

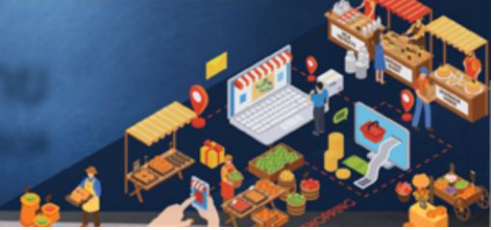


หลักเกณฑ์การประเมิน และคู่มือปฏิบัติงาน ตลาดต้นแบบ ปี 2568



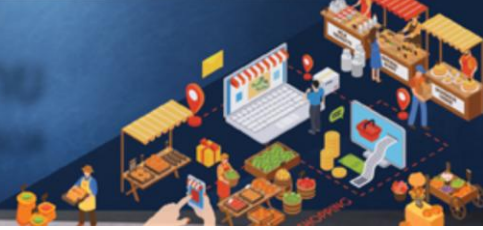
2025

(ปกใน)



สารบัญ

บทที่ 1. เกี่ยวกับองค์การตลาด.....	2
1.1 การดำเนินการเกี่ยวกับตลาด.....	2
1.2 ธุรกิจอื่น	2
1.3 วิสัยทัศน์และพันธกิจ.....	3
1.4 การกำหนดห่วงโซ่คุณค่าขององค์การตลาด	3
บทที่ 2. หลักการและเหตุผล	6
บทที่ 3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	7
3.1 หลักการประเมินคุณภาพตลาด.....	7
มาตรฐานตลาดในประเทศญี่ปุ่น.....	7
มาตรฐานตลาดในประเทศเกาหลีใต้.....	8
มาตรฐานตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา.....	10
บทที่ 4. เกณฑ์การประเมินตลาดต้นแบบ	13
สุขอนามัยและความปลอดภัย (Health and Safety: HS).....	14
HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ.....	14
HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	15
HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด	16
HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด.....	17
HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	18
บทที่ 5. คู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบตลาดสาขาลำพูน “ตลาดชุมชนแห่งวัฒนธรรมเมืองเหนือ”	42
บทที่ 6. คู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบตลาดสาขาหนองม่วง "ตลาดชุมชน เมืองลพบุรี"	45
บทที่ 7. ภาคผนวก.....	48
แบบประเมินตลาดต้นแบบ.....	48
คู่มือปฏิบัติงานตลาดสาขาหนองม่วง.....	52
คู่มือปฏิบัติงานตลาดสาขาลำพูน.....	



บทที่ 1. เกี่ยวกับองค์การตลาด

องค์การตลาด (“อต.”) เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงมหาดไทย ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนา และบริหาร เครือข่ายตลาดภาครัฐ และส่งเสริมตลาดร่วมเอกชน เพื่อเป็นกลไกของรัฐบาลในการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าชุมชน เพื่อประชาชน ในปัจจุบันดำเนินการกิจ 2 ประการ คือ 1) การกิจในด้านการบริหารพื้นที่ตลาด โดยมีตลาดในความรับผิดชอบ 5 แห่ง และ 2) การกิจในด้านธุรกิจอื่น เช่น ดำเนินการเกี่ยวกับการจำหน่ายข้าวสารและอาหารดิบให้แก่เรือนจำและส่วนราชการ ต่างๆ เป็นต้น

1.1 การดำเนินการเกี่ยวกับตลาด

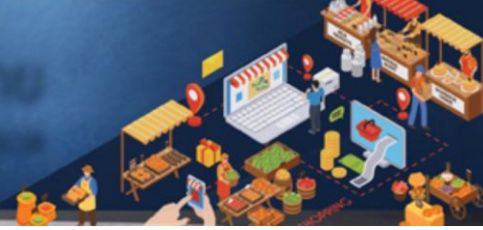
จัดสร้างตลาดสาธารณะให้เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ใช้งบประมาณของหน่วยงาน และองค์การตลาด นำส่งเงินรายได้แผ่นดินปีละ 55% ของกำไรสุทธิ โดยปัจจุบันจัดตั้งตลาดสาธารณะ ให้บริการประชาชน 5 แห่ง คือ

- ตลาดสาขapakคลองตลาด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร
- ตลาดสาขานองม่วง อำเภอนองม่วง จังหวัดลพบุรี
- ตลาดสาขาลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- ตลาดสาขางดแล อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
- ตลาดสาขาดลิ่งชัน เขตดลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

โดยตลาดสาขางดแลและดลิ่งชันองค์การตลาดยังประกอบธุรกิจให้เช่าห้องพักอาศัยและอาคารพาณิชย์ด้วย

1.2 ธุรกิจอื่น

ธุรกิจอื่นขององค์การตลาด ได้แก่ การจัดส่งข้าวสารอาหารดิบและเชื้อเพลิง (ไม้ฟืน, แกลบ) ให้แก่ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ โดยเฉพาะ กรมราชทัณฑ์ ซึ่งเป็นภารกิจเสริมเพื่อหารายได้ให้แก่องค์การตลาดฯ อีกส่วนหนึ่ง นอกเหนือจากการ ดำเนินการเกี่ยวกับตลาด ทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรในท้องถิ่นต่างๆ มีแหล่งจำหน่ายผลผลิตของตนเพิ่มมากขึ้น องค์การ ตลาดฯ ดำเนินการจัดส่ง อาหารดิบ ข้าวสาร และเชื้อเพลิงให้แก่เรือนจำ ทัณฑสถานของกรมราชทัณฑ์ทั่วประเทศ และส่วน ราชการอื่นๆ โดยในช่วงปีงบประมาณ 2515 - 2519 องค์การตลาดฯ ดำเนินการจัดส่งอาหารดิบ และเชื้อเพลิง โดยมีติ คณะรัฐมนตรี เป็นกรณีพิเศษ แต่ในปีงบประมาณ 2532 เป็นต้นมา ได้มีการยกเลิกมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าวข้างต้น และให้องค์การ ตลาดฯ ดำเนินการเข้าร่วมประกวดราคาเพื่อเสนอราคาอาหารดิบและเชื้อเพลิงแข่งขันกันกับเอกชนและรัฐวิสาหกิจอื่นๆ



1.3 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

วิสัยทัศน์

“องค์การตลาดเป็นแหล่งสร้างรายได้ของผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้บริโภคสมประสงค์ อย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

“องค์การตลาดมุ่งมั่นในการ นำสินค้าสู่ผู้บริโภค อย่างมีอาชีพ”

1.4 การกำหนดห่วงโซ่คุณค่าขององค์การตลาด

โดยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์การตลาดพบว่ามีการจัดกลุ่มกระบวนการออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) กลุ่มกระบวนการภารกิจหลัก (Primary Activity) และ 2) กลุ่มกระบวนการสนับสนุน (Support Activities)

โดยประกอบด้วยกลุ่มกระบวนการภารกิจหลักจำนวน 5 ภารกิจสำคัญ ได้แก่

- 1) การจัดการอุปสงค์ของตลาดและขนส่ง (Demand Management and Logistic) ซึ่งเป็นกิจกรรมเริ่มต้นกระบวนการตามภารกิจจัดหาอาหารสดเข้าราชทัณฑ์และหน่วยงานที่มีความต้องการสินค้า (Demand) และครอบคลุมการขนส่งสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด
- 2) การจัดการตลาดสาขา (Market Operation) ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักในการดำเนินการกิจบริหารจัดการตลาดสาขา
- 3) การขายและตลาด (Sales and Marketing) เป็นกิจกรรมควบคุมตามภารกิจเพื่อหารายได้ และทำการตลาด
- 4) บริการเช่าสิ่งหาประโยชน์ (Services) เป็นกิจกรรมในการให้บริการตักเช่า ร้านค้าเช่า ภายใต้การกำกับขององค์การตลาด
- 5) การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) เป็นกิจกรรมในจับคู่พันธมิตรการค้า เพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการโดยมีองค์การตลาดเป็นบุคคลกลางในการสนับสนุนและเป็นกลไกในการควบคุมคุณภาพ

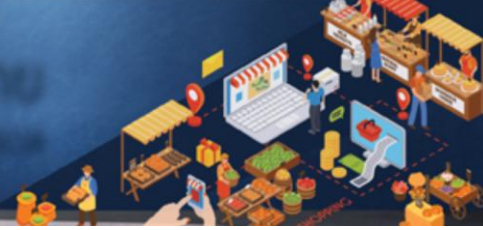
และมีกระบวนการสนับสนุนจำนวน 12 กระบวนการ

ทั้งนี้จะมีการกำหนด (Work System) ซึ่งเป็นองค์ประกอบของแต่ละกระบวนการที่อธิบายถึงกิจกรรม ลูกค้า (กลุ่มเป้าหมาย) สารสนเทศ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สินค้าและบริการ ตลอดจนระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

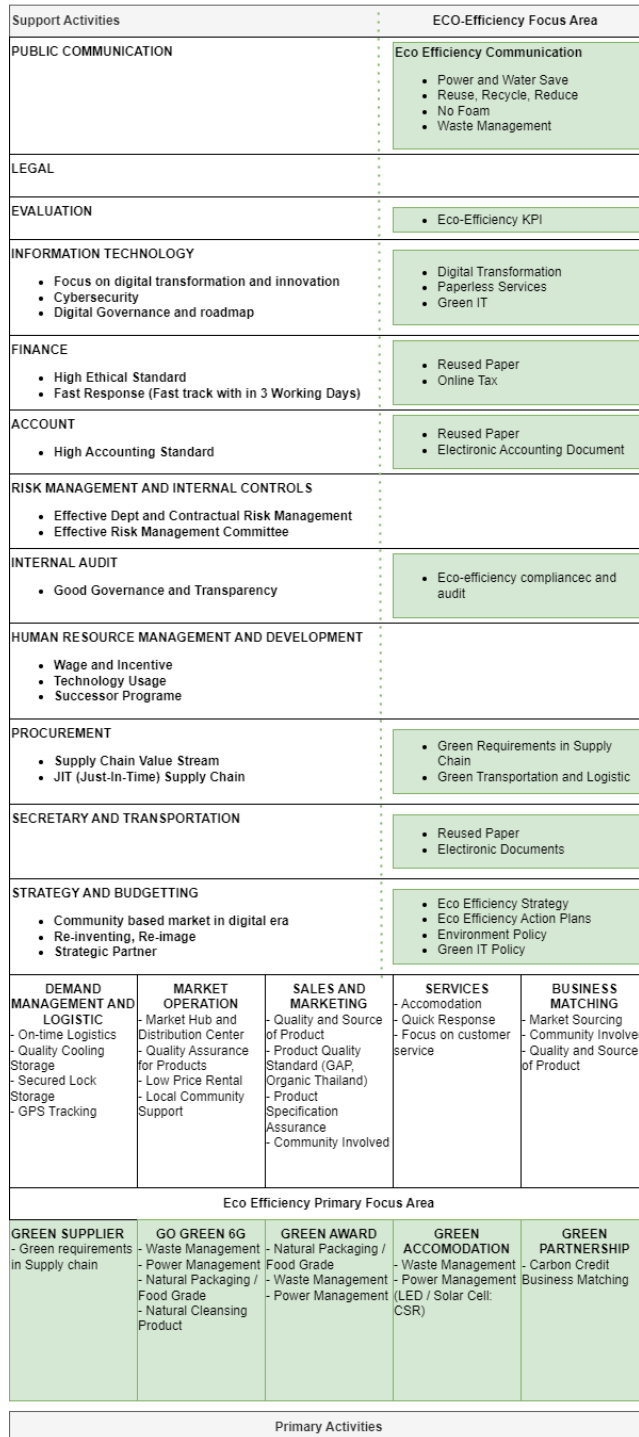


องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาภาคฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน



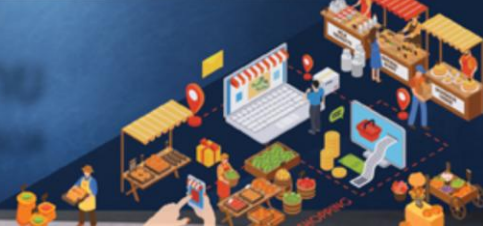
VALUE CHAIN



ECO-Efficiency Added Value

VALUE STREAM MARGIN

ภาพที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่าขององค์การตลาดโดยแสดงเปรียบเทียบคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม

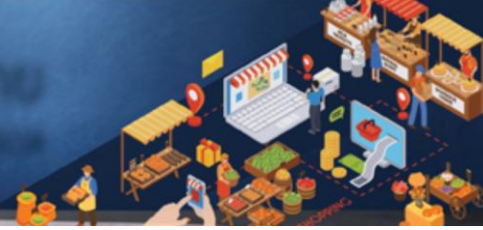


ในการบริหารจัดการตลาดนั้นถือเป็นหนึ่งในกระบวนการภายใต้ Value Chain ขององค์กรในส่วน Market Operation ซึ่งถือเป็นกระบวนการสำคัญในการกิจขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยกระบวนการย่อยด้านการจัดการ ดังนี้

1. การจัดตั้งตลาดและการกระจายสินค้า
2. การประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์
3. การจัดการด้านราคาและค่าเช่า
4. การสนับสนุนชุมชน

ในส่วนของกระบวนการย่อยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสิ่งแวดล้อม (เชื่อมโยงการประเมินประสิทธิภาพนิเวศ) ประกอบด้วยกระบวนการย่อย จำนวน 4 กระบวนการ ได้แก่

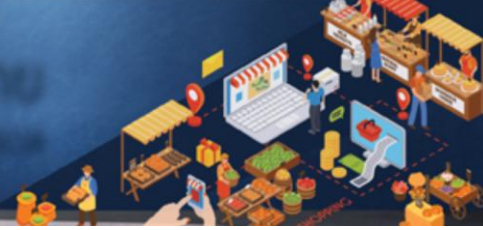
1. การจัดการขยะ
2. การจัดการพลังงาน
3. การจัดการบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ
4. การใช้ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดจากธรรมชาติ



บทที่ 2. หลักการและเหตุผล

องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย (อต.) มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาตลาดในการกำกับดูแลขององค์การตลาดและเครือข่ายตลาดท้องถิ่นของกระทรวงมหาดไทย เพื่อยกระดับตลาดเกษตรปลอดภัยให้มีมาตรฐานสูงขึ้นไปสู่ตลาดสีเขียวหรือ Green Market และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เป็นการบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้องค์การดำเนินการจัดการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เน้นการมีส่วนร่วมในการดำเนินการจากตลาดเครือข่าย และสอดคล้องเชิงยุทธศาสตร์กับแนวทางของรัฐบาล และเป็นกลไกในการสร้างความเข้มแข็งให้้องค์การตลาดสามารถขับเคลื่อนองค์การไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีจุดมุ่งเน้นทิศทางที่ชัดเจนตามที่กำหนดในแผนยุทธศาสตร์

ด้วยบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ ประจำปี 2568 ได้กำหนดเกณฑ์วัดการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ หัวข้อ 1.3 ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัยของตลาด ระดับความสำเร็จในการกำหนด หรือทบทวนหลักเกณฑ์ รวมถึงคู่มือตลาดต้นแบบให้ครอบคลุมมาตรฐานถูกสุขลักษณะ ปลอดภัยต่อผู้บริโภคมาตรฐาน BCG MODEL และแผนปฏิบัติการประจำปีบัญชี 2568 เพื่อสามารถนำไปใช้ในการประเมินตลาดต้นแบบนาร่องอย่างน้อย 1 แห่ง (ตลาดสาขาหนองม่วง หรือตลาดสาขาลำพูน)



บทที่ 3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ตลาดชุมชนมีความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับวิถีชีวิตของคนไทยในหลายมิติ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตลาดชุมชนไม่เพียงแต่เป็นแหล่งซื้อขายสินค้า แต่ยังเป็นศูนย์กลางของการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและความรู้ในระดับท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และชุมชนในลักษณะที่พึ่งพาอาศัยกัน คนไทยใช้ตลาดชุมชนเป็นพื้นที่ในการจัดหาระดับชีวิตใหม่เพื่อการปรุงอาหารในชีวิตประจำวัน รวมถึงการเลือกซื้อสินค้าพื้นเมืองที่แสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ตลาดยังเป็นเวทีสำหรับการแสดงออกถึงวัฒนธรรม เช่น การขายอาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และการจัดกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม การพบปะพูดคุยในตลาดช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชน ทำให้ตลาดชุมชนไม่เพียงเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญ แต่ยังเป็นกลไกทางสังคมที่เชื่อมโยงคนไทยเข้ากับรากฐานของวัฒนธรรมและการดำรงชีวิตแบบวิถีไทยในทุกภูมิภาค.

