

แนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุข
ตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

โดย

นางคชาภรณ์ รุ่งหิรัญรักษ์
ที่ปรึกษา บริษัท หทัยราษฎร์คอมเพล็กซ์ จำกัด

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 64
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2564 – 2565

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัยส่วนบุคคล เรื่อง “แนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่” (New Normal) ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา ของ นางชลาภรณ์ รุ่งหิรัญรักษ์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 64 ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2564 - 2565

พลโท

(ไพศาล งามวงษ์วาน)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง แนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตาม
แนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา

ผู้วิจัย นางคชาภรณ์ รุ่งหิรัญรักษ์ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** 64

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาสถานภาพปัญหาและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขในปัจจุบัน 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ทั้งตลาดสดในประเทศและต่างประเทศ 3. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ การวิจัยเชิงคุณภาพนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และทำการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบดังนี้

1. สถานภาพของการประกอบธุรกิจตลาดสดพบว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีหน้าที่กำกับดูแลการดำเนินการปรับปรุงตลาดสดให้ได้เกณฑ์มาตรฐานตามที่กรมอนามัยกำหนดซึ่งเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ทำให้กรมอนามัยได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่” 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล 3. ด้านความปลอดภัยอาหาร และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยการที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดสดให้มีความสะอาดและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ผลการวิจัยพบปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจตลาดสดดังนี้ การประกอบกิจการตลาดสดบางแห่งไม่ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของกรมอนามัย การที่ผู้ค้าขายสินค้าและอาหารที่ไม่ได้มาตรฐานและความปลอดภัย เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด - 19 พบว่าผู้ประกอบการตลาดสด ผู้ค้าและผู้บริโภคไม่ได้ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 อย่างเคร่งครัด

2. การเปรียบเทียบตลาดสดตามแนววิถีใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่ามี การจัดการตลาดสดตามแนววิถีใหม่ 2 ด้าน คือ 1. การจัดการด้านสาธารณสุข ภาครัฐมีหน้าที่กำหนดมาตรฐานและกำกับดูแลให้ผู้ประกอบการตลาดสดบริหารจัดการตลาดให้ถูกสุขลักษณะ ผู้ค้าผู้บริโภค และผู้ใช้แรงงานต้องปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) ในยุคโควิด - 19 2. การจัดการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลมีความจำเป็นในการพัฒนาตลาดเข้าสู่สังคมที่ไร้เงินสดและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมซื้อสินค้าระบบออนไลน์มากขึ้น

3. แนวทางการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ต้องอาศัยความร่วมมือของทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ และภาคประชาชน ภาครัฐต้องพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด การพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการตลาดสดตามแนววิถีใหม่ ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงด้านโครงสร้างและระบบสาธารณสุขผู้บริโภคตามแนววิถีใหม่ การพัฒนาเทคโนโลยีด้านบริการการขายทั้งระบบออฟไลน์และออนไลน์ให้สอดคล้องกับยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้ค้า ผู้บริโภค และแรงงานต้องปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ตลาดสดกำหนดอย่างเคร่งครัด

Abstract

Title Guidelines for Managing of the New Normal Fresh Market Business in Public Health
 Field Social - Psychology
 Name Mrs. Kachaporn Runghirunruk Course NDC Class 64

This qualitative research is aim to 1. study the status, problems and obstacles in the public health of fresh market business in the current. 2. compare the model of new normal fresh market management between domestic and international fresh market. 3. present guidelines for the management of the new normal fresh market business in public health. By a qualitative research, collecting information by an insight interviewing with an important informant and analyzing by a content analysis. The results were found that:

1 . The status of the fresh market business was found that the local government organizations is responsible for overseeing and improving the fresh market to meet the standards set by the Department of Health. The situation of COVID-19 caused the Department of Health to set standard criteria as “New Normal Healthy Fresh Market” in 4 areas: 1. Environmental Health 2. Personal Hygiene 3. Food Safety 4. Consumer Protection. These standard criteria was used for the participation of the government, private and public sectors to improve and develop fresh markets into the new normal healthy fresh markets. The results of the research revealed problems and obstacles in the fresh market business as follows: 1. Some fresh market operations did not meet the standards of the Department of Health. 2. The merchants sold products and food that were not meet the standard and safety. In the COVID-19 situation, it was found that fresh market operators, merchants and consumers did not cooperate in complying with the COVID-19 epidemic prevention measures.

2. Comparison of new normal fresh markets between Thailand and abroad, it was found that there were two important aspects of management: 1. Public health management the government is responsible for setting standards and supervise the fresh market operators to manage the fresh market to be hygienic and merchants, consumers and laborers must comply with universal prevention in the era of COVID-19. 2. Digital technology management Digital technology is necessary

for fresh market development into a cashless society and meet the needs of consumer behavior that prefers to shop online.

3. The guidelines approach to fresh market management requires the cooperation of the government, entrepreneurs and the public sector. The government must develop fresh market benchmarks in accordance with the new normal in order to be used as a tool for evaluating the fresh market to meet the required standards. Developing a database system for fresh market operations to be up-to-date. Developing the potential of personnel involved in the fresh marketing operation according to the new normal. Entrepreneurs must improve their structures and utilities according to the new normal. Developing technology for sales services both offline and online in accordance with the digital technology era. Merchants and laborers must comply with the regulations set by the fresh market operators, including annual health checks in order to renew the trader's license. Merchants, buyers and laborers must self-practice to prevent the spread of COVID-19 at the fresh market strictly.

คำนำ

การวิจัยเรื่องแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ เพื่อศึกษาสถานภาพปัญหาและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจตลาดสดในปัจจุบัน ศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ทั้งตลาดสดในประเทศและต่างประเทศ และเพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

การศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึง สถานภาพปัญหาและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจตลาดสดในปัจจุบัน รูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ทั้งตลาดสดในประเทศ เปรียบเทียบกับต่างประเทศที่เป็นกรณีศึกษา และผลจากการศึกษานำไปสู่การนำเสนอแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากผู้ให้ข้อมูลหลักหลายท่าน จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำที่สำคัญด้วยดีตลอดมา ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องใน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยอย่างยั่งยืนในอนาคต ไม่มากนักน้อย

(นางคชาภรณ์ รุ่งหิรัญรักษ์)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 64

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
คำนำ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	3
วิธีดำเนินการวิจัย	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	4
คำจำกัดความ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
นโยบายที่เกี่ยวข้องกับด้านการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสด	6
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดสด	10
แนวคิดการประกอบธุรกิจตลาดสด	14
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิถีใหม่ (New Normal) ในการบริหารจัดการตลาด	
ด้านระบบสาธารณสุข	17
กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจตลาดสด	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
กรอบแนวคิดในการวิจัย	25
สรุป	26
บทที่ 3 สถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจตลาดสด	28
สถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจตลาดสด	28
สรุป	38
บทที่ 4 การบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุข	
ตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)	41
การบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่	
(New Normal)	41
สรุป	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	52
สรุป	52
ข้อเสนอแนะ	56
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	60
ประวัติย่อผู้วิจัย	63

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3 – 1	แสดงร้อยละของตลาดสดที่ดำเนินการตามมาตรการที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดได้ในช่วงสถานการณ์โควิด	32
4 – 1	แนวทางการบริหารตลาดสดประเภท 1 ตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)	49

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
4 - 1	แนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนายกระดับตลาดสดนำซื้อตามแนววิถีใหม่
	42

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561 - 2580 ได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทย คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ถ้าวิเคราะห์วิสัยทัศน์ในระดับภาคประชาชน ความมั่นคงหมายถึงการที่ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงานและรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต ความมั่งคั่ง หมายถึงการที่ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืน จนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรมีความอยู่ดีมีสุขได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึง ทุกภาคส่วนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ไม่มีประชาชนที่อยู่ในภาวะความยากจน ความยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญรายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่บนหลักการใช้การรักษาและการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ที่นำแผนยุทธศาสตร์ชาติมาเป็นกรอบแนวคิดก็ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับจุลภาคไปจนถึงระดับมหภาค โดยการสร้างโอกาสให้คนในสังคม สร้างรายได้และอาชีพให้ประชาชนที่ด้อยโอกาสลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นการวางรากฐานของเศรษฐกิจฐานรากที่สามารถต่อยอดให้กับเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศต่อไป

ตลาดสดเป็นสถานที่หนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของคนในชุมชนที่เป็นฐานรากของประเทศ ทำให้คนในชุมชนมีอาชีพ สร้างรายได้เพื่อเลี้ยงครอบครัว เนื่องจากตลาดสดคือสถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทต่าง ๆ ทั้งสินค้าบริโภค ได้แก่ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้วหรือของที่เสี้ง่าย รวมทั้งสินค้าอุปโภค ได้แก่ ของใช้ต่าง เช่น เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องครัว เป็นต้น ตลาดสดถือได้ว่ามีกำเนิดและมีพัฒนาการควบคู่กับสังคมไทยมาช้านาน ตลาดสดนอกจากจะเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านอาหารของผู้อยู่อาศัยในเมืองหรือชุมชนนั้นๆ แล้ว ตลาดสดยังถือ ว่าเป็น “ตลาดชาวบ้าน” มากกว่าตลาดประเภทอื่น ๆ คือ ผู้ค้าขายในตลาดสด ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้ารายย่อย มีทุนน้อย หรือบางครั้งผู้ค้าขายในตลาดสด ก็เป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารโดยตรงด้วย ตลาดสดมีอยู่ในชุมชนเมืองทุกชุมชนและเมื่อความเป็นเมืองขยายตัวออกไปทำให้ตลาดสดขยายตัวติดตามออกไปด้วย

จากการสำรวจสถานการณ์ด้านสุขาภิบาลตลาดสดของกรมอนามัย ปี พ.ศ.2563 พบว่ามีตลาดสดที่มีโครงสร้างทั่วประเทศมีประมาณทั้งสิ้น 2,158 แห่ง (กรมอนามัย, 2563) ตลาดสดเป็นพื้นที่ย่อยที่เกิดหรือสร้างขึ้นภายในเมืองและที่มีหน้าที่เฉพาะด้าน แต่ในปัจจุบันมีนักอนุรักษ์ที่ให้ความสนใจได้ขยายไปถึงความพยายามที่จะอนุรักษ์ และเพิ่มหน้าที่ตลาดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาด้วย

พื้นที่ตั้งของตลาดจึงมีความสำคัญ การประกอบธุรกิจตลาดสดนั้นเป็นการวางรากฐานของเศรษฐกิจระดับจุลภาค มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของคนในชุมชนที่เป็นฐานรากของประเทศ แต่ในการประกอบธุรกิจตลาดสดที่ผ่านมาจากการประเมินของกรมอนามัยพบว่าตลาดสดบางแห่งมีปัญหาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เช่น พื้นชำรุด มีน้ำขังเฉอะแฉะ ขยะตกค้างมีกลิ่นเหม็น มีสัตว์และแมลงนานาชนิด ทำให้เป็นแหล่งสะสมพาหะของโรค ทำให้กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามากำกับควบคุมดูแลตลาดให้ถูกสุขลักษณะโดยอาศัยพระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ.2535 ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2542) กำหนดหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะของตลาด แต่พบว่าตลาดที่ผ่านการปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมายกระทรวงยังมีจำนวนน้อย กรมอนามัยจึงได้จัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อตลาดสดน่าซื้อ ซึ่งหมายถึงตลาดประเภทที่ 1 ที่มีโครงสร้างมั่นคง แข็งแรงถูกสุขลักษณะ มีการพัฒนาจนผ่านเกณฑ์ 3 ด้าน คือด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยอาหาร และด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการตลาดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งหน้าที่ดูแลดำเนินการปรับปรุงตลาดให้ได้มาตรฐานตามกฎหมาย และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2562 ที่พบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการค้าอาหารสด และอาหารทะเลในตลาด และมีจุดเริ่มต้นของการแพร่ระบาดจากคนงานต่างด้าวที่เป็นแรงงานในตลาดสด ทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด- 19 เนื่องจากตลาดสดเป็นสถานที่ที่ประชาชนจากหลากหลายพื้นที่มาจับจ่ายซื้อสินค้ากัน และลักษณะของตลาดอาจไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรการได้ทุกด้านทั้งด้านจำนวนคนที่เข้ามาซื้อของ การรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล รวมทั้งพฤติกรรมป้องกันตนเองให้ปลอดภัยจากโรคของผู้ค้าและผู้ซื้อ จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งของการแพร่ระบาดของโควิด 19 จนเป็นกลุ่มก้อน (Cluster) ของคนจากตลาด การบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ที่เป็นการถอดบทเรียนจากสถานการณ์ของโรคโควิด -19 จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาสถานภาพการบริหารจัดการประกอบธุรกิจตลาดสด ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อนำไปวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุข ตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) เพื่อผลการวิจัยจะได้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจตลาดสดในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ทั้งตลาดสดในประเทศและต่างประเทศ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเอกสารข้อมูลต่าง ๆ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) โดยมีการศึกษาเฉพาะด้านระบบสาธารณสุข ของตลาดสดประเภทที่ 1 ที่มีโครงสร้างอาคารและมีการดำเนินการเป็นประจำทุกวัน

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ

2.1 ผู้บริหารและ/หรือเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลด้านการประกอบธุรกิจตลาดสด ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือเทศบาลกรุงเทพมหานคร และกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานละ 2 คน

2.2 ผู้ประกอบธุรกิจตลาดสด และ/หรือผู้จัดการตลาดสด จำนวน 5 แห่ง

2.3 ประชาชนที่เป็นผู้ขายสินค้าในตลาดสด และประชาชนที่เป็นผู้บริโภค จำนวนประเภทละ 5 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ เดือนพฤศจิกายน 2564 ถึงเดือนพฤษภาคม 2565

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร (Content Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2. การรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมมี 2 ลักษณะ ดังนี้คือ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากบทสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกำหนดผู้ให้สัมภาษณ์ ดังนี้

2.1.1 ผู้บริหาร และ/หรือ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลด้านการประกอบธุรกิจตลาดสดได้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือเทศบาลกรุงเทพมหานคร กระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานละ 2 คน

2.1.2 ผู้ประกอบธุรกิจตลาดสด และ/หรือผู้จัดการตลาดสด จำนวน 5 แห่ง

2.1.3 ประชาชนที่เป็นผู้ขายสินค้าในตลาดสด และประชาชนที่เป็นผู้บริโภค จำนวนอย่างละ 5 คน

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่ แผนแม่บทของชาติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4. การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลโดยการเขียนรายงานวิจัยเชิงพรรณนา วิเคราะห์และนำเสนอแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่(New normal) เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลในงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงสถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจตลาดสดในปัจจุบัน
2. ทำให้ทราบผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบการประกอบธุรกิจตลาดสดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. ข้อเสนอจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่(New Normal) เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลในงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

คำจำกัดความ

ตลาดสด	หมายถึง	สถานที่ ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่พักผ่อนเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภท สัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้วหรือของเสี้ง่าย ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงบริเวณซึ่งจัดไว้สำหรับให้ผู้ค้าใช้เป็นที่พักผ่อนเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวเป็นประจำหรือเป็นครั้งคราวหรือตามวันที่กำหนดตลาดสด ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ.2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 โดยการศึกษาวิจัยนี้จะมีขอบเขตในการศึกษาเฉพาะตลาดสดประเภทที่ 1 ที่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินกิจการเป็นการประจำหรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง
การบริหาร	หมายถึง	การดำเนินงาน หรือการปฏิบัติงานใด ๆ ของหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับคน สิ่งของ และหน่วยงาน โดยจะครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ ได้แก่ 1. การบริหารนโยบาย(Policy) 2. การบริหารอำนาจหน้าที่ (Authority) 3. การบริหารคุณธรรม (Morality) 4. การ

		<p>บริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม (Society) 5. การวางแผน (Planning) 6. การจัดองค์การ (Organizing) 7. การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) 8. การอำนวยการ (Directing) 9. การบริหารงบประมาณ (Budgeting)</p>
<p>การสาธารณสุข</p>	<p>หมายถึง</p>	<p>การดูแลสุขภาพที่จำเป็นตั้งอยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติโดยใช้เทคโนโลยี หรือนวัตกรรมที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมเพื่อเป็นหลักการทั่วไปใช้ในการดูแลสุขภาพของคนในชุมชนและมีค่าใช้จ่ายที่คนในชุมชนยอมรับได้ ทั้งนี้ระบบสาธารณสุขที่ได้รับการพัฒนาส่วนหนึ่งต้องมาจากการรับฟังความคิดเห็นของคนในชุมชน</p>
<p>แนวทางวิถีใหม่</p>	<p>หมายถึง</p>	<p>รูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีตอันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบ จนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย ในบริบทสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 วิถีใหม่เป็นการปรับวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการติดเชื้อซึ่งเป็นเรื่องของสาธารณสุข เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม การคัดกรอง การทำความสะอาด เป็นต้น เพื่อให้มีการหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ควบคู่ไปกับความพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจ นำไปสู่การสร้างสรรค์เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ และเมื่อเวลาผ่านไป ผู้คนในสังคมจะเกิดความคุ้นชินกับพฤติกรรมดำรงชีวิตแบบใหม่ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติไปในที่สุด</p>

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. นโยบายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับด้านการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสด ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564)
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดสด
3. แนวคิดการประกอบธุรกิจตลาดสด ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจตลาดสด มาตรฐานของตลาดสดน่าซื้อ
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิถีใหม่ (New Normal) ในการบริหารจัดการตลาดด้านระบบสาธารณสุข
5. กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจตลาดสด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. สรุป

นโยบายที่เกี่ยวข้องกับด้านการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสด

ตามแผนแม่บท คือ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) มีการกำหนดวิสัยทัศน์ประเทศไทยไว้ คือ ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงหรือเป็นคติพจน์ประจำชาติว่า มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในประเด็นความมั่นคงและยั่งยืน นั้นหมายถึงประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมีความยั่งยืน เศรษฐกิจของประเทศไทยมีความเข้มแข็ง และขณะเดียวกันต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ทั้งในตลาดโลกและตลาดภายในประเทศเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อเป็นประเทศไทย 4.0 ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม แต่ทั้งนี้ภาครัฐต้องมีแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจตั้งแต่ฐานราก คือ ประชาชนต้องมีการประกอบอาชีพและ รายได้อย่างเพียงพอในการดูแลตนเอง และครอบครัว ภายใต้สุขภาพที่ดี สามารถเข้าถึงระบบสวัสดิการของรัฐด้านสุขภาพได้อย่างทั่วถึงและไม่มีความเหลื่อมล้ำ นโยบายในแผนแม่บทฉบับนี้ จะมีความเกี่ยวข้องกับด้านการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดในแนววิถีใหม่ทั้งโดยตรง และโดยอ้อม มีสาระสำคัญดังนี้

แนวคิดแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580)

แนวคิดแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) ที่มีเป้าหมายในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันของผู้ประกอบการ การสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจฐานรากเพื่อ

การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม และแนวความคิดดูแลสุขภาวะที่ดีให้ประชาชน มียุทธศาสตร์ที่สำคัญ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ 1. “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์วัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ 2. “ปรับปรุงจจุบัน” เพื่อปูทางสู่ออนาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ 3. “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับปรุงรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับ อนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงจจุบัน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ ให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุน ในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดีรวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน ทั้งนี้การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ ยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจ เพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกร และประชาชนผู้ค้าขาย ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขันและมีอัตลักษณ์ชัดเจน โดยมีนวัตกรรมใน 3 ด้าน คือ นวัตกรรมในการ สร้างโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในเชิงกระบวนการผลิตและบริการ รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีธรรมาภิบาล

2. แผนยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมาย การพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชน ท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำ เพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทย ทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพสามารถพึ่งตนเอง และทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง ส่งเสริมการปรับพฤติกรรมในระดับครัวเรือน ให้มีขีดความสามารถในการจัดการวางแผนชีวิต สุขภาพ ครอบครัว การเงินและอาชีพ โดยใช้ข้อมูลความรู้และการยกระดับ การเรียนรู้ของครัวเรือน ทั้งในกลุ่มครัวเรือนภาคเกษตรและอาชีพอื่น ๆ เพื่อปรับการคิดเชิงระบบ การวางแผนอนาคต การออมและการลงทุน การดูแลสุขภาพความเป็นอยู่ของสมาชิกในครอบครัว เพิ่มทักษะทางการเงินและการวางแผนการจัดการที่ดินที่อยู่อาศัยและระบบการผลิตด้านอาชีพ เพิ่มความสามารถในการประกอบการธุรกิจ การบริหารจัดการ ตลอดจนพัฒนาผู้นำการเปลี่ยนแปลงใน ระดับชุมชนและท้องถิ่น อันเป็นการสร้างการเรียนรู้

จากภายในเพื่อสร้างคนที่มีระบบคิดที่มีเหตุผล และพึ่งตนเองได้ตามแนวทางหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการพึ่งตนเองและการพึ่งพากันเอง โดยสนับสนุนการรวมกลุ่มของ สมาชิกในชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ให้ชุมชนได้บริหาร จัดการและมีส่วนร่วมในกิจการที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยตรง การสนับสนุนการจัดทำแผนแม่บท ชุมชนที่สะท้อนปัญหาความต้องการที่แท้จริงของชุมชน โดยมีข้อมูลครัวเรือนเพื่อสนับสนุนการจัดทำแผน และเชื่อมโยงแผนชุมชนกับแผนพัฒนาตำบล แผนพัฒนาอำเภอ แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนา

3. ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดีครอบคลุมทั้งด้าน กาย ใจ สติปัญญา และสังคม มุ่งเน้นการเสริมสร้างการจัดการสุขภาวะในทุกรูปแบบ ที่นำไปสู่การมีศักยภาพในการจัดการ สุขภาวะที่ดีได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมให้คนไทย มีสุขภาวะที่ดีและมีทักษะด้านสุขภาวะที่เหมาะสม

1. การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาวะ โดยพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสาร ด้านสุขภาวะที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ให้แก่ประชาชน พร้อมทั้งเฝ้าระวังและจัดการกับความรู้ ด้านสุขภาวะที่ไม่ถูกต้อง จนเกิดเป็นทักษะทางปัญญาและสังคมที่เป็นการเพิ่มศักยภาพในการจัดการ สุขภาวะตนเองของประชาชน อาทิการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของตนเองให้มีความเหมาะสม และการมีกิจกรรมทางกายที่เพียงพอในการดำรงชีวิต

2. การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยงที่คุกคามสุขภาวะ โดยผลักดันการสร้างเสริมสุขภาวะในทุกนโยบายที่ให้หน่วยงานทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสุขภาพของประชาชน เพื่อลดภัยคุกคามที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสุขภาวะคนไทย

3. การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาวะที่ดีโดยส่งเสริมให้มีการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เป็นมิตรต่อสุขภาพและเอื้อต่อการมีกิจกรรมสำหรับยกระดับสุขภาวะของสังคม จัดทำมาตรการทางการเงินการคลังที่สนับสนุนสินค้าที่เป็นมิตรต่อสุขภาพ สนับสนุน การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ช่วยในการเสริมการมีสุขภาวะ รวมทั้งกำหนดให้มีการประเมินผลกระทบด้านสุขภาพ โดยชุมชนและภาคประชาชนก่อนการดำเนินโครงการที่อาจกระทบต่อระดับสุขภาวะ

4. การพัฒนาระบบบริการสุขภาพที่ทันสมัยสนับสนุนการสร้างสุขภาวะที่ดี โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการสร้างความเป็นเลิศทางด้านบริการทางการแพทย์ และสุขภาพแบบครบวงจรและทันสมัย ที่รวมไปถึงการพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ในการให้คำปรึกษา วินิจฉัย และพยากรณ์การเกิดโรคล่วงหน้า การพัฒนาระบบการดูแลสุขภาพทางไกลให้มีความ หลากหลาย เข้าถึงง่าย เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาคอขวดทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในพื้นที่

แนวคิดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (ปีพ.ศ.2560 - 2564)

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (ปีพ.ศ.2560 - 2564) ที่น้อมรับกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ได้มีแผนยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนเศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี ทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซาและข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า การพัฒนาต่อจากนี้ไปจึง

เน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ การลงทุนภาครัฐและเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมาจากความร่วมมือกันมากขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น นอกจากนี้ยังเน้นให้เศรษฐกิจรายสาขามีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง ภาคการเกษตรเน้นเกษตรกรรมยั่งยืนและให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมนิเวศ การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้และแข่งขันได้มากขึ้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ภาคการเงินมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญประกอบด้วย

1. การบริหารจัดการเศรษฐกิจ ส่วนรวม ทั้งในด้านการคลัง อาทิเพิ่มประสิทธิภาพการจัดแผนงานโครงการ การจัดสรรงบประมาณ การบริหารและการตรวจสอบกระบวนการงบประมาณ และด้านการเงิน อาทิเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการเงิน และสถาบันการเงินทั้งในตลาดเงินและตลาดทุนให้สามารถสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

2. การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการและการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ โดยยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบันเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง วางอนาคตรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรมเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน

3. การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำให้ความสำคัญกับการจัดบริการของรัฐที่มีคุณภาพทั้งด้านการศึกษา สาธารณสุข ให้กับผู้ที่ด้อยโอกาสและผู้ที่ยากไร้ในพื้นที่ห่างไกลการจัดสรรที่ดินทำกิน สนับสนุนในเรื่องการสร้างอาชีพ รายได้ และสนับสนุนการเพิ่มผลิตภาพผู้ด้อยโอกาส สตรี และผู้สูงอายุ รวมทั้งกระจายการจัดบริการภาครัฐให้มีความครอบคลุมและทั่วถึงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ตลอดจนสร้างชุมชนเข้มแข็งให้เป็นพลังร่วมทางสังคมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาและพร้อมรับผลประโยชน์จากการพัฒนา โดยส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการระดับชุมชน การสนับสนุนศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนจัดสวัสดิการและบริการในชุมชน และผลักดันกลไกการกระจายที่ดินทำกินและการบริหารจัดการที่ดินของชุมชน โดยมุ่งบรรลุเป้าหมายสำคัญในการยกระดับรายได้ประชากรกลุ่มร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด

สรุปได้ว่าการศึกษาวิสัยทัศน์ในแผนแม่บทคือแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 โดยศึกษาแนวคิดระดับระดับภาคประชาชน พบประเด็นสำคัญดังนี้ความมั่นคงหมายถึงการที่ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงานและอาชีพและรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต ความมั่งคั่ง หมายถึงการที่ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืน จนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรทุกคนมีความอยู่ดีมีสุขได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึง ทุกภาคส่วนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ไม่มีประชาชนที่อยู่ในภาวะความยากจน ความยั่งยืน หมายถึงการพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประชาชนตั้งแต่ฐานรากมีอาชีพ มีรายได้จนเจือครอบครัวตนเองอย่างเพียงพอ ซึ่งเป็น

การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญตั้งแต่เศรษฐกิจฐานราก และอยู่บนหลักการใช้การรักษาและการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมทั้งเป้าหมายที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดีในทุกสถานการณ์ สามารถลดความเสี่ยงด้านสุขภาพตนเองได้ในกรณีที่ มีสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง และสามารถเข้าถึงระบบสุขภาพได้อย่างทั่วถึง โดยไม่มีความเหลื่อมล้ำ

