Public Health Region 11 were overall at a high level ($\bar{X}$ = 3.70, S.D.= 0.35). When considering each aspect, it was found that the factors of managing fresh markets that do not pass the new normal healthy market standards had the highest average opinion level in terms of structure, at a high level ($\bar{X}$ = 4.13, S.D.= 0.54). The side with the lowest level of opinion was terms of shared values ($\bar{X}$ = 3.11, S.D.= 0.42).

The results of the comparison of management factors of fresh markets that passed the criteria and did not pass the evaluation criteria of the new normal healthy markets in the Public Health Region 11 found that there were statistically significant differences in aspects of strategies, style, skills, and shared values, and overall ($p < 0.05$).

The suggestions for development the new normal healthy markets in Public Health Region 11 were discovered that responsible organizations should have a budget allocation policy, support the use of the Food Handler system, organize training for entrepreneurs, and develop digital media in order to develop the new normal healthy market. Besides the local government should promote the development of environmental sanitation in fresh markets and the personal hygiene of the seller/sales assistant by considering the management factors of the fresh market in developing the new normal healthy market and receiving policy and operational support from the Ministry of Public Health.

KEY WORDS: MANAGEMENT FACTORS OF THE NEW NORMAL HEALTHY MARKET / PUBLIC HEALTH REGION 11 / NEW NORMAL HEALTHY MARKET

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	8
2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร	8
2.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร	9
2.3 กฎหมาย และการบังคับใช้ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 และกฎ กระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551	13
2.4 ปัจจัยการจัดการ 7'S แมคคินซี่	22
2.4.1 ด้านโครงสร้าง	23
2.4.2 ด้านกลยุทธ์	23
2.4.3 ด้านระบบ	23
2.4.4 ด้านทักษะ	24
2.4.5 ด้านรูปแบบ	25
2.4.6 ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน	25
2.4.7 ด้านคุณค่าที่มีร่วมกัน	25
2.5 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมิน	26
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	35
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	35
3.2 รูปแบบการวิจัย	36
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
3.5 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรม	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 การรวบรวมข้อมูล	40
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	41
บทที่ 4 ผลการวิจัย	43
4.1 ข้อมูลทั่วไป	43
4.2 การเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11	45
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11	47
4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11	55
4.5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11	63
4.6 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11	65
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
5.1 สรุปผลการวิจัย	69
5.2 อภิปรายผล	71
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	82
ประวัติผู้วิจัย	92

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 ห่วงโซ่คุณค่าอาหารปลอดภัย	2
2.1 กรอบแนวคิดของแมคคินซี	22
3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย	35
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	37

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการตลาดหรือผู้จัดการตลาด หรือผู้ขายหรือผู้ช่วยขายในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11	44
4.2 จำนวน ร้อยละ ผลการพัฒนาลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายด้านตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ กรมอนามัย	46
4.3 จำนวน ร้อยละ ผลการพัฒนาลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 ในกลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์ จำแนกรายด้าน ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ กรมอนามัย	46
4.4 จำนวน ร้อยละ ผลการพัฒนาลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 ในกลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ จำแนกรายด้าน ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ กรมอนามัย	47
4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวม และจำแนกรายด้าน	48
4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ	49
4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวม และจำแนกรายด้าน	56
4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ	57
4.9 เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ระหว่างตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11	64

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐพึงจัดให้มียุทธศาสตร์ชาติ เป็นเป้าหมายการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน ตามหลักธรรมาภิบาลเพื่อใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนต่างๆ ให้สอดคล้องและบูรณาการกันเพื่อให้เกิดเป็นพลังผลักดันร่วมกันไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎหมายว่าด้วยการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ และต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 โดยกำหนดให้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อรับผิดชอบในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ กำหนดวิธีการการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ชาติ ในการติดตาม การตรวจสอบ และการประเมินผล รวมทั้งกำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนดำเนินการให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) เพื่อให้เป็นไปตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (ด้านสาธารณสุข) โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ช่วงละ 5 ปี เพื่อให้จัดลำดับความสำคัญในการทำงาน และการจัดสรรทรัพยากร แบ่งได้เป็น 4 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 ปฏิรูประบบ ช่วงที่ 2 สร้างความเข้มแข็ง ช่วงที่ 3 สู่อุตสาหกรรมของเอเชีย ช่วงที่ 4 เป็น 1 ใน 3 ของเอเชีย โดยกำหนดยุทธศาสตร์ที่จะพัฒนาความเป็นเลิศ 4 ด้าน คือ 1) Prevention & Promotion Excellence (ส่งเสริมสุขภาพและความป้องกันโรคเป็นเลิศ) 2) Service Excellence (บริการเป็นเลิศ) 3) People Excellence (บุคลากรเป็นเลิศ) และ 4) Governance Excellence (บริหารจัดการเป็นเลิศ)

ความปลอดภัยด้านอาหารและลดปัจจัยเสี่ยงต่อโรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นแผนงานสำคัญของยุทธศาสตร์ด้านที่ 1 Prevention & Promotion Excellence (ส่งเสริมสุขภาพและความป้องกันโรคเป็นเลิศ) โดยมีรายละเอียดกิจกรรมคือ การพัฒนาขีดความสามารถของการจัดการอาหารปลอดภัยยกระดับขีดความสามารถผู้ประกอบการโดยออกกฎหมายบังคับและสามารถตรวจสอบย้อนกลับ (traceability) พัฒนากลไกการเฝ้าระวังอาหารทั้งในประเทศและนำเข้า รวมทั้งการพัฒนาระบบคุณภาพความปลอดภัยอาหารและการสื่อสารความเสี่ยงอาหาร (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, 2559)

จากยุทธศาสตร์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าตลาดสดเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่งของห่วงโซ่อาหาร และอยู่ในช่วงกลางจากแหล่งปลูกแหล่งเลี้ยงสู่ผู้บริโภค (From Farm to Table) เปรียบได้กับจุดศูนย์กลางรวบรวมวัตถุดิบที่มีคุณภาพและอันตรายที่อาจเกิดมาจากแหล่งผลิตการขนส่งและการปนเปื้อนสารเคมีที่มีอันตรายต่อสุขภาพ ดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 ห่วงโซ่คุณค่าอาหารปลอดภัย (อัมพร จันทวิบูลย์, 2560)

“ตลาดสด” เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า และเป็นศูนย์กลางการรวมตัวของพ่อค้าแม่ค้า ผู้ประกอบกิจการด้านอาหาร และประชาชนทั่วไป ต่างซื้อวัตถุดิบจากตลาดสดเป็นส่วนใหญ่ จึงนับได้ว่าตลาดสดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งในวิถีชีวิตของคนไทย และวิถีชีวิตของชุมชนที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาโดยตลอด ถึงแม้ว่าปัจจุบันการดำรงชีวิตของคนและสภาพสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปมากเพียงใด ตลาดสดก็ยังคงมีความสำคัญไม่เสื่อมคลาย เพราะเป็นศูนย์กลางของชุมชนมาช้านานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สินค้าส่วนใหญ่ที่จำหน่ายในตลาดสดจะเป็นสินค้าประเภทอาหาร โดยเฉพาะอาหารสดประเภทเนื้อสัตว์ ผัก และผลไม้ รวมทั้งอาหารปรุงสำเร็จพร้อมบริโภค จากการที่ตลาดสดเป็นที่รวบรวมของแหล่งค้าขายอาหารจำนวนมาก หากไม่มีการจัดการด้านสุขอนามัยให้ถูกสุขลักษณะ เช่น พื้นชำรุด มีน้ำขังแฉะแฉะ รางระบายน้ำอุดตัน ขยะตกค้าง มีกลิ่นเหม็น มีสัตว์พาหะและแมลงนำโรคชุกชุมจะทำให้ตลาดสดกลายเป็นแหล่งกำเนิดและแพร่กระจายของเชื้อโรคได้ ประกอบกับการเกิดโรคติดต่อทางเดินอาหารและน้ำ ก็ยังพบว่าอาหารที่จำหน่ายในตลาดสดก็เป็นแหล่งก่อให้เกิดโรคได้เช่นกัน นอกจากนี้ จากสถานการณ์ในปัจจุบันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่เกิดการแพร่ระบาดในตลาดสดหลายแห่งและมีคำสั่งให้ปิดตลาดนั้น ทำให้ส่งผลกระทบอย่างมากต่อผู้ค้าและประชาชนผู้ใช้บริการในการเข้าถึงแหล่งซื้อวัตถุดิบ เนื่องจากตลาดสดเป็นแหล่งซื้อ-ขายวัตถุดิบ เพื่อนำไปปรุง ประกอบ สำหรับจำหน่ายในร้านอาหาร หรือสำหรับบริโภคในสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน อีกทั้งตลาดหลายแห่งยังเป็นตลาดค้าส่งที่มีรถเร่มารับซื้อไปขาย

ต่อยังพื้นที่อื่นอีกด้วย จึงถือได้ว่าเป็นโอกาสและความท้าทายที่ทำให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องจะได้เข้ามาดำเนินการพัฒนาและควบคุมกำกับ ให้ตลาดสดมีการจัดการที่ถูกสุขลักษณะอย่างเร่งด่วน เพื่อยกระดับตลาดสดในประเทศไทยให้เป็นไปตามมาตรฐานและประชาชนไทยมีแหล่งซื้ออาหารที่สะอาด ปลอดภัย

กรมอนามัย ในฐานะหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ได้เริ่มดำเนินการจัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 และดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันโดยอาศัยพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หมวด 8 มาตรา 34 ถึงมาตรา 37 ซึ่งได้ให้อำนาจแก่ราชการส่วนท้องถิ่นในการออกข้อกำหนดของท้องถิ่นเพื่อควบคุมกิจการตลาดในพื้นที่ กำหนดให้เจ้าของตลาดต้องขออนุญาตประกอบกิจการตลาดต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดของท้องถิ่น นอกจากนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข โดยคำแนะนำของคณะกรรมการสาธารณสุขได้ออกกฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542) และได้ดำเนินการปรับปรุงใหม่เป็นกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 กำหนดหลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาด ซึ่งเจ้าของตลาดจะต้องปรับปรุงตลาดให้ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาตลาดประเภทที่ 1 (ตลาดสด) ให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง จึงกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Health) 2) ด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) และ 3) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) ตลาดที่เข้าร่วมโครงการปรับปรุงพัฒนาตลาดได้ตามเกณฑ์มาตรฐานจะได้รับป้ายรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ซึ่งได้กำหนดมาตรฐานไว้ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับดี (3 ดาว) และระดับดีมาก (5 ดาว) สำหรับการพัฒนายกระดับตลาดสดน่าซื้อใน พ.ศ. 2564 นั้น สืบเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 (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) (กรมอนามัย, 2564) จากการศึกษาข้อมูลการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 พบว่า ผลการดำเนินงานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 มีการพัฒนาได้มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ระดับพื้นฐาน 14 แห่ง ระดับดี 1 แห่ง

และดีมาเพียง 3 แห่ง จาก 96 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.75 (ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช, 2565)

การพัฒนาตลาดสดให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ตลาดจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรในหลายๆ ด้าน แนวคิด McKinsey 7-S Framework เป็นแนวคิดหนึ่งที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นเกณฑ์ที่สามารถประเมินจุดแข็งและโอกาสในการปรับปรุงของกระบวนการทำงานและผลการปฏิบัติงานขององค์กรต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ฤทธิชัย บุญธรรม และ วิไลลักษณ์ เรืองสม, 2562) โดยแนวคิด 7S ของแมคคินซีได้รับการนำมาทำการศึกษากันอย่างแพร่หลาย เช่น นันทวัฒน์ พรเลิศกษกร และคณะ (2565) ได้ศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการตามแนวคิด 7s McKinsey ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมของประเทศไทย หรือ ธิษรินทร์ ปัญญายุทธศักดิ์ (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยตามหลักแนวคิด 7S ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลเมืองสัทธิบ เป็นต้น

ดังนั้น ผลการศึกษากิจการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามแนวคิด 7s McKinsey จะทำให้ได้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมอนามัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

1.3 สมมติฐานการวิจัย

H_0 : ปัจจัยการจัดการ ด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านรูปแบบ ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม ของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยการจัดการ ด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านรูปแบบ ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม ของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 มีความแตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษารั้ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive research) ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มุ่งศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของกรมอนามัย และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการจัดการ ตามกรอบแนวคิด 7s McKinsey จำนวน 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านรูปแบบ ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วมที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ กับผลดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พื้นที่ดำเนินการของเขตสุขภาพที่ 11 โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประกอบ ผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาด และผู้ค้าในตลาดประเภท 1 ในจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวฝั่งอันดามันคือจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยคือจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 120 คน และผู้บริหารภาครัฐผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 8 คน โดยจะเก็บและรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 18 - 29 เมษายน 2566

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 ตลาด หมายถึง สถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่พักผ่อนเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้ว หรือของเสียง่าย ทั้งนี้ ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงบริเวณซึ่งจัดไว้สำหรับผู้ค้าใช้เป็นที่พักผ่อนเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวเป็นประจำหรือเป็นครั้งคราว หรือตามวันที่กำหนด (กรมอนามัย, 2564)

1.5.2 ตลาดประเภทที่ 1 หมายถึง ตลาดที่มีโครงสร้างอาคาร และมีลักษณะตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551 (กรมอนามัย, 2564)

1.5.3 ผู้ประกอบกิจการตลาด หมายถึง ผู้ที่ได้รับอนุญาตในการจัดตั้งตลาด ประเภทที่ 1 ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, ม.ป.ป.) ออกตามความใน พ.ร.บ. การสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หรือผู้ที่ได้ทำสัญญาในการเช่าดำเนินกิจการต่อจากผู้ได้รับใบอนุญาต หรือหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดตั้งตลาดตามกฎหมาย (พัชรียินดีสุข และคณะ, ม.ป.ป.)

1.5.4 ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย หมายถึง ผู้ขายชายและหญิง หรือผู้ช่วยผู้ขายที่ขายสินค้าในตลาด ได้แก่ อาหารสด อาหารแปรรูป และอาหารปรุงสุก (Jittima Rodsawad, 2004)

1.5.5 ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ หมายถึง ตลาดประเภท 1 ที่มีการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” ของกรมอนามัย ซึ่งกำหนดระดับมาตรฐานไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับพื้นฐาน ระดับดี และระดับดีมาก

1.5.6 ผลการดำเนินงานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ผ่านเกณฑ์ หมายถึง ตลาดประเภท 1 ที่ได้รับการประเมินมาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” ของกรมอนามัย ผ่านระดับพื้นฐาน หรือผ่านระดับดี หรือผ่านระดับดีมาก

1.5.7 ผลการดำเนินงานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ไม่ผ่านเกณฑ์ หมายถึง ตลาดประเภท 1 ที่ได้รับการประเมินมาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่” ของกรมอนามัย ไม่ผ่านระดับพื้นฐาน

1.5.8 ปัจจัยการจัดการ 7's แมคคินซี หมายถึง กระบวนการหรือรูปแบบจำลอง เพื่อการเปลี่ยนแปลงองค์กรที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง กลยุทธ์ รูปแบบ การจัดการบุคลากรเข้ามามีส่วนทำงาน ทักษะ และค่านิยมร่วม แนวคิด คือ ความมีประสิทธิภาพขององค์กรจะเกิดขึ้นจากความเกี่ยวพันระหว่างกันของปัจจัย ที่ประกอบด้วย

1.5.8.1 ด้านโครงสร้าง หมายถึง โครงสร้างองค์กรของตลาดสด เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของอำนาจหน้าที่ เช่นการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ด้วยตัวผู้ประกอบการตลาดเอง หรือการบริหารผ่านคณะทำงานพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่

1.5.8.2 ด้านกลยุทธ์ หมายถึง การบริหารในรูปแบบของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย ได้มีส่วนร่วมในการบริหาร และมีการให้ความรู้กับผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า และการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม

1.5.8.3 ด้านระบบ หมายถึง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม มีการวางแผนในการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และการจัดตั้งระบบการทำงานที่เหมาะสม และสร้างความสามัคคีในการทำงาน

1.5.8.4 ด้านรูปแบบ หมายถึง คณะกรรมการหรือเจ้าหน้าที่สาธารณสุข รับผิดชอบ กำกับ ดูแล คัดกรองผู้บริโภค และให้ความรู้เกี่ยวกับสุขลักษณะของตลาดแก่ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนที่เกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารและอนามัยสิ่งแวดล้อมของตลาด ความถนัดและความชำนาญของแต่ละบุคคล

1.5.8.5 ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน หมายถึง การวางแผนหรือพฤติกรรมในการบริหารงานของผู้ประกอบการตลาดสด ผู้จัดการตลาด แล้วเจ้าหน้าที่แผนกต่างๆ จัดพนักงานเข้าทำงานตามความรู้ความสามารถ

1.5.8.6 ด้านทักษะ หมายถึง ผู้ประกอบการตลาดและบุคลากรมีความรู้ความสามารถและความชำนาญ ทักษะด้านอาชีพ ที่จะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งได้ตามภาระหน้าที่ และลักษณะงานที่รับผิดชอบ

1.5.8.7 ด้านค่านิยมร่วม หมายถึง ค่านิยมและบรรทัดฐานที่ยึดถือร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และวิธีการปฏิบัติของบุคลากรและผู้บริหารภายในตลาดสด

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนามาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ต่อไปในอนาคต
2. ทำให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่
3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูลในการจัดทำข้อเสนอแนะ ระดับเขตสุขภาพที่ 11 รวมถึงแนวทางในการจัดการ ปรับปรุง และพัฒนาตลาดสดให้เป็นไปตามมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 11” ผู้วิจัยได้ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการศึกษาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนี้

- 2.1 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร
- 2.2 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่
- 2.3 กฎหมายตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551
- 2.4 ปัจจัยการจัดการ 7'S แมคคินซี
- 2.5 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการประเมินผล
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร

การสุขาภิบาล หมายถึง การระวังรักษาเพื่อความสุข หรือการทำให้ปราศจากโรค (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546)

การสุขาภิบาลอาหาร หมายถึง การกระทำเพื่อให้อาหารและสิ่งแวดล้อมในการผลิตอาหารและจัดหาอาหารมีความสะอาดถูกสุขลักษณะมีมาตรฐานและคุณภาพตามที่ต้องการได้อาหารที่ปลอดภัย (สมณฑา วัฒนสินธุ์, 2547)

หลักเกณฑ์ที่ต้องคำนึงถึงในการจัดสุขาภิบาลอาหารมีดังนี้ คือ (พัฒนา มูลพฤษฯ, 2550)

1. สถานที่ตั้งของสถานที่ประกอบหรือผลิตอาหาร จะต้องเลือกบริเวณที่จะไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมของสถานที่ตั้งได้รับการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรก มีพื้นที่ในการผลิตอย่างเพียงพอ
2. อาคารที่ใช้ประกอบอาหารต้องมีความมั่นคง แข็งแรง และสามารถดูแลบำรุงรักษาได้ง่าย มีการระบายอากาศเหมาะสม จัดแสงสว่างที่เหมาะสม
3. การดำเนินการประกอบอาหารที่ปลอดภัยจากเชื้อโรคหรือสารพิษโดยการเตรียมอาหาร การผลิตอาหาร และการบรรจุอาหารจะต้องปฏิบัติให้เกิดการปลอดภัยโดยมีการปฏิบัติ

เกี่ยวกับ 1) การเก็บวัตถุที่ดี 2) การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพดีเพื่อใช้ประกอบอาหาร หรือล้างภาชนะ อุปกรณ์ 3) การดำเนินการป้องกันการปนเปื้อนอาหารในทุกขั้นตอนของการประกอบอาหาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับ อุปกรณ์สัมผัสอาหาร บุคลากรผู้สัมผัสอาหาร และแมลงและสัตว์นำโรค 4) การเก็บรักษาอาหารหรือการบรรจุผลิตภัณฑ์อาหาร

4. การจัดการความสะอาดและการสุขาภิบาลทั่วไปในสถานที่ที่ใช้ประกอบอาหาร สิ่งที่จะต้องทำคือ การบำรุงรักษาความสะอาดภาชนะสัมผัสอาหาร การบำบัดและกำจัดของเสียที่เกิดจากการประกอบอาหารไม่ให้เกิดการปนเปื้อนในอาหาร

5. สุขวิทยาส่วนบุคคลที่ดีของผู้เตรียม/ปรุงอาหาร ผู้เสิร์ฟอาหาร และผู้ล้างภาชนะ ซึ่งครอบคลุมถึง จะต้องมีความสะอาด มีพฤติกรรมที่สะอาด รวมทั้งเป็นผู้มีสุขภาพอนามัยดีด้วย

2.2 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่

สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย ได้จัดทำมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ดังนี้ (กรมอนามัย, 2564)

มาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” ประกอบด้วย 4 ด้าน 50 ข้อ ครอบคลุมผู้เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เจ้าของหรือผู้จัดการตลาด 2) ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายของ และ 3) ผู้ซื้อ/ผู้บริโภคมาตรฐาน ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม

2.2.1 ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (41 ข้อ)

2.2.1.1 ที่ตั้งของตลาดต้องอยู่ห่างไม่น้อยกว่า 100 เมตร จากแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ ของเสีย โรงเลี้ยงสัตว์ แหล่งโสโครก ที่กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอย อันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย

2.2.1.2 มีถนนรอบอาคารตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และมีทางเข้าออกบริเวณตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตรอย่างน้อยหนึ่งทาง

2.2.1.3 ตัวอาคารตลาดและหลังคาสร้างด้วยวัสดุถาวร ทนไฟมั่นคง และแข็งแรง ทนทาน ความสูงของหลังคาต้องมีความเหมาะสมกับการระบายอากาศของตลาดนั้น

2.2.1.4 ภายในตลาดมีการระบายอากาศอย่างเพียงพอ ไม่ร้อนอบอ้าว หรืออับทึบ ไม่วางของสูงปิดกั้นระบบระบายอากาศ

2.2.1.5 พื้นตลาด ทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง ไม่ดูดซึมน้ำ เรียบ ทำความสะอาดง่าย ไม่มีน้ำขัง และไม่ลื่น

2.2.1.6 มีการบำรุงรักษาสายไฟ หลอดไฟ พัดลม ก๊อกน้ำ ท่อน้ำประปา และสาธารณูปโภคอื่นๆ ภายในตลาด ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้อย่างปลอดภัย

2.2.1.7 ทางเดินภายในอาคารตลาดมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

2.2.1.8 มีการกำหนดพื้นที่การจำหน่ายสินค้า แต่ละประเภทเป็นหมวดหมู่ และจัดทำผังแสดงโซนการจำหน่ายสินค้า

2.2.1.9 มีการจัดทำทะเบียนผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทุกราย และสำหรับตลาดค้าส่ง ให้จัดทำทะเบียนรถได้ด้วย

2.2.1.10 แผงทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ ทำความสะอาดง่าย และแผงจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารสด มีความลาดเอียง หรือมีการป้องกันน้ำขังอยู่บนแผง

2.2.1.11 สินค้าประเภทอาหารจะต้องวางสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร

2.2.1.12 จัดให้มีหมายเลขแผง ชื่อผู้ขายของติดตั้งประจำแผง และมองเห็นชัดเจน

2.2.1.13 แผงจำหน่ายสินค้ามีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการมองเห็นสินค้าได้อย่างชัดเจน

2.2.1.14 มีชนิดและจำนวนเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสม พร้อมใช้งาน โดยติดตั้งในบริเวณที่สะดวกต่อการนำมาใช้งาน

2.2.1.15 มีการจัดวางสินค้าบนแผงจำหน่ายหรือขอบเขตที่กำหนด เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่กีดขวางทางเดิน และไม่สูงจนปิดกั้นการระบายอากาศ

2.2.1.16 กำหนดทางเข้า-ออกที่ชัดเจน เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ และมีการคัดกรองพนักงาน ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และผู้ใช้บริการ (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง)

