การศึกษามาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ จังหวัดนครราชสีมา

Study of Healthy Fresh Market Standard in NaKhon Ratchasima Province

จักรี แก้วคำบ้ง
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครราชสีมา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ โดยเป็นการศึกษาเชิงทดลอง เพื่อเปรียบเทียบผลของการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ ระหว่างก่อนและหลังดำเนินการ โดยภาคีเครือข่ายงานอาหารปลอดภัยจังหวัดนครราชสีมาร่วมกันกำหนดนโยบาย ตรวจประเมินและแลกเปลี่ยนเรียนรู้มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ กลุ่มประชากรที่ศึกษา คือ เจ้าของตลาดสด จำนวน 56 แห่ง ระยะเวลาการศึกษา ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2557 – 30 ธันวาคม 2558

ผลการศึกษาพบว่า ประเภทของเจ้าของตลาดที่พบมากที่สุด คือ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น พบร้อยละ 62.50 ประเภทของผู้ประกอบการตลาดที่พบมากสุด คือ เจ้าของตลาดประกอบการเอง พบร้อยละ 91.07 ผลการประเมินเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ แบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้ คือ ด้านที่ 1 เรื่องมาตรฐานสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม คะแนนเฉลี่ยก่อนดำเนินการพบน้อยกว่าหลังดำเนินการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (30.36 ± 6.80 และ 33.75 ± 8.51; p=0.004) ด้านที่ 2 เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร พบว่า สัดส่วนของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ก่อนดำเนินการพบมากกว่าหลังดำเนินการอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ร้อยละ 51.19 และ ร้อยละ 50.00; p=1.000) และด้านที่ 3 เรื่องมาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค พบว่า สัดส่วนของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ก่อนดำเนินการพบน้อยกว่าหลังดำเนินการอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (ร้อยละ 44.64 และ ร้อยละ 62.50; p=0.064) สัดส่วนของตลาดสด ที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อก่อนดำเนินการพบน้อยกว่าหลังดำเนินการ (ร้อยละ 10.68 และ ร้อยละ 35.72; p<0.001) จากการสำรวจหลังดำเนินการพบว่า สาเหตุที่เจ้าของตลาดไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อมากที่สุด คือ ไม่มีงบประมาณ พบร้อยละ 44.64 รองลงมา คือ ผู้ขายยังไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา พบร้อยละ 26.78 และลำดับที่ 3 คือ ตลาดสดมีพื้นที่จำกัด พบร้อยละ 23.21 ตามลำดับ

แนวทางการแก้ไขปัญหา ควรจัดหาแหล่งเงินทุนเข้ามาสนับสนุน สร้างแรงจูงใจให้กับผู้ประกอบการ และบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยสรุปการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ ช่วยเพิ่มจำนวนตลาดสดที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ แต่มีความจำเป็นต้องร่วมมือกับภาคีเครือข่ายงานสาธารณสุขต่อไป

คำสำคัญ: การพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ การรับรองมาตรฐานตลาดสด ตลาดสดน่าซื้อ ภาคีเครือข่ายงานสาธารณสุข

Abstract

The aim of this research was to study comparison development of the Healthy Fresh Market Standard in Nakhon Ratchasima Province, before and after study by Health officials, Local government organizations, The owner of the market and Association of market's owners, vender were set commitment policy, audit and learning process the Fresh Market Standard. The population was 56 places before and after study of the Healthy Fresh Market in Nakhon Ratchasima province. This study was conducted during 1 January 2014 to 30 December 2015.

Results: The Healthy Fresh Market places type found local government organizations group was 62.50%. Entrepreneurs type found the business owner was 91.07%. Certified market was 3 requirements. The requirements 1: The mean score of the Healthy Fresh Market places by the environmental health requirement before study less than after study (30.36 ± 6.80 and 33.75 ± 8.51; p=0.004, respectively difference significance). The requirements 2: The proportion of the Healthy Fresh Market places were passed food safety requirement before study more than after study (51.19% and 50.00%; p=1.000, respectively difference not significance). The requirements 3: The proportion of the Healthy Fresh Market places were passed consumer protection requirement before study less than after study (44.64% and 62.50%; p=0.064, respectively difference not significance). The proportion of the Healthy Fresh Market places were passed certified markets before study less than after study (10.68% and 35.72%; p<0.001, respectively difference significance). The courses of entrepreneurs were not certified markets found deficit budget, deficit merchant cooperate and deficit not enough area was 44.64%, 26.78% and 23.21%, respectively.

Solutions to problems were provided budget, Created incentives for entrepreneurs and Law enforcement seriously for entrepreneurs. Conclusion: The Healthy Fresh Market was increased certified markets but this project was need associated network public health for development continuous.

