

## ยกระดับตลาดประชารัฐสู่มาตรฐานสะอาด และปลอดภัย

การดำเนินการ “ตลาดประชารัฐ” ที่มีการบูรณาการการดำเนินการใน ๑๐ รูปแบบ ตามนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นการขยายพื้นที่ตลาด สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ ส่งเสริมเกษตรกรผู้มีรายได้น้อย เพื่อมุ่งสู่ความมั่นคง ยั่งยืน นั้น หากมีการจำหน่ายสินค้าจำพวกอาหารถือเป็นตลาดตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕ ซึ่งต้องมีการจัดการด้านสุขาภิบาลอาหารของตลาด เพื่อคุ้มครองสุขภาพผู้บริโภค ป้องกันและลดผลกระทบต่อประชาชน โดยต้องจัดการตลาดให้ถูกสุขลักษณะตามกฎหมายกระทรวง ว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.๒๕๕๑ บทบาทของกรมอนามัยในฐานะหน่วยงานวิชาการที่สนับสนุนส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลในด้านสุขลักษณะของตลาด ได้เล็งเห็นความสำคัญของการดำเนินการดังกล่าว โดยการร่วมมือกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ร่วมกันพัฒนาด้านสุขาภิบาลอาหารของตลาดให้ถูกสุขลักษณะ ตามกลไกของการพัฒนาคุณภาพระบบบริการอนามัยสิ่งแวดล้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นEHA (คณะกรรมการในท้องถิ่นตรวจแนะนำ ปรับปรุง มีที่ปรึกษาตามหลักวิชาการและกฎหมายจากสสจ.และศูนย์อนามัย แนะนำด้านสุขาภิบาลโดยกลุ่มงานอนามัยสิ่งแวดล้อม มีการสุ่มตรวจเฝ้าระวังด้านอาหารจากงานคุ้มครองผู้บริโภค) มุ่งเน้นให้เกิดตลาดสะอาดไม่เกิดผลกระทบ เหตุรำคาญ อาหารปลอดภัย โดยเฉพาะ ผู้ขายและผู้ช่วยขายของต้องปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะในการจำหน่ายอาหารทั้งการแต่งกาย การหยิบจับอาหาร การปกปิดอาหาร มีการตรวจสุขภาพเพื่อป้องกันโรคติดต่อ และต้องได้รับการอบรมตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารสำหรับผู้สัมผัสอาหาร ซึ่งได้นำแนวทางและเกณฑ์มาตรฐานด้านสุขาภิบาลอาหารของตลาด ตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.๒๕๕๑ ที่แบ่งประเภทตลาดเป็น๒ประเภท ดังที่รู้จักกันทั่วไปคือ ตลาดสด(มีโครงสร้างอาคาร) และตลาดนัด(ไม่มีโครงสร้าง) มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาด้านสุขลักษณะของตลาดประชารัฐ เป็นการประเมินตนเองขั้นต้นในส่วนที่มีความจำเป็นและมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดให้มีจุดเด่นจุดแข็ง ในการสร้างโอกาส สร้างอาชีพ สร้างรายได้ เพื่อหาโอกาสในการพัฒนาโดยใช้ดุลยพินิจประเมินตามความเป็นจริง เกณฑ์คะแนนไม่มีผลกับการประกวดและรางวัลใด แต่เป็นเกณฑ์เพื่อพัฒนาไปสู่ตลาดที่มีคุณภาพตลาดสะอาด อาหารปลอดภัย เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่นเอง

ซึ่งการพัฒนาตลาดประชารัฐ สู่มาตรฐานตลาดสะอาด อาหารปลอดภัย ใช้เกณฑ์มาตรฐานตลาดที่กระทรวงมหาดไทยร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดแนวทางการปรับปรุงสภาพตลาดต่าง ๆ ของรัฐ เพื่อให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดและถูกสุขลักษณะ ซึ่งได้พิจารณาจากเกณฑ์มาตรฐานตามกฎหมาย

