

การพัฒนามาตรฐานตลาดนัดและยกระดับตลาดนัดให้ได้มาตรฐานตลาดนัดนำซื้อ

นภพรรณ นันทพงษ์*

สุชาติ สุขเจริญ *

พรเพชร ศักดิ์ศิริชัยศิลป์ **

ปิยภรณ์ เวียงแก้ว ***

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเชิงพัฒนา(Research and Development) โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed method) คือ เป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยแบ่งการศึกษาเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่1 การศึกษาปัญหาและสถานการณ์ของกิจการตลาดนัด ระยะที่2 การพัฒนามาตรฐานตลาดนัด นำซื้อ การนำไปทดลองใช้ และการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย ระยะที่3 การหาปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาตลาดนัดให้ได้มาตรฐานตลาดนัด นำซื้อ ผลการศึกษา พบว่า จากการสอบถามไปยังราชการส่วนท้องถิ่น ตลาดนัดส่วนใหญ่ยังไม่มี การขออนุญาตดำเนินกิจการ(ร้อยละ 72.34) ผลการสุ่มตรวจอาหารสดและอาหารพร้อมบริโภคในตลาดนัด 130 แห่ง พบการปนเปื้อนร้อยละ 23.65 โดยเป็นการปนเปื้อนด้านเคมี ร้อยละ16.67 และ ด้านแบคทีเรีย ร้อยละ 37.47 โดยสารเคมีที่ปนเปื้อนในอาหารที่พบสูงสุด คือ สารฟอกขาว (ร้อยละ 32.72) พบในอาหารประเภทหน่อไม้ดอง ผักกาดดอง ชিংหั่นฝอย และผลไม้ดองต่าง ๆ สารเคมีปนเปื้อนในอาหารที่พบรองลงมา คือ สารกันรา ฟอรัมาลิน และ บอแรกซ์ พบร้อยละ 23.71 , 17.05 และ 7.38 ตามลำดับ จากสถานการณ์นี้ นำมาสู่การพัฒนาเกณฑ์ตลาดนัด นำซื้อ และการขับเคลื่อนเข้าสู่การเป็นตัวชี้วัดผู้ตรวจราชการกระทรวงสาธารณสุขในปี พ.ศ.2557 ซึ่งทำให้งานสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศมีการติดตามและเข้าไปประเมินคุณภาพตลาดนัด หรือตลาดประเภท2 (ตรวจประเมิน 4,646 แห่ง จากตลาดนัดทั้งหมด 5,377 แห่ง) พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อเคลื่อนงานตลาดนัด นำซื้อ โดยมีข้อเสนอเชิงนโยบาย คือ (1) ควรผลักดันการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 ให้เป็นนโยบายสาธารณะ และสนับสนุนท้องถิ่นออกข้อกำหนดและควบคุมกำกับตลาดให้เป็นไปตามกฎกระทรวงฯ โดยผลักดันผ่านคณะอนุกรรมการสาธารณสุขจังหวัด (2) ผลักดันให้มีระบบเฝ้าระวังความปลอดภัยอาหารในตลาดนัดอย่างมีส่วนร่วมระหว่างเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น เจ้าของตลาด และผู้บริโภค พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชน และ (3) สนับสนุนและพัฒนาศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ในฐานะเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น สำหรับผลการศึกษาการถอดบทเรียนตลาดนัดนำซื้อ ต้นแบบ พบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาตลาดนัด ให้ได้มาตรฐานตลาดนัด นำซื้อ คือ (1) เจ้าของตลาดมีความมุ่งมั่นตั้งใจและให้ความร่วมมือในการพัฒนาตลาด (2) มาตรการด้านกฎหมาย คือ ราชการส่วนท้องถิ่นต้องออกเป็นเทศบัญญัติ และควบคุมให้ผู้ประกอบกิจการตลาดนัดต้องขออนุญาตและมีการตรวจสอบก่อนออกใบอนุญาต (3) การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้

*นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ

***นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ

****นักวิชาการสาธารณสุข

ประกอบกิจการตลาดนัด เช่น การมอบป้ายตราสัญลักษณ์รับรองตลาดที่ได้มาตรฐาน การตรวจเยี่ยมเพื่อให้กำลังใจแก่ตลาดที่ดีและได้มาตรฐาน และการประชาสัมพันธ์ (4) ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาตลาดนัด ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการตลาดนัด ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น(เทศบาล/อบต.) และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และในตลาดต้องมีกติกาหรือข้อบังคับให้ผู้ขายของต้องปฏิบัติตามเพื่อสุขลักษณะและสุขอนามัยที่ดี

