

การพัฒนารูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต

ศุภลักษณ์ ดำรงค์เชื้อ

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต

วันรับ 25 ตุลาคม 2565, วันแก้ไข 29 ธันวาคม 2565, วันตอบรับ 5 มกราคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากตลาดประเภทที่ 2 ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดนัด นำชื่อระดับดีมาก 5 แห่ง ได้แก่ ตลาดนัดสวนท้าววัน ตลาดนัดวัดเทพ ตลาดนัดแมงโก้มาร์เก็ต ตลาดนัดยายออง ตลาดนัดแม่กิมฮั่ว แบ่งเป็น 3 ระยะ ระยะวางแผนปฏิบัติการ ศึกษาสถานการณ์ตลาด เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่ ระยะปฏิบัติการทดลองใช้ในพื้นที่ และระยะประเมินประสิทธิผลรูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ก่อนดำเนินการ ตลาดประเภทที่ 2 ทั้ง 5 แห่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดนัด นำชื่อ แต่ยังไม่มีการดำเนินการป้องกันและควบคุมโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 จึงได้พัฒนารูปแบบตลาด โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย เกิดข้อกำหนดตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่ 40 ข้อ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล ด้านความปลอดภัยอาหาร และคุ้มครองผู้บริโภค ด้านการรองรับสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย นำรูปแบบตลาดนัดวิธีใหม่ไปทดลองใช้กับตลาดประเภทที่ 2 ผลการประเมินประสิทธิผลพบว่า ตลาดนัดยายออง ผ่านเกณฑ์มาตรฐานระดับพื้นฐาน และตลาดนัดแม่กิมฮั่ว ผ่านระดับดี ผู้ประกอบการค้าในตลาดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากกว่าเดิมมาก ร้อยละ 58.0 และประชาชนผู้บริโภคที่มาใช้บริการในตลาดมีความพึงพอใจตลาดอยู่ในระดับมากกว่าเดิมมาก ร้อยละ 66.5 ข้อเสนอแนะควรนำรูปแบบการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 ไปขยายผลในพื้นที่ตลาดอื่นๆ ในจังหวัดภูเก็ตต่อไป

คำสำคัญ : การพัฒนารูปแบบ ข้อกำหนดตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่ โควิด 19

Development of the New Normal Type II Market Model, in Response to COVID-19, Phuket Province

Supaluck Dumrongchua

Phuket Provincial Public Health Office

Received 25 October 2022, Revised 29 December 2022, Accepted 5 January 2023.

Abstract

The objective of this action research is to develop a new normal type 2 market model, in response to COVID-19, Phuket province. The samples were selected from the type 2 market that has been certified by the temporary market standards, at very good level of 5 places, that are the Downtown Market, Wat Thep Market, Mango Market, Ya Ong Market and Mae Kim Hua Market. That was divided into 3 phases: Phase 1, Planning, studying the situation of market, lead to develop a new normal type 2 market model. Phase 2, Take action, running a local experiment with a new normal type 2 market model. Phase 3, assessment of operational effectiveness for type 2 market model. Data analysis used descriptive statistics. The results revealed that in the pretest, all of 5 type 2 markets have passed the healthy temporary market benchmark, but have no implementing the prevention and control of the Coronavirus Disease 2019. Therefore the type 2 market model has been developed through social participation networks, that is the benchmark of a new normal type 2 market model. The criteria is composed of 40 questions in 4 sections: environmental sanitation, personal hygiene, food safety and consumer protection, in response to the pandemic of dangerous communicable disease. And then the new normal type 2 market, a model based testing, implemented with the type 2 market. The results revealed that the effectiveness of upgrading to new normal type 2 market model were Ya Ong Market that passed basic standards, and Mae Kim Hua Market is a good level based on standard. After the development, the overall satisfied, 58.0% of the merchant market were higher level than before, and 66.5% of the customers in market were higher level than before. Suggestion; expanding the new normal type 2 market model into new regions in Phuket.

Keywords: Model development, The New Normal Type 2 market specification, COVID-19

■ บทนำ

การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 (COVID-19) ส่งผลกระทบต่อปริมาณนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นจังหวัดที่พึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยว

ต่างชาติถึงร้อยละ 90 สร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 ของประเทศ รองจากกรุงเทพฯ⁽¹⁾ ลดลงจาก 39.92 ล้านคน ในปี 2562 เป็น 6.7 ล้านคน ในปี 2563 และลดลงเหลือเพียงไม่ถึง 400,000 คน ในช่วงวิถีปกติระยะถัดไป

(Next Normal) เป็นช่วงของการฟื้นตัวของ เศรษฐกิจท่องเที่ยวนี้ ยุทธศาสตร์สำคัญที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนต้องร่วมมือในการ ยกกระตือรือร้นของอุตสาหกรรมการบริการ ท่องเที่ยวต้องทำพร้อมไปกับการยกระดับ มาตรฐานด้านสาธารณสุขภาค รวมทั้งกิจการ และกิจกรรมสาธารณะ