ด้วยเหตุนี้การประเมินตลาดเป็นกระบวนการสำคัญในการวิเคราะห์และวัดผลประสิทธิภาพของตลาดในมิติที่หลากหลาย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย ความยั่งยืน และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการจัดการพื้นที่และระบบภายในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการนี้มุ่งเน้นการตรวจสอบว่าโครงสร้างและการดำเนินงานของตลาดสอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ ทั้งในด้านสุขอนามัย การจัดการขยะ การส่งเสริมสินค้าในท้องถิ่น และการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความสะดวกและโปร่งใส การประเมินตลาดยังช่วยระบุจุดอ่อนและโอกาสในการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพตลาดให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของทั้งผู้ค้าและผู้บริโภค พร้อมทั้งสนับสนุนเป้าหมายทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของชุมชนหรือประเทศในภาพรวม

3.1 หลักการประเมินคุณภาพตลาด

การศึกษาและเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดในและต่างประเทศ โดยเฉพาะมาตรฐานของหน่วยงานกำกับตลาดในต่างประเทศ สามารถช่วยให้องค์การตลาดถอดแบบเกณฑ์ที่มีความทันสมัยและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติจากรายละเอียดของมาตรฐานและหลักการที่ใช้ในหน่วยงานกำกับตลาดของต่างประเทศที่มีชื่อเสียง

มาตรฐานตลาดในประเทศญี่ปุ่น

ตลาดในประเทศญี่ปุ่นมีรากฐานยาวนานและสะท้อนถึงความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์มาตั้งแต่อดีต ในยุคเอโดะ (ค.ศ. 1603-1868) ตลาดเริ่มเป็นศูนย์กลางของการค้าและการแลกเปลี่ยนสินค้าในเมืองใหญ่ เช่น โตเกียว และโอซาก้า ตลาดท้องถิ่นในยุคนั้นเป็นพื้นที่สำหรับการซื้อขายสินค้าพื้นเมือง อาหารสด และผลิตภัณฑ์ที่นำเข้ามาจากภูมิภาคอื่น

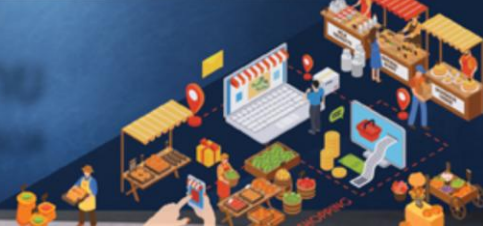
หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเทศญี่ปุ่นได้ฟื้นฟูเศรษฐกิจและสร้างระบบตลาดแบบสมัยใหม่ โดยรัฐบาลเริ่มกำกับดูแลตลาดมากขึ้นผ่านการจัดตั้งตลาดกลาง (Wholesale Markets) เพื่อสนับสนุนการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและควบคุมราคาให้เหมาะสมสำหรับผู้บริโภค ระบบนี้ช่วยให้ตลาดในญี่ปุ่นพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีมาตรฐานที่ชัดเจนในด้านคุณภาพสินค้าและสุขอนามัย

เกณฑ์มาตรฐานสำคัญในปัจจุบันของตลาดในประเทศญี่ปุ่น

1. มาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety Standards)

ญี่ปุ่นมีกฎหมายและข้อบังคับที่เข้มงวดเกี่ยวกับสุขอนามัยในตลาด เช่น กฎหมายสุขอนามัยอาหาร (Food Sanitation Law) ที่กำหนดให้ตลาดต้องตรวจสอบคุณภาพสินค้า เช่น อาหารทะเล เนื้อสัตว์ และผักผลไม้ โดยมีการตรวจสอบจากหน่วยงานรัฐและเจ้าหน้าที่ตลาดเป็นประจำเพื่อควบคุมมาตรฐาน





ด้านความปลอดภัยนั้น ตลาดต้องมีระบบระบายอากาศที่ดี พื้นผิวต้องสะอาด และมีพื้นที่แยกสำหรับจัดเก็บสินค้าแช่เย็นและสินค้าสด

2. การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste Management and Environmental Standards)

ตลาดในญี่ปุ่นมีระบบจัดการขยะที่ครอบคลุม เช่น การคัดแยกขยะ การใช้ไซเคิล และการกำจัดขยะอินทรีย์ บางตลาด เช่น ตลาดปลาซึคิจิ (Tsukiji) เดิม และโตโยสุ (Toyosu) ในปัจจุบัน มีการใช้ระบบบำบัดน้ำเสียเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการค้าขายสินค้าอาหารทะเล และรณรงค์ลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกและส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม.

3. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Standards)

ตลาดในญี่ปุ่นนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการ เช่น ระบบประมูลออนไลน์ (Online Auction) ที่เพิ่มความโปร่งใสในการซื้อขาย โดยเฉพาะตลาดสินค้าประเภทอาหารทะเล อีกทั้งยังมีระบบติดตามที่มาของสินค้า (Traceability System) ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบที่มาของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจในคุณภาพ บางตลาดเริ่มนำแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการจัดการร้านค้าและการติดต่อกับผู้ซื้อ.

4. การออกแบบพื้นที่ตลาดให้ทันสมัยและใช้งานได้หลายรูปแบบ (Modern and Multi-functional Spaces)

ตลาดใหม่ เช่น ตลาดโตโยสุ ได้รับการออกแบบให้เป็นอาคารทันสมัยที่มีพื้นที่ใช้งานหลากหลาย เช่น พื้นที่สำหรับการค้าขาย ห้องจัดประชุม ร้านอาหาร และพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยว มีการสร้างพื้นที่จัดเก็บสินค้าและพื้นที่ค้าขายที่แยกตามประเภทของสินค้า เช่น สินค้าสด สินค้าแช่เย็น และสินค้าแห้ง เพื่อความสะดวกในการจัดการ.

5. การส่งเสริมสินค้าในท้องถิ่นและวัฒนธรรม (Local Product and Cultural Promotion)

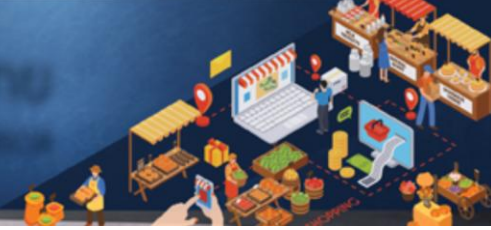
ตลาดในญี่ปุ่นสนับสนุนการขายสินค้าในท้องถิ่น เช่น ผักผลไม้ตามฤดูกาล อาหารพื้นเมือง และงานฝีมือ ตลาดใหญ่หลายแห่งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น งานเทศกาลอาหาร ตลาดนัดสินค้าเกษตร และกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว

มาตรฐานตลาดในญี่ปุ่นสะท้อนถึงความใส่ใจในคุณภาพสินค้า สุขอนามัย การจัดการสิ่งแวดล้อม และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ความทันสมัยของมาตรฐานเหล่านี้ช่วยสนับสนุนความยั่งยืนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในระดับโลก ทั้งยังเป็นตัวอย่างที่ดีในการพัฒนามาตรฐานตลาดสำหรับประเทศอื่น ๆ รวมถึงประเทศไทย ตัวอย่างตลาดสำคัญ ได้แก่

- **ตลาดโตโยสุ (Toyosu Market):** ตลาดค้าส่งอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในญี่ปุ่น มีมาตรฐานสูงด้านสุขอนามัยและการจัดการสิ่งแวดล้อม
- **ตลาดนชิกิ (Nishiki Market):** ตลาดในเกียวโตที่มีชื่อเสียงด้านอาหารพื้นเมืองและการส่งเสริมวัฒนธรรม
- **ตลาดโออิโซ (Oiso Market):** ตลาดท้องถิ่นที่ส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์และความยั่งยืน.

มาตรฐานตลาดในประเทศเกาหลีใต้

ตลาดในประเทศเกาหลีใต้มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาตั้งแต่อดีต โดยตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Markets) เช่น ตลาดนัมแดมุน (Namdaemun) และตลาดกวางจัง (Gwangjang) มีการดำเนินงานมาเป็นเวลากว่าร้อยปี ตลาดเหล่านี้เป็นศูนย์กลางการค้าขายสินค้าพื้นเมืองและสินค้าประจำฤดูกาล ในช่วงหลังสงครามเกาหลี (1950-1953) รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ตลาดดั้งเดิมและตลาดค้าส่งได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยมากขึ้นเพื่อรองรับการเติบโตของเมืองใหญ่



ปัจจุบัน รัฐบาลเกาหลีได้ส่งเสริมการปรับปรุงตลาดทั้งในแง่ของโครงสร้างพื้นฐานและการกำกับดูแล เพื่อสนับสนุนการพัฒนาตลาดให้มีมาตรฐานที่ตอบโจทย์ยุคสมัย เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ การเพิ่มความโปร่งใสในการค้า และการส่งเสริมความยั่งยืน.

เกณฑ์มาตรฐานสำคัญในปัจจุบันของตลาดในประเทศเกาหลีใต้

1. ความสะดวกและสุขอนามัย (Hygiene and Cleanliness Standards)

ตลาดต้องมีระบบการจัดการสุขอนามัยที่เข้มงวด เช่น การแยกพื้นที่สำหรับสินค้าสด อาหารปรุงสุก และสินค้าที่ไม่ใช่อาหาร รัฐบาลมีข้อกำหนดเกี่ยวกับสุขอนามัย เช่น การตรวจสอบคุณภาพอาหาร การควบคุมอุณหภูมิสำหรับสินค้าที่ต้องแช่เย็น และการกำจัดขยะอย่างถูกต้อง มีการติดตั้งระบบสุขาภิบาล เช่น ถังขยะสำหรับแยกประเภทขยะ และการล้างทำความสะอาดพื้นที่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ.

2. ความยั่งยืนและการจัดการสิ่งแวดล้อม (Sustainability and Environmental Management)

ตลาดหลายแห่งในเกาหลีใต้ เช่น ตลาดเกษตรอินทรีย์และตลาดกลางแจ้ง มีการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์และมีการส่งเสริมการลดขยะพลาสติก เช่น การแนะนำให้ใช้ถุงผ้าและบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ ระบบรีไซเคิลในตลาดได้รับการออกแบบมาอย่างดี เพื่อช่วยลดขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม.

3. เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technology and Innovation Standards)

ตลาดในเกาหลีใต้เริ่มใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและแอปพลิเคชันในการซื้อขายสินค้า เช่น แอปพลิเคชันตลาดเกษตรที่ช่วยให้เกษตรกรขายผลผลิตโดยตรงกับผู้บริโภคการประมูลสินค้าแบบดิจิทัลถูกนำมาใช้ในตลาดค้าส่ง เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและลดความซับซ้อนของกระบวนการค้า ตลาดบางแห่งเริ่มติดตั้งระบบติดตามสินค้า (Traceability System) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบที่มาของผลิตภัณฑ์ เช่น ผัก ผลไม้ และเนื้อสัตว์.

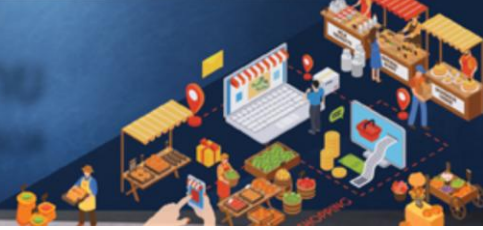
4. การออกแบบพื้นที่ที่เหมาะสม (Modern Market Design)

ตลาดได้รับการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การติดตั้งหลังคา การจัดพื้นที่ค้าขายให้มีระเบียบ และการสร้างพื้นที่จอดรถ ตลาดใหม่ เช่น ตลาดเกษตรอินทรีย์ Yangjae Farmers Market ได้รับการออกแบบให้มีพื้นที่ค้าขายที่สะอาดและทันสมัย รวมถึงพื้นที่อเนกประสงค์สำหรับกิจกรรมชุมชนและงานวัฒนธรรม. การเพิ่มพื้นที่พักผ่อน เช่น ร้านกาแฟ หรือโซนอาหารเพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้มาที่ตลาดมากขึ้น.

5. ส่งเสริมสินค้าในท้องถิ่นและเศรษฐกิจชุมชน (Local Product Promotion and Community Development)

ตลาดในเกาหลีใต้ส่งเสริมสินค้าในท้องถิ่น เช่น ผักสด ผลไม้ และอาหารประจำฤดูกาล เพื่อสนับสนุนเกษตรกรและผู้ผลิตรายย่อยและมีกิจกรรมตลาดนัดและงานเทศกาลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น งานแสดงอาหารพื้นเมือง และการขายสินค้าเกษตรแบบตรงจากฟาร์ม การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเป็นเป้าหมายหลัก โดยตลาดเป็นศูนย์กลางของการพบปะและแลกเปลี่ยนระหว่างชาวบ้าน.

มาตรฐานตลาดในเกาหลีใต้มีความทันสมัยและมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ผ่านการส่งเสริมสุขอนามัย การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ตลาดยังเป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ทำให้เกาหลีใต้เป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับการพัฒนาตลาดในประเทศอื่น ๆ รวมถึงประเทศไทย ตัวอย่างตลาดสำคัญ ได้แก่



- **ตลาดนัดแดมุน (Namdaemun Market):** ตลาดดั้งเดิมที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ มีสินค้าหลากหลายตั้งแต่อาหารสด เสื้อผ้า ไปจนถึงงานหัตถกรรม.
- **ตลาดกวางจัง (Gwangjang Market):** มีชื่อเสียงด้านอาหารพื้นเมือง เช่น บิบิมบับ (ข้าวยำเกาหลี) และแพนเค้กเกาหลี.
- **Yangjae Farmers Market:** ตลาดที่เน้นสินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าในท้องถิ่น พร้อมพื้นที่สำหรับกิจกรรมชุมชน.

มาตรฐานตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา

ตลาดในสหรัฐอเมริกาเริ่มต้นขึ้นในรูปแบบตลาดท้องถิ่นและตลาดเกษตรกร (Farmers' Markets) ตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 โดยเป็นศูนย์กลางของการซื้อขายสินค้าเกษตรและอาหารที่ผลิตในชุมชนท้องถิ่น ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 การขยายตัวของเมือง และการพัฒนาเครือข่ายการขนส่งทำให้ตลาดค้าส่ง (Wholesale Markets) เริ่มมีบทบาทสำคัญสำหรับการกระจายสินค้าในระดับภูมิภาคและประเทศ

ในปัจจุบัน ตลาดในสหรัฐอเมริกามีรูปแบบหลากหลาย ตั้งแต่ตลาดเกษตรกรที่มุ่งเน้นสินค้าออร์แกนิกและสินค้าท้องถิ่น ไปจนถึงตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ เช่น ตลาดปลาฟุลตัน (Fulton Fish Market) ในเมืองนิวยอร์ก ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าอาหารทะเลขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก มาตรฐานการกำกับดูแลตลาดในสหรัฐอเมริกาถูกกำหนดโดยหน่วยงานต่าง ๆ เช่น กระทรวงเกษตรของสหรัฐอเมริกา (USDA) และหน่วยงานระดับรัฐและท้องถิ่น

เกณฑ์มาตรฐานสำคัญในปัจจุบันของตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา

1. ความปลอดภัยและสุขอนามัยของอาหาร (Food Safety and Hygiene Standards)

ตลาดในสหรัฐอเมริกาต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยของอาหารที่กำหนดโดย Food Safety Modernization Act (FSMA) ซึ่งควบคุมการจัดการอาหารสดและอาหารแปรรูปในตลาด อีกทั้งต้องมีระบบจัดการสุขอนามัยที่ดี เช่น การล้างมือ การจัดเก็บสินค้าในอุณหภูมิที่เหมาะสม และการป้องกันการปนเปื้อน

2. การส่งเสริมสินค้าในท้องถิ่นและเกษตรอินทรีย์ (Local and Organic Product Standards)

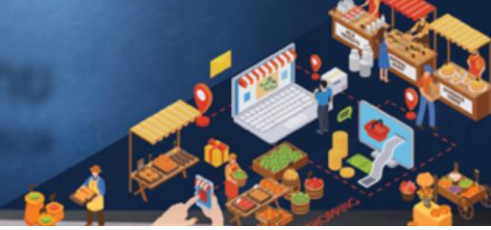
ตลาดเกษตรกรที่ได้รับการรับรองจาก USDA จะต้องสนับสนุนการขายสินค้าเกษตรที่ปลูกในท้องถิ่นเพื่อลดระยะทางการขนส่งและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สินค้าที่วางจำหน่ายในตลาดต้องปฏิบัติตามมาตรฐาน USDA Organic Certification หากอ้างว่าเป็นสินค้าออร์แกนิก รวมถึงการสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่นยังช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท

3. ความยั่งยืนและการจัดการสิ่งแวดล้อม (Sustainability and Environmental Standards)

ตลาดในสหรัฐฯ ต้องส่งเสริมการลดการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก เช่น การใช้ถุงกระดาษหรือถุงผ้าที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้และมีการจัดการขยะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การรีไซเคิลและการทำปุ๋ยหมักจากขยะอินทรีย์ โดยตลาดขนาดใหญ่ เช่น ตลาดปลาฟุลตัน มีระบบจัดการของเสียที่ทันสมัยเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม.

4. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Standards)

ตลาดค้าส่งและตลาดเกษตรกรในสหรัฐฯ เริ่มใช้ระบบดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันสำหรับการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การประมวลสินค้าแบบดิจิทัล และการชำระเงินแบบไร้เงินสด การใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความโปร่งใสและลดขั้นตอนที่ซับซ้อนในกระบวนการซื้อขาย การติดตั้งระบบติดตามสินค้า (Traceability System) ถูกนำมาใช้ในตลาดค้าส่ง เช่น เนื้อสัตว์และปลา เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์.



5. การสนับสนุนชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่น (Community and Economic Development Standards)

ตลาดเกษตรกรรมมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเป็นแหล่งรายได้สำคัญของเกษตรกรรายย่อยและผู้ผลิตสินค้าพื้นเมืองในตลาดในเขตเมืองมักจัดกิจกรรมชุมชน เช่น การแสดงดนตรี การสอนทำอาหาร และกิจกรรมสำหรับเด็กเพื่อดึงดูดผู้บริโภคและส่งเสริมความสัมพันธ์ในชุมชน โครงการอาหารเสริม เช่น Supplemental Nutrition Assistance Program (SNAP) ช่วยให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถซื้อสินค้าในตลาดเกษตรกรรมได้ในราคาที่เข้าถึงได้.

ตลาดในสหรัฐอเมริกาได้รับการพัฒนาภายใต้มาตรฐานที่เข้มงวดในด้านสุขอนามัย ความปลอดภัยอาหาร ความยั่งยืน และการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นเป็นจุดเด่นที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความโปร่งใสในระบบตลาด มาตรฐานเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาตลาดในประเทศอื่น รวมถึงประเทศไทย เพื่อยกระดับตลาดให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ตัวอย่างตลาดที่สำคัญ ได้แก่

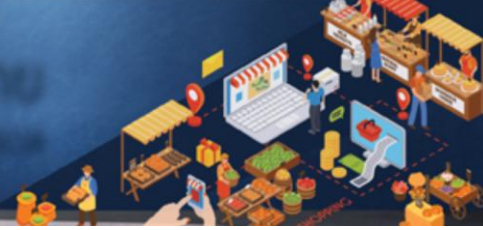
- **Union Square Greenmarket (New York):** ตลาดเกษตรกรรมที่สนับสนุนสินค้าออร์แกนิกและท้องถิ่น พร้อมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมความยั่งยืน.
- **Fulton Fish Market (New York):** ตลาดค้าส่งอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ มีมาตรฐานสูงด้านความปลอดภัยของอาหารและการจัดการสิ่งแวดล้อม.
- **Seattle Farmers Market (Washington):** ตลาดที่ส่งเสริมสินค้าในท้องถิ่นและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงเกษตรกรกับผู้บริโภค.