หลักการและเหตุผล

“ตลาดนัด” เป็นชื่อที่เป็นภาษาชาวบ้านที่ใช้เรียกสถานที่ที่มีการชุมนุมค้าขายกันในพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นลานกว้าง หรือพื้นที่เปิดโล่ง ไม่มีอาคาร ซึ่งหมายถึง “ตลาดประเภทที่ 2” ตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.2551 ออกตามความในพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ.2535 โดยระยะแรกของการดำเนินงานภายใต้พรบ.ฉบับนี้ ได้มุ่งเน้นการจัดการกับตลาดที่มีโครงสร้างถาวร ซึ่งตามกฎหมายเรียกว่า “ตลาดประเภทที่ 1” โดยขับเคลื่อนผ่านโครงการตลาดสด น่าซื้อ มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 จนสามารถปรับปรุงตลาดประเภทที่1 หรือโดยทั่วไปว่า ตลาดสด ให้มีความสะอาด และถูกสุขลักษณะมากกว่าร้อยละ 85⁽¹⁾ แต่พบว่า จากสถานการณ์วิกฤติเศรษฐกิจทำให้การขยายตัวของตลาดประเภท2 หรือ ตลาดนัด เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และที่น่าเป็นห่วงคือ ตลาดนัดเหล่านี้ไม่มีการขออนุญาตประกอบกิจการอย่างถูกต้อง ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน อาหารที่ขายมีทั้งประเภทอาหารสด และอาหารพร้อมบริโภค ซึ่งอาจมีการบรรจุในภาชนะมาพร้อมจำหน่าย หรือมีการปรุงประกอบอาหาร ณ จุดจำหน่าย ก่อให้เกิดปัญหาตามมาทั้งในด้านขยะ น้ำเสีย คราบหรือไอน้ำมันจากการทอด ปิ้งย่าง ปัญหาด้านควั่นและกลิ่นจากการปรุงอาหาร และปัญหาที่สำคัญอีกประการคือ ผู้ขายของในตลาดส่วนใหญ่ไม่ผ่านการอบรมด้านสุขาภิบาลอาหาร ซึ่งอาจมีพฤติกรรมในการปรุงประกอบและจำหน่ายอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ อาจก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความปลอดภัยอาหารแก่ผู้บริโภคได้ จากสถานการณ์แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของตลาดนัด ทำให้มีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่ต้องศึกษาสถานการณ์และกลวิธีการยกระดับตลาดนัดให้ได้มาตรฐาน การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานตลาดนัด น่าซื้อ และนำมาทดลองกระบวนการขับเคลื่อนเพื่อให้ผู้ประกอบการตลาดนัด และเจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่ควบคุมกำกับสามารถนำไปประยุกต์ใช้และขยายผลต่อไป ซึ่งการดำเนินงานเรื่องตลาดนัดนี้จะยากกว่าการขับเคลื่อนตลาดสดมาก เพราะการขาดข้อมูลของตลาดนัด ทั้งในด้านจำนวน สถานการณ์ความปลอดภัยอาหาร ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการประกอบกิจการ รวมทั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่พร้อมต่อการลงทุนเพื่อปรับปรุงด้านโครงสร้าง ดังนั้นสำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำจึงดำเนินการศึกษาเพื่อหารูปแบบหรือกลวิธีในการพัฒนาตลาดนัดตั้งแต่ การศึกษาสถานการณ์ การสร้างมาตรฐาน การพัฒนาปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จนถึงการถอดบทเรียนปัจจัยความสำเร็จของตลาดนัดต้นแบบ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัญหาและสถานการณ์ของกิจการตลาดนัดสำหรับใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดนัด
2. เพื่อพัฒนามาตรฐานตลาดนัดน่าซื้อ สำหรับใช้ดำเนินการส่งเสริมให้ราชการส่วนท้องถิ่นนำไปควบคุมกำกับกิจการตลาดนัด ให้บรรลุตามกฎกระทรวง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของตลาดที่มีการพัฒนาให้ได้มาตรฐานตลาดนัดน่าซื้อ สามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดนัดอื่นๆ ให้ได้มาตรฐานตลาดนัด น่าซื้อ

