

การศึกษาเปรียบเทียบผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่: กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 11  
A Comparative Study of the Results from the Development of the New Normal  
Healthy Market: A Case Study in the Public Health Region 11

ธราดล ศรีสุข

Tharadol Srisuk

ศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช, กรมอนามัย

Regional Health Promotion Center 11 Nakhon Si Thammarat, Department of Health

(Received : May 6, 2023, Revised : June 16, 2023, Accepted : July 1, 2023)

**บทคัดย่อ**

การศึกษาแบบผสานวิธี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ 2) เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และ 3) จัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาดหรือผู้ค้าในตลาดสดที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 – มีนาคม พ.ศ. 2566 ตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์จากจังหวัดภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G\*Power ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มละ 60 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และ Independent t-test กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เลือกแบบเจาะจง จำนวน 8 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิเคราะห์ข้อมูล

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

ข้อเสนอแนะ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการส่งเสริมพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมของตลาดสด และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย โดยคำนึงถึงปัจจัยการจัดการของตลาดสดในการพัฒนาเป็นตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และการสนับสนุนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการจากกระทรวงสาธารณสุข

**คำสำคัญ:** ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่, เขตสุขภาพที่ 11, ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

ผู้ให้การติดต่อ (Corresponding e-mail: ironmaidol@gmail.com)

## Abstract

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

The results showed that 55.17% of the 29 fresh markets participating in the development of the new normal healthy market project met the criteria, while 44.83% failed. The fresh markets that met the criteria for the new normal healthy market performed highest in terms of environmental sanitation, with 100%. Non-qualified fresh markets had the most operations in the fields of environmental sanitation and personal hygiene, representing 76.92%. The results of comparing management factors with the concept of the McKinsey 7-S Framework found that there were statistically significant differences in aspects of strategy, style, skills, shared values, and overall ( $p < 0.05$ ). Development suggestions discovered that responsible organizations should have a budget allocation policy, support the use of the Food Handler system, organize training for entrepreneurs, and develop digital media in order to develop the new normal healthy market.

It can be suggested that the local government should promote the development of environmental sanitation in fresh markets and the personal hygiene of the seller/sales assistant by considering the management factors of the fresh market in developing the new normal healthy market and receiving policy and operational support from the Ministry of Public Health.

**Keywords:** Management Factors of the New Normal Healthy Market, Public Health Region 11, New Normal Healthy Market

## บทนำ

“ตลาดสด” เป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า และเป็นศูนย์กลางของพ่อค้าแม่ค้า ผู้ประกอบกิจการด้านอาหาร และประชาชนทั่วไปต่างซื้อวัตถุดิบจากตลาดสดเป็นส่วนใหญ่ จึงนับได้ว่าตลาดสดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในชีวิตคนไทย และวิถีชีวิตของชุมชนที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาโดยตลอด แม้ว่าปัจจุบันการดำรงชีวิตของคนและสภาพสังคมจะเปลี่ยนไปมากเพียงใด ตลาดสดก็ยังคงมีความสำคัญด้วยเหตุผลเป็นศูนย์กลางของชุมชนมาช้านาน สินค้าส่วนใหญ่ในตลาดสดจะเป็นสินค้าประเภทอาหาร โดยเฉพาะอาหารสดประเภทเนื้อสัตว์ ผัก และ

ผลไม้ รวมทั้งอาหารปรุงสำเร็จพร้อมบริโภค จากการที่ตลาดสดเป็นที่รวบรวมของแหล่งค้าขายอาหารจำนวนมาก หากไม่มีการจัดการด้านสุขอนามัยให้ถูกสุขลักษณะจะทำให้ตลาดสดกลายเป็นแหล่งแพร่กระจายของเชื้อโรคได้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่เกิดการแพร่ระบาดในตลาดสดหลายแห่ง ทำให้ส่งผลกระทบอย่างมากต่อผู้ค้าและประชาชน เนื่องจากตลาดสดเป็นแหล่งซื้อขายวัตถุดิบ เพื่อนำไปปรุง ประกอบ สำหรับจำหน่ายในร้านอาหาร หรือในสถานที่สำคัญต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน อีกทั้งตลาดสดหลายแห่งยังเป็นตลาดค้าส่งที่มีรถเร่มารับซื้อเพื่อไปขายต่อยังพื้นที่อื่นอีกด้วย จึงถือได้ว่าเป็นโอกาสให้ตลาดสดมีการจัดการที่ถูกสุขลักษณะ เพื่อยกระดับตลาดสดในประเทศไทยให้เป็นไปตามมาตรฐานและประชาชนไทยมีแหล่งซื้ออาหารที่สะอาด ปลอดภัย

กรมอนามัย ในฐานะหน่วยงานที่มีบทบาทด้านการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม ได้เริ่มดำเนินการจัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 และดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาตลาดประเภทที่ 1 (ตลาดสด) ให้ได้มาตรฐาน จึงกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental health) 2) ด้านความปลอดภัยของอาหาร (Food safety) และ 3) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer protection) ตลาดที่เข้าร่วมโครงการปรับปรุงพัฒนาตลาดได้ตามเกณฑ์มาตรฐานจะได้รับป้ายรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ซึ่งได้กำหนดมาตรฐานไว้ 2 ระดับ ได้แก่ ระดับดี (3 ดาว) และระดับดีมาก (5 ดาว) สำหรับการพัฒนายกระดับตลาดสดน่าซื้อใน พ.ศ. 2564 นั้น สืบเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) กรมอนามัย จึงต้องทบทวนมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และมีมาตรฐานที่รองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานเป็น “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” โดยแบ่งหลักเกณฑ์ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental sanitation) 2) ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal hygiene) 3) ความปลอดภัยอาหาร (Food safety) และ 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer protection) และกำหนดระดับมาตรฐานไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับพื้นฐาน (3 ดาว) ระดับดี (4 ดาว) และระดับดีมาก (5 ดาว) (Bureau of Food and Water Sanitation, 2021) จากข้อมูลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จำนวน 96 แห่ง พบว่า มีตลาดผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ จำนวน 18 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.75 (Regional Health Promotion Center 11 Nakhon Si Thammarat, 2022)

การพัฒนาตลาดสดให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว ตลาดจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการองค์กรในหลาย ๆ ด้าน แนวคิด 7S ของแมคคินซีย์ เป็นแนวคิดหนึ่งที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลว่าเป็นเกณฑ์ที่สามารถประเมินจุดแข็งและโอกาสในการปรับปรุงของกระบวนการทำงานและผลการปฏิบัติงานขององค์กรต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Boontham & Ruangsom, 2019) โดยแนวคิด 7S ของแมคคินซีย์ได้รับการนำมาทำการศึกษากันอย่างแพร่หลาย เช่น Pornleartkochakorn, Limsiritong, & Santisarn (2022) ได้ศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซีย์ ที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมของประเทศไทย หรือ Panyayuttasak (2021) ได้ทำการศึกษาปัจจัยตามหลักแนวคิด 7S ของแมคคินซีย์ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลเมืองสตึก เป็นต้น

ดังนั้น ผลการศึกษาการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ตามแนวคิด 7S ของแมคคินซีย์ จะทำให้ได้ข้อมูลด้านการบริหารจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมอนามัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อต่อไป

### วัตถุประสงค์วิจัย

1. เพื่อศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

### สมมติฐาน

ปัจจัยการจัดการของตลาด ประกอบด้วยด้านโครงสร้าง ด้านกลยุทธ์ ด้านระบบ ด้านรูปแบบ ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม ของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 มีความแตกต่างกัน