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดสด

การบริหารจัดการ

นักวิชาการได้ให้ความหมายของการบริหารจัดการไว้ ดังนี้

ติน ปรัชญพฤทธิ (2551) ได้ให้ความหมายของการบริหาร ว่าหมายถึง กระบวนการนำเอาการตัดสินใจและนโยบายไปปฏิบัติ ส่วนการบริหารรัฐกิจ หมายถึง เกี่ยวข้องกับการเอานโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

วิโรจน์ สารรัตน์ (2555) ได้ให้ความหมายของการบริหาร ว่าหมายถึง กระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยอาศัยหน้าที่ในการบริหาร ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การชี้นำ (Leading) และการควบคุมองค์กร (Controlling)

ศิริ ถิอาสนา (2557) ได้ให้ความหมายของการบริหารว่าเป็นกิจกรรมของกลุ่ม ตั้งแต่สองคนขึ้นไป ร่วมมือกันจัดการทรัพยากร ที่เหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ใช้ ทั้งศาสตร์และศิลป์จัดการกระบวนการบริหารหรือหน้าที่การบริหาร ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การจัดคณะทำงาน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting)

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การบริหารจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกันโดยทุกฝ่ายเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร การบริหารเป็นศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น โดยเป็นกิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ จากที่กล่าวมาประเด็นสำคัญของการบริหารคือการบริหารสามารถประยุกต์ใช้กับองค์การใดองค์การหนึ่งได้เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือการสร้างกำไรการบริหารเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพคือ วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุดและประสิทธิผลคือการบรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุดและการบริหารสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์การ

ความหมายของตลาดสด

2.1 ตลาด ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 หมายถึง สถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้วหรือของเสียยง่ายทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงบริเวณซึ่งจัดไว้สำหรับให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายประเภทดังกล่าวเป็นประจำหรือเป็นครั้งคราวหรือตามวันที่กำหนด ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ.2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข ค.ศ.2535 ได้จำแนกตลาดออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

- ตลาดประเภทที่ 1 ได้แก่ ตลาดที่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินกิจการเป็นการประจำ หรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

- ตลาดประเภทที่ 2 ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินกิจการเป็นการประจำ หรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

- ตลาดประเภทที่ 3 ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินกิจการชั่วคราว หรือเป็นครั้งคราวหรือตามวันที่กำหนด

โดยตลาดในแต่ละประเภทจะมีรายละเอียดที่กำหนดหลักเกณฑ์และสัญลักษณ์แตกต่างกันไปในแต่ละประเภท เพื่อเป็นกรอบให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำไปพิจารณาออกข้อบังคับตามความเหมาะสม ในงานวิจัยนี้ได้ศึกษาตลาดสดประเภทที่ 1 เท่านั้น

ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ.2542) ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 ข้อ 5 - ข้อ 11 ได้กำหนดลักษณะของตลาดประเภทที่ 1 ดังนี้

2.2 พื้นที่ตลาด ต้องมีเนื้อที่ตามความเหมาะสม โดยมีส่วนประกอบของสถานที่และสิ่งปลูกสร้าง คือ อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของ ที่ขนถ่ายสินค้า ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ ที่รวบรวมมูลฝอยและที่จอดรถ อาคารสิ่งปลูกสร้างสำหรับผู้ขายของ ต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์ และสัญลักษณ์ ดังต่อไปนี้

2.2.1 มีถนนรอบอาคารตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และมีทางเข้าออกบริเวณตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร อย่างน้อยหนึ่งทาง ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้มาใช้บริการในตลาดและผู้ขายของในการขนส่งสินค้า การรักษาความสะอาด และเก็บขนขยะออกจากตลาด รวมถึงประโยชน์ที่จะทำให้รถดับเพลิงสามารถเข้าไปดับเพลิงกรณีเกิดอัคคีภัย

2.2.2. ตัวอาคารทำด้วยวัสดุถาวร มั่นคง แข็งแรง เพื่อความปลอดภัยในการใช้สอย ตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร

2.2.3 หลังคาสร้างด้วยวัสดุทนไฟ และแข็งแรงทนทาน ความสูงของหลังคาต้องมีความเหมาะสมกับการระบายอากาศของตลาดนั้นๆ เพราะจะเป็นการช่วยระบายอากาศโดยวิธีธรรมชาติสำหรับอาคารตลาดที่มีการระบายอากาศโดยใช้พัดลมดูดอากาศ หรือกรณีเป็นอาคารปิดติดตั้งเครื่องปรับอากาศ หลังคาตลาดไม่จำเป็นต้องสูงมาก

2.2.4 พื้นทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง เรียบ ทำความสะอาดง่าย และไม่มีน้ำขัง เพราะหากพื้นตลาดไม่เรียบหรือชำรุดเป็นหลุมบ่อ จะทำให้มีน้ำขัง เป็นแหล่งสะสมความสกปรก ทำให้ทำความสะอาดได้ยาก

2.2.5 ฝ้าผนังทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง เรียบ และทำความสะอาดง่าย ฝ้าผนังที่มีสีอ่อน ๆ จะช่วยให้มองเห็นความสกปรกได้ง่าย และช่วยให้ตลาดดูสว่างขึ้น

2.2.6 ประตูมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร ทั้งนี้เพื่อให้สามารถป้องกันสัตว์ต่างๆ เข้าไปพุกพ่วนในตลาด การกำหนดความกว้างของประตูก็เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยของประชาชนและผู้ขายของ ทำให้การขนส่งสินค้าเข้าออกตลาดเป็นไปโดยสะดวก และประตูตลาดควรจะเป็นประจำหลังจากตลาดปิดบริการ

2.2.7 ทางเดินภายในอาคารสำหรับผู้ซื้อที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร เพื่อประโยชน์ในการสัญจรของประชาชนที่เข้ามาซื้อสินค้าในตลาด รวมถึงใช้ในการขนส่งสินค้าเข้าออกไปตามแผนจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ได้โดยสะดวกและช่วยให้แผนจำหน่ายสินค้าไม่แออัดจนเกินไป

2.2.8 มีการระบายอากาศภายในตลาดเพียงพอ ไม่ให้เกิดกลิ่นเหม็นอับ

2.2.9 ความเข้มของแสงสว่างในอาคารตลาดไม่น้อยกว่า 100 ลักซ์ เว้นแต่ที่แผงขายสินค้าหรือเชิงจำหน่ายเนื้อสัตว์ ต้องมีความเข้มของแสงสว่างไม่น้อยกว่า 200 ลักซ์ ทั้งนี้ ต้องไม่ใช่แสงหรือวัสดุอื่นที่ทำให้สีของสินค้าเปลี่ยนไป

2.2.10 แผงขายสินค้าเป็นแบบปิดทึบ ทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ มีความลาดเอียงและทำความสะอาดง่าย มีพื้นที่แผงไม่น้อยกว่า 2 ตารางเมตร สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร และมีความสูงของแผงของผู้ขายของ กว้างไม่น้อยกว่า 70 เซนติเมตร มีที่นั่งสำหรับผู้ขายของไว้โดยเฉพาะอย่างเหมาะสมแยกต่างหากจากแผงและสะดวกต่อการเข้าออก การที่กำหนดให้ด้านบนของแผงขายสินค้า ต้องมีความลาดเอียงเพื่อป้องกันน้ำขังอยู่บนแผง และการกำหนดความสูงของแผงเพื่อป้องกันสิ่งสกปรกจากพื้นกระเด็นขึ้นมาปนเปื้อนกับสินค้าบนแผงค้าเปลี่ยนแปลงไปจากธรรมชาติ

2.2.11 จัดให้มีน้ำประปาอย่างเพียงพอสำหรับล้างสินค้าหรือล้างมือโดยระบบท่อสำหรับแผงขายอาหารสดต้องมีก๊อกน้ำไม่น้อยกว่า 1 ก๊อกน้ำต่อ 2 แผง และมีการวางท่อในลักษณะที่ปลอดภัย ไม่เกิดการปนเปื้อนจากน้ำโสโครก ไม่ติดหรือทับกับท่ออุจจาระ และต้องจัดให้มีที่เก็บสำรองน้ำให้มีปริมาณเพียงพอและสะดวกต่อการใช้

2.2.12 มีทางระบายน้ำทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ ทางระบายน้ำภายในตลาดต้องเป็นแบบเปิดส่วนทางระบายน้ำรอบตลาดต้องเป็นแบบรูปตัวยูและมีตะแกรงปิดที่สามารถเปิดทำความสะอาดได้ง่ายมีความลาดเอียงระบายน้ำได้สะดวก มีบ่อดักมูลฝอย บ่อดักไขมัน และระบบบำบัดน้ำเสีย โดยน้ำทิ้งต้องได้มาตรฐานน้ำทิ้งตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร เว้นแต่จะจัดส่งน้ำเสียไปบำบัดในระบบบำบัดน้ำเสียรวมของราชการส่วนท้องถิ่นโดยได้เสียค่าบริการตามอัตราของราชการส่วนท้องถิ่นนั้น

2.2.13 ต้องจัดให้มีเครื่องดับเพลิงตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ติดตั้งไว้ในบริเวณที่เห็นได้ง่าย ซึ่งตามกฎหมายกระทรวง ฉบับที่ 19 (พ.ศ.2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ได้กำหนดให้อาคารตลาดต้องติดตั้งเครื่องดับเพลิงแบบมือถืออย่างน้อยอย่างใดอย่างหนึ่ง ได้แก่ โฟมเคมี ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ผงเคมีแห้ง เฮลอน (HALON 1211) โดยเลือกติดตั้งเครื่องดับเพลิงตามประเภทของวัสดุที่มีในแต่ละชั้นของอาคารตลาดตามเกณฑ์ที่กำหนด และให้ติดตั้งจำนวน 1 เครื่อง ต่อพื้นที่อาคารไม่เกิน 1,000 ตารางเมตร ทุกระยะไม่เกิน 45 เมตร แต่ต้องไม่น้อยกว่าชั้นละ 1 เครื่อง และต้องติดตั้งให้ส่วนบนสุดของตัวเครื่องสูงจากระดับพื้นอาคารไม่เกิน 1.50 เมตร ในที่มองเห็นสามารถอ่านคำแนะนำการใช้ได้ สามารถนำไปใช้งานได้โดยสะดวก และต้องอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลา

2.3 ที่ขนถ่ายสินค้า ต้องจัดให้มีและอยู่ในบริเวณหนึ่งบริเวณใดโดยเฉพาะมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการขนถ่ายสินค้าในแต่ละวัน และสะดวกต่อการขนถ่ายสินค้าและการรักษาความสะอาด

2.4 ส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ ต้องมีและเป็นไปตามหลักเกณฑ์และสุขลักษณะ ดังต่อไปนี้

- 2.4.1 ตั้งอยู่ในที่เหมาะสมนอกตัวอาคารตลาด
- 2.4.2 มีระบบการขับเคลื่อนอุจจาระและปัสสาวะลงสู่ที่เก็บกัก ซึ่งจะต้องป้องกัน สัตว์และแมลงพาหะนำโรคได้ และไม่ปนเปื้อนแหล่งน้ำธรรมชาติและน้ำใต้ดินทุกชั้นตอน
- 2.4.3 ห้องส้วมต้องสร้างด้วยวัสดุทนทานและทำความสะอาดง่ายมีขนาดเนื้อที่ ภายในไม่น้อยกว่า 0.90 ตารางเมตรต่อหนึ่งที่นั่ง และมีความกว้างภายในไม่น้อยกว่า 0.90 เมตร ประตูเป็นชนิดเปิดออกและมีผนังกัน เพื่อมิให้ประตูเปิดสู่ตลาดโดยตรง
- 2.4.4 ระยะตั้งระหว่างพื้นถึงส่วนต่ำสุดของคาน หรือเพดาน หรือสิ่งอื่นที่ติดกับ คานหรือเพดานต้องไม่น้อยกว่า 2.00 เมตร และมีช่องระบายอากาศไม่น้อยกว่าร้อยละสิบของพื้นที่ ห้องหรือมีพัดลมระบายอากาศ
- 2.4.5 พื้นให้ตำแหน่งต่ำสุดของพื้นห้อง
- 2.4.6 กรณีเป็นโถส้วมชนิดคอก่านต้องสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 0.20 เมตร
- 2.4.7 มีท่อระบายอุจจาระลงสู่ถังเก็บกัก ซึ่งต้องมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางไม่น้อย กว่า 10 เซนติเมตร มีความลาดเอียงไม่น้อยกว่า 1:10
- 2.4.8 มีท่อระบายก๊าซขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 2.50 เซนติเมตร สูงเหนือ หลังคาส้วมหรือสูงจนกลิ่นเหม็นของก๊าซไม่รบกวนผู้อื่น
- 2.4.9 ความเข้มของแสงสว่างในห้องส้วมไม่น้อยกว่า 100 ลักซ์
- 2.4.10 จัดให้มีกระดาษชำระ หรือน้ำสำหรับชำระให้เพียงพอสำหรับห้องส้วมทุกห้อง
- 2.5 จำนวนส้วมและที่ถ่ายปัสสาวะ ต้องจัดให้มีอย่างเพียงพอและเหมาะสม ดังนี้
- 2.5.1 ส้วมต้องมีไม่น้อยกว่า 6 ที่ ต่อจำนวนแผงไม่เกิน 40 แผง โดยแยกเป็นส้วม ชาย 2 ที่ห้องส้วมต้องมีความลาดเอียงไม่น้อยกว่า 1:100 และมีจุดระบายน้ำทิ้งส้วมหญิง 4 ที่ และให้ เพิ่มทั้งส้วมชายและส้วมหญิงอีก 1 ที่ และ 2 ที่ ตามลำดับต่อจำนวนแผงที่เพิ่มขึ้นทุก 25 แผง
- 2.5.2 ที่ถ่ายปัสสาวะชายต้องจัดให้มีไม่น้อยกว่าจำนวนส้วมชายและอยู่ในบริเวณเดียวกัน
- 2.5.3 อ่างล้างมือต้องจัดให้มีไม่น้อยกว่า 1 ที่ ต่อส้วม 2 ที่ และที่ถ่ายปัสสาวะ 2 ที่ ฉะนั้นโดยสรุป อย่างน้อยที่สุด ตลาดที่มีแผงขายสินค้าไม่เกิน 40 แผง ต้องจัดให้มีส้วมชาย 2 ที่ พร้อมที่ถ่ายปัสสาวะ 2 ที่ มีส้วมหญิง 4 ที่ และมีอ่างล้างมือ 2 ที่ ในส้วมชาย และอีก 2 ที่ ในส้วม หญิง และเพื่อให้ถูกสุขอนามัยบริเวณอ่างล้างมือควรจัดหาสบู่สำหรับล้างมือไว้บริการ
- 2.6 ที่รวบรวมมูลฝอย ต้องมีลักษณะเป็นสิ่งปลูกสร้างถาวร หรือเป็นที่พักมูลฝอยที่เจ้า พนักงานสาธารณสุขเห็นว่าเหมาะสมกับตลาดนั้น ๆ มีขนาดเพียงพอที่จะรองรับปริมาณมูลฝอย ในแต่ละวัน มีการปกปิดสามารถป้องกันสัตว์เข้าไปคุ้ยเขี่ยได้ ตั้งอยู่นอกตัวอาคารตลาดและอยู่ในพื้นที่ ที่รถเข้าออกได้สะดวก
- 2.7 ที่จอดรถ ต้องจัดให้มีตามความเหมาะสมตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด ทั้งนี้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการในตลาด และเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยบริเวณรอบ ตลาดป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาด้านการจราจร ส่วนในการกำหนดลักษณะและขนาดของที่จอดรถนั้น กฎกระทรวงได้ให้อำนาจแก่เจ้าพนักงานท้องถิ่นในการกำหนดตามความเหมาะสม โดยพิจารณาจาก สภาพพื้นที่ของตลาด จำนวนรถที่เข้ามาใช้บริการในตลาด ซึ่งถ้าตลาดมีพื้นที่จำกัดก็อาจกำหนดให้ สร้างเป็นอาคารที่จอดรถ หรือถ้าตลาดมีพื้นที่มากก็สามารถสร้างเป็นลานที่จอดรถได้

แนวทางการบริหารจัดการตลาดสด

สำนักงานกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค ธนาครออมสิน (2551) ได้เสนอแนวคิดในการบริหารจัดการตลาดสดไว้ 3 แนวทาง คือ

1. เทศบาลบริหารจัดการเองทั้งหมด ในรูปแบบนี้เทศบาลสามารถบริหารจัดการเองทั้งหมดโดยการจัดตั้งผู้จัดการตลาดที่มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์ และมีพนักงานในการช่วยเหลือดูแล มีการวางแผนด้านงบประมาณ การอบรมพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่อาจมีข้อจำกัดในด้านการได้ความร่วมมือจากกลุ่มผู้ค้า หรือผู้ค้า

2. เทศบาลให้เอกชนบริหารจัดการเองทั้งหมด ในรูปแบบนี้เทศบาลจะมีการทำสัญญากับเอกชนในการเข้ามาดูแล บริหารจัดการตลาด ซึ่งต้องมีข้อตกลงเรื่องค่าตอบแทนและรายรับเพื่อให้เอกชนส่งคืนเทศบาลให้ครบตามระยะเวลาของโครงการ ซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องการสรรหาเอกชนที่มีความพร้อมเข้ามาบริหารจัดการ และการที่ภาคเอกชนเข้ามาบริหารจัดการจะทำให้ราคาค่าเช่าแผงของผู้ค้าอาจสูงขึ้น การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพของเอกชน อาจส่งผลทำให้เกิดความไม่แน่นอน และความยั่งยืนของตลาดสดได้

3. เทศบาลให้เอกชนบริหารจัดการบางส่วน ในรูปแบบนี้ทั้งเทศบาลและเอกชนกำหนดบทบาทหน้าที่ร่วมกัน ซึ่งเทศบาลควรเป็นผู้ลงทุนเบื้องต้น กำหนดนโยบาย และระเบียบการบริหารจัดการ ต่างๆ และมีการปรับปรุงการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างยั่งยืน และมีการพัฒนาต่อเนื่อง ส่วนภาคเอกชนที่เข้ามาดำเนินการก็ดำเนินการไปตามระเบียบของภาครัฐ โดยมีความคล่องตัวมากกว่าราชการอยู่แล้วในการบริหารจัดการในเรื่องปกติ และไม่ผูกพันกับกฎระเบียบขั้นตองและหนังสือราชการมากเกินไปซึ่งผู้ค้าจะให้ความนิยม และร่วมมือ

สรุปในปัจจุบันเทศบาลต่าง ๆ มีการดำเนินการในทั้ง 3 รูปแบบ อยู่แล้วในระดับมากน้อยต่างกันไปตามบริบทของพื้นที่ แต่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือรูปแบบที่ 3 คือภาครัฐดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน ทั้งนี้การบริหารจัดการตลาดสดประเภทที่ 1 ให้ปลอดภัย และเกิดความมั่นใจต่อผู้บริโภค ต้องเป็นไปตามกฎกระทรวง ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข ค.ศ.2535 ในด้านพื้นที่ตลาด ที่ขนถ่ายสินค้า ส้วมและลักษณะของส้วมที่ถูกสุขลักษณะ ที่รวบรวมขยะมูลฝอย การจัดการขยะมูลฝอย และที่จอดรถ

แนวคิดการประกอบธุรกิจตลาดสด

ในปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดทั้งในส่วนภาครัฐคือองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มีการเข้าร่วมโครงการ “ตลาดสด นำซื้อ” ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้สามารถประกอบธุรกิจได้มาตรฐานความปลอดภัย และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค

ความหมายของตลาดสดนำซื้อ

“ตลาดสด นำซื้อ” เป็นมาตรฐานของตลาดสด ที่กำหนดขึ้น โดยกรมอนามัยเพื่อพัฒนาตลาดสดในประเทศไทยให้เป็นตลาดที่สะอาดได้มาตรฐานสำหรับให้บริการแก่ประชาชน โดยมาตรฐานนี้ได้ อิงตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551

ความเป็นมาของตลาดสดนำซื้อคือจากการที่กระทรวงสาธารณสุขได้มีการประกาศกฎกระทรวง เกี่ยวกับการควบคุมการประกอบกิจการตลาดให้ถูกสุขลักษณะ หลังจากมีการบังคับใช้ปรากฏว่าตลาดส่วนใหญ่ยังไม่มีปรับปรุงให้ถูกสุขลักษณะ (รัชชพงศ์ ดารงพิงคสกุล, 2552) จนเกิดความร่วมมือกันระหว่างกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างกระทรวง โดยจัดให้มีการพัฒนาตลาดสดทั่วประเทศ ด้วยการจัดทำโครงการตลาดสดนำซื้อ เพื่อให้เกิดการเร่งรัด ปรับปรุงตลาดประเภทที่ 1 (ตลาดประเภทที่ 1 คือ ตลาดที่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินกิจการเป็นประจำ หรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง) ในทุกพื้นที่ ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อ

ตลาดสดนำซื้อ หมายถึง ตลาดประเภทที่ 1 ที่มีโครงสร้างมั่นคง แข็งแรง สะอาด ถูกสุขลักษณะ มีการพัฒนาจนผ่านเกณฑ์การพัฒนายกระดับ 3 ด้าน คือ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยอาหาร และด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (กรมอนามัย, 2551)

"ตลาดสด นำซื้อ" เป็นมาตรฐานของตลาดสดที่กำหนดขึ้น โดยกรมอนามัย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อมได้จัดทำโครงการตลาดสดนำซื้อขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 และดำเนินงานต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันโดยมีการพัฒนามาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหารและสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ตลอดเวลา เพื่อพัฒนาตลาดสดในประเทศไทยให้เป็นตลาดที่สะอาดได้มาตรฐานสำหรับให้บริการแก่ประชาชน โดยในปัจจุบันมาตรฐานนี้ได้อิงตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ.2551 ซึ่งมีข้อกำหนดและหลักเกณฑ์เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์ ปัจจุบันมีตลาดสดที่ได้รับการรับรองมาตรฐานตลาดสด นำซื้อ มากกว่าร้อยละ 80 กรมอนามัยได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้ ส่วนหนึ่งก็มาจากสิ่งที่ทุกคนคิดและต้องการคุณลักษณะของตลาดที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะตามหลักสุขาภิบาลอาหาร และสิ่งแวดล้อม โดยกรมอนามัย (2551) ได้มีการพัฒนาเกณฑ์การพัฒนาตลาดสดนำซื้อโดยยกระดับ 3 ด้าน คือ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยอาหาร และด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ดังนี้

ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Health)

1. สุขลักษณะทั่วไปของตลาด

- โครงสร้างอาคารมั่นคง แข็งแรง ไม่ชำรุด
- พื้นตลาดทำด้วยวัสดุถาวร ไม่ลื่น ทำความสะอาดง่าย
- ภายในตัวตลาดมีการระบายอากาศอย่างเพียงพอ
- ทางเดินภายในอาคารตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร
- มีการจัดวางสินค้า/อุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่เกะกะ รกรุงรัง หรือกีดขวางทางเดิน
- มีการจัดจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทเป็นหมวดหมู่ไม่ปะปนกัน

2. การจัดการมูลฝอย

- มีการแยกประเภทขยะมูลฝอย (มูลฝอยสด/มูลฝอยทั่วไป)
- มีที่รองรับขยะมูลฝอยสาธารณะที่ถูกหลักสุขาภิบาล
- มีที่รองรับขยะมูลฝอยประจำแผงที่ถูกหลักสุขาภิบาล

- ไม่มีมูลฝอยสะสมตกค้างบนพื้นตลาด บริเวณแผง รางระบายน้ำ ทางเดิน บริเวณที่
รองรับมูลฝอยสาธารณะและบริเวณที่รวบรวมมูลฝอย

3. การจัดหาน้ำดื่ม น้ำใช้

- มีน้ำดื่ม/ใช้สะอาดไว้บริการอย่างเพียงพอ
- จัดให้มีที่เก็บสำรองน้ำให้เพียงพอต่อการใช้ในแต่ละวัน

4. การจัดการน้ำเสีย

- ตลาดและบริเวณโดยรอบไม่มีน้ำขังเฉอะแฉะ
- รางระบายน้ำเสียในตลาดเป็นชนิดรางเปิด
- รางระบายน้ำเสียรอบตลาดมีฝาปิดที่สามารถเปิดทำความสะอาดได้
- รางระบายน้ำเสียไม่มีน้ำขัง ไม่อุดตัน
- มีการดักมูลฝอย และบ่อดักไขมันก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ
- มีระบบบำบัดน้ำเสียที่ใช้การได้ และน้ำเสียที่ผ่าน การบำบัดต้องได้มาตรฐาน

5. การจัดการสิ่งปฏิกูล

- มีห้องส้วมแยกเพศชาย-หญิง มีอ่างล้างมือที่ใช้การได้
- ระบบเก็บกักอุจจาระถูกสุขลักษณะ ไม่ชำรุด
- มีผู้รับผิดชอบทำความสะอาดอย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง

6. การป้องกัน การควบคุมสัตว์และแมลงพาหะนำโรค

- จัดให้มีการควบคุมป้องกันสัตว์และแมลงนำโรคอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

7. การจัดการบริหารด้านสิ่งแวดล้อม

- มีผู้รับผิดชอบในการทำความสะอาด ความระเบียบเรียบร้อยของตลาด
- มีการทำความสะอาดเป็นประจำทุกวัน
- มีการล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาลอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง
- จัดให้มีเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสม ติดตั้งในบริเวณ ที่เห็นง่าย และสะดวกในการ

นำมาใช้งาน

- จัดให้มีการบำรุงรักษาโครงสร้างภายในตลาดให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้
ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ

- จัดให้มีการอบรมผู้ขายของ และผู้ช่วยขายของในตลาดด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม/
สุขภาพอนามัย

- มีกลุ่ม/ชมรมผู้ประกอบการตลาดผู้ขายของ ผู้ช่วยขายของ ผู้บริโภคหรืออื่น ๆ

8. สุขวิทยาส่วนบุคคลของผู้ขาย/ผู้ช่วยขายของ

- ต้องมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง แต่งกายเรียบร้อย
- มีสุขวิทยาส่วนบุคคลที่ดี

ด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety)

- ทุกแผงจำหน่ายอาหารตลาดสดต้องผ่านเกณฑ์การทดสอบสารปนเปื้อน
- ตรวจไม่พบสารปนเปื้อน 4 ชนิด บอแรกซ์ ฟอรัมาลิน สารฟอกขาว สารกันรา
- ยาฆ่าแมลงตรวจพบในเกณฑ์ที่ปลอดภัย

ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection)

- มีจุดให้บริการ 3 จุด คือ จุดให้ความรู้ จุดทดสอบสารปนเปื้อน และจุดเครื่องชั่งกลาง
สรุปในปัจจุบันการประกอบธุรกิจตลาดสด ประเภทที่ 1 ผู้ประกอบการเข้าร่วมกับ
กรมอนามัย จากการที่กรมอนามัยได้มีการจัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อได้เป็นเป็นการกระตุ้นและ
ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการปรับปรุงตลาดให้ได้ตาม
มาตรฐาน 3 ด้าน คือ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยอาหาร และด้านการคุ้มครอง
ผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ตามจากการดำเนินการถึงปัจจุบัน ยังพบว่าตลาดสดในประเทศไทยยังไม่ได้
พัฒนาหรือปรับปรุงให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานอยู่จำนวนหนึ่ง และยังมีพบตลาดที่เปิดโดยไม่ได้รับ
อนุญาตอย่างถูกต้องทำให้ยากต่อการกำกับดูแลให้ถูกสุขลักษณะ จึงนับว่าเป็นปัญหาที่ผู้มีส่วน
เกี่ยวข้องต้องมีการร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ต่อไปทั้งในส่วนงานที่กรมอนามัยรับผิดชอบ
และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลในพื้นที่