กระทรวงพ.ศ.๒๕๕๑ เป็นการประเมินตนเองขั้นต้นในส่วนที่มีความจำเป็นและมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดให้มีจุดเด่นจุดแข็ง ในการสร้างโอกาส สร้างอาชีพ สร้างรายได้ เพื่อหาโอกาสในการพัฒนา ให้ใช้ดุลยพินิจประเมินตามความเป็นจริง เกณฑ์คะแนนไม่มีผลกับการประกวดและรางวัลใด แต่เป็นเกณฑ์เพื่อพัฒนาไปสู่ตลาดที่มีคุณภาพตลาดสะอาด อาหารปลอดภัย เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่นเอง (ตามแบบ ตป.๑๑) ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ไว้ ๔ ด้าน คือ

๑) ด้านสุขลักษณะทั่วไป เช่น โครงสร้างตลาดต้องมีความมั่นคงแข็งแรง สะอาด อากาศถ่ายเทสะดวก แสงสว่าง น้ำประปาและจัดวางสินค้าเป็นระเบียบเรียบร้อย มีทางลาดหรือราวจับของผู้สูงอายุและคนพิการ มีทะเบียนผู้ค้า แผงจำหน่ายอาหารต้องอยู่สูงจาก พื้นไม่น้อยกว่า ๖๐ ซม. เป็นต้น

๒) ด้านการจัดการสุขาภิบาลและสิ่งแวดล้อม มีการจัดการขยะ น้ำเสียและมีบ่อดักไขมัน ส้วมสะอาด มีส้วมผู้สูงอายุและคนพิการ มีการจัดการควบคุมสัตว์แมลงนำโรค มีการล้างตลาด

๓) ด้านความปลอดภัยของอาหาร และการคุ้มครองผู้บริโภค ผู้ประกอบกิจการตลาดต้องจัดบอร์ดให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย จัดจุดทดสอบสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ มีป้ายราคา และมีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานไว้บริการ มีการใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทนโฟม

๔) ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ค้าและผู้ซื้อ ผู้ค้าแต่งกายสะอาดเรียบร้อย และใช้วาจาสุภาพ และต้องปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะในการใช้กรรมวิธีการปรุงประกอบและจำหน่ายอาหาร มีระบบการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ซื้อและผู้ค้า มีการฝึกอบรมผู้ค้าและผู้ช่วยค้าในตลาดในด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม ตรวจสุขภาพอนามัย มีการประชุมชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ค้าให้ทราบความต้องการของผู้ซื้อ มีการจัดกิจกรรม เช่น ออกกำลังกาย

(รายละเอียดตาม แบบตป.๑๑)

### **“ตลาดประชารัฐ สร้างโอกาส สร้างอาชีพ สร้างรายได้” และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี**

สำหรับภาพรวมจากข้อแถลงของรมว.กระทรวงมหาดไทย(ธันวาคม๒๕๖๐) การเปิดตลาดประชารัฐใน ๗๗ จังหวัดและ ๘๗๘ อำเภอทั่วประเทศ มีผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าจำนวน ๔๗,๖๗๗ ร้านค้า มีผู้เข้าชมงาน จำนวน ๕๕๖,๔๒๗ ราย และมียอดขาย รวมทั้งสิ้น ๖๘,๕๒๔,๙๖๙ บาท สรุปภาพรวมการเปิดตลาดประชารัฐทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ ทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากกว่า ๗๗ ล้านบาท