### นิยามศัพท์

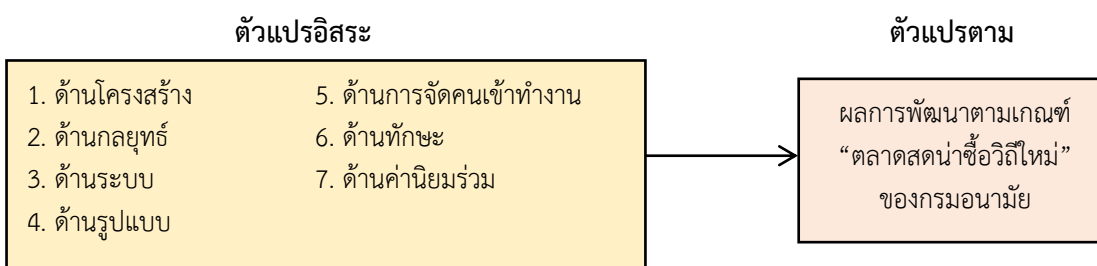
การพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ หมายถึง การพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่” ของกรมอนามัย ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม 2) ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล 3) ด้านความปลอดภัยอาหาร และ 4) ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

ผลการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ผ่านเกณฑ์ หมายถึง ตลาดสดที่ได้รับการประเมินมาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่” ของกรมอนามัย มีการจัดระดับมาตรฐานไว้ 3 ระดับ ได้แก่ ระดับพื้นฐาน ระดับดี และระดับดีมาก โดยต้องผ่านระดับพื้นฐาน หรือผ่านระดับดี หรือผ่านระดับดีมาก

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

### กรอบแนวคิดการวิจัย

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



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed method research)

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

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

ประชากรที่ใช้ในการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์

ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 ได้แก่ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในเขตจังหวัดภูเก็ต และ สุราษฎร์ธานี โดยกำหนดขนาดและสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มอย่างง่าย โดยการจับฉลากจังหวัดท่องเที่ยวในเขตสุขภาพที่ 11 ผังอำเภอไทย 1 จังหวัด และ จังหวัดท่องเที่ยวผิงอันตามัน 1 จังหวัด รวม 2 จังหวัด ที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ของ กรมอนามัย ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ขั้นที่ 2 สุ่มแบบโควต้า (Quota sampling) สุ่มตลาดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ จังหวัดละ 1 แห่ง และเลือกตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ จังหวัดละ 1 แห่ง รวม 4 ตลาด

ขั้นที่ 3 สุ่มอย่างง่าย ผู้ให้ข้อมูลปัจจัยด้านการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ โดยคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม G\*Power (Faul, Erdfelder, Lang, & Buchner, 2007) สำหรับการทดสอบ ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระจากกัน (Independent t-test) คำนวณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากค่าขนาดอิทธิพล (Effect size) จากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2 กลุ่ม จากศึกษานำร่อง (Pilot study) ขนาดอิทธิพลที่คำนวณได้เท่ากับ 1.11 จึงใช้ขนาดอิทธิพล (Effect size) 0.8 มาประมาณขนาดตัวอย่าง กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ( $\alpha$ ) อำนาจการทดสอบ (Power) 0.95 ได้ขนาดตัวอย่าง กลุ่มละ 42 คน เพื่อป้องกันการสูญหายของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเท่ากับ 60 คน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จากจังหวัดละ 60 คน แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากตลาดที่ผ่านเกณฑ์ เท่ากับ 30 คน และกลุ่มตัวอย่างจากตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ เท่ากับ 30 คน

เกณฑ์การคัดเข้า ดังนี้ 1) เป็นผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาด หรือเป็นผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย ในตลาดที่ทำการศึกษ 2) เป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้

เกณฑ์การคัดออก ดังนี้ 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุน้อยกว่า 18 ปี 2) เป็นผู้มี ความผิดปกติ ด้านการฟัง การพูด และการสื่อสาร

กลุ่มเป้าหมายในการให้ข้อมูลข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากจังหวัดสุราษฎร์ธานี และภูเก็ต จังหวัดละ 4 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน ได้แก่ นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดหรือ ผู้แทน สาธารณสุขอำเภอหรือผู้แทน ตัวแทนคณะผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีส่วนในการพัฒนา ตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ และผู้ประกอบการตลาดสดหรือผู้แทน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีจำนวน 2 ชุด ได้แก่

ชุดที่ 1 แบบตรวจประเมินมาตรฐาน “ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่” ของกรมอนามัย จำนวน 50 ข้อ ได้แก่ 1) สุขภาพสิ่งแวดล้อม จำนวน 41 ข้อ 2) สุขอนามัยส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ 3) ความปลอดภัยอาหาร จำนวน 2 ข้อ และ 4) การคุ้มครองผู้บริโภค จำนวน 2 ข้อ

ชุดที่ 2 แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยแนวทางในการจัดทำจากการศึกษาข้อมูล เอกสาร แนวคิดทฤษฎี งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

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

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยด้านการจัดการ ตามกรอบแนวคิด 7S ของ แมคคินซี 7 ด้าน ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ประยุกต์จากแนวคิดและทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 35 ข้อ ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้าง จำนวน 5 ข้อ 2) ด้านกลยุทธ์ จำนวน 5 ข้อ 3) ด้านระบบ จำนวน 5 ข้อ 4) ด้านรูปแบบ จำนวน 5 ข้อ 5) ด้านการจัดการบุคคลเข้าทำงาน จำนวน 5 ข้อ 6) ด้านทักษะ จำนวน 5 ข้อ และ 7) ด้านค่านิยมร่วม จำนวน 5 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า ตามแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) จำนวน 5 ระดับ คือ น้อยที่สุด (1 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) มาก (4 คะแนน) และมากที่สุด (5 คะแนน)

กำหนดเกณฑ์ในการแปลค่าเฉลี่ยระดับคะแนน จำนวน 5 ระดับ (Ruangpraphan, 2000) ดังนี้ ระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00) ระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20) ระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40) ระดับน้อย (คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60) และระดับน้อยที่สุด (คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 8 ข้อ เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

#### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. เครื่องมือเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเที่ยงตรง เสนอผู้เชี่ยวชาญด้านตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ 2 ท่าน และนักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ 1 ท่าน ซึ่งปฏิบัติงานประจำศูนย์อนามัยที่ 11 นครศรีธรรมราช เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง คลอบคลุมเนื้อหา ตลอดจนความชัดเจน และมีความเหมาะสมในการใช้ภาษาของคำถามในแต่ละข้อ ว่าตรงตามจุดหมายของการศึกษารั้งนี้หรือไม่ และหาค่าความสอดคล้อง IOC (Index of Item-object Congruence) ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.67 – 1.00 และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบกิจการตลาดหรือผู้จัดการตลาด และผู้ค้าในตลาดสด อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้การสุ่มอย่างง่าย จำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบเพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) ของ Cronbach แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับปัจจัยด้านการจัดการตามกรอบแนวคิด 7S ของแมคคินซี มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.92

2. เครื่องมือเชิงคุณภาพ สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยประเด็นคำถามครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องและนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ของศูนย์อนามัยที่ 11 ได้แก่ นักวิชาการสาธารณสุข กลุ่มพัฒนามาตรฐานสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 ท่าน และพิจารณาคำตอบของข้อคำถามและปรับปรุงข้อคำถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยประสานงานกับผู้บริหารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี/หัวหน้ากลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี/ผู้รับผิดชอบงานตลาดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี เทศบาลนครภูเก็ต เทศบาลเมืองกะทู้ และเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และเพื่อขออนุญาตผู้จัดการตลาดของแต่ละแห่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยนัดหมายผู้จัดการตลาดแต่ละแห่งชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอความยินยอมจากกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย ที่สุ่มได้เป็นรายบุคคลเพื่อให้ตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงโดยมีอิสระในการตอบแบบสอบถาม