Keywords : Development of Healthy Fresh Market, Certified markets, Healthy Fresh Market, Network public health

บทนำ

สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีร่วมกับผู้ตรวจราชการได้จัดทำแผนตรวจราชการประจำปีพ.ศ. 2558 โดยกำหนดให้มีการตรวจติดตามประเด็นนโยบายการพัฒนาตลาดสด ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 กำหนดหลักเกณฑ์สุขลักษณะของตลาด และกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. 2551 ดังนั้นเจ้าของตลาดจะต้องปรับปรุงตลาดให้ถูกสุขลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด (สำนักอาหาร, 2555)

กรมอนามัย ได้จัดทำโครงการตลาดสดน่าซื้อ ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 โดยกำหนดมาตรฐานตลาดสดไว้ 3 ด้าน คือ ได้แก่ ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยด้านอาหาร และการคุ้มครองผู้บริโภค เจ้าของตลาดสด เข้าร่วมโครงการได้โดยสมัครใจในการรับการตรวจประเมินและพัฒนาตลาด (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ, 2558)

ปัญหาที่พบในการตรวจประเมินมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ คือ หมวดที่ 1 เรื่อง มาตรฐานสุขาภิบาลและสิ่งแวดล้อม เช่น บริเวณภายในตลาดมีน้ำขังเฉอะแฉะ ทางระบายน้ำมีน้ำขังและอุดตัน ห้องส้วมชำรุด โครงอาคารตลาดชำรุด พบสัตว์และแมลงพาหะนำโรคในตลาดสด หมวดที่ 2 เรื่อง มาตรฐานด้านความปลอดภัยด้านอาหาร เช่น ตรวจพบสารฟอร์มาลิน สารบอแรกซ์ สารฟอกขาวในอาหารสด หมวดที่ 3 เรื่อง มาตรฐานการคุ้มครองผู้บริโภค เช่น ไม่มีจุดทดสอบสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และไม่มีเครื่องชั่งกลางที่ได้มาตรฐานในตลาดสด เป็นต้น (จารุวรรณ, 2549; จุฬาภรณ์ และอัมพรพรรณ, 2553; สุวิดา, 2553; อติญาณ์ และคณะ, 2555; อรนิฎา และสุพัตรา, 2555; ลักษณียา และวรางคนา, 2556; บัญชา, 2558)

จากการศึกษาความพึงพอใจของเจ้าของตลาด และประชาชนต่อโครงการตลาดสดน่าซื้อ พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการตลาดสดที่ได้รับป้ายตลาดสดน่าซื้อ คือร้อยละ 70.60 โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและหน่วยงานส่วนท้องถิ่นควรบรรจุแผนพัฒนาตลาดสดเป็นแผนตัวชี้วัดหนึ่งในมิติด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติราชการที่ทุกหน่วยงานต้องดำเนินการ (จารุวรรณ, 2549)

จากการศึกษาการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ พบว่า การพัฒนาตลาดสดน่าซื้อจะต้องคำนึงถึงวัฒนธรรม วิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน โดยให้ตลาดเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน โดยใช้กระบวนการ 4 ขั้นตอน คือ 1. ขั้นเตรียมการ จากการสนทนากลุ่มพบปัญหาเกี่ยวกับตลาด 2. ขั้นดำเนินการ มีการกำหนดแผนปฏิบัติการและมีการปฏิบัติกิจกรรมตามแผน 3. ขั้นสรุปผลการศึกษา และนำผลการดำเนินงานมาประเมินผลเพื่อปรับแผนการดำเนินงาน 4. ขั้นประเมินผล การดำเนินกิจกรรมและสรุปบทเรียน (อติญาณ์ และคณะ, 2555)

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อโครงการตลาดสดน่าซื้อ พบว่า เจ้าของตลาดสดให้ความสำคัญและคุณค่าของตลาดสดในระดับปานกลาง จำนวน ร้อยละ 78.1 ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรติดตามควบคุมให้ได้มาตรฐานอย่างต่อเนื่อง (บัญชา, 2558)

ในปี พ.ศ. 2556 กรมอนามัย ได้รายงานผลการประเมินตลาดสด จำนวน 1,278 แห่ง พบว่า มีตลาดสดที่ผ่านมาตรฐาน จำนวน 1,060 แห่ง (ร้อยละ 82.94) (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ, 2558) โดยจังหวัดนครราชสีมา มีตลาดสด จำนวน 62 แห่ง ผ่านมาตรฐาน จำนวน 51 แห่ง (ร้อยละ 82.25) ซึ่งถือว่าใกล้เคียงกับที่กรมอนามัยรายงาน

ในปี พ.ศ. 2557 โดยจังหวัดนครราชสีมา มีตลาดสด จำนวน 56 แห่ง และอีก 6 แห่งยกเลิกกิจการ โดยพบว่า มีตลาดสดที่ผ่านมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ จำนวน 6 แห่ง (ร้อยละ 10.71) ซึ่งผลการประเมินถือว่าต่ำกว่าในปี พ.ศ. 2556 ถึงร้อยละ 71.54 แต่ไม่ถึงขั้นต้องปิดกิจการหรือระงับกิจการ แต่ต้องดำเนินการปรับปรุงเพื่อยกระดับมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อตามที่กฎกระทรวงกำหนดต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อประเมินผลการศึกษามาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ในจังหวัดนครราชสีมา เปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการ

นิยามศัพท์

ตลาดสดที่ผ่านมาตรฐานระดับ 3 ดาว หมายถึง ตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์แบบประเมินและพัฒนาการยกระดับตลาดสดน่าซื้อ (แบบ ตล.1) โดยต้องผ่านมาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม จำนวน 17 ข้อแรก และต้องผ่านมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร และมาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทุกข้อ