2.2.1.17 มีมาตรการลดความแออัด เช่น กำหนดจำนวนคนต่อพื้นที่ กำหนดระยะเวลาการใช้บริการ ไม่จัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มคน เป็นต้น (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง)

2.2.1.18 ให้มีการทำความสะอาดบริเวณพื้น ทางเดินด้วยน้ำยาทำความสะอาด/น้ำยาฆ่าเชื้อเป็นประจำทุกวัน และมีการล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง (ในกรณีที่มีโรคร้ายแรงให้ล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล สัปดาห์ละ 1 ครั้ง)

2.2.1.19 จัดให้มีจุดบริการล้างมือพร้อมสบู่เหลว หรือเจลแอลกอฮอล์ ให้เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ตลาด และเพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการ

2.2.1.20 จัดพื้นที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารแยกจากพื้นที่ขายอาหารสด และสินค้าประเภทอื่น

2.2.1.21 มีมาตรการเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะ และที่นั่งรับประทานอาหารอย่างน้อย 1 เมตร (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง)

2.2.1.22 โต๊ะ/เก้าอี้ ที่ใช้บริโภคอาหาร สะอาด ไม่ชำรุด และมีการทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรคอยู่เสมอ

2.2.1.23 แยกห้องสวมเพศ ชาย - หญิง ออกจากกันเป็นสัดส่วน มีจำนวนเพียงพอ ตั้งอยู่นอกตัวอาคารตลาด (หรือในกรณีที่อยู่ในอาคารตลาดต้องแยกเป็นสัดส่วนโดยเฉพาะมีผนังกันโดยไม่ให้มีประตูเปิดสู่บริเวณจำหน่ายอาหาร)

2.2.1.24 มีการดูแลทำความสะอาดห้องสวมอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง โดยเน้นบริเวณจุดเสี่ยงหรือจุดสัมผัสร่วม (กรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง ต้องทำความสะอาดทุก 2 ชั่วโมง)

2.2.1.25 ภายในห้องสวมมีการระบายอากาศดี สะอาด และไม่มีกลิ่นเหม็น มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่เหลว

2.2.1.26 ภายในห้องสวมมีที่รองรับมูลฝอยที่มีสภาพดี ไม่รั่วซึมและมีฝาปิดมิดชิด

2.2.1.27 มีการควบคุม ป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรค และจัดให้มีการกำจัดสัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรคภายในบริเวณตลาด อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

2.2.1.28 ทำความสะอาดบริเวณแผงจำหน่ายอาหารสด และเนื้อสัตว์ชำแหละด้วยน้ำยาทำความสะอาดหรือน้ำยาฆ่าเชื้อเป็นประจำทุกวัน

2.2.1.29 อาหารสดเฉพาะเนื้อสัตว์ และอาหารทะเล ต้องเก็บรักษาในอุณหภูมิไม่เกิน 5 องศาเซลเซียส ในตู้เย็นหรือแช่น้ำแข็งตลอดระยะเวลาการเก็บ และมีอุปกรณ์หยิบจับ

2.2.1.30 อาหารที่ขายต้องสะอาดและปลอดภัย ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยอาหาร

2.2.1.31 อาหารประเภทปรุงสำเร็จต้องใช้ อุปกรณ์/ภาชนะที่สะอาด มีอุปกรณ์หยิบจับและปกปิดอาหารเพื่อป้องกันการปนเปื้อน รวมถึงให้มีการอุ่นอาหารทุก 2 ชั่วโมง

2.2.1.32 มีที่รองรับมูลฝอยสาธารณะที่เพียงพอ และมีการจัดการเก็บกวาดมูลฝอยบริเวณทางเดินและถนนให้สะอาดเรียบร้อยทุกวัน

2.2.1.33 ที่เก็บรวบรวมมูลฝอยตั้งอยู่นอกตัวอาคารตลาด และอยู่ในพื้นที่ที่รถเก็บขนมูลฝอยเข้าออกได้สะดวก มีการปกปิดและป้องกันไม่ให้สัตว์เข้าไปคุ้ยเขี่ย

2.2.1.34 ที่เก็บรวบรวมมูลฝอยต้องมีระยะห่างจากสถานที่ประกอบอาหาร และสถานที่เก็บอาหารไม่น้อยกว่า 4 เมตร แต่ถ้าที่รองรับขยะมูลฝอยมีขนาดความจุเกินกว่า 3 ลูกบาศก์เมตร ต้องมีระยะห่างจากสถานที่ดังกล่าวไม่น้อยกว่า 10 เมตร

2.2.1.35 มีมาตรการให้ผู้ปฏิบัติงานเก็บขยะและทำความสะอาด ต้องสวมถุงมือยาง ผ้ายางกันเปื้อน รองเท้าพื้นยางหุ้มแข้ง และใช้ปากคีบด้ามยาวเก็บขยะ

2.2.1.36 มีการจัดการมูลฝอยประจำแผงที่ถูกหลักสุขาภิบาล มีการจัดการ เก็บกวาดมูลฝอย บริเวณแผง ให้สะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ

2.2.1.37 มีก๊อกน้ำประจำแผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละ และแผง จำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จ

2.2.1.38 จัดให้มีที่เก็บน้ำสำรอง หรือมีบริการน้ำสำรองไว้ให้เพียงพอ และสะดวก ต่อการใช้ในแต่ละวัน

2.2.1.39 ต้องวางระบบน้ำใช้ในลักษณะที่ปลอดภัย ไม่เกิดการปนเปื้อนจากน้ำ โสโครก ไม่ติดหรือทับกับท่อระบายน้ำเสียหรือสิ่งปฏิกูล

2.2.1.40 จัดให้มีรางระบายน้ำเสียภายในตลาด เป็นรางระบายน้ำเสียชนิดรางเปิด และสามารถระบายน้ำได้ ไม่มีน้ำขัง ไม่อุดตัน ไม่มีกลิ่นเหม็น

2.2.1.41 มีการบำบัดน้ำเสียอย่างเหมาะสม ก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะ โดยมี ผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำที่จะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (สำหรับตลาดที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 2,500 ตารางเมตรขึ้นไป)

2.2.2 ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (5ข้อ)

2.2.2.1 มีมาตรการให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และผู้ใช้บริการต้องสวมหน้ากากผ้า หรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลา (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง หรือตามประกาศ ของทางราชการ) และต้องปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคล

2.2.2.2 ให้มีการอบรมให้ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารแก่ผู้ขายและผู้ช่วยขาย โดยเฉพาะแผงขายอาหารปรุงสำเร็จ

2.2.2.3 ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย ต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีสุขวิทยาส่วนบุคคลที่ดี เช่น สวมเสื้อมีแขน สวมผ้ากันเปื้อน สวมหมวกปกปิดเส้นผม

2.2.2.4 ให้ผู้ขายและผู้ช่วยขายล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ

2.2.2.5 มีการเว้นระยะห่างระหว่างผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และผู้ใช้บริการ ในการเลือก ซื้อสินค้าและชำระเงินอย่างน้อย 1 เมตร (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง)

2.2.3 ความปลอดภัยอาหาร (2 ข้อ)

2.2.3.1 มีผลการตรวจวิเคราะห์ทางจุลินทรีย์ไม่เกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์กำหนด ได้แก่ตัวอย่างอาหาร ตัวอย่างพื้นผิวภาชนะและอุปกรณ์ จากมือผู้ขายอาหาร

2.2.3.2 มีการตรวจสอบปนเปื้อน 3 ชนิดขึ้นไป และไม่พบสารปนเปื้อนในอาหารตามมาตรฐานความปลอดภัย (Food safety)

2.2.4 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (2 ข้อ)

2.2.4.1 จัดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นจากประชาชน รวมถึงการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านต่างๆ แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

2.2.4.2 จัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดอย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน

2.2.5 การจัดระดับมาตรฐาน

2.2.5.1 ระดับพื้นฐาน ต้องผ่านการประเมินด้านที่ 1 ทุกข้อ (41 ข้อ)

2.2.5.2 ระดับดี ต้องผ่านการประเมินด้านที่ 1 และ 2 ทุกข้อ (41+5 ข้อ)

2.2.5.3 ระดับดีมาก ต้องผ่านการประเมินครบ 4 ด้าน (50 ข้อ)

2.3 กฎหมายและการบังคับใช้ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551

หลักการและสาระสำคัญตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551 ตลาดอาจเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนสิ่งสกปรกไปสู่อาหารอันเนื่องจากการไม่ปฏิบัติ หรือปฏิบัติไม่ถูกต้องของผู้ขายของในตลาด และแทบทุกครั้งที่มีการแพร่กระจายเชื้อโรค อันเนื่องจากอาหารเป็นสื่อพบว่าตลาดมักเป็นสถานที่แห่งแรกที่เกิดการแพร่กระจายเชื้อ นอกจากนี้ ปัญหาด้านอนามัยสิ่งแวดล้อมที่มักพบอยู่เสมอ ได้แก่ น้ำเสีย ขยะมูลฝอย แหล่งเพาะพันธุ์สัตว์นำโรค และเหตุรำคาญ ปัญหาเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนได้ทั้งสิ้น ตามที่รัฐบาลมีนโยบาย ในการดำเนินงานความปลอดภัย โดยในส่วนของกระทรวงสาธารณสุขได้รับมอบหมายให้ดูแลในด้านความปลอดภัยของอาหารที่ผลิต นำเข้า และบริโภคภายในประเทศให้ได้มาตรฐานทัดเทียมสากล ซึ่งตลาดสดนับเป็นสถานที่ๆ ประชาชนทุกกลุ่มอาชีพได้นิยมมาใช้บริการ แต่สิ่งที่น่าห่วงคือตลาดส่วนใหญ่ ไม่สามารถ

ยกระดับคุณภาพได้ตามมาตรฐาน แม้ว่ากฎหมายจัดตั้งแต่ละท้องถิ่นจะกำหนดให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจจัดให้มีและควบคุมตลาดในพื้นที่ได้ นอกจากนี้ในบทบัญญัติตามกฎหมายการสาธารณสุขกำหนดไว้อย่างชัดเจนให้ผู้ประสงค์ประกอบกิจการตลาดจะต้องมายื่นขออนุญาตต่อราชการส่วนท้องถิ่น เพื่อการควบคุมกำกับตลาด ในมาตรา 35 และมาตรา 37 ยังให้อำนาจราชการส่วนท้องถิ่นออกข้อกำหนดของท้องถิ่นเกี่ยวกับสุขลักษณะของตลาด การจัดสถานที่ การวางสิ่งของที่แผง และการจัดหมวดหมู่อาหาร การกำหนดให้มีการจัดอนามัยสิ่งแวดล้อมในตลาด รวมทั้งสุขวิทยาส่วนบุคคลของผู้ขายของ ในตลาด แต่ทว่าในสภาพความเป็นจริงนโยบายการควบคุมกำกับตลาดในแต่ละเทศบาลจะให้ความสำคัญที่แตกต่างกันมากบ้างน้อยบ้าง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขจึงออกกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 5 และมาตรา 6 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 จึงเป็นที่มาของกฎกระทรวงฉบับนี้ และกำหนดให้บังคับใช้กับตลาดในเขตเทศบาล เมืองพัทยา และกรุงเทพมหานคร ยกเว้นเขตองค์การบริหารส่วนตำบลที่ไม่ถูกบังคับใช้แต่ก็อาจประยุกต์ใช้ข้อกำหนด ตามกฎกระทรวงนี้เป็นแนวทางในการออกข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลได้ กฎกระทรวงนี้ไม่เพียงแต่จะควบคุมและกำกับเฉพาะตลาดของเอกชนเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงตลาดของกระทรวง ทบวง กรม ราชการส่วนท้องถิ่น หรือองค์การของรัฐที่มีหน้าที่ในการจัดตั้งตลาดด้วย และได้กำหนดในบทเฉพาะกาลให้ระยะเวลาดำเนินการแก้ไขหรือปรับปรุงตลาดให้ถูกต้องตามกฎกระทรวงภายในกำหนดเวลาไม่เกิน 3 ปีนับแต่วันที่กฎกระทรวงนี้ใช้บังคับ (7 มกราคม 2554) และสาระสำคัญตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 มีดังนี้

2.3.1 ลักษณะของตลาด

ตลาดแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2551)

2.3.1.1 ตลาดประเภทที่ 1

ต้องมีส่วนประกอบของสถานที่และสิ่งปลูกสร้าง คือ อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของ ที่ขนถ่ายสินค้า ห้องส้วม ที่ปัสสาวะ อ่างล้างมือ ที่เก็บรวบรวมหรือที่รองรับมูลฝอย และที่จอดยานพาหนะ ตามที่กำหนดไว้ในส่วนนี้

อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของต้องมี และเป็นไปตามหลักเกณฑ์ และสุขลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. ถนนรอบอาคารตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และมีทางเข้าออกบริเวณตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร อย่างน้อยหนึ่งทาง
2. ตัวอาคารตลาดทำด้วยวัสดุถาวร มั่นคง และแข็งแรง

3. หลังคาสร้างด้วยวัสดุทนไฟ และแข็งแรงทนทาน ความสูงของหลังคา ต้องมีความเหมาะสมกับการระบายอากาศของตลาดนั้น

4. พื้นทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง ไม่ดูดซึมน้ำ เรียบ ล้างทำความสะอาด ง่าย ไม่มีน้ำขัง และไม่ลื่น

5. ทางเดินภายในอาคารมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร

6. เครื่องกันหรือสิ่งกีดขวางทำด้วยวัสดุถาวร และแข็งแรง สามารถป้องกัน สัตว์ เช่น สุนัข มิให้เข้าไปในตลาด

7. การระบายอากาศภายในตลาดเพียงพอ เหมาะสม และไม่มีกลิ่นเหม็นอับ

8. ความเข้มของแสงสว่างในอาคารตลาดไม่น้อยกว่า 200 ลักซ์

9. แผงจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ มีความลาดเอียง และทำความสะอาดง่าย มีความสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1.5 ตารางเมตร และมีทางเข้าออกสะดวก โดยมีที่นั่งสำหรับผู้ขายของแยกต่างหากจากแผง

10. น้ำประปาหรือน้ำสะอาดแบบระบบท่ออย่างเพียงพอสำหรับล้างสินค้า หรือล้างมือ ทั้งนี้ ต้องวางท่อในลักษณะที่ปลอดภัย ไม่เกิดการปนเปื้อนจากน้ำโสโครก ไม่ติดหรือทับ กับท่อระบายน้ำเสียหรือสิ่งปฏิกูล โดย

1.) มีที่ล้างอาหารสดอย่างน้อย 1 จุด และในแต่ละจุดจะต้องมีก๊อก น้ำ ไม่น้อยกว่า 3 ก๊อก กรณีที่มีแผงจำหน่ายอาหารสดตั้งแต่ 30 แผง ขึ้นไป ต้องจัดให้มีที่ล้างอาหาร สด 1 จุดต่อจำนวนแผงจำหน่ายอาหารสดทุก 30 แผง เศษของ 30 แผง ถ้าเกิน 15 แผง ให้ถือเป็น 30 แผง

2) มีก๊อกน้ำประจำแผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละ และแผงจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จ

3) มีที่เก็บสำรองน้ำในปริมาณเพียงพอและสะดวกต่อการใช้ กรณีที่ มีแผงจำหน่ายอาหารสดตั้งแต่ 50 แผงขึ้นไป ต้องจัดให้มีน้ำสำรองอย่างน้อย 5 ลูกบาศก์เมตรต่อ จำนวนแผงจำหน่ายอาหารสดทุก 100 แผง เศษของ 100 แผง ถ้าเกิน 50 แผง ให้ถือเป็น 100 แผง

11. ระบบบำบัดน้ำเสียหรือน้ำทิ้ง และทางระบายน้ำตามกฎหมายว่าด้วย การควบคุมอาคาร ทั้งนี้ ให้มีตะแกรงดักมูลฝอยและบ่อดักไขมันด้วย

12. การติดตั้งระบบการป้องกันอัคคีภัยตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุม อาคาร

ความใน 1. และ 5. มิให้ใช้บังคับกับตลาดที่จัดตั้งขึ้นก่อนวันที่กฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2552) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ใช้บังคับ และมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ซึ่งไม่อาจจัดให้มีถนนรอบอาคารตลาด ทางเข้าออกบริเวณตลาด และทางเดินภายในอาคารตามที่กำหนดได้

2.3.1.2 ตลาดประเภทที่ 2

1. ตลาดประเภทที่ 2 ต้องจัดให้มีสถานที่สำหรับผู้ขายของ ห้องส้วมที่ปัสสาวะ อ่างล้างมือ และที่เก็บรวบรวมหรือที่รองรับมูลฝอย ตามที่กำหนดไว้ในส่วนนี้

2. สถานที่สำหรับผู้ขายของต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์และสุขลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) ทางเดินภายในตลาดมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร
- 2) บริเวณสำหรับผู้ขายของประเภทอาหารสด ต้องจัดให้เป็นสัดส่วนโดยเฉพาะ โดยมีลักษณะเป็นพื้นเรียบ แข็งแรง ไม่ลื่น สามารถล้างทำความสะอาดได้ง่าย และไม่มีน้ำขัง เช่น พื้นคอนกรีต พื้นปูด้วยคอนกรีตสำเร็จ หรือพื้นลาดด้วยยางแอสฟัลต์
- 3) แผงจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารทำด้วยวัสดุแข็งแรงที่มีผิวเรียบ ทำความสะอาดง่าย มีความสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร และอาจเป็นแบบพับเก็บได้
- 4) น้ำประปาหรือน้ำสะอาดอย่างเพียงพอ และจัดให้มีที่ล้างทำความสะอาดอาหาร และภาชนะในบริเวณแผงจำหน่ายอาหารสด แผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละ และแผงจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จ
- 5) ทางระบายน้ำจากจุดที่มีที่ล้าง โดยเป็นรางแบบเปิด ทำด้วยวัสดุที่มีผิวเรียบ มีความลาดเอียง ให้สามารถระบายน้ำได้สะดวก มีตะแกรงดักมูลฝอยก่อนระบายน้ำออกสู่ท่อระบายน้ำสาธารณะ หรือแหล่งน้ำสาธารณะ และไม่ก่อให้เกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญแก่ประชาชนข้างเคียง ในกรณีจำเป็นเจ้าพนักงานท้องถิ่นโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุขอาจกำหนดให้จัดให้มีบ่อดักไขมัน หรือบ่อดักน้ำเสีย ก่อนระบายน้ำออกสู่ท่อระบายน้ำสาธารณะหรือแหล่งน้ำสาธารณะก็ได้

6) กรณีที่มีโครงสร้างเฉพาะเสาและหลังคา โครงเหล็กคลุมผ้าใบ เต็นท์ ร่มหรือสิ่งอื่นใดในลักษณะเดียวกัน ต้องอยู่ในสภาพที่มั่นคงแข็งแรง

3. ต้องจัดให้มีห้องส้วม ที่ปัสสาวะและอ่างล้างมือตามจำนวนและหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนดโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข และตั้งอยู่ในที่ที่เหมาะสมนอกสถานที่ขายของ เว้นแต่จะจัดให้มีส้วมเคลื่อนที่ ส้วมสาธารณะ

ส้วมเอกชน หรือส้วมของหน่วยงานราชการที่ได้รับอนุญาตให้ใช้อยู่ในบริเวณใกล้เคียง ทั้งนี้ ให้มีระยะห่างจากตลาดไม่เกิน 50 เมตร

4. ต้องจัดให้มีที่เก็บรวบรวมหรือที่รองรับมูลฝอยอย่างเพียงพอที่จะรองรับปริมาณมูลฝอยในแต่ละวัน และมีลักษณะเหมาะสมตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนดโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข

5. เมื่อผู้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งตลาดประเภทที่ 2 ได้ดำเนินกิจการต่อเนื่องกันเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว ถ้าเจ้าพนักงานท้องถิ่นเห็นว่าตลาดประเภทที่ 2 นั้น มีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นตลาดประเภทที่ 1 ได้ ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นและผู้รับใบอนุญาตร่วมกันพิจารณากำหนดแผนการพัฒนาปรับปรุงตลาดประเภทที่ 2 ให้เป็นตลาดประเภทที่ 1 ตามกฎกระทรวงนี้ ตามระยะเวลาและขั้นตอนที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด

2.3.2 การดำเนินการจัดการตลาด

2.3.2.1 การจัดวางสินค้าในตลาดแต่ละประเภทต้องจัดให้เป็นหมวดหมู่ และไม่ปะปนกัน เพื่อสะดวกในการดูแลความสะอาดและป้องกันการปนเปื้อนในอาหาร

2.3.2.2 การเปิดและปิดตลาดต้องเป็นไปตามเวลาที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด

2.3.2.3 ผู้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งตลาดประเภทที่ 1 ต้องรับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับการบำรุงรักษาตลาดและการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในตลาดให้ถูกสุขลักษณะดังต่อไปนี้

1. บำรุงรักษาโครงสร้างต่างๆ ของตลาด ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลา เช่น ตัวอาคาร พื้น ฝาเพดาน แผงจำหน่ายสินค้า ระบบบำบัดน้ำเสียหรือน้ำทิ้ง และทางระบายน้ำ อุปกรณ์ต่างๆ เช่น สายไฟ หลอดไฟ พัดลม ก๊อกน้ำ ท่อน้ำประปา และสาธารณูปโภคอื่น

2. จัดให้มีการเก็บกวาดมูลฝอยบริเวณตลาด และดูแลความสะอาดของตะแกรงดักมูลฝอย บ่อตกไขมัน ระบบบำบัดน้ำเสียหรือน้ำทิ้ง และทางระบายน้ำ มิให้มีกลิ่นเหม็นเป็นประจำวัน และดูแลที่เก็บรวบรวมหรือที่รองรับมูลฝอยให้ถูกสุขลักษณะเสมอ

3. ดูแลห้องส้วม ที่ปัสสาวะและอ่างล้างมือให้อยู่ในสภาพที่สะอาดใช้การได้ดี และเปิดให้ใช้ตลอดเวลาที่เปิดตลาด

4. จัดให้มีการล้างทำความสะอาดตลาดเป็นประจำทุกวัน โดยเฉพาะแผงจำหน่ายอาหารสดและแผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละ และมีการล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาลอย่างน้อยเดือนละหนึ่งครั้ง ในกรณีที่มีการระบาดของโรคติดต่อ เจ้าพนักงานท้องถิ่นโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุขอาจแจ้งให้มีการล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาลมากกว่าเดือนละหนึ่งครั้งก็ได้

5. จัดให้มีการกำจัดสัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรคภายในบริเวณตลาด อย่างน้อยเดือนละหนึ่งครั้ง

6. ดูแลแผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละมิให้ปล่อยน้ำหรือของเหลวไหลจากแผงลงสู่พื้นตลาด และจัดให้มีทางระบายน้ำหรือของเหลวลงสู่ทางระบายน้ำหลักของตลาด

2.3.2.4 ผู้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งตลาดประเภทที่ 2 ต้องรับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับการบำรุงรักษาตลาดและการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในตลาดให้ถูกสุขลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. จัดให้มีการเก็บกวาดมูลฝอยบริเวณตลาด และดูแลความสะอาดของตะแกรงดักมูลฝอยรวมทั้งกรณีที่มีบ่อดักไขมัน บ่อพักน้ำเสีย และทางระบายน้ำมิให้มีกลิ่นเหม็นเป็นประจำทุกวัน และดูแลที่เก็บรวบรวมหรือที่รองรับมูลฝอยให้ถูกสุขลักษณะเสมอ

2. ดูแลห้องส้วม ที่ปัสสาวะ และอ่างล้างมือให้อยู่ในสภาพที่สะอาดใช้งานได้ดี และเปิดให้ใช้ตลอดเวลาที่เปิดตลาด