ตลาด จัดเป็นกิจการสาธารณะที่มีความ สำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวัน และต้นทาง วัตถุดิบในการจัดบริการอาหารเพื่อสนับสนุน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต จากการสอบสวนโรคพบว่า ตลาดสดเป็นคลัสเตอร์ (Cluster) ที่มีการระบาดของโควิด 19 ขนาดใหญ่ ที่ลุกลามจนถึงขั้นต้องปิดพื้นที่ชุมชนโดยรอบ ของตลาดที่เป็นแหล่งที่พักอาศัยรวมกันของ แรงงานต่างด้าว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดไป ยังสถานที่อื่นในจังหวัดเป็นวงกว้าง ข้อมูล วันที่ 1 มิถุนายน-12 กันยายน 2564 จังหวัด ภูเก็ต มีผู้ป่วยที่พบในตลาด จำนวน 313 ราย พบในตลาดจำนวน 24 แห่ง ซึ่งพบในตลาด ประเภทที่ 1 จำนวน 5 แห่ง จำนวนผู้ป่วย 202 คน และตลาดประเภทที่ 2 (ในที่นี้เรียกว่าตลาดนัด) จำนวน 19 แห่ง จำนวนผู้ป่วย 111 คน ซึ่งต้องมี มาตรการในการควบคุมป้องกันการระบาดของ โรค โดยการปิดตลาดจัดการทำความสะอาด ตลาด และวางมาตรการเพื่อการป้องกันโรค ซึ่งจากสถิติที่มีคำสั่งปิดตลาดในช่วงสถานการณ์ แพร่ระบาดของโควิด 19 มีตลาดต้องปิด ตั้งแต่ 1 ครั้ง จนมากที่สุด 4 ครั้งต่อตลาด⁽²⁾ เป็นตลาดประเภท ที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 38.00 ที่ถูกพิจารณาให้ปิด จำนวนมากที่สุด เนื่องจากเป็นตลาดที่ไม่ผ่านเกณฑ์ มาตรฐานด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม การปิดตัว ของตลาด นอกจากจะส่งผลกระทบต่อ

ดำรงชีพที่จำเป็นของมนุษย์ในชีวิตประจำวัน ในพื้นที่ที่มีการระบาดแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อ ความมั่นใจของประชาชนผู้ที่เกี่ยวข้องในตลาด ทัวไปว่าจะมีความปลอดภัยในการใช้ชีวิต ประจำวันหรือไม่ ซึ่งย่อมส่งผลต่อความมั่นคง ด้านอาหารในภาพรวมกับผู้เกี่ยวข้องในระบบ อาหารจำนวนมาก ได้อาศัยเป็นพื้นที่ชีวิต สร้าง อาชีพ สร้างรายได้ เศรษฐกิจฐานรากของผู้คน ในชุมชนเล็กๆ หรือแม้แต่คนที่ตกงาน ให้สามารถ นำผลผลิตที่ปลูกเอง หรือสินค้าที่ทำเอง มาวาง จำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ ขณะเดียวกัน ก็เป็น พื้นที่ที่ผู้มีรายได้น้อยเข้าถึงได้ ยิ่งในช่วงภาวะ วิกฤต ที่รายได้ลดลง และต้องประหยัดค่าใช้จ่าย

ปัจจุบันการขยายตัวของตลาดประเภท ที่ 2 หรือ ตลาดนัด ในจังหวัดภูเก็ต เพิ่มขึ้น อย่างรวดเร็ว มากกว่า 3 เท่าตัว จากปี 2554 ที่มีจำนวน 16 แห่ง เป็น 50 แห่ง ในปี 2564 มีการขออนุญาตถูกต้องจำนวน 32 แห่ง ผ่าน เกณฑ์มาตรฐานตลาดนัด นำชื่อ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเพียง 18 แห่ง แบ่งเป็น ระดับพื้นฐาน 5 แห่ง ระดับดี 8 แห่ง ระดับดีมาก 5 แห่ง ยังคงไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน จำนวน 32 แห่ง⁽³⁾ ซึ่งมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัย อาหารแก่ผู้บริโภค และความเสี่ยงการแพร่ ระบาดของโรคโควิด 19 การศึกษารั้วนี้ มุ่งให้เกิดการพัฒนาแบบตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต การรองรับการใช้ชีวิตแบบวิถีใหม่ อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับบริบท และวิถีชีวิตของประชาชน ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อป้องกันและควบคุมโควิด 19 ในตลาด ตามมาตรการความปลอดภัย Thai Stop Covid Plus โดยมีแนวทางจากการพัฒนา รูปแบบตลาดสด (ประเภท 1) บนฐานวิถีใหม่⁽⁴⁾

และการใช้หลักการด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยด้านสุขวิทยาส่วนบุคคลและปัจจัยด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย สุขาภิบาลตลาด (ปัจจัยการจัดการภายในตลาด บุคคล และการจัดการขยะ) และการสุขาภิบาลและความปลอดภัยของอาหาร⁽⁵⁾ เน้นการมีส่วนร่วมและความร่วมมือกับผู้ประกอบกิจการตลาดนัด และเจ้าหน้าที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อก่อให้เกิดการยอมรับและปฏิบัติได้จริง โดยเลือกตลาดประเภท 2 ที่เคยผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดนัดนำซื้อ กรมอนามัย ระดับดีมาก ในปี พ.ศ.2564 จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ (1) ตลาดนัดดาวนันทวัน ตำบลตลาดเหนือ อำเภอเมือง (2) ตลาดนัดวัดเทพ ตำบลวิจิต อำเภอเมือง (3) ตลาดนัดแมงโก้มาร์เก็ต ตำบลเชิงทะเล อำเภอถลาง (4) ตลาดนัดยายออง ตำบลเทพกษัตรี อำเภอถลาง (5) ตลาดนัดแม่กิมฮั่ว ตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้ เป็นต้นแบบในการพัฒนาอย่างยั่งยืน

■ วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อพัฒนารูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของรูปแบบการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและประชาชนผู้ใช้บริการภายหลังการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่

■ วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) โดยใช้ระยะเวลาศึกษา ระหว่างเดือนมิถุนายน-ตุลาคม 2565 โดย