รูปแบบการศึกษาและวิธีการดำเนินงาน

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเป็นการศึกษาเชิงพัฒนา(Research and Development) โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed method) คือ เป็นการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยแบ่งการศึกษาเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาปัญหาและสถานการณ์ของกิจการตลาดนัด : ศึกษาทั้งในด้านการบริหารจัดการและสถานการณ์ด้านความปลอดภัยอาหาร เพื่อให้ทราบถึงขนาดของปัญหา ความรุนแรงของปัญหา ความยากง่ายในการจัดการ และความพร้อมหรือความร่วมมือของอปท.และผู้ประกอบกิจการตลาดนัดต่อการดำเนินกิจการให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนดทั้งในด้านการขออนุญาตประกอบกิจการ และการควบคุมด้านสุขลักษณะ โดยการส่งแบบสอบถามไปยังเทศบาลทั่วประเทศ (จำนวน 7,853 แห่ง) และนำข้อมูลที่ตอบกลับมาทั้งหมด(3,500 แห่ง) มาสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ทราบสถานการณ์ต่อการจัดการกิจการตลาดนัด ดำเนินการในปี 2552-2553 และมีการลงสู่ตรวจสอบปนเปื้อนอาหารในตลาดนัดโดยเจ้าหน้าที่ของสำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ และศูนย์อนามัยที่1-12 รวม 130 ตลาดตรวจสอบปนเปื้อนด้านเคมีในอาหารสด (บอแรกซ์ ฟอรัมาลิน สารฟอกขาว สารกันรา) และตรวจการปนเปื้อนด้านแบคทีเรียในอาหารพร้อมบริโภค(ตรวจหาเชื้อโคลิฟอร์มแบคทีเรีย)

ระยะที่ 2 การพัฒนามาตรฐานตลาดนัด นำชื่อ การนำไปทดลองใช้ และการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย: ดำเนินการโดยใช้หลักการของวงจรการควบคุมคุณภาพ (PDCA Cycle) หรือ วงจรเดมมิง (Deming Cycle) โดยดำเนินการยกร่างมาตรฐานตลาดนัดนำชื่อจากกรอบของกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้อง (จำนวนประมาณ 50 คน) ปรับปรุงเกณฑ์และนำไปทดลองใช้ ประเมินเกณฑ์ที่นำไปทดลองใช้โดยการรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ทดลองใช้แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข และประกาศใช้ดำเนินการในปี 2554-2555

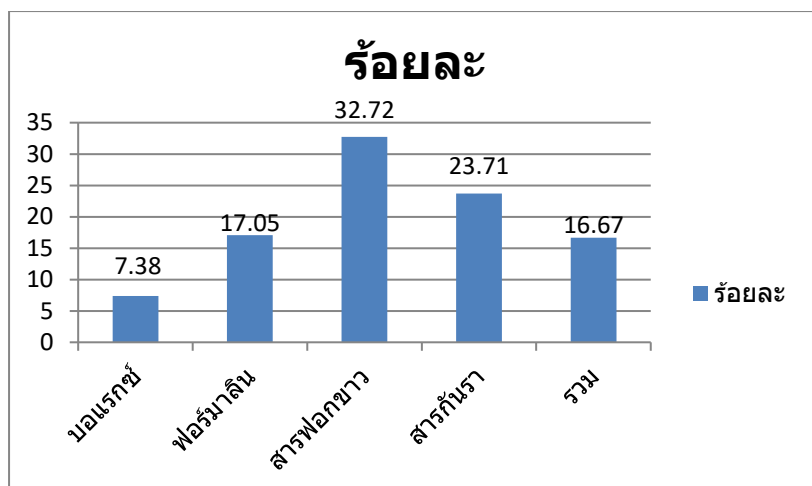
ระยะที่ 3 การหาปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาตลาดนัดให้ได้มาตรฐานตลาดนัด นำชื่อ : โดยใช้กระบวนการผสมผสาน คือ (1) การประชุมเพื่อถอดบทเรียนตลาดนัด นำชื่อ ต้นแบบ ซึ่งเป็นตลาดนัดที่ดำเนินการได้ตามมาตรฐาน ใช้รูปแบบการประชุมกลุ่ม ตั้งคำถาม การระดมสมอง แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ด้านสาธารณสุข เจ้าหน้าที่เทศบาล เจ้าหน้าที่จากศูนย์อนามัย ผู้ประกอบกิจการตลาดนัด และผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ และ (2) การลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก(Indepth Interview) จากผู้ประกอบกิจการตลาดนัดหรือผู้ดูแล รวมทั้งสอบถามความเห็นจากผู้ประกอบการค้า นำมาสรุปการถอดบทเรียนปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาตลาดเพื่อให้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนกิจการตลาดนัดให้ได้มาตรฐานต่อไป (ดำเนินการในปี2558)

ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

ผลการศึกษาระยะที่1 การศึกษาปัญหาและสถานการณ์ของกิจการตลาดนัด พบว่า จากการส่งแบบสำรวจสุขลักษณะของตลาดประเภทที่ 2 ไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ จำนวน 7,853 ชุด (กุมภาพันธ์ 2552) ตอบกลับมา 3,500 ชุด พบว่า มีการดำเนินกิจการตลาดประเภทที่ 2 จำนวน 2,993 แห่ง อีกจำนวน 507 แห่งในพื้นที่ไม่มีการดำเนินกิจการตลาด และตลาดประเภทที่ 2 ส่วนใหญ่ยังไม่มีขออนุญาตดำเนินกิจการตลาดประเภทที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 72.37 และมีการขออนุญาตเพียงร้อยละ 27.66 ในด้านของโครงสร้าง พบว่า โครงสร้างตลาดส่วนใหญ่เป็น

รม (ร้อยละ 69.32) มีเฉพาะเสาและหลังคาร้อยละ 18.22 และเป็นโครงเหล็กคลุมผ้าใบเต็นท์ ร้อยละ 12.46 แต่สถานที่บริเวณสำหรับผู้ขายของซึ่งต้องมีลักษณะเป็นพื้นเรียบ แข็งแรง ไม่ลื่น ล้างทำความสะอาดได้ง่ายและไม่มีน้ำขังผ่านเกณฑ์เพียงร้อยละ 53.39 มีการจัดวางสินค้าในตลาดเป็นสัดส่วน (แยกเป็นอาหารสด อาหารแปรรูป อาหารปรุงสำเร็จ) ร้อยละ 53.45 พบว่าในส่วนที่ตลาดนัดไม่ปฏิบัติตามกฎกระทรวงสูงสุด คือ (1)ทางระบายน้ำจากจุดที่มีที่ล้างซึ่งต้องเป็นรางเปิด ทำด้วยวัสดุที่มีผิวเรียบ มีความลาดเอียง ระบายน้ำได้สะดวก มีตะแกรงดักมูลฝอยก่อนระบายน้ำออกสู่ท่อระบายน้ำหรือแหล่งน้ำสาธารณะและไม่ก่อให้เกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญ(ไม่ผ่านร้อยละ 76.32) (2)การมีที่ล้างทำความสะอาดอาหารและภาชนะ บริเวณแผงจำหน่ายอาหารสด แผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละ และแผงจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จ (ไม่ผ่านร้อยละ 70.44) (3)การมีห้องส้วม ที่ปัสสาวะ อ่างล้างมืออย่างเพียงพอ และถูกสุขลักษณะ ในส่วนสุขวิทยาส่วนบุคคลของผู้ขายและผู้ช่วยขายในตลาดนัด และวิธีการปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะด้านการจัดการจัดจำหน่าย ทำ ปรุง ประกอบ เก็บหรือสะสมอาหาร การรักษาความสะอาดของภาชนะ น้ำใช้ และของใช้ต่างๆ พบว่าถูกต้องถึงร้อยละ 63.81 และ 68.75 ตามลำดับ

แต่จากการสุ่มประเมินความปลอดภัยอาหาร โดยสำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ และศูนย์อนามัยที่ 1-12 ในปี 2553 โดยสุ่มตรวจอาหารสดและอาหารพร้อมบริโภคในตลาดนัดรวม 130 แห่ง เก็บอาหารตรวจ 3,184 ตัวอย่าง พบการปนเปื้อน 753 ตัวอย่าง(ร้อยละ 23.65) โดยเป็นอาหารที่ตรวจวิเคราะห์ด้านเคมี 2,118 ตัวอย่าง พบการปนเปื้อนด้านเคมี 353 ตัวอย่าง(ร้อยละ 16.67) และ เป็นอาหารที่ตรวจด้านแบคทีเรีย(ด้านชีวภาพ) จำนวน 1,066 ตัวอย่าง พบปนเปื้อนแบคทีเรีย 399 ตัวอย่าง(ร้อยละ 37.47) พบว่า สารเคมีที่ปนเปื้อนในอาหารสดที่พบสูงสุด คือ สารฟอกขาว (ร้อยละ 32.72) โดยพบในอาหารประเภทหน่อไม้ดอง ผักกาดดอง ชিংหั้นฝอย และผลไม้ดองต่าง ๆ ส่วนสารเคมีปนเปื้อนในอาหารที่พบรองลงมา คือ สารกันรา ฟอรัมาลิน และ บอแรกซ์ พบร้อยละ 23.71 , 17.05 และ 7.38 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาข้อมูลเป็นรายศูนย์ พบว่า ตลาดนัดในพื้นที่ศูนย์อนามัยที่ 10 เชียงใหม่ พบสารเคมีตกค้างหรือปลอมปนสูงสุด คือ ร้อยละ 70.59 รองลงมาคือ ตลาดนัดในพื้นที่ศูนย์อนามัยที่ 11 สุราษฎร์ธานี และ ศูนย์อนามัยที่ 9 พิษณุโลก โดยพบ ร้อยละ 63.93 และ 31.25 ตามลำดับ จากข้อมูลแสดงว่า อาหารที่มีการจำหน่ายในตลาดนัด ทั้งอาหารพร้อมบริโภคและอาหารสดมีความไม่ปลอดภัย ทั้งในด้านแบคทีเรีย และสารเคมี ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคได้ทั้งแบบเฉียบพลันและแบบเรื้อรัง ซึ่งปัญหาที่สำคัญคือ หากเกิดการเจ็บป่วยจากการบริโภคอาจสอบสวนหา ร้านค้าหรือผู้ขายได้ยากกว่าผู้ขายของในตลาดสด เพราะผู้ขายของในตลาดนัดมีที่ตั้งขายของไม่แน่นอน (ตลาดนัดใช้การจับฉลากเพื่อให้ได้แผงขายสินค้า) และอาจเป็นผู้ขายของแบบชาจร ซึ่งทำให้ยากต่อการสอบสวนโรคหรือติดตามตรวจสอบ ซึ่งต่างจากตลาดสดที่มีที่ตั้งแผงขายสินค้าที่แน่นอน สามารถระบุและติดตามได้ ดังนั้น การกำกับติดตาม ที่สำคัญคือเจ้าของตลาดต้องมีทะเบียนผู้ขายของ โดยมีรายละเอียด ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ติดต่อด้วย