3. จัดให้มีการล้างทำความสะอาดตลาดเป็นประจำทุกวัน โดยเฉพาะแผงจำหน่ายอาหารสด และแผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละ ในกรณีที่มีการระบาดของโรคติดต่อให้ดำเนินการล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาล ตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุขแจ้งให้ปฏิบัติ

4. จัดให้มีการป้องกันมิให้น้ำหรือของเหลว ไหลจากแผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละลงสู่พื้นตลาด

2.3.2.5 เพื่อประโยชน์ในการป้องกันเหตุรำคาญ มลพิษที่เป็นอันตราย หรือการระบาดของโรคติดต่อ ผู้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งตลาดประเภทที่ 1 หรือตลาดประเภทที่ 2 ต้องไม่กระทำการและต้องควบคุมดูแลมิให้ผู้ใดกระทำการ ดังต่อไปนี้

1. จำหน่ายอาหารที่ไม่สะอาดหรือไม่ปลอดภัยตามกฎหมายว่าด้วยอาหารในตลาด

2. นำสัตว์ทุกชนิดเข้าไปในตลาด เว้นแต่สัตว์ที่นำไปขังไว้ในที่ขังสัตว์เพื่อจำหน่าย

3. ข่าหรือชำแหละสัตว์ใหญ่ เช่น โค กระบือ แพะ แกะหรือสุกร ในตลาด รวมทั้งข่าหรือชำแหละสัตว์ปีกในกรณีที่เกิดการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่ที่ติดต่อมาจากสัตว์ในเขตท้องที่นั้น

4. สะสมหรือหมักหมมสิ่งหนึ่งสิ่งใดในตลาด จนทำให้สถานที่สกปรกรกรุงรัง เป็นเหตุรำคาญ เกิดมลพิษที่เป็นอันตราย หรือเป็นที่เพาะพันธุ์สัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรค

5. ถ่ายเทหรือทิ้งมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูลในที่อื่นใด นอกจากที่ซึ่งจัดไว้สำหรับรองรับมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูล
6. ทำให้น้ำใช้ในตลาดเกิดความสกปรกจนเป็นเหตุให้เป็นหรืออาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ
7. ก่อหรือจุดไฟไว้ในลักษณะซึ่งอาจเป็นที่เดือดร้อนหรือเกิดอันตรายแก่ผู้อื่น
8. ใช้ตลาดเป็นที่พักอาศัยหรือเป็นที่พักค้างคืน
9. กระทำการอื่นใดที่อาจก่อให้เกิดเหตุรำคาญ มลพิษที่เป็นอันตราย หรือการระบาดของโรคติดต่อ เช่น เสียงดัง แสงกระพริบ ความสั่นสะเทือน หรือมีกลิ่นเหม็น

2.3.3 ผู้ขายของ และผู้ช่วยขายของในตลาด

2.3.3.1 ผู้ขายของ และผู้ช่วยขายของในตลาดต้องปฏิบัติและให้ความร่วมมือกับผู้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งตลาด เจ้าพนักงานท้องถิ่น และเจ้าพนักงานสาธารณสุข ในเรื่องดังต่อไปนี้

1. การจัดระเบียบและกฎเกณฑ์ในการรักษาความสะอาดของตลาด
2. การจัดหมวดหมู่สินค้า
3. การดูแลความสะอาดแผงจำหน่ายสินค้าของตน
4. การรวบรวมมูลฝอยลงในภาชนะรองรับที่เหมาะสม
5. การล้างตลาด
6. การเข้ารับการฝึกอบรมด้านสุขาภิบาลอาหารและอื่นๆ ตามหลักเกณฑ์ที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนดโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข
7. การตรวจสุขภาพตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนดโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข

2.3.3.2 ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของในตลาดต้องปฏิบัติเกี่ยวกับสินค้า และแผงจำหน่ายสินค้า ดังต่อไปนี้

1. ให้วางสินค้าบนแผงจำหน่ายสินค้าหรือขอบเขตที่กำหนด โดยห้ามวางสินค้าล้ำแผงจำหน่ายสินค้าหรือขอบเขตที่กำหนด และห้ามวางสินค้าสูงจนอาจเกิดอันตรายหรือส่งผลกระทบต่อระบบการระบายอากาศ และแสงสว่าง ทั้งนี้ ตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนดโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข
2. ห้ามวางสินค้าประเภทวัตถุอันตรายปะปนกับสินค้าประเภทอาหาร
3. ให้วางสินค้าประเภทอาหาร เครื่องดื่ม และภาชนะอุปกรณ์ในขอบเขตที่กำหนด โดยสูงจากพื้นตลาดไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร

4. ห้ามเก็บสินค้าประเภทอาหารไว้ได้แฉ่งจำหน่ายสินค้า เว้นแต่อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร หรืออาหารที่มีการป้องกันการเน่าเสียและปกปิดมิดชิด ทั้งนี้ ต้องมีการรักษาความสะอาดและป้องกันสัตว์ หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรค

5. ไม่ใช่แสงหรือวัสดุอื่นใดที่ทำให้ผู้บริโภคมองเห็นอาหารต่างไปจากสภาพที่เป็นจริง

6. ห้ามต่อเติมแฉ่งจำหน่ายสินค้า เว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น โดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข

2.3.3.3 ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของในตลาดต้องมีสุขอนามัยส่วนบุคคลดังต่อไปนี้

1. มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง ไม่เป็นโรคติดต่อ ไม่เป็นโรคที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ หรือไม่เป็นพาหะนำโรคติดต่อ เช่น อหิวาตกโรค ไข้รากสาดน้อย บิด ไข้สวกใส หัด คางทูม วัณโรคในระยะอันตราย โรคเรื้อนในระยะติดต่อ หรือในระยะที่ปรากฏอาการเป็นที่รังเกียจแก่สังคม โรคผิวหนังที่นำรังเกียจ ไวรัสตับอักเสบบีชนิดเอ ไข้หวัดใหญ่รวมถึงไข้หวัดใหญ่ที่ติดต่อมาจากสัตว์ และโรคตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด โดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข

2. ในระหว่างขายสินค้าต้องแต่งกายสุภาพ สะอาด เรียบร้อย หรือตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด โดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข

3. ในระหว่างขายสินค้าประเภทอาหาร ต้องปฏิบัติตามหลักสุขอนามัยส่วนบุคคล เช่น ไม่ไอหรือจามรดอาหาร ไม่ใช้มือหยิบจับอาหารที่พร้อมรับประทานโดยตรง ล้างมือให้สะอาดก่อนหยิบหรือจับอาหาร ไม่สูบบุหรี่หรือดื่มสุรา ทั้งนี้ ตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด โดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข

2.3.3.3 ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของในตลาดต้องปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะในการจำหน่าย ทำ ประกอบ บรรจุ เก็บหรือสะสมอาหาร และการรักษาความสะอาดของภาชนะ น้ำใช้และของใช้ต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. อาหารที่ขายต้องสะอาด และปลอดภัยตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยอาหาร

2. อาหารสดเฉพาะสัตว์ เนื้อสัตว์ และอาหารทะเล ต้องเก็บรักษาในอุณหภูมิ ไม่เกิน ๕ องศาเซลเซียส ในตู้เย็นหรือแช่น้ำแข็งตลอดระยะเวลาการเก็บ

3. การจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จต้องใช้เครื่องใช้ ภาชนะที่สะอาด และต้องมีอุปกรณ์ปกปิดอาหารเพื่อป้องกันการปนเปื้อน และรักษาอุปกรณ์ปกปิดอาหารนั้นให้สะอาด และใช้การได้ดีอยู่เสมอ

4. ในกรณีที่เป็นแผงจำหน่ายอาหาร ซึ่งมีการทำ ประกอบ และปรุงอาหาร ต้องจัดสถานที่ไว้ให้เป็นสัดส่วนโดยเฉพาะเพื่อการนั้นและต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามหลักการสุขาภิบาลอาหาร

5. เครื่องมือ เครื่องใช้ และภาชนะอุปกรณ์ที่ใช้ เช่น เขียง เครื่องขูด มะพร้าว จาน ชาม ช้อนและส้อม ตะเกียบ และแก้วน้ำ ต้องสะอาดและปลอดภัย มีการล้างทำความสะอาดและจัดเก็บที่ถูกต้อง

2.3.4 การควบคุมกิจการตลาดของเอกชน และตลาดของกระทรวง ทบวง กรม ราชการส่วนท้องถิ่น หรือองค์การของรัฐ

2.3.4.1 เมื่อมีกรณีอย่างหนึ่งอย่างใดดังต่อไปนี้ เกิดขึ้นในตลาดของเอกชนหรือตลาดของกระทรวง ทบวง กรม ราชการส่วนท้องถิ่น หรือองค์การของรัฐ ให้ถือว่าเป็นกรณีที่เกิดหรือมีเหตุอันควรสงสัยว่าจะเกิดความเสียหายอย่างร้ายแรงต่อสภาวะความเป็นอยู่ที่เหมาะสมกับการดำรงชีพของประชาชน ซึ่งจำเป็นต้องมีการแก้ไขโดยเร่งด่วนตามบทบัญญัติมาตรา 8 และมาตรา 46 วรรคสอง

1. ผลการตรวจวิเคราะห์ทางจุลินทรีย์จากการเก็บตัวอย่างอาหาร ตัวอย่างพื้นผิวภาชนะ อุปกรณ์ หรือจากมือผู้ขายอาหารในตลาด พบว่ามีเชื้อจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรคได้ หรือมีเชื้อจุลินทรีย์ที่เป็นตัวบ่งชี้ในปริมาณที่เกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์กำหนด

2. มีปริมาณสัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรค เช่น หนู แมลงวัน หรือแมลงสาบเกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนดโดยวิธีการตรวจวัดตามที่กระทรวงสาธารณสุขประกาศกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

3. ตลาดเป็นแหล่งแพร่ระบาดของโรคติดต่อ เช่น อหิวาตกโรค ไข้รากสาดน้อย บิด ไข้สวก ไข้หวัดใหญ่ วัณโรค โรคเรื้อน ไวรัสตับอักเสบบีชนิดเอ ไข้หวัดใหญ่ รวมถึงไข้หวัดใหญ่ที่ติดต่อมาจากสัตว์ และโรคอื่นที่ต้องแจ้งความตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขซึ่งออกตามความในกฎหมายว่าด้วยโรคติดต่อ โดยพบว่าผู้ขายของหรือผู้ช่วยขายของในตลาดเป็นโรคติดต่อ หรือพบผู้ป่วยเป็นโรคติดต่อ ซึ่งยืนยันว่าบริโภคอาหารหรือได้รับเชื้อโรคมาจากตลาดนั้น หรือตรวจพบเชื้อโรคซึ่งทำให้เกิดการระบาดของโรคในสินค้าที่จำหน่ายในตลาดนั้น

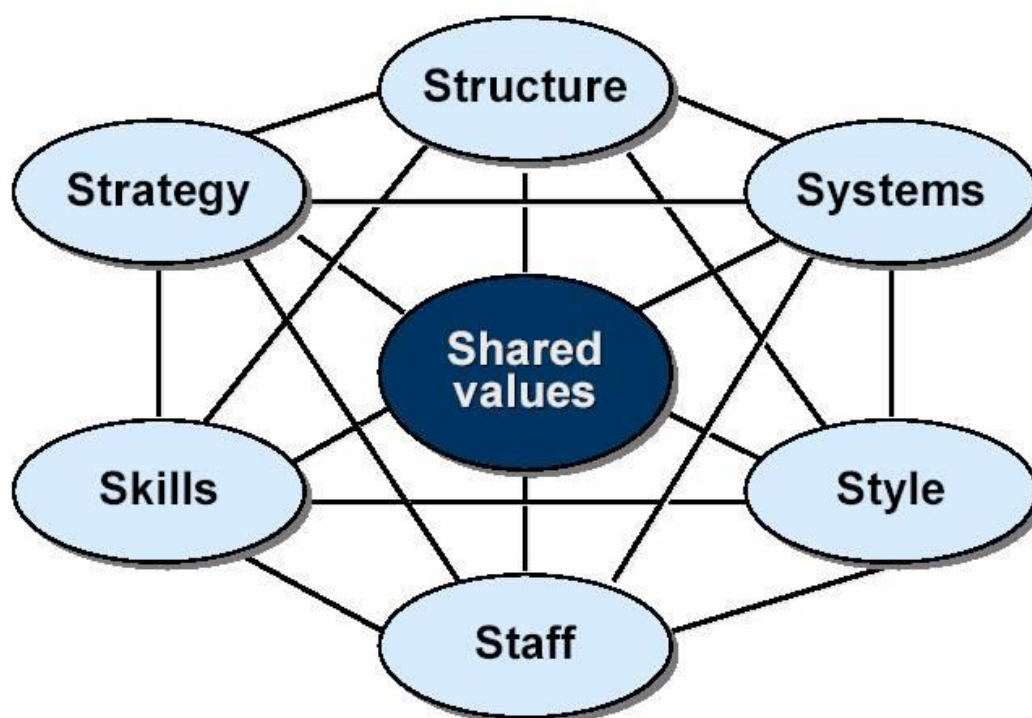
4. ถังเกรอะหรือถังบำบัดสิ่งปฏิกูลเกิดการรั่วไหลออกมาสู่สิ่งแวดล้อม จนอาจเป็นแหล่งแพร่กระจายของเชื้อโรคหรือเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ของสัตว์ หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรค

2.3.4.2 ห้ามมิให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นอนุญาตให้ผู้ใดดำเนินการกิจการตลาดในที่หรือทางสาธารณะ เว้นแต่จะเป็นการดำเนินการของราชการส่วนท้องถิ่นเอง ที่ไม่ก่อผลกระทบต่อประโยชน์สาธารณะ

ในการพิจารณาอนุญาตให้ประกอบกิจการตลาดของเอกชน เมื่อผู้ขออนุญาตได้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตพร้อมเอกสารหลักฐานตามที่ราชการส่วนท้องถิ่นกำหนดในข้อกำหนดของท้องถิ่นถูกต้องครบถ้วนแล้ว ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นมอบหมายให้เจ้าพนักงานสาธารณสุข หรือจะแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบสุขลักษณะของตลาด เพื่อพิจารณาตรวจสอบและเสนอความเห็นเกี่ยวกับการอนุญาตหรือไม่อนุญาตก็ได้ ทั้งนี้ ก่อนจะมีคำสั่งอนุญาตหรือไม่อนุญาต ต้องให้ผู้ขออนุญาตหรือผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากการออกคำสั่งมีโอกาสที่จะได้ทราบข้อเท็จจริงอย่างเพียงพอและมีโอกาสโต้แย้งแสดงพยานหลักฐานของตน และในการออกคำสั่งดังกล่าวต้องจัดให้มีเหตุผลไว้ด้วย

2.4 ปัจจัยการจัดการ 7's แมคคินซี

ปัจจัยการจัดการ 7's แมคคินซี เป็นการนำเสนอประสิทธิภาพขององค์กรเกิดจากความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 7 ประการ ว่ามีลักษณะอย่างไร



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดของแมคคินซี (McKinsey 7 s Framework) (Management4u, ม.ป.ป.)

2.4.1 ด้านโครงสร้าง (Structure)

เป็นโครงสร้างขององค์การที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ขนาดของการควบคุม การรวมอำนาจ และการกระจายอำนาจของผู้บริหาร รวมถึงการแบ่งโครงสร้างงานตามหน้าที่ ตามผลิตภัณฑ์ ตามลูกค้า ตามภูมิภาค ได้อย่างเหมาะสม หรือหมายถึงรูปแบบของการจัดองค์การที่แสดงถึงความสัมพันธ์และสายการบังคับบัญชาที่กำหนดขอบเขต หน้าที่ ความรับผิดชอบ ซึ่งรูปแบบองค์การอาจจะเป็นแบบการรวมศูนย์อำนาจการตัดสินใจ หรือกระจายอำนาจการตัดสินใจ รวมทั้ง มีการแบ่งเป็นฝ่าย ส่วน แผนก หลายระดับหรือเป็นองค์การในแนวนราบ หรือหมายถึงโครงสร้างที่ได้ตั้งขึ้นตามกระบวนการ หรือหน้าที่ของงานโดยมีการรับบุคลากรให้เข้ามาทำงานร่วมกันในฝ่ายต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ เนื่องจากองค์การในปัจจุบันมีขนาดใหญ่ การจัดองค์การที่ดีจะมีส่วนช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน ลดความซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งในหน้าที่ ช่วยให้บุคลากรได้ทราบขอบเขตงานความรับผิดชอบ มีความสะดวกในการติดต่อประสานงาน ผู้บริหารสามารถตัดสินใจในการบริหารจัดการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว โดยการวิเคราะห์ในมุมมองของ McKinsey 7-S Framework จะให้ความสำคัญที่รูปแบบองค์การที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ และการเปลี่ยนแปลงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ (สุภนาถ โมฬีรัตตะกุล, 2558)

2.4.2 ด้านกลยุทธ์ (Strategy)

หมายถึงแผนงานที่องค์กรจัดทำเพื่อสนองหรือสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกและช่วยให้องค์กรสามารถรักษาหรือสร้างเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว กลยุทธ์ที่ดีจะต้องมีความชัดเจน สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ภารกิจ และคุณค่าขององค์กร เป็นเรื่องยากที่จะบอกว่ากลยุทธ์มีความเหมาะสมหรือไม่หากมองแต่กลยุทธ์เพียงอย่างเดียว 7S Model จึงเป็นเครื่องมือที่นำมาใช้พิจารณาว่าองค์ประกอบทั้งหลายที่มีอยู่ภายในองค์กรนั้นมีความสัมพันธ์สอดคล้องกันหรือไม่ โดยทั่วไปผู้บริหารจะไม่นิยมเลือกใช้กลยุทธ์ระยะสั้นเพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร แต่ถ้ากลยุทธ์นั้นทำงานสอดคล้องกับองค์ประกอบตัวอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี มันก็อาจสร้างผลสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ได้เช่นกัน (ปิยะนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร, 2564)

2.4.3 ด้านระบบ (System)

อิชิรินทร์ ปัญญายุทธศักดิ์ (2564) ให้ความหมายของระบบไว้ว่า หมายถึง การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามกระบวนการและกลยุทธ์ของผู้บริหารที่ได้วางแผนไว้ให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างเป็นระบบ อีกทั้งพนักงานในองค์การสามารถปฏิบัติหน้าที่ตามสมรรถนะของแต่ละตำแหน่ง อาทิ นายกเทศมนตรี ผู้อำนวยการ นักวิชาการ เจ้าพนักงาน เป็นอาทิ ระบบการปฏิบัติงาน สามารถนำไปใช้ในระบบงานใดงานหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

สมศรี นวรัตน์ (2554) อธิบายว่าระบบภายในองค์กร ได้แก่ ระบบหรือขั้นตอนการดำเนินงานภายในองค์กรทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการที่ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินไปได้ เช่น ระบบด้านงบประมาณและระบบบัญชี ระบบในการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน ระบบในการฝึกอบรม ระบบในการติดต่อสื่อสาร ระบบหรือขั้นตอนการทำงานเหล่านี้จะบ่งบอกถึงวิธีการทำงานต่างๆ ขององค์กร

กฤษฎิยา มูลศรี (2562) สรุปว่า ระบบ (System) หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานขององค์กรดำเนินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ

2.4.4 ด้านทักษะ (Skill) หมายถึง ความเชี่ยวชาญ ความโดดเด่น ความสามารถในการทำงานของบุคลากร โดยในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรสามารถแยกทักษะออกเป็น 2 ด้านหลักคือ ทักษะด้านงานอาชีพ (Occupational Skills) เป็นทักษะที่จะทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ได้ ตามหน้าที่ และลักษณะงานที่รับผิดชอบ เช่น ด้านการเงิน ด้านบุคคล ซึ่งจะต้องอยู่บนพื้นฐานการศึกษาหรือได้รับการอบรมเพิ่มเติม ส่วนทักษะความถนัด หรือความชำนาญเฉพาะ (Aptitudes and Special Talents) นั้นอาจเป็นความสามารถที่ทำให้พนักงานโดดเด่นกว่าคนอื่นส่งผลให้มีผลงานที่ดีกว่าและมีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงานได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องมุ่งเน้นในทั้ง 2 ความสามารถควบคู่กันไป นอกจากนี้ องค์กรจำเป็นต้องมีพนักงานที่มีทักษะเพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกอีกด้วย (สุภนาถ โมฬีรัตตะกุล, 2558)

ธิษรินทร์ ปัญญายุทธศักดิ์ (2564) ให้ความหมายของระบบไว้ว่า หมายถึงทักษะ ความรู้ความสามารถที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่ง อาทิ การสื่อสาร การวิเคราะห์และวิจัยผล การปรับตัวและการลำดับความสำคัญการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในการสืบค้นข้อมูลต่างๆ รวมถึงการประเมินสถานการณ์ ทักษะการเป็นผู้นำและบริหารจัดการ สามารถประสานงานต่างๆ ให้ทุกคนทำงานร่วมกันจนบรรลุเป้าหมาย

กฤษฎิยา มูลศรี (2562) สรุปว่า ทักษะฝีมือ (Skill) หมายถึง ความรู้ความสามารถหรือความเชี่ยวชาญของพนักงาน ที่สะท้อนถึงรวมถึงความเชี่ยวชาญขององค์กรโดยรวม และความสามารถขององค์กรในการ พัฒนาทักษะพนักงานให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.5 ด้านรูปแบบ (Style)

ฤทธิชัย บุญธรรม และวิไลลักษณ์ เรืองสม (2562) ได้ให้ความหมายว่า Style of Management : รูปแบบการบริหาร หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริหารในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และความเชื่อถือของบุคลากร จะมีผลต่อขวัญกำลังใจของพนักงานและความสำเร็จของ องค์กร

ปิยนันท์ สวัสดิ์ศฤงคาร (2564) ให้ความหมายของรูปแบบว่าคือ การบริหารของผู้บริหารระดับสูงภายในองค์กร รวมถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้บริหารระดับต่างๆ และภาพพจน์ (symbolic value) ของผู้คนที่มีความคิดเห็นของผู้บริหารและบุคคลอื่นๆ ในองค์กร

กฤษฎา มูลศรี (2562) สรุปว่า รูปแบบ (Style) พฤติกรรมการบริหารงานของผู้บริหาร

2.4.6 ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staff)

รุ่งทิพย์ สุริยา (2553) ได้ให้ความเห็นว่า ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาองค์กร ดังนั้นองค์กรต้องสรรหาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีทัศนคติที่ถูกต้องเหมาะสม และมีแรงจูงใจในการทำงานที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จ องค์กรต้องให้ความสำคัญในการจัดคนให้เหมาะสมกับงาน จะทำให้เกิดจุดแข็งขององค์กร ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพตรงตามเป้าหมาย

ธิษรินทร์ ปัญญายุทธศักดิ์ (2564) ให้ความหมายว่า Staff (การจัดการบุคคลเข้าทำงาน) หมายถึง การคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ การพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง อาจรวมถึงการฝึกอบรม การส่งบุคลากรเข้าร่วมในโครงการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ ความสามารถ เพิ่มศักยภาพในการทำงาน และสามารถนำมาปรับใช้ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เป็นไปตามกฎหมายระเบียบ และหนังสือสั่งการที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานและองค์กรต่อไป (ธิษรินทร์ ปัญญายุทธศักดิ์, 2564)

กฤษฎา มูลศรี (2562) สรุปว่า พนักงาน (Staff) หมายถึง สมาชิกทั้งหมดในองค์การ ซึ่งมีศักยภาพ ทัศนคติ พฤติกรรม ในการตอบสนองความต้องการ ของลูกค้า รวมถึงพนักงานมีความรู้สึที่ดีต่อกัน สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นการสนับสนุน เป้าหมายขององค์กร

2.4.7 ด้านคุณค่าที่มีร่วมกัน (Shared value)

เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Superordinated goal ไม่ได้ได้อยู่ทั้งในกลุ่ม hard และ soft element แต่เป็นความเชื่อ ความคาดหวังซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายที่องค์กรถูกสร้างขึ้น มาเป็นมาตรฐาน และการยอมรับ (norm and standard) ที่บุคคลทั้งหลายใช้ในการแสดงพฤติกรรม เราจึงสังเกตคุณค่าที่มีร่วมกันนี้ได้จากวัฒนธรรมองค์กรและจริยธรรมการทำงานโดยทั่วไป 7S Model วางคุณค่าที่มีร่วมกันไว้ตรงกลาง เป็นการสื่อความหมายว่าคุณค่าที่มีร่วมกันเป็นศูนย์กลางการพัฒนาของทุกองค์ประกอบ โครงสร้าง กลยุทธ์ ระบบ ทักษะ รูปแบบ บุคลากร ล้วนเป็นผลสืบเนื่องมาจากเหตุผล

หรือความตั้งใจในการจัดตั้งองค์กร วิสัยทัศน์ตั้งต้นขององค์กรก็ก่อรูปขึ้นมาจากคุณค่าที่ผู้สร้างองค์กรกำหนด ดังนั้น เมื่อคุณค่าหรือความตั้งใจนี้เปลี่ยน จึงส่งผลกระทบต่อองค์ประกอบทั้งหมด ในทำนองเดียวกัน เมื่อองค์ประกอบใดขององค์กรเปลี่ยน ก็ส่งผลกระทบต่อคุณค่าที่มีร่วมกันและต่อองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งหมดด้วยเช่นกัน (ปิยะนันท์ สวัสดิ์ศฤงคาร, 2564)

2.5 แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการประเมินผล

การประเมินผลเป็นความจำเป็นและมีความสำคัญในการปฏิบัติงานทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน โดยหน่วยงานสามารถนำผลการประเมินไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาองค์กร พัฒนานโยบาย หรือเพื่อการวางแผน

2.5.1 ความหมายการประเมินผล

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของการประเมินผลไว้ดังนี้ (๑) พิจารณาและวัดคุณค่าของกิจการใดๆ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เช่น ประเมินผลการสัมมนา ประเมินผลการปฏิบัติงานในรอบปีของบริษัท (๒) วัดคุณค่าหรือผลความก้าวหน้าการศึกษา เช่น การสอบไล่เป็นวิธีประเมินผลการศึกษาวิธีหนึ่ง

Worthen and Sanders ได้ให้ความหมายของการประเมินว่า เป็นการพิจารณาคุณค่าของสิ่งๆ หนึ่ง ประกอบด้วย การจัดหาสารสนเทศเพื่อตัดสินคุณค่าของ แผนงาน ผลผลิตกระบวนการ หรือการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือการพิจารณาศักยภาพของ ทางเลือกต่างๆ ที่ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Worthen & Sanders, 1987 อ้างถึงใน กฤติยา อนุวงศ์, 2554, น.6)

ครอนบัค (Cronbach) กล่าวเสริมนิยามดังกล่าวว่า การประเมินเป็นกระบวนการที่เป็นระบบในการ เก็บรวบรวมและใช้สารสนเทศสำหรับการตัดสินใจ จุดมุ่งหมายหลักของการประเมินโครงการอยู่ที่ความต้องการทราบผลของโครงการ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน รวมทั้งส่วนใดของโครงการที่ควรปรับปรุงแก้ไข (Cronbach, 1963 อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 2561 น.5)

สคริฟเวน (Scriven) ได้ให้ความหมายของการ ประเมินไว้ว่า หมายถึง การตัดสินคุณค่าของสิ่งที่มุ่งประเมิน (Scriven, 1976 อ้างถึงใน ปิยะราช เทพสุภา, 2560)

กฤติยา อนุวงศ์ (2554) ได้สรุปความหมายของการประเมินได้ว่าการประเมิน หมายถึง กระบวนการหรือขั้นตอนที่อาศัยสารสนเทศต่างๆ มาสนับสนุนการตัดสินใจเพื่อดำเนินการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าประสงค์ที่วางเอาไว้

ปิยะราช เทพสุภา (2560) สรุปความหมายของการประเมิน หมายถึง กระบวนการที่ก่อให้เกิดสารสนเทศเพื่อช่วยให้ผู้ที่มีอำนาจหรือผู้รับผิดชอบได้ใช้ประโยชน์สำหรับการเลือกทางเลือกในการประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

สรุปได้ว่า การประเมินผล คือ กระบวนการที่ใช้ข้อมูลสารสนเทศ พิจารณาวัดคุณค่าของกิจกรรมใดๆ ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ โดยใช้วิธีการที่น่าเชื่อถือ

2.5.2 จุดมุ่งหมายของการประเมินผล

สมพิศ สุขแสง (2557) ได้สรุปจุดมุ่งหมายของการประเมินผลไว้ 5 ประเด็น ดังนี้

2.5.2.1 เพื่อสนับสนุนหรือยกเลิก การประเมินผลจะเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจว่า ควรยกเลิกโครงการ หรือสนับสนุนให้มีการขยายผลต่อไป โดยเฉพาะการมีโครงการใหม่ๆ ซึ่งยังไม่ได้จัดทำในรูปแบบของโครงการทดลอง ซึ่งมีโอกาสจะผิดพลาดหรือล้มเหลวได้ง่าย ดังนั้นถ้าเราประเมินผลแล้ว โครงการนั้นสำเร็จตามที่กำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ก็ควรดำเนินการต่อไป แต่ถ้าประเมินผลแล้วโครงการนั้นมีปัญหาหรือผลกระทบเชิงลบมากกว่าเราก็ควรยกเลิกไป

2.5.2.2 เพื่อทราบความก้าวหน้าของการปฏิบัติตามโครงการว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย หรือกฎเกณฑ์ หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้เพียงใด

2.5.2.3 เพื่อปรับปรุงงาน โดยพิจารณาว่า โครงการนั้นบกพร่องในเรื่องใด เช่น ขาดความร่วมมือของประชาชน ขาดการประชาสัมพันธ์ หรือสมรรถนะขององค์กรที่รับผิดชอบต่ำ เมื่อเราทราบผลของการประเมินผล จะได้ปรับปรุงแก้ไขให้ตรงประเด็น

2.5.2.4 เพื่อศึกษาทางเลือกการประเมินผล จะเป็นการเปรียบเทียบทางเลือกก่อนที่จะตัดสินใจเลือกทางใดปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อลดความเสี่ยงให้น้อยลง

2.5.2.5 เพื่อขยายผลในการนำโครงการไปปฏิบัติ หากไม่ติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง อาจไม่ทราบถึงความสำเร็จของโครงการ แต่ถ้าหากประเมินผลเป็นระยะสม่ำเสมอ ผลปรากฏว่าโครงการนั้นบรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดวัตถุประสงค์

2.5.3 ประเภทของการประเมิน

สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2544 อ้างถึงใน ทีมวิจัยเขตนครชัยบุรินทร์, 2565 น.52) ได้นำเสนอประเภทของการประเมินออกเป็น 5 ประเภท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.5.3.1 แบ่งตามหลักยึดในการประเมินค่า

1. ประเมินค่าตามอุดมการณ์ของโครงการ (Goal-Base-Evaluation) เป็นการประเมินผลที่ได้ว่าบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการหรือไม่ โดยทราบก่อนการประเมินว่าโครงการนี้มีวัตถุประสงค์อะไรบ้าง

2. การประเมินค่า ซึ่งอิสระจากอุดมการณ์ของโครงการ (Goal-Free-Evaluation) เป็นการประเมินผลที่เกิดขึ้นทั้งหมด โดยไม่ทราบว่าคุณค่าประสงคฺ์ของโครงการนี้มีอะไรบ้าง โดยทราบก่อนการประเมินว่าโครงการนี้มีวัตถุประสงค์อะไรบ้าง

2.5.3.2 แบ่งตามลำดับเวลาที่จะประเมิน

1. การประเมินก่อนนำโครงการไปปฏิบัติ
 2. การประเมินขณะโครงการดำเนินอยู่
 3. การประเมินหลังจากกิจกรรม หรือโครงการสิ้นสุดลงแล้ว
- โดยทราบก่อนการประเมินว่าโครงการนี้มีวัตถุประสงค์อะไรบ้าง

2.5.3.3 แบ่งตามจุดมุ่งหมายของการประเมิน

1. การประเมินเพื่อปรับปรุง เรียกว่า การประเมินความก้าวหน้า (Formative evaluation) ซึ่งมักใช้ประเมินผลระหว่างแผน หรือระหว่างพัฒนาโครงการ ผลที่ได้จากการประเมินจะช่วยตั้งวัตถุประสงค์ของโครงการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่แท้จริง และจะช่วยตรวจสอบว่าโครงการได้ดำเนินไปตามแผนงานของโครงการหรือไม่ และมีความก้าวหน้ามากน้อยเพียงไร (เยาวดี วิบูลย์ศรี, 2544 อ้างถึงใน ทีมวิจัยเขตนครชัยบุรีรินทร์, 2565 น.52)

2. การประเมินเพื่อสรุปผล เรียกว่า การประเมินรวมสรุป (Summative evaluation) เป็นการประเมินหลังสิ้นสุดโครงการเพื่อตรวจสอบว่าโครงการได้บรรลุเป้าหมายหรือไม่อย่างไร มีปัญหาหรืออุปสรรคใดที่ต้องแก้ไขหรือปรับปรุง ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริหารโครงการสามารถนำไปสู่การตัดสินใจว่าโครงการนั้นควรดำเนินการต่อไปหรือยกเลิก (เยาวดี วิบูลย์ศรี, 2544 อ้างถึงใน ทีมวิจัยเขตนครชัยบุรีรินทร์, 2565 น.52)

2.5.3.4 แบ่งตามสิ่งที่ถูกประเมิน

1. การประเมินสภาวะแวดล้อม หรือการประเมินบริบท (Context evaluation)
2. การประเมินปัจจัยหรือตัวป้อน (Input evaluation)
3. การประเมินกระบวนการ (Process evaluation)
4. การประเมินผลผลิต (Product evaluation)

2.5.3.5 แบ่งตามความแท้จริงของการประเมิน

1. การประเมินเทียม (Pseudo evaluation) ซึ่งแบ่งย่อยเป็นการประเมินประเภทที่ถูกควบคุมโดยการเมือง กับประเภทที่เกี่ยวข้องกับการเมือง
2. การประเมินกึ่งแท้จริงเทียม (Quasi evaluation) ซึ่งมุ่งประเมินคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่อาจสามารถวัดคุณค่าที่แท้จริงของสิ่งอื่นได้

3. การประเมินที่แท้จริง (True evaluation) เป็นการประเมินคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ถูกต้อง ซึ่งมักเป็นการประเมินที่เกี่ยวข้องกับการรับรองวิทยฐานะ หรือรับรองคุณวุฒิ การประเมินความต้องการ หรือความจำเป็น และการประเมินเพื่อวางนโยบาย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลลนา ทองแท้ (2560) ศึกษาปัจจัยที่สัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลด้านสุขาภิบาลอาหารของผู้สัมผัสอาหารในเทศบาลนครรังสิต ผลการศึกษา พบว่า ผู้สัมผัสอาหารร้อยละ 72.3 มีการปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลด้านสุขาภิบาลอาหารไม่ถูกต้อง ซึ่งการปฏิบัติที่เป็นปัญหาและไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างครบถ้วนของผู้สัมผัสอาหาร ได้แก่ การไม่สวมหมวก หรือตาข่ายคลุมผม มีการสวมใส่เครื่องประดับที่นิ้วมือ ข้อมือ เล็บยาว ทาสีเล็บ ถึงแม้จะเคยผ่านการอบรมและผ่านการสอนงานเรื่องสุขาภิบาลอาหารมาแล้ว และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลด้านสุขาภิบาลอาหารของผู้สัมผัสอาหาร ได้แก่ ระดับการศึกษา ทักษะการสังเกตการณ์ การทำงาน หน้าที่หลักในสถานประกอบการ

ฐิติกร ใจฟู (2554) ศึกษาการเลือกใช้บริการตลาดของผู้บริโภคในตลาดสดบ้านต้นยาง ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพนักศึกษา รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเข้ามาใช้บริการเฉลี่ย 100 – 200 บาทต่อครั้ง โดยส่วนใหญ่เลือกสินค้าประเภทผักและผลไม้ โดยจะเข้ามาใช้บริการในเวลา 17.01 -21.00 น. และเข้ามาใช้บริการทุกวัน ในด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับเรื่องสินค้าในตลาดสดมีคุณภาพและมาตรฐานสามารถต่อรองราคาได้ ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม ผู้ค้ามีสุขลักษณะที่ดี มีการจัดระเบียบและการทำความสะอาดภายในบริเวณ และมีความรวดเร็วในการให้บริการ ในด้านปัญหาและอุปสรรคในการเลือกใช้บริการตลาดสด ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับพ่อค้าและแม่ค้า สถานที่ไม่สะอาด สกปรก และมีกลิ่นเหม็น สินค้าจัดวางไม่เป็นระเบียบ ปัญหาการสูญหายของทรัพย์สิน อาหารไม่สดสะอาด

Jittima Rodsawad (2004) ศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้ค้าขายในการจัดการด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมตลาดสด ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ คือ ผู้ค้าขายในตลาดสดเขตกรุงเทพมหานครมีส่วนร่วมในการจัดการด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมตลาดสดในระดับปานกลาง และพบว่า ระดับการศึกษา, จำนวนสมาชิกในครัวเรือน, รายได้เฉลี่ยต่อวัน, ต้นทุนหมุนเวียนรายวัน และการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในตลาดสด มีความสัมพันธ์

กับการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมตลาดสดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ปัญหาและอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในตลาดสด คือ ผู้ค้าขายส่วนใหญ่มีความตระหนักเกี่ยวกับการจัดการด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการในลักษณะปัจเจกบุคคล และไม่เห็นความสำคัญเกี่ยวกับการจัดการด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมโดยส่วนรวม และส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่เป็นการสื่อสารโดยตรงระหว่างบุคคล ซึ่งอาจไม่เพียงพอและทั่วถึง สำหรับข้อเสนอแนะคือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องต้องสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วม และจัดอบรมให้แก่ผู้ค้าขาย เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของทุกภาคส่วน ให้เห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของการร่วมมือในการหาแนวทางพัฒนาตลาดสดที่เหมาะสม

อัมพร จันทวิบุรย์, ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย, ประภัสสร ผลวงษ์, ศิริวรรณ ลิ้มปริงชี, และ นันทิยาณี แก้วเรือง (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบ ตลาดสด (ประเภท 1) บนฐานวิถีชีวิตใหม่ ได้นำเสนอรูปแบบตลาดสดที่จะลดความเสี่ยงต่อโควิด 19 โดยพัฒนาเป็น 3 ด้าน คือ (1) ด้านโครงสร้างและระบบสาธารณูปโภค (2) ด้านการบริหารจัดการและการกำกับดูแลกิจการตลาดสด และ (3) ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาคีเครือข่ายผู้เกี่ยวข้อง กับตลาดและประชาชน

โคเฮน และอัฟฮอฟ (Cohen & Uphoff, 1981 อ้างถึงใน ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2543) ได้ให้ความหมาย การมีส่วนร่วมว่า สมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร 2) การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนารวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ออกเสียง 3) การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ โดยสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมช่วยเหลือและเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมถึงได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนานั้นอย่างเสมอภาค

วิไลวรรณ มาเจริญทรัพย์ (2557) ศึกษาเรื่องการบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551 ในเขตเทศบาลเมือง ผลการศึกษา พบว่า ไม่มีปัจจัยใดที่มีความสัมพันธ์กับการบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551 ในเขตเทศบาลเมืองของนายกเทศมนตรี และพบว่า การรับรู้การบริหารที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551 และการประเมินความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551 มีความสัมพันธ์กับการบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551 ในเขตเทศบาลเมืองของผู้อำนวยการกองสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม สวนปัจจัยอื่นพบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551 ปัญหาที่พบมากที่สุดคือบุคลากรมีจำนวนน้อยรับผิดชอบงานหลายหน้าที่ ขาดความรู้ทางกฎหมาย

รัชชผดุง ดำรงพินธุสกุล และคณะ (2552) ศึกษาเรื่องการสำรวจสภาพการณ์และการเข้าร่วมโครงการตลาดสด นำซื้อของตลาดประเภทที่ 1 กรณีศึกษาตลาดที่ยังไม่ได้รับการรับรองเป็นตลาดสด นำซื้อ พบว่า ตลาดที่ไม่ได้รับการรับรองตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสด นำซื้อ ส่วนมากไม่ผ่านเกณฑ์ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อระดับดี พบว่า ตลาดส่วนใหญ่ไม่สามารถปฏิบัติได้ในข้อ 14 ข้อ 4 ข้อ 10 และข้อ 2 ซึ่งสาเหตุส่วนใหญ่มาจากโครงสร้างของตลาด และการดูแลรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด สำหรับด้านความปลอดภัยของอาหารตลาดส่วนใหญ่มีการดำเนินการในการตรวจสอบปนเปื้อนในอาหาร ทั้ง 6 ชนิด และด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ส่วนใหญ่ยังไม่มีดำเนินการ ยกเว้นการจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดอย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบาย และการบังคับใช้กฎหมายของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เมื่อเปรียบตามตัวแปรที่ศึกษากับการปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อในระดับดี พบว่า ภูมิภาคที่ตั้งของตลาดและประเภทของผู้ประกอบการตลาด ที่แตกต่างกันมีผลทำให้จำนวนข้อในการปฏิบัติถูกต้องตามเกณฑ์ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และภูมิภาคที่ตั้งของตลาดที่แตกต่างกันมีผลทำให้จำนวนข้อในการปฏิบัติถูกต้องตามเกณฑ์ด้านความปลอดภัยของอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ทั้งนี้เป็นผลมาจากนโยบายการดำเนินงานด้านอาหารปลอดภัยในแต่ละพื้นที่ ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร ส่วนลักษณะการประกอบการที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการปฏิบัติถูกต้องตามเกณฑ์ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมและด้านความปลอดภัยของอาหาร ส่วนด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ความแตกต่างของภูมิภาคที่ตั้ง ประเภทของผู้ประกอบการตลาด และลักษณะการประกอบการไม่มีผลต่อการปฏิบัติถูกต้องตามเกณฑ์ด้านนี้

ผู้ประกอบการตลาดส่วนมากรู้จักและเคยได้รับการชักชวนเข้าร่วมโครงการตลาดสด นำซื้อ โดยตลาดที่ได้รับการชักชวนจะเข้าร่วมโครงการฯ ส่วนตลาดที่ไม่เข้าร่วมโครงการฯ จะเป็นตลาดเอกชนที่อยู่ในกรุงเทพมหานครเป็นส่วนมาก ทั้งนี้เนื่องจากกรุงเทพมหานครได้มีการแปลงนโยบายดังกล่าวให้สอดคล้องกับนโยบายผู้บริหารกรุงเทพมหานคร จึงไม่ได้ใช้ชื่อโครงการตลาดสด นำซื้อ แตกต่างจากต่างจังหวัดอื่นๆ ที่การดำเนินงานโครงการตลาดสด นำซื้อตามนโยบายกระทรวงสาธารณสุข ผู้ประกอบการตลาดมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของโครงการฯ ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจต่อด้านกระบวนการ และขั้นตอนการดำเนินงาน และด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการในระดับมาก และมีความพึงพอใจต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการตลาดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและผู้ประกอบการตลาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยคะแนนระดับความพึงพอใจสูงที่สุด และผู้ประกอบการตลาดที่แยกตามภูมิภาคที่ตั้งของตลาดที่แตกต่างกันและประเภทของผู้ประกอบการตลาดที่แตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคะแนนระดับ

ความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ส่วนลักษณะการประกอบการที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยคะแนนระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้ประกอบการตลาดส่วนมากทราบว่าตลาดของตนเองไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ซึ่งแสดงว่าเจ้าหน้าที่ในพื้นที่มาประเมินและแจ้งผลการประเมินให้ผู้ประกอบการทราบแล้ว สาเหตุหรือสภาพปัญหาที่ทำให้ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ได้แก่ โครงสร้างของตลาดที่เก่าและชำรุด มีข้อจำกัดในด้านขนาดพื้นที่ของตลาด ข้อจำกัดในด้านที่ตั้ง และข้อจำกัดในด้านกรรมสิทธิ์ในที่ดิน

ผู้ประกอบการตลาดส่วนมากยังต้องการได้รับการรับรองตามโครงการตลาดสดน่าซื้อ เหตุผลเพราะต้องการให้ตลาดของตนเองสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ต้องการได้รับการรับรองจากทางราชการ และต้องการพัฒนาเพื่อผู้บริโภคจะได้มีตลาดที่สะอาดปลอดภัยใช้บริการ สำหรับผู้ประกอบการที่ไม่ต้องการได้รับการรับรองนั้นมีเหตุผลเพราะกลัวไม่คุ้มค่ากับการลงทุน เพราะไม่แน่ใจว่าหากได้รับการรับรองตามโครงการตลาดสดน่าซื้อแล้วจะสามารถช่วยทำให้การประกอบการดีขึ้น และสภาพของตลาดไม่สามารถปรับปรุงได้ ตลาดร้อยละ 45.1 มีแผนในการพัฒนาตลาด โดยเป็นแผนในการปรับปรุงพื้นที่ตลาด การทำ/ปรับปรุงแผงขายของใหม่ ทำหลังคา/กันสาด ทำรางระบายน้ำ อบรมผู้ขายของในตลาด และทำห้องน้ำห้องส้วม

อุปสรรคในการพัฒนาตลาดส่วนใหญ่ขาดงบประมาณในการปรับปรุงตลาด รองลงมาขาดความร่วมมือของผู้ขายของในตลาด และมีตลาดนัดมาก ไม่มีคนมาใช้บริการตลาด ส่วนสิ่งที่ผู้ประกอบการตลาดต้องการจากภาครัฐในการพัฒนาตลาด คือต้องการให้ภาครัฐดำเนินการควบคุมตลาดนัด และต้องการให้ภาครัฐแนะนำทางวิชาการในการพัฒนาตลาด

ฤทธิชัย บุญธรรม และวิไลลักษณ์ เรืองสม (2562) ได้ศึกษารูปแบบการบริหารงานแบบ 7s framework กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ข้อสรุปว่าแนวคิดของ 7's McKinsey เรื่อง 7s framework model สามารถนำไปใช้เป็นองค์ประกอบของทีมงานหรือโครงการได้เป็นอย่างดี เป็นตัวส่งเสริมซึ่งกันและกัน ส่งผลให้องค์กรมีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ และเป็นปัจจัยหลักในการสร้างองค์กรสู่ความเป็นเลิศ การบริหารราชการให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว จำเป็นต้องมีเกณฑ์การประเมินกระบวนการทำงานและผลการปฏิบัติงานที่ยอมรับกันทั่วไป

อิชิรินทร์ ปัญญายุทธศักดิ์ (2564) อภิปรายผลการศึกษาเรื่องปัจจัยตามหลักแนวคิด 7S ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลเมืองสหัสขันธ์ พบว่า จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของ ปัจจัยด้านการบริหาร 7S โดยเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. กลยุทธ์องค์กรการ มีระดับการปฏิบัติมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก องค์กรให้ความสำคัญ โดยมีการจัดให้ความสามารถภายในองค์กร เน้นการมีส่วนร่วมภายในองค์กร มีการกำหนดกิจกรรม หรือขอบเขตการปฏิบัติงานที่ชัดเจน กลยุทธ์ขององค์กรสามารถตอบสนองความ

ต้องการของประชาชนได้ ซึ่งจากผลของการวิจัยแสดงให้เห็นได้ว่า องค์การมีการวางแผนกลยุทธ์ องค์การ มีการกำหนดทิศทางการดำเนินงาน ทำให้การดำเนินงานเป็นประสิทธิผล มีการบริหารจัดการที่ดี