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับวิถีใหม่ (New Normal) ในการบริหารจัดการตลาด ด้านระบบสาธารณสุข

เนื่องมาจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) กรมอนามัยได้
ทบทวน มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีมาตรฐาน ที่รองรับกับ
สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน เป็น “ตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่”
โดยแบ่งหลักเกณฑ์ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Sanitation)
2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal hygiene) 3. ความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) และ
4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อทั้งผู้ขาย และ
ผู้บริโภค มีรายละเอียดดังนี้

ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Health) มีเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

1. ที่ตั้งของตลาดต้องอยู่ห่างไม่น้อยกว่า 100 เมตร จากแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษ ของ
เสีย โรงเลี้ยงสัตว์ แหล่งโสโครก ที่กำจัดสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอย อันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัย
เว้นแต่จะมีวิธีการป้องกันหรือเจ้าพนักงาน สาธารณสุขได้ให้ความเห็นชอบแล้ว
2. ถนนรอบอาคารตลาดกว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร และมีทางเข้าออก บริเวณตลาดกว้าง
ไม่น้อยกว่า 4 เมตร อย่างน้อยหนึ่งทาง
3. ตัวอาคารตลาดและหลังคาสร้างด้วยวัสดุถาวร ทนไฟ มั่นคง และ แข็งแรงทนทาน
ความสูงของหลังคาต้องมีความเหมาะสม กับการระบายอากาศ ของตลาดนั้น
4. ภายในตลาดมีการระบายอากาศอย่างเพียงพอ ไม่ร้อน อบอ้าว หรือ อับทึบ ไม่วาง
ของสูงปิดกั้นระบบระบายอากาศ
5. พื้นตลาดทำด้วยวัสดุถาวร แข็งแรง ไม่ดูดซึมน้ำ เรียบ ทำความ สะอาดง่าย ไม่มีน้ำ
ขังและไม่ลื่น

6. มีการบำรุงรักษาสายไฟ หลอดไฟ พัดลม ก๊อกน้ำ ท่อน้ำประปา และ สาธารณูปโภคอื่น ๆ ตลาด ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้อย่างปลอดภัย
7. ทางเดินภายในอาคารตลาดมีความกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร
8. มีการกำหนดพื้นที่การจำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทเป็นหมวดหมู่ และจัดทำผังแสดงโซนการจำหน่ายสินค้า
9. มีการจัดทำทะเบียนผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทุกราย และทะเบียนรถเร่ ในตลาด
10. แผงทำด้วยวัสดุถาวร เรียบ ทำความสะอาดง่าย และแผงจำหน่าย สินค้าประเภทอาหารสด มีความลำเอียง หรือมีการป้องกันน้ำขังอยู่บนแผง
11. แผงจำหน่ายสินค้าประเภทอาหาร มีความสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 ซม
12. จัดให้มีหมายเลขแผง ชื่อผู้ขายของติดตั้งประจำแผง และมองเห็น ชัดเจน
13. แผงจำหน่ายสินค้ามีแสงสว่างที่เพียงพอต่อการมองเห็นสินค้าได้ อย่างชัดเจน
14. มีชนิดและจำนวนเครื่องดับเพลิงที่เหมาะสม พร้อมใช้งาน โดย ติดตั้งในบริเวณที่สะดวกต่อการนำมาใช้งาน
15. มีการจัดวางสินค้าบนแผงจำหน่ายหรือขอบเขตที่กำหนด เป็นระเบียบ เรียบร้อย ไม่กีดขวางทางเดิน
16. กำหนดทางเข้า-ออกที่ชัดเจน/เหมาะสมกับขนาดพื้นที่ และ มีการคัดกรองพนักงาน ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และผู้ใช้บริการ (เฉพาะกรณีที่มี การแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง)
17. มีมาตรการลดความแออัด เช่น กำหนดจำนวนคนต่อพื้นที่ กำหนด ระยะเวลาการให้บริการ ไม่จัดกิจกรรมที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มคน เป็นต้น (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง)
18. ให้มีการทำความสะอาดบริเวณพื้น ทางเดิน ด้วยน้ำยาทำความสะอาด สะอาด/น้ำยาฆ่าเชื้อเป็นประจำทุกวัน และมีการล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง (ในกรณีที่มีโรคร้ายแรงให้ล้างตลาด ตามหลักสุขาภิบาล สัปดาห์ละ 1 ครั้ง)
19. จัดให้มีจุดบริการล้างมือพร้อมสบู่เหลว หรือเจลแอลกอฮอล์ ให้เหมาะสม กับขนาดพื้นที่ตลาด และเพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการ
20. จัดพื้นที่สำหรับนั่งรับประทานอาหารแยกจากพื้นที่ขายอาหารสด และสินค้าประเภทอื่น
21. มีมาตรการเว้นระยะห่างระหว่างโต๊ะและที่นั่งรับประทานอาหาร อย่างน้อย 1 เมตร (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง)
22. โต๊ะหรือเก้าอี้ที่ใช้บริโภคอาหาร สะอาด ไม่ชำรุด และมีการเช็ด ทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรคอยู่เสมอ
23. แยกห้องส้วมเพศ ชาย – หญิง ออกจากกันเป็นสัดส่วน มีจำนวน เพียงพอ ตั้งอยู่นอกตัวอาคารตลาด (หรือในกรณีที่อยู่ในอาคารตลาด ต้องแยก เป็นสัดส่วน โดยเฉพาะมีผนังกันโดยไม่ให้มีประตูเปิดสู่บริเวณจำหน่ายอาหาร)
24. มีการดูแลทำความสะอาดห้องส้วม อย่างน้อยวันละ 2 ครั้ง โดยเน้น บริเวณจุดเสียงหรือจุดสัมผัสร่วม (กรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง ต้องทำความสะอาดทุก 2 ชม.)

25. ภายในห้องส้วมมีการระบายอากาศดี สะอาด และไม่มึกลิ่นเหม็น มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่เหลว
26. ภายในห้องส้วมมีที่รองรับมูลฝอยที่มีสภาพดี ไม่รั่วซึม และมีฝาปิดมิดชิด
27. มีการควบคุม ป้องกันสัตว์ และแมลงพาหะนำโรค และจัดให้มี การกำจัดสัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรครายในบริเวณตลาด อย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง
28. ทำความสะอาดบริเวณแผงจำหน่ายอาหารสดและเนื้อสัตว์ฆ่าแหละ ด้วยน้ำยาทำความสะอาดหรือน้ำยาฆ่าเชื้อเป็นประจำทุกวัน
29. อาหารสดเฉพาะเนื้อสัตว์และอาหารทะเล ต้องเก็บรักษาในอุณหภูมิ ไม่เกิน 5 องศาเซลเซียส ในตู้เย็นหรือแช่น้ำแข็งตลอดระยะเวลาการเก็บ และ มีอุปกรณ์หยิบจับ
30. อาหารที่ขายต้องสะอาดและปลอดภัย ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎหมายว่าด้วยอาหาร
31. การจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จต้องใช้ อุปกรณ์/ภาชนะ ที่สะอาด มีอุปกรณ์หยิบจับ และอุปกรณ์ปกปิดอาหาร เพื่อป้องกันการปนเปื้อน รวมถึงให้มีการอุ่นอาหารทุก 2 ชั่วโมง
32. มีที่รองรับมูลฝอยสาธารณะที่เพียงพอ และมีการจัดการ เก็บกวาด มูลฝอยบริเวณทางเดินและถนน ให้สะอาดเรียบร้อยทุกวัน
33. ที่เก็บรวบรวมมูลฝอยตั้งอยู่นอกตัวอาคารตลาด และอยู่ในพื้นที่ที่ รถเก็บขนมูลฝอยเข้าออกได้สะดวก มีการปกปิดและป้องกันไม่ให้สัตว์เข้าไปคุ้ยเขี่ย
34. ที่เก็บรวบรวมมูลฝอยต้องมีระยะห่างจากสถานที่ประกอบอาหาร และ สถานที่เก็บอาหารไม่น้อยกว่า 4 เมตร แต่ถ้าที่รองรับขยะมูลฝอยมีขนาดความจุ เกินกว่า 3 ลูกบาศก์เมตร ต้องมีระยะห่างจากสถานที่ดังกล่าวไม่น้อยกว่า 10 เมตร
35. มีมาตรการให้ผู้ปฏิบัติงานเก็บขยะและทำความสะอาด ต้องสวม ถุงมือยาง ฝ้ายากันเปื้อน รองเท้าพื้นยางหุ้มแข้ง และใช้ปากคีบคีบยาวเก็บขยะ
36. มีการจัดการมูลฝอยประจำแผงที่ถูกหลักสุขาภิบาล มีการจัดการ เก็บกวาดมูลฝอยบริเวณแผงให้สะอาดเรียบร้อยอยู่เสมอ
37. มีก๊อกน้ำประจำแผงจำหน่ายอาหารประเนื้อสัตว์ฆ่าแหละ และแผง จำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จ
38. จัดให้มีที่เก็บน้ำสำรอง หรือมีบริการน้ำสำรองไว้ให้เพียงพอ และ สะดวกต่อการใช้ในแต่ละวัน
39. ต้องวางระบบน้ำใช้ในลักษณะที่ปลอดภัย ไม่เกิดการปนเปื้อน จากน้ำโสโครกไม่ติดหรือทับกับท่อระบายน้ำเสียหรือสิ่งปฏิกูล
40. จัดให้มีรางระบายน้ำเสียภายในตลาด เป็นรางระบายน้ำเสียชนิด รางเปิด และสามารถระบายน้ำได้ไม่มีน้ำขัง ไม่อุดตัน ไม่มีกลิ่นเหม็น
41. มีการบำบัดน้ำเสียอย่างเหมาะสม ก่อนปล่อยสู่แหล่งน้ำสาธารณะ โดยมีผลการตรวจวัดคุณภาพน้ำทิ้งจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐาน (สำหรับตลาด ที่มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 2,500 ตารางเมตรขึ้นไป)

ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) มีเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

1. ตลาดมีมาตรการให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และผู้ให้บริการต้องสวมหน้ากากผ้า หรือ หน้ากากอนามัยตลอดเวลา (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง หรือตามประกาศของทางราชการ) และต้องปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคล
2. ให้มีการอบรมให้ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารแก่ผู้ประกอบการ ผู้ขาย และผู้ช่วยขาย โดยเฉพาะแผงขายอาหารปรุงสำเร็จ
3. ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย ต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีสุขวิทยาส่วนบุคคลที่ดี เช่น สวมเสื้อมีแขน สวมผ้ากันเปื้อน สวมหมวกปกปิดเส้นผม
4. ให้ผู้ขายและผู้ช่วยขายล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์ อย่างสม่ำเสมอ
5. มีการเว้นระยะห่างระหว่างผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และผู้ให้บริการ ในการ เลือกซื้อสินค้า และชำระเงิน อย่างน้อย 1 เมตร (เฉพาะกรณีที่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโรคร้ายแรง หรือตามประกาศของราชการ)

ด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) มีเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

1. มีผลการตรวจวิเคราะห์ทางจุลินทรีย์ไม่เกินกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์กำหนด ได้แก่ ตัวอย่างอาหาร พื้นผิวภาชนะและ อุปกรณ์จากมือผู้ขายอาหาร
2. มีการตรวจสอบปนเปื้อน 3 ชนิดขึ้นไปและตรวจไม่พบสารปนเปื้อน ในอาหารตามมาตรฐานความปลอดภัย (Food Safety) ได้แก่ ฟอร์มาลิน สารกันรา บอแรกซ์ สารฟอกขาว ยาฆ่าแมลง

ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) มีเกณฑ์มาตรฐาน ดังนี้

1. จัดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นจากประชาชน รวมถึงการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค
2. จัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาด อย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน

กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจตลาดสด

ตลาดสดถือเป็นแหล่งรวมของสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภค และเป็นศูนย์รวมของประชาชนในการจับจ่ายซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า ไม่ว่าจะเป็นอาหารสด อาหารแห้ง เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ต่าง ๆ รวมถึงอาหารที่มีการแปรรูปปรุงสำเร็จ การจัดให้มีตลาด การควบคุมดูแล และสนับสนุนตลาดของเอกชนให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดถูกสุขลักษณะเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและ/หรือเทศบาลตามที่กฎหมายกำหนด ดังนี้คือ

พระราชบัญญัติสภาพัฒนาการและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537

มาตรา 68 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย องค์การบริหารส่วนตำบลอาจจัดทำกิจการในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ดังต่อไปนี้ 10 ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือและท่าข้าม

พระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ.2496

มาตรา 51 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย เทศบาลตำบลอาจจัดทำกิจการใด ๆ ในเขตเทศบาล ดังต่อไปนี้ 3 ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือและท่าข้าม

มาตรา 54 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย เทศบาลเมืองอาจจัดทำกิจกรรมใด ๆ ในเขตเทศบาล ดังต่อไปนี้ 1 ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือและท่าข้าม

มาตรา 56 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย เทศบาลนครมีหน้าที่ต้องทำในเขตเทศบาล ดังต่อไปนี้ 6 จัดให้มีและควบคุมตลาด ท่าเทียบเรือ ท่าข้าม และที่จอดรถ

พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540

มาตรา 45 องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอำนาจหน้าที่ดำเนินกิจการภายในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัด ดังต่อไปนี้ (8) จัดทำกิจการใด ๆ อันเป็นอำนาจหน้าที่ของราชการส่วนท้องถิ่นอื่นที่อยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนจังหวัดและกิจการนั้นเป็นการสมควรให้ราชการส่วนท้องถิ่นอื่นร่วมกันดำเนินการหรือให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดทำ ทั้งนี้ ตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

กฎกระทรวง (พ.ศ.2541) ออกตามความในพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 ให้กิจการดังต่อไปนี้เป็นกิจการที่ราชการส่วนท้องถิ่นอื่นสมควรให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดร่วมดำเนินการหรือให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดจัดทำ (8) จัดให้มีท่าเทียบเรือ ท่าข้าม ที่จอดรถและตลาด

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542

มาตรา 16 ให้เทศบาล เมืองพัทยา และองค์การบริหารส่วนตำบลมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง ดังนี้ (3) การจัดให้มีและควบคุมตลาด ท่าเทียบเรือ ท่าข้าม และที่จอดรถ

มาตรา 17 ภายใต้บังคับมาตรา 16 ให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดระบบการบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง ดังนี้ (17) การจัดตั้งและดูแลตลาดกลาง

พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535

รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของตลาดโดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน 2546 มอบหมายให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยร่วมกับกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง พิจารณากำหนดแนวทางและดำเนินการปรับปรุงตลาดสดต่าง ๆ ของรัฐ ทั้งตลาดขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และตลาดขององค์การตลาดเพื่อการเกษตร ตลอดจนกำหนดแนวทางการควบคุมดูแลและสนับสนุนตลาดของเอกชน ให้มีการปรับปรุงเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดและถูกสุขลักษณะ โดยการออกพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 ซึ่งได้บัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมดูแลการประกอบกิจการตลาด โดยให้อำนาจแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการออกข้อกำหนดท้องถิ่นเพื่อใช้ในการควบคุมกำกับประกอบกิจการตลาดในเขตรับผิดชอบให้ถูกสุขลักษณะ โดยมีการออกกฎกระทรวงตามมาหลายฉบับ และที่บังคับใช้ฉบับล่าสุดคือ กฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551

พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522

เป็นกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมลักษณะอาคารที่ถูกต้องตามหลักวิศวกรรมศาสตร์ และด้านสาธารณสุข โดยมีกฎกระทรวงที่บังคับใช้ออกมาหลายฉบับ คือ กฎกระทรวง ฉบับที่ 39

(พ.ศ.2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ.2522 และ กฎกระทรวง ฉบับที่ 63 (พ.ศ.2551) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ.2522

สรุปได้ว่ากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจตลาดสด ประกอบด้วยกฎหมายที่สำคัญ คือ พระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ.2535 พระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ.2522 กฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาดพ.ศ.2551 กฎกระทรวงว่าด้วยอัตราค่าธรรมเนียมการให้บริการเก็บ ขน และกำจัดสิ่งปฏิกูลหรือมูลฝอย และอัตราค่าธรรมเนียมอื่น ๆพ.ศ.2545 กฎกระทรวง ฉบับที่ 39 (พ.ศ.2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ.2522 และ กฎกระทรวง ฉบับที่ 63 (พ.ศ.2551) ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคารพ.ศ.2522

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เป็ล เอี้ยวสุวรรณ (2555) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดนำซื้อ : ศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดขวัญใจแม่ค้า ผลการวิจัยพบว่า ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด นำซื้อในระดับปานกลาง โดยผู้ซื้อมีความต้องการให้พัฒนาด้านความปลอดภัยอาหารมากที่สุด ส่วนผู้ขายมีความต้องการให้พัฒนาด้านสุขาภิบาลและพัฒนาด้านความคุ้มครองผู้บริโภคมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานสำหรับผู้ขายพบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด นำซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ซื้อ พบว่า อายุ อาชีพ และประเภทสินค้าที่ซื้อประจำมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสด นำซื้อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารตลาดมีความเห็นว่า การพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม มีความจำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะเรื่องความสะอาด และโครงสร้างอาคาร

ณัฐกร ชินบุตร (2559) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามจำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า ประชาชนผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมือง มหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่าความถี่มากที่สุด คือ ด้านการจัดการจราจร (ความถี่ 50) รองลงมา ด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม (ความถี่ 40) ด้านการจัดวางแผงสินค้า (ความถี่ 35) ด้านทำเลที่ตั้ง (ความถี่ 30) ด้านความหลากหลายของประเภทสินค้า (ความถี่ 25) ด้านราคาสินค้า (ความถี่ 20) ด้านการรักษาความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่เทศกิจ (ความถี่ 15) และด้านการประชาสัมพันธ์ (ความถี่ 6) ตามลำดับ

วิษชุดา เขียวเกต (2559) ได้ศึกษาการจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษาตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการฟื้นฟูของตลาดริมน้ำคลองแดน กลไก และกระบวนการจัดการตนเองและศึกษาการจัดการตลาดชุมชนภายใต้ทุนชุมชน กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ เครื่องมือการสัมภาษณ์ เชิงลึก เครื่องมือทางมานุษยวิทยา การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ผล

การศึกษาพบว่าตลาดริมน้ำคลองแดนได้พลิกฟื้นขึ้นมาใหม่อีกครั้งด้วยกลุ่มเล็ก ๆ ในชุมชน ใช้กระบวนการทำงาน ร่วมกันที่เรียกว่า “วชร” ชุมชนเรียนรู้ร่วมกันผ่านเครื่องมืองานวิจัยชุมชน เริ่มจากการฟื้นฟูวัดคลองแดนสู่ชุมชน และขยายผลต่อยอดมาสู่พื้นที่ตลาดริมน้ำคลองแดนให้เป็นพื้นที่ทำกิจกรรมของชุมชน ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การจัดการตนเองของตลาดริมน้ำเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นจากชุมชน โดยมีกระบวนการเริ่มจาก 1. การรวมกลุ่ม 2. แผนและข้อมูลชุมชน 3. การขับเคลื่อนแผน และ 4. การบูรณาการแผน การจัดการตนเองที่เกิดขึ้นภายในตลาดริมน้ำคลองแดน นั้น กลไกที่เข้ามามีบทบาทและสนับสนุนที่สำคัญ ได้แก่ 1. บุคคลในชุมชน 2. เครือข่ายภาคี และ 3. ทุนชุมชน ชุมชนคลองแดนมีทุนของชุมชนถือเป็นฐานสำคัญที่นำไปสู่การจัดการในทุก ๆ ด้านของชุมชน ทั้งทุนวัฒนธรรม ทุนมนุษย์ ทุนความรู้ภูมิปัญญาและทุนธรรมชาติ ด้วยความเข้าใจในชุมชนตนเอง จึงได้เห็นถึงศักยภาพของชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน จนทำให้เกิดการจัดการทุนชุมชน นำมาสู่การบูรณาการเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

อุดม สมบูรณ์ผล (2562) ได้ทำการศึกษาวิจัยแนวทางการจัดการสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจตลาดสดใน กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพการจัดการธุรกิจของการประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดในกรุงเทพมหานคร มีลักษณะตลาดสดแบบมีโครงสร้างต้องมีส่วนประกอบของสถานที่และสิ่งปลูกสร้างที่คงทนแข็งแรงเป็นตามเกณฑ์ มาตรฐานของกฎกระทรวง มีการดำเนินธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งการออกแบบตกแต่งและการจัดผังร้านผังตลาด แบ่งเป็นโซนตามประเภทของสินค้า การให้เช่ามีการทำสัญญาเป็นรายปีและจ่ายค่าเช่าเป็นรายเดือน รวมทั้งจ่ายค่าเช่า แบบรายวัน 2. ลักษณะพฤติกรรมของผู้เช่าแผงที่เป็นพ่อค้าและแม่ค้า จากผลการวิจัย พบว่าจำหน่ายสินค้าและประเภท สินค้าที่จำหน่ายเป็นอาหารสำเร็จรูป ผักสด ผลไม้ ของชำ และอาหารตามสั่ง โดยลูกค้าจัดซื้อจัดหาของทานได้ตามสะดวก และเป็นทำสัญญาเช่ารายปี แต่เป็นการชำระเงินรายเดือน จะจำหน่ายสินค้าเป็นการขายปลีกมีการจัดแผงของพ่อค้าแม่ค้าออกเป็นโซน สำหรับหน่วยงานที่รับชำระค่าเช่าแผงมีทั้งภาคเอกชนและภาครัฐบาลและผู้เช่าแผงพึงพอใจในการจัดระเบียบ ของส่วนกลางของตลาดทำให้พ่อค้าและแม่ค้ามีการปฏิบัติตามระเบียบที่กำหนด 3. หน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนของ ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดในกรุงเทพมหานคร จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับแนวทางการจัดตั้งตลาดสด พบว่าแนวทางการจัดตั้งตลาดควรมีการกำหนดระเบียบประเภทของผู้ค้ารวมถึง การจัดระเบียบการแบ่งประเภทของสินค้า เป็นหมวดหมู่เพื่อต่อการดูแลเรื่องสุขลักษณะและสะดวกต่อผู้ใช้บริการรวมถึงข้อบังคับของการจัดตั้งตลาดที่ควรมีคือของห้องสุขาและการวางระบบการระบายน้ำระบบบำบัดน้ำเสียของตลาดรวมถึงสถานที่สำหรับที่จะเป็นสถานที่ใน การทิ้งขยะสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นหลักเกณฑ์สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการไม่ว่าผู้ประกอบการจะขออนุญาต การจัดตั้งตลาดประเภทมีโครงสร้างหรือไม่มีโครงสร้าง 4. ตัวชี้วัดความสำเร็จการประกอบการธุรกิจตลาดสดจากการ วิจัยพบว่าควรสรรหาสินค้ามีคุณภาพและราคาเหมาะสมและให้ความเชื่อมั่นกับผู้บริโภค มีทำเลที่ตั้งใกล้สถานที่อยู่อาศัยและแหล่งชุมชน รวมทั้งควรมีการขยายกิจการและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในการนำระบบสารสนเทศมาช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดสดและมีการวางแผนการพัฒนาสินค้าในมีมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการจัดส่งถึงบ้านลูกค้า 5. แนวทางการจัดการสู่

ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจตลาดสดพบว่า ซึ่งให้ความสำคัญมาตรฐานการจัดการธุรกิจตลาดสด ได้แก่ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยผู้บริโภค ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านสินค้า ของตลาดสด ด้านการจัดกิจกรรมต้อนรับผู้บริโภคที่เป็นทั้งผู้เช่าแผง ผู้ซื้อสินค้าและคือนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างประเทศและคนชุมชนในพื้นที่ พร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกของตลาดทุกด้านและการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผู้เช่าแผงที่เป็นพ่อค้าและแม่ค้าให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

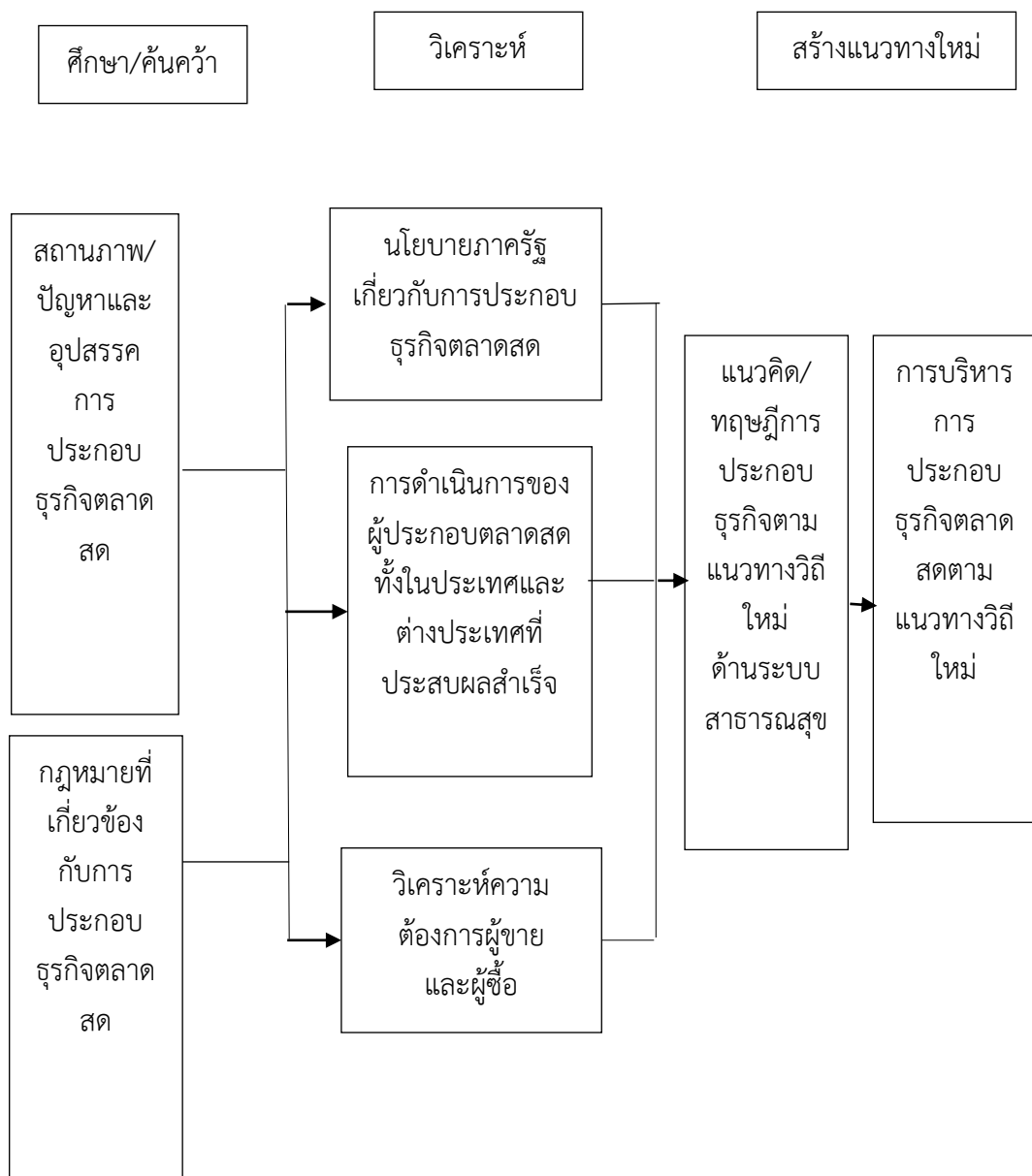
จรรยา แซ่มชื่น (2563) ได้ศึกษาการบริหารจัดการตลาดประชารัฐ กรณีศึกษาตลาดประชารัฐบ้านปรือคัน ตะวันออก ตำบลปรือใหญ่อำเภอชนชัยจังหวัดศรีสะเกษ ผลการศึกษาพบว่าการบริหารจัดการตลาดประชารัฐบ้านปรือคันตะวันออกเป็นการบริหารจัดการ โดยชาวบ้านแสนสุขมีคณะกรรมการทั้งหมด 9 คน ตลาดประชารัฐเป็นตลาดแห่งเดียวของจังหวัดศรีสะเกษที่ไม่ได้รับงบประมาณจากภาครัฐ เป็นการบริหารจัดการของชาวบ้านชุมชนแสนสุข ปัญหาที่พบคือขาดเงินสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นการบริหารจัดการของชาวบ้านชุมชนแสนสุข ปัญหาที่พบคือขาดเงินสนับสนุนจากภาครัฐ สภาพทรุดโทรมของ อาคารที่ใช้เป็นตลาดและบริเวณของตลาดสถานที่จอดรถแคบและการจัดการตลาดยังไม่เป็นระเบียบ ต้องการเทศอนกริตพื้นตลาด ขยายอาคารตลาดปรับปรุงลานจอดรถและปรับปรุงห้องสุขาให้สะอาดน่าใช้ต้องการให้จัดระเบียบการจราจร การจัดระเบียบภายในตลาดและติดชื่อร้าน และความต้องการของผู้บริโภคต้องการให้เพิ่มสินค้าสำหรับเลือกซื้อให้มากขึ้นและอาหารทะเล