3. ตรวจสอบความสมบูรณ์เรียบร้อยของคำตอบในแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกฉบับ

การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยประสานงานกับผู้บริหารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี/หัวหน้ากลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี/ผู้รับผิดชอบงานตลาดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและสุราษฎร์ธานี ผู้บริหารเทศบาลนครภูเก็ต ผู้บริหารเทศบาลเมืองกะทู้ ผู้บริหารเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ผู้ประกอบการตลาด และผู้จัดการตลาด เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและนัดหมาย วัน เวลา และช่องทางในการสัมภาษณ์

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

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล และผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

2. การเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการจัดการของตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 โดยใช้สถิติ Independent t-test

3. การจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

#### จริยธรรมวิจัย

บทความวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการวิจัย และพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีนครศรีธรรมราช โครงการวิจัยที่ Exc-04/2566 รับรองวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2566 – 22 มีนาคม พ.ศ. 2567

#### ผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลส่วนบุคคล ดังนี้

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

##### 2. ผลการพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 ดังตาราง 1

**ตาราง 1** ผลการดำเนินงานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกรายด้าน ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

| ผลการดำเนินงานแต่ละด้าน        | ตลาดผ่านเกณฑ์ (n= 16) |        | ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ (n= 13) |        |
|--------------------------------|-----------------------|--------|--------------------------|--------|
|                                | ร้อยละ 55.17          |        | ร้อยละ 44.83             |        |
|                                | จำนวน (แห่ง)          | ร้อยละ | จำนวน (แห่ง)             | ร้อยละ |
| ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อม    | 16                    | 100.00 | 0                        | 0.00   |
| ด้านที่ 2 สุขอนามัยส่วนบุคคล   | 11                    | 68.75  | 5                        | 38.46  |
| ด้านที่ 3 ความปลอดภัยอาหาร     | 14                    | 87.50  | 10                       | 76.92  |
| ด้านที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภค | 12                    | 75.00  | 10                       | 76.92  |

จากตาราง 1 พบว่า ตลาดที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จำนวน 29 แห่ง ผ่านเกณฑ์จำนวน 16 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 55.17 ไม่ผ่านเกณฑ์ 13 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 44.83 โดยตลาดที่ผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อม มากที่สุด ร้อยละ

100.00 รองลงมา คือ ด้านที่ 3 ความปลอดภัยอาหาร ร้อยละ 87.50 ด้านที่ 4 การคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 75.00 และด้านที่ 2 สุขอนามัยส่วนบุคคล ร้อยละ 68.75 ตามลำดับ ในส่วนของตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ไม่ผ่านเกณฑ์ด้านที่ 1 สุขภาพสิ่งแวดล้อม ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00 ดังรายละเอียดตามตาราง 1

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 ดังตาราง 2

**ตาราง 2** เปรียบเทียบปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ระหว่างตลาดผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ในการประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

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

\*p-value<0.05

จากตาราง 2 พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ มีระดับการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ของตลาดสด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (M= 4.09, S.D.= 0.45 และ M= 3.70, S.D.= 0.35) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ที่มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ด้านรูปแบบ อยู่ในระดับมากที่สุด (M= 4.24, S.D.= 0.55) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด คือ ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน และด้านทักษะ (M= 3.95, S.D.= 0.59)

สำหรับตลาดสดที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ของตลาดสดด้านที่มีระดับความคิดเห็นเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านโครงสร้าง อยู่ในระดับมาก (M= 4.13, S.D.= 0.54) ด้านที่มีระดับความคิดเห็นต่ำสุด คือ ด้านค่านิยมร่วม และด้านทักษะ (M= 3.11, S.D.= 0.42)

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ระหว่างตลาดผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ในการประเมินตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในภาพรวม ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ( $p < 0.05$ ) ดังรายละเอียดตามตาราง 2

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ  
วิธีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 อันดับแรก และต่ำสุด 2 อันดับสุดท้าย

| ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่                                                              | M    | S.D. | ระดับ     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-----------|
| <b>ด้านโครงสร้าง</b>                                                                              |      |      |           |
| 1 มีการแบ่งหน้าที่ตามตำแหน่งต่างๆในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่<br>อย่างชัดเจน                  | 4.25 | 0.54 | มากที่สุด |
| 4 ความสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่แต่ละตำแหน่งเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาตลาดสด<br>น่าซื้อ วิธีใหม่           | 4.08 | 0.65 | มาก       |
| 5 หัวหน้างานแต่ละตำแหน่งมีการให้คำแนะนำและช่วยเหลือทีมงานในการพัฒนา<br>ตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่      | 4.07 | 0.66 | มาก       |
| <b>ด้านกลยุทธ์</b>                                                                                |      |      |           |
| 1 มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม                                                               | 4.45 | 0.62 | มากที่สุด |
| 4 มีการสื่อสารความรู้ให้กับผู้ขาย/ผู้ช่วยขายอย่างต่อเนื่อง                                        | 4.13 | 0.77 | มาก       |
| 5 เปิดโอกาสให้ผู้ขายได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่                                  | 2.88 | 1.62 | ปานกลาง   |
| <b>ด้านระบบ</b>                                                                                   |      |      |           |
| 1 เจ้าหน้าที่ตลาดปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม                                                       | 4.18 | 0.70 | มาก       |
| 4 ตลาดมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ตลาดอย่างเหมาะสม                                 | 4.13 | 0.72 | มาก       |
| 5 การจัดตั้งระบบการทำงานที่เหมาะสม                                                                | 4.10 | 0.68 | มาก       |
| <b>ด้านรูปแบบ</b>                                                                                 |      |      |           |
| 1 ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ                                                            | 4.37 | 0.64 | มากที่สุด |
| 4 มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ<br>วิธีใหม่                    | 4.18 | 0.70 | มาก       |
| 5 มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ที่ชัดเจน                                    | 4.10 | 0.73 | มาก       |
| <b>ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน</b>                                                                   |      |      |           |
| 1 มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรของตลาด                                                  | 4.30 | 0.74 | มากที่สุด |
| 4 บุคลากรที่ดูแลตลาดมีจำนวนเพียงพอ                                                                | 4.15 | 0.66 | มาก       |
| 5 มีการแต่งตั้งบุคคลที่เหมาะสมเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่                            | 2.82 | 1.56 | ปานกลาง   |
| <b>ด้านทักษะ</b>                                                                                  |      |      |           |
| 1 ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน<br>เจ้าหน้าที่บัญชี | 4.07 | 0.63 | มาก       |
| 4 ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมีความเข้าใจในมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่                               | 3.95 | 0.85 | มาก       |
| 5 คณะกรรมการพัฒนาตลาดมีความเข้าใจในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ วิธีใหม่                                 | 3.83 | 0.87 | มาก       |
| <b>ด้านค่านิยมร่วม</b>                                                                            |      |      |           |
| 1 สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด                                                           | 4.40 | 0.62 | มากที่สุด |
| 4 มีการให้ความร่วมมือกับกิจกรรมต่างๆของตลาด                                                       | 4.10 | 0.71 | มาก       |
| 5 มีการประชุมประจำเดือนของตลาด                                                                    | 3.80 | 0.68 | มาก       |

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดของตลาดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านโครงสร้าง คือ มีการแบ่งหน้าที่ตามตำแหน่งต่าง ๆ ในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่อย่างชัดเจน (M= 4.25, S.D.= 0.54) ด้านกลยุทธ์ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม (M= 4.45, S.D.= 0.62) ด้านระบบ คือ เจ้าหน้าที่ตลาดปฏิบัติงานด้วยความยุติธรรม (M= 4.18, S.D.= 0.70) ด้านรูปแบบ คือ ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ (M= 4.37, S.D.= 0.64) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน คือ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรของตลาด (M= 4.30, S.D.= 0.74) ด้านทักษะ คือ ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ

งานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี ( $M= 4.07, S.D.= 0.63$ ) และด้านค่านิยมร่วม คือ สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ( $M= 4.40, S.D.= 0.62$ ) รายละเอียดดังตาราง 3

**ตาราง 4** ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการจัดการของตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 จำแนกข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 1 อันดับแรก และต่ำสุด 2 อันดับสุดท้าย

| ปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่                                                                                                   | M    | S.D. | ระดับ      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------------|
| <b>ด้านโครงสร้าง</b>                                                                                                                  |      |      |            |
| 1 ผู้ประกอบกิจการตลาดสด(เจ้าของ)สามารถตัดสินใจในการพัฒนาตลาดนำซื้อวิถีใหม่ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว                                   | 4.22 | 0.69 | มากที่สุด  |
| 2 มีการแบ่งสายบังคับบัญชาที่ทำให้เจ้าหน้าที่ของตลาดปฏิบัติงานได้อย่างคล่องตัว                                                         | 4.10 | 0.71 | มาก        |
| 3 หัวหน้างานแต่ละตำแหน่งมีการให้คำแนะนำและช่วยเหลือทีมงานในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่                                               | 4.07 | 0.64 | มาก        |
| <b>ด้านกลยุทธ์</b>                                                                                                                    |      |      |            |
| 1 มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม                                                                                                   | 4.35 | 0.52 | มากที่สุด  |
| 2 เปิดโอกาสให้ผู้ขายได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่                                                                       | 3.10 | 1.43 | ปานกลาง    |
| 3 มีการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในรูปแบบคณะกรรมการพัฒนาตลาด                                                                           | 1.83 | 1.08 | น้อย       |
| <b>ด้านระบบ</b>                                                                                                                       |      |      |            |
| 1 มีการจัดตั้งระบบการทำงานที่เหมาะสม                                                                                                  | 4.08 | 0.50 | มาก        |
| 2 มีการวางแผนการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน                                                                                                 | 4.05 | 0.57 | มาก        |
| 3 ตลาดมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ตลาดอย่างเหมาะสม                                                                     | 4.03 | 0.58 | มาก        |
| <b>ด้านรูปแบบ</b>                                                                                                                     |      |      |            |
| 1 ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ                                                                                                | 4.25 | 0.60 | มากที่สุด  |
| 2 มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเข้ามากำกับดูแลสุขลักษณะตลาด และให้ความรู้ในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่แก่ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไป | 3.92 | 0.62 | ปานกลาง    |
| 3 มีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่                                                             | 2.97 | 1.46 | ปานกลาง    |
| <b>ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน</b>                                                                                                       |      |      |            |
| 1 มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรของตลาด                                                                                      | 4.18 | 0.68 | มาก        |
| 2 มีเจ้าหน้าที่ดูแลห้องน้ำเพียงพอ                                                                                                     | 3.97 | 0.81 | มาก        |
| 3 บุคลากรที่ดูแลตลาดมีจำนวนเพียงพอ                                                                                                    | 3.83 | 0.75 | มาก        |
| <b>ด้านทักษะ</b>                                                                                                                      |      |      |            |
| 1 ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี                                        | 3.98 | 0.77 | มาก        |
| 2 คณะกรรมการพัฒนาตลาดมีความเข้าใจในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อ วิถีใหม่                                                                      | 2.17 | 0.64 | ปานกลาง    |
| 3 ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมีความเข้าใจในมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่                                                                    | 1.97 | 0.66 | น้อย       |
| <b>ด้านค่านิยมร่วม</b>                                                                                                                |      |      |            |
| 1 สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด                                                                                               | 4.13 | 0.68 | มาก        |
| 2 มีการแยกประเภทของขยะก่อนนำไปทิ้งทุกครั้ง                                                                                            | 2.13 | 0.89 | น้อย       |
| 3 มีการประชุมประจำเดือนของตลาด                                                                                                        | 1.33 | 0.75 | น้อยที่สุด |

จากตาราง 4 ปัจจัยการจัดการตลาดของตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านโครงสร้าง คือ ผู้ประกอบกิจการตลาดสด (เจ้าของ) สามารถตัดสินใจในการพัฒนาตลาดนำซื้อวิถีใหม่

ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ( $M = 4.22$ ,  $S.D. = 0.69$ ) ด้านกลยุทธ์ คือ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม ( $M = 4.35$ ,  $S.D. = 0.52$ ) ด้านระบบ คือ การจัดตั้งระบบการทำงานที่เหมาะสม และเจ้าหน้าที่ของตลาดมีความสามัคคีกันในการปฏิบัติงาน ( $M = 4.08$ ,  $S.D. = 0.50$ ;  $M = 4.08$ ,  $S.D. = 0.65$ ) ด้านรูปแบบ คือ ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ( $M = 4.25$ ,  $S.D. = 0.60$ ) ด้านการจัดบุคคลเข้าทำงาน คือ เจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านการจราจรของตลาด ( $M = 4.18$ ,  $S.D. = 0.68$ ) ด้านทักษะ คือ ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี ( $M = 3.98$ ,  $S.D. = 0.77$ ) และด้านค่านิยมร่วม คือ สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ( $M = 4.13$ ,  $S.D. = 0.68$ ) รายละเอียดดังตาราง 4

4. ข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในพื้นที่เขตสุขภาพที่ 11 จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 สามารถสรุปผลที่สำคัญได้ดังนี้

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

“เรามีนโยบายที่จะพัฒนาตลาดสดในเขตรับผิดชอบของเราอยู่แล้ว นอกจากจะเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่ของเราได้มีแหล่งซื้อหาวัตถุดิบในการทำอาหารที่มีคุณภาพแล้ว เรากำลังมองว่าตลาดถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของพื้นที่เรา เพราะนักท่องเที่ยวเวลามาเที่ยวในจังหวัดเราแล้ว เขาก็จะมาซื้อของกินของใช้ในตลาดด้วย เราจึงอยากพัฒนาให้ตลาดของเรากลายเป็นจุดเช็คอินที่แปลกไปใครมาก็ต้องแวะมาซื้อของที่ตลาดของเรา แล้วมีการถ่ายรูปหรือวีรวิลงในสื่อออนไลน์ออกไป เราอยากให้ภาพพวกนั้นออกมาดูดี ได้มาตรฐาน เป็นระเบียบเรียบร้อย และสวยงาม ช่วยดึงดูดให้คนมองว่าตลาดก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกทางเลือกของพวกเขาด้วย” (MU1)

4.2 ด้านงบประมาณ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจการตลาดตามกฎหมาย ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาตลาดสดในพื้นที่รับผิดชอบในด้านการพัฒนาสุขภาพของตลาด และการพัฒนาศักยภาพของผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดให้มีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ถูกต้อง เช่น การล้างตลาดตามหลักสุขภาพ การตรวจสอบปนเปื้อน การศึกษาดูงานตลาดสดต้นแบบ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า ตั้งงบประมาณไปกับการจัดซื้อน้ำยาเพื่อการล้างตลาด และชุดทดสอบสารปนเปื้อนในอาหาร และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“ในปีหน้าเราคิดที่จะจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่ง จัดกิจกรรมศึกษาดูงานตลาดต้นแบบของพื้นที่อื่นๆ ที่เขาผ่านมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ระดับดีมาก ทางเราคิดว่าให้ทางคณะกรรมการตลาดที่เขารับผิดชอบการพัฒนาตลาด ได้มีโอกาสไปดูตลาดที่ดีๆ สวยๆ เขาจะได้คิดเปรียบเทียบกับตลาดของเขาเองว่าเขาจะพัฒนาตลาดที่เป็นที่ทำกินเขาได้อย่างไรบ้าง ในส่วนของงบประมาณประจำอื่นๆ เช่นงบการล้างตลาด งบซื้อน้ำยาทำความสะอาดต่างๆ เราก็ตั้งงบประมาณไว้ทุกปีอยู่แล้ว” (MU1)