2. บุคลากร อยู่ในการปฏิบัติระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในระบบการทำงาน เจ้าหน้าที่ที่มีความรับผิดชอบและมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน และให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส การรับสมัครบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้อย่างเท่าเทียมกันทั้งบุคลากรภายในและประชาชนทั่วไปให้ตรงกับตำแหน่ง ลักษณะงาน ในการรับสมัครงาน เพื่อการดำเนินงานของเทศบาลสามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์

3. โครงสร้างขององค์การอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากโครงสร้างองค์การเป็นโครงสร้างมีการแบ่งโครงสร้างองค์การและขั้นตอนที่ชัดเจน อาจส่งผลกระทบต่อระบบการปฏิบัติงาน เป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการทำงาน ไม่สามารถข้ามกระบวนการหรือข้ามขั้นตอนการทำงานได้ และเกิดการล่าช้าของงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลโดยรวมในเรื่องของการทำงาน ในโครงสร้างองค์การเทศบาลไม่สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของโครงสร้างองค์การ ดังนั้น สิ่งที่จะทำการดำเนินงานมีประสิทธิผลเจ้าหน้าที่จะต้องมีระบบการทำงานหรือกระบวนการทำงานในขั้นตอนต่างๆ โดยอาศัยการทำงานเป็นทีมและรูปแบบการทำงานแบบแนวนอนมากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิผลการทำงาน และให้เกิดความรวดเร็วยิ่งขึ้น

รัฐภากรณ์ หงส์ภักดี (2562) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนโยบายนโยบายการให้บริการแบบศูนย์บริหารราชการ ฌับไวยโสสะอาด กรณีศึกษาสำนักงานเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณที่เพียงพอ ย่อมส่งผลให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของนโยบายได้

วีระศักดิ์ โรจนาศรีรัตน์ (ม.ป.ป.) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายชมรมตลาดสด นำซื้อ กลุ่มภาคกลางตะวันตก กับการพัฒนาตลาดในโครงการตลาดสด นำซื้อ เขตสุขภาพที่ 5 จากการศึกษาพบว่า การจัดตั้งภาคีเครือข่ายมีการดำเนินงานเป็นลำดับขั้นตอนคือ การเตรียมความพร้อมให้แก่สมาชิกด้วยการจัดประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานตลาดสด นำซื้อต้นแบบ การจัดตั้งภาคีเครือข่ายซึ่งสมาชิกร่วมตัดสินใจอย่างอิสระ โดยมีหน่วยงานราชการเป็นที่ปรึกษา การเคลื่อนไหวของภาคีเครือข่ายมีกิจกรรมส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา ให้ความสำคัญกับการประชุมสัญจรไปยังทุกจังหวัดในเขตสุขภาพที่ 5 ภาคีเครือข่ายมีแนวโน้มความเข้มแข็งในทางที่ดี มีผู้นำที่มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีคณะกรรมการและสมาชิกที่ให้ความร่วมมือ ส่วนเจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และศูนย์อนามัยที่ 5 ราชบุรี ได้ติดตามรับรู้กิจกรรมของภาคีเครือข่าย เช่น กิจกรรมสาธารณสุขประโยชน์ กิจกรรมที่สนองนโยบายของทางราชการ

การมีกิจกรรมที่หลากหลายส่งผลให้สมาชิกมีความตื่นตัวในการพัฒนาตลาดอย่างต่อเนื่อง ในภาพรวมภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมในระดับมาก และมีส่วนร่วมในการประเมินมาตรฐานตลาดร่วมกับหน่วยงานราชการในรูปแบบใหม่ ช่วยให้เกิดการพัฒนาตลาด โดยเฉพาะตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสด นำชื่อ 9 แห่ง มีการพัฒนาจนผ่านเกณฑ์ตลาดสด นำชื่อ เพิ่มขึ้น 1 แห่ง ร้อยละ 11.1 เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาตลาดโดยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง ได้รูปแบบการพัฒนาตลาดที่นำไปใช้ประโยชน์กับตลาดแห่งอื่นได้

ณัฐริกา โอระนำ (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการจัดการ 7s แมคคินซีที่มีผลต่อการเป็นตลาดสดนำชื่อของเทศบาลเมืองมหาสารคาม ซึ่งพบว่า ปัจจัยการจัดการ 7's แมคคินซี มีความสัมพันธ์กับการเป็นตลาดสดนำชื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เจนจิรา สีดาจิตร และอุไรวรรณ อินทร์ม่วง (2556) ได้ศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานตลาดสดนำชื่อในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำชื่อ : กรณีศึกษา ตลาดสดในพื้นที่จังหวัดเลย พบว่า การพัฒนาจะต้องมีความเข้าใจร่วมกัน โดยเฉพาะผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ รวมถึงการกำหนดกฎเกณฑ์ที่จะต้องไปในทิศทางเดียวกัน นโยบายที่ชัดเจน และมีการบูรณาการงานร่วมกัน

นันท์วัฒน์ พรเลิศกชกร, กานต์จิรา ลิ้มศิริจง และบุรินทร์ สันติสาส์น (2565) ได้ศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซีที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซีส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ด้านค่านิยมร่วม ทักษะ และระบบสามารถพยากรณ์การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทางกลับกันด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง รูปแบบการบริหาร และพนักงาน ไม่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย

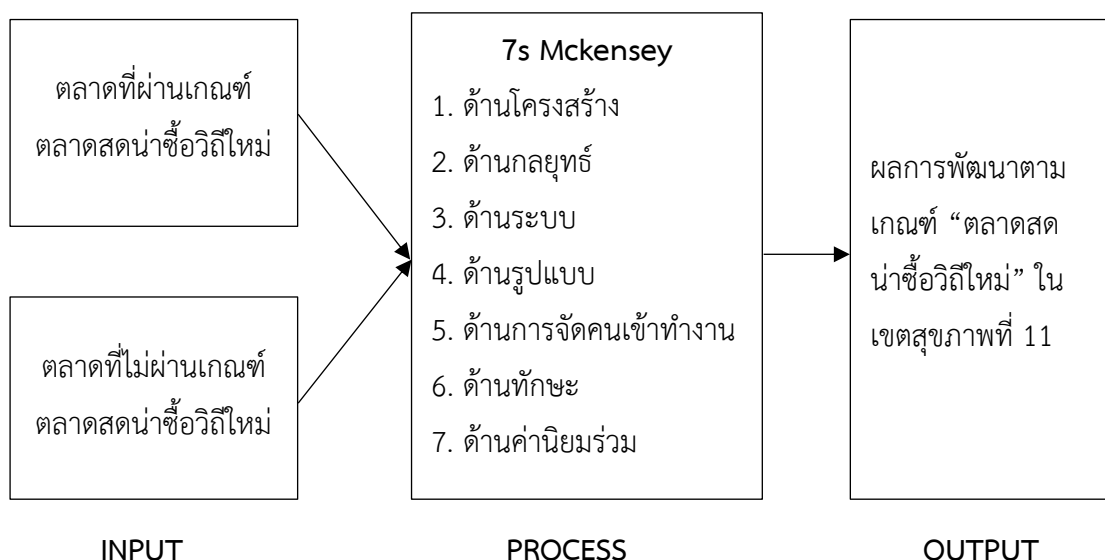
บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรือการศึกษาแบบผสมวิธี (mixed Method research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 และเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 รวมถึงจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11

3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการศึกษารูปแบบการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของกรมอนามัย โดยใช้แนวคิดการจัดการ 7s McKinsey มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ประกอบด้วย 1) ด้านโครงสร้าง 2) ด้านกลยุทธ์ 3) ด้านระบบ 4) ด้านรูปแบบ 5) ด้านการจัดคนเข้าทำงาน 6) ด้านทักษะ และ 7) ด้านค่านิยมร่วม ดังภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.2 รูปแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed method research)

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

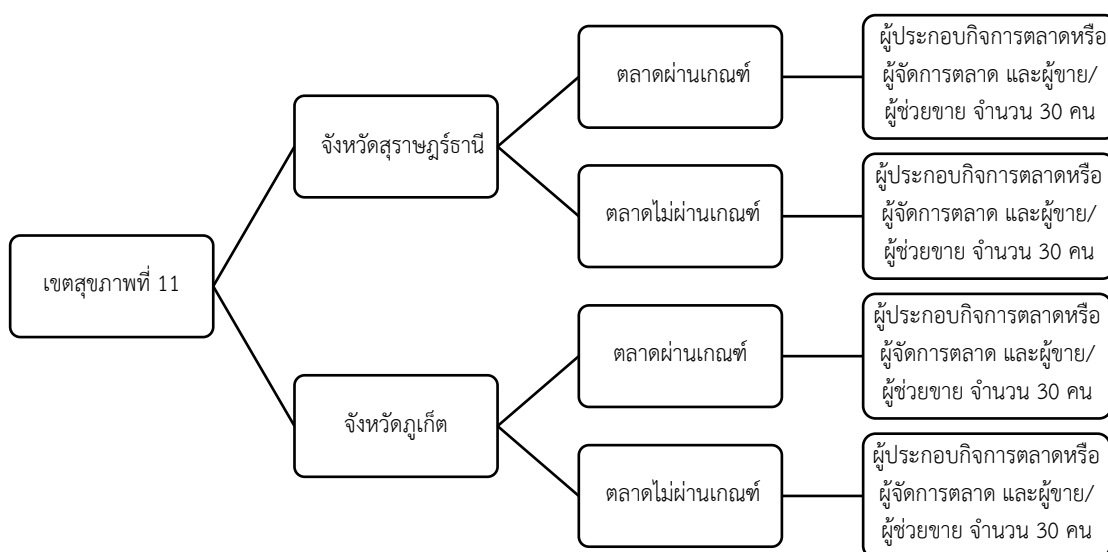
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ตลาดสดประเภท 1 ในเขตสุขภาพที่ 11 ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 – มีนาคม พ.ศ. 2566 ทั้งหมด จำนวน 29 แห่ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 ได้แก่ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในเขตจังหวัดภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี โดยกำหนดขนาดและสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มอย่างง่าย โดยการจับฉลากจังหวัดท่องเที่ยวในเขตสุขภาพที่ 11 ฝั่งอ่าวไทย จำนวน 1 จังหวัด และจังหวัดท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน 1 จังหวัด รวม 2 จังหวัด ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของกรมอนามัย ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขั้นที่ 2 สุ่มแบบโควตา (Quota sampling) สุ่มตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จังหวัดละ 1 แห่ง และเลือกตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จังหวัดละ 1 แห่ง รวมตลาดสด 4 แห่ง

ขั้นที่ 3 สุ่มอย่างง่าย ผู้ให้ข้อมูลปัจจัยด้านการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power (Faul et al., 2007) สำหรับการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากค่าขนาดอิทธิพล (Effect size) จากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2 กลุ่มจากการศึกษานำร่อง (Pilot study) ขนาดอิทธิพลที่คำนวณได้เท่ากับ 1.11 จึงใช้ขนาดอิทธิพล (Effect size) 0.8 มาประมาณขนาดตัวอย่าง กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (α) อำนาจการทดสอบ (Power) 0.95 ได้ขนาดตัวอย่าง กลุ่มละ 42 คน เพื่อป้องกันการสูญหายของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม เท่ากับ 60 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จังหวัดละ 60 คน แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากตลาดที่ผ่านเกณฑ์เท่ากับ 30 คน และกลุ่มตัวอย่างจากตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ เท่ากับ 30 คน ดังภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

1. เป็นผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาด หรือเป็นผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดที่ทำการศึกษา

2. เป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้

กำหนดเกณฑ์ในการคัดออก ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุน้อยกว่า 18 ปี

2. เป็นผู้มีความผิดปกติ ด้านการฟัง การพูด และการสื่อสาร

กลุ่มเป้าหมายในการให้ข้อมูลข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากจังหวัดสุราษฎร์ธานี และภูเก็ต จังหวัดละ 4 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน ได้แก่ นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดหรือผู้แทน สาธารณสุขอำเภอหรือผู้แทน ตัวแทนคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนในการพัฒนาตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และผู้ประกอบการตลาดสดหรือผู้แทน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 โครงสร้างของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (Interview) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวทางในการจัดทำจากการศึกษาข้อมูลเอกสาร แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

3.4.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นการถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ (1) เพศ (2) อายุ (3) ศาสนา (4) ระดับการศึกษา (5) การอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารสำหรับผู้ประกอบกิจการหรือผู้สัมผัสอาหาร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยด้านการจัดการตามกรอบแนวคิด 7s McKinsey 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านรูปแบบ ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม เป็นคำถามปลายปิด โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าตามแบบลิเคิร์ต (Likert scale) จำนวน 35 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดค่าคะแนน ดังนี้

คำตอบ	คะแนน
มากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
มาก	ให้ 4 คะแนน
ปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
น้อย	ให้ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การประเมินการวัดออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้สูตร(ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์, 2543)

$$\begin{aligned}\text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้นที่ต้องการ}} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

แบ่งเป็นระดับคะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง มีระดับปัจจัยด้านการจัดการมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง มีระดับปัจจัยด้านการจัดการมาก

ระดับคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง มีระดับปัจจัยด้านการจัดการปานกลาง

ระดับคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง มีระดับปัจจัยด้านการจัดการน้อย

ระดับคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง มีระดับปัจจัยด้านการจัดการน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

3.4.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จำนวน 8 ข้อ เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

3.4.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.4.2.1 เครื่องมือเชิงปริมาณ

1. ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเที่ยงตรง เสนอผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ 2 ท่าน และนักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ 1 ท่าน ซึ่งปฏิบัติงานประจำศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจน และมีความเหมาะสมในการใช้ภาษาของคำถามในแต่ละข้อ ว่าตรงตามจุดหมายของการศึกษาครั้งนี้หรือไม่ และหาค่าความสอดคล้อง IOC (Index of Item-object Congruence) โดยใช้สูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ความสอดคล้องแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อหาค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญ

กำหนดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ค่า +1 หมายถึง มีความสำคัญแบบสอบถามสอดคล้องกับ

เนื้อหา

ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าแบบสอบถามสอดคล้องกับเนื้อหา

ค่า -1 หมายถึง แบบสอบถามไม่ได้สอดคล้องกับเนื้อหาเลย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5-1

จึงถือว่ามีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในปัจจัยแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และได้ค่า IOC = 0.73

2. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข

3. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาด และผู้ค้าในตลาดสด อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย จำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของ Cronbach (อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล, 2561) แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยด้านการจัดการ ตามกรอบแนวคิด 7s McKinsey มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.92

3.4.3 เครื่องมือเชิงคุณภาพ

สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยประเด็นคำถาม ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้อง และนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ของศูนย์อนามัยที่ 11 ได้แก่ นักวิชาการสาธารณสุข กลุ่มพัฒนาอนามัยสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 ท่าน และพิจารณาคำตอบของข้อคำถามและปรับปรุงข้อคำถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์

3.5 ข้อพิจารณาด้านจริยธรรม

งานวิจัยฉบับนี้ ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการวิจัยและพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครศรีธรรมราช โครงการวิจัยที่ Exc-04/2566 รับรองวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ.2566 – 22 มีนาคม พ.ศ. 2567

3.6 การรวบรวมข้อมูล

3.6.1 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

3.5.1.1 ผู้วิจัยประสานงานกับผู้บริหารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี/หัวหน้ากลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี/ผู้รับผิดชอบงานตลาด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี เทศบาลนครภูเก็ต เทศบาลเมืองกะทู้ และเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และเพื่อขออนุญาตผู้จัดการตลาดของแต่ละแห่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1.2 ผู้วิจัยนัดหมายผู้จัดการตลาดแต่ละแห่งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด และขอความร่วมมือใน

การตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย ที่สุ่มได้เป็นรายบุคคลเพื่อให้ตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงโดยมีอิสระในการตอบแบบสอบถาม

3.5.1.3 ตรวจสอบความสมบูรณ์เรียงร้อยของคำตอบในแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกฉบับ

3.6.2 การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีขั้นตอนดังนี้

3.5.2.1 ผู้วิจัยประสานงานกับผู้บริหารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี/หัวหน้ากลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี/ผู้รับผิดชอบงานตลาด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี ผู้บริหารเทศบาลนครภูเก็ต ผู้บริหารเทศบาลเมืองกะทู้ ผู้บริหารเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ผู้ประกอบการตลาด และผู้จัดการตลาด เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และนัดหมาย วัน เวลา และช่องทางในการสัมภาษณ์

3.5.2.2 ผู้วิจัยใช้คำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ซึ่งจะเป็นการสร้างแนวข้อคำถามไว้ล่วงหน้า เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 8 คน โดยเป็นการสัมภาษณ์เดี่ยว ในระหว่างวันที่ 18 – 29 เมษายน พ.ศ. 2566 เป็นเวลา 30 – 45 นาทีต่อคน

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วนมาวิเคราะห์ผลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมทางสถิติใช้สถิติสำหรับการศึกษาดังนี้

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล และผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน

สถิติเชิงอนุมาน ใช้สถิติ Independent t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยการจัดการระหว่างตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

3.7.3 การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน้ำซึ่ววิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน้ำซึ่ววิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ 11 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยนำเสนอข้อมูล แบ่งเป็น

4.1 ข้อมูลทั่วไป

4.2 ผลการพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่ เขตสุขภาพที่ 11

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

4.5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

4.6 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11

4.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบกิจการตลาด หรือผู้จัดการตลาด หรือผู้ขายหรือผู้ช่วยขายในตลาดสดพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 จากตลาดสดที่ผ่าน เกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 60 ตัวอย่าง และจากตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 60 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่ 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 และส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการอบรมเข้ารับการอบรมหลักสูตรสุขภาพโภชนาการสำหรับผู้ประกอบกิจการ หรือผู้สัมผัสอาหาร ร้อยละ 70.00 ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการตลาดหรือผู้จัดการตลาด หรือผู้ขายหรือผู้ช่วยขายในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11

ข้อมูลทั่วไป		ตลาดสดผ่านเกณฑ์		ตลาดสดไม่ผ่านเกณฑ์	
		n=60		n=60	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ					
	ชาย	17	28.33	11	18.33
	หญิง	43	71.67	49	81.67
อายุ					
	15 – 24 ปี	2	3.30	4	6.70
	25 – 34 ปี	3	5.00	20	33.33
	35 – 44 ปี	17	28.33	15	25.00
	45 – 54 ปี	19	31.67	11	18.33
	55 – 64 ปี	14	23.33	6	10.00
	65 – 74 ปี	5	8.33	4	6.67
ศาสนา					
	พุทธ	55	91.67	54	90.00
	อิสลาม	5	8.33	6	10.00

ตารางที่ 4.1 จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการตลาดหรือผู้จัดการตลาด หรือผู้ขายหรือผู้ช่วยขายในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ตลาดสดผ่านเกณฑ์		ตลาดสดไม่ผ่านเกณฑ์	
	n=60		n=60	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา				
ประถมศึกษา	12	20.00	9	15.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	13.33	5	8.33
มัธยมศึกษาตอนปลาย	8	13.33	18	30.00
ปวช. / ปวส.	14	23.33	10	16.67
ปริญญาตรี	16	26.67	16	26.67
อื่นๆ	2	3.30	2	3.30
การอบรมหลักสูตรสุขภาพอาหาร				
ไม่เคยเข้ารับการอบรม	48	80.00	42	70.00
เคยอบรมระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี	9	15.00	14	23.33
เคยอบรมระยะเวลาเกิน 3 ปี	3	5.00	4	6.67

4.2 ผลการพัฒนาลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่เขตสุขภาพที่11

4.2.1 ผลการพัฒนาลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่เขตสุขภาพที่11

ผลการพัฒนาลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่เขตสุขภาพที่11 พบว่า มีตลาดสดเข้าร่วมโครงการพัฒนาลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ จำนวน 29 แห่ง ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ร้อยละ 55.17 มีตลาดสดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ร้อยละ 44.83 ดังตารางที่ 4.2

ตาราง 4.2 จำนวน ร้อยละ ผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 ตามเกณฑ์มาตรฐาน
ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ กรมอนามัย $n = 29$

ผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่	จำนวน	ร้อยละ
ตลาดผ่านเกณฑ์	16	55.17
ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์	13	44.83
รวม	29	100.00

4.2.2 ผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 ในกลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์ จำแนกรายด้าน ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 ในกลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์จำแนกรายด้านตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ตลาดมีผลการดำเนินงานผ่านเกณฑ์ ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ ด้านที่ 3 ความปลอดภัยอาหาร ร้อยละ 87.50 และพบว่า ตลาดมีผลการดำเนินงานไม่ผ่านเกณฑ์ ด้านที่ 2 สุขอนามัยส่วนบุคคลมากที่สุด ร้อยละ 31.25 รองลงมาคือ ด้านที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 25 ดังตารางที่ 4.3

ตาราง 4.3 จำนวน ร้อยละ ผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 ในกลุ่มตลาด
ที่ผ่านเกณฑ์ จำแนกรายด้าน ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ กรมอนามัย $n = 16$

มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่	ผลการดำเนินงาน				รวม
	ตลาดผ่านเกณฑ์		ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	(แห่ง)		(แห่ง)		
ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อม	16	100.00	0	0.00	16
ด้านที่ 2 สุขอนามัยส่วนบุคคล	11	68.75	5	31.25	16
ด้านที่ 3 ความปลอดภัยอาหาร	14	87.50	2	12.50	16
ด้านที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภค	12	75.00	4	25.00	16

4.2.3 ผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่เขตสุขภาพที่ 11 ในกลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ จำแนกรายด้าน ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

ผลการวิเคราะห์การพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 ในกลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์จำแนกรายด้านตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ตลาดมีผลการดำเนินงานผ่านเกณฑ์ ด้านที่ 3 ความปลอดภัยอาหาร และด้านที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 76.92 และพบว่าส่วนใหญ่ตลาดจะมีผลการดำเนินงานไม่ผ่านเกณฑ์ ด้านที่ 1 สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ ด้านที่ 2 สุขอนามัยส่วนบุคคล ร้อยละ 61.54 ดังตารางที่ 4.4

ตาราง 4.4 จำนวน ร้อยละ ผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 ในกลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ จำแนกรายด้าน ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ กรมอนามัย n = 13

มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	ผลการดำเนินงาน				รวม
	ตลาดผ่านเกณฑ์		ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
	(แห่ง)		(แห่ง)		
ด้านที่ 1 สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม	0	00.00	13	100.00	13
ด้านที่ 2 สุขอนามัยส่วนบุคคล	5	38.46	8	61.54	13
ด้านที่ 3 ความปลอดภัยอาหาร	10	76.92	3	23.08	13
ด้านที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภค	10	76.92	3	23.08	13

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

4.3.1 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวม และจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวม และจำแนกรายด้าน พบว่า ตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ มีระดับการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ด้านรูปแบบ อยู่ในระดับมาก

ที่สุด ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.55) รองลงมาคือ ด้านระบบ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15, S.D. = 0.64) และ ด้านค่านิยมร่วม ($\bar{X}$ = 4.15, S.D. = 0.52) ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวม และจำแนกรายด้าน

ปัจจัยการจัดการของตลาดสด ในเขตสุขภาพที่ 11	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัยการจัดการ
1.ด้านโครงสร้าง	4.13	0.53	มาก
2. ด้านกลยุทธ์	4.03	0.51	มาก
3. ด้านระบบ	4.15	0.64	มาก
4. ด้านรูปแบบ	4.24	0.55	มากที่สุด
5. ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน	3.95	0.59	มาก
6. ด้านทักษะ	3.97	0.59	มาก
7. ด้านค่านิยมร่วม	4.15	0.52	มาก
ภาพรวม	4.09	0.45	มาก