ตลาดสดที่ผ่านมาตรฐานระดับ 5 ดาว หมายถึง ตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์แบบประเมินและพัฒนาการยกระดับตลาดสดน่าซื้อ (แบบ ตล.1) โดยต้องผ่านมาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม จำนวน 17 ข้อแรก และต้องผ่านมาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ข้อ 18-40 อีกอย่างน้อย 18 ข้อขึ้นไป และต้องผ่านมาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร และมาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคทุกข้อ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องร่วมกับชมรมผู้ประกอบการตลาดสามารถส่งผลให้ตลาดสดพัฒนาไปสู่ตลาดสดน่าซื้อ ดังภาพกรอบแนวคิด

การพัฒนาตลาดสดน่าซื้อโดยเครือข่ายงานอาหารปลอดภัย ได้แก่ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของตลาด สาธารณสุขอำเภอ สาธารณสุขจังหวัด ศูนย์อนามัย ร่วมกันกำหนดนโยบายความสำคัญและองค์ประกอบของตลาดสดน่าซื้อ ใน 3 ด้าน คือ มาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม มาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร มาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค

→

เครือข่ายงานอาหารปลอดภัยระดับอำเภอ ได้แก่ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของตลาด และสาธารณสุขอำเภอร่วมกันตรวจประเมินตลาดสดครั้งที่ 1 และร่วมวางแผนการแก้ปัญหาข้อบกพร่องที่พบ และส่งตรวจประเมินมาที่สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

↓

เครือข่ายงานอาหารปลอดภัยระดับจังหวัด ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของตลาด และสาธารณสุขอำเภอ ร่วมกันตรวจประเมินตลาดสดครั้งที่ 2 และร่วมวางแผนการแก้ปัญหาข้อบกพร่องที่พบ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้การแก้ไขปัญหาของเจ้าของตลาดและหน่วยงานส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบ

↓

ตลาดสดผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรและระยะเวลาการศึกษา

เจ้าของตลาดสด ในเขตจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 56 แห่ง สำรวจโดยหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของตลาด สาธารณสุขอำเภอ สาธารณสุขจังหวัด ก่อนการดำเนินการ คือ เดือนมกราคม – ธันวาคม 2557 และหลังการดำเนินการ คือ เดือนมกราคม – ธันวาคม 2558

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบประเมินและพัฒนาการยกระดับตลาดสดน่าซื้อ (แบบ ตล.1)

2. แบบรายงานการตรวจตลาดสดออนไลน์ ผ่านโปรแกรมอาหารปลอดภัยออนไลน์ จังหวัดนครราชสีมา

3. คู่มือการสุขาภิบาลอาหารประกอบหลักสูตรผู้ตรวจสอบสุขาภิบาลอาหาร (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ, 2555)

ขั้นตอนการดำเนินการ

ขั้นตอนที่ 1 ประชุมชี้แจงเครือข่ายงานอาหารปลอดภัยระดับจังหวัด ได้แก่ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของตลาด สาธารณสุขอำเภอ สาธารณสุขจังหวัด โดยร่วมกันในระดับจังหวัด เพื่อกำหนดนโยบายความสำคัญและองค์ประกอบของตลาดสดน่าซื้อ เพื่อแก้ปัญหาตลาดสดที่ไม่ผ่านมาตรฐาน และร่วมกันแก้ไขปัญหาตลาดสดที่ไม่ผ่านมาตรฐาน ดังนี้

1.1 ชี้แจงบทบาทหน้าที่ของภาคีเครือข่ายงานอาหารปลอดภัย

1.2 ทบทวนมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ

1.3 เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดและปัญหาที่ได้จากการประเมิน ในการจัดตลาดสดน่าซื้อ

1.4 วิเคราะห์ปัญหา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อแก้ไขปัญหาร่วมกัน คือ 1) จัดทำแผนงานพัฒนาตลาดสดแบบบูรณาการร่วมกับพื้นที่อำเภอ 2) ตรวจประเมินตลาดสดและจัดกิจกรรมร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในตลาดสด

1.5 การจัดทำแผนงานพัฒนาตลาดสดแบบบูรณาการร่วมกับพื้นที่อำเภอ

ขั้นตอนที่ 2 ตรวจประเมินและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตลาดสดครั้งที่ 1 โดยเครือข่ายงานอาหารปลอดภัยระดับอำเภอ ได้แก่ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของตลาด และสาธารณสุขอำเภอร่วมกันดำเนินการตรวจประเมินการออกใบอนุญาต และตรวจประเมินการเฝ้าระวังมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจประเมินและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ตลาดสดครั้งที่ 2 โดยเครือข่ายอาหารปลอดภัยระดับจังหวัด ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของตลาด และสาธารณสุขอำเภอ

ขั้นตอนที่ 4 เจ้าของตลาด แก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องที่พบครั้งที่ 2 ดังนี้

4.1 สาธารณสุขจังหวัด หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าของตลาด และสาธารณสุขอำเภอ เป็นที่ปรึกษาในการแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องที่พบในตลาดสด ใช้ระยะเวลา 4 เดือน