ด้านการจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้าจำแนกตามภูมิภาค ๖ ภาค มีผลการจัดสรรพื้นที่ประกอบด้วย ๑) ภาคเหนือ ผู้ลงทะเบียน ๒๑,๙๙๗ ราย จัดสรร ๑๔,๒๒๖ ราย คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๖๗ ๒) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้ลงทะเบียน ๔๗,๑๗๕ ราย จัดสรร ๓๓,๐๗๖ ราย คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๑๑ ๓) ภาคกลาง ผู้ลงทะเบียน ๒๔,๖๓๙ ราย จัดสรร ๗,๐๙๔ ราย คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๗๙ ๔) ภาคตะวันออก ผู้ลงทะเบียน ๗,๙๓๒ ราย จัดสรร ๔,๖๑๘ ราย คิดเป็นร้อยละ ๕๘.๒๒ ๕) ภาคใต้ ผู้ลงทะเบียน ๑๔,๑๕๖ ราย จัดสรร ๗,๖๕๑ ราย คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๐๕ และ ๖) ภาคใต้ชายแดน ผู้ลงทะเบียน ๔,๓๗๗ ราย จัดสรร ๒,๑๑๑ ราย คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๒๓ รวม

จำนวนผู้ลงทะเบียนทั้งสิ้น ๑๒๐,๔๕๐ ราย โดยจำแนกเป็น กลุ่มผู้ประกอบการ ระดับ A และ B ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพการค้าขาย ลงทะเบียนจำนวน ๘๐,๓๐๔ ราย สามารถจัดสรรพื้นที่แล้ว ๗๒,๑๒๕ ราย คิดเป็นร้อยละ ๘๙.๕๙ ของผู้ที่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ ทำให้กระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากทั้งประเทศ ๑๑๔ ล้านบาท

กระทรวงมหาดไทยได้จัดทำแนวทางการดำเนินการ ประกอบด้วย

๑) ติดตามประเมินผลการค้าขายและการสร้างรายได้ของผู้ประกอบการรายใหม่ และมีการจัดตั้ง คลินิกผู้ประกอบการ เพื่อวิเคราะห์ความต้องการในการดำเนินการ และตัดผู้ประกอบการที่ไม่ตรงตามเกณฑ์เงื่อนไขออก

๒) การยกระดับตลาดประชารัฐสู่มาตรฐานตลาดสะอาด อาหารปลอดภัย และรักษาสิ่งแวดล้อม(มีจัดการขยะที่ดี ไม่ใช้ภาชนะที่ทำจากโฟม (No Foam)

๓) กำหนดให้มีผู้บริหารจัดการตลาดประชารัฐ (Chief Marketing Officer-CMO) นำพาตลาดประชารัฐไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน

๔) อบรมผู้ประกอบการรายใหม่ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพการค้าขาย (ระดับ C) จำนวน ๓๓,๖๖๗ ราย ให้มีความรู้ความสามารถในการค้าขาย เพื่อก้าวเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ และการจัดทำหลักสูตรและการจัดอบรมผู้บริหารจัดการตลาดประชารัฐ Chief Marketing Officer (CMO) ซึ่งขณะนี้มียุ่ ๖๒ จังหวัด ใช้เนื้อหาตามหลักสูตรที่ได้ประสานไปแล้ว ต้องมีการประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาที่มีอยู่ในท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ต้องมีความรู้ซึ่งการดำเนินงานมอบให้เป็นบทบาทขององค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)

๕) การพัฒนาตลาดประชารัฐที่มีศักยภาพเชื่อมโยงสู่ตลาดประชารัฐ ตลาดท่องเที่ยววิถีไทย รวมทั้งส่งเสริมกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อต่อยอดและส่งเสริมด้านการตลาดของ “ตลาดประชารัฐ” ให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

๖. โครงการ OTOP นวัตกรรม ดึงภูมิปัญญา-วิถีชีวิต มาสร้างผลิตภัณฑ์เพิ่มรายได้ชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดยกรมการพัฒนาชุมชน

๗) การประเมินผลโครงการ ทางสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์เป็นผู้จัดทำ มีแบบประเมินต่างๆเกี่ยวกับผู้ประกอบการและผู้ให้บริการตลาดประชารัฐ รวมถึงและออกแบบโดยใช้ผ่านทางMobil/Internet