ตารางที่1 แสดงร้อยละการปนเปื้อนของสารต่างๆ ในอาหาร ในตลาดนัด

ผลการศึกษาระยะที่ 2 การพัฒนามาตรฐานตลาดนัด นำซื้อ และการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย พบว่า จากการยกร่างเกณฑ์ตลาดนัด นำซื้อ (ร่างที่1) ซึ่งเป็นการถอดความจากกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะตลาด พ.ศ. 2551 แบ่งเกณฑ์การประเมินออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ด้านอาหารปลอดภัย และ ด้านการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเกณฑ์ทางกายภาพมี 25 ข้อ และแบ่งระดับการผ่านการประเมินออกเป็น พื้นฐาน ดี และดีมาก ซึ่งต้องผ่านเกณฑ์ทางกายภาพ 13 , 17 และ 25 ข้อ ตามลำดับ ส่วนการผ่านเกณฑ์ด้านอาหารปลอดภัย กำหนดให้ตลาดนัดที่จะผ่านระดับพื้นฐานและระดับดี ต้องตรวจไม่พบสารปนเปื้อน 4 ชนิด ได้แก่ โพรมาลิน สารกันรา สารบอแรกซ์ สารฟอกขาว ส่วนตลาดนัดระดับดีมากนั้น เกณฑ์ด้านอาหารปลอดภัยนอกจากจะไม่พบสาร 4 ชนิดดังกล่าวแล้วต้องไม่ใช้น้ำมันทอดซ้ำ (ตรวจพบไม่เกิน 10 %) ส่วนเกณฑ์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคนั้นกำหนดว่า ตลาดนัดต้องมีทะเบียนผู้ขายและผู้ช่วยขายของ พบว่าจากการดำเนินการไประยะหนึ่ง(ประมาณ1ปี) ผู้ที่นำไปทดลองส่วนใหญ่ใช้ให้ความเห็นว่าการเกณฑ์ดังกล่าวมีความยุ่งยากและซับซ้อน จึงได้มีการประชุมระดมสมอง ปรับปรุงเกณฑ์ ทดลองใช้ และนำมาสู่การเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วยเกณฑ์ 20 ข้อ แบ่งระดับการประเมินเป็น พื้นฐาน ดี และดีมาก ซึ่งต้องผ่านเกณฑ์ 10 ,15 และ 20 ข้อ ตามลำดับ โดยสามารถเข้าไปดูรายละเอียด ตลาดนัด นำซื้อ ทั้งคู่มือ แบบตรวจตลาดนัดนำซื้อได้ที่เว็บไซต์สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ⁽²⁾ ซึ่งจากการนำเสนอข้อมูลต่อผู้บริหารระดับกรมและกระทรวง ส่งผลให้ในปี 2557 สำนักผู้ตรวจราชการกระทรวงเล็งเห็นความสำคัญและกำหนดให้ตลาดประเภท 2 (ตลาดนัด) เป็นประเด็นการตรวจราชการกระทรวงสาธารณสุขภายใต้หัวข้อกฎหมายและการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ โดยกำหนดประเด็นการตรวจราชการ คือ “ร้อยละของจำนวนตลาดประเภทที่ 2 ตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 ได้รับการติดตามประเมินคุณภาพ” ส่งผลให้ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศมีการติดตามและเข้าไปประเมินคุณภาพตลาดประเภท2(ตลาดนัด) พบว่า มีตลาดนัดที่ได้รับการตรวจประเมิน 4,646 แห่ง จากตลาดนัดทั้งหมด 5,377 แห่ง และจัดทำปัจจัย/อุปสรรค/ปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุเป้าหมาย พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อเลื่อนงานตลาดนัด นำซื้อ ซึ่งสาระหลักของข้อเสนอเชิงนโยบาย คือ