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำนวน 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านรูปแบบ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม จำแนกรายข้อ พบว่า ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านโครงสร้าง คือ มีการแบ่งหน้าที่ตามตำแหน่งต่าง ๆ ในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่อย่างชัดเจน ($\bar{X}$ = 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) และด้านค่านิยมร่วม คือ สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = 0.62) ดังตารางที่ 4.6

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	จัดการของตลาดสด							
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านโครงสร้าง								
1 มีการแบ่งสายบังคับ บัญชาที่ทำให้เจ้าหน้าที่ ของตลาดปฏิบัติงานได้ อย่างคล่องตัว	0 (0.0)	2 (3.3)	7 (11.7)	34 (56.7)	17 (28.3)	4.10	0.73	มาก
2 มีการแบ่งหน้าที่ตาม ตำแหน่งต่างๆในการ พัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถี ใหม่ อย่างชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (5.0)	39 (65.0)	18 (30.0)	4.25	0.54	มากที่สุด
3 ความสัมพันธ์ของ เจ้าหน้าที่แต่ละตำแหน่ง เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (16.7)	35 (58.3)	15 (25.0)	4.08	0.65	มาก
4 หัวหน้างานแต่ละ ตำแหน่งมีการให้ คำแนะนำและช่วยเหลือ ทีมงานในการพัฒนา ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (18.3)	34 (56.7)	21 (35.0)	4.07	0.66	มาก
5 ผู้ประกอบกิจการตลาด สด(เจ้าของ)สามารถ ตัดสินใจในการพัฒนา ตลาดนำซื้อวิถีใหม่ได้ อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	0 (0.0)	3 (5.0)	5 (8.3)	31 (54.7)	21 (35.0)	4.17	0.78	มาก

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่		จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ จัดการของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
		ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านกลยุทธ์									
1	มีการพัฒนาตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่ในรูปแบบ คณะกรรมการพัฒนา ตลาด	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (5.0)	32 (53.3)	25 (41.7)	4.37	0.58	มาก ที่สุด
2	เปิดโอกาสให้ผู้ขายได้มี ส่วนร่วมในการพัฒนา ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	18 (30.0)	13 (21.7)	1 (1.7)	14 (23.3)	14 (23.3)	2.88	1.62	ปาน กลาง
3	มีการตรวจสอบ มาตรฐานสินค้า	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (5.0)	34 (56.7)	23 (38.3)	4.33	0.57	มาก ที่สุด
4	มีการปรับปรุง สภาพแวดล้อมให้ สวยงาม	0 (0.0)	1 (1.7)	1 (1.7)	28 (46.7)	30 (50.0)	4.45	0.62	มาก ที่สุด
5	มีการสื่อสารความรู้ ให้กับผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย อย่างต่อเนื่อง	1 (1.7)	1 (1.7)	5 (8.3)	35 (58.3)	18 (30.0)	4.13	0.77	มาก

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ จัดการของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านระบบ								
1 การจัดตั้งระบบการ ทำงานที่เหมาะสม	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (18.3)	32 (53.3)	17 (28.3)	4.10	0.68	มาก
2 เจ้าหน้าที่ตลาดปฏิบัติ งานด้วยความยุติธรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (16.7)	29 (48.3)	21 (35.0)	4.18	0.70	มาก
3 ตลาดมีการแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบของ เจ้าหน้าที่ตลาดอย่าง เหมาะสม	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (20.0)	28 (46.7)	20 (33.3)	4.13	0.72	มาก
4 มีการวางแผนการ ปฏิบัติงานที่ชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (21.7)	24 (40.0)	23 (38.3)	4.17	0.76	มาก
5 เจ้าหน้าที่ของตลาดมี ความสามัคคีกันในการ ปฏิบัติงาน	0 (0.0)	0 (0.0)	11 (18.3)	28 (46.7)	21 (35.0)	4.17	0.72	มาก

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ จัดการของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
	ด้านรูปแบบ							
1 มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการพัฒนา ตลาดในการดำเนินงาน พัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถี ใหม่	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (16.7)	29 (48.3)	21 (35.0)	4.18	0.70	มาก
2 มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ การพัฒนาตลาดสดนำ ซื้อวิถีใหม่ที่ชัดเจน	0 (0.0)	2 (3.3)	7 (11.7)	34 (56.7)	17 (28.3)	4.10	0.73	มาก
3 มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เข้ามากำกับดูแล สุขลักษณะตลาด และให้ ความรู้ในการพัฒนา ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่แก่ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และ ประชาชนทั่วไป	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (6.7)	37 (61.7)	19 (31.7)	4.25	0.57	มากที่สุด
4 ผู้ขายในตลาดจำหน่าย สินค้าที่มีคุณภาพ	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (8.3)	28 (46.7)	27 (45.0)	4.37	0.64	มากที่สุด
5 มีเจ้าหน้าที่ดูแล สิ่งแวดล้อมของตลาด	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (13.3)	27 (45.0)	25 (41.7)	4.28	0.69	มากที่สุด

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาด สดนำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการจัดการ ของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านการจัดบุคลากรเข้า ทำงาน								
1 มีการแต่งตั้งบุคคลที่ เหมาะสมเป็น คณะกรรมการพัฒนา ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่	18 (30.0)	12 (20.0)	5 (8.3)	13 (21.7)	12 (20.0)	2.82	1.57	ปาน กลาง
2 บุคลากรที่ดูแลตลาด มีจำนวนเพียงพอ	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (15.0)	33 (55.0)	18 (30.0)	4.15	0.67	มาก
3 มีเจ้าหน้าที่ดูแล ห้องน้ำเพียงพอ	1 (1.7)	1 (1.7)	8 (13.3)	23 (38.3)	27 (45.0)	4.23	0.87	มาก ที่สุด
4 เจ้าหน้าที่ตลาดเข้ามา ดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วทันใจ	0 (0.0)	2 (3.3)	7 (11.7)	24 (40.0)	27 (45.0)	4.27	0.80	มาก ที่สุด
5 มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้าน การจราจรของตลาด	0 (0.0)	1 (1.7)	7 (11.7)	25 (41.7)	27 (45.0)	4.30	0.43	มาก ที่สุด

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	จัดการของตลาดสด							
	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย			
	อย่าง ยิ่ง				อย่างยิ่ง			
ด้านทักษะ								
1 คณะกรรมการพัฒนา ตลาดมีความเข้าใจในการ พัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถี ใหม่	0 (0.0)	5 (8.3)	13 (21.7)	29 (48.3)	13 (21.7)	3.83	0.87	มาก
2 ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมี ความเข้าใจในมาตรฐาน ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	0 (0.0)	2 (3.3)	17 (28.3)	23 (38.3)	18 (30.0)	3.95	0.85	มาก
3 เจ้าหน้าที่สาธารณสุขให้ ความรู้และคำแนะนำใน การพัฒนาตลาดนำซื้อวิถี ใหม่แก่ผู้ประกอบการ ตลาด และผู้ขาย/ผู้ช่วย ขาย	0 (0.0)	1 (1.7)	10 (16.7)	34 (56.7)	15 (25.0)	4.05	0.70	มาก
4 เจ้าหน้าที่สาธารณสุข หลากหลายสาขาความ เชี่ยวชาญเข้ามามีบทบาท ในการพัฒนาตลาดให้ได้ มาตรฐานตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่	0 (0.0)	3 (5.0)	14 (23.3)	25 (41.7)	18 (30.0)	3.97	0.86	มาก
5 ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ รับผิดชอบงานตามความ เชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่ การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (16.7)	36 (60.0)	14 (23.3)	4.07	0.63	มาก

ตาราง 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ จัดการของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านค่านิยมร่วม								
1 ตั้งราคาสินค้าในตลาด ด้วยความยุติธรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (11.7)	31 (51.7)	22 (36.7)	4.25	0.65	มาก ที่สุด
2 สินค้าในตลาดเป็นสินค้า คุณภาพ สด สะอาด	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (6.7)	28 (46.7)	28 (46.7)	4.40	0.62	มาก ที่สุด
3 มีการแยกประเภทของ ขยะก่อนนำไปทิ้งทุกครั้ง	0 (0.0)	1 (1.7)	6 (10.0)	33 (55.0)	20 (33.3)	4.20	0.68	มาก
4 มีการประชุม ประจำเดือนของตลาด	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (35.0)	30 (50.0)	9 (15.0)	3.80	0.68	มาก
5 มีการให้ความร่วมมือกับ กิจกรรมต่างๆของตลาด	0 (0.0)	0 (0.0)	12 (20.0)	30 (50.0)	18 (30.0)	4.10	0.71	มาก

4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาด สดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมิน ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวม และจำแนกรายด้าน

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวม และจำแนกรายด้าน พบว่า ตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ มีระดับการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.70, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด

ด้านโครงสร้าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.54) รองลงมาคือ ด้านระบบมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06, S.D. = 0.48) ส่วนระดับความคิดเห็นเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านค่านิยมร่วม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.11, S.D. = 0.42) รองลงมาคือ ด้านทักษะ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.15, S.D. = 0.39) ดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยภาพรวม และจำแนกรายด้าน

ปัจจัยการจัดการของตลาดสด ในเขตสุขภาพที่ 11	$\bar{X}$	S.D.	ระดับปัจจัยการจัดการ
1. ด้านโครงสร้าง	4.13	0.54	มาก
2. ด้านกลยุทธ์	3.55	0.51	มาก
3. ด้านระบบ	4.06	0.48	มาก
4. ด้านรูปแบบ	3.86	0.47	มาก
5. ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน	4.02	0.53	มาก
6. ด้านทักษะ	3.15	0.39	ปานกลาง
7. ด้านค่านิยมร่วม	3.11	0.42	ปานกลาง
ภาพรวม	3.70	0.35	มาก

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านรูปแบบ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม จำแนกรายข้อ พบว่า ปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านโครงสร้าง คือ ผู้ประกอบกิจการตลาดสด (เจ้าของ) สามารถตัดสินใจในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.69) ด้านกลยุทธ์ คือ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.52) ด้านระบบ คือ เจ้าหน้าที่ตลาดปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. = 0.70) ด้านรูปแบบ คือ ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.60) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน คือ เจ้าหน้าที่ตลาดเข้ามาแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว

ทันใจ ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.60) ด้านทักษะ คือ ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี ($\bar{X}$ = 3.98, S.D. = 0.77) และด้านค่านิยมร่วม คือ สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.68) ดังตารางที่ 4.8

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ จัดการของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านโครงสร้าง								
1 มีการแบ่งสายบังคับ บัญชาที่ทำให้เจ้าหน้าที่ ของตลาดปฏิบัติงานได้ อย่างคล่องตัว	0 (0.0)	1 (1.7)	9 (15.0)	33 (55.0)	17 (28.3)	4.10	0.71	มาก ที่สุด
2 มีการแบ่งหน้าที่ตาม ตำแหน่งต่างๆในการ พัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถี ใหม่ อย่างชัดเจน	0 (0.0)	1 (1.7)	6 (10.0)	38 (63.3)	15 (25.0)	4.12	0.64	มาก
3 ความสัมพันธ์ของ เจ้าหน้าที่แต่ละตำแหน่ง เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	0 (0.0)	2 (3.3)	6 (10.0)	33 (55.0)	19 (31.7)	4.15	0.73	มาก
4 หัวหน้างานแต่ละ ตำแหน่งมีการให้ คำแนะนำและช่วยเหลือ ทีมงานในการพัฒนา ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (16.7)	36 (60.0)	14 (23.3)	4.07	0.63	มาก

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาด สดนำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการจัดการ ของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
5 ผู้ประกอบกิจการตลาด สด(เจ้าของ)สามารถ ตัดสินใจในการพัฒนา ตลาดนำซื้อวิถีใหม่ได้ อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (15.0)	29 (48.3)	22 (36.7)	4.22	0.69	มาก
ด้านกลยุทธ์								
1 มีการพัฒนาตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่ใน รูปแบบคณะกรรมการ พัฒนาตลาด	30 (50.0)	17 (28.3)	9 (15.0)	1 (1.7)	3 (5.0)	1.83	1.08	น้อย
2 เปิดโอกาสให้ผู้ขายได้ มีส่วนร่วมในการ พัฒนาตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่	13 (21.0)	9 (15.0)	7 (11.7)	21 (35.0)	10 (16.7)	3.10	1.43	ปาน กลาง
3 มีการตรวจสอบ มาตรฐานสินค้า	0 (0.0)	1 (1.7)	2 (3.3)	40 (66.7)	17 (28.3)	4.22	0.58	มาก ที่สุด
4 มีการปรับปรุง สภาพแวดล้อมให้ สวยงาม	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.7)	37 (61.7)	22 (36.7)	4.35	0.52	มาก ที่สุด
5 มีการสื่อสารความรู้ ให้กับผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย อย่างต่อเนื่อง	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (5.0)	40 (66.7)	17 (28.3)	4.23	0.53	มาก ที่สุด

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ จัดการของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านระบบ								
1 การจัดตั้งระบบการ ทำงานที่เหมาะสม	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (8.3)	45 (75.0)	10 (16.7)	4.10	0.68	มาก
2 เจ้าหน้าที่ตลาด ปฏิบัติงานด้วยความ ยุติธรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (16.7)	37 (61.7)	13 (21.7)	4.18	0.70	มาก
3 ตลาดมีการแบ่งหน้าที่ ความรับผิดชอบของ เจ้าหน้าที่ตลาดอย่าง เหมาะสม	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (15.0)	40 (66.7)	11 (18.3)	4.13	0.72	มาก
4 มีการวางแผนการ ปฏิบัติงานที่ชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (13.3)	41 (68.3)	11 (18.3)	4.17	0.76	มาก
5 เจ้าหน้าที่ของตลาดมี ความสามัคคีกันในการ ปฏิบัติงาน	0 (0.0)	1 (1.7)	7 (11.7)	38 (63.3)	14 (23.3)	4.17	0.72	มาก

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาด สดนำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการจัดการ ของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านรูปแบบ								
1 มีการแต่งตั้ง คณะกรรมการพัฒนา ตลาดในการ ดำเนินงานพัฒนา ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	16 (26.7)	8 (13.3)	6 (10.0)	22 (36.7)	8 (13.3)	2.97	1.46	ปาน กลาง
2 มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ การพัฒนาตลาดสดนำ ซื้อวิถีใหม่ที่ชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (10.0)	46 (76.7)	8 (13.3)	4.03	0.49	มาก
3 มีเจ้าหน้าที่ สาธารณสุขเข้ามา กำกับดูแลสัญลักษณ์ ตลาด และให้ความรู้ ในการพัฒนาตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่แก่ผู้ขาย/ ผู้ช่วยขาย และ ประชาชนทั่วไป	0 (0.0)	1 (1.7)	11 (18.3)	40 (66.7)	8 (13.3)	3.92	0.62	มาก
4 ผู้ขายในตลาด จำหน่ายสินค้าที่มี คุณภาพ	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (8.3)	35 (58.3)	20 (33.3)	4.25	0.60	มาก ที่สุด
5 มีเจ้าหน้าที่ดูแล สิ่งแวดล้อมของตลาด	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (10.0)	41 (68.3)	13 (21.7)	4.12	0.56	มาก

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการ จัดการของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านการจัดบุคลากรเข้า ทำงาน								
1 มีการแต่งตั้งบุคคลที่ เหมาะสมเป็น คณะกรรมการพัฒนา ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	0 (0.0)	1 (1.7)	8 (13.3)	41 (68.3)	10 (16.7)	2.97	1.46	ปาน กลาง
2 บุคลากรที่ดูแลตลาดมี จำนวนเพียงพอ	1 (1.7)	2 (3.3)	13 (21.7)	34 (56.7)	10 (16.7)	4.03	0.49	มาก
3 มีเจ้าหน้าที่ดูแลห้องน้ำ เพียงพอ	0 (0.0)	3 (5.0)	11 (18.3)	31 (51.7)	15 (25.0)	3.92	0.62	มาก
4 เจ้าหน้าที่ตลาดเข้ามา ดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆได้ อย่างรวดเร็วทันใจ	0 (0.0)	1 (1.7)	8 (13.3)	33 (55.0)	18 (30.0)	4.25	0.60	มาก ที่สุด
5 มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก ด้านการจราจร ของตลาด	0 (0.0)	1 (1.7)	6 (10.0)	34 (56.7)	19 (31.7)	4.12	0.56	มาก

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสด นำซื้อวิถีใหม่		จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการจัดการ ของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
		ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านทักษะ									
1	คณะกรรมการพัฒนา ตลาดมีความเข้าใจในการ พัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถี ใหม่	5 (8.3)	43 (71.7)	9 (15.0)	3 (5.0)	0 (0.0)	2.17	0.64	น้อย
2	ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาด มีความเข้าใจในมาตรฐาน ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่	12 (20.0)	40 (66.7)	6 (10.0)	2 (3.3)	0 (0.0)	1.97	0.66	น้อย
3	เจ้าหน้าที่สาธารณสุขให้ ความรู้และคำแนะนำใน การพัฒนาตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่แก่ผู้ประกอบการ กิจการตลาด และผู้ขาย/ ผู้ช่วยขาย	0 (0.0)	4 (6.7)	14 (23.3)	28 (46.7)	14 (23.3)	3.87	0.85	มาก
4	เจ้าหน้าที่สาธารณสุข หลากหลายสาขาความ เชี่ยวชาญเข้ามามีบทบาท ในการพัฒนาตลาดให้ได้ มาตรฐานตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่	0 (0.0)	0 (0.0)	24 (40.0)	26 (43.3)	10 (16.7)	3.77	0.72	มาก
5	ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ รับผิดชอบงานตามความ เชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่ การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี	0 (0.0)	3 (5.0)	9 (15.0)	34 (56.7)	14 (23.3)	3.98	0.77	มาก

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์
มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายข้อ (ต่อ)

ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำ ซื้อวิถีใหม่	จำนวน (ร้อยละ) ระดับปัจจัยการจัดการ ของตลาดสด					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปล ความ
	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง			
ด้านค่านิยมร่วม								
1 ตั้งราคาสินค้าในตลาด ด้วยความยุติธรรม	0 (0.0)	0 (0.0)	17 (28.3)	27 (45.0)	16 (26.7)	3.98	0.75	มาก ที่สุด
2 สินค้าในตลาดเป็นสินค้า คุณภาพ สด สะอาด	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (16.7)	32 (53.3)	18 (30.0)	4.13	0.68	มาก
3 มีการแยกประเภทของ ขยะก่อนนำไปทิ้งทุกครั้ง	16 (26.7)	23 (38.3)	19 (31.7)	1 (1.7)	1 (1.7)	2.13	0.89	มาก
4 มีการประชุมประจำเดือน ของตลาด	46 (76.7)	11 (18.3)	1 (1.7)	1 (1.7)	1 (1.7)	1.33	0.75	น้อย ที่สุด
5 มีการให้ความร่วมมือกับ กิจกรรมต่างๆของตลาด	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (23.3)	34 (56.7)	12 (20.0)	3.97	0.66	มาก

4.5 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

สมมติฐาน ปัจจัยการจัดการ ด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านรูปแบบ ด้าน
การจัดการบุคคลเข้าทำงาน ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม ของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์
ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 มีความแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมิน
ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 พบว่า ปัจจัยการจัดการ ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ
และด้านค่านิยมร่วม ของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขต
สุขภาพที่ 11 มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ($p < 0.05$) ส่วนปัจจัยการจัดการ
ด้านโครงสร้าง ด้านระบบ และด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน ของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์
ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 ไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.9

ตาราง 4.9 เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ ระหว่างตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

ปัจจัยการจัดการ ตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่	ตลาดผ่านเกณฑ์			ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์			t	p-value	95%CI
	(n1= 60)			(n2= 60)					
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ			
1. ด้านโครงสร้าง	4.13	0.53	มาก	4.13	0.54	มาก	0.034	0.973	-0.190-0.196
2. ด้านกลยุทธ์	4.03	0.51	มาก	3.55	0.51	มาก	5.197	<0.001	0.301-0.672
3. ด้านระบบ	4.15	0.64	มาก	4.06	0.48	มาก	0.873	0.384	-0.114-0.294
4. ด้านรูปแบบ	4.24	0.55	มากที่สุด	3.86	0.47	มาก	4.071	<0.001	0.195-0.565
5. ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน	3.95	0.59	มาก	4.02	0.53	มาก	0.684	0.495	-0.273-0.133
6. ด้านทักษะ	3.97	0.59	มาก	3.15	0.39	ปานกลาง	8.979	<0.001	0.641-1.005
7. ด้านค่านิยมร่วม	4.15	0.52	มาก	3.11	0.42	ปานกลาง	12.079	<0.001	0.869-1.210
ภาพรวม	4.09	0.45	มาก	3.70	0.35	มาก	5.325	<0.001	0.247-0.539

*p-value<0.05

4.6 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11

4.6.1 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11

จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เขตสุขภาพที่ 11 สามารถสรุปข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ได้ดังนี้

4.6.1.1 ด้านนโยบาย

หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีนโยบายและมาตรการส่งเสริมให้มีชมรมผู้ประกอบการตลาด ชมรมผู้ขายของในตลาด รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ให้เข้มแข็งและต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรกำหนดเป็นนโยบายให้มีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดีในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า พร้อมดำเนินนโยบายตามที่กรมอนามัยให้แนวทางมา และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“เรามีนโยบายที่จะพัฒนาตลาดสดในเขตรับผิดชอบของเราอยู่แล้ว นอกจากจะเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ของเราได้มีแหล่งซื้อหาวัตถุดิบในการทำอาหารที่มีคุณภาพแล้วเรากำลังมองว่าตลาดถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของพื้นที่เรา เพราะนักท่องเที่ยวเวลามาเที่ยวในจังหวัดเราแล้วเขาก็จะมาซื้อของกินของใช้ในตลาดด้วย เราจึงอยากพัฒนาให้ตลาดของเรากลายเป็นจุดเช็คอินที่หากใครมาก็ต้องแวะมาซื้อของที่ตลาดของเรา แล้วมีการถ่ายรูปหรือวีวอลงในสื่อออนไลน์ออกไป เราอยากให้ภาพพวกนั้นออกมาดูดี ได้มาตรฐาน เป็นระเบียบเรียบร้อย และสวยงาม ช่วยดึงดูดให้คนมองว่าตลาดก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกทางเลือกของพวกเขาด้วย” (MU1)

4.6.1.2 ด้านงบประมาณ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจการตลาดตามกฎหมาย ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาตลาดสดในพื้นที่รับผิดชอบในด้านการพัฒนาสุขาภิบาลของตลาด และการพัฒนาศักยภาพของผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดให้มีสุขลักษณะส่วนบุคคลที่ถูกต้อง เช่น การล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล การตรวจสอบปนเปื้อน การศึกษาดูงานตลาดสดต้นแบบ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า ตั้งงบประมาณไปกับการจัดซื้อน้ำยาเพื่อการล้างตลาด และชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“ในปีหน้าเราคิดที่จะจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่ง จัดกิจกรรมศึกษาดูงานตลาดต้นแบบของพื้นที่อื่นๆ ที่เขาผ่านมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ระดับดีมาก ทางเราคิดว่าให้ทางคณะกรรมการตลาดที่เรารับผิดชอบการพัฒนาตลาด ได้มีโอกาสไปดูตลาดที่ดีๆ สวยๆ เขาจะได้คิดเปรียบเทียบกับตลาดของเขาเอง ว่าเขาจะพัฒนาตลาดที่เป็นที่ทำกินเขาได้อย่างไรบ้าง ในส่วนของ

งบประมาณประจำอื่นๆ เช่นงบการล้างตลาด งบซื้อน้ำยาทำความสะอาดต่างๆ เราก็ตั้งงบประมาณไว้ทุกปีอยู่แล้ว” (MU1)