4.2 เจ้าของตลาดจัดส่งข้อมูลการแก้ไขปรับปรุงไปที่หน่วยงานส่วนท้องถิ่นที่รับผิดชอบ เพื่อจัดส่งให้สำนักงานสาธารณสุขรวบรวมข้อมูลต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 สรุปผลการประเมิน โดยสรุปผลการประเมินตลาดสดตามองค์ประกอบของตลาดสดน่าซื้อ จากการแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องที่พบของเจ้าของตลาดในขั้นตอนที่ 4 และลงข้อมูลการตรวจประเมินตลาดสดผ่านแบบรายงานการตรวจตลาดสดออนไลน์

ขั้นตอนที่ 6 จัดประชุมภาคีเครือข่ายงานอาหารปลอดภัยและเจ้าของตลาดสดพร้อมมอบป้ายและใบประกาศเกียรติคุณให้แก่ตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ตลาดสดน่าซื้อ

ขั้นตอนที่ 7 ประชาสัมพันธ์ โดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจะส่งผลการตรวจประเมินตลาดสดน่าซื้อให้แก่สาธารณสุขอำเภอ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และเจ้าของตลาดทราบ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปทราบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. จำแนกประเภทของเจ้าของตลาด แสดงเป็นร้อยละ จำนวนแผงที่จำหน่าย แสดงเป็นค่าเฉลี่ย

2. เปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยมาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม ก่อนและหลังดำเนินการ แสดงเป็นค่าเฉลี่ย โดยใช้สถิติ Paired t-Test โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

3. เปรียบเทียบสัดส่วนของประเภทตลาดสด 3 ดาว 5 ดาว มาตรฐานความปลอดภัยของอาหาร มาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ก่อนและหลังดำเนินการ แสดงเป็นจำนวนและร้อยละ โดยใช้สถิติ McNemar Test โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่น้อยกว่า 0.05

ผลการศึกษา

จากการศึกษาผลการพัฒนาตลาดสดในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 56 แห่ง ในช่วงเดือนมกราคม 2557 – ธันวาคม 2558 ระยะเวลา 2 ปี เปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการ พบว่า ประเภทของเจ้าของตลาดสดพบมากที่สุด คือ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น พบร้อยละ 62.50 ประเภทผู้ประกอบการตลาดสด พบมากที่สุด คือ เจ้าของตลาดประกอบการเอง พบร้อยละ 91.07 ประเภทของเจ้าของตลาดสดที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อระดับ 3 ดาวและระดับ 5 ดาว มากที่สุด คือ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวนทั้งหมด 35 แห่ง ผ่านเกณฑ์ก่อนดำเนินการ 3 แห่ง (ร้อยละ 8.57) หลังดำเนินการผ่านเกณฑ์ จำนวน 14 แห่ง (ร้อยละ 40.00) ประเภทของผู้ประกอบการตลาดสด ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อระดับ 3 ดาวและระดับ 5 ดาว ทั้งหมด คือ เจ้าของตลาดประกอบการเอง จำนวนทั้งหมด 51 แห่ง ผ่านเกณฑ์ก่อนดำเนินการ 5 แห่ง (ร้อยละ 9.80) หลังดำเนินการผ่านเกณฑ์ จำนวน 21 แห่ง (ร้อยละ 37.50) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดของตลาดสด เปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินงาน (n = 56)

ลักษณะตลาดสด	จำนวนตลาด	จำนวนแผง[a]	ผ่านมาตรฐานตลาดสดระดับ 3 ดาว		ผ่านมาตรฐานตลาดสดระดับ 5 ดาว	
1. ประเภทของเจ้าของตลาดสด (n, ร้อยละ)			ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง
1.1 หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น	35(62.50)	100 ± 272.50	1(1.79)	3(5.37)	2(3.58)	11(19.69)
1.2 เอกชน	18(32.14)	200 ± 150.00	1(1.79)	0	0	4(7.16)
1.3 ทหาร	3(5.36)	60 ± 0.00	0	1(1.79)	1(1.79)	2(3.58)
2. ประเภทผู้ประกอบการตลาดสด (n, ร้อยละ)			ก่อน	หลัง	ก่อน	หลัง
2.1 เจ้าของตลาดประกอบการเอง	51(91.07)	100 ± 140.00	2(3.58)	4(7.16)	3(5.37)	17(30.43)
2.2 ให้ผู้อื่นเช่าประกอบการหรือมีจัดการตลาดดูแลแทน	5(8.93)	300 ± 700.00	0	0	0	0

[a]Median ± Interquartile range (IQR)

ตารางที่ 2 คะแนนผ่านเกณฑ์ ด้านที่ 1 เรื่องมาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการ

มาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม	ก่อนดำเนินการ (n=56)	หลังดำเนินการ (n=56)	p-value
จำนวนตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสุขาภิบาล 17 ข้อแรก (n, ร้อยละ)	14 (25.00)	43 (76.79)	<0.001[a]
จำนวนตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสุขาภิบาล 17 ข้อแรก และผ่านเกณฑ์ด้านสุขาภิบาล ข้อ 18-40 อีกอย่างน้อย 18 ข้อขึ้นไป (n, ร้อยละ)	11 (19.64)	37 (66.07)	<0.001[a]
คะแนนมาตรฐานด้านสุขาภิบาล (ค่าเฉลี่ย ± SD)	30.36 ± 6.80	33.75 ± 8.51	0.004[b]