4.3 ด้านข้อมูล องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสำนักงานสาธารณสุขอำเภอควรร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ระบบ Food handler ของกรมอนามัย ซึ่งเป็นเว็บไซต์ฐานข้อมูลตลาดสดออนไลน์สำหรับการเก็บข้อมูลและดูข้อมูลการประเมินตนเองและการรับรองมาตรฐานของตลาดได้ในแบบออนไลน์ รวมทั้งสามารถรับสื่อความรู้อิเล็กทรอนิกส์มาปรับใช้กับตลาดของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า รับข้อมูลและสื่อความรู้การพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่จากหน่วยงานราชการเท่านั้น และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“ตลาดของเราได้รับการสนับสนุนสื่อต่างๆ จากทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เห็นว่า เป็นแผ่นพับจากกรมอนามัยนะ เราก็เอาไปให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทั้งหมด ส่วนทางเทศบาลเขาก็จะจัดกิจกรรมไปดูงานตลาดที่ดีๆ บ้าง เมื่อหลายปีก่อน นานแล้ว ตอนนี้เขาก็มีการให้ไว้นิสความรู้อมาเป็นแผ่น

ใหญ่ๆ เราก็อามาซิงแล้วให้แม่ค้าดู แล้วก็บอกเขาว่าในไวสนี้บอกความรู้อะไร ให้ทำอะไร ยังไง” (MA3)

4.4 ด้านการพัฒนาบุคลากร สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีหน้าที่ตามกฎหมายในการจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เพื่อให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายมีความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหาร และนำไปพัฒนาแผงค้าอาหารปรุงสำเร็จของตนให้ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า หน่วยงานทุกระดับมีส่วนในการผลักดันการอบรมสุขาภิบาลอาหารสำหรับผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ และวิธีการจัดการอบรมผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร พ.ศ. 2561 และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“หลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างความความรู้ และปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้ประกอบการ รวมถึงผู้ค้า/ผู้ช่วยค้า ถือว่าเป็นบันไดในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ ให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์ของกรมอนามัย แต่ในส่วนของการปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นยังต้องเพิ่มความรู้ครอบคลุมของการเป็นหน่วยจัดอบรมหลักสูตรนี้ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดต้องผลักดันให้มีการจัดอบรมหลักสูตรสำหรับผู้สัมผัสอาหารและผู้ประกอบการในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มากขึ้น” (PR2)

4.5 ด้านองค์ความรู้ เรื่องการสุขาภิบาลตลาดสดและเรื่องการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาสื่อทั้งแบบดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อเพิ่มความรู้ด้านสุขาภิบาลตลาดสด และสร้างจิตสำนึกร่วมในการพัฒนาตลาดสด ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่าใช้สื่อจากกรมอนามัยที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ในการสร้างความรอบรู้ด้านการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ และมีการใช้สื่อออนไลน์ร่วมด้วยแต่ในส่วนของการสื่อออนไลน์ยังไม่ได้รับการตอบรับจากผู้ขาย/ผู้ช่วยขายเท่าที่ควร ด้วยข้อจำกัดด้านเวลา เพราะต้องขายสินค้าไม่ได้สนใจดูความรู้ทางสื่อสังคมออนไลน์ และบางคนมีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยี และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“ตลาดของเราได้รับการสนับสนุนสื่อต่างๆ จากทางสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็เห็นว่า เป็นแผ่นพับจากกรมอนามัยนะ เราก็เอาไปให้ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทั้งหมด ตอนนี้อยากให้มีการให้ไวสนี้ความรู้มาเป็นแผ่นใหญ่ๆ เราก็อามาซิงแล้วให้แม่ค้าดู แล้วก็บอกเขาว่าในไวสนี้บอกความรู้อะไร ให้ทำอะไร ยังไง” (MA3)

4.6 ด้านเครื่องมือ/วัสดุ/อุปกรณ์ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบตลาดตามกฎหมายควรจัดเตรียมเครื่องมือ/วัสดุและ/หรืออุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการพัฒนาตลาดสดตามมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ของกรมอนามัย ทุกปีงบประมาณ เพื่อใช้ในการสุ่มประเมินมาตรฐานด้านความปลอดภัยอาหาร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาและจัดเตรียมเครื่องมือ/วัสดุ/อุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ โดยเครื่องมือ/วัสดุ/อุปกรณ์ที่จัดหาหรือจัดเตรียมส่วนใหญ่จะนำมาใช้ในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิถีใหม่ในด้านที่ 3 คือ ความปลอดภัยอาหาร และมีข้อมูลที่โดดเด่น ดังตัวอย่างข้อมูล

“การเฝ้าระวังความปลอดภัยด้านอาหารเป็นภารกิจประจำของทางเทศบาลอยู่แล้ว เราได้ทำการจัดหาชุดเฝ้าระวังโคลิฟอร์มแบคทีเรียใช้ทดสอบความปลอดภัยในอาหาร มีผู้สัมผัส และน้ำ รวมทั้งชุดทดสอบสารปนเปื้อน 5 ชนิด (Test Kit) มาใช้ในสถานประกอบการทั้งในตลาดทุกประเภท และร้านอาหาร และให้เจ้าหน้าที่ของเรา ร่วมกับทางสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ ออกพื้นที่ใช้ชุดทดสอบดังกล่าวสุ่มประเมินความปลอดภัยเป็นประจำทุกปี ปีละ 1 ครั้ง นอกจากนี้เราก็ได้รับการสนับสนุนการทดสอบสารปนเปื้อน 5 ชนิด จากกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ร่วมกับทางศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 11 นำรถหน่วยเคลื่อนที่ (Mobile Unit) และเจ้าหน้าที่ พร้อมทั้งชุดทดสอบภาคสนามมาช่วยดำเนินการสุ่มสำรวจตัวอย่างอาหารในพื้นที่รับผิดชอบของเราเป็นประจำทุกปี นอกจากนี้ เราก็พัฒนา “อสม.วิทยาศาสตร์การแพทย์ชุมชน” ซึ่งเป็น อสม.ที่ผ่านการอบรมตามหลักสูตรของกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็นกลไกหลักที่ช่วยเราในการเป็นผู้ช่วยเก็บตัวอย่างอาหารส่งตรวจ

รวมถึงช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานสำรวจตัวอย่างอาหารในตลาดทุกแห่งด้วย เท่ากับว่าการสำรวจสารปนเปื้อนในอาหารเราได้มีการสำรวจถึงปีละ 2 ครั้งด้วยกัน” (MU2)

### อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

ผลการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 พบว่า กลุ่มตลาดผ่านเกณฑ์มีผลการดำเนินงานตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ร้อยละ 100.00 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยอาหาร ร้อยละ 87.50 ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ร้อยละ 75.00 และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล ร้อยละ 68.75 ในขณะที่กลุ่มตลาดสดที่มีผลการดำเนินงานที่ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ จะมีผลการดำเนินงานไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล อธิบายได้ว่า

1. ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตลาดผ่านเกณฑ์ สามารถพัฒนาจนผ่านตามมาตรฐานทุกแห่ง ในขณะที่กลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ พัฒนาไม่ผ่านแม้แต่แห่งเดียว เมื่อพิจารณาระดับปัจจัยทางการบริหารตลาดสดนำซื้อในกลุ่มไม่ผ่านเกณฑ์ พบว่า ในด้านทักษะผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมีความเข้าใจในมาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ และมีการแยกประเภทของขยะก่อนนำไปทิ้งในระดับน้อย ประกอบกับด้านกลยุทธ์ พบว่า มีการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในรูปแบบคณะกรรมการพัฒนาตลาดระดับน้อย รวมถึงมีการประชุมประจำเดือนของตลาดในระดับน้อยที่สุด ซึ่งไม่พบปัญหาดังกล่าวในกลุ่มตลาดผ่านเกณฑ์ ดังนั้น ทรัพยากรบุคคลและระบบการบริหารจัดการของตลาดเป็นตัวแปรที่สำคัญในการนำมาซึ่งความสำเร็จต่อการพัฒนามาตรฐานของตลาดสดนำซื้อของกลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ โดยประเด็นที่คณะกรรมการพัฒนาตลาดสดในกลุ่มนี้ต้องทำการศึกษาเพิ่มเติมและให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก คือ อาจจะเป็นเพราะว่า กลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ยังมีประเด็นที่ตลาดขาดการบำรุงรักษาตลาด การกำหนดพื้นที่จำหน่ายสินค้าแต่ละประเภทยังไม่ให้เป็นหมวดหมู่ ไม่มีการจัดทำผังแสดงโซนการจำหน่ายสินค้าที่ทำให้ไม่สามารถจัดการเรื่องความสะอาดไม่ได้ทั่วถึง ไม่ได้จัดที่รองรับมูลฝอยบริเวณภายในห้องส้วมให้มีฝาปิดมิดชิด ยังและไม่ให้มีสภาพรั่วซึม

ด้านผู้ขายทางผู้จัดการตลาดยังไม่ได้จัดทำทะเบียนผู้ขาย/ผู้ช่วยขายทุกราย ไม่ได้จัดทำทะเบียนรถ ไม่ได้จัดให้มีหมายเลขแผง ไม่มีชื่อเจ้าของแผงคำติดประจำแผง และมองเห็นไม่ชัดเจน รวมทั้งควรจัดระบบให้เจ้าหน้าที่สาธารณสุขเข้ามากำกับดูแลลักษณะตลาด และให้ความรู้ในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่แก่ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไปซึ่งยังคงอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาปัจจัยเสี่ยงที่พบการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จากคลัสเตอร์ตลาดปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 – กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 ในพื้นที่เทศบาลสุพรรณบุรี ที่พบว่า สภาพตลาดที่เริ่มชำรุด ขาดการบำรุงรักษา และการจัดโซนและแผงสินค้าที่ไม่เป็นระเบียบ ทำให้ไม่สามารถจัดการรักษาความสะอาดของแผง ในการทำความสะอาดอย่างทั่วถึง ทำให้พบผู้ติดเชื้อโรคโควิด-19 จำนวน 19 ราย (Chantawibul, Kingkaewcharoenchai, Pholwong, Limparangsee, & Kaewruang, 2021)

2. ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล พบว่า ทั้งกลุ่มตลาดผ่านเกณฑ์มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 68.75) ในขณะที่กลุ่มไม่ผ่านเกณฑ์ มีมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 61.54) กลุ่มไม่ผ่านเกณฑ์มีประมาณ 1 ใน 3 ที่ผ่านเกณฑ์ (ร้อยละ 38.46) อาจจะเป็นเพราะว่า สุขอนามัยส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การสร้างสุขวิทยาส่วนบุคคลจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการสร้างความรอบรู้ ด้านสุขวิทยาส่วนบุคคลในการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในขณะที่ผู้ดำเนินการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ได้จัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ขายและผู้ช่วยขาย แต่ยังคงขาดความตระหนักจากผู้ขายและผู้ช่วยขายที่ไม่เข้าอบรม ทำให้ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ แต่ทั้งนี้ผู้ขายยังคงรักษามาตรการการป้องกันโรคโควิด-19 โดยผู้ขายและผู้ช่วยขายล้างมือด้วยน้ำและสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ มีการเว้นระยะห่างระหว่างผู้ขาย/ผู้ช่วยขายและผู้ใช้บริการในการเลือกซื้อสินค้าและชำระเงินอย่างน้อย

1 เมตร ดังที่มีผู้ให้ข้อมูลไว้ว่า “เราดำเนินการอบรมผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหารเป็นประจำทุกปี มีผู้ขาย/ผู้ช่วยขายหลายรายที่ปฏิบัติตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลได้ดี แต่ก็ยังมีอีกจำนวนหนึ่งที่ยังไม่ได้อบรมตามหลักสูตร ซึ่งเราต้องเร่งพัฒนาต่อไป” สอดคล้องกับการศึกษาของ Thongtae (2017) ที่พบว่า เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงและส่งเสริมการปฏิบัติตัวตามหลักสุขวิทยาส่วนบุคคลของผู้สัมผัสอาหาร ควรมีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติการเกณฑ์มาตรฐานด้านการสุขาภิบาลอาหาร และควรสร้างความตระหนักแก่ผู้สัมผัสอาหารและผู้ประกอบการให้ทราบถึงหลักการที่ดีในการจัดการสุขวิทยาส่วนบุคคลอย่างต่อเนื่อง ส่วนการศึกษาของ Chantawibul, Kingkaewcharoenchai, Pholwong, Limparangsee, & Kaewruang (2021) พบว่า ความเสี่ยงที่ตรงกับสภาพและความเสี่ยงที่เป็นปัจจัยร่วมที่พบในตลาดสดที่มีกรณีการระบาดของโควิด-19 ได้แก่ ความเสี่ยงด้านสุขลักษณะอนามัยส่วนบุคคล

3. ความปลอดภัยด้านอาหาร พบว่า กลุ่มตลาดผ่านเกณฑ์ และไม่ผ่านเกณฑ์ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานมากกว่าร้อยละ 75.00 (ร้อยละ 87.50 และ 76.92) อธิบายได้ว่า การดำเนินงานตามมาตรฐานด้านนี้มีการดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในทุกตลาด ทำให้ผลการดำเนินงานมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร ผ่านเกณฑ์โดยค่าเฉลี่ยในระดับสูงทั้งในตลาดผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Damrongpingsakul (2009) เรื่อง การสำรวจสภาพการณ์และการเข้าร่วมโครงการตลาดสด นำซื้อของตลาดประเภทที่ 1 กรณีศึกษาตลาดที่ยังไม่ได้รับการรับรองเป็นตลาดสดนำซื้อ พบว่า ด้านความปลอดภัยของอาหารตลาดส่วนใหญ่มีการดำเนินการในการตรวจสอบปนเปื้อนในอาหาร ได้แก่ ฟอรั่มาลิน สารกันรา บอแรกซ สารฟอกขาว ยาฆ่าแมลง

4. การคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า กลุ่มตลาดผ่านเกณฑ์ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานร้อยละ 75.00 และกลุ่มไม่ผ่านเกณฑ์ ผ่านเกณฑ์มาตรฐานร้อยละ 76.92 อธิบายได้ว่า เกณฑ์มาตรฐานด้านนี้ที่ประกอบด้วยการจัดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นจากประชาชนรวมถึงการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค และจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดอย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ซึ่งเกณฑ์นี้เป็นผลมาจากนโยบายของกรมอนามัย และกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ฉะนั้น จึงทำให้ตลาดสดจำนวนมากได้ตระหนักถึงข้อกำหนดทั้ง 2 ข้อ และจะต้องปฏิบัติให้ได้ครบถ้วน รวมถึงประชาชนผู้มาซื้อสินค้าก็ตระหนักถึงสิทธิและช่องทางในการติชมร้องเรียนหากตลาดมีข้อบกพร่อง รวมทั้งตระหนักถึงการพิทักษ์สิทธิของตนเองหากได้สินค้าที่มีน้ำหนักไม่เป็นไปตามมาตรฐาน ทำให้ผลการดำเนินงานมาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภคผ่านเกณฑ์โดยค่าเฉลี่ยในระดับสูงทั้งในตลาดที่ผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Damrongpingsakul (2009) ที่พบว่า ด้านคุ้มครองผู้บริโภคของตลาดที่เข้าร่วมโครงการตลาดสดนำซื้อของตลาดประเภทที่ 1 ส่วนใหญ่ยังไม่มีมีการดำเนินการจัดให้มีช่องทางแสดงความคิดเห็นจากประชาชนรวมถึงการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ แก่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค แต่ได้ดำเนินการจัดให้มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการผู้บริโภคในตลาดอย่างน้อย 1 จุด และติดป้ายบอกไว้ชัดเจน ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายและการบังคับใช้กฎหมายของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยการจัดการของตลาดผ่านเกณฑ์และไม่ผ่านเกณฑ์ในการประเมินตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยการจัดการตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งโดยภาพรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ ด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วมอภิปรายผลการวิจัยได้ว่า

1. ด้านกลยุทธ์ พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์ มีค่าเฉลี่ย ( $M = 4.03$ ,  $S.D. = 0.51$ ) สูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ( $M = 3.55$ ,  $S.D. = 0.51$ ) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกัน คือ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้สวยงาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $M = 4.45$ ,  $S.D. = 0.62$ ;  $M = 4.35$ ,  $S.D. = 0.52$ ) ในขณะที่กลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานมีการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ในรูปแบบคณะกรรมการพัฒนาตลาด อยู่ในระดับน้อย ( $M = 1.83$ ,  $S.D. = 1.08$ ) แสดงให้เห็นว่า นอกจากมีการปรับปรุงและการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของตลาดเพื่อให้สวยงาม

ทั้งภายนอกและภายในตลาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในตลาดให้ได้มากที่สุด ดังมีผู้ให้ข้อมูลไว้ว่า “ตลาดก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชนเช่นเดียวกัน” ในประเด็นการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ ควรจะต้องดำเนินการในรูปแบบของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดอีกด้วย และจะต้องมีความร่วมมือกันทุกภาคส่วน มีการบูรณาการงานด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันในสิ่งที่ทำและพัฒนา สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยตามหลักแนวคิด 7S ของแมคคินซี ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของเทศบาลเมืองสัทธิ์ของ Panyayuttasuk (2021) พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ ด้านกลยุทธ์ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร

2. ด้านรูปแบบ พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $M = 4.24, S.D. = 0.55$ ) สูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ( $M = 3.86, S.D. = 0.47$ ) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ผู้ขายในตลาดจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $M = 4.37, S.D. = 0.64; M = 4.25, S.D. = 0.60$ ) ในขณะที่กลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกัน คือ มีเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเข้ามากำกับดูแลสุขลักษณะตลาด และให้ความรู้ในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่แก่ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไป และการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดในการดำเนินงานพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $M = 2.92, S.D. = 0.62; M = 4.97, S.D. = 1.46$ ) แสดงให้เห็นว่า ผู้ขายในตลาดทั้งสองกลุ่มมีความตระหนักถึงการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพ ซึ่งหากมีการดำเนินการโดยมีคณะกรรมการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ โดยมีหน่วยงานอื่นเข้ามาส่วนร่วม เช่น เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ซึ่งจะต้องดูแลมาตรฐานเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค มีการให้ความรู้ และกำกับดูแล ก็จะเป็นปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อให้ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษา Oranam (2013) ที่พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดของเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีปัจจัยการจัดการด้านรูปแบบอยู่ในระดับมาก และมีความสัมพันธ์กับการเป็นตลาดสดน่าซื้อ เช่นเดียวกับ Sidajit & Inmoung (2013) พบว่า ผู้บริหารและผู้ประกอบการในตลาดสดน่าซื้อมีการดำเนินงานโดยบูรณาการดำเนินงานร่วมกับหน่วยงานและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

3. ด้านทักษะ พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ( $M = 3.86, S.D. = 0.47$ ) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ( $M = 3.15, S.D. = 0.39$ ) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ตลาดแต่งตั้งเจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานตามความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $M = 4.07, S.D. = 0.63; M = 3.98, S.D. = 0.77$ ) ในขณะที่กลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาดมีความเข้าใจในมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ ( $M = 1.97, S.D. = 0.66$ ) และคณะกรรมการพัฒนาตลาดมีความเข้าใจในการพัฒนาตลาดน่าซื้อวิธีใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง ( $M = 2.17, S.D. = 0.64$ ) แสดงให้เห็นว่า หากคณะกรรมการพัฒนาตลาด และผู้ขายหรือผู้ช่วยขายขาดทักษะและความเข้าใจในการพัฒนาตลาดให้เป็นไปตามมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ จะส่งผลให้ตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ สอดคล้องกับการศึกษาของ Oranam (2013) พบว่า ปัจจัยการจัดการตลาดสดของเทศบาลเมืองมหาสารคาม มีปัจจัยการจัดการด้านทักษะอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการตามแนวคิด 7S ของแมคคินซี ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย (Pornleartkochakorn, Limsiritong & Santisarn, 2022) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Sidajit & Inmoung (2013) พบว่า ผู้บริหารและผู้ประกอบการในตลาดสดน่าซื้อระดับดีมากมีความรู้และเข้าใจเรื่องการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อทำให้ตลาดสดน่าซื้อผ่านเกณฑ์มาตรฐาน

4. ด้านค่านิยมร่วม พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ระดับมาก ( $M = 4.15, S.D. = 0.52$ ) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ( $M = 3.11, S.D. = 0.42$ ) โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดทั้งสองกลุ่ม คือ สินค้าในตลาดเป็นสินค้าคุณภาพ สด สะอาด ( $M = 4.40, S.D. = 0.62, M = 4.13, S.D. = 0.68$ ) ในขณะที่กลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ มาตรฐานมีข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ มีการแยกประเภทขยะก่อนนำไปทิ้งทุกครั้ง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีการประชุมประจำเดือนของตลาด ( $M = 1.33, S.D. = 0.75$ ) แสดงให้เห็นว่า หากมีการมีข้อตกลงร่วมกันของผู้ขายในตลาดที่ทุกคนจะร่วมปฏิบัติ เช่น การไม่ขายสินค้าด้อยคุณภาพ การให้ความร่วมมือในการแยกขยะ

ก่อนนำไปทั้ง มีเข้าร่วมประชุมประจำเดือนจะเป็นปัจจัยให้ตลาดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ สอดคล้องกับ Sidajit & Inmoung (2013) ที่พบว่า การพัฒนาจะต้องมีความเข้าใจร่วมกัน โดยเฉพาะผู้บริหารและ ผู้ปฏิบัติ รวมถึงการกำหนดกฎเกณฑ์ที่จะต้องไปในทิศทางเดียวกัน นโยบายที่ชัดเจน และมีการบูรณาการงาน ร่วมกัน