4.6.1.3 ด้านข้อมูล

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และสำนักงานสาธารณสุขอำเภอควรร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ระบบ Food Handler ของกรมอนามัย ซึ่งเป็นเว็บไซต์ฐานข้อมูลตลาดสดออนไลน์ สำหรับการเก็บข้อมูลและดูข้อมูลการประเมินตนเองและการรับรองมาตรฐานของตลาดได้ในแบบออนไลน์ รวมทั้งสามารถรับสื่อความรู้อิเล็กทรอนิกส์มาปรับใช้กับตลาดของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า รับข้อมูลและสื่อความรู้การพัฒนาตลาดสดนำสื่อวิธีใหม่จากหน่วยงานราชการเท่านั้น และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“ตลาดของเราได้รับการสนับสนุนสื่อต่างๆ จากทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เห็นว่าเป็นแผ่นพับจากกรมอนามัยนะ เราก็เอาไปให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทั้งหมด ส่วนทางเทศบาลเขาก็จะจัดกิจกรรมไปดูงานตลาดที่ดีๆ บ้าง เมื่อหลายปีก่อน นานแล้ว ตอนนั้นเขาก็มีการให้ไวนิลความรู้มาเป็นแผ่นใหญ่ๆ เราก็เอามาซึ่งแล้วให้แม่ค้าดู แล้วก็บอกเขาว่าในไวนิลนี้บอกความรู้อะไร ให้ทำอะไร ยังไง” (MA3)

4.6.1.4 ด้านการพัฒนาบุคลากร

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีหน้าที่ตามกฎหมายในการจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เพื่อให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายมีความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหาร และนำไปพัฒนาแผงค้าอาหารปรุงสำเร็จของตนให้ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า หน่วยงานทุกระดับมีส่วนในการผลักดันการอบรมสุขาภิบาลอาหารสำหรับผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องหลักเกณฑ์ และวิธีการจัดการอบรมผู้ประกอบการกิจการและผู้สัมผัสอาหาร พ.ศ. 2561 และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“หลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างความความรู้ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ประกอบการ รวมถึงผู้ค้า/ผู้ช่วยค้า ถือว่าเป็นบันไดในการพัฒนาตลาดสดนำสื่อวิธีใหม่ ให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของกรมอนามัย แต่ในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นยังต้องเพิ่มความครอบคลุมของการเป็นหน่วยจัดอบรมหลักสูตรนี้ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดต้องผลักดันให้มีการจัดอบรมหลักสูตรผู้สัมผัสอาหารและผู้ประกอบการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มากขึ้น” (PR2)

4.6.1.5 ด้านองค์ความรู้

เรื่องการสุขาภิบาลตลาดสด และเรื่องการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาสื่อทั้งแบบดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเพิ่มความรอบรู้ด้านสุขาภิบาลตลาดสด และสร้างจิตสำนึกร่วมในการพัฒนาตลาดสด ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่าใช้สื่อจากกรมอนามัยที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างความรอบรู้ด้านการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และมีการใช้สื่อออนไลน์ร่วมด้วยแต่ในส่วนของสื่อออนไลน์ยังไม่ได้รับการตอบรับจากผู้ขาย/ผู้ช่วยขายเท่าที่ควร ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาเพราะต้องขายสินค้าไม่ได้สนใจดูความรู้ทางสื่อสังคมออนไลน์ และบางคนมีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยี และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“ตลาดของเราได้รับการสนับสนุนสื่อต่างๆ จากทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด เป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เห็นว่าเป็นแผ่นพับจากกรมอนามัยนะ เราก็ก็นำไปให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทั้งหมด ตอนนี้อย่างไรเขาก็มีการให้ไวนิลความรู้มาเป็นแผ่นใหญ่ๆ เราก็ก็นำมาซึ่งแล้วให้แม่ค้าดู แล้วก็บอกเขาว่าในไวนิลนี้บอกความรู้อะไร ให้ทำอะไรยังงี้” (MA3)

4.6.1.6 ด้านเครื่องมือ/วัสดุ/อุปกรณ์

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบตลาดตามกฎหมายควรจัดเตรียมเครื่องมือ/วัสดุและ/หรืออุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการพัฒนาตลาดสดตามมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของกรมอนามัย ทุกปีงบประมาณ เพื่อใช้ในการสุ่มประเมินมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาและจัดเตรียมเครื่องมือ/วัสดุ/อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ โดยเครื่องมือ/วัสดุ/อุปกรณ์ที่จัดหาหรือจัดเตรียมส่วนใหญ่จะนำมาใช้ในการพัฒนามาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในด้านที่ 3 คือความปลอดภัยอาหาร และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“การเฝ้าระวังความปลอดภัยด้านอาหารเป็นภารกิจประจำของทางเทศบาลอยู่ แล้ว เราได้ทำการจัดหาชุดเฝ้าระวังโคลิฟอร์มแบคทีเรียใช้ทดสอบความปลอดภัยในอาหาร เมื่อผู้สัมผัสและน้ำ รวมทั้งชุดทดสอบสารปนเปื้อน 5 ชนิด (Test Kit) มาใช้ในสถานประกอบการทั้งในตลาดทุกประเภท และร้านอาหาร และให้เจ้าหน้าที่ของเรา ร่วมกับทางสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ ออกพื้นที่ใช้ชุดทดสอบดังกล่าวสุ่มประเมินความปลอดภัยเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้เราก็ก็นำชุดทดสอบสารปนเปื้อน 5 ชนิด จากกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุขสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ร่วมกับทางศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 11 นำรถหน่วยเคลื่อนที่ (Mobile Unit) และเจ้าหน้าที่ พร้อมทั้งชุดทดสอบภาคสนามมาช่วยดำเนินการสุ่มสำรวจตัวอย่างอาหารในพื้นที่รับผิดชอบของเราเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ เราก็ก็นำ “อสม. วิทยาศาสตร์การแพทย์ชุมชน” ซึ่งเป็น อสม. ที่ผ่านการอบรมตามหลักสูตรของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็นกลไกหลักที่ช่วยเราในการเป็นผู้ช่วยเก็บตัวอย่างอาหารส่งตรวจรวมถึงช่วยสนับสนุน

การปฏิบัติงานสุ่มตรวจตัวอย่างอาหารในตลาดทุกแห่งด้วย เท่ากับว่าการสุ่มตรวจสารปนเปื้อนในอาหารเราได้มีการสุ่มตรวจถึงปีละ 2 ครั้งด้วยกัน” (MU2)

4.6.2 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 ของผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 พบว่า หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีนโยบาย จัดสรรงบประมาณ ส่งเสริมให้ใช้ระบบ Food Handler สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชฎาภรณ์ หงส์ภักดี (2562) ซึ่งพบว่า การจัดสรรทรัพยากร และงบประมาณที่เพียงพอ ย่อมส่งผลให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของนโยบายได้ ควรจัดอบรมผู้ประกอบการ พัฒนาสื่อดิจิทัล เพื่อการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการส่งเสริมพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมของตลาดสด และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย โดยคำนึงถึงปัจจัยการจัดการของตลาดสดในการพัฒนาเป็นตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และการสนับสนุนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการจากกระทรวงสาธารณสุข สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายชมรมตลาดสด นำซื้อ กลุ่มภาคกลาง ตะวันตก กับการพัฒนาตลาดในโครงการตลาดสด นำซื้อ เขตสุขภาพที่ 5 ของ วีระศักดิ์ โรจนาศรีรัตน์ (ม.ป.ป.) นอกจากนี้ตลาดสดควรมีการพัฒนาการจัดการภายในตลาดสด ดังนี้ 1) ด้านกลยุทธ์ 2) ด้านรูปแบบ 3) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน 4) ด้านทักษะ และ 5) ด้านค่านิยมร่วม สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐริกา โอระนำ (2556) ซึ่งพบว่า ปัจจัยการจัดการ 7's แม็คคินซี มีความสัมพันธ์กับการเป็นตลาดสดนำซื้อ โดยใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และหน่วยงานภาคีเครือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างใกล้ชิดและเมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นประโยชน์ก็สามารถจะดำเนินกิจกรรม ชนิดนั้นด้วยตนเองต่อไปได้ (Cohen & Uphoff, 1981อ้างถึงใน ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2543)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย ครั้งนี้การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ 2) เปรียบเทียบการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่ 3) จัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาดหรือผู้ค้าในตลาดสด ในเขตสุขภาพที่ 11 ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ระหว่างเดือนตุลาคม 2565 - มีนาคม 2566 คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ จำนวนกลุ่มละ 60 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) สำหรับการจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เลือกผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์ จำนวน 8 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.67-1.00 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ Independent t-test ซึ่งสรุปผลการศึกษาวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ 11 ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 71.67 กลุ่มอายุระหว่าง 45 – 54 ปี ร้อยละ 31.67 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 91.67 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 26.67 และส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการอบรมเข้ารับการอบรมหลักสูตรสุขภาพอาหารสำหรับผู้ประกอบกิจการหรือผู้สัมผัสอาหาร ร้อยละ 80.00 และกลุ่มตัวอย่างในตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 81.67 มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ร้อยละ

33.33 นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 90.00 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมปลาย ร้อยละ 30.00 และส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับการอบรมเข้ารับการอบรมหลักสูตรสุขภาพโภชนาการสำหรับผู้ประกอบกิจการหรือผู้สัมผัสอาหาร ร้อยละ 70.00

5.1.2 ผลการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

ตลาดสดเข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 29 แห่ง ผ่านเกณฑ์ จำนวน 16 แห่ง คิดเป็น ร้อยละ 55.17 ไม่ผ่านเกณฑ์ 13 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 44.83 โดยกลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อม มากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมาคือด้านที่ 3 ความปลอดภัยอาหาร ร้อยละ 87.50 ด้านที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 75.00 และ ด้านที่ 2 สุขอนามัยส่วนบุคคล ร้อยละ 68.75 ตามลำดับ ในส่วนตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ไม่ผ่านเกณฑ์ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อมทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00

5.1.3 ระดับการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

ตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ มีระดับการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 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 ($\bar{X}$ = 3.95, S.D. = 0.59) สำหรับตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ 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) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ระหว่างตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในภาพรวม ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ($p < 0.05$)

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

ผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 พบว่า กลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม มากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยอาหาร ร้อยละ 87.50 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 75.00 และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล ร้อยละ 68.75 ในขณะที่กลุ่มตลาดสดที่มีผลการดำเนินงานที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จะมีผลการดำเนินงานไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่มากที่สุดด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล อธิบายได้ว่า

5.2.1.1 ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตลาดสดผ่านเกณฑ์ สามารถพัฒนาจนผ่านตามมาตรฐานทุกแห่ง ในขณะที่กลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ พัฒนาไม่ผ่านแม้แต่แห่งเดียว เมื่อพิจารณาระดับปัจจัยทางการบริหารตลาดสดนำซื้อในกลุ่มไม่ผ่านเกณฑ์ พบว่า ด้านทักษะ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมีความเข้าใจในมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในระดับน้อย และด้านค่านิยมร่วม มีการแยกประเภทของขยะก่อนนำไปทิ้งในระดับน้อย ประกอบกับด้านกลยุทธ์ พบว่า มีการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในรูปแบบคณะกรรมการพัฒนาตลาด ระดับน้อย รวมถึงด้านค่านิยมร่วม มีการประชุมประจำเดือนของตลาดในระดับน้อยที่สุด ซึ่งไม่พบปัญหาดังกล่าวในกลุ่มตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ ดังนั้นทรัพยากรบุคคลและระบบการบริหารจัดการของตลาดเป็นตัวแปรที่สำคัญในการนำมาซึ่งความสำเร็จต่อการพัฒนามาตรฐานของตลาดสดนำซื้อของกลุ่มตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ โดยประเด็นที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสดในกลุ่มนี้ต้องทำการศึกษาเพิ่มเติมและให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ อาจจะเป็นเพราะว่า กลุ่มตลาดสดไม่ผ่านเกณฑ์ยังมีประเด็นที่ตลาดขาดการบำรุงรักษาตลาด การกำหนดพื้นที่จำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทยังไม่ให้เป็นหมวดหมู่ ไม่มีการจัดทำผังแสดงโซนการจำหน่ายสินค้าที่ทำให้ไม่สามารถจัดการเรื่องความสะอาดไม่ได้ทั่วถึง ไม่ได้จัดที่รองรับมูลฝอยบริเวณภายในห้องส้วมไม่ให้มีฝาปิดมิดชิด ยังและไม่ให้มีสภาพรั่วซึม ด้านผู้ขายทางผู้จัดการตลาดยังไม่ได้จัดทำทะเบียนผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทุกราย ไม่ได้จัดทำทะเบียนรถเร่ ไม่ได้จัดให้มีทำหมายเลขแผง ไม่มีชื่อเจ้าของแผงค้าติดประจำแผง และมองเห็นไม่ชัดเจน รวมทั้งควรจัดระบบให้เจ้าหน้าที่สาธารณสุขเข้ามากำกับดูแลสุขลักษณะตลาด และให้ความรู้ในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่แก่ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไปซึ่งยังคงอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยเสี่ยงที่พบการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จากคลัสเตอร์ตลาดปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ในพื้นที่เทศบาลสุพรรณบุรี ที่พบว่า สภาพตลาดที่เริ่มชำรุด ขาดการบำรุงรักษา และการจัดโซนและ

แผงสินค้าที่ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ไม่สามารถจัดการรักษาความสะอาดของแผง ในการทำความสะอาดอย่างทั่วถึง ทำให้พบผู้ติดเชื้อโรคโควิด-19 จำนวน 19 ราย (อัมพร จันทวิบุรย์ และคณะ 2564)

5.2.1.2 ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล พบว่า ทั้งกลุ่มตลาดผ่านเกณฑ์มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 68.75) ในขณะที่กลุ่มไม่ผ่านเกณฑ์ มีมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 61.54) กลุ่มไม่ผ่านเกณฑ์มีประมาณ 1 ใน 3 ที่ผ่านเกณฑ์ (ร้อยละ 38.46) อาจจะเป็นเพราะว่า สุขอนามัยส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การสร้างสุขวิทยาส่วนบุคคลจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความรอบรู้ ด้านสุขวิทยาส่วนบุคคลในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในขณะที่ผู้ดำเนินการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ได้จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ขายและผู้ช่วยขาย แต่ยังขาดความตระหนักจากผู้ขายและผู้ช่วยขายที่ไม่เข้าอบรม ทำให้ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ แต่ทั้งนี้ผู้ขายยังคงรักษามาตรการการป้องกันโรคโควิด-19 โดยผู้ขายและผู้ช่วยขายล้างมือด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ มีการเว้นระยะห่างระหว่างผู้ขาย/ผู้ช่วยขายและผู้ให้บริการในการเลือกซื้อสินค้าและชำระเงินอย่างน้อย 1 เมตร ดังที่มีผู้ให้ข้อมูลไว้ว่า “เราดำเนินการอบรมผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหารเป็นประจำทุกปี มีผู้ขาย/ผู้ช่วยขายหลายรายที่ปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลได้ดี แต่ก็ยังมีอีกจำนวนหนึ่งที่ยังไม่ได้อบรมตามหลักสูตร ซึ่งเราต้องเร่งพัฒนาต่อไป” สอดคล้องกับการศึกษาของ ลลนา ทองแท้ (2560) ที่พบว่า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลของผู้สัมผัสอาหาร ควรมีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติการเกณฑ์มาตรฐานด้านการสุขาภิบาลอาหาร และควรสร้างความตระหนักแก่ผู้สัมผัสอาหารและผู้ประกอบการให้ทราบถึงหลักการที่ดีในการจัดการสุขวิทยาส่วนบุคคลอย่างต่อเนื่อง ส่วนการศึกษาของ อัมพร จันทวิบุรย์ และคณะ (2564) พบว่า ความเสี่ยงที่ตรงกับสภาพและความเสี่ยงที่เป็นปัจจัยร่วมที่พบในตลาดสดที่มีกรณีการระบาดของโควิด-19 ได้แก่ ความเสี่ยงด้านสุขลักษณะอนามัยส่วนบุคคล

5.2.1.3 ความปลอดภัยด้านอาหาร พบว่า กลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์ และไม่ผ่านเกณฑ์ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานมากกว่าร้อยละ 75 (ร้อยละ 87.50 และ 76.92) อธิบายได้ว่า การดำเนินงานตามมาตรฐานด้านนี้มีการดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในทุกตลาด ทำให้ผลการดำเนินงานมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร ผ่านเกณฑ์โดยค่าเฉลี่ยในระดับสูงทั้งในตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ รัชชผดุง ดำรงพิงคสกุล และคณะ (2552) เรื่อง การสำรวจสภาพการณ์และการเข้าร่วมโครงการตลาดสดน่าซื้อของตลาดประเภทที่ 1 กรณีศึกษาตลาดที่ยังไม่ได้รับการรับรองเป็นตลาดสดน่าซื้อ พบว่า ด้านความปลอดภัยของอาหารตลาดส่วนใหญ่มีการดำเนินการในการตรวจสอบปนเปื้อนในอาหาร ได้แก่ พอร์มาลิน สารกันรา บอแรกซ์ สารฟอกขาว และยาฆ่าแมลง

5.2.1.4 การคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานร้อยละ 75.00 และกลุ่มที่ไม่ผ่านเกณฑ์ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานร้อยละ 76.92 อธิบายได้ว่า เกณฑ์

มาตรฐานด้านนี้ ที่ประกอบด้วยการจัดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นจากประชาชนรวมถึงการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านต่างๆ แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค และจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดอย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ซึ่งเกณฑ์นี้เป็นผลมาจากนโยบายของกรมอนามัย และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ฉะนั้น จึงทำให้ตลาดสดจำนวนมากได้ตระหนักถึงข้อกำหนดทั้ง 2 ข้อ และจะต้องปฏิบัติตามให้ได้ครบถ้วน รวมถึงประชาชนผู้มาซื้อสินค้าก็ตระหนักถึงสิทธิและช่องทางในการติชมร้องเรียนหากตลาดมีข้อบกพร่อง รวมทั้งตระหนักถึงการพิทักษ์สิทธิของตนเองหากได้สินค้าที่มีน้ำหนักไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ทำให้ผลการดำเนินงานมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค ผ่านเกณฑ์โดยค่าเฉลี่ยในระดับสูงทั้งในตลาดที่ผ่านเกณฑ์ และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบการศึกษาของ รัชชผดุง ดำรงพิงคสกุล และคณะ (2552) ที่พบว่า ด้านคุ้มครองผู้บริโภคของตลาดที่เข้าร่วมโครงการตลาดสดนำซื้อ ของตลาดประเภทที่ 1 ส่วนใหญ่ยังไม่มีมีการดำเนินการจัดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นจากประชาชนรวมถึงการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านต่างๆ แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค แต่ได้ดำเนินการจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดอย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายและการบังคับใช้กฎหมายของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

5.2.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม อภิปรายผลการวิจัยได้ว่า

5.2.2.1 ด้านกลยุทธ์ พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.51) สูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ($\bar{X}$ = 3.55, S.D. = 0.51) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกัน คือ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.62; $\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.52) ในขณะที่กลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานมีการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในรูปแบบคณะกรรมการพัฒนาตลาด อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X}$ = 1.83, S.D. = 1.08) แสดงให้เห็นว่า นอกจากมีการปรับปรุงและการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของตลาดเพื่อให้สวยงามทั้งภายนอกและภายในตลาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในตลาดให้ได้มากที่สุด ดังมีผู้ให้ข้อมูลไว้ว่า “ตลาดก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนเช่นเดียวกัน” ในประเด็นการพัฒนาตลาดสดนำซื้อ ควรจะต้องดำเนินการในรูปแบบของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดอีกด้วยและจะต้องมีความร่วมมือกันทุกภาคส่วน มีการบูรณาการงานด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันในสิ่งที่ทำและพัฒนา สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยตามหลักแนวคิด 7S ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ

การดำเนินงานของเทศบาลเมืองสัทธิบของ ธิชิรินทร์ ปัญญายุทธศักดิ์ (2564) พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ด้านกลยุทธ์ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

5.2.2.2 ด้านรูปแบบ พบว่า ตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.55) สูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ($\bar{X}$ = 3.86, S.D. = 0.47) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.64; $\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.60) ในขณะที่กลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานข้อการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.92, S.D. = 0.62; $\bar{X}$ = 2.97, S.D. = 1.46) แสดงให้เห็นว่า ผู้ขายในตลาดทั้งสองกลุ่มมีความตระหนักถึงการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งหากมีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ ก็จะเป็นปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อให้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ นัฐริกา โอระนำ (2556) ที่พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดของเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีปัจจัยการจัดการด้านรูปแบบอยู่ในระดับมาก และมีความสัมพันธ์กับการเป็นตลาดสดน่าซื้อ เช่นเดียวกับ เจนจิรา สีดาจิตร และอุไรวรรณ อินทร์ม่วง (2556) พบว่า ผู้บริหารและผู้ประกอบการในตลาดสดน่าซื้อมีการดำเนินงานโดยบูรณาการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

5.2.2.3 ด้านทักษะ พบว่า ตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.59) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ($\bar{X}$ = 3.15, S.D. = 0.39) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.07, S.D. = 0.63; $\bar{X}$ = 3.98, S.D. = 0.77) ในขณะที่กลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมีความเข้าใจในมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ($\bar{X}$ = 1.97, S.D. = 0.66) และคณะกรรมการพัฒนาตลาดมีความเข้าใจในการพัฒนาตลาดน่าซื้อวิถีใหม่ ($\bar{X}$ = 2.17, S.D. = 0.64) แสดงให้เห็นว่า หากคณะกรรมการพัฒนาตลาด และผู้ขายหรือผู้ช่วยขายขาดทักษะและความเข้าใจในการพัฒนาตลาดให้เป็นไปตามมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ จะส่งผลให้ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ นัฐริกา โอระนำ (2556) พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดของเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีปัจจัยการจัดการด้านทักษะอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซีซึ่งส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย (นันทวัฒน์ พรเลิศกชกร, กานต์จิรา ลิ้มศิริธง และบุรินทร์ สันติสาส์น, 2565) เช่นเดียวกับการศึกษาของ เจนจิรา สีดาจิตร และอุไรวรรณ อินทร์ม่วง (2556) พบว่า ผู้บริหารและผู้ประกอบการในตลาดสดน่าซื้อระดับดีมากมีความรู้และเข้าใจเรื่องการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อทำให้ตลาดสดน่าซื้อผ่านเกณฑ์มาตรฐาน

5.2.2.4 ด้านค่านิยมร่วม พบว่า ตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.15, S.D. = 0.52) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ($\bar{X}$ = 3.11, S.D. = 0.42) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทั้งสองกลุ่ม คือ สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ($\bar{X}$ = 4.40, S.D. = 0.62, $\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.68) ในขณะที่กลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานมีข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ มีการแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้งทุกครั้ง และข้อที่มีการประชุมประจำเดือนของตลาด ($\bar{X}$ = 2.13, S.D. = 0.89) และน้อยที่สุด คือ มีการประชุมประจำเดือนของตลาด ($\bar{X}$ = 1.33, S.D. = 0.75) แสดงให้เห็นว่า หากมีการมีข้อตกลงร่วมกันของผู้ขายในตลาดที่ทุกคนจะร่วมปฏิบัติ เช่น การไม่ขายสินค้าด้อยคุณภาพ การให้ความร่วมมือในการแยกขยะก่อนนำไปทิ้ง มีเข้าร่วมประชุมประจำเดือนจะเป็นปัจจัยให้ตลาดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับ เจนจิรา สีดิจิตร และอุไรวรรณ อินทร์ม่วง (2556) ที่พบว่า การพัฒนาจะต้องมีความเข้าใจร่วมกัน โดยเฉพาะผู้บริหารและผู้ปฏิบัติ รวมถึงการกำหนดกฎเกณฑ์ที่จะต้องไปในทิศทางเดียวกัน นโยบายที่ชัดเจน และมีการบูรณาการงานร่วมกัน