ณัฐธยาน์ จุหมื่นไวย (2563) ได้ศึกษาการจัดการสิ่งแวดล้อมในการพัฒนาตลาดสดเขตหลักสี่ ผลการศึกษาพบว่าจากสภาพของตลาดที่ไม่ได้มาตรฐานตามข้อกำหนดของกระทรวงสาธารณสุขส่วนใหญ่จะพบปัญหาคือพื้นชำรุดเป็นมีน้ำขัง มีคราบสกปรกและเศษขยะตกค้างวางสินค้าไม่เป็นระเบียบมีสัตว์แมลงพาหะนำโรคจากสภาพตลาดสดตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่าภาพโดยรวมของตลาดสดมีสภาพไม่ถูกสุขลักษณะมีของขายวางเกะกะไม่เป็นระเบียบ มีแมลงวัน หนู แมลงสาบ อาศัยอยู่มากมาย ห้องน้ำมีน้อยไม่สะอาดมีกลิ่นเหม็น จนทำให้ผู้ บริโภคบางกลุ่มไม่ยอมไปใช้จ่ายที่ตลาดจึงต้องมีการร่วมมือกันของผู้ประกอบการค้าและพนักงานภายใน ตลาดสดเพื่อพัฒนาให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยถูกสุขลักษณะ มีสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมที่ดีให้ได้ตามมาตรฐานต่อไป

สุพัตรา คำแหง (2561) ได้ศึกษารูปแบบของปัจจัยความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ของผู้ประกอบการใหม่สู่ประเทศไทย 4.0 การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษา 1. ความคิดเห็นด้านปัจจัยทางการบริหารการตลาดสมัยใหม่และความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ และ 2. รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจกับปัจจัยทางการบริหารการตลาดสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการใหม่ 817 ราย ที่ได้รับการรับรองเป็นธุรกิจเทคโนโลยีจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการใหม่มีการบริหารการตลาดสมัยใหม่โดยภาพรวมระดับปานกลาง ความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่โดยภาพรวมจัดอยู่ระดับปานกลาง รูปแบบของปัจจัยความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ของผู้ประกอบการใหม่สู่ประเทศไทย 4.0 ที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์สามารถพยากรณ์ความสำเร็จได้ระดับดีและเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 64.9 ซึ่งผ่านเกณฑ์ร้อยละ 40 ขึ้นไป ลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจเกี่ยวกับกลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจ ลักษณะความเป็นเจ้าของธุรกิจจำนวนพนักงานในองค์กร ทำเลที่ตั้งของธุรกิจ มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการบริหารการตลาดสมัยใหม่ และความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ของผู้ประกอบการใหม่

กรอบแนวคิดของการวิจัย



สรุป

จากการศึกษาวิจัยทัศนวิสัยในแผนแม่บทคือแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 โดยศึกษาแนวคิดระดับระดับภาคประชาชน พบประเด็นสำคัญ ดังนี้ ความมั่นคงหมายถึงการที่ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงานและอาชีพและรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต ความมั่งคั่ง หมายถึง การที่ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมีความยั่งยืน จนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรทุกคนมีความอยู่ดีมีสุขได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึง ทุกภาคส่วนมีคุณภาพชีวิตที่ดี ไม่มีประชาชนที่อยู่ในภาวะความยากจน ความยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประชาชนตั้งแต่วัยรุ่นมีอาชีพ มีรายได้จนเจือจรรอบครวัตนเองอย่างเพียงพอ ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญตั้งแต่เศรษฐกิจฐานราก และอยู่บนหลักการใช้การรักษาและการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมทั้งเป้าหมายที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี และสามารถเข้าถึงระบบสุขภาพได้อย่างทั่วถึง โดยไม่มีความเหลื่อมล้ำ ตลาดสดตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ.2535 หมายถึงสถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ยุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้วหรือของเสียยง่ายทั้งนี้ ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงบริเวณซึ่งจัดไว้สำหรับให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ยุมนุมเพื่อจำหน่ายประเภทดังกล่าวเป็นประจำหรือเป็นครั้งคราวหรือตามวันที่กำหนด ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 4 (พ.ศ.2542) ซึ่งตลาดสดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ตลาดประเภทที่ 1 ได้แก่ ตลาดที่มีโครงสร้างอาคารและดำเนินกิจการเป็นการประจำหรืออย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในปัจจุบันการบริหารจัดการตลาดสดเป็นอำนาจหน้าที่ขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหรือเทศบาล ทั้งนี้สำนักงานกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค ธนาคารอสมสิน ได้เสนอแนวคิดในการบริหารจัดการตลาดสดไว้ 3 แนวทาง คือ 1. เทศบาลบริหารจัดการตลาดทั้งหมดเอง 2. เทศบาลให้เอกชนเข้ามาบริหารจัดการทั้งหมด และ 3. เทศบาลให้เอกชนเข้ามาบริหารจัดการบางส่วน ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบที่ 3 คือ การที่เทศบาลให้เอกชนเข้ามาบริหารจัดการบางส่วน จะเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเอกชนมีส่วนร่วมมากน้อยต่างกันตามบริบทของพื้นที่ ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดทั้งในส่วนภาครัฐคือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น/เทศบาล และภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มีการเข้าร่วมโครงการ “ตลาดสด นำซื้อ” ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเพื่อให้สามารถประกอบธุรกิจได้มาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุขและสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค โดยความเป็นมาของโครงการ ตลาดสด นำซื้อ คือมีการพัฒนามาตรฐานของตลาดสดโดยกรมอนามัยซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัยและสิ่งแวดล้อมได้จัดทำโครงการตลาดสดนำซื้อขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ.2545 และดำเนินงานต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีการพัฒนามาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหารและสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ตลอดเวลา เพื่อพัฒนาตลาดสดในประเทศไทยให้เป็นตลาดที่สะอาดได้มาตรฐานสำหรับให้บริการแก่ประชาชน โดยในปัจจุบันมาตรฐานนี้ได้อิงตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาดพ.ศ.2551 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 17 มกราคม พ.ศ.2551 ซึ่งมีข้อกำหนดและหลักเกณฑ์เปลี่ยนแปลงไปตาม

สภาพการณ์ ปัจจุบันมีตลาดสดที่ได้รับการรับรองมาตรฐานตลาดสด นำซื้อ มากกว่าร้อยละ 80 กรมอนามัยได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานไว้ ส่วนหนึ่งก็มาจากสิ่งที่ทุกคนคิดและต้องการคุณลักษณะของตลาดที่ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะตามหลักสุขาภิบาลอาหาร และสิ่งแวดล้อม โดยกรมอนามัยได้มีการพัฒนาเกณฑ์การพัฒนาตลาดสดนำซื้อโดยยกระดับ 3 ด้าน คือด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยอาหาร และด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

เนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กรมอนามัยได้ทบทวนมาตรฐานตลาดสดนำซื้อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและมีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน เป็น “ตลาดสดนำซื้อ วิธีใหม่” โดยแบ่งหลักเกณฑ์ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Sanitation) 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) 3. ความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อทั้งผู้ขายและผู้บริโภค การประกอบธุรกิจตลาดสดในปัจจุบันอยู่ภายใต้กฎหมายหลายฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 และพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 และทุกฉบับจะมีการออกกฎกระทรวงมารับให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ต่อไป

บทที่ 3

สถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจตลาดสด

ในบทนี้ผู้วิจัยศึกษาสถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจตลาดสด โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์สถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคของ การประกอบธุรกิจตลาดสดในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ ทั้งตลาดสดในประเทศและต่างประเทศ มีรายละเอียดที่เป็นผลจากการศึกษา ดังนี้

สถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจตลาดสด

ตลาดสดเป็นสถานที่หนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของคนในชุมชนที่เป็นฐานรากของประเทศ ทำให้คนในชุมชนมีอาชีพ สร้างรายได้เพื่อเลี้ยงครอบครัว เนื่องจากตลาดสดคือสถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภท สัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้วหรือของที่เสี้ง่าย ซึ่งตลาดสดถือได้ว่ามีกำเนิดและมีพัฒนาการควบคู่กับสังคมไทยมาช้านาน ตลาดสดนอกจากจะเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านอาหารของผู้อยู่อาศัยในเมืองหรือชุมชนนั้น ๆ แล้ว ตลาดสดยังถือ ว่าเป็น “ตลาดชาวบ้าน” มากกว่าตลาดประเภทอื่น ๆ คือ ผู้ค้าขายในตลาดสด ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้ารายย่อย มีทุนน้อย หรือบางครั้งผู้ค้าขายในตลาดสด ก็เป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารโดยตรงด้วย ตลาดสดมีอยู่ในชุมชน เมืองทุกชุมชนและเมื่อความเป็นเมืองขยายตัวออกไปทำให้ตลาดสดขยายตัวติดตามออกไปด้วย กล่าวคือ จากการสำรวจสถานการณ์ด้านสุขาภิบาลตลาดสดของกรมอนามัย พ.ศ.2563 พบว่ามีตลาด ทั่วประเทศมีประมาณทั้งสิ้น 2,158 แห่ง (กรมอนามัย, 2563) ตลาดมีความสำคัญ ทั้งในฐานะเป็นแหล่งสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ค้าและแหล่งอาหารให้กับชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงโดยเฉพาะชุมชนเมืองที่ผู้คนไม่สามารถผลิตอาหารและสิ่งของเครื่องใช้ได้เอง จึงถือได้ว่าการประกอบธุรกิจตลาดสดนั้นเป็นการวางรากฐานของเศรษฐกิจระดับจุลภาค แต่ในการประกอบธุรกิจตลาดสดที่ผ่านมาจากการประเมินของกรมอนามัย พบว่ามีปัญหาด้านการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เช่น พื้นชำรุด มีน้ำขังแฉะแฉะ ขยะตกค้างมีกลิ่นเหม็น มีสัตว์และแมลงนานาชนิด เป็นแหล่งสะสมพาหะของโรค ทำให้กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามากำกับควบคุมดูแลตลาดให้ถูกสุขลักษณะโดยอาศัยพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2542) กำหนดหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะของตลาด แต่อย่างไรก็ตามพบว่าตลาดที่ผ่านการปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมายยังมีจำนวนน้อย กรมอนามัยจึงได้จัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อตลาดสดน่าซื้อ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการตลาดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลดำเนินการปรับปรุงตลาดให้ได้มาตรฐานตามกฎหมายกระทรวงตั้งแต่นั้นมา และจากสถานการณ์ที่พบผู้ติดเชื้อโรคไวรัสโคโรนา หรือโควิด-19 (COVID-19) ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการค้าอาหารสด และอาหารทะเลในตลาดทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 เนื่องจากตลาดสดเป็น

สถานที่ที่ประชาชนจากหลากหลายพื้นที่มาจับจ่ายซื้อสินค้ากัน และลักษณะของตลาดอาจไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรการได้ทุกด้านทั้งด้านจำนวนคน การรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล รวมทั้งพฤติกรรมของคน จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งของการแพร่ระบาดของโควิด 19 จากเป็นกลุ่มก้อน (Cluster) ของคนจากตลาด การบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ที่เป็นการถอดบทเรียนจากสถานการณ์ของโรคโควิด-19 จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การวิเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการประกอบธุรกิจตลาดสด

จากการวิเคราะห์สถานภาพนโยบายของภาครัฐในการประกอบธุรกิจตลาดสด ผลการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ มีดังนี้ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ได้เริ่มดำเนินการจัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อขึ้นเมื่อ พ.ศ.2545 และดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยอาศัยพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 หมวด 8 มาตรา 34 ถึงมาตรา 37 ซึ่งได้ให้อำนาจแก่ราชการส่วนท้องถิ่นในการออกข้อกำหนดของท้องถิ่น เพื่อควบคุมกิจการตลาดในพื้นที่ กำหนดให้เจ้าของตลาดต้องขออนุญาตประกอบกิจการตลาดต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ ที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดของท้องถิ่น นอกจากนี้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข โดยคำแนะนำของคณะกรรมการสาธารณสุขได้ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2542) และได้ดำเนินการปรับปรุงใหม่เป็นกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 กำหนดหลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาด ซึ่งเจ้าของตลาดจะต้องปรับปรุงตลาดให้ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงดังกล่าว เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาตลาดสดประเภทที่ 1 ให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง จึงกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Health) 2. ด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) และ 3. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) ตลาดที่เข้าร่วมโครงการปรับปรุงพัฒนาตลาดได้ ตามเกณฑ์มาตรฐานจะได้รับป้ายรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ซึ่งได้กำหนดมาตรฐานไว้ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับดี (3 ดาว) และระดับดีมาก (5 ดาว) เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (COVID-19) ทำให้ต้องมีการพัฒนาระดับตลาดสดน่าซื้อใน ปีพ.ศ. 2564 ซึ่งกรมอนามัยได้ทบทวนและกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่” ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน เป็น “ตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่” โดยแบ่งหลักเกณฑ์ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Sanitation) 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) 3. ด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อทั้งผู้ขายและผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดต้องดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามที่กรมอนามัยกำหนด โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเทศบาลเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ควบคุมกำกับดูแลตลาดสดทุกประเภทในพื้นที่ให้ดำเนินการตามที่กรมอนามัยกำหนด โดยมีการตรวจเยี่ยม ประเมิน และให้คำแนะนำในการประกอบธุรกิจตลาดสดให้ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นสรุปได้ว่า ก่อนที่จะเกิดสถานการณ์โควิด-19 ภาครัฐโดยกรมอนามัยได้มีการ กฎกระทรวงว่าด้วยมาตรฐานและความปลอดภัยที่ชัดเจนในการประกอบธุรกิจตลาดสด เพื่อเป็น แนวทางให้ผู้ประกอบการพัฒนา และปรับปรุงตลาดสด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเทศบาล ควบคุมกำกับดูแล และเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด - 19 กรมอนามัยก็ได้ทบทวนมาตรฐานตลาดสดนำซื้อ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่” 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาล สิ่งแวดล้อม 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล 3. ความปลอดภัยอาหาร และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตลาดสดของไทยมีการปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นไปตามมาตรฐานตลาดสด นำซื้อ วิถีใหม่ เพื่อให้ประชาชนมีแหล่งซื้อและบริโภค อาหารที่ถูกสุขลักษณะ ผู้ประกอบการตลาด ผู้จัดการตลาด ผู้ขายของในตลาดมีความรู้ความเข้าใจในแนวทางการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดให้ สะอาดปลอดภัย เป็นไปตามเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่ เกิดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย ภาครัฐ และเอกชน ในการขับเคลื่อนและพัฒนาตลาดสดของไทย ให้ก้าวสู่ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่ (กรมอนามัย, 2563)

ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสด

จากการที่กรมอนามัยจึงได้จัดทำโครงการตลาดสดนำซื้อ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้ ผู้ประกอบกิจการตลาดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลดำเนินการปรับปรุงตลาดให้ได้ มาตรฐานตามกฎกระทรวงแล้วก็ตามแต่ก็พบว่า จากการตรวจประเมินพบว่าตลาดสดที่ไม่ได้มาตรฐาน มีจำนวนมาก จากข้อมูลปี พ.ศ.2561 ก่อนสถานการณ์โควิดพบว่ามีจำนวนตลาดสดประเภทที่ 1 ทั่วประเทศที่ขออนุญาตอย่างถูกต้อง มีจำนวนทั้งสิ้น 1,287 แห่ง ผ่านมาตรฐานตลาดสดนำซื้อจำนวน 1,139 แห่ง (กรมอนามัย, 2561) นอกจากนั้นเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ที่กรมอนามัยก็ได้กำหนด มาตรฐานตลาดสดนำซื้อ ออกมาใหม่ 4 ด้านก็ยังพบปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจตลาดสด มีรายละเอียดที่เป็นผลจากการศึกษา ดังนี้

ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสดก่อนสถานการณ์โควิด - 19

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสด ก่อนที่จะเกิด สถานการณ์โควิด - 19 โดยจากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ และจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เทศบาล รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสด พบปัญหาที่สำคัญที่ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดบางแห่งไม่มีการขออนุญาตการประกอบกิจการอย่างถูกต้อง
2. การไม่ให้ความร่วมมือของผู้ประกอบการตลาดสดในการจัดการด้านอาคารสถานที่ให้ เป็นไปตามข้อกำหนดกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการ สาธารณสุข พ.ศ. 2535 กำหนดหลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาด ซึ่งเจ้าของตลาดจะต้องปรับปรุงตลาด ให้ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง
3. การบริหารจัดการเรื่องสุขาภิบาลและอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการตลาดสด เช่นไม่มีระบบบำบัดน้ำเสียในตลาด การทำความสะอาด ที่ไม่ถูกสุขลักษณะ และไม่มีระบบบ่อ ดักไขมันตลาดสดบางแห่งไม่มีการแยกห้องส้วมสำหรับขาย และหญิง และไม่มีการทำความสะดวก สม่ำเสมอ เป็นต้น

4. การบริหารจัดการด้านการจัดแผงวางสินค้าสิ่งของวัสดุอุปกรณ์ให้ที่ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่มีการแยกโซนในการขายสินค้า และประเภทของสินค้า

5. การบริหารจัดการ ด้านระบบการจัดเก็บและรวบรวมขยะมูลฝอยที่ไม่ถูกสุขลักษณะ เป็นไปตามกฎกระทรวง

6. การที่ผู้ค้าในตลาดสดจำหน่ายสินค้าและอาหารที่ไม่ได้มาตรฐาน และความปลอดภัย ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดก็ไม่มีมาตรการในการกำกับดูแลมาตรฐานของสินค้า เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค

7. การประกอบการที่ไม่ถูกสุขลักษณะของผู้ค้า เนื่องจากผู้ค้าที่เข้ามาค้าขายในตลาดสดบางรายไม่ให้ความร่วมมือ และไม่ปฏิบัติตามระเบียบและมาตรการของตลาดสดในด้านสาธารณสุข เช่น การสวมถุงมือ การใส่ผ้ากันเปื้อน การใส่หมวกคลุมผม ตลอดจนการหมั่นทำความสะอาดแผงร้านค้าเป็นประจำ เป็นต้น

ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสดช่วงสถานการณ์โควิด - 19

เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด - 19 ที่ภาครัฐได้มีคำแนะนำให้ผู้ประกอบการตลาดสดบริหารจัดการตามหลักการเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาระยะสั้นที่เป็นการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) สำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ในทุกพื้นที่ ได้แก่ การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่างทางกาย การล้างมือบ่อย ๆ การคัดกรอง และการลงทะเบียนในระบบติดตาม เป็นต้น แต่จากการที่พบผู้ติดเชื้อโควิด - 19 ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการค้าอาหารสด และอาหารทะเลในตลาดสด ทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด - 19 เนื่องจากตลาดเป็นสถานที่ที่ประชาชนจากหลากหลายพื้นที่มาจับจ่ายซื้อสินค้ากัน และลักษณะของตลาด อาจไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรการได้ทุกด้าน ทั้งด้านจำนวนคน การรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล รวมทั้งพฤติกรรมของคน จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งของการแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้

สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ (2564) ได้นำเสนอข้อมูลสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด - 19 ตลาดสด พบว่าในช่วงเดือนพฤษภาคม 2564 ที่ผ่านมา เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด- 19 ในตลาดสด เขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นจำนวนมาก ซึ่งกรุงเทพมหานครได้ออกคำสั่งปิดตลาดทั้งสิ้น 17 แห่ง เพื่อมาซื้อ ทำความสะอาด และปรับปรุง สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการตลาดประเมินตนเองในระบบ Thai Stop Covid อย่างต่อเนื่องเพื่อให้ตลาดสดประเมินตนเองตามมาตรฐานที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด และให้บริหารจัดการทุกด้านให้ได้ตามที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดประเมินตนเองไว้ ทั้งนี้ถึงแม้ภาครัฐมีนโยบายชัดเจนแต่ก็ยังพบปัญหาที่เป็นสาเหตุของการแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ในตลาดสด ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการแพร่กระจายเชื้อโรคจากแรงงานต่างด้าว และการระบายอากาศที่ไม่ดีพอในตลาดสด โดยเชื้อโรคที่ตรวจพบส่วนใหญ่พบในบริเวณห้องน้ำ ประตู และจุดพื้นผิวสัมผัส นอกจากนี้ยังพบว่า การแพร่กระจายของเชื้อโรคส่วนใหญ่เกิดจากการพูดคุยระหว่างกันของคนขายและผู้ช่วย โดยเฉพาะแรงงานต่างด้าว และตลาดสดโดยส่วนใหญ่ยังไม่มีการจัดจุดคัดกรองอย่างครบถ้วน และเนื่องจากตลาดในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นลักษณะค้าส่ง ซึ่งมีพ่อค้ามารับไปขายต่อที่อื่นทำให้เกิดการเคลื่อนตัวของคน จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การแพร่ระบาดกระจายไปสู่ตลาดอื่น (กรมควบคุมโรค, 2564)

จากการศึกษาข้อมูลจาก Thai Stop Covid Plus (TSC) พบว่า มีตลาดที่ลงทะเบียน ประเมินตนเองผ่าน Thai Stop Covid Plus จำนวน 3,465 แห่ง และผ่านการประเมิน 2,779 แห่ง ไม่ผ่าน 686 แห่ง ทั้งนี้ถ้าวิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินการตามมาตรการของกระทรวงสาธารณสุขของ ตลาดสดที่ลงทะเบียน TSC พบข้อมูลดังตารางที่ 1 มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 - 1 แสดงร้อยละของตลาดสดที่ดำเนินการตามมาตรการที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดได้ ในช่วงสถานการณ์โควิด

หัวข้อ	ร้อยละของตลาดสด
1. มีการทำความสะอาดอุปกรณ์	97.43
2. มีการสวมหน้ากากอนามัย	99.05
3. มีจุดบริการล้างมือ	98.33
4. มีการควบคุมจำนวนลูกค้า	93.33
5. มีมาตรการคัดกรอง	95.04
6. มีการวางระบบระบายอากาศ	95.67
7. มีการจัดการขยะมูลฝอย	98.85
8. มีการลงทะเบียนเข้า-ออกตลาด	88.08

ที่มา: สำนักสุขาภิบาลและน้ำ, 2564

จากข้อมูลจะเห็นว่ามาตรการที่ตลาดสดทำได้น้อยที่สุด 3 ลำดับแรกคือ 1. การลงทะเบียนเข้า-ออกตลาด 2. การควบคุมจำนวนลูกค้า และ 3. การคัดกรอง ดังนั้นจากปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เทศบาล และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นถึงสาเหตุดังกล่าว ให้ความเห็นที่ตรงกันว่า เกิดจากสาเหตุสำคัญ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดไม่มีความรู้ ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญในการบริหารจัดการตลาดสดให้เป็นไปตามมาตรการที่ภาครัฐกำหนดในการป้องกันการแพร่ระบาดในช่วงสถานการณ์โควิด - 19

2. ผู้ประกอบการไม่อยากจะลงทุน และ/ หรือ ขาดงบประมาณ ในการพัฒนาตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตามที่ภาครัฐกำหนด

3. ผู้ค้าในตลาดสดไม่มีความเข้าใจ และตระหนักเห็นความสำคัญของผลกระทบที่เกิดจากการไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามนโยบายของภาครัฐ และระเบียบของตลาดสดในด้านสาธารณสุข

4. ปัญหาการจ้างแรงงานต่างด้าวของผู้ค้า ทำให้ยากต่อการควบคุม ถ้าผู้ค้าไม่ให้ความร่วมมือในการช่วยกำกับดูแลแรงงานต่างด้าวเหล่านี้

5. ผู้บริโภค ไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามระเบียบที่ตลาดสดกำหนดไว้ เช่นการสวมหน้ากากอนามัย การคัดกรองไข้ การลงทะเบียนเข้าออกผ่านแอปพลิเคชันไทยชนะ เป็นต้น

ดังนั้น จากปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นก่อนสถานการณ์โควิด-19 และในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่พบปัญหาการประกอบการตลาดที่ไม่ได้มาตรฐานตามกฎหมายกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 และการที่

ผู้ประกอบการตลาดสดไม่ได้มีการปรับปรุงตลาดสดด้านสาธารณสุขให้เป็นไปตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค ตามข้อกำหนดหลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาดสดในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ทุกฝ่ายเห็นว่ต้องเร่งแก้ปัญหาในระยะสั้นคือการปรับปรุงพัฒนาตลาดสดให้ได้มาตรฐาน และกรมอนามัยประเมินมาตรฐานของตลาดตามโครงการตลาดสดน่าซื้อ ขณะเดียวกันต้องควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในตลาดสดโดยวางมาตรการการควบคุมโรคในตลาดช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมอนามัย แต่ในระยะยาวหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องหาแนวทางการยกระดับตลาดสดน่าซื้อตามแนววิถีใหม่ต่อไปให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

การเปรียบเทียบรูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ ทั้งตลาดสดในประเทศและต่างประเทศ

บทเรียนจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้เกิดกระแสการดำเนินชีวิตตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ในทุก ๆ ด้านรวมทั้งการบริหารจัดการตลาดสดเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและความมั่นใจต่อประชาชนทั้งในฐานะผู้ค้าขายในตลาดสด และผู้บริโภค จากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสารและบทสัมภาษณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องคือผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสด ผู้ค้าและผู้บริโภค ตลาดสดตามแนววิถีใหม่และมีการศึกษาเปรียบเทียบตลาดสดตามแนววิถีใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศที่เป็นกรณีศึกษาได้แก่ตลาดสดของประเทศจีน และประเทศเกาหลีใต้ พบว่ามีความเหมือนกันในช่วงสถานการณ์โควิด-19 คือ มีการจัดการในด้านที่สำคัญ 2 ด้าน คือ 1. ด้านสาธารณสุข และ 2. ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีรายละเอียดที่เป็นผลจากการศึกษา ดังนี้