1. ควรผลักดันการพัฒนาตลาดประเภทที่ 2 ให้เป็นนโยบายสาธารณะ และสนับสนุนท้องถิ่นออกข้อกำหนดและควบคุมกำกับตลาดให้เป็นไปตามกฎกระทรวงฯ โดยผลักดันผ่านคณะอนุกรรมการสาธารณสุขจังหวัด

2. ผลักดันให้มีระบบเฝ้าระวังความปลอดภัยอาหารในตลาดนัดอย่างมีส่วนร่วมระหว่างเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น เจ้าของตลาด และผู้บริโภค พร้อมทั้งเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชน

3. สนับสนุนและพัฒนาศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ในฐานะเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น โดยประยุกต์การทำงานทั้งหลักนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์

ผลการศึกษาระยะที่ 3 การหาปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาตลาดนัดให้ได้มาตรฐานตลาดนัด นำชื่อ : ซึ่งแบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก เป็นการประชุมถอดบทเรียนตลาดนัด นำชื่อ ต้นแบบ และ ส่วนที่สอง เป็นการลงพื้นที่ตลาดนัด เพื่อถอดบทเรียน ตลาดนัดนำชื่อ ต้นแบบ มีผลการศึกษาและบทสรุปของการถอดบทเรียน ดังนี้

ส่วนแรก เป็นการประชุมถอดบทเรียนตลาดนัด นำชื่อ ต้นแบบ : ซึ่งแบ่งกลุ่มระดมสมองออกเป็นสองกลุ่ม กลุ่มที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่จากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล(รพ.สต) และ จากสำนักงานสาธารณสุขอำเภอ(สสอ.) กลุ่มที่สอง ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) เทศบาล และศูนย์อนามัย สรุปผลการระดมสมองว่าปัจจัยที่ทำให้ตลาดพัฒนาเป็นตลาดนัดนำชื่อ หรือ เป็นตลาดนัด ต้นแบบ ได้ คือดังนี้

กลุ่มที่ให้ข้อมูล	ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดนัด สู่การเป็นตลาดนัด นำชื่อ
1.ผู้ประกอบกิจการตลาดนัด	- ต้องมีความมุ่งมั่น : เจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของกิจการต้องมีความคิด ความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะปรับปรุง/พัฒนาตลาดของตนเองก่อน - ต้องมีกฎกติกา : มีการกำหนดกติกา หรือระเบียบของตลาด และแจ้งให้สมาชิก คือ ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของทราบและถือปฏิบัติ มีการกำหนดบทลงโทษสำหรับคนที่ไม่ปฏิบัติตามกติกา - มีความเป็นกันเองและสร้างจิตสำนึกร่วม : เจ้าของตลาดต้องสร้างความเป็นกันเองกับพ่อค้าแม่ค้า สร้างความสนิทสนมคุ้นเคยทำให้สามารถพูดคุยขอความร่วมมือในการปฏิบัติสิ่งที่ถูกต้อง/ไม่ปฏิบัติในสิ่งที่ห้าม และที่สำคัญคือ “การสร้างจิตสำนึก” ในการดูแลตลาดด้านความสะอาด ให้เป็นเหมือนบ้านหลังที่สอง - สร้างความเชื่อมั่นในการขาย : ทั้งแก่ลูกค้าและพ่อค้าแม่ค้า ในส่วนของลูกค้าต้องสร้างความเชื่อมั่นว่าสินค้าที่ขายในตลาดนัดมีคุณภาพดีและราคาถูก ถ้าเป็นสินค้าประเภทอาหารควรมีการขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขและเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นเพื่อตรวจสอบอาหาร สำหรับการสร้างความเชื่อมั่นแก่พ่อค้าแม่ค้าในการขายที่จะมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ โดยการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ หรืออาจมีกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การจัดโปรโมชั่นช่วงเทศกาลต่างๆ - ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน : การพัฒนาและรักษามาตรฐานตลาดนัดต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ(เทศบาล รพ.สต สสอ. สสจ.) เจ้าของตลาดหรือผู้จัดการตลาดนัด และพ่อค้าแม่ค้า(ผู้ขายของในตลาด) ในการรักษาระเบียบ การสุ่มตรวจอาหารปลอดภัย ซึ่งจะสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า สร้างความร่วมมือจากพ่อค้าแม่ค้า พัฒนาและสร้างความยั่งยืน
2.องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น (เทศบาล/อบต.)	- ต้องมีเทศบัญญัติ : ท้องถิ่นต้องออกเทศบัญญัติเรื่องการประกอบกิจการตลาด ให้สอดคล้องกับกฎกระทรวง และมีการบังคับใช้อย่างเข้มงวด