ตลาดประชารัฐ ๑๐ประเภท

| ประเภท | ชื่อตลาด                        | ดำเนินการโดย                     | แนวคิด  |
|--------|---------------------------------|----------------------------------|---|
| ๑      | ตลาดประชารัฐ<br>Green market    | องค์การตลาด<br>กระทรวงมหาดไทย    | เปิดพื้นที่ตลาดใหม่ ขยายพื้นที่ตลาดเดิม กระจายอยู่ใน<br>ภูมิภาค ยกกระดับมาตรฐานสินค้าทางการเกษตรและ<br>อาหารปลอดภัย   |
| ๒      | ตลาดประชารัฐคนไทย<br>ยิ้มได้    | กรมการพัฒนาชุมชน                 | บริหารจัดการพื้นที่เดิม เพิ่มผู้ประกอบการ โดยขยาย<br>พื้นที่และวันดำเนินการ โดยเพิ่มจากทุกวันจันทร์ พุธ<br>ศุกร์ เป็นอีกอย่างน้อย ๑ วัน (อังคาร และ/หรือ<br>พฤหัสบดี) เพื่อให้เกษตรกร นำผลผลิตมาขาย ร่วมกับ<br>กระทรวงพาณิชย์   |
| ๓      | ตลาดประชารัฐท้องถิ่น<br>สุขใจ   | กรมส่งเสริมการปกครอง<br>ท้องถิ่น | ๑) บริหารจัดการเพิ่มพื้นที่การขายในตลาดเดิม<br>ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารตลาด ลด<br>ค่าธรรมเนียมการเช่า เปิดโอกาสให้เกษตรกรนำ<br>ผลผลิตมาขายเอง<br>(๒) เพิ่มวันทำการ โดยเฉพาะตลาดถนนคนเดินเดิม<br>(๓) ยกเว้นค่าธรรมเนียมให้ผู้ค้ารายใหม่ โดยเฉพาะ<br>เกษตรกรที่นำผลผลิตมาค้าขายเอง |
| ๔      | ตลาดประชารัฐ กทม.<br>คืนความสุข | กรุงเทพมหานคร                    | จัดที่ทำการค้าเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการที่เดือดร้อน<br>จากการไม่มีสถานที่ค้าขาย จำนวน ๑๑,๐๓๓ ราย<br>รวมทั้งจัดจำหน่ายสินค้า OTOP ของทั้ง ๕๐ เขตใน<br>กรุงเทพมหานคร   |

|   |                                   |  |   |
|---|-----------------------------------|--|---|
| ๕ | ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด          | จังหวัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด                | (๑) การจำหน่ายสินค้าที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ สินค้าตามฤดูกาล สินค้าที่ล้นตลาด เช่น ตลาดปลา ผลไม้ ข้าวสาร<br>(๒) ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด<br>(๓) การแลกเปลี่ยนการขายสินค้าระหว่างจังหวัด   |
| ๖ | ตลาดประชารัฐ Modern Trade         | กระทรวงพาณิชย์ จังหวัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด | กระทรวงพาณิชย์ จังหวัด และบริษัท ประชาธิปไตยรักสามัคคีจังหวัด (วิสาหกิจเพื่อสังคม) จำกัด ร่วมมือกับเอกชนและห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ที่ร่วมโครงการตลาดประชารัฐ ดำเนินการในลักษณะสร้างคุณค่าร่วมกับสังคม (Creating Shared Value - CSV) เพื่อให้ผู้ประกอบการระดับชุมชน เกษตรกร ได้มีโอกาสค้าขายในห้างสรรพสินค้า โดยขอยกเว้นค่าสถานที่ และเป็นโอกาสเชิงรุกหาลูกค้า |
| ๗ | ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส. | ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)  | เพิ่มพื้นที่ทางการตลาดบริเวณหน้าธนาคาร สร้างมาตรฐานสินค้า เปิดพื้นที่ค้าขายสินค้า บริเวณปั้มน้ำมัน ปตท. และบางจาก การทำ Matching product กับ ธ.ก.ส. สาขาอื่น  |
| ๘ | ตลาดประชารัฐต้องชม                | กระทรวงพาณิชย์   | ส่งเสริมการจัดการตลาดชุมชน การประชาสัมพันธ์ในตลาดชุมชนที่มีความพร้อมที่มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การท่องเที่ยวชุมชน กระตุ้นการค้าขายดำเนินการในปี ๒๕๕๙ - ๒๕๖๐ จำนวน ๑๕๒ แห่ง ปี ๒๕๖๑ คาดว่า จะเพิ่มเติม ๗๗ แห่ง (๗๗ จังหวัด)   |