กระบวนการดำเนินงานดัดแปลงจาก Kemmis S, et al⁽⁶⁾ แบ่งเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การวางแผนปฏิบัติการ (Planning) โดยเริ่มทบทวน แนวคิด มาตรฐาน กฎหมาย มาตรการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดประเภทต่างๆ เป็นข้อมูลนำเข้า และได้มีการประเมินสภาพตลาดนัด 5 แห่ง ก่อนดำเนินการ เพื่อทราบถึงปัญหา ข้อจำกัด ในการปรับปรุงตลาดสดประเภท 2 และนำข้อมูลที่ได้นำเข้าสู่กระบวนการสนทนากลุ่ม เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ ปัญหาและเสนอแนวคิดในการพัฒนาตลาดจากผู้แทนมีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) เจ้าของหรือผู้จัดการตลาด จำนวน 5 คน (2) ผู้ประกอบการค้าในตลาด จำนวน 25 คน (3) ผู้ใช้บริการตลาด จำนวน 25 คน ร่วมกับคณะผู้วิจัยจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน/พนักงานท้องถิ่นในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต เพื่อสรุปแนวทาง/รูปแบบใหม่ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต และทดลองใช้ในระยะถัดไป

ระยะที่ 2 การปฏิบัติการ (Take action) โดยเจ้าของตลาดและผู้ประกอบการค้าอาหารได้นำรูปแบบที่ได้ในระยะที่ 1 ไปทดลองใช้เป็นเวลา 1 เดือน เนื่องจากข้อจำกัดในการนำผลการวิจัยไปใช้ในการยกระดับตลาดสด เพื่อรองรับการเปิดรับนักท่องเที่ยว

ระยะที่ 3 การประเมินผล และการสะท้อนกลับ (Reflecting) ของผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ตลาดนัด โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจในภาพรวมของตลาด สำหรับผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการตลาด กลุ่มละ 200 คน

ในตลาดนัด 5 แห่ง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ค่าความถี่และร้อยละ

● **การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง** ผ่านการรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการพิจารณาการวิจัยในมนุษย์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต รหัสโครงการ PKPH 012/65 วันที่ 17 สิงหาคม 2565

■ ผลการศึกษา

ผลการพัฒนารูปแบบจากกระบวนการวิจัยในแต่ละขั้นตอน มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทีมวิจัยได้มีการประเมินสภาพตลาดนัด 5 แห่ง ก่อนดำเนินการพบว่าตลาดไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดนัด นำซื้อกรมอนามัย 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 60 โดยไม่ผ่านในส่วนของสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในการจัดให้มีที่ล้างทำความสะอาดอาหารและภาชนะ 2 แห่ง และอีกตลาดไม่ผ่านในเรื่องการกำจัดน้ำทิ้งจากจุดที่มีที่ล้างอย่างถูกสุขลักษณะ ซึ่งในส่วนที่ตลาดไม่ผ่านนี้ อาจมีผลกระทบต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคและอาจก่อให้เกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญแก่ประชาชนข้างเคียง เมื่อนำผลการประเมินดังกล่าว เข้าสู่กระบวนการสนทนากลุ่มมีข้อเสนอแนวคิดในการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 ว่ายังคงรักษามาตรฐานตลาดนัด นำซื้อเดิมของกรมอนามัยไว้ เพื่อความปลอดภัยอาหารและคุ้มครองผู้บริโภค แต่ต้องเพิ่มมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ต้องดำเนินการครอบคลุมให้ครบทั้ง 3 ด้าน คือ (1) ด้านสภาพแวดล้อม โครงสร้าง และระบบสาธารณูปโภค (Infrastructure & Hardware) (2) ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้เกี่ยวข้องกับตลาด

และประชาชนผู้บริโภค หรือด้านคน (People-ware) (3) ด้านการบริหารจัดการตลาด (System-ware) และการกำกับดูแลการดำเนินกิจการตลาดให้เป็นไปตามสภาพของท้องถิ่น สุขอนามัยและความปลอดภัยของประชาชน (Good Governance)

ได้ข้อสรุปรูปแบบ “ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ จังหวัดภูเก็ต” ที่นำมาตรการ/แนวปฏิบัติที่จำเป็นเพิ่มเติมจากมาตรฐานการดำเนินงานตลาดนัด นำซื้อ (กรมอนามัย) ใน 3 หมวดเดิม ได้แก่ (1) ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Environmental Sanitation) (2) ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) (3) ด้านความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) และคุ้มครองผู้บริโภค (Consumer Protection) เพิ่มเติมด้านที่ (4) ด้านการรองรับสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย (Supporting the epidemic of dangerous communicable diseases) เพื่อการเตรียมความพร้อมในอนาคตและให้กิจการดำเนินการต่อเนื่องอย่างยั่งยืน รายละเอียดในตารางที่ 1

ขั้นตอนที่ 2 ผลการนำรูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ จังหวัดภูเก็ต ไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาตลาดนัด ภายในช่วงเวลาที่จำกัดระยะเวลา 1 เดือน ทุกตลาดสามารถผ่านเกณฑ์ตลาดสดนำซื้อเดิม แต่ยังไม่มิตลาดไหนสามารถดำเนินการได้ครบตามรูปแบบใหม่ ที่มีการเพิ่มข้อกำหนด อย่างไรก็ตาม พบว่า ตลาดทั้ง 5 แห่ง (ร้อยละ 100) สามารถผ่านตามข้อกำหนด ด้านการรองรับสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย และ 2 ประเด็น ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม คือ การวางผังและกำหนดโซนสินค้าไม่ปะปน การแสดงป้ายราคาชัดเจน สำหรับ

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบข้อกำหนดตามมาตรฐานตลาดนัด นำซื้อ กรมอนามัย กับรูปแบบ “ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ จังหวัดภูเก็ต”