5. ภาพรวม พบว่า ตลาดผ่านเกณฑ์มีค่าเฉลี่ย ( $M = 4.09$ ,  $S.D. = 0.45$ ) สูงกว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ ( $M = 3.70$ ,  $S.D. = 0.35$ ) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบ ( $M = 4.24$ ,  $S.D. = 0.55$ ) ในขณะที่ กลุ่มตลาดไม่ผ่านเกณฑ์ มีด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม ( $M = 3.15$ ,  $S.D. = 0.39$ ;  $M = 3.11$ ,  $S.D. = 0.42$ ) แสดงให้เห็นว่า ในการพัฒนาให้ตลาดสดผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ตลาดควรจะต้องมีรูปแบบ ที่ชัดเจน และมีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง โดยในการพัฒนาจะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่รับผิดชอบต่าง ๆ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งผู้ประกอบการขายในตลาด ซึ่งการดำเนินงาน ควรจะเป็นในรูปของคณะกรรมการและมีการดำเนินงานอย่างจริงจัง ทั้งนี้ ในส่วนของคณะกรรมการควรจะต้องมี การแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาด เพื่อการดำเนินที่ชัดเจนและมีส่วนร่วม ผู้บริหารมีการรับรู้และมีความเข้าใจ ในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ สำหรับการพัฒนาทักษะ ความรู้ในด้านต่าง ๆ จะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ ผู้ประกอบการมีความรู้ เข้าใจ และให้ความสำคัญต่อข้อกำหนดของตลาด

จากผลการศึกษาข้อเสนอแนะในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ในเขตสุขภาพที่ 11 สรุปได้ 2 ประเด็น คือ

#### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐเครือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ ควรมีมาตรการส่งเสริมให้ ตลาดสดทุกแห่งมีการตั้งกรรมการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ เพื่อให้เป็นกลไกที่จะช่วยพัฒนาการดำเนินงาน ตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ที่เข้มแข็งและยั่งยืน

1.2 ในด้านงบประมาณ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบกิจการตลาด ตามกฎหมาย ควรมีนโยบายจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาตลาดสดในพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อให้ทุกตลาด มีมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่ ตามเกณฑ์ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข

1.3 ด้านพัฒนาบุคลากร กรมอนามัยควรร่วมกับกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น พัฒนาหลักสูตรการ สุขาภิบาลตลาดประเภท 1 สำหรับผู้ประกอบการตลาดสด และผู้ขาย/ผู้ช่วยขายในตลาด

#### 2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 การเฝ้าระวังความปลอดภัยในอาหาร ภาครัฐเครือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและ พัฒนาศักยภาพให้บุคลากรของตลาดสดประเภท 1 สามารถตรวจเฝ้าความปลอดภัยในอาหารของตลาดของ ตนเอง โดยใช้ชุดทดสอบอย่างง่าย (Test kit) และจัดให้มีอุปกรณ์ตรวจเฝ้าระวังความปลอดภัยในอาหารประจำ ตลาดสดทุกแห่ง

2.2 มีการจัดอบรมหลักสูตรผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร เพื่อผู้ขาย/ผู้ช่วยขายมีความรู้ การสุขาภิบาลอาหาร และไปพัฒนาแผงค้าอาหารปรุงสำเร็จของตนให้ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร

2.3 ด้านข้อมูล ศูนย์อนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ และองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ควรร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ระบบ Food handler ของ กรมอนามัย เพื่อให้การจัดเก็บข้อมูลตลาดสดเป็นระบบและดูข้อมูลการประเมินตนเองและการรับรองมาตรฐาน ของตลาดได้ในแบบออนไลน์

2.4 ด้านองค์ความรู้ เสนอให้กรมอนามัยพัฒนาและออกแบบสื่อที่สร้างความรู้และความเข้าใจ ด้านการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อวิธีใหม่สำหรับผู้ประกอบการ ผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และประชาชนทั่วไป สามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น การใช้แอปพลิเคชัน Tiktok ซึ่งเป็นสื่อที่คนเข้าถึงง่าย และรับข่าวสารที่ต้องการสื่อได้ รวดเร็ว เป็นต้น

2.5 ควรพัฒนาด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านสุขอนามัยส่วนบุคคลของตลาดโดยใช้รูปแบบการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และหน่วยงานภาคีเครือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมได้อย่างใกล้ชิดและเมื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นประโยชน์ก็สามารถจะดำเนินกิจกรรม ชนิดนั้นด้วยตนเองต่อไปได้ (Cohen & Uphoff, 1981) เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เช่น การจัดให้ตลาดสดมีการประชุมร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และหน่วยงานภาคีเครือข่ายสุขภาพที่เกี่ยวข้องเป็นประจำทุกเดือน

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

### การนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย จะเห็นได้ว่า ปัจจัยการจัดการ 7S ของแมคคินซี มีความสัมพันธ์กับด้านกลยุทธ์ ด้านระบบด้านรูปแบบ ด้านทักษะ และด้านค่านิยมร่วม และยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ ในเขตสุขภาพที่ 11 ฉะนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการตลาด และภาคีสุขภาพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรนำปัจจัยดังกล่าวไปออกแบบแนวทาง/กิจกรรมการพัฒนาตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่ โดยเฉพาะด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมและด้านสุขลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งจากการศึกษายังมีการดำเนินการไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำซื้อวิถีใหม่

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

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

### References

- Bureau of Food and Water Sanitation, Department of Health. (2021). *Guide to new normal healthy market*. Kaew Chao Chom Media and Publishing Center. Suan Sunandha Rajabhat University. (in Thai)
- Boontham, R. & Ruangsom, W. (2019, January 19). *7s framework management model with local government organizations*. In Academic conference the 2<sup>nd</sup> national research presentation of humanities and social sciences students, Faculty of humanities and social sciences Suan Sunandha Rajabhat University. (in Thai)
- Chantawibul, A., Kingkaewcharoenchai, C., Pholwong, P., Limparangsee, S., & Kaewruang, N. (2021). Development of new normal market model. *Thailand Journal of Health Promotion and Environmental Health*, 44(3), 90-102.
- Cohen, J. M. & Uphoff, N. T. (1981). *Rural development participation: concept and measures for project design implementation and evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell: Cornell University.
- Damrongpingsakul, R. (2009). *Situation survey and participation in the attractive market type 1*

- project of healthy market a case study of a market that has not been certified as a healthy market.* Department of Health of Bureau of Food and Water Sanitation, Department of Health: Nonthaburi. (in Thai)
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191.
- Panyayuttasuk, T. (2021). *The factor according 7S framework model for effective Sattahip municipality's management.* *Journal of the Dual Degree Program in Public Administration and Business*, 13(1), 104–116. Retrieved May 1, 2023 from [http://www.mpamba.ru.ac.th/images/Project/treatise\\_bangkok13\\_06102020/6117950013.pdf](http://www.mpamba.ru.ac.th/images/Project/treatise_bangkok13_06102020/6117950013.pdf). (in Thai)
- Pornleartkochakorn, N., Limsiritong, K., & Santisarn, B. (2022). Factors of McKinsey's 7S model affecting learning organization of hotel business in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 16(2), 112–124.
- Regional Health Promotion Center 11 Nakhon Si Thammarat. (2022). *Annual report, 2022.* Regional Health Promotion Center 11: Nakhon Si Thammarat. (in Thai)
- Ruangraphan, C. (2000). *Basic statistics with examples of minitab SPSS and SAS analysis.* Khon Kaen. Khon Kaen University. (in Thai)
- Sidajit, J. & Inmong, U. (2013). A comparison of management practices between fresh food markets that meet and failing to meet the healthy market standard: a case study of the fresh food markets in Loei province. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 8(3), 110-119.
- Thongtae, L. (2017). *Factors affecting personal sanitation and hygiene practices of food handlers in rangsit city municipality, thailand.* (Master's thesis). Pathum Thani: Thammasat University. (in Thai)
- Oranam, N. (2013). McKinsey 7s management factors affecting for being the attractive market of Maha Sarakham Municipality. (Master's thesis). Maha Sarakham: Maha Sarakham Rajabhat University. (in Thai)