|    |   |  |  |
|----|---|--|--|
| ๙  | ตลาดประชารัฐ ตลาด<br>วัฒนธรรมถนนสาย<br>วัฒนธรรม | กระทรวงวัฒนธรรม                                    | ส่งเสริมการตลาดสินค้าวัฒนธรรม เปิดพื้นที่ในการ<br>แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้<br>ประชาชนมีพื้นที่ ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชน<br>การแสดงและสาธิตทางวัฒนธรรม และการบริการทาง<br>วัฒนธรรม ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนกินดีอยู่ดี สร้าง<br>รายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการ<br>ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน  |
| ๑๐ | ตลาดประชารัฐ ตลาด<br>เคหะประชารัฐ               | กระทรวงการพัฒนา<br>สังคมและความมั่นคงของ<br>มนุษย์ | เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น<br>พัฒนาให้เป็นแหล่งซื้อขายสินค้าของชุมชน สร้าง<br>โอกาสให้ชาวชุมชนสามารถเข้าถึงทรัพยากรแหล่งทุน<br>ในการประกอบอาชีพ ช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยกระตุ้น<br>เศรษฐกิจฐานรากสร้างงานสร้างอาชีพให้ชุมชนส่งเสริม<br>ให้สมาชิกชุมชนมีพื้นที่การค้าเพิ่มขึ้นต่อยอดในพื้นที่<br>ตลาดเดิมและขยายผลในตลาดใหม่เพื่อให้เป็นแหล่ง<br>รวมสินค้าในชีวิตประจำวันคุณภาพดีและราคาย่อมเยา |



## แบบประเมินตลาดประชารัฐ

วันที่ตรวจ .....

แบบ ตป ๑๑

๑. ชื่อตลาด .....

ที่อยู่ .....

ตำบล/แขวง ..... อำเภอ/เขต .....

จังหวัด ..... รหัสไปรษณีย์

จำนวนแผงค้า ..... แผง พื้นที่ ..... ตร.ม. สร้างเมื่อปี .....

ประเภทของตลาด  ตลาดที่มีโครงสร้าง  ตลาดที่ไม่มีโครงสร้าง

### ๒. ประเภทตลาด

- ตลาดประชารัฐ Green Market
- ตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้
- ตลาดประชารัฐท้องถิ่นสุขใจ
- ตลาดประชารัฐ กทม. คืบความสุข
- ตลาดประชารัฐของดีจังหวัด
- ตลาดประชารัฐ Modern Trade
- ตลาดประชารัฐของดีวิถีชุมชน ธ.ก.ส.
- ตลาดประชารัฐต้องชม
- ตลาดประชารัฐ ตลาดวัฒนธรรม ถนนสายวัฒนธรรม
- ตลาดเคหะประชารัฐ

### ๓. มาตรฐานหรือใบอนุญาตที่ได้รับ

- การตรวจประเมินของกรมอนามัย  ผ่านระดับดีมาก (\*\*\*\*\*)  ผ่านระดับดี (\*\*\*)  ผ่านระดับพื้นฐาน
- การตรวจประเมินของ อปท.  ผ่าน  ไม่ผ่าน
- การตรวจประเมินของ กทม.  ระดับเพชร  ระดับทอง  ไม่ผ่านเกณฑ์
- การตรวจประเมินมาตรฐาน EHA  ผ่านระดับเกียรติบัตรรับรอง  ผ่านระดับพื้นฐาน  ไม่ผ่าน