นอกจากนี้ ยังคงมีเกณฑ์มาตรฐานของแต่ละประเทศที่มีความเหมือนและแตกต่างกัน ทั้งในประเทศ อินเดีย สิงคโปร์ เยอรมัน เป็นต้น

เกณฑ์	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	สหรัฐอเมริกา	สหราชอาณาจักร	ออสเตรเลีย	เยอรมนี	สิงคโปร์	อินเดีย
สุขอนามัยและความปลอดภัย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การใช้พลังงานหมุนเวียน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗
การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การอนุรักษ์วัฒนธรรม	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗
การประกันราคาสำหรับเกษตรกร	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓

จากการรวบรวมและศึกษาเกณฑ์มาตรฐานตลาดในต่างประเทศจะพบว่าหลักเกณฑ์ที่มีความเหมือนร่วมกัน ได้แก่

- สุขอนามัยและความปลอดภัย
- การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม
- การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่น
- การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง
- การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน



ดังนั้นการออกแบบเกณฑ์การประเมินมาตรฐานตลาดของไทยควรพิจารณาจากเกณฑ์ที่สนับสนุนโดยแหล่งข้อมูลจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตามเกณฑ์ด้านการใช้พลังงานหมุนเวียนและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ก็ควรพิจารณาให้เป็นประเด็นหนึ่งในการยกระดับและพัฒนาตลาดของประเทศไทยให้ตอบกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งในประเด็นการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้นเพื่อให้เกิดการยกระดับและรับรองมาตรฐานที่สูงยิ่งขึ้นเกณฑ์การประเมินจึงอาจต้องใช้แนวคิดของ “ระดับความเป็นเลิศ (Maturity Level)” หรือ “การจัดระดับ (Grading System)” โดยปกตินั้นจะใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมมาตรฐานทางเทคโนโลยี แต่ก็มีอยู่บ้างในการประเมินตลาด แนวคิดการให้การรับรองตามระดับความเป็นเลิศ เป็นวิธีการที่นิยมใช้ในหลายภาคส่วน รวมถึงการประเมินตลาด เพื่อสะท้อนความแตกต่างของตลาดในแง่คุณภาพและประสิทธิภาพ โดยการจัดระดับช่วยให้ตลาดมีเป้าหมายในการพัฒนาอย่างชัดเจน และสร้างแรงจูงใจให้ปรับปรุงให้ได้ระดับสูงขึ้น ตัวอย่างการกำหนดระดับสามารถแบ่งระดับความเป็นเลิศออกเป็น 3-5 ระดับ เช่น:

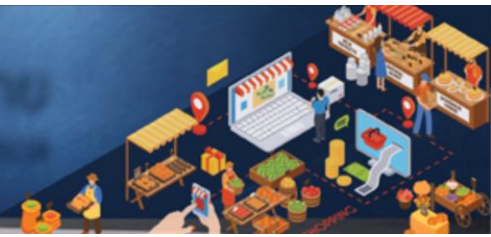
- ระดับดีเยี่ยม (Excellent): ตลาดที่มีการดำเนินการครบทุกเกณฑ์และมีนวัตกรรมที่เป็นเลิศ เช่น สุขอนามัยสูงสุด ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และส่งเสริมความยั่งยืนในทุกมิติ.
- ระดับดีมาก (Very Good): ตลาดที่ปฏิบัติตามเกณฑ์ส่วนใหญ่ เช่น มีสุขอนามัยดี มีการจัดการขยะบางส่วน แต่ยังขาดการพัฒนาในบางด้าน.
- ระดับดี (Good): ตลาดที่ปฏิบัติตามเกณฑ์พื้นฐาน เช่น มีการคัดแยกขยะเบื้องต้น แต่ยังคงพัฒนาเรื่องสุขอนามัยและการใช้พลังงานหมุนเวียน.
- ระดับพื้นฐาน (Basic): ตลาดที่เพิ่งเริ่มดำเนินการตามมาตรฐาน เช่น มีความสะอาดขั้นต่ำ แต่ยังไม่มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมหรือเทคโนโลยี.

ประโยชน์ของระบบ Maturity Level ได้แก่

- สร้างมาตรฐานที่ยืดหยุ่น: ตลาดสามารถปรับปรุงตามระดับที่เหมาะสมกับบริบทและทรัพยากรของตน.
- ส่งเสริมการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง: ตลาดที่อยู่ในระดับต่ำสามารถมีเป้าหมายในการพัฒนาเพื่อไปสู่ระดับสูงขึ้น.
- เพิ่มความโปร่งใสและความมั่นใจ: ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าจากตลาดที่มีระดับการรับรองสูงกว่า.
- จูงใจผู้ค้าและผู้บริหารตลาด: การให้รางวัลหรือการรับรองตามระดับสามารถสร้างแรงจูงใจให้ทุกฝ่ายปรับปรุงคุณภาพ.

ทั้งนี้ตัวอย่างของการใช้ระดับประเมินตลาด ได้แก่

- ญี่ปุ่น: ระบบการประเมินตลาดปลาสดิจิเดิมมีการให้คะแนนด้านสุขอนามัย การจัดการขยะ และความสะอาดรายวัน โดยตลาดที่มีคะแนนสูงสุดได้รับการโปรโมตเป็นตัวอย่างในระดับประเทศ.
- สหรัฐอเมริกา: ตลาดเกษตรกรที่ได้รับการรับรองจาก USDA มีการจัดอันดับโดยพิจารณาจากปัจจัย เช่น สินค้าออร์แกนิก การสนับสนุนผู้ผลิตท้องถิ่น และการจัดการสิ่งแวดล้อม.
- เกาหลีใต้: ระบบตลาดในโครงการ Smart Market มีการจัดระดับความสำเร็จของตลาดในด้านการใช้เทคโนโลยีและความโปร่งใส



บทที่ 4. เกณฑ์การประเมินตลาดต้นแบบ

องค์การตลาดต้องการลดความซับซ้อนของเกณฑ์การประเมินเดิม ในปี 2565 จึงได้นำเสนอและจัดทำเกณฑ์การประเมินตลาดต้นแบบโดยปรับปรุงให้มีความเหมาะสม โดยจัดระดับความเป็นเลิศออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

- ระดับทั่วไป: คือตลาดที่ผ่านเกณฑ์การประเมินบังคับ
- ระดับดี: คือตลาดที่ผ่านเกณฑ์การประเมินบังคับและเกณฑ์การประเมินขั้นพื้นฐาน
- ระดับดีเยี่ยม: คือตลาดที่ผ่านเกณฑ์การประเมินบังคับ เกณฑ์การประเมินขั้นพื้นฐานและเกณฑ์การประเมินเพิ่มเติม

เกณฑ์การประเมินบังคับ ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่

- ผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีเยี่ยม”
- สนับสนุนและส่งเสริมความยั่งยืนตามแบบจำลอง BCG

เกณฑ์การประเมินพื้นฐาน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

- สุขอนามัยและความปลอดภัย
- การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม
- การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่น
- การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง
- การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน

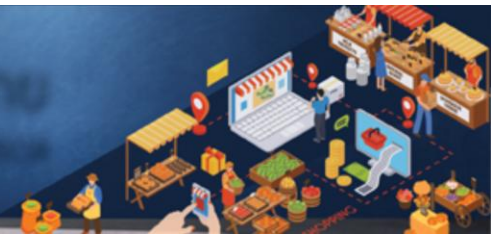
เกณฑ์การประเมินเพิ่มเติม ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่

- การใช้พลังงานหมุนเวียน
- การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

เกณฑ์บังคับเพิ่มเติมสำหรับตลาดต้นแบบเพื่อยกระดับคุณภาพและความยั่งยืนของตลาดนั้นเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพ โดยทั้งสองเกณฑ์ช่วยเพิ่มมาตรฐานและภาพลักษณ์ของตลาด ดังนี้:

เกณฑ์การประเมินบังคับที่ 1 การผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีมาก”:
การกำหนดเกณฑ์นี้ช่วยรับรองว่าตลาดมีมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในระดับสูงสุด ส่งผลให้ผู้ค้าและผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้าและสภาพแวดล้อมในตลาดมากขึ้น เกณฑ์นี้ยังเป็นตัวบ่งชี้ความพร้อมของตลาดในการจัดการพื้นที่อย่างเหมาะสม เช่น การดูแลความสะอาด การจัดการขยะ และระบบระบายอากาศที่ดี การกำหนดให้ผ่านระดับ “ดีมาก” จากกรมอนามัยช่วยให้ตลาดได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ของตลาดในระดับประเทศ.

เกณฑ์การประเมิน: ใช้หลักฐานเชิงประจักษ์ เช่น ใบรับรองจากกรมอนามัย รายงานผลการตรวจสอบสุขอนามัย และภาพถ่ายพื้นที่.



เกณฑ์การประเมินบังคับที่ 2 สนับสนุนและส่งเสริมความยั่งยืนตามแบบจำลอง BCG (Bio-Circular-Green Economy):

การสนับสนุนความยั่งยืนตามแนวทาง BCG ช่วยให้ตลาดมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจที่คำนึงถึงความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เกณฑ์นี้ส่งเสริมให้ตลาดนำแนวปฏิบัติที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้ เช่น การลดการใช้พลาสติก การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการใช้ทรัพยากรหมุนเวียนในกระบวนการผลิตและการจัดการสินค้าภายในตลาด เกณฑ์นี้จึงช่วยสร้างตลาดให้เป็นต้นแบบที่ตอบโจทย์เป้าหมายความยั่งยืนระดับประเทศและระดับสากล.

เกณฑ์การประเมิน: ประเมินผ่านแผนงานหรือกิจกรรมที่สนับสนุน BCG เช่น โครงการลดขยะพลาสติก การจัดซื้อสินค้า BCG-friendly และผลการดำเนินการในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างน้อย 1 แผนงานต่อสาขา ภายในปี 2568

นอกเหนือจากเกณฑ์การประเมินบังคับ การประเมินเกณฑ์พื้นฐานและเพิ่มเติมในแต่ละด้าน และรูปแบบที่เหมาะสมต่อการให้คะแนนการประเมินในแต่ละด้านจะถูกรวบรวมที่ระดับคะแนน 3 ระดับ คือ

- คะแนนที่ 1: (ปรับปรุง) หมายถึง ตลาดไม่มีการดำเนินการเลย หรือไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่จะแสดงให้เห็นหรือยืนยันของการดำเนินงาน
- คะแนนที่ 2: (ไม่สม่ำเสมอ) หมายถึง ตลาดมีการดำเนินการไม่สม่ำเสมอหรือเป็นบางครั้งบางคราว พบหลักฐานเชิงประจักษ์แต่ไม่มีรอบความถี่ที่สม่ำเสมอ มีการขาดหายของหลักฐานการดำเนินงาน ขาดคู่มือมาตรฐานการทำงาน
- คะแนนที่ 3: (สม่ำเสมอ) หมายถึง ตลาดมีการดำเนินการสม่ำเสมอเป็นประจำพร้อมหลักฐานเชิงประจักษ์ครบถ้วน สม่ำเสมอตามรอบความถี่ที่กำหนดและมีคู่มือการปฏิบัติงาน

หมายเหตุ: หลักฐานเชิงประจักษ์ หมายถึง แหล่งข้อมูลที่สามารถยืนยันการทำงานหรือปฏิบัติหน้าที่ที่สามารถระบุถึงการดำเนินงาน ผู้ดำเนินงาน และวันและเวลาที่ดำเนินงาน ตัวอย่างเช่น การมีบันทึกการทำความสะอาดวันที่และรายชื่อผู้ทำความสะอาด พร้อมการตรวจทานโดยผู้มีอำนาจรับผิดชอบ ภาพถ่ายการดำเนินงาน บันทึกที่เป็นดิจิทัลหรือเอกสาร เป็นต้น

1.สุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety: HS)

ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย เป็นหัวใจสำคัญของการประเมินตลาดต้นแบบ เนื่องจากส่งผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและสุขภาพของผู้ใช้บริการ รวมถึงความยั่งยืนของการดำเนินงานตลาด ตลาดที่มีสุขอนามัยดีควรมีมาตรการดูแลความสะอาด เช่น การล้างทำความสะอาดพื้นที่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ การจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลอย่างเหมาะสม รวมถึงการจัดพื้นที่แยกสำหรับสินค้าประเภทต่าง ๆ เช่น อาหารสดและอาหารพร้อมบริโภค เพื่อป้องกันการปนเปื้อน

นอกจากนี้ การจัดการน้ำเสียในตลาดควรมีระบบรองรับที่มีประสิทธิภาพ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์ มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค เช่น การติดตั้งจุดล้างมือ การใช้เจลแอลกอฮอล์ และการตรวจสอบสุขภาพของผู้ค้าอย่างสม่ำเสมอ ก็เป็นสิ่งสำคัญในการรักษามาตรฐานความปลอดภัย ระบบระบายอากาศที่ดี และการติดตั้งป้ายคำแนะนำเกี่ยวกับสุขอนามัยในจุดสำคัญยังช่วยเสริมสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับทุกคน ทั้งนี้ การดำเนินงานที่มีคู่มือปฏิบัติชัดเจน และมีการติดตามตรวจสอบอย่างต่อเนื่องจะทำให้ตลาดสามารถรักษามาตรฐานและพัฒนาไปสู่ระดับที่ดีเยี่ยมได้

HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ

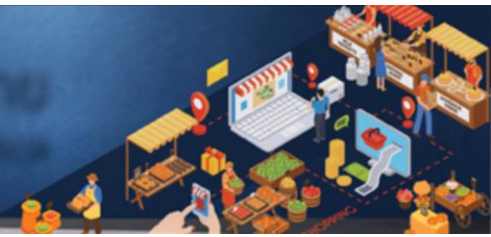
พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ เป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงมาตรฐานสุขอนามัยของตลาด โดยการทำ ความสะอาดพื้นที่อย่างสม่ำเสมอช่วยลดการสะสมของสิ่งสกปรก เศษอาหาร และขยะที่อาจเป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคหรือแมลงพาหะ เช่น แมลงวันและหนู ตลาดที่มีการทำความสะอาดอย่างเหมาะสมมักมีกำหนดการชัดเจน เช่น การล้างพื้นตลาดทุกวันหลังการค้าขาย



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาตลาด
และสนับสนุนส่งเสริมงานทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน



การใช้สารฆ่าเชื้อในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง และการตรวจสอบความสะอาดโดยเจ้าหน้าที่ การทำความสะอาดที่มีประสิทธิภาพยังรวมถึงการจัดการจุดสะสมขยะเพื่อป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์และการรั่วไหลของน้ำเสียสู่พื้นที่ค้าขาย ทั้งนี้ การมีบันทึกการทำความสะอาดและคู่มือปฏิบัติชัดเจนจะช่วยรับรองว่ากระบวนการนี้ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและมีมาตรฐาน ซึ่งไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาด แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดในระยะยาว.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	พื้นที่ตลาดทำความสะอาดทุกวัน และมีบันทึกการทำความสะอาด
2	พื้นที่ตลาดมีการทำความสะอาดเป็นบางครั้ง (3-6 ครั้ง/สัปดาห์) แต่ไม่ทั่วถึง ไม่ปรากฏหลักฐานบันทึกการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ
1	พื้นที่ตลาดสกปรก มีการทำความสะอาดน้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ หรือไม่ปรากฏหลักฐานบันทึกการทำความสะอาด

ข้อควรปฏิบัติ:

การทำความสะอาดพื้นที่ตลาดเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการรักษาสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยพื้นที่ตลาดควรได้รับการล้างทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอทุกวันหลังการค้าขาย เพื่อกำจัดเศษอาหาร คราบน้ำมัน และสิ่งสกปรกที่สะสมอยู่ การใช้น้ำยาฆ่าเชื้อหรือสารทำความสะอาดที่ปลอดภัยในบริเวณที่มีความเสี่ยง เช่น พื้นที่ขายอาหารสด จะช่วยลดความเสี่ยงของการปนเปื้อน นอกจากนี้ การจัดจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอและแยกประเภทขยะอย่างชัดเจน เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะรีไซเคิล รวมถึงการเก็บขยะออกจากพื้นที่ตลาดเป็นประจำจะช่วยป้องกันการสะสมของเชื้อโรคและการรบกวนจากแมลงและสัตว์พาหะ

สำหรับพื้นที่จัดเก็บอาหาร ควรได้รับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยใช้อุปกรณ์ที่แยกจากการทำความสะอาดพื้นที่ทั่วไป เพื่อป้องกันการปนเปื้อนข้าม การจัดการน้ำเสียควรมีระบบระบายน้ำที่เหมาะสม และได้รับการดูแลรักษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการอุดตันและกลิ่นเหม็น รวมถึงการปล่อยน้ำเสียจากผู้ค้าควรได้รับการควบคุมอย่างเคร่งครัด

การวางแผนการทำความสะอาดอย่างเป็นระบบเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ โดยควรกำหนดพื้นที่ วิธีการทำความสะอาด และความถี่ที่เหมาะสม พร้อมทั้งมอบหมายหน้าที่ระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้ค้าในตลาด การติดตามผลและการตรวจสอบความสะอาดควรดำเนินการเป็นระยะ เพื่อประเมินผลและปรับปรุงมาตรการตามความเหมาะสม นอกจากนี้ การอบรมและการให้ความรู้แก่ผู้ค้าเกี่ยวกับความสำคัญของสุขอนามัย รวมถึงการแจกคู่มือแนวทางการรักษาความสะอาด จะช่วยให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจตรงกันและรักษามาตรฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว.