[a]McNemar Test และ [b]Paired t Test

จากผลการพัฒนาตลาดสดในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า จำนวนตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสุขาภิบาล 17 ข้อแรก และจำนวนตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานสุขาภิบาล 17 ข้อแรก และผ่านเกณฑ์ด้านสุขาภิบาล ข้อ 18-40 อีกอย่างน้อย 18 ข้อขึ้นไป หลังดำเนินการเพิ่มขึ้น ร้อยละ 51.79 และ 46.43 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.001$ และ $p<0.001$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 3 สัดส่วนของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ด้านที่ 2 เรื่องมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร เปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการ

ประเภทของตลาดสด	ก่อนดำเนินการ (n =56)	หลังดำเนินการ (n =56)	p-value[a]
1. ตรวจไม่พบสารฟอร์มาลิน (n, ร้อยละ)	42 (75.00)	43 (76.79)	1.000
2. ตรวจไม่พบสารกันรา (n, ร้อยละ)	53 (94.64)	52 (92.86)	1.000
3. ตรวจไม่พบสารบอแรกซ์ (n, ร้อยละ)	55 (98.21)	55 (98.21)	1.000
4. ตรวจไม่พบสารฟอกขาว (n, ร้อยละ)	52 (92.86)	54 (96.42)	1.000
5. ตรวจไม่พบยาฆ่าแมลง (n, ร้อยละ)	41 (73.21)	38 (67.86)	0.607
ผ่านเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (n, ร้อยละ)	29 (51.79)	28 (50.00)	1.000

[a]McNemar Test

สัดส่วนของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร หลังดำเนินการ พบว่า ผลตรวจไม่พบสารปนเปื้อนในอาหาร ทั้ง 5 ชนิด มีจำนวนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และหลังดำเนินการจำนวนตลาดสดผ่านเกณฑ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารโดยไม่พบสารปนเปื้อนในอาหาร พบร้อยละ 50.00 น้อยกว่า ก่อนดำเนินการ พบ ร้อยละ 51.79 แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p=1.000$) ดังตารางที่ 3 จากการศึกษาการรับรู้อันตรายจากสิ่งปนเปื้อนในผักสดของผู้จำหน่ายผักในตลาดสด พบว่า แนวทางการแก้ไขปัญหาเรื่องสารปนเปื้อนในอาหาร เจ้าของตลาด และหน่วยงานที่รับผิดชอบในส่วนท้องถิ่น ควรดำเนินการดังนี้ คือ (1) จัดประชุม อบรม หรือรณรงค์ให้ความรู้ ความเข้าใจ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว โดยใช้สื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ เช่น เสียงตามสาย หรือคลื่นวิทยุในท้องถิ่น เป็นต้น (2) ส่งเสริมให้ผู้จำหน่ายผักมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา เช่น ส่งเสริมการล้างผัก (3) ดำเนินการตามกฎหมายกับผู้จำหน่ายผักที่ตรวจพบสิ่งปนเปื้อนที่ไม่ปลอดภัยอย่างรวดเร็วและจริงจัง และประกาศให้ประชาชนทราบต่อไป (อรนิฎา และสุพัตรา, 2555)

ตารางที่ 4 สัดส่วนของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์ด้านที่ 3 เรื่องมาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค เปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการ

ประเภทของตลาดสด	ก่อนดำเนินการ (n =56)	หลังดำเนินการ (n =56)	p-value[a]
1. จัดให้มีสถานที่จัดบอร์ดให้ความรู้แก่ผู้บริโภค (n, ร้อยละ)	35 (62.50)	41 (73.21)	0.238
2. จัดให้มีจุดทดสอบสารปนเปื้อน (n, ร้อยละ)	28 (50.00)	38 (67.86)	0.052
3. จัดให้มีตราชั่งกลางที่ได้มาตรฐาน (n, ร้อยละ)	43 (76.79)	49 (87.50)	0.109
ผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค (n, ร้อยละ)	25 (44.64)	35 (62.50)	0.064

[a]McNemar Test

สัดส่วนของตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภค หลังดำเนินการ พบว่า การจัดให้มีสถานที่จัดบอร์ดให้ความรู้แก่ผู้บริโภค การจัดให้มีจุดทดสอบสารปนเปื้อนในตลาดสด และการจัดให้มีตราชั่งกลางที่ได้มาตรฐาน เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10.71, 17.86 และ 10.71 ตามลำดับแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และจำนวนตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านการคุ้มครองผู้บริโภคเพิ่มขึ้นหลังดำเนินการ พบร้อยละ 17.86 แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p=0.064) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 5 สัดส่วนของตลาดสด ที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ เปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินการ

ประเภทของตลาดสด	ก่อนดำเนินการ (n =56)	หลังดำเนินการ (n =56)	p-value[a]
1. มาตรฐานระดับ 3 ดาว (n, ร้อยละ)	2 (3057)	3 (5.36)	1.000
2. มาตรฐานระดับ 5 ดาว (n, ร้อยละ)	4 (7.14)	17 (30.36)	<0.001
3. ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (n, ร้อยละ)	50 (89.29)	36 (64.28)	<0.001

[a]McNemar Test

สัดส่วนของตลาดสด ที่ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ หลังดำเนินการ พบว่า จำนวนตลาดสดที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อระดับ 3 ดาว เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.79 แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (p=1.000) จำนวนตลาดสดที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อระดับ 5 ดาว เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.22 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (p<0.001) และจำนวนตลาดสดที่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ หลังดำเนินการลดลง ร้อยละ 25.01 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (p<0.001) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 6 ปัญหาที่พบในตลาดสด ที่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ

ประเภทของปัญหา	จำนวนแห่ง (ร้อยละ)		p-value[a]
	ก่อนดำเนินการ (n =56)	หลังดำเนินการ (n =56)	
1. การวางจำหน่ายสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่	30 (53.57)	21 (37.50)	0.093
2. ไม่มีระบบการแยกขยะ	30 (53.57)	14 (25.00)	0.002
3. ไม่มีที่ดักขยะมูลฝอยและบ่อดักไขมัน	29 (51.79)	9 (16.07)	0.013
4. ไม่มีจุดทดสอบสารปนเปื้อน	28 (50.00)	18 (32.14)	0.052
5. ไม่มีหมายเลขแผง และชื่อผู้ขายของ	28 (50.00)	22 (39.29)	0.307
6. ไม่มีตู้รับแสดงความคิดเห็น	25 (44.64)	11 (19.64)	0.007
7. ห้องส้วม ไม่แยกชายหญิง ไม่มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่	22 (39.29)	17 (30.36)	0.387
8. ไม่มีบอร์ดให้ความรู้แก่ผู้บริโภค	21 (37.50)	15 (26.79)	0.238
9. ผู้ขายของแต่งกาย ไม่ถูกหลักสุขาภิบาล	20 (35.71)	11 (19.64)	0.108

[a]McNemar Test

ตารางที่ 7 สาเหตุที่ตลาดสด ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อหลังดำเนินการ

สาเหตุที่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ	จำนวนแห่ง (ร้อยละ)
1. ไม่มีงบประมาณ	25 (44.64)
2. ผู้ขายยังไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา	15 (26.78)
3. ตลาดสดมีพื้นที่จำกัด	13 (23.21)
4. ยังไม่มีความรู้ในการแก้ไขปัญหา	8 (14.29)
5. ยังไม่มีนโยบายในการแก้ไขปัญหา	7 (12.50)
6. ไม่คุ้มค่าในการลงทุนปรับปรุงตลาดสด	4 (7.14)
7. ยังไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง	2 (3.57)

ปัญหาที่พบในตลาดสด ที่ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ก่อนและหลังดำเนินการพบว่า มากกว่าร้อยละ 20 เป็นปัญหาที่พบในหมวดที่ 1 เรื่องมาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เช่น การวางจำหน่ายสินค้าไม่เป็นหมวดหมู่ ไม่มีหมายเลขแผงและชื่อผู้ขายของ ไม่มีระบบการแยกขยะ เป็นต้น โดยปัญหาที่พบส่วนใหญ่ลดลงหลังดำเนินการ โดยเฉพาะปัญหาเรื่องระบบการแยกขยะ การจัดทำที่ดักขยะมูลฝอยและบ่อดักไขมัน จัดให้มีตู้รับแสดงความคิดเห็น ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังตารางที่ 6 สอดคล้องกับการศึกษาการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ พบว่า ความต้องการของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับตลาดสดส่วนใหญ่ คือ เรื่องมาตรฐานด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม เช่น ระบบระบายอากาศอย่างเพียงพอ ตลาดไม่มีน้ำขัง มีที่เก็บขยะมูลฝอย เป็นต้น โดยแนวทางการแก้ไขปัญหา คือ การทำให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างเจ้าของตลาด กรรมการตลาด ผู้จำหน่ายสินค้า และประชาชนผู้บริโภค รวมถึงเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ความคิดความต้องการและตัดสินใจการดำเนินการและประเมินผลด้วยตนเอง เรียกว่า เป็นการพัฒนาที่เน้นคนเป็นศูนย์กลาง (อติญาณ์ และคณะ, 2555) นอกจากนี้ท้องถิ่นควรออกเทศบัญญัติ/ข้อบัญญัติให้ตลาดสดประเภทที่ 1 ทุกแห่งต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ และควบคุมการจัดการขยะในพื้นที่ให้ถูกหลักสุขาภิบาลและตลาดสดประเภทที่พัฒนายาก

สาเหตุที่ตลาดสดไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ พบมากที่สุด คือ ไม่มีงบประมาณการพัฒนาตลาด พบร้อยละ 44.64 รองลงมาคือ ผู้ขายยังไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา ตลาดมีพื้นที่จำกัด ยังไม่มีความรู้ในการแก้ไขปัญหา และเจ้าของตลาดยังไม่มีนโยบายในการแก้ไขปัญหา พบร้อยละ 26.78, 23.21, 14.29 และ 12.50 ตามลำดับ ดังตารางที่ 7

วิจารณ์ผล

หลังดำเนินการ จำนวนตลาดสดที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ จำนวน 20 แห่ง (ร้อยละ 35.72) มากกว่าก่อนดำเนินการ จำนวน 6 แห่ง (ร้อยละ 10.71) โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 25.01 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($p<0.001$) แต่จากการรายงานของกรมอนามัย มีตลาดสดที่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ ในปี พ.ศ. 2558 ร้อยละ 60.08 ซึ่งถือว่าต่ำกว่าที่กรมอนามัยรายงานประมาณ 1.68 เท่า (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ, 2558) โดยสาเหตุที่ตลาดสดยังไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ คือ