### ๔. การตรวจประเมิน : ตรวจประเมินครั้งที่ .....

ให้ระบุคะแนน ตั้งแต่ ๐ - ๕ ในช่องคะแนนที่ได้ (๕ = ดีมาก, ๔ = ดี, ๓ = ปานกลาง, ๒ = พอใช้, ๑ = น้อย, ๐ = ต้องปรับปรุง)

| ข้อ                            | รายละเอียด  | ระดับคะแนน | หมายเหตุ |
|--------------------------------|---|------------|----------|
| <b>๔.๑ ด้านสุขลักษณะทั่วไป</b> |   |            |          |
| ๑.                             | โครงสร้างและหลังคาสร้างด้วยวัสดุทนไฟแข็งแรงทนทาน ความสูงเหมาะสม พื้นและฝาผนังตลาดทำด้วยวัสดุถาวรแข็งแรง ทำความสะอาดง่าย กรณีมีโครงสร้างเฉพาะเสาและหลังคา โครงสร้างคลุมผ้าใบ เต็นท์ รั้ว หรือ สิ่งอื่นใดในลักษณะเดียวกันต้องอยู่ในสภาพที่มั่นคงแข็งแรง |            |          |
| ๒.                             | มีน้ำประปาหรือน้ำสะอาดไว้บริการอย่างเพียงพอ และมีที่เก็บสำรองน้ำให้มีปริมาณเพียงพอและสะดวกต่อการใช้งาน  |            |          |
| ๓.                             | มีการจัดเก็บสินค้า สิ่งของ วัสดุอุปกรณ์เป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่ให้เกะกะรกรุงรัง หรือ กีดขวางทางเดิน   |            |          |
| ๔.                             | ที่จอดรถเป็นระเบียบเรียบร้อยเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ และมีการอำนวยความสะดวกด้านระบบการจราจร   |            |          |
| ๕.                             | มีทะเบียนผู้ค้า ระบุชื่อที่อยู่ ประเภทสินค้า และจัดทำหมายเลขแผงมองเห็นชัดเจน  |            |          |