หลักฐานเชิงประจักษ์: บันทึกการทำความสะอาด, ภาพถ่ายพื้นที่ก่อน-หลังการทำความสะอาด

HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม

การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม เป็นหัวใจสำคัญของการรักษาความสะอาดและป้องกันปัญหาสุขอนามัยในตลาด การจัดจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอและสะดวกสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภคช่วยลดการทิ้งขยะอย่างไม่เป็นระเบียบ โดยจุดรวบรวมขยะควรมีป้ายกำกับชัดเจนเพื่อแยกประเภท เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย การกำจัดขยะควรดำเนินการเป็นประจำโดยไม่ปล่อยให้ขยะล้นถังหรือสะสมจนส่งกลิ่นเหม็นและกลายเป็นแหล่งเพาะพันธุ์แมลงพาหะ นอกจากนี้ ควรจัดให้มีการเก็บขยะออกจากตลาดในช่วงเวลาที่กำหนด เช่น หลังการปิดตลาด เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการค้าขายในวันถัดไป

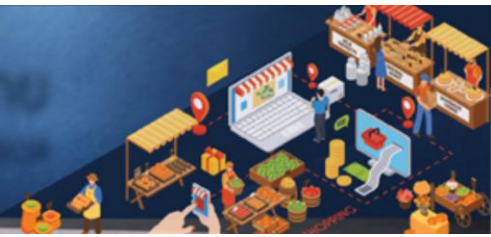
การดูแลพื้นที่เก็บขยะ เช่น การล้างถังขยะและบริเวณโดยรอบ เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยลดกลิ่นไม่พึงประสงค์และความเสี่ยงของการแพร่กระจายเชื้อโรค ระบบกำจัดสิ่งปฏิกูล เช่น การบำบัดน้ำเสียจากกิจกรรมในตลาด ก็ควรมีการออกแบบและดูแลให้มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำเสียปนเปื้อนลงสู่พื้นที่ค้าขายหรือระบบน้ำธรรมชาติในชุมชน การติดตามตรวจสอบและบันทึกผลการดำเนินการกำจัดขยะเป็นประจำช่วยให้มั่นใจได้ว่ามาตรการที่วางไว้ได้รับการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และยังสามารถปรับปรุงเพื่อ



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

" เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาตลาดฐาน และสนับสนุนส่งเสริมองค์ทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน "



เพิ่มประสิทธิภาพได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ การสร้างจิตสำนึกและการอบรมผู้ค้าเกี่ยวกับการจัดการขยะในตลาดจะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือและยกระดับมาตรฐานตลาดในภาพรวม.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	จัดรวบรวมขยะที่เพียงพอในทุกจุดสำคัญ มีการแยกประเภทขยะชัดเจน และดำเนินการเก็บขยะอย่างสม่ำเสมอ พร้อมบันทึกการปฏิบัติงาน.
2	จัดรวบรวมขยะและการแยกประเภทในบางจุด แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ การเก็บขยะดำเนินการไม่สม่ำเสมอ.
1	ไม่มีจัดรวบรวมขยะที่เพียงพอ ขยะถูกทิ้งรวมกัน และไม่มีการเก็บขยะอย่างเป็นระบบ.
ข้อควรปฏิบัติ: การจัดการขยะในตลาดควรเริ่มจากการติดตั้งจุดรวบรวมขยะในพื้นที่สำคัญ และต้องเพียงพอต่อปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน จัดรวบรวมขยะควรมีป้ายกำกับชัดเจนเพื่อแยกประเภท เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย พร้อมทั้งกำหนดเวลาเก็บขยะอย่างแน่นอน เช่น หลังการปิดตลาดในแต่ละวัน เพื่อป้องกันการสะสมของขยะ นอกจากนี้ พื้นที่รอบจุดรวบรวมขยะควรได้รับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อเป็นประจำเพื่อลดกลิ่นและความเสี่ยงจากการปนเปื้อน สำหรับขยะที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำเสียจากขยะเปียก ควรมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ออกแบบมาอย่างเหมาะสม และดูแลให้ใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพ การอบรมและสร้างความรู้แก่ผู้ค้าในตลาดเกี่ยวกับการคัดแยกและทิ้งขยะให้ถูกประเภทจะช่วยส่งเสริมความร่วมมือและยกระดับมาตรฐานของตลาดโดยรวม	
หลักฐานเชิงประจักษ์: • ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะในตลาดและบันทึกการเก็บขยะและการแยกประเภท • แผนผังการจัดการขยะในตลาด • รายงานการตรวจสอบพื้นที่รวบรวมขยะ ปริมาณขยะ การชั่งวัดปริมาณ	

HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด

การจัดการน้ำเสียในตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาความสะอาดและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม น้ำเสียที่ไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมอาจเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรค มีกลิ่นไม่พึงประสงค์ และส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้ค้าและผู้บริโภค รวมถึงชุมชนโดยรอบ การจัดการน้ำเสียอย่างมีประสิทธิภาพควรเริ่มต้นจากการออกแบบระบบระบายน้ำที่เหมาะสมและใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การแยกระบบน้ำเสียจากการค้าขายอาหาร การจัดจุดรวบรวมน้ำเสียเฉพาะ และการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติหรือระบบบำบัดส่วนกลาง นอกจากนี้ การตรวจสอบและบำรุงรักษาระบบระบายน้ำเป็นประจำจะช่วยลดความเสี่ยงของการอุดตันและการรั่วไหลซึ่งอาจทำให้พื้นที่ตลาดเสียหายหรือเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

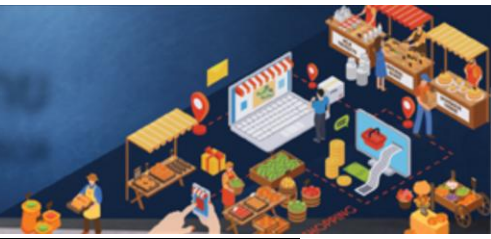
ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ระบบจัดการน้ำเสียที่ครบถ้วนและใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการบันทึกการบำรุงรักษาและการตรวจสอบระบบเป็นประจำ.
2	ระบบจัดการน้ำเสียที่ใช้งานได้บางส่วน แต่ยังมีปัญหาในบางพื้นที่ หรือไม่ได้ตรวจสอบสม่ำเสมอ.
1	ไม่มีระบบจัดการน้ำเสีย หรือมีน้ำเสียรั่วไหลในพื้นที่ค้าขาย โดยไม่มีการดำเนินการแก้ไข.
ข้อควรปฏิบัติ: ตลาดควรออกแบบระบบระบายน้ำที่เหมาะสม เช่น ท่อระบายน้ำที่แยกจากพื้นที่ค้าขายอาหารสด และมีจุดรวบรวมน้ำเสียเฉพาะที่เพียงพอ นอกจากนี้ ระบบควรมีการบำบัดน้ำเสียเบื้องต้น เช่น การกรองเศษอาหารและไขมันออกก่อนปล่อยน้ำเสียเข้า	



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

" เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาตลาดฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน "



สู่ระบบระบายน้ำส่วนกลาง การดูแลและทำความสะอาดท่อระบายน้ำเป็นประจำ เช่น การกำจัดสิ่งอุดตันและการล้างท่อด้วยน้ำแรงดันสูง จะช่วยลดปัญหาการอุดตันและกลิ่นเหม็น

ในกรณีที่ตลาดตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชน การปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติโดยตรงควรหลีกเลี่ยง และจำเป็นต้องมีระบบบำบัดน้ำเสียที่สามารถรองรับสิ่งปนเปื้อน เช่น ไขมัน น้ำมัน และสารเคมีได้ การจัดให้มีแผนการตรวจสอบระบบระบายน้ำและการบำบัดน้ำเสียอย่างสม่ำเสมอ เช่น ทุก 3 เดือน จะช่วยให้ระบบทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การอบรมผู้ค้าให้เข้าใจถึงวิธีการจัดการน้ำเสีย เช่น การป้องกันไม่ให้เศษอาหารหรือน้ำมันลงท่อระบายน้ำ จะช่วยลดภาระในระบบบำบัดน้ำเสียและเพิ่มความร่วมมือในการดูแลสุขอนามัยของตลาด

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- แผนผังระบบระบายน้ำในตลาดและบันทึกการบำรุงรักษาและทำความสะอาดท่อระบายน้ำ
- รายงานการตรวจสอบระบบบำบัดน้ำเสีย
- ภาพถ่ายจุดรวบรวมน้ำเสียและพื้นที่ระบายน้ำ การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด

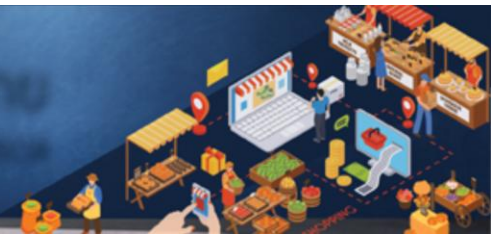
การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับคุณภาพของตลาดและรักษามาตรฐานสุขอนามัย ความปลอดภัย และการจัดการสิ่งแวดล้อมในระยะยาว การอบรมและให้ความรู้ช่วยเพิ่มความเข้าใจในบทบาทและความรับผิดชอบของผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดต่อการรักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบ และความปลอดภัยในตลาด การให้ความรู้ควรครอบคลุมหัวข้อสำคัญ เช่น วิธีการจัดการขยะ การคัดแยกขยะอย่างถูกต้อง การลดการใช้พลาสติก การดูแลพื้นที่ค้าขาย และการปฏิบัติตามมาตรฐานสุขอนามัย ทั้งนี้ ควรมีการจัดการอบรมหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเป็นระยะ และมีคู่มือหรือสื่อประกอบเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีการอบรมผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดเป็นประจำ (ปีละ 2 ครั้งขึ้นไป) พร้อมทั้งมีคู่มือหรือสื่อการเรียนรู้ที่ชัดเจนสำหรับการปฏิบัติงาน.
2	มีการอบรมหรือกิจกรรมให้ความรู้เป็นบางครั้ง (ปีละ 1 ครั้ง) แต่ยังไม่มียคู่มือหรือสื่อที่ชัดเจน.
1	ไม่มีการจัดอบรมหรือกิจกรรมให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด หรือไม่ปรากฏหลักฐานเกี่ยวกับการให้ความรู้.

ข้อควรปฏิบัติ:

ตลาดควรกำหนดแผนการอบรมหรือกิจกรรมให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง เช่น การรักษาความสะอาดพื้นที่ การคัดแยกขยะ การจัดการน้ำเสีย และการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดอบรมควรดำเนินการโดยหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น เจ้าหน้าที่จากองค์การตลาด หน่วยงานสาธารณสุข หรือผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมการอบรมควรมีรูปแบบที่เข้าถึงง่าย เช่น การบรรยาย การสาธิต หรือการฝึกปฏิบัติจริง

นอกจากนี้ ควรมีการแจกจ่ายคู่มือการปฏิบัติงานหรือเอกสารความรู้ที่สามารถนำไปใช้งานได้จริงในชีวิตประจำวัน เช่น คู่มือการจัดการขยะ หรือคำแนะนำเกี่ยวกับสุขอนามัยส่วนบุคคล การประเมินผลหลังการอบรม เช่น การสอบถามความคิดเห็นหรือการทดสอบความรู้เบื้องต้น จะช่วยให้ทราบถึงประสิทธิภาพของการให้ความรู้และสามารถปรับปรุงกิจกรรมในอนาคตได้ ทั้งนี้ การจัดทำให้มีการติดตามและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เช่น การเยี่ยมชมพื้นที่ค้าขาย หรือการให้คำแนะนำเพิ่มเติม จะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือและเพิ่มประสิทธิภาพของมาตรการต่าง ๆ ในตลาดได้อย่างยั่งยืน



หลักฐานเชิงประจักษ์:

- รายงานการจัดอบรมหรือกิจกรรมให้ความรู้และรายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม
- ตัวอย่างสื่อการเรียนรู้ เช่น คู่มือ เอกสาร หรือภาพประกอบ
- บันทึกผลการประเมินหลังการอบรม

HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยในตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยป้องกันอุบัติเหตุและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ค้าและผู้บริโภค การติดตั้งอุปกรณ์เหล่านี้ควรครอบคลุมอุปกรณ์สำหรับความปลอดภัยขั้นพื้นฐาน เช่น ถังดับเพลิง ป้ายแสดงทางหนีไฟ สัญญาณเตือนภัย และกล้องวงจรปิด อุปกรณ์เหล่านี้ช่วยลดความเสี่ยงในกรณีฉุกเฉิน เช่น อัคคีภัย การโจรกรรม หรืออุบัติเหตุในพื้นที่ตลาด ทั้งนี้ การจัดวางอุปกรณ์ต้องอยู่ในจุดที่มองเห็นและเข้าถึงได้ง่าย พร้อมทั้งมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้ใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ การจัดทำแผนผังตำแหน่งอุปกรณ์ความปลอดภัยและการให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์ จะช่วยเพิ่มความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉิน

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีการติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยครบถ้วน (เช่น ถังดับเพลิง ป้ายหนีไฟ กล้องวงจรปิด) พร้อมตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นประจำ.
2	มีการติดตั้งอุปกรณ์บางส่วน เช่น ถังดับเพลิง แต่ไม่มีการตรวจสอบหรือบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ.
1	ไม่มีการติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย หรือมีอุปกรณ์ที่เสียหายและไม่ได้รับการซ่อมแซม.

ข้อควรปฏิบัติ:

ตลาดควรติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยในจุดที่สำคัญ เช่น ทางเข้า-ออกของตลาด พื้นที่ค้าขายที่เสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัย และพื้นที่ที่มีการใช้งานไฟฟ้าหรือเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ควรมีได้แก่ ถังดับเพลิงที่มีการระบุวันที่ตรวจสอบ ป้ายทางหนีไฟที่สว่างและมองเห็นชัดเจน สัญญาณเตือนภัยที่สามารถแจ้งเตือนผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วในกรณีฉุกเฉิน และกล้องวงจรปิดที่ครอบคลุมพื้นที่สำคัญ

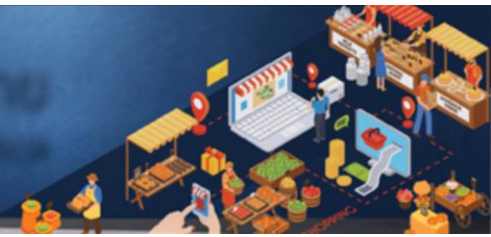
นอกจากนี้ ควรมีการจัดทำแผนผังแสดงตำแหน่งอุปกรณ์ความปลอดภัยในตลาด เพื่อให้ผู้ค้าทุกคนรับทราบถึงจุดที่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์ในกรณีจำเป็น การบำรุงรักษาอุปกรณ์ เช่น การตรวจสอบถังดับเพลิงและสัญญาณเตือนภัยทุก 6 เดือน จะช่วยให้มั่นใจว่าอุปกรณ์เหล่านี้พร้อมใช้งาน การจัดการอบรมเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์ความปลอดภัยให้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด เช่น การฝึกซ้อมการอพยพในกรณีฉุกเฉิน จะช่วยเพิ่มความพร้อมของทุกฝ่ายในการรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- รายงานการติดตั้งและตรวจสอบอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย
- แผนผังแสดงตำแหน่งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย
- บันทึกการฝึกซ้อมหรืออบรมเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์
- ภาพถ่ายอุปกรณ์ที่ติดตั้งในตลาด

2.การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)

การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงความยั่งยืนและมาตรฐานคุณภาพของตลาด การจัดการขยะอย่างเหมาะสมไม่เพียงแต่ช่วยรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของพื้นที่ตลาด แต่ยังลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและ



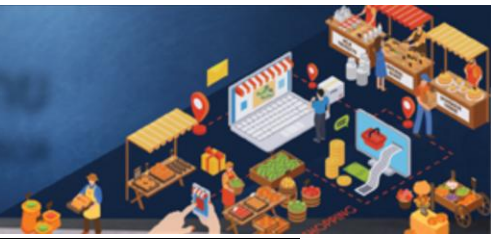
สุขภาพของผู้ค้าและผู้บริโภค การจัดจตุรบรรณขยที่เพียงพอและแยกประเภทอย่างชัดเจนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ
ลดการสะสมของขยที่อาจเป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคหรือแมลงพาหะ ขณะเดียวกัน การเก็บขยออกจากพื้นที่ตลาดอย่าง
สม่ำเสมอช่วยป้องกันกลิ่นเหม็นและลดภาระต่อระบบการจัดการขยโดยรวม นอกจากนี้ การลดการใช้พลาสติกและการจัดการ
ขยอินทรีย์ เช่น การทำปุ๋ยหมัก ยังช่วยลดปริมาณขยที่ต้องกำจัดและสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน การดูแลด้านนี้อย่าง
เป็นระบบจึงเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างตลาดที่สะอาด เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่
ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน.

WE-01: การจัดจตุรบรรณขย

การจัดการจตุรบรรณขย เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการจัดการขยและรักษาสุขอนามัยของตลาด จตุรบรรณขยที่
ได้รับการออกแบบและจัดวางอย่างเหมาะสมช่วยลดความยุ่งยากและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการขยจากผู้ค้าและผู้บริโภค
ตลาดควรมิจตุรบรรณขยที่เพียงพอ โดยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เข้าถึงได้ง่ายในทุกพื้นที่สำคัญ เช่น ใกล้ทางเข้า-ออก หรือบริเวณพื้นที่
ค้าขาย จตุรบรรณขยควรติดป้ายกำกับที่ชัดเจนเพื่อแยกประเภท เช่น ขยเปียก ขยแห้ง ขยรีไซเคิล และขยอันตราย การ
แยกประเภทขยตั้งแต่ต้นทางช่วยลดภาระในกระบวนการจัดการและเพิ่มโอกาสในการนำขยบางส่วนไปใช้ประโยชน์ เช่น การรี
ไซเคิลหรือการผลิตปุ๋ยหมัก นอกจากนี้ การออกแบบจตุรบรรณขยควรคำนึงถึงการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้
ถังขยที่มีฝาปิดเพื่อป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์และการรั่วไหลของขย รวมถึงการป้องกันไม่ให้สัตว์พาหะ เช่น หนูและแมลงวัน
เข้าถึงขยได้ง่าย

การกำหนดตารางเวลาเก็บขยจากจตุรบรรณออกจกพื้นที่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะหลังการปิดตลาด จะช่วยลด
การสะสมของขยและป้องกันผลกระทบต่อสุขอนามัยในตลาด การทำความสะอาดจตุรบรรณขย เช่น การล้างถังขยและพื้นที่
โดยรอบ เป็นสิ่งสำคัญในการป้องกันการสะสมของเชื้อโรคและกลิ่นเหม็น นอกจากนี้ ตลาดควรสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ค้าและ
ผู้บริโภคเกี่ยวกับการทิ้งขยให้ถูกจุดและแยกประเภทอย่างถูกต้องผ่านการติดป้ายคำแนะนำหรือการจัดอบรม ความใส่ใจในการ
จัดการจตุรบรรณขยไม่เพียงแต่ช่วยรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของตลาด แต่ยังสะท้อนถึงความรักความรับผิดชอบของ
ตลาดต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในภาพรวม การจัดการที่ดีในส่วนนี้จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี
ของตลาดได้อย่างยั่งยืน.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีจตุรบรรณขยในพื้นที่สำคัญของตลาดครบถ้วน และการแยกประเภทขย (ขยเปียก ขยแห้ง ขยรีไซเคิล ขยอันตราย) เป็นไปอย่างชัดเจน พร้อมป้ายกำกับและถังขยมีฝาปิด.
2	มีจตุรบรรณขยในพื้นที่สำคัญของตลาดเพียงบางส่วน การแยกประเภทขยมีในระดับพื้นฐาน (ขยเปียก และขยแห้ง) แต่ยังไม่ครบทุกประเภท และบางจุดไม่มีป้ายกำกับหรือฝาปิด.
1	ไม่มีจตุรบรรณขยที่เพียงพอหรือเหมาะสม ขยถูกทิ้งรวมกันโดยไม่มีการแยกประเภท และไม่มีถังขยหรือ จตุรบรรณขยในบางพื้นที่สำคัญของตลาด.