5.2.2.5 ภาพรวม พบว่า ตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.09, S.D. = 0.45) สูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ($\bar{X}$ = 3.70, S.D. = 0.35) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบ ($\bar{X}$ = 4.24, S.D. = 0.55) ในขณะที่กลุ่มตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานมีด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม ($\bar{X}$ = 3.15, S.D. = 0.39; $\bar{X}$ = 3.11, S.D. = 0.42) แสดงให้เห็นว่า ในการพัฒนาให้ตลาดสดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดควรจะต้องมีรูปแบบที่ชัดเจน และมีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง โดยในการพัฒนาจะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่รับผิดชอบต่างๆ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งผู้ประกอบการขายในตลาด ซึ่งการดำเนินงานควรจะเป็นในรูปของคณะกรรมการและมีการดำเนินงานอย่างจริงจัง ทั้งนี้ ในส่วนของคณะกรรมการควรจะต้องมีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาด เพื่อการดำเนินที่ชัดเจนและมีส่วนร่วม ผู้บริหารมีการรับรู้และมีความเข้าใจในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ สำหรับการพัฒนาทักษะ ความรู้ในด้านต่างๆ จะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความรู้ เข้าใจ และให้ความสำคัญต่อข้อกำหนดของตลาด

5.2.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

จากผลการศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 สรุปเป็น 2 ประเด็น คือ

5.2.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐหรือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ควรมีมาตรการส่งเสริมให้ตลาดสดทุกแห่งมีการตั้งกรรมการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ เพื่อให้เป็น

กลไกที่จะช่วยพัฒนาการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่เข้มแข็งและยั่งยืน

2. ในด้านงบประมาณ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจการตลาดตามกฎหมาย ควรมีนโยบายจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาตลาดสดในพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อให้ทุกตลาดมีมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ตามเกณฑ์ของกรมอนามัย

3. ด้านพัฒนาบุคลากร กรมอนามัยควรร่วมกับกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาหลักสูตรการสุขาภิบาลตลาดประเภท 1 สำหรับผู้ประกอบการตลาดสด และผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาด

5.2.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. การเฝ้าระวังความปลอดภัยในอาหาร ภาควิชาสุขอนามัยที่เกี่ยวข้อง ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้บุคลากรของตลาดสดประเภท 1 สามารถตรวจเฝ้าระวังความปลอดภัยในอาหารของตลาดของตนเอง โดยใช้ชุดทดสอบอย่างง่าย (Test kit) และจัดให้มีอุปกรณ์ตรวจเฝ้าระวังความปลอดภัยในอาหารประจำตลาดสดทุกแห่ง

2. มีการจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เพื่อ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายมีความรู้การสุขาภิบาลอาหาร และไปพัฒนาแผงค้าอาหารปรุงสำเร็จของตนให้ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร

3. ด้านข้อมูล ศูนย์อนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ระบบ Food Handler ของกรมอนามัย เพื่อให้การจัดเก็บข้อมูลตลาดสดเป็นระบบ และดูข้อมูลการประเมินตนเอง และการรับรองมาตรฐานของตลาดได้ในแบบออนไลน์

4. ด้านองค์ความรู้ เสนอให้กรมอนามัยพัฒนาและออกแบบสื่อที่สร้างความรู้และความเข้าใจด้านการพัฒนามาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ที่ผู้ประกอบการ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไป สามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น การใช้แอปพลิเคชัน Tiktok ซึ่งเป็นสื่อที่คนเข้าถึงง่าย และรับรู้สารที่ต้องการสื่อได้รวดเร็ว เป็นต้น

5. ควรพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของตลาด โดยใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และหน่วยงานภาคีเครือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างใกล้ชิด และเมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นประโยชน์ก็สามารถจะดำเนินกิจกรรม ชนิดนั้นด้วยตนเองต่อไปได้ (Cohen & Uphoff, 1981 อ้างถึงใน ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์, 2543) เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เช่น การจัดให้ตลาดสดมีการประชุมร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานภาคีเครือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้อง เป็นประจำทุกเดือน

6. ตลาดสดควรมีการพัฒนาการจัดการภายในตลาดสด ดังนี้ 1) ด้านกลยุทธ์ 2) ด้านรูปแบบ 3) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน 4) ด้านทักษะ และ 5) ด้านค่านิยมร่วม เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญในการพัฒนาเป็นตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการสุขาภิบาลในตลาด เพื่อการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการแยกเก็บข้อมูลของตลาดสด โดยแบ่งเป็นตลาดสดในความดูแลของเอกชน และตลาดสดในความดูแลของหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากมีความแตกต่างกันทางโครงสร้างองค์กร และมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการที่ไม่เหมือนกัน

บรรณานุกรม

- 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.
- Jittima Rodsawad. (2004). *The participation of merchants in sanitarial management in marketplace : bangkok metropolitan area (master's thesis)*. Nakhon Pathom: Mahidol University.
- Management4u. (ม.ป.ป.). *กรอบแนวคิดของแมคคินซี (McKinsey 7 s Framework)*. <http://www.geocities.ws/cyberdol007/McKinsey.htm>
- กรมอนามัย. (2566). *การประเมินรับรองตามเกณฑ์มาตรฐาน “ตลาดสด วิธีใหม่”*. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. https://foodhandler.anamai.moph.go.th/market_official
- กรมอนามัย. (2564). *คู่มือตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- กฤติยา อนุวงศ์. (2554). *การประเมินผลสำเร็จของชุมชนที่ได้ดำเนินการตามมาตรฐานการอยู่อาศัยในชุมชนของการเคหะแห่งชาติ: กรณีศึกษาโครงการเคหะชุมชนทุ่งสองห้อง อาคารแฟลตเช่า (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)*. NIDA. <https://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2554/b171226.pdf>
- กฤษฎิยา มูลศรี. (2562). *กรอบแนวคิดแมคคินซี 7s และการจัดการคุณภาพโดยรวม ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ธุรกิจ*. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 8(1), 40–53.
- เจนจิรา สีดาจิตร และอุไรวรรณ อินทร์ม่วง. (2556). *เปรียบเทียบการดำเนินงานตลาดสดน่าซื้อในตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ : กรณีศึกษา ตลาดสดในพื้นที่จังหวัดเลย*. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University*, 8(23), 110–119. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru/article/view/101226>
- ชัชวาลย์ เรืองประพันธ์. (2543). *สถิติพื้นฐานพร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Minitab SPSS และ SAS*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฐิติกร พุฒิจ. (2554). *การเลือกใช้บริการตลาดของผู้บริโภคในตลาดสดบ้านต้นยาง ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ทีมนักวิจัยเขตนครชัยบุรีรินทร์. (2565). *การประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบายปฏิรูปการบริหาร*

- จัดการของเขตสุขภาพที่ 9 นครชัยบุรินทร์. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.
<https://online.anyflip.com/jzrji/sqjb/mobile/index.html>
- ธิษิรินทร์ ปัญญายุทธศักดิ์. (2564). ปัจจัยตามหลักแนวคิด 7S ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน
 ของเทศบาลเมืองสัทธิบ. สารวารโครงการทวีปริญญาทางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ,
 13(1), 104–116. http://www.mpa-mba.ru.ac.th/images/Project/treatise_bangkok13_06102020/6117950013.pdf
- นัฐริกา โอระนา. (2556). ปัจจัยด้านการจัดการ 7s แมคคินซีที่มีผลต่อการเป็นตลาดสดน่าซื้อของ
 เทศบาลเมืองมหาสารคาม. ราชภัฏมหาสารคาม.
- นันทวัฒน์ พรเลิศกษกร, กานต์จิรา ลิ้มศิริง, และบุรินทร์ สันติสาสน. (2565). ปัจจัยการบริหาร
 จัดการตามแนวคิด 7s ของแมคคินซีที่มีผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ของธุรกิจโรงแรม
 ในประเทศไทย. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*,
 16(NO 2 May-August), 112–124.
- ปิยะนันท์ สวัสดิ์ศฤงฆาร. (2564). องค์ประกอบ 7 ประการภายในองค์กรซึ่งต้องทำให้สอดคล้อง
 สัมพันธ์กัน. สารานุกรมการบริหารและการจัดการ. <https://drpiyanan.com/2021/05/27/7s-model-mckinsey/>
- ปิยะราช เทพสุภา. (2560). การประเมินโครงการบ้านมั่นคง: กรณีศึกษาชุมชนตำบลบางโปรง อำเภอบาง
 เมือง จังหวัดสมุทรปราการ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนเรศวร).
<https://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2560/b201165.pdf>
- พัชรียินดีสุข และคณะ. (ม.ป.ป.). นิยามศัพท์ตลาดสดน่าซื้อ. มาเที่ยวตลาดกันเถอะ.
<https://infomarketplacebuu.wordpress.com>
- พัฒนา มูลพฤกษ์. (2550). อนามัยสิ่งแวดล้อม (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์
 องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. (2561). รายงานการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการจาก
 องค์การบริหารส่วนตำบลชลคราม อำเภอดอนสักจังหวัดสุราษฎร์ธานี. องค์การบริหารส่วนตำบลชล
 คราม. https://www.chonlakram.go.th/datacenter/detail.php?news_id=462
- รัชชพงศ์ ดำรงพิงคสกุล และคณะ. (2552). การสำรวจสภาพการณ์และการเข้าร่วมโครงการตลาดสด
 น่าซื้อของตลาดประเภทที่ 1 กรณีศึกษาตลาดที่ยังไม่ได้รับการรับรองเป็นตลาดสด น่าซื้อ. สำนัก
 สุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. <http://file.siam2web.com>
- รัชฎาภรณ์ หงส์ศักดิ์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายการให้บริการแบบศูนย์
 บริหารราชการ ควบไว้ใสสะอาด กรณีศึกษาสำนักงานเขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร (โครงการรัฐ
 ประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง). <http://www3.ru.ac.th/mpa->

abstract/index.php/abstractData/viewIndex/232

ราชกิจจานุเบกษา. (2551). *กฎกระทรวงว่าด้วยสัญลักษณ์ของตลาด พ.ศ.2551*. 13(1), 104–116.

[https://www.maifad.go.th/product_images/ 313-กฎกระทรวงว่าด้วยสัญลักษณ์ของตลาด พ.ศ.2551.pdf](https://www.maifad.go.th/product_images/313-กฎกระทรวงว่าด้วยสัญลักษณ์ของตลาด พ.ศ.2551.pdf)

ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542*. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. https://dictionary.orst.go.th/lookup_domain.php

ฤทธิชัย บุญธรรม และ วิไลลักษณ์ เรืองสม. (2562). รูปแบบการบริหารงานแบบ 7S Framework กับองค์ประกอบส่วนท้องถิ่น. *การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2*, 2116–2126. www.12manage.com

ลลนา ทองแท้. (2560). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลด้านสุขาภิบาลอาหารของผู้สัมผัสอาหารในเทศบาลนครรังสิต*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิไลวรรณ มาเจริญทรัพย์. (2557). *การบังคับใช้กฎกระทรวงว่าด้วยสัญลักษณ์ตลาด พ.ศ. 2551 ในเขตเทศบาลเมือง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต)*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล. <http://mulinet11.li.mahidol.ac.th/e-thesis/2556/cd482/5336646>. Pdf

วีระศักดิ์ โรจนาศรีรัตน์. (ม.ป.ป.). *การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายชมรมตลาดสด นำซื้อ กลุ่มภาคกลางตะวันตก กับการพัฒนาตลาดในโครงการตลาดสด นำซื้อ เขตสุขภาพที่ 5*. https://hpc.go.th/rcenter/_fulltext/20200629094443_2108/20200901154900_1478.pdf

ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช. (2565). *สรุปผลการดำเนินงานสุขาภิบาลอาหาร ปีงบประมาณ พ.ศ.2565 เขตสุขภาพที่ 11*.

สมพิศ สุขแสน. (2557,11 พฤษภาคม). *CIPP Model : รูปแบบการประเมินผลโครงการ*. <https://waranyajun.blogspot.com/2014/05/cipp-model.html>

สมศรี นวรัตน์. (2554). *7-S Model สำหรับการบริหารความสำเร็จขององค์กร*. Go to known. <https://www.gotoknow.org/posts/449417>

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (ม.ป.ป.). *กฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535*. <https://www.baanwan.go.th/www/file/law/file4.3.pdf>

สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ฉบับย่อ)*. สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018. Pdf

- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2559). *แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (ด้านสาธารณสุข)*. 27–43. <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20171117-MinistryofPublicHealth.pdf>
- สุนทนา วัฒนสินธุ์. (2547). *การสุขาภิบาลอาหาร = Food plant sanitation*. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัมพร จันทวิบูลย์, ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย, ประภัสสร ผลวงษ์, ศิริวรรณ ลิ้มปริงซี่, และนันทิยาณี แก้วเรือง. (2564). การพัฒนารูปแบบตลาดสด (ประเภท 1) บนฐานชีวิตใหม่. *วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*, 44(3), 90–102.
- อัมพร จันทวิบูลย์. (2560). การพัฒนา “ตลาดสด” เพื่อคุณภาพชีวิต การกิจความร่วมมือของประชาชน. *วารสารสุขาภิบาลอาหารและน้ำ*, 8(2), 2–4.
- อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธรา วิจิตเวชไพศาล. (2561). การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. *วิสัยยุทธ*, 44(1), 36–42. <https://explorable.com>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามงานวิจัยเรื่อง

การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ 11

.....

คำชี้แจง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ กับผลดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11

แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการจัดการ ตามกรอบแนวคิด 7s McKinsey

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวจะไม่มีผลกระทบใดๆต่อท่าน โดยข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและจะนำเสนอในภาพรวม ซึ่งข้อมูลที่ได้จากท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในอนาคต ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ธราดล ศรีสุข

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุปี

3. ศาสนา.....

4. ระดับการศึกษา

- ☐ 1. ไม่ได้เรียน ☐ 2. ชั้นประถมศึกษา ☐ 3. มัธยมศึกษาตอนต้น
☐ 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย ☐ 5. ปวช./ปวส. ☐ 6.ปริญญาตรี
☐ 7. อื่นๆ ระบุ

5. ท่านเคยได้เข้ารับการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารสำหรับผู้ประกอบกิจการหรือผู้สัมผัสอาหารหรือไม่

- ☐ 1. ไม่เคยเข้ารับการอบรม
☐ 2. เคยเข้ารับการอบรม ☐ ระยะเวลาไม่เกิน 3 ปี ☐ ระยะเวลาเกิน 3 ปี

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านการจัดการ ตามกรอบแนวคิด 7s McKinsey

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านโครงสร้าง					
1. มีการแบ่งสายบังคับบัญชาที่ทำให้เจ้าหน้าที่ของตลาดปฏิบัติงานได้อย่างคล่องตัว					
2. มีการแบ่งหน้าที่ตามตำแหน่งต่างๆในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่ อย่างชัดเจน					
3. ความสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่แต่ละตำแหน่งเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่					
4. หัวหน้างานแต่ละตำแหน่งมีการให้คำแนะนำและช่วยเหลือทีมงานในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่					
5. ผู้ประกอบกิจการตลาดสด(เจ้าของ)สามารถตัดสินใจในการพัฒนาตลาดน่าซื้อวิธีใหม่ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว					
ด้านกลยุทธ์					
1. มีการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ในรูปแบบคณะกรรมการพัฒนาตลาด					
2. เปิดโอกาสให้ผู้ขายได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่					
3. มีการตรวจสอบมาตรฐานสินค้า					
4. มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม					
5. มีการสื่อสารความรู้ให้กับผู้ขาย/ผู้ช่วยขายอย่างต่อเนื่อง					

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านระบบ					
1. การจัดตั้งระบบการทำงานที่เหมาะสม					
2. เจ้าหน้าที่ตลาดปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม					
3. ตลาดมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ตลาดอย่างเหมาะสม					
4. มีการวางแผนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน					
5. เจ้าหน้าที่ของตลาดมีความสามัคคีกันในการปฏิบัติงาน					
ด้านรูปแบบ					
1. มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่					
2. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ที่ชัดเจน					
3. มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเข้ามากำกับดูแลสุขลักษณะตลาด และให้ความรู้ในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่แก่ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไป					
4. ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ					
5. มีเจ้าหน้าที่ดูแลสิ่งแวดล้อมของตลาด					
ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน					
1. มีการแต่งตั้งบุคคลที่เหมาะสมเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่					
2. บุคลากรที่ดูแลตลาดมีจำนวนเพียงพอ					
3. มีเจ้าหน้าที่ดูแลห้องน้ำเพียงพอ					
4. เจ้าหน้าที่ตลาดเข้ามาดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆได้อย่างรวดเร็วทันใจ					
5. มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรของตลาด					

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ด้านทักษะ					
1. คณะกรรมการพัฒนาตลาดมีความเข้าใจในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่					
2. ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมีความเข้าใจในมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่					
3. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขให้ความรู้และคำแนะนำในการพัฒนาตลาดน่าซื้อวิถีใหม่แก่ผู้ประกอบการตลาด และผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย					
4. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขหลากหลายสาขาความเชี่ยวชาญเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่					
5. ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี					
ด้านค่านิยมร่วม					
1. ตั้งราคาสินค้าในตลาดด้วยความยุติธรรม					
2. สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด					
3. มีการแยกประเภทของขยะก่อนนำไปทิ้งทุกครั้ง					
4. มีการประชุมประจำเดือนของตลาด					
5. มีการให้ความร่วมมือกับกิจกรรมต่างๆของตลาด					

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค ในการพัฒนามาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่

คำชี้แจง โปรดเติมคำในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

ปัญหา อุปสรรคที่ท่านพบว่าขัดขวาง ไม่เอื้อต่อการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ คืออะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์งานวิจัยเรื่อง

การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ 11

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ที่ปฏิบัติงานพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ที่ปฏิบัติงานในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นการสัมภาษณ์ศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 ซึ่งดำเนินการในหน่วยงานที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ให้ผ่านมาตรฐานดังกล่าว ในการตอบแบบสอบถามนี้ ข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนบุคคลไม่มีถูกหรือผิด และไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน โดยข้อมูลจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และจะนำเสนอในภาพรวม ข้อมูลจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงให้ความรู้ด้านการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ แก่ผู้ประกอบการตลาดสดต่อไป ดังนั้นขอให้ท่านตอบแบบสัมภาษณ์ให้ครบทุกข้อ และตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความอนุเคราะห์ และความร่วมมือตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง

นายธราดล ศรีสุข

ผู้วิจัย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. ชื่อหน่วยงาน.....

2. ตำแหน่งผู้ให้ข้อมูล.....

3. หน่วยงานของท่านมีนโยบายพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ หรือไม่ อย่างไร

☐ มี

☐ ไม่มี

เหตุผลประกอบการมีหรือไม่มีนโยบาย

.....

.....

.....

4. หน่วยงานของท่านจัดให้มีการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารหรือไม่ อย่างไร

☐ มี

☐ ไม่มี

เหตุผลประกอบการมีหรือไม่มีการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหาร

.....

.....

.....

5. หน่วยงานของท่านได้มีการสนับสนุนสื่อ/เอกสาร/แผ่นพับ/กิจกรรม การให้ความรู้ต่อผู้ขาย หรือ
ผู้ช่วยขายสินค้าในตลาดหรือไม่ อย่างไร อะไรบ้าง

☐ มี

☐ ไม่มี

เหตุผลประกอบการมีหรือไม่มีการสนับสนุนสื่อ/เอกสาร/แผ่นพับ/กิจกรรม

.....

.....

.....

6. หน่วยงานของท่านมีการเฝ้าระวังความปลอดภัยอาหารหรือไม่ อย่างไร

☐ มี

☐ ไม่มี

เหตุผลประกอบการมีหรือไม่มีการเฝ้าระวังความปลอดภัยอาหาร

.....

.....

.....

7. บุคลากรในหน่วยงานของท่านได้อบรมความรู้เรื่องการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่หรือไม่ อย่างไร

☐ ได้

☐ ไม่ได้

เหตุผลประกอบการได้หรือไม่ได้ อบรมความรู้เรื่องการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่

.....

.....

.....

.....

8. ปัญหา อุปสรรคที่ท่านพบว่าขัดขวาง ไม่เอื้อต่อการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ คืออะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

การรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย



วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครศรีธรรมราช

๑๑ ถนนพัฒนาการคูขวาง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

bcnngst@pi.ac.th โทร. ๐ ๗๕๕๔ ๖๓๙๐, ๐ ๗๕๕๔ ๖๓๙๑ ต่อ ๙๑๑ โทรสาร ๐ ๗๕๕๔ ๖๐๕๙

เรื่อง แจ้งผลการผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ระดับวิทยาลัย

เรียน นายธราดล ศรีสุข

ตามที่ นายธราดล ศรีสุข ได้จัดทำโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดน้ำซ้อ วิถีใหม่: กรณีศึกษา เขตสุขภาพที่ ๑๑ เพื่อให้กรรมการผู้ทบทวนหลักพิจารณาจริยธรรมการวิจัยความละเอียดแจ้งแล้วนั้น

ในการนี้ กรรมการผู้ทบทวนหลักได้เห็นสมควรให้ผ่านจริยธรรมการวิจัย เอกสารรับรองเลขที่ Exc-๐๔/๒๕๖๖ โดยได้รับการรับรองผู้วิจัยจำนวน ๑ คน ตามโครงร่างวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการดำเนินการวิจัย รับรองวันที่ ๒๓ มีนาคม ๒๕๖๖ - ๒๒ มีนาคม ๒๕๖๗

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

๒๓ มีนาคม ๒๕๖๖

หมายเหตุ

๑. นักวิจัยจะเริ่มดำเนินการวิจัยได้เมื่อได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
๒. หัวหน้าโครงการวิจัยต้องรายงานความก้าวหน้าในการดำเนินการวิจัยทุก ๓ เดือน (ตามแบบฟอร์มรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานวิจัย RE/๐๒) นับจากวันที่ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
๓. หัวหน้าโครงการวิจัยต้องรายงานส่วนแก้ไขเพิ่มเติมโครงการวิจัยที่ไม่เป็นไปตามการรับรองทันทีที่เกิดเหตุการณ์
๔. รายงานการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดทันทีที่เกิดเหตุการณ์
๕. หัวหน้าโครงการวิจัยต้องรายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ชนิดร้ายแรงและการแก้ไขทันทีที่เกิดเหตุการณ์
๖. หัวหน้าโครงการวิจัยต้องรายงานการยุติโครงการวิจัยก่อนกำหนดทันทีเมื่อเกิดเหตุการณ์
๗. หัวหน้าโครงการต้องรายงานสรุปผลการวิจัยเมื่อโครงการสิ้นสุด
๘. หัวหน้าโครงการต้องยื่นขอรับรองใหม่หากงานวิจัยไม่สำเร็จตามเวลาก่อนวันสิ้นสุดการรับรองอย่างน้อย ๓๐ วัน

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายธราดล ศรีสุข
วัน เดือน ปีเกิด	25 กันยายน พ.ศ. 2523
สถานที่เกิด	จังหวัดนครศรีธรรมราช ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดยะลา พ.ศ. 2542-2546 วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาธารณสุขชุมชน) มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2550 – 2555 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการจัดการ ระบบสารสนเทศ)
ที่อยู่ปัจจุบัน	60 ซอยห่อไตร่ 2 ถนนพัฒนาการคูขวาง ตำบลใน เมือง อำเภอเมืองนครศรีธรรมราช จังหวัด นครศรีธรรมราช 80000 โทรศัพท์ 08 1958 3382 E-mail : thradol.s@anamai.mail.go.th
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและสถานที่ทำงาน	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช โทรศัพท์ 0 7539 9460 E-mail : hpc11@anamai.mail.go.th.
การเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ	นำเสนอผลงาน ในวารสารศาสตร์สุขภาพและ การศึกษา ที่ 3 ฉบับที่ 3 (2023): กันยายน - ธันวาคม 2566 ISSN: 2730-4043 (online) ของ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี นครศรีธรรมราช