กลุ่มที่ให้ข้อมูล	ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการพัฒนาตลาดนัดสู่การเป็นตลาดนัด น่าซื้อ
	-ต้องขออนุญาตและมีการตรวจสอบก่อนออกใบอนุญาต : ผู้ประกอบกิจการต้องขออนุญาตจัดตั้งตลาดนัดกับทางเทศบาล และท้องถิ่นต้องมีการตรวจสอบก่อนการออกใบอนุญาต คือ ต้องมีการปฏิบัติที่ถูกต้อง/ถูกต้อง/ถูกต้อง -มีการประชาสัมพันธ์ : ราชการส่วนท้องถิ่นควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบกิจการให้ชาวรู้บทบาทหน้าที่ สิ่งที่ต้องปฏิบัติ เช่น การขอใบอนุญาต การจัดให้ผู้ขายของได้รับการอบรม -มีการจัดการสุขาภิบาลที่ดี : เจ้าของหรือผู้ประกอบกิจการตลาดนัดควรมีการจัดการน้ำทิ้งหรือน้ำเสีย การจัดการขยะที่เหมาะสม -มีการรับรองมาตรฐาน เช่น มีป้ายรับรองมาตรฐานตลาด เป็นการประกาศเกียรติคุณให้แก่ตลาดที่มีการทำที่ดีและถูกต้อง เป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้ประกอบกิจการและเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจให้ตลาดมีการปรับปรุงและรักษามาตรฐานให้คงอยู่
3.กลุ่มเจ้าหน้าที่สาธารณสุข	-เจ้าของตลาดให้ความร่วมมือ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความสำเร็จในการพัฒนาตลาดนัดให้ได้มาตรฐาน -การบังคับใช้กฎหมาย เพื่อให้ผู้ประกอบกิจการตลาดนัด ต้องมีการไปขออนุญาตประกอบกิจการตลาดนัดก่อนเปิดดำเนินการ - การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบกิจการตลาดนัด เช่น มีตราสัญลักษณ์รับรองตลาดนัด และรับรองความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค และมีการจัดกิจกรรม เช่น การประกวดตลาด การมอบรางวัลเพื่อเชิดชูเกียรติเพื่อสร้างกำลังใจแก่เจ้าของตลาดและผู้ขายของในตลาด -สร้างการมีส่วนร่วมในการดูแลโดยการจัดให้มีคณะกรรมการตลาด และมีการแบ่งโซนเพื่อให้ช่วยกันดูแลทั้งในด้านความสะอาด และการปฏิบัติตามเกณฑ์ และสร้างผู้ประสานงาน -การลงพื้นที่ตรวจเยี่ยม เพื่อสร้างขวัญกำลังใจ การยกย่อง และสร้างความไว้วางใจ -การบูรณาการงานกันของหน่วยงานในพื้นที่ เช่น การจัดการอบรมผู้ขายของและผู้ช่วยขายของ การสุ่มตรวจอาหาร -มีการรับฟังความเห็นและการสร้างความเป็นกันเอง ระหว่างเจ้าหน้าที่ เจ้าของตลาด/ผู้จัดการผู้ขายของและผู้ช่วยขายของ เพื่อการปรับปรุงตลาดนัด -การจัดให้มีสิ่งสนับสนุนที่เหมาะสม ตามความต้องการและตามระเบียบ

ผลการศึกษาจากการลงพื้นที่เพื่อถอดบทเรียนจากตลาดนัด 6 แห่ง ที่ผ่านการประเมินและเป็นตลาดนัด น่าซื้อต้นแบบ พบว่า ในฐานะผู้ประกอบกิจการตลาดหรือเจ้าของตลาด บอกว่า ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาตลาดนัดให้ได้มาตรฐาน รวมทั้งการรักษาสภาพให้คงที่นั่น หัวใจหลัก คือ ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งในภาคราชการและผู้ขายของที่ต้องร่วมมือกันในการทำงาน