ตลาดสดตามแนววิถีใหม่ของประเทศไทย

การจัดการด้านสาธารณสุข

การถอดบทเรียนจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดต้องให้ความสำคัญในการบริหารจัดการด้านสาธารณสุขให้ได้มาตรฐาน และความปลอดภัยตามเกณฑ์ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โดยเข้าร่วมโครงการตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่ ซึ่งมีเกณฑ์มาตรฐานด้านสาธารณสุข 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล 3. ความปลอดภัยอาหาร และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ทั้งนี้ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการตลาดสดทั้ง 4 ด้านให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานเพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อทั้งผู้ขาย และผู้บริโภค ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการกำกับ ดูแลตลาดสด ได้แก่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย และกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ต้องช่วยในการควบคุม กำกับ ดูแล ให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการตลาดสดอย่างเคร่งครัดต่อไป

การจัดการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

สถานการณ์โควิด-19 และยุคเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และทำให้ผู้ประกอบการตลาดสดจำเป็นต้องเร่งปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างโอกาสใหม่ทางการตลาด การลดต้นทุน เพิ่มรายได้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

มติชนออนไลน์ (2565) รายงานว่ากระทรวงดิจิทัลฯ มีภารกิจสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ โดยมุ่งหวังให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลได้ง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน โดยมีสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ ดีป้า เป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลอย่างเต็มประสิทธิภาพ ตอบโจทย์ของตนเองได้อย่างตรงจุด โดยเฉพาะกลุ่มเศรษฐกิจฐานรากที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม ดังนั้นเมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภค โดยปรับเปลี่ยนสู่ช่องทางออนไลน์มากขึ้น ภาครัฐจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไทยให้มีความพร้อมรับมือกับความท้าทายดังกล่าว และพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส ทางดีป้าจึงได้ดำเนินโครงการ Transform ตลาดสดยุควิถีใหม่ เพื่อยกระดับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ร้านค้า หาบเร่ แผงลอย ให้สามารถปรับเปลี่ยนทุกการซื้อ-ขายสู่ระบบออนไลน์ ปรับทุกไลฟ์สไตล์สู่สังคมไร้เงินสด พลิกฟื้นเศรษฐกิจฐานรากด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการก้าวข้ามวิกฤตโควิด-19 ทั้งนี้คาดหวังว่า โครงการ Transform ตลาดสดยุควิถีใหม่ จะเป็นโครงการที่สามารถต่อยอดไปสู่พื้นที่ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยคาดว่า ปี 2565 จะมีแผนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเข้าถึงร้านค้าอีก 65,000 ราย และสร้างตลาดต้นแบบด้านดิจิทัล ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศในอีกกว่า 20 จังหวัด ซึ่งจะสร้างความเข้มแข็งให้กับบรรดาผู้ประกอบการไทย ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ เตรียมความพร้อมประเทศไทยสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

ทั้งนี้จากการศึกษาเอกสารพบว่าสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล หรือ ดีป้า เดินหน้าโครงการ Transform ตลาดสดยุควิถีใหม่ รวมเครือข่ายดิจิทัลสตาร์ทอัพและผู้ให้บริการด้านดิจิทัล จับคู่ธุรกิจกับบรรดาผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ร้านค้า หาบเร่ แผงลอย นำร่องพื้นที่ 6 จังหวัด กรุงเทพฯ นครสวรรค์ นครปฐม ชัยนาท สิงห์บุรี และลพบุรี เปลี่ยนการซื้อ-ขายสู่ระบบออนไลน์ รับสังคมไร้เงินสด พลิกฟื้นเศรษฐกิจฐานราก พัฒนาการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล และนำร้านค้าเข้าแพลตฟอร์มช่องทางการจำหน่ายและจัดส่งสินค้า (Local Application) ด้วยการจับคู่ธุรกิจกับดิจิทัลสตาร์ทอัพและผู้ให้บริการดิจิทัล (Digital Provider) ใน 6 กลุ่มเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นระบบรับชำระเงินออนไลน์ (E-payment) ระบบจำลองการสนทนา (Chatbot) ระบบการส่งอาหาร/สินค้า (Delivery) ระบบขนส่งสินค้า (Logistics) ระบบบริหารจัดการจุดขาย (Point of Sales: POS) และระบบบริการ (Service) เพื่อร่วมเปลี่ยนทุกการซื้อขายสู่โลกออนไลน์ ปรับทุกไลฟ์สไตล์สู่สังคมไร้เงินสด (Cashless Society) นอกจากนี้ยังมีแผนที่จะขยายการรับรู้ไปยังปริมาณตลาดอีก 4 จังหวัด ได้แก่ ปทุมธานี นนทบุรี สมุทรสาคร และสมุทรปราการ

ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล (2565) รายงานว่านางกัญจิรา ตันติสุนทร กรรมการบริหารตลาดยิ่งเจริญ ให้คำสัมภาษณ์ว่าตลาดยิ่งเจริญได้รับการคัดเลือกให้เป็นหนึ่งในตลาดต้นแบบในโครงการ Transform ตลาดสดยุควิถีใหม่ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มช่องทางการจำหน่ายและจัดส่งสินค้าให้กับผู้ค้าในตลาดยิ่งเจริญให้มีความพร้อมก้าวสู่การเป็นสังคมไร้เงินสด ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการขยายพื้นที่ซื้อขายและบริการให้ครอบคลุมยิ่งขึ้นผ่านแพลตฟอร์ม ‘ส่งสดต่อคอม’ บริการส่งของสดจากตลาดถึงมือลูกค้า โดยคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและหลากหลาย

จากทุกร้านค้าทั้งราคาปลีกและราคาส่ง และมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการใช้แพลตฟอร์มช่องทางการจำหน่ายและจัดส่งสินค้าให้กับผู้ค้าใน ตลาดยิ่งเจริญ ให้มีความพร้อมก้าวสู่การเป็นสังคมไร้เงินสดต่อไป

โดย ตลาดยิ่งเจริญ นับเป็นตลาดค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุดในกรุงเทพฯ ปัจจุบันมีผู้ค้าประจำเฉลี่ย 1,500 แผง มีผู้เข้าใช้บริการกว่า 30,000 คนต่อวัน ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการพัฒนาตลาดให้เป็นที่ยอมรับจากทั้งผู้ค้า องค์กรธุรกิจ ชุมชน และประชาชนทั่วไปสู่การเป็นตลาดสดมาตรฐานในยุคประเทศไทย 4.0 และเป็น Green Market ภายใต้นโยบายหลัก “ยิ่งเจริญไปด้วยกัน หรือ Y Together” ซึ่งหมายถึง การก้าวเดินไปด้วยกันอย่างยั่งยืนและมั่นคงพร้อมกับกลุ่มลูกค้า ลูกค้า และชุมชน ครอบคลุมใน 4 มิติ ได้แก่ การพัฒนา การศึกษา สิ่งแวดล้อม และการแบ่งปัน ขับเคลื่อนตามวิสัยทัศน์ “ศูนย์กลางการค้าต้นแบบยกระดับมาตรฐานสากล สูดยอดแหล่งอาหารสุขภาพสังคม” จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตอย่างรวดเร็ว ซึ่ง ตลาดยิ่งเจริญ ยังคงดำรงบทบาทการเป็นแหล่งอาหารและวัตถุดิบให้กับชุมชน รักษามาตรฐานการส่งมอบวัตถุดิบที่สดใหม่ในราคาที่เป็นธรรม ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการขยายพื้นที่ซื้อขายและบริการให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น ผ่านโครงการต่าง ๆ อาทิ การจัดตั้งหน่วยธุรกิจส่งสดต่อหอคอม บริการส่งของสดจากตลาดถึงมือลูกค้าด้วยดิจิทัล โดยคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและหลากหลายจากทุกร้านค้าภายใต้แนวคิด สด ครบ จบในที่เดียว ทั้งราคาปลีกและราคาส่ง ตลอดจนการรณรงค์ให้เกิดสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) เป็นต้น” แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ค้า และผู้บริโภคในตลาด บางคนให้ความเห็นว่าการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการซื้อขายสินค้าเป็นเรื่องที่ดี ถือเป็นการพัฒนาให้ทันสมัย แต่ผู้ค้าส่วนหนึ่งยังมีความกังวลใจว่า จะไม่มีความรู้เท่าทันการใช้เทคโนโลยี ประกอบกับผู้ซื้อบางรายรวมทั้งผู้สูงวัยที่ไม่ทันเทคโนโลยี อาจจะไม่มาซื้อของที่ตลาดเพราะไม่สามารถใช้เทคโนโลยีได้ทำให้อาจกระทบต่อยอดขายได้

ดังนั้นสรุปได้ว่าการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนววิถีใหม่นอกจากจะมีจุดเน้นที่การพัฒนาด้านสาธารณสุขให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานวิถีใหม่แล้ว การพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลก็มีความสำคัญต่อการที่ จะตอบโต้ภัยต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปที่ให้ความสนใจในการซื้อของจากผู้ค้าในระบบออนไลน์ มากขึ้น รวมทั้งการที่สังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมที่ไร้เงินสด ที่ทุกภาคส่วนของประเทศต้องมีการปรับตัวและวางแผนตั้งแต่ภาครัฐที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย และเป็นผู้นำนโยบายลงสู่การปฏิบัติ ภาคเอกชนในฐานะ ผู้ประกอบการตลอดจนประชาชนในฐานะผู้ค้าและผู้บริโภค

ตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ของประเทศจีน

การจัดการด้านสาธารณสุข

จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่าทั้งช่วงก่อนหน้าและช่วงสถานการณ์โควิด-19 รัฐบาลจีนให้ความสำคัญกับระบบสาธารณสุขของตลาดสดทุกประเภท โดยการใช้มาตรการด้านสาธารณสุขที่ออกโดยรัฐบาลท้องถิ่นในการกำหนดมาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหาร และสิ่งแวดล้อมของตลาดสดทุกประเภท ทั้งนี้ก่อนหน้าที่จะมีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รัฐบาลกลางของจีนได้ออกกฎหมายว่าด้วยความปลอดภัยอาหารของสาธารณรัฐประชาชนจีน ฉบับปี ค.ศ. 2015 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะควบคุมความปลอดภัยของอาหารทุกประเภท และทุกขั้นตอนของการผลิต ทั้งนี้ในด้านความปลอดภัยของสินค้าต่าง ๆ จะมีหน่วยงานคือคณะกรรมการอาหารและยาแห่งสาธารณรัฐประชาชน

จีน (CFDA) เป็นองค์กรของรัฐสังกัดตรงภายใต้รัฐบาลกลางประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลยา เครื่องมืออุปกรณ์แพทย์ เครื่องสำอาง และอาหาร ตั้งแต่การผลิต การกระจาย และการจัดจำหน่าย จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2556 และมีสถานที่ทำการในระดับมณฑล เมือง อำเภอ ตำบล ทั้งนี้ผู้ผลิตและจัดการอาหารจะต้องรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์อาหารที่ตนผลิตและจัดการ โดยจะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารและจะต้องรับประกันความปลอดภัยด้านอาหาร มีความซื่อสัตย์ มีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคและสังคม ได้รับการควบคุมตรวจสอบจากสังคมซึ่งถือว่ากฎหมายฉบับดังกล่าวนี้มีความสำคัญต่อการค้าขายสินค้าและอาหารในตลาดสดของจีน แต่เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ก็มีมาตรการสำหรับประชาชนที่เป็นผู้ค้าและผู้บริโภค คือมาตรการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) ซึ่งได้แก่การคัดกรอง การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่าง การทำความสะอาด การล้างมือ เป็นต้น เพื่อเป็นการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรคในตลาดสดที่เป็นข้อกำหนดให้ตลาดสดทั่วไปต้องปฏิบัติตาม

การจัดการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

รัฐบาลจีนและรัฐบาลท้องถิ่นของจีนมีความพยายามที่จะนำเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้คนในประเทศในทุกด้านอย่างจริงจัง ตัวอย่างเช่น การจัดตั้งตลาดสดทดลอง ยุค 5 G ได้แก่ ตลาด Luojiazhuang ถือเป็นตลาดสด 5G ตลาดแรกตั้งอยู่ในเมืองหางโจว มณฑลเจ้อเจียง โดยมีการใช้เทคโนโลยี 5G ในตลาดสด Luojiazhuang นั้น จุดประสงค์เพื่อช่วยให้เกิดการบูรณาการการขายสินค้าทั้งรูปแบบ "ออนไลน์และออฟไลน์" ไปพร้อมกันในเวลาเดียว การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ที่ทางตลาดมีการจัดระบบไว้คือการสั่งซื้อสินค้าบนระบบคลาวด์ (Cloud) เป็นนำเอาเทคโนโลยีหลาย ๆ รูปแบบมาประยุกต์ใช้เข้าด้วยกัน อาทิ Big Data สัญญาณโทรศัพท์แบบ 5G ถ่ายภาพสัญญาณถ่ายทอดสดแบบพาโนรามา ระบบ AI และเทคโนโลยีในรูปแบบอื่น ๆ เป็นต้น

ตลาดสด Luojiazhuang ถือเป็นตลาดทดลอง กรณีศึกษาของโครงการยกระดับตลาดสดกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ของมณฑลเจ้อเจียง จุดประสงค์หลักคือ การยกระดับ 5 ประการ ได้แก่ 1. ความสะดวกสบาย 2. ความเป็นเอกลักษณ์ 3. การมีอัตลักษณ์ที่ดี 4. การได้รับมาตรฐาน และ 5. การก้าวทันเทคโนโลยีแบบยุคหุ่นยนต์ประดิษฐ์ หรือ AI ทั้งนี้การปรับโฉมตลาดสดให้เป็นตลาดสด 5G ไม่เพียงแต่อำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าแต่ยังเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับแม่ค้าให้สามารถขายสินค้าได้มากกว่าเดิม และกลยุทธ์ขายที่แม่ค้า ณ ตลาดสดแห่งนี้ใช้กัน ขณะนี้คือการขายสินค้าแบบ Live Stream การขาย Live Stream ช่วยให้แม่ค้าสามารถเพิ่มยอดขายได้ดีขึ้น และในขณะเดียวผู้บริโภคก็สามารถเลือกดูสินค้าผ่านหน้าจอโทรศัพท์ได้เป็นการช่วยให้ผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกสินค้าที่ดีที่สุดมากขึ้นนอกจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้กับรูปแบบการขายสินค้าและการวางระบบตลาดสดแห่งนี้แล้ว ตลาดสด 5G แห่งนี้ยังมีถึงขยะอัจฉริยะอีกด้วย กล่าวคือ ถึงขยะนี้สามารถแยกประเภทขยะได้ เพียงแค่หย่อนสิ่งที่ต้องการทิ้งลงในถังขยะ ถึงขยะอัจฉริยะนี้ก็จะทำการแยกประเภทขยะให้ถูกต้องได้โดยไม่ต้องกังวลว่าควรทิ้งลงถังขยะประเภทใด (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563)

ตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ของประเทศไทยได้

การจัดการด้านสาธารณสุข

การกำกับ ดูแล ตลาดสดในเกาหลีใต้เป็นหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของแต่ละจังหวัดที่จะมีการกำหนดมาตรฐาน และความปลอดภัยด้านสาธารณสุข รวมทั้งประเมินคุณภาพของตลาดสด ทั้งนี้เกาหลีใต้เป็นประเทศหนึ่งที่มีความเข้มแข็งในการการคุมมาตรฐานและความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค โดยมีกระทรวงความปลอดภัยอาหารและยา (Ministry of Food and Drug Safety ; MFDS) มีหน้าที่จัดทำและบังคับใช้กฎหมาย กฎระเบียบ รวมทั้งมาตรฐานและข้อกำหนดต่าง ๆ เพื่อควบคุมและดูแลความปลอดภัยสินค้าเกษตรและอาหารทุกชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์/พืช/ประมง อาหารสำเร็จรูป อาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร รวมทั้งเครื่องดื่มต่างๆ สำหรับส่งออก นำเข้าและบริโภคในประเทศ โดยเป็นหน่วยงานตรวจสอบและรับรองมาตรฐานภายใต้กฎหมายสุขอนามัย เช่น สารเคมีเกษตรตกค้าง (MRLs) เชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค วัตถุเจือปนอาหาร (Food additives) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นหน่วยงานจัดทำระบบการจัดการคุณภาพด้านความปลอดภัยในการผลิตอาหาร (HACCP) ระบบการเรียกคืนผลิตภัณฑ์ (Recall system) รวมทั้งการประเมินความปลอดภัยอาหารด้านการดัดแปลงอาหารและ GMOs ด้วย ดังนั้นสินค้าต่างๆ ที่วางขายในตลาดสดจะทำให้เกิดความมั่นใจต่อผู้บริโภค และเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 มาตรการที่สำคัญที่เกาหลีใต้รับมือกับสถานการณ์โควิด-19 คือการตรวจหาเชื้อประชาชนทุกคน และถ้าประชาชนคนใดฝ่าฝืนจะมีโทษหนัก โดยเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2563 รัฐสภาเกาหลีใต้ได้ผ่านร่างกฎหมาย 3 ฉบับ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคติดต่อภายในประเทศ โดยกฎหมายดังกล่าวระบุว่า บุคคลใดที่ฝ่าฝืนคำสั่งของเจ้าหน้าที่รัฐให้การตรวจหาเชื้อจะมีโทษปรับไม่เกิน 3 ล้านวอน หรือราว 77,730 บาทและบุคคลใดที่ฝ่าฝืนคำสั่งขอโรงพยาบาลหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรการกักกันจะมีโทษปรับไม่เกิน 10 ล้านวอน หรือราว 259,100 บาท หรือโทษจำคุกไม่เกิน 1 ปี ทั้งนี้ ซึ่งกฎหมายฉบับนี้มีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตและประกอบกิจการต่าง ๆ ของคนในประเทศ รวมทั้งมาตรการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal prevention) ที่ประชาชนพึงให้ประชาชนต้องปฏิบัติ ได้แก่ การคัดกรอง การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่าง การทำความสะอาด การล้างมือ เป็นต้น ก็เป็นแนวทางวิถีใหม่ของประเทศไทยได้ตลาดสดทุกแห่งต้องมีการดำเนินการด้านสาธารณสุขตามที่ภาครัฐกำหนดนโยบายเรื่องมาตรฐาน และความปลอดภัยที่เป็นปกติโดยมีการควบคุมเรื่องสุขลักษณะของตลาด และจากการที่ภาครัฐมีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคอย่างเข้มข้น ทำให้เกิดความมั่นใจกับประชาชนทั้งผู้ค้าและผู้ขายในตลาดสดทุกประเภท

การจัดการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล มีความเห็นว่าการระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคชาวเกาหลีเป็นอย่างมาก มีความสนใจในการหันมาซื้อสินค้าทางออนไลน์กันมากขึ้นแทน อีกทั้งยังมีอุปสงค์ต่อสินค้าเพื่อสุขภาพและสุขอนามัยก็เพิ่มขึ้นจนแข่งขันอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าแฟชั่นแสดงให้เห็นว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าว ทำให้ผู้คนในเกาหลีใต้จำนวนมากทำทุกอย่างอยู่ที่บ้าน เมื่ออุปสงค์ที่มีต่อการสั่งสินค้าจำพวกอาหารสดให้มาส่งตามบ้านพุ่งขึ้นสูงกว่าปกติ ทำให้คนเปลี่ยนจากการซื้อของที่ตลาดสด หรือซูเปอร์มาร์เก็ต

มาเป็นการซื้อของออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ มากกว่าไปจับจ่ายใช้สอยในตลาดสดเหมือนในอดีต ด้วยแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซต่างๆ รวมถึงบริการส่งอาหารถึงบ้านที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในเกาหลี จึงเอื้อต่อการปฏิบัติตัวตามมาตรการ เว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และทำให้มาตรการนี้เกิดผลสัมฤทธิ์ชัดเจน เพราะผู้คนไม่จำเป็นต้องออกไปเผชิญหน้าหรือมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นโดยไม่จำเป็น ดังนั้นผู้ค้าในตลาดสดของเกาหลีใต้ได้พัฒนารูปแบบการขายให้เป็นที่ตั้งออนไลน์และออฟไลน์

สรุปได้ว่า บทเรียนจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้เกิดกระแสการดำเนินชีวิตตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ในทุก ๆ ด้านรวมทั้งการบริหารจัดการตลาดสดเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและความมั่นใจต่อประชาชนทั้งในฐานะผู้ค้าขายในตลาดสด และผู้บริโภค ทั้งนี้จากการศึกษาและวิเคราะห์เอกสารและบทสัมภาษณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาเปรียบเทียบกับตลาดสดตามแนววิถีใหม่ของประเทศไทย และต่างประเทศที่เป็นกรณีศึกษา พบว่ามีความเหมือนกันในการบริหารจัดการตลาดสดตามแนววิถีใหม่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 คือ มีการจัดการในด้านที่สำคัญ 2 ด้าน คือ

1. การจัดการด้านสาธารณสุข โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐมีหน้าที่กำหนดมาตรฐานและกำกับดูแลผู้ประกอบการตลาดสดที่ต้องให้ความสำคัญต่อการจัดการตลาดให้ถูกสุขลักษณะในทุกด้าน ทั้งด้านสุขาภิบาลอาหาร และสิ่งแวดล้อม ผู้ค้าและผู้บริโภค ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของตลาดสดในด้านสุขอนามัยตามที่ภาครัฐและผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดกำหนด รวมถึงการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal prevention) ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งได้แก่การคัดกรอง การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่าง การทำความสะอาด การล้างมือ

2. การจัดการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากการเกิดสถานการณ์โควิด-19 ที่มีความนิยมซื้อสินค้าระบบออนไลน์มากขึ้น ทำให้ตลาดสดแนววิถีใหม่ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เพื่อรองรับสังคมที่ไร้เงินสด ซึ่งประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีดิจิทัลต่อด้านสาธารณสุขคือเป็นการช่วยลดความแออัดของคนในตลาดสดเพราะผู้ซื้อสามารถเลือกใช้บริการซื้อขายระบบออนไลน์แทนการมาซื้อที่ตลาด นอกจากนั้นการพัฒนาเทคโนโลยีแบบไร้เงินสดยังเป็นการให้ผู้ค้าและผู้ซื้อหลีกเลี่ยงการสัมผัสกับเชื้อโรคที่ผ่านมากับการใช้เงินสดอีกด้วย

สรุป

จากการศึกษาสถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคการประกอบธุรกิจตลาดสด พบว่า เนื่องจากการประกอบธุรกิจตลาดสดที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐคือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเทศบาลที่มีหน้าที่ดูแลดำเนินการปรับปรุงตลาดให้ได้มาตรฐานตามกฎหมายกระทรวง จากการตรวจประเมินพบว่าตลาดสดที่ไม่ได้มาตรฐานตามที่กรมอนามัยกำหนดมีจำนวนมาก และเมื่อสถานการณ์โควิด -19 ทำให้กรมอนามัยได้ทบทวนมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่” 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล 3. ความปลอดภัยอาหาร และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตลาดสดของไทย

มีการปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นไปตามมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่ เพื่อให้ประชาชนมีแหล่งซื้อ และบริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะ ผู้ประกอบการตลาด ผู้จัดการตลาด ผู้ขายของในตลาดมีความรู้ ความเข้าใจในแนวทางการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดให้สะอาดปลอดภัย เป็นไปตามเกณฑ์ตลาดสด น่าซื้อ วิถีใหม่ เกิดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย ภาคีรัฐ และเอกชน ในการขับเคลื่อนและพัฒนา ตลาดสดของไทย ให้ก้าวสู่ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ทั้งนี้จากการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาจากเอกสาร และ บทสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ผู้ประกอบการ ประชาชนที่เป็นทั้งผู้ค้า และผู้บริโภคสามารถสรุป ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นก่อนสถานการณ์โควิด-19 และในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ปัญหา ที่สำคัญมีดังนี้ การประกอบการตลาดที่ไม่ได้มาตรฐานตามกฎหมายกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ว่าด้วย สุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 กำหนด หลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาด อาทิเช่น การประกอบการที่ไม่ถูกสุขลักษณะของผู้ค้า การประกอบ การตลาดสดที่ไม่ได้มาตรฐานด้านอาคารสถานที่ ด้านสุขาภิบาลอาหาร และสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบ การจัดเก็บและรวบรวมขยะมูลฝอยที่ไม่ถูกสุขลักษณะเป็นไปตามกฎหมาย ห้องส้วมที่ไม่ถูก สุขลักษณะ บางแห่งไม่มีระบบการจัดการน้ำเสีย ระบบการจัดการตลาดที่ไม่มีพื้นที่แบ่งประเภทสินค้า และการที่ผู้ค้าขายสินค้า และอาหารขายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน เป็นต้น และเมื่อเกิดสถานการณ์ โควิด-19 ขึ้นมาที่ภาครัฐ มีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และรองรับอนาคต จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการตลาดสด ผู้ค้า และผู้บริโภคไม่ได้ให้ความ ร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เช่นการที่ ผู้ประกอบการต้องมีการตั้งจุดคัดกรองโรค การทำความสะอาด และร้านค้าสะอาดบ่อย ๆ และการที่ ผู้บริโภคต้องมีการลงทะเบียนเข้า-ออกตลาด ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องพบว่าสาเหตุของ ปัญหาดังกล่าวคือ ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดขาดความรู้ ความเข้าใจ และไม่เห็นความสำคัญ รวมทั้งการไม่ต้องการที่จะลงทุนในการพัฒนา ปรับปรุง และ/หรือ ขาดงบประมาณในการพัฒนา ปรับปรุง ส่วนผู้ค้า และผู้บริโภคขาดความตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากสถานการณ์โควิด-19

บทเรียนจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้เกิดกระแสการดำเนินชีวิตตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ในทุก ๆ ด้านรวมทั้งการบริหารจัดการตลาดสดเพื่อให้เกิดความปลอดภัยและความ มั่นใจต่อประชาชนทั้งในฐานะผู้ค้าขายในตลาดสด และผู้บริโภค ทั้งนี้จากการศึกษาและวิเคราะห์ เอกสารและบทสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาเปรียบเทียบตลาดสดตามแนววิถีใหม่ของ ประเทศไทย และต่างประเทศที่เป็นกรณีศึกษา พบว่ามีความเหมือนกันในการบริหารจัดการตลาดสด ตามแนววิถีใหม่ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 คือมีการจัดการในด้านที่สำคัญ 2 ด้านคือ 1. การจัดการ ด้านสาธารณสุข โดยภาครัฐมีหน้าที่กำหนดมาตรฐาน และกำกับดูแล ผู้ประกอบการตลาดสด ต้องให้ ความสำคัญต่อการจัดการตลาดให้ถูกสุขลักษณะในทุกด้าน ทั้งด้านสุขาภิบาลอาหาร และสิ่งแวดล้อม ผู้ค้า และผู้บริโภค ตามที่ภาครัฐกำหนด และ ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของตลาดสด รวมถึง การปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) ซึ่งได้แก่การ คัดกรอง การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่าง การทำความสะอาด การล้างมือ ตามแนววิถีใหม่ ของการดำเนินชีวิตในยุคโควิด-19 และ 2. การจัดการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนไปจากการเกิดสถานการณ์โควิด-19 ที่มีความนิยมซื้อสินค้าระบบออนไลน์มากขึ้น ทำให้ตลาด สดแนววิถีใหม่ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เพื่อรองรับสังคมที่ไร้เงินสด

การประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนววิถีใหม่นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน จากการศึกษาปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้น ทำให้มีแนวทางคือต้องเร่งแก้ปัญหาในระยะสั้น ซึ่งคือการปรับปรุงพัฒนาตลาดสดให้ได้มาตรฐาน และกรมอนามัยต้องเร่งประเมินมาตรฐานของตลาดตามโครงการตลาดสดน่าซื้อ ขณะเดียวกันต้องควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในตลาดสด โดยผู้ประกอบการต้องวางมาตรการการควบคุมโรคในตลาดช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมอนามัย แต่ในระยะยาวหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องหาแนวทางการยกระดับตลาดสดน่าซื้อตามแนววิถีใหม่ต่อไปให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และความต้องการ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

บทที่ 4

การบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุข ตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

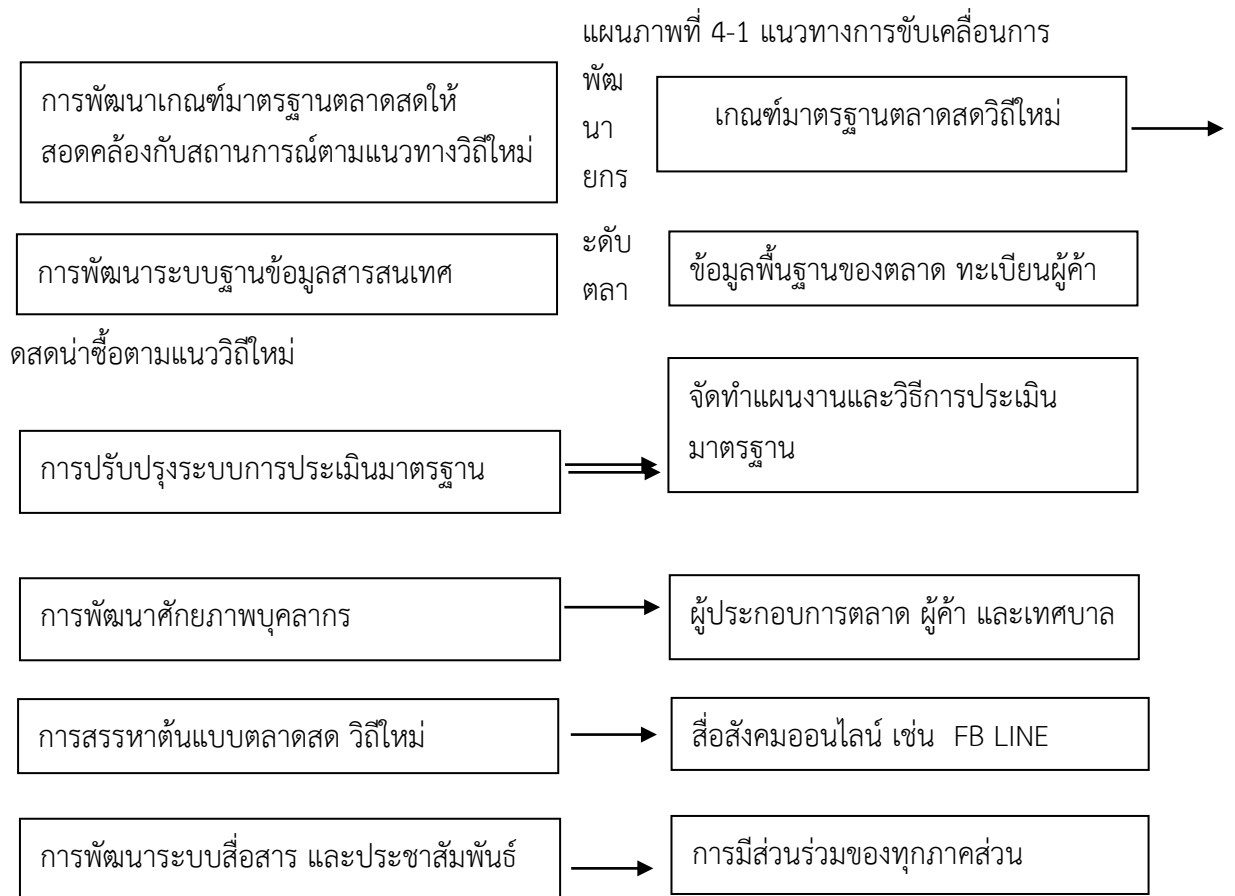
ในบทนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ซึ่งเป็นการศึกษาวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 คือ เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) รายละเอียดของผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร และบทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

แนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

การประกอบธุรกิจตลาดสดที่ผ่านมามีปัญหาด้านการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เช่น พื้นชำรุด มีน้ำขังแฉะและขยะตกค้างมีกลิ่นเหม็น มีสัตว์และแมลงนานาชนิด เป็นแหล่งสะสมพาหะของโรค ทำให้กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามากำกับควบคุมดูแลตลาดให้ถูกสุขลักษณะโดยอาศัยพระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ.2535 ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2542) กำหนดหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะของตลาด แต่จากการดำเนินการที่ผ่านมาพบว่าตลาดสดที่ผ่านการปรับปรุงให้ถูกต้องตาม กฎกระทรวงยังมีจำนวนน้อย กรมอนามัยจึงได้จัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อตลาดสดน่าซื้อ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการตลาด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลดำเนินการปรับปรุงตลาดให้ได้มาตรฐานตามกฎกระทรวง และจากสถานการณ์ที่พบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ที่เริ่มเกิดขึ้นปลายปี 2562 ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกิจการค้าอาหารสด และอาหารทะเลในตลาด ทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด - 19 เนื่องจากตลาดสดเป็นสถานที่ที่ประชาชนจากหลากหลายพื้นที่มาจับจ่ายซื้อสินค้ากัน และลักษณะของตลาดบางแห่งอาจไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรการได้ทุกด้านทั้งด้านจำนวนคน การรักษาระยะห่างระหว่างบุคคลรวมทั้งพฤติกรรมของคน จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งของการแพร่ระบาดของโควิด-19 จากเป็นกลุ่มก้อน (Cluster) ของคนจากตลาด การบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ถือเป็นการถอดบทเรียนจากสถานการณ์ของโรคโควิด-19 และมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งนี้การบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่นั้นเป็นการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดทั้งด้านสาธารณสุข และด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งการบริหารที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนคือผู้ประกอบการตลาดสด และภาคประชาชนในฐานะทั้งผู้ค้า และผู้บริโภค

จากการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ จากเอกสารพบว่าเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2564 ได้มีการประชุมร่วมกันของ ศบค. และกรมอนามัย ผู้แทนจากกรุงเทพมหานคร ผู้แทนจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ผู้แทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ณ ทำเนียบรัฐบาล ที่ประชุมเห็นชอบในการให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นแกนหลักในการควบคุม กำกับให้สถานประกอบการตลาดสดดำเนินการตามมาตรการอย่างเคร่งครัด โดยบูรณาการความร่วมมือกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด อาสาสมัครสาธารณสุข สมาคม/ชมรมผู้ประกอบการในระดับพื้นที่ และให้สถานประกอบการดำเนินการตามมาตรการหลักและมาตรการเสริมอย่างเคร่งครัด โดยสถานประกอบการต้องมีการประเมินตนเองผ่านระบบ Thai Stop Covid Plus ของกรมอนามัย และผู้ประกอบการและพนักงานให้มีการประเมินตนเองก่อนออกจากบ้านเพื่อมาปฏิบัติงานด้วยแอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนด เช่น Thai Save Thai ของกรมอนามัย (กรมอนามัย, 2564) แนวทางการขับเคลื่อนการพัฒนายกระดับตลาดสดนำซื้อตามแนววิถีใหม่ มีรายละเอียด ดังภาพที่ 4-1



ที่มา : ดัดแปลงจากการขับเคลื่อนการพัฒนายกระดับตลาดสดนำซื้อตามแนววิถีใหม่, กรมอนามัย, 2564.

บทบาทภาครัฐ

จากการถอดบทเรียนสถานการณ์โควิด-19 ที่ได้จากเอกสารต่าง ๆ รายงานการประชุมของ ศบค. และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัยอื่น ๆ รวมทั้งบทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ของกรมอนามัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นำมาวิเคราะห์และนำเสนอ

ผลการศึกษาและอภิปรายผลการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ที่เป็นบทบาทของภาครัฐ ดังนี้

1. ภาครัฐต้องมีการทบทวนบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงในการกำกับดูแลด้านสุขาภิบาลอาหาร อนามัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมควบคุมโรค สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข และโดยอ้อมที่เกี่ยวกับการดูแลการประกอบกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจตลาด และผู้ค้าในตลาด ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์สมาคมตลาดสด และสมาคมค้าปลีก ให้มีการทำงานไม่ซ้ำซ้อนและมีการทำงานแบบบูรณาการกันในการกำกับดูแลการประกอบกิจการตลาดสดตามเกณฑ์ที่กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

อภิปรายว่าการที่ภาครัฐต้องมีการทบทวนบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานในการกำกับดูแลการประกอบกิจการตลาดสดเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความซ้ำซ้อนในหน้าที่และควรมีเอกภาพในการดำเนินงาน ร่วมกันในกำหนดเป้าหมาย การวางแผนกลยุทธ์ และนำสู่การปฏิบัติโดยจัดทำแผนปฏิบัติการ และต้องพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานในการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

2. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ต้องพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด ซึ่งในปัจจุบันกรมอนามัยได้ทบทวนและกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่” ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ ได้แก่ โควิด-19 และมีมาตรฐาน ที่พร้อมรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานใหม่ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Sanitation) 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) 3. ความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อทั้งผู้ค้าและผู้บริโภค

อภิปรายว่า เกณฑ์มาตรฐานด้านสาธารณสุขตามแนวทาง “ตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่” ถือว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ทั้งหน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดจะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขและยกระดับตลาดสดน่าซื้อตามแนววิถีใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล ถ้าการประกอบกิจการตลาดสดแห่งใดไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินตามที่กรมอนามัยกำหนด ภาครัฐสามารถใช้เป็นเงื่อนไขในการกำกับ ควบคุมดูแลให้ผู้ประกอบการตลาดสดแห่งนั้นมี การปรับปรุง แก้ไขและพัฒนาตลาดให้ตรงตามเกณฑ์มาตรฐานโดยทันที และหากไม่ดำเนินการตามที่เสนอแนะ ภาครัฐก็สามารถที่ใช้กฎหมายในการเพิกถอนใบอนุญาตการประกอบกิจการของตลาดสดแห่งนั้นได้ นอกจากนั้นการที่ตลาดสดผ่านเกณฑ์การประเมินตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่ ก็จะช่วยสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค ในความปลอดภัยด้านสาธารณสุข

3. ภาครัฐต้องพัฒนาระบบฐานสารสนเทศข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบกิจการตลาดสดให้เป็นปัจจุบัน และสร้างช่องทางการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศให้กับหน่วยงานหรือบุคคลทั่วไป ซึ่งได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของตลาดสด จำนวนตลาดสดที่มีในประเทศแบ่งตามประเภทของตลาด จำนวนตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ตามเกณฑ์ของกรมอนามัย ต้นแบบตลาดสดสุขภาพดีวิถีใหม่

ทะเบียนผู้ค้า ข้อมูลแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในตลาดสด รวมทั้งข้อมูลปัญหาและอุปสรรคที่พบ เป็นต้น

อภิปรายว่าระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการประกอบการตลาดสดมีความสำคัญต่อการพัฒนา และปรับปรุงการประกอบการตลาดสด เพราะฐานข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และเป็นปัจจุบันจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการตลาดสดใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนงานต่อไป นอกจากนี้การมีข้อมูลต้นแบบตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่จะเป็นการถอดบทเรียนที่สำคัญให้กับผู้ประกอบการตลาดสดอื่น ๆ ที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจของตนเอง และให้เห็นแนวทางของการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนคือผู้ประกอบการ และภาคประชาชนทั้งผู้ค้าและผู้บริโภค

4. ภาครัฐต้องเป็นผู้นำในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการตลาดสดตามแนววิถีใหม่ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสด ผู้ค้า และเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเทศบาล

อภิปรายว่าการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการตลาดสดตามแนววิถีใหม่เป็นสิ่งจำเป็น เพราะสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทำให้ทุกภาคส่วนต้องมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสังคม ในการมีส่วนร่วมบริหารจัดการและการประกอบการตลาดสดตามบทบาทหน้าที่ของตน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยด้านสาธารณสุขต่อผู้บริโภคมากที่สุด

5. ภาครัฐต้องพัฒนาระบบการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการประกอบการตลาดสด โดยอาจมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เพจ Facebook และ/หรือ แอปพลิเคชัน Line ในการเป็นช่องทางในการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนทั่วไปได้เข้าถึงข้อมูลของภาครัฐ นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลจัดให้มีสายด่วน (Hot Line) เพื่อรับเรื่องร้องเรียน หรือคำแนะนำจากประชาชน

อภิปรายได้ว่าระบบสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเข้าใจ และสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนให้ดำเนินงานของตลาดให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ภาครัฐกำหนดคือเป็นตลาดที่ได้มาตรฐาน และความปลอดภัยด้านสาธารณสุข นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นช่องทางที่ให้ประชาชนสามารถได้รับทราบข้อมูลกิจกรรมต่าง ๆ ของการบริหารการประกอบการตลาดสดของภาครัฐ เช่น การตรวจเยี่ยมตลาดสดของผู้บริหารภาครัฐ การพัฒนาอบรมบุคลากร การประกอบธุรกิจของตลาดสดต้นแบบ นอกจากนี้ที่สำคัญคือมีช่องทางให้ประชาชนทั่วไปมีโอกาสได้แสดงความคิดเห็น ชักถามข้อสงสัยต่าง ๆ หรือร้องเรียนเรื่องต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่การแก้ไขและพัฒนาต่อไป

6. การพัฒนาต้นแบบ .”ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่” เพื่อเป็นแบบอย่างให้ตลาดสดทั่วประเทศได้เป็นแบบอย่าง โดยมีการให้ป้ายตราสัญลักษณ์ตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่

อภิปรายได้ว่าตามที่กรมอนามัยได้เริ่มดำเนินการโครงการตลาดสดนำซื้อตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 และดำเนินการต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน จนมามีการพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานเป็นตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่ ในปี พ.ศ.2564 ข้อมูลจากกรมอนามัยพบว่าในปีพ.ศ.2561 พบว่าจำนวนตลาดสด

ประเภทที่ 1 มีจำนวน 1,287 แห่ง ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อจำนวน 1,139 แห่ง ดังนั้นการพัฒนาต้นแบบ "ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่" จะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการตลาดสดตระหนักถึงความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดสดให้ได้มาตรฐาน

บทบาทภาคเอกชน

ในการประกอบการธุรกิจตลาดสด ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจและมีบทบาทในการดำเนินกิจการ ก็คือ ผู้ประกอบการ ซึ่งมีความสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถแข่งขันในระบบธุรกิจทั้งภายในและระหว่างประเทศ ทำให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน มีความสำคัญในการเพิ่มความเข้มแข็งในระบบเศรษฐกิจของประเทศ และผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญที่บรรดาผู้ประกอบการต่างๆต้องการ เพราะจะได้รับการยอมรับเป็นวงกว้าง อีกทั้งนำพามาซึ่งเกียรติยศชื่อเสียงที่จะได้รับการกล่าวถึงกันไปอีกนาน ซึ่งบทบาทของผู้ประกอบการในยุควิถีใหม่จากการศึกษาเอกสารและบทสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการตลาดสด และผู้จัดการตลาดมีผลการศึกษา และอภิปรายผล ดังนี้

1. ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงด้านโครงสร้างและระบบสาธารณสุขปโภคตามแนววิถีใหม่ และประเมินตนเองผ่าน Thai Stop Covid Plus ของกรมอนามัย การปรับปรุงด้านโครงสร้างและระบบสาธารณสุขปโภคตามแนววิถีใหม่ ได้แก่ การจัดระเบียบแผงค้าขายให้ลดความแออัด ปรับปรุงระบบระบายอากาศในตลาด กำหนดจุดเข้า-ออกตลาดให้ชัดเจน เพื่อเป็นจุดคัดกรองให้ผู้เข้าตลาดได้คัดกรองอุณหภูมิทุกคน และมีแผนการทำความสะอาด มีบริการแอลกอฮอล์ให้ผู้ใช้บริการตามบริเวณต่าง ๆ อย่างทั่วถึงและเพียงพอ รวมถึงข้อบังคับของการจัดตั้งตลาดที่ควรมี คือ เรื่องของห้องสุขาและการวางระบบการระบายน้ำ ระบบบำบัดน้ำเสียของตลาด รวมถึงสถานที่สำหรับที่จะเป็นสถานที่ในการทิ้งขยะสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นหลักเกณฑ์สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการไม่ว่าผู้ประกอบการจะขออนุญาตการจัดตั้งตลาดประเภทมีโครงสร้างหรือไม่มีโครงสร้าง

อภิปรายว่าจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ภาครัฐโดยกรมอนามัย ได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ออกมาใหม่ 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Sanitation) 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) 3. ความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่จะต้องศึกษาทำความเข้าใจ และวางแผนการปรับปรุงตลาดสด โดยเฉพาะด้านโครงสร้าง และระบบสาธารณสุขปโภค ด้านการจัดการห้องสุขาและการวางระบบการระบายน้ำ ระบบบำบัดน้ำเสียของตลาด รวมถึงสถานที่สำหรับที่จะเป็นสถานที่ในการทิ้งขยะสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ให้ถูกสุขลักษณะและเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานเพื่อความปลอดภัยของทุกฝ่าย ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ภาครัฐกำหนดไว้เป็นเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ นอกจากนั้นต้องการประเมินตนเองผ่าน Thai Stop Covid Plus ของกรมอนามัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคในระดับหนึ่งว่าจะปฏิบัติตามเกณฑ์อย่างเคร่งครัด เพราะถ้ามีการตรวจประเมินตลาดโดยกรมอนามัย หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและพบว่าผู้ประกอบการไม่ได้ปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐาน ที่ประเมินตนเองไว้ก็อาจถูกสั่งปิดตลาดจนกว่าจะมีการแก้ไขให้แล้วเสร็จ

2. ผู้ประกอบการต้องร่วมมือกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ เช่น กรมอนามัย สาธารณสุขจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดทำแผนเผชิญเหตุ เพื่อรองรับในกรณี ที่พบการติดเชื้อเป็นกลุ่มก้อนที่เกี่ยวข้องกับตลาดสด

อภิปรายว่า แผนเผชิญเหตุมีความจำเป็นที่จะใช้เป็นเครื่องมือในสถานการณ์ที่พบ ผู้ติดเชื้อโควิด-19 เป็นกลุ่มก้อนที่เกี่ยวข้องกับตลาดสด หรือกรณีที่เกิดโรคระบาดอื่น ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อ การประกอบการของตลาดสด ซึ่งแผนเผชิญเหตุดังกล่าวควรบังคับใช้เหมือน ๆ กันกับทุก ๆ ตลาดสดเมื่อเกิดเหตุการณ์ในกรณีเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการบริหารจัดการ และเกิด ช่องว่างที่ผู้ประกอบการจะไม่ปฏิบัติตาม

3. ผู้ประกอบการตลาดสดควรกำหนดระเบียบประเภทของผู้ค้ารวมถึงการจัดระเบียบ การแบ่งประเภทของสินค้า เป็นหมวดหมู่เพื่ออำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขตามแนววิถีใหม่ รวมทั้ง กำกับดูแลให้ขายสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ทั้งนี้ควรจัดทำคู่มือการเช่าแผงตลาดสดให้กับผู้เช่า แผงทั้งรายใหญ่และรายย่อย เพื่อให้ผู้เช่าเข้าใจระเบียบ และหลักการ และนโยบายที่ชัดเจนต่อไป ในเรื่องตลาดสดนำวิถีใหม่

อภิปรายว่า จากการดำเนินงานการประกอบการตลาดสดของภาคเอกชนที่ผ่านมา พบปัญหาที่สำคัญคือการไม่มีกฎระเบียบเกี่ยวกับการแบ่งประเภทสินค้า และการแบ่งพื้นที่ขายสินค้า ในตลาดระหว่างสินค้าอุปโภค และบริโภคและพบปัญหาด้านสาธารณสุข โดยเฉพาะเรื่อง การดูแล ความสะอาดตลาดสด เพราะถ้าให้ผู้ค้าเช่าแผงร้านค้า หรือพื้นที่ค้าขายโดยไม่แยกประเภท ระหว่าง สินค้าเพื่อบริโภค และอุปโภค ทำให้เกิดปัญหาด้านสาธารณสุขอื่น ๆ ตามมา เช่น เรื่องความสะอาด ปริมาณและประเภทขยะ และปัญหาน้ำเสีย ดังนั้นถ้าในการจัดตั้งตลาดผู้ประกอบการมีการกำหนด ระเบียบประเภทของผู้ค้ารวมถึงการจัดระเบียบการแบ่งประเภทของสินค้าและพื้นที่ขายสินค้าเป็น หมวดหมู่เพื่ออำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขตามแนววิถีใหม่ให้ได้ประสิทธิภาพ จะทำให้เกิดตลาด ปลอดภัยต่อผู้ค้า และผู้บริโภค นอกจากนี้การควบคุมคุณภาพของสินค้าก็เป็นเรื่องที่สำคัญ ที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ

4. ผู้ประกอบการตลาดสดต้องมีการจัดทำทะเบียน และประเมินความเสี่ยง ผู้ค้า แรงงาน ทั้งคนไทยและคนต่างด้าว และผู้ปฏิบัติงานในตลาด จัดทำระเบียบการต่อใบอนุญาตผู้ค้า ในตลาดที่ต้องมีการตรวจสุขภาพและโรคติดต่อร้ายแรงประจำปี มีการให้ผู้ค้าใช้เครื่องมือประเมิน ความเสี่ยงของตนเอง และมีข้อกำหนดให้ผู้ค้าและผู้บริโภคต้องปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันโรค แบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) อย่างเคร่งครัด

อภิปรายว่า ผู้ประกอบการตลาดสดต้องเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญ ต่อระบบสาธารณสุขอย่างจริงจังเพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยการจัดทำทะเบียนผู้ค้าทุกราย และควรพิจารณาต่อใบอนุญาตเฉพาะผู้ค้าที่มีการตรวจสุขภาพ ประจำปีตามระเบียบที่กำหนดให้แรงงาน/ผู้ช่วยขายที่เป็นต่างด้าวมีใบอนุญาตถูกต้อง มีนายจ้าง รับรองซึ่งจะมีการตรวจสุขภาพขั้นต้น และมีประกันสุขภาพ เพิ่มมาตรการให้ตรวจโควิด-19 กับ แรงงานต่างด้าว และต้องมีการณรงค์ให้ผู้ค้าและผู้บริโภคปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันโรคแบบ ครอบจักรวาล (Universal Prevention) อย่างเคร่งครัด

5. ผู้ประกอบการควรพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลด้านบริการการขายให้มีความสะดวกสบายต่อผู้ค้าและผู้ขาย ทั้งระบบออฟไลน์ และออนไลน์ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยอาจขอการสนับสนุนและส่งเสริมในการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐ

อภิปรายว่า การพัฒนาเทคโนโลยีด้านบริการการขายทั้งระบบออฟไลน์ และออนไลน์ ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ และจำเป็นในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมาก เพื่อยกระดับผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสด ร้านค้า และแผงลอย ให้สามารถปรับเปลี่ยนทุกการซื้อ-ขายทั้งระบบออฟไลน์ และพัฒนาสู่ระบบออนไลน์ สามารถปรับตัวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต พลิกฟื้นเศรษฐกิจฐานรากด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งจะเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการก้าวข้ามวิกฤตโควิด-19 ทั้งนี้อาจให้สมาคมตลาดสดไทยเป็นตัวแทนในการนำเสนอกับหน่วยงานภาครัฐเข้าใจวิธีการขายในระบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มและสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊กส์ อินสตาแกรมเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้กับธุรกิจตลาดสดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสดและตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

บทบาทภาคประชาชน

ภาคประชาชน ซึ่งมีสถานภาพในการเป็นทั้งผู้ค้า และผู้บริโภค ต่างก็มีบทบาทสำคัญในการประกอบการตลาดสดวิถีใหม่ ซึ่งบทบาทของภาคประชาชน จากการศึกษาเอกสาร และบทสัมภาษณ์เชิงลึกจากประชาชนที่มีสถานภาพเป็นผู้เป็นผู้ค้า และผู้บริโภคมีผลการศึกษา และอภิปรายผล ดังนี้

บทบาทผู้ค้า

1. ผู้ค้าต้องมีการปฏิบัติตามระเบียบที่ผู้ประกอบการตลาดสดกำหนด ได้แก่ การต่อใบอนุญาตผู้ค้าที่ต้องมีข้อกำหนดการตรวจสุขภาพประจำปี การจ้างแรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมาย เป็นต้น

อภิปรายว่าผู้ค้าจำเป็นต้องให้ความร่วมมือกับผู้ประกอบการตลาดสดทั้งในเรื่องการตรวจสุขภาพประจำปี เพื่อนำไปตรวจโรคไปต่อใบอนุญาตผู้ค้า การจ้างแรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมาย และมีการคัดกรองโรคจากแรงงานด้วยการตรวจสุขภาพก่อนรับเข้าทำงาน เพื่อสามารถควบคุมและป้องกันความเสี่ยงจากโรคโควิด-19 และโรคติดต่ออื่น ๆ ได้

2. ผู้ค้าต้องขายสินค้าที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานด้านสาธารณสุข

อภิปรายได้ว่าผู้ค้าในตลาดสดต้องมีจิตสำนึกในการขายสินค้าที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน ด้านสาธารณสุข เพราะจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน ซึ่งเรื่องนี้ผู้ประกอบการมีส่วนในการกำกับดูแลและคุ้มครองผู้บริโภค หากพบว่าผู้ค้ารายใดขายสินค้าไม่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการควรให้ผู้ค้าปรับปรุง หรืองดการต่อใบอนุญาตผู้ค้า

3. ผู้ค้าต้องปฏิบัติตามปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 อย่างเคร่งครัด ได้แก่ สวมหน้ากากอนามัย หมั่นล้างมือบ่อย ๆ มีการทำความสะอาดแผงร้านค้าเป็นประจำทุกวัน กรณีขายของสดเพื่อบริโภคต้องสวมหมวกคลุมผม สวมถุงมือ เป็นต้น รวมทั้งมีการประเมินตนเองก่อนออกจากบ้านเพื่อมาปฏิบัติงานด้วยแอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนด เช่น Thai Save Thai ของกรมอนามัย

อภิปรายได้ว่าการปฏิบัติตัวตามปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคอย่างเคร่งครัดของผู้ค้า จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ และให้ความไว้วางใจในการบริโภคและอุปโภคสินค้า

บทบาทผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคที่ไปตลาดสดต้องลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด 19 ของตนเอง โดยควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่ตลาดสดกำหนดอย่างเคร่งครัด