1. ไม่มีงบประมาณ สามารถแก้ไขปัญหา ดังนี้

(1) ควรมีหน่วยงานหรือสถาบันการเงินเข้ามาสนับสนุนหาแหล่งเงินทุน

(2) ภาครัฐควรกำหนดนโยบายการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อเป็นนโยบายอย่างน้อย 3-5 ปี เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในเขตพื้นที่อย่างยั่งยืน กรมอนามัยควรบรรจุแผนหรือตัวชี้วัดการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อในระดับเขต ระดับจังหวัด และแผนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

สอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจของเจ้าของตลาด และประชาชนต่อโครงการตลาดสดน่าซื้อ พบว่า กรมอนามัยควรบรรจุประเด็นที่ต้องการพัฒนาไว้ในแผนสนับสนุนจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเร่งศึกษาและหาแนวทางการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการพัฒนาตลาดสด (จารุวรรณ, 2549)

2. ผู้ขายยังไม่ให้ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา การแก้ไขปัญหาได้ ดังนี้ คือ

(1) ควรมีการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ขายอาหารเห็นความสำคัญของมาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ เช่น การจัดโครงการศึกษาดูงานตลาดสดน่าซื้อที่ได้มาตรฐานเพื่อเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการ

(2) เจ้าของตลาดหรือผู้ดูแลตลาดสด ควรมีนโยบายในการพัฒนาตลาดสด เช่น จัดตั้งกลุ่มหรือชมรมผู้ประกอบการตลาด จัดทำระเบียบ ข้อบังคับ เพื่อใช้ร่วมกันระหว่างเจ้าของตลาดและผู้ขายของในตลาดสด

จากการศึกษาสุขภาวะกับการเป็นตลาดของภาษีเจริญ พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้ขายในตลาดสด คิดว่าเจ้าของตลาดและผู้ขายควรดำเนินการแก้ไขปรับปรุงตลาดสดร่วมกัน (ร้อยละ 47.4) และเจ้าของตลาดควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ร้อยละ 25.20) แต่ความคิดเห็นของผู้ขายของในตลาดสดส่วนใหญ่ ไม่ต้องต้องการให้ปรับปรุงตลาดสด (ร้อยละ 54.10) และต้องการให้ปรับปรุงให้เป็นแหล่งขายอาหารทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภค (ร้อยละ 31.90) ซึ่งตรงข้ามกับผู้ใช้บริการตลาดที่คิดว่าไม่ต้องต้องการให้ปรับปรุงตลาดสด (ร้อยละ 30.80) และต้องการให้ปรับปรุงให้เป็นแหล่งขายอาหารทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภค (ร้อยละ 45.40) (วารุณี และคณะ, 2558) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาทัศนคติของผู้ค้าต่อการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ พบว่า ควรมีการเสริมสร้างแรงจูงใจและกระตุ้นให้กับผู้ค้าผู้ช่วยขายของเห็นความสำคัญในการให้ความรู้เรื่องตลาดสดน่าซื้ออย่างสม่ำเสมอ และคณะผู้บริหารมีส่วนสำคัญในการผลักดันช่วยเหลือสนับสนุนในการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ เช่น การจัดระเบียบตลาดและการตั้งกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ในการอยู่ร่วมกันของผู้ค้าและผู้ช่วยขายของ (ลักษณียา และวรางคนา, 2556)

3. ตลาดมีพื้นที่จำกัด แก้ไขปัญหาได้ ดังนี้ คือ

(1) สำหรับบริเวณห้องน้ำ หากมีพื้นที่ไม่เพียงพอ เจ้าของตลาด ควรเช่าอาคารสถานที่ใกล้เคียงที่มีห้องน้ำห้องส้วมในการให้บริการและให้บริการแบบมีหรือไม่มีค่าใช้จ่ายก็ได้

(2) สำหรับตลาดสดที่ไม่มีบริเวณรวบรวมขยะมูลฝอยหรือพื้นที่ไม่เพียงพอ ผู้ขายประจำแผงของตลาดสดควรมีที่รองรับขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาลและทำความสะอาดสม่ำเสมอ

4. ผู้ดูแลตลาดยังไม่มีความรู้หรือผู้รับผิดชอบโดยตรงในการแก้ไขปัญหา การแก้ไขปัญหา คือ

(1) จัดตั้งกลุ่ม ชมรม หรือคณะกรรมการตลาดสดในระดับจังหวัด เพื่อรับฟังปัญหา และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แนวทางการแก้ไขปัญหาของตลาดสดร่วมกัน

(2) หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีแผนงานโครงการพัฒนาตลาดสด

(3) จัดทำกรอบอัตรากำลัง และรับสมัครผู้รับผิดชอบงานด้านสาธารณสุข สำหรับหน่วยงานส่วนท้องถิ่น เพื่อดูแลตลาดที่รับผิดชอบ ส่วนภาคเอกชนควรดำเนินการหาผู้ดูแลตลาดสดโดยเร่งด่วน

5. เจ้าของตลาดยังไม่มีนโยบายในการแก้ไขปัญหาหรือไม่คุ้มค่าในการลงทุน การแก้ไขปัญหา คือ