ข้อควรปฏิบัติ:

ควรมุ่งเน้นการวางแผนและออกแบบจุดรวบรวมขยะให้เหมาะสมกับพื้นที่ตลาด โดยจุดรวบรวมขยะควรตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น ใกล้ทางเข้า-ออก พื้นที่ค้าขายที่มีการสร้างขยะจำนวนมาก หรือบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง จุดรวบรวมขยะควรมีจำนวนที่เพียงพอครอบคลุมทุกพื้นที่สำคัญ และสามารถรองรับปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้อย่างเหมาะสม ถึงขยะหรือภาชนะที่ใช้ควรมีฝาปิดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของกลิ่นไม่พึงประสงค์และป้องกันสัตว์พาหะ เช่น หนูหรือแมลงวัน การติดป้ายกำกับประเภทขยะ เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย จะช่วยให้ผู้ค้าและผู้บริโภคสามารถแยกขยะได้ง่ายและถูกต้องตั้งแต่ต้นทาง

การทำความสะอาดจุดรวบรวมขยะควรดำเนินการเป็นประจำ เช่น ล้างถังขยะและพื้นที่โดยรอบเพื่อลดการสะสมของเชื้อโรคและกลิ่นเหม็น การตรวจสอบสภาพจุดรวบรวมขยะ เช่น การตรวจดูว่าถังขยะชำรุดหรือไม่ มีการรั่วไหลหรือไม่ ควรดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้จุดรวบรวมขยะมีสภาพใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรจัดอบรมหรือประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาดเกี่ยวกับการแยกประเภทขยะและการทิ้งขยะในจุดที่กำหนด การสร้างความเข้าใจและความร่วมมือใน شأنนี้จะช่วยให้ตลาดสามารถจัดการขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อมในระยะยาว.

หลักฐานเชิงประจักษ์:

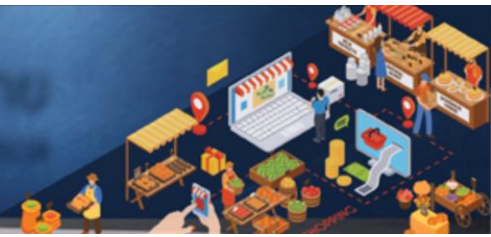
- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะในตลาด
- แผนผังแสดงตำแหน่งจุดรวบรวมขยะ
- บันทึกการตรวจสอบสภาพจุดรวบรวมขยะ

WE-02: การแยกประเภทขยะ

การแบ่งแยกประเภทขยะในตลาดเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการขยะและลดผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อม การแยกประเภทขยะตั้งแต่ต้นทางช่วยลดความยุ่งยากในกระบวนการจัดการขยะและเพิ่มโอกาสในการนำขยะบางส่วนไปใช้ประโยชน์ เช่น การรีไซเคิลหรือการทำปุ๋ยหมัก ตลาดควรกำหนดถังขยะหรือจุดรวบรวมที่แยกประเภทอย่างชัดเจน เช่น ขยะเปียก (เศษอาหาร), ขยะแห้ง (กระดาษ, พลาสติก), ขยะรีไซเคิล (โลหะ, แก้ว), และขยะอันตราย (แบตเตอรี่, สารเคมี) ถึงขยะแต่ละประเภทควรติดป้ายกำกับด้วยสีหรือสัญลักษณ์ที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้ค้าและผู้บริโภคสามารถทิ้งขยะได้อย่างถูกต้อง การแยกประเภทขยะยังช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดโดยการนำขยะที่แยกประเภทแล้วไปจัดการในรูปแบบที่เหมาะสม เช่น ขยะเปียกที่นำไปผลิตปุ๋ยหมัก หรือขยะรีไซเคิลที่ส่งเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่

ตลาดควรส่งเสริมการแยกประเภทขยะผ่านการให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภค เช่น การจัดอบรมหรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความสำคัญของการแยกขยะ และควรมีการตรวจสอบความสม่ำเสมอในการปฏิบัติ เช่น การประเมินว่าผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาดปฏิบัติตามแนวทางการแยกประเภทขยะหรือไม่ ความร่วมมือของทุกฝ่ายจะช่วยให้ตลาดมีระบบการจัดการขยะที่ยั่งยืนและลดผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีการจัดจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภทครบถ้วน เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย พร้อมป้ายกำกับชัดเจนในทุกจุด.
2	มีการจัดจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภทบางส่วน เช่น ขยะเปียกและขยะแห้ง แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกประเภทหรือขาดป้ายกำกับที่ชัดเจน.
1	ไม่มีการแยกประเภทขยะ จุดรวบรวมขยะใช้ร่วมกันทั้งหมด และไม่มีป้ายกำกับประเภทขยะ.



ข้อควรปฏิบัติ:

การแบ่งแยกประเภทขยะอย่างมีประสิทธิภาพเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มโอกาสในการนำขยะไปใช้ประโยชน์ ตลาดควรกำหนดจุดรวบรวมขยะที่มีการแยกประเภทอย่างชัดเจน เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย โดยถึงขยะหรือภาชนะที่ใช้ควรติดป้ายกำกับหรือสัญลักษณ์เพื่อแยกประเภทอย่างชัดเจน เช่น ใช้สีเขียวสำหรับขยะเปียก สีเหลืองสำหรับขยะรีไซเคิล สีแดงสำหรับขยะอันตราย และสีน้ำเงินสำหรับขยะแห้ง การจัดวางจุดรวบรวมขยะควรอยู่ในตำแหน่งที่สะดวกและมองเห็นได้ง่าย เช่น ใกล้จุดขายของผู้ค้า หรือบริเวณส่วนกลางของตลาด

ตลาดควรให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับความสำคัญของการแยกประเภทขยะ เช่น การอธิบายถึงวิธีการแยกประเภทและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการไม่แยกขยะอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ควรจัดทำคู่มือหรือป้ายแนะนำวิธีการทิ้งขยะในจุดรวบรวม เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดความสับสน การติดตามผลการแยกประเภทขยะ เช่น การตรวจสอบถึงขยะว่ามีภาชนะปนเปื้อนหรือไม่ และการรวบรวมข้อมูลปริมาณขยะที่แยกประเภทได้ จะช่วยปรับปรุงการดำเนินงานในอนาคต

นอกจากนั้น ตลาดสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าและผู้บริโภคแยกประเภทขยะ เช่น การมอบรางวัลหรือการลดค่าบริการให้ผู้ปฏิบัติตามได้ดี การส่งเสริมแนวปฏิบัตินี้จะช่วยให้ตลาดมีระบบจัดการขยะที่ยั่งยืน ลดภาระการกำจัดขยะ และสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภท.
- รายงานการตรวจสอบการแยกประเภทขยะ.
- สถิติหรือข้อมูลปริมาณขยะที่แยกประเภทได้ในแต่ละเดือน.

WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์

การจัดการขยะอินทรีย์อย่างเหมาะสมเป็นส่วนสำคัญของระบบการจัดการขยะที่ยั่งยืน ขยะอินทรีย์ เช่น เศษอาหาร เศษผักผลไม้ และวัสดุธรรมชาติที่ย่อยสลายได้ หากไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกวิธี อาจกลายเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรคและสร้างกลิ่นไม่พึงประสงค์ การจัดการขยะอินทรีย์ควรเริ่มจากการแยกประเภทตั้งแต่ต้นทาง โดยตลาดควรมีจุดรวบรวมขยะอินทรีย์เฉพาะ และถึงขยะที่ใช้ควรมีฝาปิดเพื่อป้องกันกลิ่นและการแพร่กระจายของแมลงพาหะ

แนวทางที่มีประสิทธิภาพในการกำจัดขยะอินทรีย์คือการนำไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมักสำหรับใช้ในเกษตรกรรมหรือการจัดการในเชิงอุตสาหกรรม เช่น การนำไปผลิตก๊าซชีวภาพ (Biogas) ตลาดสามารถร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นหรือบริษัทที่เกี่ยวข้องในการจัดการขยะอินทรีย์เพื่อนำขยะเหล่านี้ไปแปรรูปให้เกิดประโยชน์ นอกจากนี้ การกำหนดตารางเวลาในการเก็บขยะอินทรีย์อย่างสม่ำเสมอ เช่น การเก็บขยะทุกวันหลังปิดตลาด จะช่วยลดการสะสมและป้องกันการเน่าเสีย

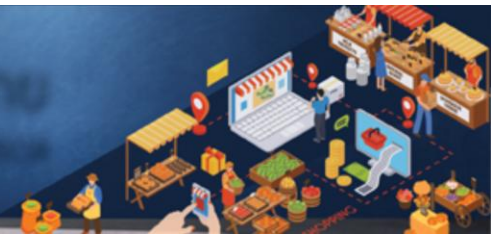
การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาดเกี่ยวกับความสำคัญของการแยกขยะอินทรีย์และวิธีการจัดการ เช่น การให้คำแนะนำในการแยกเศษอาหารและการทิ้งในจุดที่กำหนด จะช่วยสร้างความร่วมมือและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของทุกฝ่าย การดำเนินการเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด แต่ยังสร้างประโยชน์ที่จับต้องได้ต่อเศรษฐกิจหมุนเวียนและช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

" เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตกับคู่สมมอ "



ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีระบบการจัดการขยะอินทรีย์ที่ชัดเจนและครบถ้วน เช่น จดรวบรวบขยะอินทรีย์แยกเฉพาะ มีการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมัก หรือผลิตก๊าซชีวภาพ พร้อมทั้งมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง
2	มีการจัดการขยะอินทรีย์บางส่วน เช่น การแยกประเภทขยะอินทรีย์ในบางจุดรวบรวบ แต่ยังไม่มียระบบรองรับสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ที่ชัดเจน หรือดำเนินการไม่สม่ำเสมอ.
1	ไม่มีการแยกประเภทขยะอินทรีย์ ขยะอินทรีย์ถูกปนเปื้อนกับขยะประเภทอื่น หรือไม่มีการจัดการขยะอินทรีย์อย่างเป็นระบบ

ข้อควรปฏิบัติ:

การกำจัดขยะอินทรีย์ควรเริ่มต้นจากการแยกประเภทขยะตั้งแต่ต้นทาง โดยจัดจุดรวบรวบขยะอินทรีย์เฉพาะ เช่น เศษอาหาร เศษผักผลไม้ หรือวัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ โดยจุดรวบรวบเหล่านี้ควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค พร้อมทั้งใช้ถังขยะที่มีฝาปิดแน่นหนาเพื่อลดกลิ่นไม่พึงประสงค์และป้องกันสัตว์พาหะ เช่น หนูหรือแมลงวัน การกำหนดตารางเวลาเก็บขยะอินทรีย์เป็นประจำ เช่น หลังปิดตลาดทุกวัน จะช่วยป้องกันการสะสมของขยะที่อาจเน่าเสียและสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ตลาดควรส่งเสริมการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมักสำหรับการเกษตร การผลิตก๊าซชีวภาพ หรือการส่งต่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการขยะอินทรีย์ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดในลักษณะอื่น

ตลาดควรมีการจัดทำแผนการจัดการขยะอินทรีย์ที่ชัดเจน โดยระบุวิธีการจัดการ ปริมาณขยะที่เกิดขึ้น และเป้าหมายการลดขยะ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นระบบและตรวจสอบได้ การอบรมหรือให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับการแยกขยะอินทรีย์ เช่น การแยกเศษอาหารหรือวัสดุย่อยสลายได้ และการทิ้งขยะในจุดที่กำหนด จะช่วยสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในระดับชุมชน นอกจากนี้ ควรมีการตรวจสอบและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เช่น การตรวจสอบการแยกขยะอินทรีย์ในจุดรวบรวบ และการติดตามผลลัพธ์จากการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น ปริมาณปุ๋ยหมักที่ได้ การดำเนินการเหล่านี้จะช่วยทำให้ระบบการจัดการขยะอินทรีย์ในตลาดมีความยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- บันทึกปริมาณขยะอินทรีย์ที่รวบรวมและจัดการ.
- ภาพถ่ายจุดรวบรวบขยะอินทรีย์.
- รายงานการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมัก หรือการผลิตก๊าซชีวภาพ

WE-04: การลดการใช้พลาสติก

การลดการใช้พลาสติกกลายเป็นประเด็นสำคัญในระดับโลก เนื่องจากพลาสติกมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมหาศาล ทั้งในกระบวนการผลิต การใช้งาน และการกำจัด พลาสติกใช้เวลาในการย่อยสลายนานหลายร้อยปี และหากไม่มีการจัดการที่เหมาะสม พลาสติกเหล่านี้มักจบลงในแหล่งน้ำหรือถูกทิ้งในธรรมชาติ สร้างผลกระทบต่อระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และสุขภาพของมนุษย์ ตลาดในฐานะแหล่งชุมชนที่มีการใช้พลาสติกจำนวนมากในกิจกรรมประจำวัน เช่น การใช้ถุงพลาสติกสำหรับสินค้า การใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติก และภาชนะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว จึงเป็นพื้นที่ที่สามารถเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างความยั่งยืน

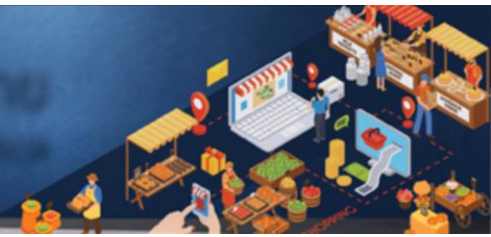
การลดการใช้พลาสติกในตลาดไม่เพียงช่วยลดขยะพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นการส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้บริโภคปรับพฤติกรรมสู่การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ถุงผ้า บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ หรือภาชนะที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้ การดำเนินการในด้านนี้สามารถเริ่มต้นได้จากการสร้างจิตสำนึกและการรณรงค์ในชุมชนตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ถึงผลกระทบของพลาสติก การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนถุงผ้าหรือบรรจุภัณฑ์ทางเลือก การลดการใช้พลาสติกจึงไม่ใช่เพียงแนวทางทาง



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

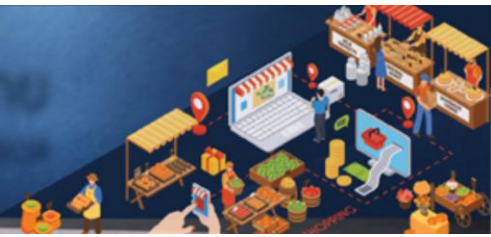
THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

" เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาตลาดฐาน
และสนับสนุนส่งเสริมองค์ทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน "



จัดการขยะเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างวัฒนธรรมการบริโภคที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ชุมชนที่ใส่ใจความยั่งยืนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีมาตรการลดการใช้พลาสติกที่ชัดเจนและครอบคลุม เช่น รมรณรงค์ให้ผู้ค้าและผู้บริโภคลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว มีการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ.
2	มีมาตรการลดการใช้พลาสติกบางส่วน เช่น รมรณรงค์ในบางพื้นที่ของตลาด หรือสนับสนุนการใช้วัสดุทดแทน แต่ยังไม่มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและครอบคลุม.
1	ไม่มีมาตรการลดการใช้พลาสติกที่ชัดเจน พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวยังคงถูกใช้ในตลาดโดยไม่มีการควบคุมหรือการรณรงค์ให้ลดการใช้.
ข้อควรปฏิบัติ: ตลาดควรเริ่มต้นด้วยการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติก เช่น การงดใช้ถุงพลาสติกแบบบางในตลาด และการส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ถุงผ้า ถุงกระดาษ บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ หรือภาชนะที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้ การกำหนดนโยบายดังกล่าวควรรวมมาพร้อมกับการสร้างแรงจูงใจให้ทั้งผู้ค้าและผู้บริโภคมีส่วนร่วม เช่น การมอบส่วนลดให้กับผู้บริโภคที่นำถุงผ้ามาเอง หรือการให้รางวัลแก่ร้านค้าที่เปลี่ยนมาใช้วัสดุทดแทนพลาสติก การสร้างแรงจูงใจนี้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในวงกว้าง การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกเป็นอีกหนึ่งแนวทางสำคัญ ตลาดสามารถจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกถุงผ้าหรือกล่องอาหารที่ย่อยสลายได้ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของพลาสติกต่อสิ่งแวดล้อมผ่านป้ายประชาสัมพันธ์หรือสื่อดิจิทัล นอกจากนี้ ตลาดควรติดตั้งจุดรับพลาสติกรีไซเคิลในพื้นที่ เพื่อช่วยลดปริมาณพลาสติกที่ถูกทิ้งอย่างไม่เหมาะสม และสนับสนุนให้เกิดการนำพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ การมีจุดรับรีไซเคิลจะช่วยเพิ่มความสะดวกและส่งเสริมความร่วมมือของผู้ค้าและผู้บริโภคในการจัดการพลาสติกที่ใช้งานแล้ว การตรวจสอบและติดตามผลการลดการใช้พลาสติกในตลาดก็เป็นสิ่งสำคัญ ตลาดควรมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณพลาสติกที่ใช้และปริมาณที่ลดลง รวมถึงการรายงานผลเพื่อประเมินประสิทธิภาพของมาตรการที่นำมาใช้ การติดตามผลนี้จะช่วยให้ตลาดสามารถปรับปรุงและพัฒนานโยบายหรือแนวปฏิบัติให้เหมาะสมยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การสนับสนุนผู้ค้า เช่น การจัดหาวัสดุทดแทนพลาสติกในราคาที่เหมาะสม จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการปรับตัวของผู้ค้าในตลาด แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดในฐานะพื้นที่ที่ใส่ใจต่อความยั่งยืนและอนาคตของชุมชนโดยรวม. *หมายเหตุ: ในกรณีที่ตลาดสาขามีการลดใช้วัสดุอื่น ๆ อาทิ โฟม และวัสดุอื่น ๆ ที่ไม่ย่อยสลายตามธรรมชาติ ให้ถือว่าเป็นการลดใช้วัสดุตามเกณฑ์การประเมิน	



หลักฐานเชิงประจักษ์:

- สถิติและรายงานปริมาณการใช้พลาสติก
- หลักฐานจากกิจกรรมรณรงค์ อาทิ ภาพถ่ายกิจกรรม
- ภาพถ่ายหรือสื่อประชาสัมพันธ์ในตลาด
- ตัวอย่างวัสดุทดแทนที่ใช้ในตลาด อาทิ บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ หรือภาชนะที่นำกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งมีการนำมาใช้งานจริงในตลาด

3.การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)

การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและสร้างความยั่งยืนในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ สินค้าท้องถิ่น เช่น ผลผลิตทางการเกษตร สินค้าแปรรูปจากวัตถุดิบในพื้นที่ และงานฝีมือ เป็นผลลัพธ์ของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาชาวบ้านที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละชุมชน การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิตรายย่อย เกษตรกร และช่างฝีมือในชุมชน โดยเปิดโอกาสให้พวกเขาสามารถเข้าถึงตลาดได้ง่ายขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำในด้านเศรษฐกิจ และส่งเสริมการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับสินค้าท้องถิ่นยังช่วยสร้างโอกาสการจ้างงานในชุมชน ส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

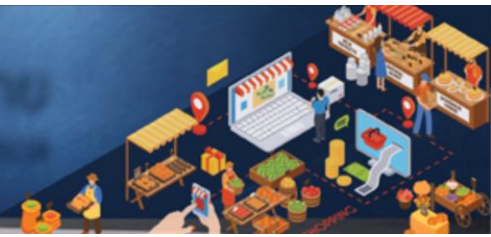
ในด้านสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นช่วยลดการใช้พลังงานและทรัพยากรที่เกิดจากการขนส่งสินค้าในระยะทางไกล ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และช่วยรักษาความสมดุลของระบบนิเวศในพื้นที่ นอกจากนี้ การส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นยังช่วยสนับสนุนการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและกระบวนการผลิตที่ใส่ใจต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

ในมิติทางวัฒนธรรม การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นช่วยอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เช่น งานหัตถกรรมหรืออาหารพื้นบ้าน ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน แต่ยังเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มคุณค่าให้ตลาดเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยว การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นจึงเป็นการลงทุนที่สร้างผลกระทบในหลายมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งเสริมให้ชุมชนและตลาดเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

PP-01: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด

การบริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาดเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและสร้างความโดดเด่นให้กับตลาด สินค้าท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์เกษตร สินค้าแปรรูป งานฝีมือ และผลิตภัณฑ์ OTOP ถือเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและทรัพยากรเฉพาะของพื้นที่ การกำหนดสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นให้เหมาะสม เช่น การจัดสรรพื้นที่เฉพาะสำหรับผู้ค้าท้องถิ่น หรือกำหนดเป้าหมายให้สินค้าท้องถิ่นคิดเป็นสัดส่วน 50-60% ของสินค้าทั้งหมด จะช่วยเพิ่มโอกาสให้ผู้ผลิตรายย่อยสามารถแข่งขันและเข้าถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

การบริหารสัดส่วนนี้ยังช่วยให้ตลาดมีความหลากหลายของสินค้าและดึงดูดผู้บริโภคที่มองหาสินค้าเฉพาะทาง การติดตามและประเมินสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เช่น การเก็บข้อมูลยอดขายหรือจำนวนร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าท้องถิ่น จะช่วยให้ผู้บริหารตลาดสามารถปรับปรุงนโยบายและวางแผนส่งเสริมได้อย่างเหมาะสม การบริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นไม่เพียงแต่สนับสนุนเศรษฐกิจในชุมชน แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ตลาดเป็นพื้นที่ที่สนับสนุนความยั่งยืนและวัฒนธรรมท้องถิ่น



ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง โดยมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายในตลาดมากกว่า 60% ของสินค้าทั้งหมด พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าในพื้นที่เป็นประจำ
2	ตลาดมีการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นในระดับปานกลาง โดยมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายในตลาด 30-60% และจัดกิจกรรมส่งเสริมเป็นครั้งคราว.
1	ตลาดมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายน้อยกว่า 30% ของสินค้าทั้งหมด และไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น
ข้อควรปฏิบัติ: การบริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาดควรเริ่มต้นจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน เช่น การจัดสรรพื้นที่เฉพาะสำหรับสินค้าท้องถิ่น หรือกำหนดเป้าหมายให้สินค้าท้องถิ่นคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่เหมาะสมของสินค้าทั้งหมดในตลาด เช่น 50-60% ทั้งนี้ ควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ เช่น เกษตรกร ช่างฝีมือ หรือกลุ่มผู้ผลิต OTOP เพื่อให้พวกเขามีช่องทางในการจำหน่ายสินค้าได้สะดวกและต่อเนื่อง ตลาดควรมีการตรวจสอบและติดตามสัดส่วนสินค้าท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ เช่น การเก็บข้อมูลจำนวนร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าท้องถิ่นและยอดขาย เพื่อประเมินผลและปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การสนับสนุนผู้ค้าท้องถิ่นด้วยการลดค่าธรรมเนียมพื้นที่ขาย หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริม เช่น นิทรรศการตลาดสินค้าท้องถิ่น หรือกิจกรรมทดลองชิมสินค้าในตลาด จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสร้างความภาคภูมิใจในสินค้าในชุมชน นอกจากนี้ ตลาดควรประชาสัมพันธ์สินค้าท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดและสื่อออนไลน์ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าท้องถิ่น แต่ยังสนับสนุนความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชน และเสริมสร้างเอกลักษณ์ให้ตลาดเป็นที่รู้จักในวงกว้าง.	
หลักฐานเชิงประจักษ์: รายการสินค้าที่จำหน่ายในตลาด พร้อมระบุสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่น.	

PP-02: การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความตระหนักรู้และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กิจกรรมเหล่านี้ เช่น การจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการ สาธิตการผลิตสินค้า หรือกิจกรรมทดลองชิมสินค้า ช่วยให้สินค้าท้องถิ่นได้รับการประชาสัมพันธ์และเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ทั้งในกลุ่มผู้บริโภคในชุมชนและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภค ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าท้องถิ่น และช่วยกระตุ้นยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิจกรรมส่งเสริมยังเป็นเวทีสำคัญที่เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตท้องถิ่นได้แสดงศักยภาพและสร้างเครือข่ายกับผู้ค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ ช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดในระยะยาว ในมิติทางวัฒนธรรม กิจกรรมเหล่านี้ยังช่วยรักษาและเผยแพร่วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่ การส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นผ่านกิจกรรมจึงไม่ได้มีผลดีเพียงแค่ด้านเศรษฐกิจ แต่ยังช่วยสร้างความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน รวมถึงเสริมภาพลักษณ์ให้ตลาดกลายเป็นศูนย์กลางที่สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและความยั่งยืนในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ

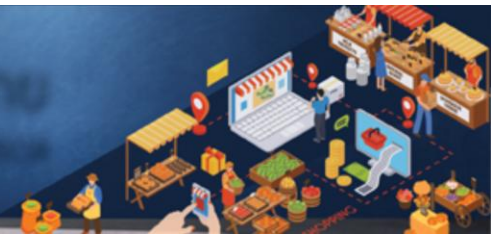
ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น เช่น ตลาดนัดเฉพาะสินค้าในพื้นที่ นิทรรศการ หรือการแสดง วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง.
2	มีกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นเป็นครั้งคราว เช่น ปีละ 1-2 ครั้ง.
1	ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น.



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

" เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาตลาดฐาน และสนับสนุนส่งเสริมองค์ทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน "



ข้อควรปฏิบัติ:

การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นควรเริ่มต้นจากการวางแผนที่สอดคล้องกับเป้าหมายของตลาดและความต้องการของชุมชน โดยการระบุรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม เช่น การจัดนิทรรศการสินค้า การสาธิตกระบวนการผลิต การจัดงานทดลองชิม การแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือการจัดตลาดนัดเฉพาะสินค้าท้องถิ่น กิจกรรมเหล่านี้ควรจัดในช่วงเวลาที่มีความเหมาะสม เช่น ช่วงเทศกาลท้องถิ่นหรือวันหยุด เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การมีพื้นที่จัดแสดงสินค้าที่โดดเด่นและสามารถรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เพียงพอจะช่วยเพิ่มความสะดวกและความประทับใจ

ตลาดควรสนับสนุนผู้ผลิตและผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การจัดพื้นที่ฟรีหรือลดค่าธรรมเนียม การช่วยสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ในการจัดแสดง และการให้คำแนะนำด้านการออกแบบบูธหรือการประชาสัมพันธ์สินค้า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อโซเชียลมีเดีย ป้ายประกาศ หรือการร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นในการกระจายข่าวสาร จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงของผู้บริโภคและสร้างการรับรู้ที่กว้างขวางขึ้น

นอกจากนี้ ควรมีการติดตามและประเมินผลกิจกรรม เช่น การเก็บข้อมูลยอดขาย การสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วม และการวิเคราะห์ผลกระทบต่อชุมชน เพื่อปรับปรุงการจัดกิจกรรมในอนาคตให้ตอบโจทย์ทั้งผู้ค้าและผู้บริโภค แนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น เพิ่มโอกาสทางการตลาด และทำให้ตลาดกลายเป็นศูนย์กลางที่สนับสนุนเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- ภาพถ่ายหรือรายงานจากกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

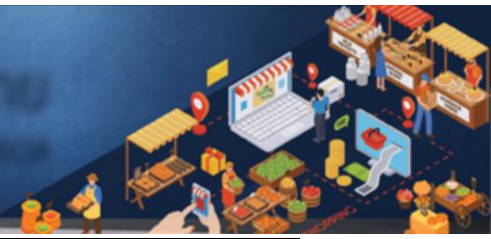
PP-03: ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก

ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก เช่น องค์กรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มหาวิทยาลัย องค์กรเอกชน และกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น ความร่วมมือดังกล่าวช่วยให้ตลาดสามารถเข้าถึงทรัพยากร เช่น ความรู้ เทคโนโลยี และเงินทุน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาระบบการบริหารจัดการตลาดและการสนับสนุนผู้ค้าท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น หน่วยงานภาครัฐอาจให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ การอบรม และการประชาสัมพันธ์ ขณะที่มหาวิทยาลัยอาจมีบทบาทในการวิจัยและพัฒนา เช่น การปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้า หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท้องถิ่น

นอกจากนี้ ความร่วมมือจากองค์กรเอกชนหรือ NGOs ยังสามารถช่วยสร้างเครือข่ายการตลาด การกระจายสินค้า และการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง การมีพันธมิตรที่แข็งแกร่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะแหล่งที่ใส่ใจทั้งเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมในชุมชน ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกยังช่วยลดภาระของผู้บริหารตลาด โดยการแบ่งปันความรับผิดชอบในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรม การสนับสนุนการผลิตที่ยั่งยืน และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในภาพรวม

การสร้างความร่วมมือที่ดีไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มทรัพยากรและโอกาสให้กับตลาด แต่ยังเสริมสร้างความยั่งยืนและความเข้มแข็งของเศรษฐกิจและวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่น ซึ่งมีผลดีต่อการพัฒนาตลาดในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ เช่น องค์กรท้องถิ่นหรือกลุ่มเกษตรกร ในการส่งเสริมและจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น
2	มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในบางโครงการหรือกิจกรรม
1	ไม่มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น.



ข้อควรปฏิบัติ:

การสร้างความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกควรเริ่มต้นจากการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของตลาดว่าต้องการพัฒนาในด้านใด เช่น การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น การยกระดับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม หรือการเพิ่มโอกาสทางการตลาด จากนั้นควรระบุหน่วยงานที่มีศักยภาพในการให้ความช่วยเหลือ เช่น หน่วยงานภาครัฐที่สามารถสนับสนุนงบประมาณและการฝึกอบรม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับชุมชน มหาวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญในงานวิจัยและพัฒนา หรือองค์กรเอกชนและ NGOs ที่สามารถนำเสนอเครือข่ายและทรัพยากรด้านต่าง ๆ การเริ่มต้นความร่วมมือควรเริ่มจากการเจรจาและสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของตลาดและผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน

ตลาดควรมีการจัดทำแผนความร่วมมือที่ชัดเจน เช่น ระบุบทบาทและหน้าที่ของแต่ละฝ่าย การกำหนดระยะเวลา และการติดตามผลลัพธ์ การสร้างความโปร่งใสในกระบวนการทำงาน เช่น การจัดประชุมเป็นระยะ หรือการรายงานความคืบหน้า จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในความร่วมมือ นอกจากนี้ ตลาดควรเปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สำคัญ เช่น การจัดนิทรรศการ การประชุมหารือ หรือการดำเนินโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

การประชาสัมพันธ์ความร่วมมือระหว่างตลาดกับหน่วยงานภายนอก เช่น การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อมวลชน จะช่วยสร้างการยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทั้งตลาดและหน่วยงานพันธมิตร การติดตามและประเมินผลความร่วมมือ เช่น การวิเคราะห์ผลกระทบต่อชุมชนหรือประสิทธิภาพของโครงการร่วม จะช่วยให้ความร่วมมือมีความต่อเนื่องและพัฒนาปรับปรุงได้อย่างเหมาะสม แนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยให้ตลาดสามารถดึงทรัพยากรจากหน่วยงานภายนอกมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างการพัฒนาที่ตอบโจทย์ทั้งชุมชนและพันธมิตรในระยะยาว

หลักฐานเชิงประจักษ์:

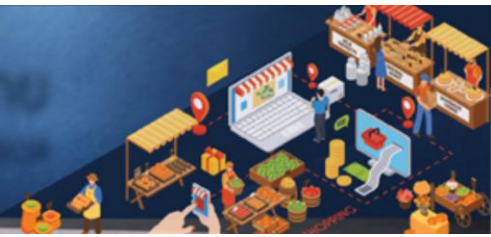
- รายงานความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นหรือกลุ่มผู้ผลิตสินค้าในพื้นที่
- บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ

4.การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure: SS)

การออกแบบพื้นที่และโครงสร้างในตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการใช้งาน ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และประสิทธิภาพในการดำเนินงานของตลาด โครงสร้างที่ดีช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค ทั้งในด้านความสะดวก ความปลอดภัย และการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การมีพื้นที่เดินสะดวก มีทางเดินที่กว้างพอสำหรับการสัญจร หรือการวางตำแหน่งร้านค้าที่เหมาะสมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจับจ่ายและลดความแออัด นอกจากนี้ การออกแบบที่คำนึงถึงการระบายอากาศ การจัดการแสงธรรมชาติ และระบบระบายน้ำ ยังช่วยปรับปรุงสุขอนามัยและลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

โครงสร้างตลาดที่ได้รับการออกแบบอย่างดีช่วยส่งเสริมความปลอดภัย เช่น การจัดทางหนีไฟ ระบบไฟฟ้าที่ได้มาตรฐาน และพื้นที่สำหรับอุปกรณ์ฉุกเฉิน เช่น ถังดับเพลิงและป้ายแสดงทางออกฉุกเฉิน การวางผังตลาดที่เหมาะสม เช่น การแยกพื้นที่ขายอาหารสดออกจากพื้นที่ขายสินค้าอื่น ๆ จะช่วยลดความเสี่ยงของการปนเปื้อนและเพิ่มความน่าเชื่อถือของตลาด

ในมิติของเศรษฐกิจและสังคม การออกแบบพื้นที่ที่ดีดึงดูดสายตาและใช้งานได้สะดวกยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้ตลาด กลายเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคในชุมชน การสร้างสภาพแวดล้อมที่สะดวกและปลอดภัยช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและส่งผลต่อยอดขายของผู้ค้าในตลาด การออกแบบพื้นที่และโครงสร้างที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ค้าและผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนของตลาดในระยะยาว

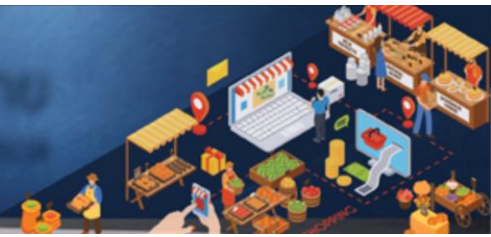


SS-01: การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจร

การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจรในตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพของการดำเนินกิจกรรมภายในตลาด พื้นที่ทางเดินที่ถูกออกแบบอย่างเหมาะสมช่วยลดความแออัด ทำให้การเดินทางในตลาดเป็นไปอย่างราบรื่นและปลอดภัย ทั้งนี้ พื้นที่ทางเดินควรมีความกว้างเพียงพอสำหรับผู้ซื้อ ผู้ขาย และรถเข็นสินค้าหรืออุปกรณ์ที่จำเป็น รวมถึงการออกแบบให้รองรับกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ หรือครอบครัวที่มีเด็กเล็ก นอกจากนี้ ทางเดินควรปราศจากสิ่งกีดขวาง เช่น แผงลอยที่ตั้งไม่เป็นระเบียบหรือขยะที่ไม่ได้รับการจัดการ เพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นระเบียบและสะอาด

การจัดการพื้นที่ทางเดินที่ดีไม่เพียงเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ แต่ยังช่วยลดโอกาสเกิดอุบัติเหตุ เช่น การลื่นล้ม หรือการชนกันในพื้นที่แคบ การออกแบบที่เชื่อมโยงทางเดินเข้ากับพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของตลาด เช่น จุดขายสินค้าหรือจุดบริการสาธารณะ จะช่วยให้ตลาดใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของตลาดในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	พื้นที่ทางเดินมีความกว้างเพียงพอ ไม่มีสิ่งกีดขวาง การสัญจรสะดวกและปลอดภัย รองรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่หลากหลาย เช่น ผู้พิการหรือผู้สูงอายุ พร้อมทั้งมีการจัดระเบียบร้านค้าอย่างชัดเจน
2	พื้นที่ทางเดินมีความกว้างในระดับปานกลาง มีสิ่งกีดขวางบางส่วน เช่น ร้านค้าตั้งล้ำออกมา แต่ยังคงสามารถสัญจรได้โดยไม่มีปัญหาใหญ่ และมีการจัดระเบียบร้านค้าในบางพื้นที่.
1	พื้นที่ทางเดินมีความแคบ มีสิ่งกีดขวางมาก เช่น แผงลอยวางไม่เป็นระเบียบหรือขยะกีดขวาง ทำให้การสัญจรไม่สะดวกและเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ.
ข้อควรปฏิบัติ: การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจรในตลาดควรเริ่มต้นด้วยการออกแบบพื้นที่ที่มีความกว้างเพียงพอสำหรับการสัญจรของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และครอบครัวที่มีเด็กเล็ก ทางเดินควรมีความกว้างขั้นต่ำที่รองรับการสัญจรได้อย่างราบรื่นและสามารถรองรับรถเข็นสินค้าได้โดยไม่เกิดความแออัด นอกจากนี้ ควรมีการจัดระเบียบร้านค้าและแผงลอยให้อยู่ในพื้นที่ที่กำหนดอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้ล้ำเข้ามาในพื้นที่ทางเดิน และควรกำหนดจุดวางสิ่งของหรือขยะเพื่อป้องกันการกีดขวางการสัญจรพื้นผิวของทางเดินควรได้รับการออกแบบให้ปลอดภัย เช่น ใช้วัสดุที่ไม่ลื่นและทนทานต่อการใช้งาน รวมถึงควรมีการซ่อมแซมพื้นที่ที่ชำรุดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ การติดตั้งราวจับในบริเวณที่มีระดับพื้นที่ต่างกัน เช่น บันไดหรือทางลาด จะช่วยเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยให้กับผู้สูงอายุและผู้พิการ ทางเดินควรได้รับการทำความสะอาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสะอาดและความปลอดภัยการกำหนดจุดบริการที่เชื่อมโยงกับทางเดิน เช่น จุดพักผ่อน จุดทิ้งขยะ หรือป้ายแสดงเส้นทาง จะช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้งานของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรมีการตรวจสอบพื้นที่ที่เป็นระยะและเก็บข้อมูลความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ เพื่อประเมินและปรับปรุงการจัดการพื้นที่ทางเดินให้เหมาะสมกับความต้องการ แนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เป็นระเบียบ และน่าใช้งานในตลาด ส่งเสริมความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการในระยะยาว.	
หลักฐานเชิงประจักษ์: • ภาพถ่ายพื้นที่ทางเดินในตลาด. • แผนผังแสดงการจัดระเบียบพื้นที่ร้านค้าและทางเดิน. • บันทึกการตรวจสอบสภาพพื้นที่ เช่น การซ่อมแซมพื้นหรือการจัดการสิ่งกีดขวาง. • ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความสะดวกและความปลอดภัยในการสัญจร	