อภิปรายว่า ผู้บริโภคที่ไปตลาดสดสามารถลดความเสี่ยงจากโรคโควิด-19 ได้ โดยมีการประเมินความเสี่ยงของตนเองว่าไม่ใช่กลุ่มเสี่ยงสามารถไปตลาดสดได้ และปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคแบบครบวงจร คือ DMHTTA ที่ตลาดสดกำหนดกล่าวคือ 1. D Distancing รักษาระยะห่างระหว่างบุคคล 2. M Mask สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าทุกครั้งตลอดเวลาในช่วงซื้อของในตลาด 3. H Hand washing ล้างมือบ่อย ๆ โดยใช้แอลกอฮอล์ ณ จุดบริการของตลาด 4. T Testing temperature ตรวจคัดกรองวัดอุณหภูมิร่างกาย 5. T Test for COVID-19 ผู้ที่มีอาการ ประวัติสัมผัสใกล้ชิดผู้ป่วยยืนยัน หรือเดินทางเข้าไปในพื้นที่เสี่ยงงดการเดินทางไปตลาด และ 5. A application สแกนแอปพลิเคชันไทยชนะหรือหมอชนะ รวมทั้งควรวางแผนการซื้อสินค้า โดยใช้ระยะเวลาสั้น ลดการสัมผัสสิ่งของ และพื้นที่แออัด

2. ผู้บริโภคต้องมีการปรับตัวในยุควิถีใหม่ ทั้งด้านสาธารณสุข และด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

อภิปรายว่าในการถอดบทเรียนจากสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งมีตัวแปรที่สำคัญต่อการดำเนินชีวิตที่ปกติของประชาชนในฐานะผู้บริโภคคือสถานการณ์ระบาดของโรค ซึ่งผู้บริโภคอาจต้องมีการปรับตัวในอนาคตเพื่อลดความเสี่ยงจากโรค ลดการสัมผัสจากโรค มาซื้อของในตลาดเท่าที่จำเป็น เพราะผู้ประกอบการตลาดสดในอนาคตจะมีแนวโน้มบริหารจัดการตลาดสดวิถีใหม่ซึ่งอาจนำเทคโนโลยีดิจิทัล มาประยุกต์ใช้ในการขยายพื้นที่ซื้อขายและบริการให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น ผ่านการบริการต่าง ๆ อาทิ เช่นการให้บริการส่งของสดจากตลาดถึงมือลูกค้าด้วยระบบออนไลน์ ตลอดจนการที่ตลาดสดก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด เป็นต้น

จากผลการศึกษา สรุปแนวทางการบริหารตลาดสด (ประเภท 1) ตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน แสดงดังตารางที่ 4-1

ตารางที่ 4-1 แนวทางการบริหารตลาดสดประเภท 1 ตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

ด้านสาธารณสุข	ด้านการบริหารจัดการและการกำกับดูแลกิจการตลาดสด	ด้านผู้ค้าและผู้บริโภค
1. จัดโครงสร้างตลาดเพื่อลดความแออัด โดยการจัดระเบียบการขายสินค้าและการจัดระยะห่างของแผง	1. การตรวจประเมินสภาพและควบคุมกำกับกิจการตลาด ตรวจสอบบำรุงรักษาตลาดตามเกณฑ์ด้านสาธารณสุข	1. การจัดทำทะเบียน และประเมินความเสี่ยง ผู้ค้าแรงงาน และผู้ปฏิบัติงานในตลาด
2. จัดให้มีการระบายอากาศ (Ventilation) ที่เพียงพอ	2. การฝึกอบรมอนุญาตผู้ค้าที่ต้องมีข้อกำหนดการตรวจสุขภาพประจำปี การจ้างแรงงานต่างด้าวที่ถูกต้องกฎหมาย	2. พัฒนาผู้ค้ายุคใหม่ที่ ต้องเข้าสู่ระบบการตอบอนุญาต ตรวจสุขภาพและโรคติดต่อร้ายแรงประจำปี ใช้เครื่องมือประเมินความเสี่ยงของตนเอง ผู้ช่วยขายแรงงานในแผงของตนเอง และปฏิบัติตามมาตรการ DMHTTA อย่างเคร่งครัด
3. การกำหนดทางเข้า-ออกที่ชัดเจนและจุดคัดกรองเพื่อไม่ให้ผู้ป่วยเข้าไปแพร่เชื้อในตลาดสด โดยการตรวจวัด อุณหภูมิ และเช็คอาการเสี่ยงของโรคทางเดินหายใจของผู้ประกอบการค้าลูกจ้าง และประชาชนผู้ใช้บริการ	3. กำหนดมาตรการ DMHTTA อย่างเคร่งครัดเพื่อการลดสัมผัสต่างๆ ในการเลือกสินค้าเพื่อลดสัมผัส (Touchless)	3. ให้แรงงาน/ผู้ช่วยขายที่เป็นต่างด้าวมีใบอนุญาตถูกต้อง มีนายจ้างรับรอง ซึ่งจะมีการตรวจสุขภาพขั้นต้น และมีประกันสุขภาพ เพิ่มมาตรการให้ตรวจโควิด-19
4. ติดตั้งจุดบริการล้างมือและเจลแอลกอฮอล์ในตลาด	4. การรณรงค์ประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารให้ความรู้ตามมาตรการ และจัดช่องทางรับเรื่องร้องเรียน เช่น สายด่วน และ/หรือ ผ่านแอปพลิเคชัน เป็นต้น	4. รณรงค์ผู้บริโภคไปตลาดโดยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด -19 และปฏิบัติตามมาตรการที่ตลาดสดออกตั้งแต่การประเมินความเสี่ยงของตนเองว่าไม่ใช่กลุ่มเสี่ยงสามารถไปตลาดสดได้

ตารางที่ 4-1 แนวทางการบริหารตลาดสดประเภท 1 ตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) (ต่อ)

ด้านสาธารณสุข	ด้านการบริหารจัดการและการกำกับดูแลกิจการตลาดสด	ด้านผู้ค้าและผู้บริโภค
		<p>การสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาในช่วงซื้อของในตลาด ตรวจสอบคัดกรอง วัดอุณหภูมิ</p> <p>วางแผนการซื้อสินค้า โดยใช้ระยะเวลาสั้น ลดการสัมผัสสิ่งของ และพื้นที่แออัด</p>
<p>5. เพิ่มมาตรการทำความสะอาดบริเวณพื้นตลาด แผงจำหน่ายอาหารภาชนะ อุปกรณ์ ห้องน้ำ ห้องส้วม อ่างล้างมือ บริเวณจุดสัมผัสร่วมในตลาด และการล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาลอาหารสัปดาห์ละ 1 ครั้ง</p>	<p>5. การคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคโดยการคุมมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้า</p>	<p>5. การใช้มาตรการที่เคร่งครัดกรณีผู้ค้าและผู้บริโภคไม่ให้ความร่วมมือในมาตรการของตลาด เช่น ห้ามผู้ค้าเข้ามาขายของในตลาด ถ้าไม่ให้ความร่วมมือ เป็นต้น</p>
<p>6. การวางแผนเผชิญเหตุในกรณีการเกิดเหตุไม่พึงประสงค์จากการติดเชื้อโควิด-19บริหารความต่อเนื่องของกิจการ การซ้อมแผน และการสื่อสาร</p>	<p>6. เจ้าของตลาด มีการขออนุญาตดำเนินการปรับปรุงตลาดตามมาตรฐานที่กำหนด มีการสื่อสาร และออกกระเปาะที่ล้อตามมาตรการสำคัญในการควบคุมป้องกันโควิด 19 และเข้มงวดในการกำกับดูแลการจัดระเบียบการขายสินค้า</p>	
<p>7. การจัดโซนสินค้าและมาตรการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล และแผงค้า</p>	<p>7. การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในตลาด เช่นการจ่ายเงินผ่านคิวอาร์โค้ด เพื่อลดการสัมผัสกับเงินสด การพัฒนารูปแบบการขายออนไลน์ เป็นต้น</p>	

สรุป

การบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ถือเป็นการถอดบทเรียนจากสถานการณ์ของโรคโควิด-19 ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และต้องอาศัยความร่วมมือของทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนคือผู้ประกอบการ และภาคประชาชนทั้งในฐานะผู้ค้า และผู้บริโภค บทบาทของภาครัฐมีประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ การทบทวนบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อมในการกำกับดูแลด้านสุขาภิบาลอาหาร อนามัยสิ่งแวดล้อมของตลาดสดเพื่อไม่ให้งานซ้ำซ้อน และมีการบูรณาการงานกัน การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด การพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการตลาดสดให้เป็นปัจจุบัน เพื่อใช้ในการวางแผนพัฒนางานต่อไป ภาครัฐต้องเป็นผู้นำในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการตลาดสดตามแนววิถีใหม่ได้แก่ผู้ประกอบการตลาดสด ผู้ค้า และเทศบาล รวมทั้งการพัฒนาระบบสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการประกอบการตลาดสด เพื่อการสื่อสารกับประชาชน บทบาทของภาคเอกชนซึ่งคือผู้ประกอบการ มีประเด็นที่สำคัญคือผู้ประกอบการต้องปรับปรุงด้านโครงสร้างและระบบสาธารณสุขไปพร้อมกับแนววิถีใหม่ และประเมินตนเองผ่าน Thai Stop Covid Plus ของกรมอนามัย ร่วมมือกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐในการจัดทำแผนเผชิญเหตุ กำหนดระเบียบประเภทของผู้ค้ารวมถึงการจัดระเบียบการแบ่งประเภทของสินค้า เป็นหมวดหมู่ กำหนดพื้นที่ในการขายสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขตามแนววิถีใหม่ มีการจัดทำทะเบียน และประเมินความเสี่ยง ของผู้ค้า แรงงาน และผู้ปฏิบัติงานในตลาด จัดทำระเบียบการต่อใบอนุญาตผู้ค้าในตลาด ที่ต้องมีการตรวจสุขภาพและโรคติดต่อร้ายแรงประจำปี และมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านบริการการขายให้มีความสะดวกสบายต่อผู้ค้า และผู้ขาย ทั้งระบบออฟไลน์ และออนไลน์ ให้สอดคล้องกับยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมไร้เงินสด สำหรับบทบาทของภาคประชาชนในฐานะผู้ค้าคือ ต้องปฏิบัติตามระเบียบที่ผู้ประกอบการตลาดสดกำหนดทั้งด้านการตรวจสุขภาพประจำปีเพื่อต่อใบอนุญาตผู้ค้า การปฏิบัติตนเองป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การขายสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และบทบาทในฐานะผู้บริโภคคือลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด 19 ของตนเอง โดยควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันโรคแบบครบวงจร คือ DMHTTA ที่ตลาดสดกำหนดอย่างเคร่งครัด รวมทั้งการปรับตัวในยุควิถีใหม่ทั้งด้านสาธารณสุข และด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อลดความเสี่ยงจากโรค ลดการสัมผัสจากโรค มาซื้อของในตลาดเท่าที่จำเป็น สามารถใช้การซื้อของผ่านระบบออนไลน์ในอนาคต ทั้งนี้จากการศึกษาการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต้องอาศัยความร่วมมืออย่างจริงจังจากทุกภาคส่วนตามที่กล่าวมา

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

ในบทที่ 5 นี้ผู้วิจัยทำการสรุป อภิปรายผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทั้ง 3 ข้อ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

สรุป

ผลจากการศึกษาสถานภาพการประกอบธุรกิจตลาดสด สรุปได้ดังนี้ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่เข้ามากำกับควบคุมดูแลตลาดให้ถูกสุขลักษณะโดยอาศัยพระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ.2535 ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2542) กำหนดหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะของตลาด แต่พบว่าตลาดสดที่ผ่านการปรับปรุงให้ถูกต้องตามกฎหมายกระทรวงยังมีจำนวนน้อย กรมอนามัยจึงได้จัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อตลาดสดน่าซื้อเพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ประกอบกิจการตลาดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลดำเนินการปรับปรุงตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามกฎหมายกระทรวง และจากสถานการณ์ที่พบผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการค้าอาหารสด และอาหารทะเลในตลาดทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากตลาดสดเป็นสถานที่ที่ประชาชนจากหลากหลายพื้นที่มาจับจ่ายซื้อสินค้ากัน และลักษณะของตลาด อาจไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรการได้ทุกด้านทั้งด้านจำนวนคน การรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล รวมทั้งพฤติกรรมของคน จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งของการแพร่ระบาดของโควิด-19 จากเป็นกลุ่มก้อน ของคนจากตลาด การบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ที่เป็นการถอดบทเรียนจากสถานการณ์ของโรคโควิด-19 จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

สรุปการวิเคราะห์นโยบายของภาครัฐในการประกอบธุรกิจตลาดสดในปัจจุบัน

ผลการศึกษาพบว่าก่อนที่จะเกิดสถานการณ์โควิด-19 ภาครัฐโดยกรมอนามัยได้มีการออกกฎกระทรวงว่าด้วยมาตรฐานและความปลอดภัยที่ชัดเจนในการประกอบธุรกิจตลาดสด โดยคณะกรรมการสาธารณสุขได้ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2542) และได้ดำเนินการปรับปรุงใหม่เป็นกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 กำหนดหลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาด ซึ่งเจ้าของตลาดจะต้องปรับปรุงตลาดให้ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงตั้งนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาตลาด(ประเภทที่ 1 ให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง กรมอนามัยจึงได้จัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อขึ้นตั้งแต่ปีพ.ศ.2545 เพื่อให้ตลาดสดประเภทที่ 1 ทุกแห่งได้รับการประเมินมาตรฐาน โดยกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Health) 2. ด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food Safety) และ 3. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการพัฒนาและ

ปรับปรุงตลาดสด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเทศบาลใช้เกณฑ์มาตรฐานดังกล่าวในการควบคุมกำกับดูแล และเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 เมื่อปลายปี พ.ศ.2562 ซึ่งมีการพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 เป็นกลุ่มก้อนจากตลาดสดโดยเฉพาะมีการติดเชื้อเป็นกลุ่มก้อนของแรงงานต่างด้าว ทำให้กรมอนามัยก็ได้ทบทวนมาตรฐานตลาดสดนำซื้อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่” ตั้งแต่ปีพ.ศ.2564 โดยอ้างอิงข้อกำหนดตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาดพ.ศ.2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ.2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ซึ่งมีการเพิ่มเกณฑ์เป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม 2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล 3. ความปลอดภัยอาหาร และ 4. ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตลาดสดของไทยมีการปรับปรุงและพัฒนาให้ เป็นไปตามมาตรฐานตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่ เพื่อให้ประชาชนมีแหล่งซื้อและบริโภค อาหารที่ถูก สุขลักษณะ ผู้ประกอบการตลาด ผู้จัดการตลาด ผู้ขายของในตลาดมีความรู้ความเข้าใจในแนวทางการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดให้สะอาดปลอดภัย เป็นไปตามเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่ และเป็นแนวทางให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใช้เป็นแนวทางในการกำกับดูแล ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย ภาครัฐ และเอกชน ในการขับเคลื่อนและพัฒนาตลาดสดของไทย ให้ก้าวสู่ตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่

ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสด

จากการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสดก่อนที่จะเกิดสถานการณ์โควิด-19 โดยจากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยต่าง ๆ และจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เทศบาล รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสด พบปัญหาที่สำคัญที่ดังนี้ 1. ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดบางแห่งไม่มีการขออนุญาตการประกอบกิจการอย่างถูกต้อง การประกอบการจึงไม่ได้มาตรฐานและความปลอดภัย 2. การไม่ให้ความร่วมมือของผู้ประกอบการตลาดสดในการจัดการด้านอาคารสถานที่ให้เป็นไปตามข้อกำหนดกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 กำหนดหลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาด ซึ่งเจ้าของตลาดจะต้องปรับปรุงตลาดให้ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎหมาย 3. การบริหารจัดการเรื่องสุขาภิบาลและอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการตลาดสดไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎหมาย 4. การบริหารจัดการด้านการจัดแผงวางสินค้าสิ่งของวัสดุอุปกรณ์ให้ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่มีการแยกโซนในการขายสินค้าและประเภทของสินค้า 5. การที่ผู้ค้าในตลาดสดจำหน่ายสินค้าและอาหารที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่ผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 6. การประกอบการที่ไม่ถูกสุขลักษณะของผู้ค้า เนื่องจากผู้ค้าที่เข้ามาค้าขายในตลาดสดบางรายไม่ให้ความร่วมมือ และไม่ปฏิบัติตามระเบียบและมาตรการของตลาดสดในด้านสาธารณสุข เช่น การสวมถุงมือ การใส่หน้ากากเป็นน การใส่หมวกคลุมผม ตลอดจนการหมั่นทำความสะอาดแผงร้านค้าเป็นประจำ เป็นต้น

ทั้งนี้เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ที่ภาครัฐได้มีคำแนะนำให้ผู้ประกอบการตลาดสดบริหารจัดการตามหลักการเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาระยะสั้นที่เป็นการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) สำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในทุกพื้นที่ ได้แก่ การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่างทางกาย การล้างมือบ่อย ๆ การคัดกรอง และ

การลงทะเบียนในระบบติดตาม เป็นต้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแล ตลาดสด พบว่าสาเหตุของปัญหาเกิดจากผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดและผู้ค้าในตลาดสด ไม่มีความรู้ ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญในการบริหารจัดการตลาดสดให้เป็นไปตามมาตรการที่ ภาครัฐกำหนดทั้งก่อนและในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ไม่อยากจะลงทุน และ/หรือ ขาดงบประมาณ ในการพัฒนาตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามที่ภาครัฐกำหนด รวมทั้งผู้ประกอบการเองก็ไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามระเบียบที่ตลาดสดกำหนดไว้ เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การคัดกรองไข้ การลงทะเบียนเข้าออกผ่านแอปพลิเคชันไทยชนะ เป็นต้น

สรุปผลการเปรียบเทียบรูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตาม แนวทางวิถีใหม่ทั้งตลาดสดในประเทศและต่างประเทศ

การประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนววิถีใหม่ของประเทศไทย และต่างประเทศที่ ทำการศึกษาเปรียบเทียบ เช่น ประเทศจีน เกาหลีใต้ ที่มีการประกอบธุรกิจตลาดสดคล้ายคลึงกับ ประเทศไทย พบว่าจากสถานการณ์โควิด-19 ที่นโยบายของภาครัฐนอกจากจะมีจุดเน้นที่การพัฒนา ด้านสาธารณสุขให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานวิถีใหม่แล้ว การพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลก็มีความสำคัญ ต่อการที่จะตอบโจทย์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปที่ให้ความสนใจในการซื้อของจากผู้ค้าใน ระบบออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งการที่สังคมไทยและสังคมโลกกำลังเข้าสู่สังคมที่ไร้เงินสดที่ทุก ๆ ภาค ส่วนของประเทศต้องมีการปรับตัวและวางแผน ตั้งแต่ภาครัฐที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย และเป็นผู้นำ นโยบายลงสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ภาคเอกชนในฐานะผู้ประกอบการตลอดจนประชาชนใน ในฐานะผู้ค้าต้องปรับตัวหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น และผู้บริโภคที่มีความนิยมซื้อสินค้าระบบออนไลน์ มากขึ้น ทำให้ตลาดสดแนววิถีใหม่ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เพื่อรองรับสังคมที่ไร้เงินสดใน อนาคตควบคู่กับการสร้างและยกระดับมาตรฐานด้านการสาธารณสุขตามแนววิถีใหม่

สรุปแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

บทบาทของภาครัฐ

ผลการศึกษาโดยการถอดบทเรียนสถานการณ์โควิด-19 ที่ได้จากเอกสารต่าง ๆ รวมทั้ง บทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ของกรมอนามัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น นำมาวิเคราะห์ และนำเสนอผลการศึกษาและอภิปรายผลการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้าน สาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ที่เป็นบทบาทของภาครัฐ สรุปดังนี้

1. ภาครัฐต้องมีการทบทวนบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงในการ กำกับดูแลด้านสุขาภิบาลอาหาร อนามัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กรมอนามัยกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมควบคุมโรค สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข และโดยอ้อมที่เกี่ยวกับการดูแลการประกอบการ ของผู้ประกอบการธุรกิจตลาด และผู้ค้าในตลาด ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวง เกษตรและสหกรณ์สมาคมตลาดสด และสมาคมค้าปลีก ให้มีการทำงานไม่ซ้ำซ้อน และมีการทำงานแบบ บูรณาการกัน

2. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ต้องพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดตามแนวทางวิธีใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการตลาดสดให้เป็นปัจจุบัน

3. สร้างช่องทางการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศให้กับหน่วยงานหรือบุคคลทั่วไป ซึ่งได้แก่ข้อมูลพื้นฐานของตลาดสด จำนวนตลาดสดที่มีในประเทศแบ่งตามประเภทของตลาด จำนวนตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำวิธีใหม่ ตามเกณฑ์ของกรมอนามัย ต้นแบบตลาดสดสุขภาพดีวิธีใหม่ ทะเบียนผู้ค้า รวมทั้งข้อมูลปัญหา และอุปสรรคที่พบ เป็นต้น

4. ภาครัฐต้องเป็นผู้นำในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการตลาดสดตามแนววิธีใหม่ได้แก่ ผู้ประกอบการตลาดสด ผู้ค้า และเทศบาล

5. ภาครัฐต้องพัฒนาระบบการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการประกอบการตลาดสด โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เพจ Facebook และ/หรือ แอปพลิเคชัน Line ในการเป็นช่องทางการสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนทั่วไปได้เข้าถึงข้อมูลของภาครัฐ

บทบาทของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนววิธีใหม่นั้นภาคเอกชนในฐานะผู้ประกอบการต้องมีการดำเนินการ ดังนี้

1. การปรับปรุงด้านโครงสร้างและระบบสาธารณูปโภคตามแนววิธีใหม่

2. มีการร่วมมือกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ เช่น กรมอนามัย สาธารณสุขจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดทำแผนเผชิญเหตุ เพื่อรองรับในกรณีที่เกิดการติดเชื้อเป็นกลุ่มก้อนที่เกี่ยวข้องกับตลาดสด

3. มีการจัดการด้านสุขาภิบาลอาหาร และอนามัยสิ่งแวดล้อมภายในตลาด โดยการจัดระเบียบประเภทของผู้ค้ารวมถึงการจัดระเบียบการแบ่งประเภทของสินค้าเป็นหมวดหมู่เพื่ออำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขตามแนววิธีใหม่ รวมทั้งกำกับดูแลให้ขายสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน

4. มีการจัดทำทะเบียน และประเมินความเสี่ยง ผู้ค้า แรงงานโดยเฉพาะแรงงานต่างด้าว และผู้ปฏิบัติงานในตลาด มีการจัดทำระเบียบการต่อใบอนุญาตผู้ค้าในตลาด ที่ต้องมีการตรวจสุขภาพและโรคติดต่อร้ายแรงประจำปี มีการให้ผู้ค้าใช้เครื่องมือประเมินความเสี่ยงของตนเอง และมีข้อกำหนดให้ผู้ค้า และผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันโรคแบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) อย่างเคร่งครัด

5. มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านบริการการขายให้มีความสะดวกสบายต่อผู้ค้า และผู้ขาย ทั้งระบบออฟไลน์ และออนไลน์ โดยอาจขอการสนับสนุนและส่งเสริมในการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อตอบโจทยความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

บทบาทภาคประชาชน

ผลการศึกษาบทบาทภาคประชาชนซึ่งมีสถานภาพในการเป็นทั้งผู้ค้า และผู้ประกอบการ ต่างก็มีบทบาทสำคัญในการประกอบการตลาดสดให้เป็นไปตามแนวทางวิธีใหม่ ซึ่งบทบาทของภาคประชาชนในฐานะผู้ค้า สรุปได้ดังนี้

1. ผู้ค้าต้องมีการปฏิบัติตามระเบียบที่ผู้ประกอบการตลาดสดกำหนด ได้แก่ การต่อใบอนุญาตซึ่งผู้ค้าต้องมีข้อกำหนดการตรวจสอบสุขภาพประจำปี การจ้างแรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมาย เป็นต้น ผู้ค้าต้องขายสินค้าที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานด้านสาธารณสุข ต้องปฏิบัติตามปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 อย่างเคร่งครัด ตามมาตรการการป้องกันโรคแบบครบวงจรที่กรมอนามัยกำหนด และมาตรการที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดกำหนด

2. ผู้บริโภคที่ไปตลาดสดต้องลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด 19 ของตนเอง โดยควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่ตลาดสดกำหนดอย่างเคร่งครัด และต้องมีการปรับตัวในยุควิถีใหม่ ทั้งด้านสาธารณสุข และด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะให้ข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น คือ ข้อเสนอแนะที่เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยต่อไป

ข้อเสนอแนะที่เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัย

ระดับนโยบาย

1. กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมอนามัยควรกำหนดนโยบาย และจัดทำแผนปฏิบัติการ เพื่อไปสู่การปฏิบัติโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน ภาคประชาชน และกำกับดูแลการจัดการตลาดสดตามแนววิถีใหม่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือภาคเอกชน/ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสด ให้สอดคล้องและมีทิศทางเดียวกันเพื่อให้การบริหารจัดการตลาดสดตามแนววิถีใหม่เกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมอบนโยบายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบ

2. ภาครัฐควรทบทวนและปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดสด เพื่อให้กฎหมายครอบคลุมรายละเอียดตั้งแต่การขออนุญาตประกอบการธุรกิจตลาดสด การประกอบการในฐานะผู้ค้าการกำกับดูแลตลาดสดให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยตามแนววิถีใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ระดับปฏิบัติ

1. กรมอนามัย และ/หรือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมชี้แจงผู้ประกอบการ และผู้ค้าในข้อกำหนดของภาครัฐในการกำกับดูแลให้เกิดความปลอดภัยตามมาตรฐานด้านสาธารณสุข และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค

2. หน่วยงานของกรมอนามัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ทำหน้าที่จัดทำสารสนเทศเกี่ยวกับการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจตลาดสด ควรจัดทำระบบสารสนเทศด้านต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นฐานข้อมูลให้ภาครัฐ และผู้ประกอบการใช้ในการวางแผน และแก้ไขปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้น

3. กรมอนามัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการจัดทำช่องทางในสื่อสังคมออนไลน์ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ข่าวสารข้อมูล รวมทั้งจัดตั้งสายด่วน (Hot Line) เพื่อรับแจ้งเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ จากประชาชน

4. ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของการประกอบการตลาด
สดให้ได้มาตรฐานและความปลอดภัยตามแนววิถีใหม่ที่กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขกำหนดไว้

5. ผู้ค้า และผู้บริโภค ควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมอนามัย
และข้อกำหนดของผู้ประกอบการตลาดสด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดตามแนววิถีใหม่
2. ควรศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ของตลาดสดตามแนววิถีใหม่
3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกตลาดสดเพื่อซื้อสินค้า
ของผู้บริโภคยุคหลังสถานการณ์โควิด-19

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กรมอนามัย, กระทรวงสาธารณสุข. คู่มือพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์, 2548.
- กองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค, สำนักงานธนาคารออมสิน. คู่มือการออกแบบตลาดสด. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค ธนาคารออมสิน, 2551.
- กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ, กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. คู่มือตลาดสด นำซื้อ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, 2550.
- กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, กระทรวงสาธารณสุข. กฎกระทรวงว่าด้วยลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ : องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก, 2551.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562.
- ดิน ปรัชญพฤทธิ. การบริหารการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.
- รัชชผดุง ดารงพิงคสกุล และคณะ. การสำรวจสภาพการณ์และการเข้าร่วมโครงการตลาดสดนำซื้อของตลาดประเภทที่ 1 กรณีศึกษาตลาดที่ยังไม่ได้รับการรับรองเป็นตลาดสด นำซื้อ. กรุงเทพฯ : สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2552.
- วิโรจน์ สารรัตน์. แนวคิด ทฤษฎี และประเด็นเพื่อการบริหารทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 8, กรุงเทพฯ : ทิพย์วิสุทธิ, 2555.
- ศิริ ถีอาสนา. เทคนิคการจัดการคุณภาพแนวใหม่ : แนวคิดหลักการสู่การบริหารจัดการคุณภาพการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 2), มหาสารคาม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม, 2557.
- สุขาภิบาลอาหารและน้ำ, สำนักกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. คู่มือตลาดสดนำซื้อ วิธีใหม่. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2564.