(1) ในกรณีที่ตลาดสดมีข้อบกพร่องที่ต้องดำเนินการแก้ไขโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือความปลอดภัยของผู้บริโภค เจ้าของตลาดหรือผู้ประกอบการตลาดควรชี้แจงหรือกำหนดแผนการทำงานเพื่อแก้ไขตลาดสดในอนาคต

(2) ในกรณีที่ตลาดสดมีข้อบกพร่องที่ต้องดำเนินการแก้ไขโดยส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือความปลอดภัยของผู้บริโภคจนอาจเกิดอันตรายต่อประชาชนผู้มารับบริการ พนักงานเจ้าหน้าที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 สามารถออกคำสั่งให้หยุดกิจการนั้นไว้ทันทีเป็นการชั่วคราวจนกว่าเจ้าของตลาดสดจะมีการปรับปรุงแก้ไข

สรุปผล

การศึกษามาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ โดยการมีส่วนร่วมของแกนนำ ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชน สามารถเพิ่มจำนวนตลาดสดน่าซื้อตามเกณฑ์ประเมินและพัฒนาการยกระดับตลาดสดน่าซื้ออันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป โดยอาศัยการทำงานในรูปแบบของเครือข่ายงานสาธารณสุขในระดับพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อระดับ 5 ดาว แล้วควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ตลาดสดในระดับจังหวัด

2. สำหรับตลาดสดที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อระดับ 3 ดาว และ 5 ดาว ควรศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการสร้างความยั่งยืนเพื่อเป็นตลาดสดน่าซื้อ เช่น ปัจจัยความสำเร็จของตลาดสดน่าซื้อโดยการขับเคลื่อนของชมรมผู้ขายของในตลาดสด เป็นต้น

3. สำหรับตลาดสด ที่ยังไม่ที่ผ่านเกณฑ์ ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาตลาดสดและการจัดทำแผนการพัฒนาเพื่อปรับปรุงโครงสร้างในตลาดสด

บรรณานุกรม

1. จารุวรรณ ทับเที่ยง. (2549). ความพึงพอใจของเจ้าของตลาด เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการ และประชาชนต่อโครงการตลาดสดน่าซื้อในพื้นที่รับผิดชอบของศูนย์อนามัยที่ 1-12. กรุงเทพมหานคร. *วารสารควบคุมโรค* 32,63-72.
2. จุฬาภรณ์ โสตะ และอัมพรพรรณ ธีรานุช. (2553). โครงการร่วมใจพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ. *วารสารศูนย์บริการวิชาการ* 18,49-55.
3. บัญชา ปิ่นทอง. (2547). ความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการดำเนินงานโครงการตลาดสดน่าซื้อเทศบาลตำบลด่านช้าง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารสาธารณสุขและการพัฒนา* 2,51-59.
4. ลักษณียา อุปริสาร และวรางคนา สังสิทธิสวัสดิ์. (2556). ทัศนคติของผู้ค้าต่อการพัฒนาตลาดสดน่าซื้อ เทศบาลตำบลเชียงยืน จังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิจัยสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น* 6,173-180.
5. วารุณี เพไร, สุขศิริ ประสมสุข, ชนิดา มัทวางกูล และคณะ. (2551). *สุขภาวะกับการเป็นตลาดของภาษีเจริญ* [อินเทอร์เน็ต]. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) [เข้าถึงเมื่อ 1 ม.ค. 2558]. เข้าถึงได้จาก: http://rcfcd.com/wp-content/uploads/2014/01/6_ สุขภาวะกับการเป็นตลาดของภาษีเจริญ.pdf
6. ศูนย์บริหารกฎหมายสาธารณสุข กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. 2552. *พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)* 2550. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สำนักกิจการ โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารศึก
7. สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2555). *คู่มือการตรวจสุขาภิบาลอาหารประกอบหลักสูตรผู้ตรวจสอบสุขาภิบาลอาหาร*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
8. สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2558). *กว่าจะเป็น....ตลาดสดน่าซื้อ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
9. สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2558). *คู่มือตลาดสดน่าซื้อ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
10. สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2558). *ตลาดสดน่าซื้อ* [อินเทอร์เน็ต]. นนทบุรี: สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ [เข้าถึงเมื่อ 1 ม.ค. 2559]. เข้าถึงได้จาก: http://foodsan.anamai.moph.go.th/main.php?filename=market
11. สำนักอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. (2555). *เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแนวทางดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาค* ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด: กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
12. สุวิดา ธรรมมณีวงศ์. (2553). ตลาดสด: การสร้างเศรษฐกิจชาติในเขตเศรษฐกิจและวัฒนธรรม. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร* 30,131-146.
13. อติญาณ์ ศรเกษตริน, นงเยาว์ ชัยทอง, ชุลีพร เอกรัตน์ และบุปผา กิตติพิพัฒน์. (2555). การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาตลาดสดตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ: กรณีศึกษาตลาดสดกอบกาญจน์ ต.ตลาด อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี. *วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข* 22,98-110.
14. อรนิฎา ธารเจริญ และสุพัตรา ชาติบัญชาชัย. (2555). การรับรู้อันตรายจากสิ่งปนเปื้อนในผักสดของผู้จำหน่ายผักในตลาดสดแห่งหนึ่งในจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิจัย มข. (บศ.)* 12,97-104.