| ข้อ  | รายละเอียด  | ระดับคะแนน | หมายเหตุ |
|--|---|------------|----------|
| <b>๔.๒ ด้านการจัดการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม</b>           |   |            |          |
| ๖.   | มีที่รองรับมูลฝอยสาธารณะที่ถูกหลักสุขาภิบาลอย่างเพียงพอ และทำความสะอาดอยู่เสมอ ไม่พบขยะมูลฝอยตกหล่นบนพื้นตลาด บริเวณแผงวางระบายน้ำ ทางเดิน ถนน ที่ตั้งที่รองรับขยะมูลฝอยสาธารณะ และที่ตั้งที่พักรวมขยะมูลฝอย              |            |          |
| ๗.   | ตลาดและบริเวณโดยรอบไม่มีน้ำขังเฉอะแฉะและมีการป้องกันไม่ให้น้ำหรือของเหลวจากแผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละไหลลงสู่พื้นตลาด  |            |          |
| ๘.   | มีห้องส้วมและที่ปัสสาวะ แยกเพศ ชาย-หญิงเป็นสัดส่วน อ่างล้างมือมีพอเพียง อุปกรณ์ภายในห้องส้วมอยู่ในสภาพดีใช้งานได้ อาจจัดให้ในรูปแบบต่างๆ เช่น ส้วมเคลื่อนที่ ส้วมสาธารณะ ส้วมเอกชน หรือส้วมของหน่วยราชการที่เปิดให้บริการ |            |          |
| ๙.   | มีผู้ดูแลรับผิดชอบในการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความปลอดภัยของตลาด มีการทำความสะอาดตลาดเป็นประจำ  |            |          |
| ๑๐.  | มีการจัดการควบคุมป้องกันสัตว์และแมลงพาหะนำโรคไม่ให้รบกวน และก่อความรำคาญ  |            |          |
| <b>๔.๓ ด้านความปลอดภัยอาหารและการคุ้มครองผู้บริโภค</b> |   |            |          |
| ๑๑.  | จัดให้มีเครื่องชั่งที่ได้มาตรฐานเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้ซื้อ มีป้ายติดราคาสินค้าตามที่กฎหมายกำหนดและมองเห็นชัดเจน และเป็นปัจจุบัน   |            |          |
| ๑๒.  | สินค้าประเภทอาหารและเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารจะต้องวางสูงจากพื้น ไม่น้อยกว่า ๖๐ เซนติเมตร และอาหารปรุงสำเร็จต้องมีการปกปิด  |            |          |
| ๑๓.  | เครื่องมือ เครื่องใช้ และภาชนะอุปกรณ์ ต้องสะอาดและปลอดภัย มีการล้างทำความสะอาดและจัดเก็บอย่างถูกต้อง  |            |          |
| ๑๔.  | มีการใช้ผลิตภัณฑ์ทดแทนโฟมที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ และย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ  |            |          |
| ๑๕.  | มีการทดสอบสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ๕ ชนิด (ฟอร์มาลิน สารกันรา สารบอร์แรกซ์ สารฟอกขาว ยาฆ่าแมลง)   |            |          |
| <b>๔.๔ ด้านการมีส่วนร่วมของผู้ค้าและผู้ซื้อ</b>        |   |            |          |
| ๑๖.  | ผู้ค้าแต่งกายสะอาดเรียบร้อย และใช้วาจาสุภาพ ผู้ประกอบอาหาร แต่งกายสะอาด สวมหมวกและผ้ากันเปื้อน และต้องปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะในการใช้กรรมวิธีการปรุงประกอบและจำหน่ายอาหาร  |            |          |
| ๑๗.  | ต้องมีระบบการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ซื้อและผู้ค้า   |            |          |
| ๑๘.  | จัดให้มีการฝึกอบรมผู้ค้าและผู้ช่วยค้าในตลาดในด้านอนามัยสิ่งแวดล้อม/สุขภาพอนามัย   |            |          |
| ๑๙.  | มีการประชุมชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ค้าให้ทราบความต้องการของผู้ซื้อ  |            |          |
| ๒๐.  | จัดให้มีกิจกรรมภายในตลาดสำหรับผู้ค้าและผู้ซื้อ เช่น การออกกำลังกาย การตรวจสุขภาพแก่ผู้ค้า   |            |          |



## ผู้ตรวจประเมิน

(.....) (.....)  
ตำแหน่ง ..... ตำแหน่ง .....  
หน่วยงาน ..... หน่วยงาน .....

(.....) (.....)  
ตำแหน่ง ..... ตำแหน่ง .....  
หน่วยงาน ..... หน่วยงาน .....

(.....) (.....)  
ตำแหน่ง ..... ตำแหน่ง .....  
หน่วยงาน ..... หน่วยงาน .....



หมายเหตุ : แนวทางการคำนวณ คะแนนรวมการประเมินทั้ง ๔ ด้าน

|                  |                              |
|------------------|------------------------------|
| ผ่านระดับดีมาก   | ได้คะแนนรวม ตั้งแต่ ๘๐ - ๑๐๐ |
| ผ่านระดับดี      | ได้คะแนนรวม ตั้งแต่ ๗๐ - ๗๙  |
| ผ่านระดับพื้นฐาน | ได้คะแนนรวม ตั้งแต่ ๖๐ - ๖๙  |
| ต้องปรับปรุง     | ได้คะแนนรวม น้อยกว่า ๖๐      |