วารสาร

- เป็ล เอี้ยวสุวรรณ. “การพัฒนาตลาดขวัญใจแม่ค้าสู่ตลาดสดนำซื้อศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายสินค้าในตลาดขวัญใจแม่ค้า”, วารสารสหวิทยาการวิจัย : ฉบับบัณฑิตศึกษา 4 (1), มกราคม - มีนาคม 2558. หน้า 88-100.
- สุพัตรา คำแหง. “รูปแบบของปัจจัยความสำเร็จในการบริหารการตลาดสมัยใหม่ของผู้ประกอบการใหม่สู่ประเทศไทย 4.01”, วารสารธรรมศาสตร์ 37 (1), 2561. หน้า 1-18.

อุดม สมบูรณ์ผล. “แนวทางการจัดการสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจตลาดสดในกรุงเทพมหานคร”, วารสารสมาคมนักวิจัย. 24 (1) มกราคม - เมษายน 2562. หน้า 85-97.

วิทยานิพนธ์

ณัฐกร ชินบุตร. “ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการตลาดสดเทศบาลเมืองมหาสารคาม อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม”. ปรินญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2559.

วิษชุดา เขียวเกตุ. “การจัดการตนเองของตลาดชุมชน กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำคลองแดน อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา”. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

กองทุนพัฒนาเมืองในภูมิภาค, สำนักงานธนาคารออมสิน. “คู่มือการออกแบบตลาดสด”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : [http://www.rudf.or.th/1749 pages.html](http://www.rudf.or.th/1749%20pages.html), 2551.

กองแผนงาน กรมอนามัย. “รายงานประจำปี 2561”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://planning.anamai.moph.go.th/th/annual-report>, 2561

กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. “รายงานการดำเนินการตลาดสดน้ำซึ่”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://foods.anamai.moph.go.th/th/healthy-market/>. 2563.

กองสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย. “สถานการณ์การแพร่ระบาดของ โควิด- 19 ตลาดสด”. เข้าถึงได้จาก: <https://foods.anamai.moph.go.th/th>, 2564.

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :http://www.nesdc.go.th/ewt_news.Php?nid=6420&filename=develop.Issue, 2560.

ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. “กตปุม! Transform ‘ตลาดยิ่งเจริญ’สู่ตลาดสดยุควิถีใหม่”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.thansettakij.com/tech/515104>, 2565.

ณัฐยานันท์ จุฬามินไวย์. “การจัดการสิ่งแวดล้อมในการพัฒนาตลาดสดเขตหลักสี่”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.vl-abstract.ru.ac.th/>, 2563.

มติชนออนไลน์. “ดีป้า ปลื้ม ‘Transform ตลาดสดวิถีใหม่’ ทำเงินสะพัดกว่า 300 ล้าน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.matichon.co.th/economy/news_3236301, 2565.

ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข กรมอนามัย. “พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <http://www.laws.anamai.moph.go.th>.

ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรม. “ตลาดสด 5G แห่งแรกในมณฑลเจ้อเจียงเปิดทำการแล้ว”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.ditp.go.th/ditp_web61/articlesub_view.php?filename=contents_attach/613976/613976.pdf&title=613976&cate=592&d=0, 2563.

ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับการวิจัยเรื่อง

การบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....

ตำแหน่ง.....หน่วยงาน.....

ประเด็นคำถามหลักในการสัมภาษณ์ มีดังนี้

1. ท่านคิดว่าจากสถานการณ์โควิด-19 ภาครัฐมีความชัดเจนของนโยบาย หรือแผนปฏิบัติการในการ
กำกับดูแลการประกอบธุรกิจตลาดสด หรือไม่ อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

2. ท่านคิดว่าสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสด ผู้ค้า หรือผู้บริโภค
อย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

3. ปัญหา และอุปสรรคที่สำคัญต่อการผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดอะไรบ้าง ทั้งก่อน และช่วง
สถานการณ์โควิด-19 ตามบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

.....
.....
.....
.....
.....

4. เมื่อเปรียบเทียบกับแนวทางการประกอบการธุรกิจตลาดสด ของประเทศไทยกับต่างประเทศ มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรบ้าง ในด้านการสาธารณสุข และด้านการพัฒนาเทคโนโลยี ดิจิทัล

.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. แนวทางการการบริหารการประกอบการธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ (New Normal) ควรเป็นอย่างไร

.....
.....
.....
.....
.....

วันที่----/-----/-----

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ : นางคชาภรณ์ รุ่งหิรัญรักษ์

วัน เดือน ปีเกิด : 17 เมษายน 2510

การศึกษา : ระดับปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
: ระดับปริญญาโท สาขาบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงาน (ย่อ)

: ปี 2539 - 2545 ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายบัญชี บริษัท เรกคิทท์ เบนคีเซอร์
(ประเทศไทย) จำกัด
: ปี 2546 - 2548 ตำแหน่ง รักษาการผู้อำนวยการฝ่ายการเงินและบัญชี
บริษัท เรกคิทท์ เบนคี เซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด

ตำแหน่งปัจจุบัน : ที่ปรึกษา บริษัท หทัยราษฎร์คอมเพล็กซ์ จำกัด

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา สังคมจิตวิทยา

เรื่อง แนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตาม
แนวทางวิถีใหม่ (New normal)

ผู้วิจัย นางคชาภรณ์ รุ่งหิรัญรักษ์ **หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ 64**

ตำแหน่ง ที่ปรึกษาบริษัทททภัยราษฎร์คอมเพล็กซ์จำกัด

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลาดสดเป็นสถานที่หนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของคนในชุมชนที่เป็นฐานรากของประเทศ ทำให้คนในชุมชนมีอาชีพ สร้างรายได้เพื่อเลี้ยงครอบครัว เนื่องจากตลาดสดคือสถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่พักค้าขายเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภท สัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้วหรือของที่เสี้ง่าย ซึ่งตลาดสดถือได้ว่ามีกำเนิดและมีพัฒนาการควบคู่กับสังคมไทยมาช้านาน ตลาดสดนอกจากจะเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการด้านอาหารของผู้อยู่อาศัยในเมืองหรือชุมชนนั้นๆ แล้ว ตลาดสดยังถือ ว่าเป็น “ตลาดชาวบ้าน” มากกว่าตลาดประเภทอื่น ๆ คือ ผู้ค้าขายในตลาดสด ส่วนใหญ่เป็นผู้ค้ารายย่อย มีทุนน้อย หรือบางครั้งผู้ค้าขายในตลาดสด ก็เป็นผู้ผลิตสินค้าอาหารโดยตรงด้วย ตลาดสดมีอยู่ในชุมชน เมืองทุกชุมชนและเมื่อความเป็นเมืองขยายตัวออกไปทำให้ตลาดสดขยายตัวติดตามออกไปด้วย กล่าวคือ จากการสำรวจสถานการณ์ด้านสุขาภิบาลตลาดสดของกรมอนามัย ปี พ.ศ. 2563 พบว่ามีตลาดสดทั่วประเทศมีประมาณทั้งสิ้น 2,158 แห่ง (กรมอนามัย, 2563) ตลาดสดเป็นพื้นที่ย่อยที่เกิดขึ้นภายในเมืองและที่มีหน้าที่เฉพาะด้าน แต่ในปัจจุบันมีนักอนุรักษ์ที่ให้ความสนใจได้ขยายไปถึงความพยายามที่จะอนุรักษ์ และเพิ่มหน้าที่ตลาดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาด้วย พื้นที่ตั้งของตลาดจึงมีความสำคัญทั้งในฐานะเป็นแหล่งสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ค้าและแหล่งอาหารให้กับชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงโดยเฉพาะชุมชนเมืองที่ผู้คนไม่สามารถผลิตอาหารและสิ่งของเครื่องใช้ได้เอง จึงถือได้ว่าการประกอบธุรกิจตลาดสดนั้นเป็นการวางรากฐานของเศรษฐกิจระดับจุลภาค มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของคนในชุมชนที่เป็นฐานรากของประเทศ แต่ในการประกอบธุรกิจตลาดสดที่ผ่านมามีปัญหาด้านการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เช่น พื้นซำรุด มีน้ำขังแฉะแฉะ ขยะตกค้างมีกลิ่นเหม็น มีสัตว์และแมลงนานาชนิด เป็นแหล่งสะสมพาหะของโรค ทำให้กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามากำกับควบคุมดูแลตลาดให้ถูกสุขลักษณะโดยอาศัยพระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ.2535 ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2542) กำหนดหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะของตลาด แต่พบว่าตลาดที่ผ่านการปรับปรุงให้ถูกต้องตาม กฎกระทรวงยังมีจำนวนน้อย กรมอนามัยจึงได้จัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อ เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการกิจการตลาดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลดำเนินการปรับปรุงตลาดให้ได้มาตรฐานตามกฎหมายกระทรวง และจากสถานการณ์ที่พบผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนาหรือโควิด-19 ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการค้าอาหารสด และอาหารทะเลในตลาดทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 เนื่องจากตลาดสด

เป็นสถานที่ที่ประชาชนจากหลากหลายพื้นที่มาจับจ่ายซื้อสินค้ากัน และลักษณะของตลาดอาจไม่สามารถปฏิบัติตามมาตรการได้ทุกด้านทั้งด้านจำนวนคน การรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล รวมทั้งพฤติกรรมของคน จึงอาจเป็นสาเหตุหนึ่งของการแพร่ระบาดของโควิด-19 จากเป็นกลุ่มก้อน (cluster) ของคนจากตลาด การบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ที่เป็นการถอดบทเรียนจากสถานการณ์ของโรคโควิด-19 จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาสถานภาพการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสด ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อนำไปวิเคราะห์และเสนอแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุข ตามแนวทางวิถีใหม่ (New normal) เพื่อผลการวิจัยจะได้เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานภาพ ปัญหาและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจตลาดสดในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ ทั้งตลาดสดในประเทศและต่างประเทศ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่ (New normal)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การศึกษาเอกสารข้อมูลต่างๆ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ (New normal) โดยมีการศึกษา เฉพาะด้านระบบสาธารณสุขของตลาดสดประเภทที่ 1 ที่มีโครงสร้างอาคาร และมีการดำเนินการเป็นประจำ

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ 1) ผู้บริหารและ/หรือเจ้าหน้าที่ระดับ ปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลด้านการประกอบธุรกิจตลาดสดได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย และกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานละ 2 คน 2) ผู้ประกอบธุรกิจตลาดสด และ/หรือผู้จัดการตลาดสด จำนวน 5 แห่ง 3) ประชาชนที่เป็นผู้ขายสินค้าในตลาดสด และประชาชนที่เป็นผู้บริโภค จำนวนอย่างละ 5 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือเดือนพฤศจิกายน 2564 ถึง เดือนพฤษภาคม 2565

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการวิเคราะห์ เนื้อหาจากเอกสาร (Content Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับงานวิจัย

2. การรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมมี 2 ลักษณะดังนี้ คือ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากบทสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกำหนดผู้ให้สัมภาษณ์ดังนี้ คือ 1) ผู้บริหาร และ/หรือ เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและกำกับดูแลด้านการประกอบธุรกิจตลาดสดได้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานละ 2 คน 2) ผู้ประกอบธุรกิจตลาดสด และ/หรือผู้จัดการตลาดสด จำนวน 5 แห่ง 3) ประชาชนที่เป็นผู้ขายสินค้าในตลาดสด และประชาชนที่เป็นผู้บริโภค จำนวนอย่างละ 5 คน

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ทำการสืบค้นข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ได้แก่ แผนแม่บทของชาติต่างๆที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อให้ได้กรอบคอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

4. การนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลโดยการเขียนรายงานวิจัยเชิงพรรณนา วิเคราะห์และ นำเสนอแนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดด้านสาธารณสุขตามแนวทางวิถีใหม่(New normal) เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำข้อมูลในงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาเอกสาร และบทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

1. สถานภาพการประกอบธุรกิจตลาดสด และปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสด

1.1 สถานภาพการประกอบธุรกิจตลาดสด

สรุปผลการศึกษาดังนี้ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่เข้ามากำกับควบคุมดูแลตลาดให้ถูกสุขลักษณะโดยอาศัยพระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ.2535 ออกกฎกระทรวง ฉบับที่ 4 (2542) กำหนดหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะของตลาด แต่พบว่าตลาดสดที่ผ่านการปรับปรุงให้ถูกต้องตาม กฎกระทรวงยังมีจำนวนน้อย กรมอนามัย จึงได้จัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อตั้งแต่ปี พ.ศ.2545โดยกำหนดเกณฑ์มาตรฐานด้านสาธารณสุขไว้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม 2) ด้านความปลอดภัยของอาหาร และ 3) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อให้ตลาดที่เข้าร่วมโครงการปรับปรุงพัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐานตาม กฎกระทรวง และเป็นมาตรฐานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเทศบาลควบคุมกำกับดูแล และเมื่อเกิดสถานการณ์ โควิด-19 เมื่อปลายปีพ.ศ.2562 ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจการค้าอาหารสด และอาหารทะเลในตลาดทำให้ผู้บริโภคมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโควิด- 19 เนื่องจากตลาดสดเป็น สถานที่ที่ประชาชนจากหลากหลายพื้นที่มาจับจ่ายซื้อสินค้ากัน และลักษณะของตลาดอาจไม่สามารถ ปฏิบัติตามมาตรการได้ทุกด้าน กรมอนามัยก็ได้ทบทวนมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ปัจจุบัน และมีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งได้กำหนด

หลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่” เพิ่มเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาล สิ่งแวดล้อม 2) ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล 3) ความปลอดภัยอาหาร และ 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ตลาดสดของไทยมีการปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นไปตามมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่ เพื่อให้ประชาชนมีแหล่งซื้อและบริโภค อาหารที่ถูกสุขลักษณะตามแนวทางวิธีใหม่ รวมทั้งให้ผู้ประกอบการตลาด ผู้จัดการตลาด ผู้ขายของในตลาดมีความรู้ความเข้าใจในแนวทางการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดให้สะอาดปลอดภัย เป็นไปตามเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่ และเป็นแนวทางให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใช้เป็นแนวทางในการกำกับดูแล ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย ภาคีรัฐ และเอกชน ในการขับเคลื่อนและพัฒนาตลาดสดของไทยให้ก้าวสู่ตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่

1.2 ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสด

1.2.1 ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสดก่อนที่จะเกิดสถานการณ์โควิด-19 พบปัญหาที่สำคัญที่ดังนี้

1.2.1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดบางแห่งไม่มีการขออนุญาตการประกอบกิจการอย่างถูกต้อง การประกอบการจึงไม่ได้มาตรฐานและความปลอดภัย

1.2.1.2 การไม่ให้ความร่วมมือของผู้ประกอบการตลาดสดในการจัดการด้านอาคารสถานที่ให้เป็นไปตามข้อกำหนดกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุขพ.ศ. 2535 กำหนดหลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาด ซึ่งเจ้าของตลาดจะต้องปรับปรุงตลาดให้ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวง

1.2.1.3 การบริหารจัดการเรื่องสุขาภิบาลและอนามัยสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการตลาดสดไม่เป็นไปตามข้อกำหนดของกฎกระทรวง

1.2.1.4 การบริหารจัดการด้านการจัดแผงวางสินค้าสิ่งของวัสดุอุปกรณ์ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่มีการแยกโซนในการขายสินค้าและประเภทของสินค้า

1.2.1.5 การที่ผู้ค้าในตลาดสดจำหน่ายสินค้าและอาหารที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่ผ่านการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

1.2.1.6 การประกอบการที่ไม่ถูกสุขลักษณะของผู้ค้า เนื่องจากผู้ค้าที่เข้ามาค้าขายในตลาดสดบางรายไม่ให้ความร่วมมือและไม่ปฏิบัติตามระเบียบและมาตรการ ของตลาดสดในด้านสาธารณสุข เช่น การสวมถุงมือ การใส่ผ้ากันเปื้อน การใส่หมวกคลุมผม ตลอดจนการหมั่นทำความสะอาดแผงร้านค้าเป็นประจำ เป็นต้น

1.2.2 ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการตลาดสดช่วงที่จะเกิดสถานการณ์โควิด-19 พบปัญหาที่สำคัญที่ดังนี้

ทั้งนี้ เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด-19 ที่ภาครัฐได้มีคำแนะนำให้ผู้ประกอบการตลาดสดบริหารจัดการตามหลักการเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาระยะสั้นที่เป็นการป้องกันการติดเชื้อแบบครอบจักรวาล (Universal Prevention) สำหรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในทุกพื้นที่ ได้แก่ การสวมหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่างทางกาย การล้างมือบ่อยๆ การคัดกรอง และการลงทะเบียนในระบบติดตาม เป็นต้น ซึ่งจากการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลตลาดสด พบว่าสาเหตุของปัญหาเกิดจาก

1.2.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดและผู้ค้าในตลาดสด ไม่มีความรู้ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญในการบริหารจัดการตลาดสดให้เป็นไปตามมาตรการที่ภาครัฐกำหนดทั้งก่อนและในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ก็ไม่อยากจะลงทุน และ/หรือ ขาดงบประมาณในการพัฒนาตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามที่ภาครัฐกำหนด

1.2.2.2 ผู้บริโภคเองก็ไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามระเบียบที่ตลาดสดกำหนดไว้ เช่นการสวมหน้ากากอนามัย การคัดกรองไข้ การลงทะเบียนเข้าออกผ่านแอปพลิเคชันไทยชนะ เป็นต้น

2. การเปรียบเทียบรูปแบบของการบริหารจัดการตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ทั้งตลาดสดในประเทศและต่างประเทศ

การประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนววิถีใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศ ที่ทำการศึกษเปรียบเทียบ ได้แก่ ประเทศจีน เกาหลีใต้ ที่มีการประกอบธุรกิจตลาดสดคล้ายคลึงกับประเทศไทย พบว่าจากสถานการณ์โควิด-19 ที่นโยบายของภาครัฐนอกจากจะมีจุดเน้นที่การพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขาภิบาลอาหารและอนามัยสิ่งแวดล้อม และการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานวิถีใหม่แล้ว รวมทั้งการใช้มาตรการหรือบทลงโทษกรณีฝ่าฝืนระเบียบ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลก็มีความสำคัญต่อการที่จะตอบโจทย์ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปที่ให้ความสนใจในการซื้อของจากผู้ค้าในระบบออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งการที่สังคมไทยและสังคมโลกกำลังเข้าสู่สังคมที่ไร้เงินสด ที่ทุกๆภาคส่วนของประเทศต้องมีการปรับตัวและวางแผน ตั้งแต่ภาครัฐที่เป็นผู้กำหนดนโยบาย และเป็นผู้นำนโยบายลงสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ภาคเอกชนในฐานะผู้ประกอบการตลอดจนประชาชนในฐานะผู้ค้าต้องปรับตัวหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้น และผู้บริโภคที่มีความนิยมซื้อสินค้าระบบออนไลน์มากขึ้น ทำให้ตลาดสดแนววิถีใหม่ต้องมีการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล เพื่อรองรับสังคมที่ไร้เงินสดในอนาคต และตอบสนองกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ควบคู่กับการสร้างและยกระดับมาตรฐานด้านการสาธารณสุขตามแนววิถีใหม่

3. แนวทางการบริหารการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ (New normal)

3.1 บทบาทของภาครัฐ

ผลการศึกษาสรุปดังนี้

3.1.1 ภาครัฐต้องมีการทบทวนบทบาทและหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งโดยตรงในการกำกับดูแลด้านสุขาภิบาลอาหาร อนามัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กรมอนามัย กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กรมควบคุมโรค สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข และโดยอ้อม ที่เกี่ยวกับการดูแลการประกอบของผู้ประกอบการธุรกิจตลาด และผู้ค้าในตลาด ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์สมาคมตลาดสด และสมาคมค้าปลีก ให้มีการทำงานไม่ซ้ำซ้อน และมีการทำงานแบบบูรณาการกัน

3.1.2 กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ต้องพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดตามแนวทางวิถีใหม่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินตลาดสดให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด

3.1.3 พัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบการตลาดสดให้เป็นปัจจุบัน และสร้างช่องทางการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศให้กับหน่วยงานหรือบุคคลทั่วไป ซึ่งได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของตลาดสด จำนวนตลาดสดที่มีในประเทศแบ่งตามประเภทของตลาด จำนวนตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ตามเกณฑ์ของกรมอนามัย ต้นแบบตลาดสดสุขภาพดีวิถีใหม่ ทะเบียนผู้ค้า รวมทั้งข้อมูลปัญหา และอุปสรรคที่พบ เป็นต้น

3.1.4 ภาครัฐต้องเป็นผู้นำในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการตลาดสดตามแนววิถีใหม่ได้แก่ ผู้ประกอบการตลาดสด ผู้ค้า และเทศบาล

3.1.5 ภาครัฐต้องพัฒนาระบบการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการประกอบการตลาดสด โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เช่น เพจ Facebook และ/หรือ แอปพลิเคชัน Line ในการเป็นช่องทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนทั่วไปได้เข้าถึงข้อมูลของภาครัฐ

3.1.6 การพัฒนาต้นแบบ .”ตลาดสดน่าซื้อ วิถีใหม่” เพื่อเป็นแบบอย่างให้ตลาดสดทั่วประเทศได้เป็นแบบอย่าง โดยมีการให้ป้ายตราสัญลักษณ์ตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน

3.2 บทบาทของภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าการประกอบธุรกิจตลาดสดตามแนววิถีใหม่นั้น ภาคเอกชนมีบทบาทที่สำคัญดังนี้

3.2.1 ผู้ประกอบการต้องมีการปรับปรุงด้านโครงสร้างและระบบสาธารณูปโภคตามแนววิถีใหม่

3.2.2 มีการร่วมมือกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ เช่นกรมอนามัย สาธารณสุขจังหวัด และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดทำแผนเผชิญเหตุ เพื่อรองรับในกรณีที่เกิดการติดเชื้อโรคระบาดเป็นกลุ่มก้อนที่เกี่ยวข้องกับตลาดสด

3.2.3 มีการจัดการด้านสุขาภิบาลอาหาร และอนามัยสิ่งแวดล้อมภายในตลาด โดยการจัดระเบียบประเภทของผู้ค้ารวมถึงการจัดระเบียบการแบ่งประเภทของสินค้าเป็นหมวดหมู่ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขตามแนววิถีใหม่

3.2.4 กำกับดูแลให้ขายสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน มีการจัดทำทะเบียน และประเมินความเสี่ยง ผู้ค้า แรงงาน และผู้ปฏิบัติงานในตลาด

3.2.5 จัดทำระเบียบการต่อใบอนุญาตผู้ค้าในตลาด ที่ต้องมีการตรวจสุขภาพ และโรคติดต่อร้ายแรงประจำปี มีการให้ผู้ค้าใช้เครื่องมือประเมินความเสี่ยงของตนเอง และมีข้อกำหนดให้ผู้ค้า และผู้บริโภคร่วมปฏิบัติตามมาตรการการป้องกันโรคแบบครอบจักรวาล (Universal prevention) อย่างเคร่งครัด

3.2.6 มีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านบริการการขายให้มีความสะดวกสบายต่อผู้ค้าและผู้ขาย ทั้งระบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยอาจขอการสนับสนุนและส่งเสริมในการลงทุนจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

3.3 บทบาทภาคประชาชน

ผลการศึกษาดังกล่าวพบว่าคุณภาพประชาชนซึ่งมีสถานภาพในการเป็นทั้งผู้ค้า และ ผู้บริโภคต่างก็มีบทบาทสำคัญในการประกอบการตลาดสดให้เป็นไปตามแนวทางวิถีใหม่ ซึ่งบทบาทของภาคประชาชนในฐานะผู้ค้าสรุปได้ดังนี้

3.3.1 ผู้ค้าต้องมีการปฏิบัติตามระเบียบที่ผู้ประกอบการตลาดสดกำหนด ได้แก่ การต่อใบอนุญาตซึ่งผู้ค้าต้องมีข้อกำหนดการตรวจสอบสุขภาพประจำปี การจ้างแรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมาย เป็นต้น

3.3.2 ผู้ค้าต้องขายสินค้าที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานด้านสาธารณสุขต้องปฏิบัติตามมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 อย่างเคร่งครัด ตามมาตรการการป้องกันโรคแบบครอบจักรวาลที่กรมอนามัยกำหนด และมาตรการที่ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดกำหนด

3.3.3 สำหรับบทบาทในฐานะผู้บริโภคคือ 1) ผู้บริโภคที่ไปตลาดสดต้องลดความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 ของตนเอง โดยควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามมาตรการที่ตลาดสดกำหนดอย่างเคร่งครัด และ 2) ต้องมีการปรับตัวในยุควิถีใหม่ทั้งด้านสาธารณสุขและด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะให้ข้อเสนอแนะ 2 ประเด็น คือ ข้อเสนอแนะที่เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยต่อไป

1. ข้อเสนอแนะระดับนโยบาย

1.1 กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมอนามัยควรกำหนดนโยบาย และจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อไปสู่การปฏิบัติโดยยึดหลักการมีส่วนร่วมจากภาคเอกชน ภาคประชาชน และกำกับดูแลการจัดการตลาดสดตามแนววิถีใหม่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือภาคเอกชน/ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสด ให้สอดคล้องและมีทิศทางเดียวกันเพื่อให้การบริหารจัดการตลาดสดตามแนววิถีใหม่เกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมอบนโยบายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับทราบ

1.2 ภาครัฐควรทบทวนและปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดสด เพื่อให้กฎหมายครอบคลุมรายละเอียดตั้งแต่การขออนุญาตประกอบการธุรกิจตลาดสด การประกอบการในฐานะผู้ค้าการกำกับดูแลตลาดสดให้ได้มาตรฐานความปลอดภัยตามแนววิถีใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติ

2.1 กรมอนามัย และ/หรือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมชี้แจงผู้ประกอบการ และผู้ค้าในข้อกำหนดของภาครัฐในการกำกับดูแลให้เกิดความปลอดภัยตามมาตรฐานด้านสาธารณสุข และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค

2.2 หน่วยงานของกรมอนามัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ทำหน้าที่จัดทำสารสนเทศเกี่ยวกับการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจตลาดสด ควรจัดทำระบบสารสนเทศด้านต่างๆ

ให้เป็นปัจจุบัน เพื่อเป็นฐานข้อมูลให้ภาครัฐ และผู้ประกอบการใช้ในการวางแผน และแก้ไขปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้น

2.3 กรมอนามัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการจัดทำช่องทางในสื่อสังคมออนไลน์ให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ข่าวสารข้อมูล รวมทั้งการรับแจ้งเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ จากประชาชน

2.4 ผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของการประกอบการตลาดสดให้ได้มาตรฐาน และความปลอดภัยตามแนววิถีใหม่ที่กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข กำหนดไว้

2.5 ผู้ค้า และผู้บริโภค ควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามข้อกำหนดของกรมอนามัย และข้อกำหนดของผู้ประกอบการตลาดสด

3. ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจตลาดสดตามแนววิถีใหม่

3.2 ควรศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ของตลาดสดตามแนววิถีใหม่

3.3 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจการเลือกตลาดสด เพื่อซื้อสินค้าของผู้บริโภคยุคหลังสถานการณ์โควิด-19