ข้อกำหนดมาตรฐานตลาดนัด นำซื้อ กรมอนามัย (20 ข้อ)	ข้อกำหนด“ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ จังหวัดภูเก็ต”(40ข้อ) แสดงเฉพาะข้อกำหนดเพิ่มเติมจากตลาดนัด นำซื้อ (20 ข้อ)
<p>ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (15 ข้อ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โครงสร้างตลาดมั่นคงแข็งแรง 2. ทางเดินกว้างไม่น้อยกว่า 2 เมตร 3. มีทะเบียนผู้ขายของในตลาด 4. บริเวณขายอาหารสดต้องจัดเป็นสัดส่วนโดยเฉพาะ 5. การป้องกันไม่ให้น้ำจากแผงไหลลงพื้นตลาด 6. แผงจำหน่ายอาหารสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร 7. จัดให้มีห้องส้วม ที่ปัสสาวะและอ่างล้างมือเพียงพอ 8. มีที่เก็บรวบรวมมูลฝอย เพียงพอ ถูกสุขลักษณะ 9. มีที่ล้างทำความสะอาดภาชนะ 10. จัดให้มีน้ำประปาหรือน้ำสะอาดใช้อย่างเพียงพอ 11. มีการทำความสะอาดเป็นประจำทุกวันที่เปิดทำการ 12. มีการกำจัดน้ำทิ้งจากจุดที่มีที่ล้างอย่างถูกสุขลักษณะ 13. ภาชนะและอุปกรณ์ต้องสะอาด ปลอดภัยและจัดเก็บถูกต้อง 	<p>ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (เพิ่ม 6 ข้อ รวมเป็น 19 ข้อ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่ตั้งของตลาดต้องอยู่ห่างจากแหล่งที่ก่อให้เกิดมลพิษของเสีย ต่อสุขภาพอนามัย 2. ทางระบายน้ำเป็นรางเปิด ผิวเรียบมีความลาดเอียง มีตะแกรงดักมูลฝอยก่อนระบายน้ำออกสู่ทางระบายน้ำสาธารณะ 3. มีการวางผังและกำหนดโซนจำหน่ายสินค้า ไม่ปะปนกัน 4. จัดให้มีจุดล้างมือภายในตลาด บริเวณโซนจำหน่ายอาหารสดและอาหารปรุงสำเร็จ 5. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลการจราจรในตลาด และจัดให้มีที่จอดรถ 6. จัดให้มีระบบรักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เป็นต้น
<p>(ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล)</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของต้องแต่งกายและปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหาร 15. ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของผ่านการอบรมสุขาภิบาลอาหาร 	<p>ด้านสุขอนามัยส่วนบุคคล (เพิ่ม 1 ข้อ รวมเป็น 3 ข้อ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของ ต้องมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง และมีการตรวจสุขภาพประจำปี
<p>ด้านความปลอดภัยอาหาร (3 ข้อ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อาหารปรุงสำเร็จต้องมีการปิดกั้น 2. แผงจำหน่ายอาหารผ่านเกณฑ์การตรวจสอบสารปนเปื้อน 3. อาหารสด เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ต้องเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสม 	<p>ด้านความปลอดภัยอาหารและคุ้มครองผู้บริโภค (เพิ่ม 7 ข้อ รวมเป็น 12 ข้อ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ควบคุมมิให้มีสัตว์ทุกชนิดอยู่อาศัยหรือนำสัตว์เข้าไปในตลาด 2. แผงจำหน่ายสินค้าแสดงป้ายราคาสินค้าชัดเจน 3. มีคณะกรรมการตลาด 4. มีการสร้างกลุ่มไลน์ตลาด 5. มีจุดบริการเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการและติดป้ายบอกไว้ชัดเจน 6. มีช่องทางการชำระเงินรูปแบบออนไลน์หรือคิวอาร์โค้ดพร้อมแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน 7. มีมาตรการไม่ใช้โฟมบรรจุอาหารในตลาด เว้นแต่ใช้สำหรับเก็บรักษาอุณหภูมิของอาหารสด
<p>ด้านคุ้มครองผู้บริโภค (3 ข้อ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่ใช่แสลงหรือวัสดุอื่นใดที่ทำให้ผู้บริโภคมองเห็นอาหารต่างจากสภาพที่เป็นจริง 2. มีการควบคุมดูแลมิให้เกิดเหตุรำคาญ มลพิษ ที่เป็นอันตรายหรือการระบาดของโรคติดต่อ 	<p>ด้านการรองรับสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย (เพิ่ม 6 ข้อ รวมเป็น 6 ข้อ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการเว้นระยะห่างระหว่างผู้ขาย/ผู้ช่วยขาย และผู้ใช้บริการ 2. สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาอยู่ในตลาด 3. มีจุดบริการอ่างล้างมือพร้อมสบู่เหลว หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับผู้ใช้บริการอย่างเพียงพอ 4. ให้มีการทำความสะอาดบริเวณตลาดตามหลักสุขาภิบาล สัปดาห์ละ 1 ครั้ง 5. มีการดูแลทำความสะอาดห้องส้วมทุก 2 ชม. 6. กรณีที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย ให้ปฏิบัติตามประกาศของทางราชการอย่างเคร่งครัด

ข้อกำหนดที่ตลาดยังไม่ผ่านมากที่สุดของตลาด ทั้ง 4 แห่ง (ร้อยละ 80) คือ ควบคุมมิให้มีสัตว์เข้าไปอาศัยในตลาด จัดระบบความปลอดภัยและระบบจราจร และจัดให้มีจุดบริการตาชั่งกลาง รองลงมาที่พบไม่ผ่านในตลาด 3 แห่ง (ร้อยละ 60) คือ การตรวจสอบสภาพประจำปีของผู้ขายและผู้ช่วยขาย การเพิ่มจุดล้างมือบริเวณโซนอาหารสดและอาหารปรุงสำเร็จ การมีคณะกรรมการตลาด การสร้างกลุ่มไลน์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารตลาด และการมีมาตรการไม่ใช่โฟมบรรจุอาหาร และอย่างไรก็ตามพบว่า ทุกตลาดมีการยอมรับและตั้งใจปรับปรุงต่อไปเพื่อให้ได้ตามมาตรฐานที่กำหนดใหม่

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและประชาชนผู้ใช้บริการภายหลังการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ ดังนี้