- ในส่วนของราชการ คือ การจัดให้มีการอบรมพ่อค้าแม่ค้า การสนับสนุนการตรวจสอบปนเปื้อนในอาหาร การประชาสัมพันธ์ให้ตลาดนัดที่ดี เช่น ตลาดนัดนี้ อาหารผ่านการตรวจสอบปนเปื้อนทุกชนิด อาหาร

สะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน เป็นต้น เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคเพื่อบอกต่อกันให้เข้ามาใช้บริการ

- สำหรับตัวเจ้าของตลาดนั้น การสร้างความเป็นกันเองกับพ่อค้าแม่ค้า การพูดคุยกันเพื่อให้ผู้ขายของในตลาด(พ่อค้า-แม่ค้า)ตั้งเป้าหมายร่วมกัน คือ ตลาดของเราจะเป็นตลาดนัดที่สะอาด ผู้บริโภคได้รับสินค้าและบริการที่ดี รวมทั้งการดูแลบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวก เช่น การจัดให้มีที่จอดรถที่สะดวกสำหรับลูกค้า จัดบริการห้องน้ำ-ห้องส้วม การขออนุญาตประกอบกิจการให้ถูกต้อง มีการจัดโซนสินค้าเพื่อให้ถูกสุขลักษณะ ไม่ปะปนกันระหว่างสินค้าประเภทอาหารกับสินค้าประเภทอื่น ๆ มีระบบประชาสัมพันธ์(เสียงตามสาย) และมีระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่พ่อค้า-แม่ค้า และลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เช่น การมีรูป. การติดตั้งกล้องวงจรปิด เป็นต้น
- ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของ(ชื่อเรียกตามกฎหมาย) หรือพ่อค้า-แม่ค้า ต้องปฏิบัติตามกติกากฎระเบียบของตลาด พ่อค้า-แม่ค้าที่ขายอาหารต้องมีการปฏิบัติตนอย่างถูกสุขลักษณะ และต้องให้ความร่วมมือในการเข้ารับการอบรมจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขหรือเจ้าหน้าที่เทศบาล พ่อค้าแม่ค้าต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ไม่เอาเปรียบ คือต้องขายสินค้าที่ดี มีคุณภาพ ตาชั่งต้องไม่โกงน้ำหนัก เพื่อเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ/ความมีชื่อเสียงของตลาด

บทสรุป

ผู้ประกอบการตลาดนัด เป็นกลุ่มพลังที่สำคัญในการขับเคลื่อนงานด้านการพัฒนาตลาดนัดให้เป็นไปตามมาตรฐาน และเป็นไปตามกฎหมาย ซึ่งการสนับสนุนช่วยเหลือจากภาคส่วนต่างๆ โดยเฉพาะภาครัฐ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในพื้นที่ ที่จะเป็นที่เลี้ยงให้คำแนะนำด้านวิชาการ และมาตรฐาน รวมทั้งการสนับสนุนด้านการจัดอบรมให้ผู้ขายของและผู้ช่วยขายของ มีความรู้และการปฏิบัติตนที่ถูกต้อง การสุ่มตัวอย่างอาหารเพื่อสร้างความมั่นใจด้านอาหารปลอดภัย ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างแรงกระตุ้นในการพัฒนาตลาด และสิ่งที่สำคัญมากที่สุด คือ **นโยบายของภาครัฐในการขับเคลื่อนการพัฒนาตลาดนัดให้ได้มาตรฐานต้องมีความชัดเจนและต่อเนื่อง** จึงจะทำให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและรักษาสภาพได้ ดังเช่น การเกิดโครงการตลาดประชารัฐของรัฐบาลที่เข้ามาช่วยกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนให้การสนับสนุนให้ตลาด มีการจัดการอย่างถูกสุขลักษณะ มีบริการที่ดี และ มีการจัดการตลาดที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงจะก่อให้เกิดความยั่งยืนได้

เอกสารอ้างอิง

1. สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. ฐานข้อมูลการสุขาภิบาลอาหาร : ผลการดำเนินงานตลาดสดน่าซื้อ ประจำปี 2561[อินเทอร์เน็ต].นนทบุรี : กรมอนามัย [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2562] เข้าถึงได้จาก : http://foodsafety.anamai.moph.go.th/main.php?filename=food_index18#h7
2. สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. โครงการสำคัญด้านสุขาภิบาลอาหาร : ตลาดนัด น่าซื้อ.[อินเทอร์เน็ต].นนทบุรี : กรมอนามัย [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2562] เข้าถึงได้จาก : http://foodsafety.anamai.moph.go.th/main.php?filename=market_stand