SS-02: การออกแบบระบบระบายอากาศ

การออกแบบระบบระบายอากาศเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีภายในตลาด ระบบระบายอากาศที่เหมาะสมช่วยให้พื้นที่ที่มีการหมุนเวียนของอากาศที่เพียงพอ ลดความร้อนสะสม กลิ่นไม่พึงประสงค์ และการสะสมของความชื้นที่อาจก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพ เช่น เชื้อราและแบคทีเรีย โดยเฉพาะในพื้นที่ปิดหรือพื้นที่ขายอาหารสด นอกจากนี้ การระบายอากาศที่ดีช่วยเพิ่มความสบายให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค ช่วยลดความอับชื้นและทำให้บรรยากาศในตลาดน่าใช้งาน

ในมิติของการออกแบบ การใช้โครงสร้างแบบเปิด เช่น ช่องลมธรรมชาติ ช่องระบายอากาศ หรือการใช้พัดลมระบายอากาศ จะช่วยลดการใช้พลังงานและสร้างความยั่งยืน ในขณะเดียวกัน หากเป็นพื้นที่ที่มีการใช้งานอย่างหนาแน่นหรือมีลักษณะปิด เช่น ตลาดในร่ม การติดตั้งระบบระบายอากาศเชิงกล เช่น ระบบดูดอากาศหรือระบบปรับอากาศ จะช่วยรองรับการใช้งานที่หลากหลาย และรักษามาตรฐานสุขอนามัย การออกแบบระบบระบายอากาศที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้ตลาดมีความปลอดภัย สะอาด และเหมาะสมต่อการใช้งานในระยะยาว.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีระบบระบายอากาศที่มีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ช่องลมธรรมชาติร่วมกับระบบระบายอากาศเชิงกล (พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศ) เพื่อให้มีการหมุนเวียนของอากาศที่เพียงพอในทุกพื้นที่ และไม่มีปัญหากลิ่นอับหรือความชื้นสะสม.
2	มีระบบระบายอากาศในบางพื้นที่ เช่น การติดตั้งพัดลมหรือช่องระบายอากาศบางจุด แต่การระบายอากาศยังไม่ทั่วถึง หรือมีปัญหาเล็กน้อยเกี่ยวกับความอับชื้นหรือกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบางจุด.
1	ไม่มีระบบระบายอากาศที่เหมาะสม พื้นที่ภายในตลาดขาดการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอ ส่งผลให้มีความอับชื้นสูงและมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ในหลายจุด.

ข้อควรปฏิบัติ:

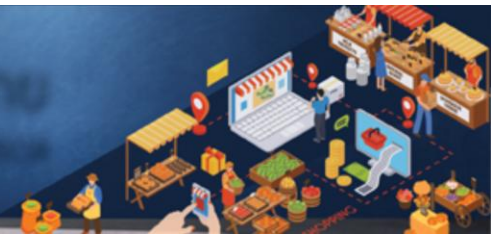
การออกแบบระบบระบายอากาศที่ดีควรคำนึงถึงการสร้างการหมุนเวียนอากาศที่เพียงพอและเหมาะสมกับลักษณะโครงสร้างของตลาด การใช้ช่องลมธรรมชาติ เช่น การวางช่องเปิดในตำแหน่งที่เหมาะสม การออกแบบหลังคาให้ยกสูงเพื่อระบายความร้อน หรือการใช้หน้าต่างบานเกล็ด สามารถช่วยเพิ่มการไหลเวียนของอากาศโดยไม่ต้องพึ่งพาพลังงาน นอกจากนี้ หากตลาดตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีความร้อนสูงหรือมีความชื้นสะสม ควรติดตั้งระบบระบายอากาศเชิงกล เช่น พัดลมดูดอากาศ เครื่องปรับอากาศ หรือระบบดูดอากาศเฉพาะจุด เพื่อช่วยลดอุณหภูมิและความอับชื้นภายในพื้นที่

การออกแบบควรคำนึงถึงความสะอาดและสุขอนามัย โดยเลือกวัสดุที่ง่ายต่อการทำความสะอาดและไม่สะสมฝุ่น เช่น ตะแกรงหรือช่องระบายอากาศที่มีตัวกรองฝุ่น เพื่อป้องกันการสะสมของเชื้อราและแบคทีเรีย นอกจากนี้ ควรมีการบำรุงรักษาระบบระบายอากาศอย่างสม่ำเสมอ เช่น การล้างพัดลมหรือระบบกรองอากาศ เพื่อลดการสะสมของสิ่งสกปรก

การออกแบบระบบระบายอากาศที่ดีควรสอดคล้องกับลักษณะการใช้งานของตลาด เช่น พื้นที่ขายอาหารสดควรมีระบบระบายอากาศเฉพาะเพื่อลดกลิ่นและป้องกันการปนเปื้อน ขณะที่พื้นที่ขายของแห้งควรมุ่งเน้นการลดความร้อนสะสม การติดตั้งป้ายหรือคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานระบบระบายอากาศอย่างถูกต้องจะช่วยให้ทุกฝ่ายสามารถใช้งานได้เต็มที่ประสิทธิภาพ แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความสบายในการใช้งาน แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพอากาศ สุขอนามัย และความยั่งยืนของตลาดในระยะยาว.

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- ภาพถ่ายหรือแผนผังการออกแบบช่องลมและระบบระบายอากาศ.
- รายงานการตรวจสอบคุณภาพอากาศภายในตลาด.



- บันทึกการติดตั้งและบำรุงรักษาระบบระบายอากาศเชิงกล.
- ข้อมูลผลสำรวจความคิดเห็นของผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับความสบายและความสะอาดของอากาศในตลาด.

SS-03: การจัดการแสงสว่าง

การจัดการแสงสว่างในตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ความปลอดภัย และบรรยากาศโดยรวมของพื้นที่ แสงสว่างที่เหมาะสมช่วยให้พื้นที่ตลาดใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่ต้องการความชัดเจน เช่น พื้นที่ขายอาหารสดหรือแผงลอยสินค้า แสงสว่างที่เพียงพอช่วยลดความเสี่ยงของอุบัติเหตุ เช่น การลื่นล้ม หรือการชนสิ่งของในพื้นที่ที่แสงไม่เพียงพอ นอกจากนี้ แสงสว่างยังส่งผลต่อความสวยงามและบรรยากาศของตลาด เช่น การใช้แสงไฟตกแต่งเพื่อสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์เฉพาะของตลาด

ในเชิงเศรษฐกิจ การจัดการแสงสว่างที่ดีช่วยส่งเสริมการค้าขาย เนื่องจากแสงสว่างที่เหมาะสมดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และสร้างความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า เช่น การใช้ไฟ LED ที่ประหยัดพลังงานและให้แสงที่เหมาะสมสำหรับการแสดงสินค้า ในขณะเดียวกัน การออกแบบระบบแสงสว่างที่คำนึงถึงการประหยัดพลังงานยังช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านไฟฟ้าและสนับสนุนความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการแสงสว่างที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญทั้งในด้านการใช้งาน ความปลอดภัย และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาด.

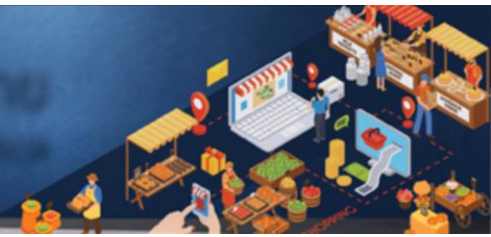
ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีการจัดการแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสมในทุกพื้นที่ เช่น ทางเดิน พื้นที่ขายสินค้า และพื้นที่บริการ พร้อมทั้งใช้ระบบแสงสว่างที่ประหยัดพลังงานและมีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง.
2	ตลาดมีการจัดการแสงสว่างเพียงบางส่วน เช่น มีแสงสว่างที่เหมาะสมในพื้นที่หลัก แต่บางพื้นที่แสงไม่เพียงพอหรือไม่มีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ.
1	ตลาดมีแสงสว่างไม่เพียงพอในหลายพื้นที่ เช่น ทางเดินหรือแผงลอยมืดเกินไป หรือระบบแสงสว่างเสียหายและไม่ได้รับการซ่อมแซม.

ข้อควรปฏิบัติ:

การจัดการแสงสว่างในตลาดควรเริ่มต้นจากการออกแบบระบบแสงที่คำนึงถึงความเพียงพอและเหมาะสมกับการใช้งานในแต่ละพื้นที่ เช่น ทางเดิน พื้นที่ขายสินค้า และพื้นที่บริการ ระบบแสงสว่างควรมีความสม่ำเสมอและครอบคลุม โดยเฉพาะในพื้นที่สำคัญ เช่น จุดขายอาหารสดหรือพื้นที่ทางเดินที่มีการสัญจรหนาแน่น การเลือกใช้หลอดไฟ LED หรือระบบแสงสว่างที่ประหยัดพลังงานจะช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในด้านความปลอดภัย ควรติดตั้งระบบแสงสว่างฉุกเฉินในพื้นที่ที่สำคัญ เช่น ทางหนีไฟและจุดรวมพล นอกจากนี้ ควรมีการออกแบบแสงสว่างเพื่อสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ เช่น การใช้ไฟตกแต่งหรือไฟสีในพื้นที่ส่วนกลางของตลาด เพื่อดึงดูดผู้บริโภค และเสริมสร้างเอกลักษณ์ของตลาด การบำรุงรักษาแสงสว่างควรทำอย่างสม่ำเสมอ เช่น การเปลี่ยนหลอดไฟที่เสียหาย การตรวจสอบระบบสายไฟ และการทำความสะอาดอุปกรณ์แสงสว่างเพื่อรักษาประสิทธิภาพและความปลอดภัย

นอกจากนี้ การติดตั้งระบบควบคุมแสงสว่าง เช่น ไฟเปิด-ปิดอัตโนมัติในพื้นที่ที่มีการใช้งานไม่ต่อเนื่อง จะช่วยลดการสิ้นเปลืองพลังงาน การจัดการแสงสว่างอย่างเหมาะสมไม่เพียงเพิ่มความปลอดภัยและความสะอาดสบายให้กับผู้ใช้บริการ แต่ยังช่วยเสริมภาพลักษณ์และสร้างความประทับใจให้กับตลาดในฐานะพื้นที่ที่มีคุณภาพและใส่ใจต่อความยั่งยืนในระยะยาว.



หลักฐานเชิงประจักษ์:

- ภาพถ่ายพื้นที่ที่แสดงการจัดการแสงสว่างในตลาด.
- รายงานการติดตั้งและบำรุงรักษาระบบแสงสว่าง.
- รายการอุปกรณ์ที่ใช้ เช่น ประเภทยลลวดไฟหรือระบบไฟฟ้า.
- ความคิดเห็นจากผู้ให้บริการเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อแสงสว่างในตลาด.

SS-04: ความปลอดภัยของโครงสร้าง

ความปลอดภัยของโครงสร้างเป็นพื้นฐานสำคัญที่กำหนดคุณภาพและความน่าเชื่อถือของตลาด การออกแบบและก่อสร้างโครงสร้างที่มั่นคงและปลอดภัยช่วยป้องกันความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ค้าและผู้บริโภคที่ใช้บริการในตลาด โครงสร้างที่ดีช่วยลดโอกาสเกิดอุบัติเหตุ เช่น การทรุดตัวของพื้น การถล่มของหลังคา หรือการลื่นล้มที่เกิดจากการออกแบบพื้นที่ที่ไม่เหมาะสม นอกจากนี้ ความปลอดภัยของโครงสร้างยังเกี่ยวข้องกับการป้องกันภัยพิบัติ เช่น การออกแบบให้โครงสร้างสามารถรองรับแรงลมแรงสั่นสะเทือน หรือการระบายน้ำที่มีประสิทธิภาพในกรณีเกิดน้ำท่วม

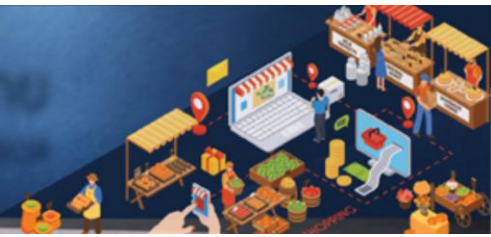
ในเชิงสังคม ความปลอดภัยของโครงสร้างช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค ทำให้ตลาดเป็นพื้นที่ที่ผู้คนรู้สึกปลอดภัยและเต็มใจที่จะกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ในมิติทางเศรษฐกิจ โครงสร้างที่ปลอดภัยยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในระยะยาวจากการซ่อมแซมและลดความเสี่ยงของความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ความปลอดภัยของโครงสร้างจึงไม่เพียงแต่เป็นข้อกำหนดพื้นฐานในด้านวิศวกรรม แต่ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนถึงความปลอดภัยและคุณภาพของตลาดในฐานะพื้นที่ชุมชนที่น่าเชื่อถือและยั่งยืน.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	โครงสร้างของตลาดมีความมั่นคง ปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานทางวิศวกรรม รวมถึงมีระบบตรวจสอบและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ พร้อมอุปกรณ์ความปลอดภัยครบถ้วน
2	โครงสร้างของตลาดมีความปลอดภัยในระดับปานกลาง โดยมีบางส่วนที่ต้องการการปรับปรุงหรือซ่อมแซม และไม่มีระบบบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน
1	โครงสร้างของตลาดมีสภาพไม่ปลอดภัย เช่น พื้นหรือหลังคาชำรุด ระบบความปลอดภัยไม่ครบถ้วน และไม่มี การตรวจสอบหรือซ่อมแซมตามความจำเป็น.

ข้อควรปฏิบัติ:

การจัดการความปลอดภัยของโครงสร้างตลาดควรเริ่มต้นจากการออกแบบและก่อสร้างที่เป็นไปตามมาตรฐานทางวิศวกรรม โดยเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของตลาด เช่น โครงสร้างหลังคาที่สามารถรองรับแรงลมได้ พื้นที่มีการป้องกันการลื่น และระบบระบายน้ำที่มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันการสะสมของน้ำฝนและลดโอกาสเกิดความเสียหาย การติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัย เช่น ถังดับเพลิง ป้ายทางหนีไฟ และระบบเตือนภัย เป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภค

ตลาดควรมีการตรวจสอบโครงสร้างเป็นระยะ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านวิศวกรรมเพื่อประเมินสภาพและความมั่นคงของโครงสร้าง เช่น เสา พื้น และหลังคา พร้อมทั้งมีแผนการบำรุงรักษาและซ่อมแซมอย่างต่อเนื่อง เช่น การซ่อมแซมพื้นที่ที่ชำรุดหรือเปลี่ยนวัสดุที่เสื่อมสภาพ การตรวจสอบเหล่านี้นควรรวมถึงอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น การตรวจสอบสภาพถังดับเพลิงและระบบไฟฟ้า เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น



นอกจากนี้ ตลาดควรมีการอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้งานพื้นที่อย่างปลอดภัย เช่น การระวางการวาง
สิ่งของที่กีดขวางทางเดินหรือการใช้งานอุปกรณ์ไฟฟ้าอย่างเหมาะสม การสื่อสารข้อมูลด้านความปลอดภัย เช่น การแสดงแผนที่
ทางหนีไฟและจุดรวมพล จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยให้กับทุกคนในตลาด การปฏิบัติตาม
แนวทางเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงของอุบัติเหตุ แต่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่ใส่ใจคุณภาพชีวิตของ
ผู้ค้าและผู้บริโภค.