(1) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการค้าในตลาด พบว่า ทุกแห่งมีความพึงพอใจโดยภาพรวมภายหลังการพัฒนาอยู่ระดับมากกว่าเดิมถึงมากกว่าเดิมมาก ร้อยละ 98.7, 50.0, 78.1, 90.4 และ 92.3 ตามลำดับ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการค้า ทั้ง 6 ด้าน (ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์) ได้แก่ (1) ด้านราคา (2) ด้านสถานที่บริการ (3) ด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ (4) ด้านบุคลากร (5) ด้านสภาพแวดล้อม (6) ด้านกระบวนการ พบว่า อยู่ในระดับเท่าเดิมมากกว่าเดิมและมากกว่าเดิมมาก ดังตารางที่ 2 อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจในภาพรวมของตลาดนัดทั้ง 5 แห่ง อยู่ในระดับมากกว่าเดิมถึงมากกว่าเดิมมาก ร้อยละ 89.5

(2) ผลการประเมินความพึงพอใจ

ของผู้ใช้บริการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการของตลาดนัดทั้ง 5 แห่ง ตลาดแม่กิมฮั่ว ตลาดยายออง ตลาดดาวนันทาวน ตลาดวัดเทพ แม่งโก้มาร์เกิดมีความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดภายหลังการพัฒนาตามรูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต โดยภาพรวมอยู่ระดับมากกว่าเดิมถึงมากกว่าเดิมมาก ร้อยละ 98.7, 100.0, 100.0, 96.1 และ 100.0 ตามลำดับ แยกตามปัจจัยทั้ง 7 ด้านพบว่าอยู่ในระดับมากกว่าเดิมถึงมากกว่าเดิมมากมีระดับเท่าเดิมในด้านราคาของตลาดนัดวัดเทพ เท่านั้น ดังตารางที่ 2 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ เจ้าของตลาดส่งเสริมให้มีตาชั่งกลางเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการค้า รองลงมา คือ เจ้าของหรือผู้ดูแลตลาดมีการดูแลผู้ประกอบการค้าในตลาดอย่างทั่วถึง และตลาดมีความปลอดภัยจากโรคติดต่อโควิด 19 ตามลำดับ มีเพียงประเด็นเดียวที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากกว่าเดิม คือ การจัดซอกซอมแผนเผชิญเหตุ เช่น อุบัติเหตุไฟไหม้ร่วมกันในตลาด

■ อภิปรายผล

1. จากกระบวนการวิจัยในแต่ละขั้นตอนพบว่า ขั้นตอนที่ 1 นับเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ ในการที่นำผู้ที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียกับตลาดมาร่วมกันรับรู้ถึงสภาพของตลาด รวมทั้งเหตุผลความจำเป็นในการต้องพัฒนา และประโยชน์ที่จะได้รับ จึงนำไปสู่ข้อกำหนด “ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ จังหวัดภูเก็ต” ซึ่งเพิ่มจากเกณฑ์มาตรฐานเดิม ตลาดนัด นำซื้ออีก 20 ซ้อ เป็นถึง 40 ซ้อ โดยไม่รู้สึกรับภาระและนำไปปฏิบัติในขั้นตอนที่ 2 ส่งผลให้ขั้นตอน

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการค้า (ผปก.) และผู้ใช้บริการ (ผบ.) รายละเอียดปัจจัย ความพึงพอใจ

ปัจจัยความพึงพอใจ	ตลาดแม่กิมฮั่ว ระดับพึงพอใจ			ตลาดยายอง ระดับพึงพอใจ			ตลาดดาว्हานห์ ระดับพึงพอใจ			ตลาดวัดเทพ ระดับพึงพอใจ			แมงโก้มาร์เก็ต ระดับพึงพอใจ								
	ผปก.	ผบ.	ดัชนี	ผปก.	ผบ.	ดัชนี	ผปก.	ผบ.	ดัชนี	ผปก.	ผบ.	ดัชนี	ผปก.	ผบ.	ดัชนี						
ผลิตภัณฑ์	1.7	35.0	63.3	1.6	5.6	58.3	36.1	1.3	-	-	-	1.6	16.6	37.2	46.2	1.3	42.3	56.4	1.6		
ราคา	9.6	28.8	61.6	1.5	33.3	33.3	33.4	0.7	46.9	26.6	26.5	0.9	39.4	29.8	30.8	30.8	21.1	32.7	46.2	1.2	
สถานที่บริการ	1.6	27.7	70.7	1.7	52.3	31.0	16.7	0.9	41.5	33.5	25.0	1.2	20.0	32.2	47.8	47.8	13.7	33.0	53.3	1.5	
ส่งเสริม	2.6	22.7	74.7	1.7	24.0	43.8	32.2	0.9	1.2	44.9	53.9	1.2	26.0	36.7	37.3	37.3	3.4	32.7	63.9	1.5	
ตลาด/บริการ	3.8	31.3	64.9	1.6	16.6	56.7	26.7	0.9	36.6	36.6	26.8	1.2	24.0	30.7	45.3	45.3	23.1	41.2	35.7	1.3	
บุคลากร	3.1	36.9	60.0	1.6	16.6	56.7	26.7	0.9	2.5	38.7	58.8	1.2	20.4	35.4	44.2	44.2	0.8	49.2	50.0	1.3	
บุคลากร	5.9	35.3	58.8	1.6	46.4	29.8	23.8	1.0	40.6	37.1	22.3	1.1	21.1	26.7	52.2	52.2	13.7	35.7	50.6	1.5	
บุคลากร	5.4	27.9	66.7	1.6	18.3	46.7	35.0	0.6	6.9	43.7	49.4	1.1	20.8	36.9	42.3	42.3	2.3	31.5	66.2	1.5	
สภาพแวดล้อม	3.2	28.8	68.0	1.6	75.0	4.2	20.8	0.6	42.2	39.1	18.7	1.3	20.2	37.5	42.3	42.3	11.5	21.2	67.3	1.5	
การบริการ	3.2	35.9	60.9	1.6	33.3	50.0	16.7	1.1	3.1	20.3	76.6	1.3	35.6	27.9	36.5	36.5	3.8	40.4	55.8	1.5	
การบริการ	3.3	31.3	65.4	1.7	54.8	22.6	22.6	1.1	34.8	43.8	21.4	1.2	19.8	32.7	47.5	47.5	13.7	27.0	59.3	1.5	
การบริการ	1.9	22.8	75.3	1.7	0.0	39.6	60.4	1.1	1.6	40.6	57.8	1.2	22.1	38.5	39.4	39.4	3.9	34.6	61.5	1.5	
การบริการ	1.3	24.3	74.4	1.8	50.0	25.0	25.0	1.0	21.9	50.0	28.1	1.4	9.6	36.6	53.8	53.8	7.7	23.1	69.2	1.6	
การบริการ	1.3	19.2	79.5	1.8	0.0	66.7	33.3	1.0	0.0	31.2	68.8	1.4	3.9	42.3	53.8	53.8	0.0	34.6	65.4	1.6	
การบริการ	1.63	1.63	1.63	0.95	0.95	0.95	0.95	1.24	1.24	1.24	1.24	1.24	1.21	1.21	1.21	1.21	1.47	1.47	1.47	1.47	
การบริการ	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก	มากกว่าดีมาก

ที่ 3 สามารถดำเนินการได้เกือบครบทุกข้อ แม้จะใช้เวลาจำกัดเพียง 1 เดือน รวมทั้งมีผลการประเมินความพึงพอใจทั้งตัวผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ อยู่ในเกณฑ์เท่าเดิมถึงมากกว่าเดิมมาก ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงาน ของ อัมพร จันทวิบูลย์, ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย⁽⁴⁾ การพัฒนารูปแบบ ตลาดสด (ประเภท 1) บนฐานวิถีชีวิตใหม่ ที่นำการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน และชุมชน เป็นทุนเดิมจากการพัฒนางาน ด้านการสุขาภิบาลอาหารของทีมงานสาธารณสุข ในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่สร้างชมรมผู้ประกอบการ ค้าอาหาร ในกลุ่มร้านจำหน่ายอาหาร ตลาดสด นำซื้อ และอาหารริมบาทวิถี โดยมีตัวอย่างความสำเร็จของคณะกรรมการชมรมผู้ประกอบการค้า ตลาดทรัพย์สิน จังหวัดสุพรรณบุรี ให้ความร่วมมือในการพัฒนาตลาดและเป็นกลไกที่เชื่อมประสานกับเทศบาลเมืองสุพรรณบุรี ได้อย่างดี และบุญเลิศ มาตราคุณ, ชัยยง ขามรัตน์⁽⁷⁾ ที่ศึกษารูปแบบการพัฒนาตลาดสด เทศบาลตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย ตลาดมีผลลัพท์ที่ดีขึ้น และพบการมีส่วนร่วม โดยผ่านขั้นตอนการดำเนินงานที่เกิดจากการขับเคลื่อนของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องโดยตรง เกิดการพัฒนาที่เริ่มจากระดับผู้ปฏิบัติและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นแนวทางการพัฒนาตลาดสดที่ยั่งยืน

2. ข้อสังเกตเรื่อง ไม่ผ่านการประเมินตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่จังหวัดภูเก็ต ทั้ง 5 ตลาด คือ มาตรฐานด้านการสุขาภิบาล โดยเฉพาะข้อกำหนดจัดให้มีที่ล้างทำความสะอาดภาชนะ ในบริเวณแผงจำหน่ายอาหารสด เนื้อสัตว์ ข่าแหละ และอาหารปรุงสำเร็จ รวมทั้งข้อกำหนด เรื่องการกำจัดน้ำทิ้งจากจุดที่มีที่ล้างอย่างถูก

สุขลักษณะ จัดให้มีอ่างล้างมือในโซนอาหารสด และอาหารปรุงสำเร็จ การควบคุมมิให้มีสัตว์เข้าไปอาศัยในตลาด และการจัดระบบความปลอดภัยและระบบจราจร เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของสถานที่ที่ไม่ถาวร และข้อจำกัดเรื่องการลงทุนพัฒนาของเจ้าของตลาดและผู้ประกอบการค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ณิชฐยาน์ ศรีหาวงษ์, ดาริวรรณ เศรษฐีธรรม⁽⁶⁾ ที่ศึกษาสถานการณ์สุขาภิบาลอาหารในตลาดนัดส่วนใหญ่ไม่ผ่านด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และจริยา อินทรรศมี และคณะ⁽⁹⁾ ที่ศึกษารูปแบบการจัดการตลาดนัด ให้ถูกสุขลักษณะ กรณีศึกษา: พื้นที่เขตการสาธารณสุขที่ 10 และ 12 ที่พบว่าสภาพปัญหาที่พบในตลาดประเภทที่ 2 เป็นข้อกำหนดจัดให้มีที่ล้างทำความสะอาดและภาชนะในบริเวณแผงจำหน่ายอาหารสด แผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ ข่าแหละ และแผงจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสุก ทั้งนี้ในความเห็นผู้วิจัยมีข้อเสนอว่าในอนาคตตลาดประเภทที่ 2 ที่มีผลประกอบการดี ต้องมีการพัฒนาไปสู่การเป็นตลาดประเภทที่ 1 ทั้งหมดเพื่อทำให้เกิดมาตรฐานการสุขาภิบาลและเพื่อความปลอดภัยในการบริโภคตามแนวคิดในการพัฒนากฎกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วย สุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551

3. การประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการและประชาชนผู้ให้บริการภายหลังการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่ ผลการสะท้อนความพึงพอใจต่อการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่ รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต ภายหลังการพัฒนาพบว่า ผู้ประกอบการค้าในตลาดและผู้ให้บริการตลาดตลาดแมกิมฮั่วมีปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ประกอบการค้าและผู้ให้บริการตลาดอยู่

ระดับมากกว่าเดิมมากทุกปัจจัย รองลงมาตลาดแมงโก้มาร์เก็ตมีความพึงพอใจอยู่ระดับมากกว่าเดิมและอยู่ระดับมากกว่าเดิมมาก ท้ายสุดคือตลาดยายอองมีความพึงพอใจอยู่ระดับมากกว่าเดิมทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยสภาพแวดล้อมอยู่ระดับเท่าเดิม และภาพรวมเฉลี่ย ตลาดแมงโก้มาร์เก็ตอยู่ระดับมากกว่าเดิมมาก ตลาดยายออง ตลาดดาวนัทาวน ตลาดวัดเทพอยู่ระดับมากกว่าเดิม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษารูปแบบตลาดนัดชุมชนตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม⁽¹⁰⁾ ที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดภายหลังการพัฒนาอยู่ระดับมากกว่าเดิม ปัจจัยที่ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุด คือ การชำระเงินมีหลายช่องทาง รองลงมาคือ อาหารสด ใหม่ สะอาด ปลอดภัย โครงสร้างมั่นคงแข็งแรง สอดคล้องกับอำพัน ศิริสม และดิฐา แสงวัฒนะชัย⁽¹⁰⁾ ที่ศึกษารูปแบบตลาดนัดชุมชนตำบลนาโพธิ์ อำเภอกุดรัง จังหวัดมหาสารคาม ที่ผู้ใช้มีความพึงพอใจในสินค้าทั้งด้านความหลากหลาย คุณภาพและราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ไสภิตา รัตนสมโชค⁽¹¹⁾ และรัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ⁽¹²⁾ เกี่ยวกับองค์ประกอบของแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด จากข้อสังเกต ผลการสะท้อนภายหลังการพัฒนาผู้ประกอบการในตลาดส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อตลาดอยู่ในระดับมากกว่าเดิมถึงมากกว่าเดิมมาก มีเพียงตลาดเดียวที่มีความพึงพอใจทุกด้านเท่าเดิม คือ ตลาดยายออง อาจเนื่องจากในช่วงที่ผ่านมามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่วนในฝั่งผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจทุกด้านมากกว่าเดิมถึงมากกว่าเดิมมาก เนื่องจากเป็นผลประโยชน์ที่ผู้ใช้บริการได้รับจากการพัฒนาตลาดในครั้งนี้

4. ความเป็นไปได้ ในการนำรูปแบบ “ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต” ที่พัฒนาขึ้นนี้จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมครั้งนี้ สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่อง ไปใช้เป็นต้นแบบให้ตลาดประเภทที่ 2 ที่มีการดำเนินการอยู่แล้วนำไปประยุกต์ใช้ตามสภาพ ปัญหา บริบท และวิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่ ซึ่งท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายในการกำกับดูแล โดยอาศัยความร่วมมือจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องที่สำคัญคือ ผู้ประกอบการ ชุมชน และประชาชน ร่วมกันวางแผนแก้ปัญหาในระยะยาว ซึ่งแต่ละตลาดอาจมีความพร้อมที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้ กำหนดให้ตลาดประเภทที่ 2 ของจังหวัดภูเก็ต ควรผ่านข้อกำหนดตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่จังหวัดภูเก็ต โดยเริ่มต้นให้ผ่านระดับพื้นฐาน จำนวน 22 ข้อก่อน และส่งเสริมให้ยกระดับเพิ่มเติมในระยะถัดไปคือ ระดับดี จำนวน 27 ข้อ และระดับดีมาก จำนวน 34 ข้อ หากมีการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย ต้องผ่านเกณฑ์ด้านการรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย เพิ่มอีก 6 ข้อในทุกระดับ จากข้อสังเกต ที่พบว่ามาตรการการป้องกันโรคโควิด 19 ซึ่งเป็นโรคที่เข้าสู่ร่างกายผ่านระบบทางเดินหายใจทำให้ต้องเคร่งครัดในมาตรการป้องกันโรค ซึ่งประกอบด้วย การเว้นระยะห่าง การสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าตลอดเวลาที่เข้ามาใช้บริการในตลาด การล้างมือให้สะอาดด้วยน้ำสะอาดและสบู่หรือน้ำยาล้างมือหรือเจลแอลกอฮอล์ การทำความสะอาดจุดเสี่ยงและจุดสัมผัสร่วม การล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล สัปดาห์ละครั้ง รวมถึงการลดการสัมผัสเป็น

สังคมไร้เงินสด นอกจากจะทำให้ลดความเสี่ยงในการเกิดโรคโควิด 19 แล้วยังทำให้โรคระบบทางเดินหายใจอื่นๆ และโรคระบบทางเดินอาหารลดลงด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรพิทักษ์ เต็มเกียรติไพบูลย์⁽¹³⁾ กล่าวว่า มาตรการดังกล่าวสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการใช้บริการในร้านอาหาร และเป็นไปตามแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับตลาดนัด ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข⁽¹⁴⁾

■ ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำสิ่งที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีอำนาจและหน้าที่ในการจัดบริการสาธารณะ ต้องกำกับดูแล การดำเนินกิจการตลาด ให้มีคุณภาพและมีมาตรฐาน นำรูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต ไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ เพื่อช่วยป้องกันการและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้ครอบคลุม

1.2 กรมอนามัย ร่วมกับ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น นำรูปแบบ “ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต” ขยายผลครอบคลุมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เพื่อลดปัจจัยเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 และนำรูปแบบ “ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19” ไปจัดทำเป็นคู่มือ และแนวทางในการดำเนินงานมาตรฐานใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนิน

งาน แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ

1.3 ภาคเอกชนที่มีความประสงค์จะจัดตั้งตลาดประเภทที่ 2 นำรูปแบบ “ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต” ไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย สร้างความมั่นใจแก่ประชาชน ผู้รับบริการ

1.4 เพิ่มการประชาสัมพันธ์ตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต ให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว และส่งเสริมสนับสนุนให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตลาดที่ผ่านมาตรฐานนี้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

2.1 ศึกษาพัฒนาระบบและกลไกของตลาดประเภทที่ 2 ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการควบคุม กำกับ และสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2

2.2 พัฒนาองค์ความรู้และศักยภาพของเจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต ให้มีความเชี่ยวชาญในการตรวจประเมินและให้คำแนะนำเจ้าของตลาดประเภทที่ 2 ให้เป็นไปตามข้อกำหนดรูปตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ จังหวัดภูเก็ต เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลวิจัยพบว่ารูปแบบตลาดประเภทที่ 2 วิถีใหม่ รองรับสถานการณ์โควิด 19 จังหวัดภูเก็ต สอดคล้องและครอบคลุมตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 และมาตรฐานตลาดนัด นำซื้อ ของกระทรวงสาธารณสุข จึงเสนอแนะให้จังหวัดภูเก็ต ควรกำหนดนโยบายให้ตลาดประเภทที่ 2 ทุกแห่ง

นำข้อกำหนดตลาดประเภทที่ 2 วิธีใหม่รองรับ สถานการณ์โควิด 19 ไปพัฒนาตลาด และ บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อ ควบคุม กำกับให้เป็นไปตามข้อกำหนด และ ป้องกันการระบาดของโควิด 19

■ กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ลุล่วง ตามวัตถุประสงค์ด้วยดี โดยได้รับความกรุณา

อย่างสูงจาก นายพิเชษฐ ปาณะพงศ์ รองผู้ว่า ราชการจังหวัดภูเก็ต นางจันทร์แรม ต้นทเวช เจ้าของตลาดนัดแมกิมฮั่ว นายสุวัฒน์ หลักฐาน เจ้าของตลาดนัดวัดเทพ นายการุณ เวชกุล เจ้าของตลาดนัดแมงโก้ นายสมนึก ตัณฑวณิช เจ้าของตลาดนัดดาวนันทาว์ นางจตุติอาภา นิวรรณ เจ้าของตลาดนัดยายออง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เจ้าหน้าที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ สาธารณสุข ที่ให้ความอนุเคราะห์พื้นที่และมี ส่วนร่วมในการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

1. ศรัณย์ กิจวาทิน. ภูเก็ตพังสุด เมื่อไทยยังไร้นักท่องเที่ยวต่างชาติ [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [เข้าถึงเมื่อ 25 กรกฎาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://thestandard.co/phuket-economy-when-there-are-no-foreign-tourists/>.
2. กลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อมและอาชีวอนามัย. รายงานสรุปสถานการณ์โควิด-19 ในตลาดจังหวัดภูเก็ต. ภูเก็ต: สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต; 2564.
3. สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. คู่มือตลาดนัด นำซื้อ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้ว เจ้าจอม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา; 2564.
4. อัมพร จันทวิบูลย์, ชัยเลิศ กิ่งแก้วเจริญชัย, ประภัสสร ผลวงษ์, ศิริวรรณ ลิ้มปริงษ์, นันทิยาณี แก้วเรือง. การพัฒนารูปแบบตลาดสด (ประเภทที่ 1) บนฐานวิถีชีวิตใหม่. วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัย สิ่งแวดล้อม 2564;44(3):90-102.
5. นุชนาถ แซ่มซ้อย, อาภาภรณ์ บูลสถาพร, ไชยยศ บุญญาภิกิจ. การป้องกันโควิด-19 ในมุมมองด้านอนามัย สิ่งแวดล้อม. วารสารวิชาการสาธารณสุข 2564;30(2):S376-88.
6. Kemmis S, McTaggart R, Nixon R. The action research planner. Doing critical participatory action research. Singapore: Springer; 2014.
7. บุญเลิศ มาตราคุณ, ชัยยง ชามรัตน์, พิทยา ศรีเมือง. รูปแบบการพัฒนาตลาดนำซื้อเทศบาลตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย. วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม 2561;41(2):103-15.
8. ณัฐชยาน์ ศรีหาวงษ์, ดาริวรรณ เศรษฐีธรรม. สถานการณ์สุขาภิบาลอาหารในตลาดนัดอำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2560;10(3):54-64.
9. จริยา อินทรศรีศมี, นิตยาภรณ์ ศรีชัย, วาสนา คณะวาปี, นิธิวดี ศรีภักดิ์, จิรสุดา ทองปาน. รายงานการศึกษารูปแบบการจัดการตลาดนัดให้ถูกสุขลักษณะ กรณีศึกษา : พื้นที่เขตการสาธารณสุขที่ 10 และ 12 [อินเทอร์เน็ต]. 2558 [เข้าถึงเมื่อ 1 สิงหาคม 2565]. เข้าถึงได้จาก: <http://203.157.71.148/hpc7data/Res/ResFile/2560004901.pdf>.
10. อ่าพัน ศิริสม, ดิฐา แสงวัฒนะชัย. การศึกษารูปแบบตลาดนัดชุมชนตำบลนาโพธิ์ อ.กุดรัง จ.มหาสารคาม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2561;37(3):207-21.

11. โสภิตา รัตนสมโชค. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2558.
12. รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาคภูมิ ภัควิภาส, เบญญาภา กันทะวงศ์วาร. พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) 2559;9(3):127-39.
13. พรพิทักษ์ เต็มเกียรติไพบุลย์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารในภาวะโควิด-19 (COVID-19). [การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม; 2564.
14. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. แนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับตลาดสด ตลาดนัด ตลาดน้ำ ตลาดค้าปลีก/ส่ง [อินเทอร์เน็ต]. 2563 [เข้าถึงเมื่อ 30 มิถุนายน 2565]. เข้าถึงได้จาก: <https://stopcovid.anamai.moph.go.th/webapp/tsctype2.php?group=11>

HEALTH