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- รายงานการตรวจสอบโครงสร้าง เช่น เอกสารหรือรายงานที่จัดทำโดยวิศวกรหรือผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งระบุผลการตรวจสอบ
สภาพโครงสร้าง เช่น ความมั่นคงของเสา หลังคา และพื้น พร้อมทั้งระบุข้อเสนอแนะหรือความจำเป็นในการปรับปรุง.
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอของโครงสร้าง เช่น พื้นที่ที่ใช้งานได้ดี พื้นที่ที่ชำรุด หรือการติดตั้งอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น รั้ว
ดับเพลิงและป้ายทางหนีไฟ.
- บันทึกการบำรุงรักษาและซ่อมแซม เช่น การซ่อมแซมพื้น การเปลี่ยนหลังคา หรือการตรวจสอบอุปกรณ์ความ
ปลอดภัย พร้อมทั้งระบุวันที่และผู้รับผิดชอบ

SS-05: การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ

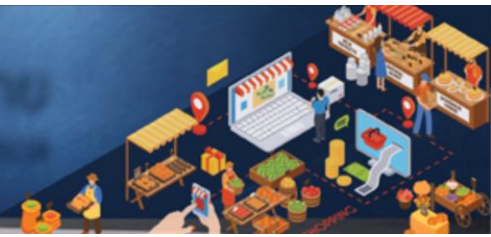
การจัดสรรพื้นที่สาธารณะในตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างสมดุลระหว่างการใช้งานพื้นที่เพื่อการค้าและการสร้าง
สภาพแวดล้อมที่น่าอยู่สำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค พื้นที่สาธารณะ เช่น ลานพักผ่อน ทางเดินส่วนกลาง หรือจุดรวมพล มีบทบาทใน
การเพิ่มความสะดวกสบาย ลดความแออัด และส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานตลาด การมีพื้นที่เหล่านี้ช่วยให้ผู้ใช้บริการ
สามารถหยุดพัก คลายความเหนื่อยล้า หรือพบปะสังสรรค์กับผู้อื่น ซึ่งเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจต่อการ
ใช้บริการในตลาด

ในด้านการบริหารจัดการตลาด พื้นที่สาธารณะยังสามารถนำมาใช้จัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดแสดงสินค้า การส่งเสริม
วัฒนธรรม หรือกิจกรรมชุมชน ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับตลาด ในมิติของความยั่งยืน การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ
อย่างเหมาะสมยังช่วยปรับปรุงสภาพแวดล้อม เช่น การเพิ่มพื้นที่สีเขียว ลดผลกระทบจากความร้อนสะสม และสร้างสภาพแวดล้อม
ที่สนับสนุนสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคน การจัดการพื้นที่สาธารณะจึงเป็นมากกว่าการเพิ่มพื้นที่ใช้งาน แต่ยังเป็นการ
สร้างตลาดที่เชื่อมโยงชุมชนและส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	มีพื้นที่สาธารณะครบถ้วนและเพียงพอ เช่น ลานพักผ่อน พื้นที่จัดกิจกรรม และพื้นที่สีเขียว พร้อมทั้งได้รับการ ดูแลรักษาและจัดสรรอย่างเป็นระเบียบ.
2	มีพื้นที่สาธารณะบางส่วน เช่น ลานพักผ่อนหรือพื้นที่จัดกิจกรรม แต่ยังไม่ครบถ้วนหรือขาดการดูแลรักษาที่ เหมาะสมในบางพื้นที่.
1	ไม่มีการจัดสรรพื้นที่สาธารณะอย่างชัดเจน หรือพื้นที่สาธารณะมีน้อยมาก ไม่สามารถรองรับการใช้งานของ ผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม.

ข้อควรปฏิบัติ:

การจัดสรรพื้นที่สาธารณะในตลาดควรเริ่มต้นจากการวางแผนที่คำนึงถึงความต้องการของผู้ค้าและผู้บริโภค โดยกำหนดพื้นที่ที่
ชัดเจนสำหรับการพักผ่อน การจัดกิจกรรมชุมชน และการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เช่น ลานกลางแจ้งที่มีที่นั่งเพียงพอ พื้นที่สำหรับ
กิจกรรมพิเศษ เช่น นิทรรศการหรือการแสดงวัฒนธรรม และจุดรวมพลที่สะดวกและปลอดภัย พื้นที่สาธารณะควรได้รับการ
ออกแบบให้เข้าถึงได้ง่าย มีการจัดทางเดินที่เชื่อมต่อกับพื้นที่สำคัญของตลาด และรองรับกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย เช่น
ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และครอบครัว



การเพิ่มองค์ประกอบเชิงสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกต้นไม้ พื้นที่สีเขียว หรือมุมที่มีการจัดตกแต่งด้วยธรรมชาติ จะช่วยลดความร้อนสะสมในตลาดและสร้างบรรยากาศที่น่าใช้งาน การติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ม้านั่ง ถังขยะ และแสงสว่างในพื้นที่สาธารณะ จะช่วยเพิ่มความสะอาดและความปลอดภัย นอกจากนี้ ควรมีการบำรุงรักษาพื้นที่สาธารณะอย่างสม่ำเสมอ เช่น การทำความสะอาด การซ่อมแซมอุปกรณ์ หรือการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน

พื้นที่สาธารณะยังสามารถนำมาใช้เป็นจุดศูนย์กลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์และความสามัคคีในชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม การประชุมกลุ่มผู้ค้า หรือการส่งเสริมโครงการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มคุณค่าและความน่าสนใจให้ตลาด แต่ยังสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมสุขภาพ ความร่วมมือ และความยั่งยืนในระยะยาว

หลักฐานเชิงประจักษ์:

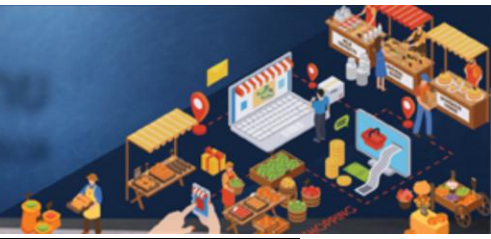
- ภาพถ่ายพื้นที่สาธารณะในตลาด
- แผนผังแสดงการจัดสรรพื้นที่สาธารณะ
- รายงานการจัดกิจกรรมหรือการใช้งานพื้นที่สาธารณะ
- ความคิดเห็นหรือผลสำรวจจากผู้ให้บริการเกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะ
- บันทึกการบำรุงรักษาหรือการจัดการพื้นที่สาธารณะ

SS-06: การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณค่าของตลาดในฐานะศูนย์กลางของชุมชน การวางตำแหน่งตลาดให้เชื่อมต่อกับพื้นที่สำคัญ เช่น ถนนสายหลัก สถานีขนส่ง ศูนย์การค้า หรือสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ ทำให้ตลาดกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่เข้าถึงง่ายและสะดวกสำหรับผู้บริโภคและผู้ค้า นอกจากนี้ การมีทางเข้า-ออกที่ชัดเจน และเชื่อมโยงกับระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถประจำทางหรือจุดจอดรถ จะช่วยเพิ่มความสะดวกและลดความแออัดของการสัญจร

ในเชิงเศรษฐกิจ การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบช่วยกระตุ้นกิจกรรมทางการค้าและการใช้จ่ายของผู้บริโภค ขณะเดียวกันยังส่งเสริมการกระจายสินค้าและบริการไปยังพื้นที่อื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในมิติทางสังคมและสิ่งแวดล้อม การออกแบบพื้นที่ตลาดที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่โดยรอบ เช่น การใช้วัสดุท้องถิ่นหรือการส่งเสริมวัฒนธรรมในพื้นที่ ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับชุมชน การเชื่อมโยงที่ดีระหว่างตลาดและพื้นที่โดยรอบจึงไม่เพียงแต่เพิ่มศักยภาพของตลาด แต่ยังส่งเสริมความยั่งยืนและความสามัคคีของชุมชนโดยรวม.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างชัดเจนและครบถ้วน เช่น ทางเข้า-ออกที่เชื่อมต่อกับถนนหลักหรือระบบขนส่งสาธารณะ มีจุดจอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย พร้อมทั้งมีป้ายบอกทางและข้อมูลที่ชัดเจนสำหรับผู้มาเยือน.
2	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบในบางส่วน เช่น มีจุดจอดรถหรือการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะ แต่ยังไม่เพียงพอหรือมีบางจุดที่การเข้าถึงไม่สะดวก
1	ตลาดไม่มีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างเหมาะสม เช่น ทางเข้าที่ไม่ชัดเจน ไม่มีจุดจอดรถที่เพียงพอหรือไม่มีการเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะ.



ข้อควรปฏิบัติ:

การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างมีประสิทธิภาพควรเริ่มต้นจากการวางแผนที่คำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ โดยการกำหนดทางเข้า-ออกของตลาดให้ชัดเจนและเข้าถึงได้ง่ายจากถนนสายหลักหรือพื้นที่ที่สำคัญ เช่น สถานีขนส่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว การจัดให้มีจุดจอดรถที่เพียงพอและปลอดภัยสำหรับรถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ และรถจักรยาน รวมถึงการสร้างพื้นที่เฉพาะสำหรับรถขนส่งสินค้า จะช่วยลดปัญหาความแออัดและเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค

การสนับสนุนการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ เช่น การมีจุดจอดรถประจำทางใกล้ตลาด หรือการสร้างทางเดินที่เชื่อมต่อจากสถานีขนส่งสาธารณะมาสู่ตลาด จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีพาหนะส่วนตัว การติดตั้งป้ายบอกทางหรือข้อมูลเกี่ยวกับตลาด เช่น แผนที่เส้นทางหรือเวลาทำการในจุดสำคัญของพื้นที่โดยรอบ จะช่วยเพิ่มการรับรู้และดึงดูดผู้ใช้บริการ

ตลาดยังควรพิจารณาการออกแบบพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่โดยรอบ เช่น การจัดสรรพื้นที่สีเขียวหรือการใช้วัสดุท้องถิ่นในการก่อสร้าง เพื่อสร้างความกลมกลืนและสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ เช่น องค์กรท้องถิ่นหรือผู้จัดการระบบขนส่งสาธารณะ จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการจัดการและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน การดำเนินแนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยให้ตลาดกลายเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบได้อย่างยั่งยืนและสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการในระยะยาว

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- แผนที่แสดงตำแหน่งตลาดและจุดเชื่อมโยงกับถนนหลักหรือพื้นที่สำคัญโดยรอบ
- ภาพถ่ายทางเข้า-ออก จุดจอดรถ และป้ายบอกทาง
- บันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะ เช่น สถานีรถประจำทางหรือจุดจอดรถจักรยาน
- รายงานความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความสะดวกในการเข้าถึงตลาด
- เอกสารแสดงความร่วมมือกับพื้นที่โดยรอบ เช่น หน่วยงานขนส่งหรือชุมชนท้องถิ่น

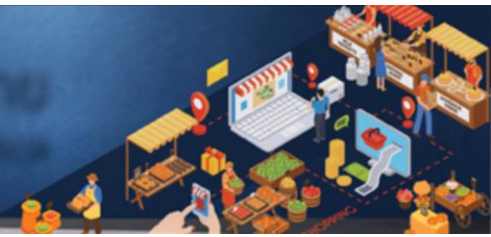
5.การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support of Community Economy: SCE)

การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนในระดับท้องถิ่น ตลาดในฐานะศูนย์กลางของการซื้อขายสินค้าและบริการในชุมชน มีบทบาทในการกระจายรายได้ให้กับผู้ค้า ผู้ผลิต และผู้บริโภคในพื้นที่ การส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจได้ เช่น การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น การสร้างงานในพื้นที่ และการเพิ่มโอกาสทางการค้า ช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคม และเสริมสร้างความมั่นคงในชีวิตความเป็นอยู่

นอกจากนี้ การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนยังช่วยรักษามรดกภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การส่งเสริมสินค้าหัตถกรรม อาหารพื้นบ้าน และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างรายได้ แต่ยังเพิ่มมูลค่าและเอกลักษณ์ให้กับพื้นที่ การกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับชุมชนยังส่งผลต่อการพัฒนาในระดับมหภาค โดยช่วยสร้างความเชื่อมโยงระหว่างตลาดในชุมชนกับเศรษฐกิจระดับประเทศ การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนจึงไม่ใช่เพียงการลงทุนในปัจจุบัน แต่เป็นการวางรากฐานสำหรับความมั่นคงและการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต

SCE-01: การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน

การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น การสนับสนุนให้คนในชุมชนมีอาชีพที่มั่นคงและรายได้ที่เพียงพอช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ ตลาดซึ่งเป็นศูนย์กลางของการค้าและการพบปะของผู้คนในชุมชน มีบทบาทสำคัญในการ



สร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การจ้างงานผู้ค้า พนักงานในตลาด และการสนับสนุนห่วงโซ่อุปทาน เช่น เกษตรกรหรือผู้ผลิตสินค้าท้องถิ่น

นอกจากนี้ การส่งเสริมอาชีพยังช่วยพัฒนาทักษะของคนในชุมชนผ่านการอบรมหรือกิจกรรมเพิ่มพูนความรู้ เช่น การสอนวิธีแปรรูปสินค้า การจัดการธุรกิจ หรือการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดยุคใหม่ การมีอาชีพที่หลากหลายยังช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจและลดการพึ่งพาทรัพยากรจากภายนอก การจ้างงานในชุมชนจึงไม่เพียงแต่เพิ่มรายได้ แต่ยังส่งเสริมความสามัคคีและความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนอย่างเป็นระบบ เช่น มีโครงการอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ การสร้างงานใหม่ และการสนับสนุนการจ้างแรงงานท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง.
2	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนบางส่วน เช่น มีการจัดกิจกรรมอบรมเป็นครั้งคราวหรือการจ้างแรงงานท้องถิ่นในบางตำแหน่ง แต่ยังขาดการดำเนินการที่ต่อเนื่อง.
1	ตลาดไม่มีโครงการส่งเสริมอาชีพหรือการจ้างงานในชุมชนอย่างชัดเจน และส่วนใหญ่พึ่งพาแรงงานจากภายนอกโดยไม่มีการสนับสนุนคนในชุมชน.

ข้อควรปฏิบัติ:

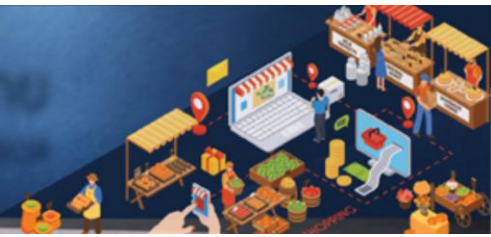
การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนควรเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ความต้องการและศักยภาพของคนในพื้นที่ เพื่อออกแบบโครงการหรือกิจกรรมที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน เช่น การอบรมทักษะอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าท้องถิ่น การแปรรูปอาหาร การจัดการธุรกิจขนาดย่อม หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาดยุคใหม่ การสนับสนุนการจ้างงานท้องถิ่น เช่น การจ้างแรงงานในตลาด การสร้างตำแหน่งงานใหม่ หรือการสนับสนุนให้ผู้ค้าในตลาดว่าจ้างแรงงานจากชุมชน จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่และเพิ่มรายได้ให้กับคนในชุมชน

ตลาดควรมีการจัดกิจกรรมเพิ่มพูนทักษะ เช่น การอบรมเชิงปฏิบัติการ การเชิญผู้เชี่ยวชาญมาให้คำปรึกษา หรือการจัดกิจกรรมเรียนรู้ร่วมกันในชุมชน การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มหาวิทยาลัย หรือภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนทรัพยากรและองค์ความรู้ในการพัฒนาอาชีพ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและขยายผลของโครงการให้กว้างขึ้น

นอกจากนี้ ควรมีการติดตามและประเมินผลโครงการอย่างต่อเนื่อง เช่น การเก็บข้อมูลผู้ที่ได้รับการอบรมหรือการจ้างงาน รวมถึงการสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากโครงการ เพื่อปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยสร้างความยั่งยืนในชุมชน เสริมสร้างศักยภาพของคนในพื้นที่ และเพิ่มโอกาสในการพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจในระยะยาว.

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- รายงานหรือบันทึกการจัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะอาชีพในชุมชน
- สถิติการจ้างงานท้องถิ่นและประเภทของงานที่สนับสนุนคนในชุมชน
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอจากกิจกรรมส่งเสริมอาชีพหรือการจ้างงาน
- ผลสำรวจหรือความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมโครงการส่งเสริมอาชีพในชุมชน
- แผนงานหรือรายงานโครงการที่แสดงถึงเป้าหมายและผลลัพธ์ของการจ้างงานในชุมชน



SCE-02: การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน

การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจหมุนเวียนเน้นการลดการใช้ทรัพยากรใหม่และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรที่มีอยู่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล การนำกลับมาใช้ซ้ำ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน การนำแนวคิดนี้มาใช้ในตลาดไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ ให้กับผู้ค้าและชุมชน เช่น การส่งเสริมการผลิตสินค้าจากวัสดุเหลือใช้ หรือการสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้

ในมิติของชุมชน การสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ค้า ผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่มีความใส่ใจในความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาว.

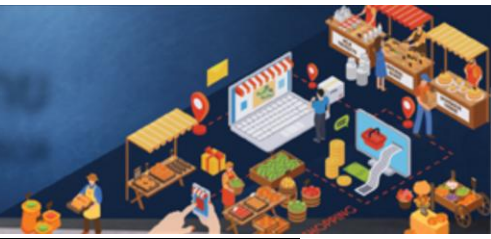
ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง เช่น มีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ การนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนอย่างกว้างขวาง.
2	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนบางส่วน เช่น การรีไซเคิลหรือการรณรงค์ลดการใช้พลาสติก แต่ยังขาดการบูรณาการในทุกพื้นที่หรือการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง.
1	ตลาดไม่มีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างชัดเจน หรือมีการดำเนินการในระดับต่ำ เช่น ไม่มีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพหรือไม่มีการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน.

ข้อควรปฏิบัติ:

การสนับสนุนโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนในตลาดควรเริ่มต้นจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและครอบคลุมทุกมิติของการจัดการทรัพยากร โดยการออกแบบระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ เช่น การติดตั้งจุดรับขยะรีไซเคิล การแยกประเภทขยะอย่างชัดเจน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดการวัสดุเหลือใช้ ตลาดควรส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในโครงการ เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และการผลิตสินค้าจากวัสดุเหลือใช้

การรณรงค์สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียนควรทำอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมอบรมหรือเวิร์กช็อปเกี่ยวกับการจัดการขยะ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือใช้ หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และป้ายในตลาด นอกจากนี้ ตลาดควรสนับสนุนการจัดหาวัสดุและอุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในราคาที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นให้ผู้ค้ามีทางเลือกในการปฏิบัติตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน

การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เช่น การเก็บข้อมูลปริมาณขยะที่ลดลง การวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ จะช่วยให้ตลาดสามารถปรับปรุงและพัฒนาโครงการให้เหมาะสมและตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน การสนับสนุนโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีแนวปฏิบัติชัดเจนและต่อเนื่องไม่เพียงแต่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเพิ่มมูลค่าให้กับตลาดในฐานะพื้นที่ที่ส่งเสริมความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม.



หลักฐานเชิงประจักษ์:

- รายงานหรือบันทึกการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การใช้เชื้อเพลิงหรือการจัดการวัสดุเหลือใช้
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอที่แสดงถึงการใช้ระบบหรือกิจกรรมเศรษฐกิจหมุนเวียนในตลาด เช่น จุดรับขยะรีไซเคิลหรือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุเหลือใช้
- ข้อมูลหรือสถิติการลดขยะและการเพิ่มมูลค่าจากวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่
- เอกสารณรงค์หรือประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนในตลาด
- ความคิดเห็นหรือผลสำรวจจากผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนในตลาด

SCE-03: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของพื้นที่ การเชื่อมโยงตลาดเข้ากับการท่องเที่ยวในชุมชนช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น เช่น การเพิ่มรายได้ให้กับผู้ค้าและผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมถึงการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอสินค้าหรือกิจกรรมที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับชุมชนยังช่วยสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น เช่น อาหาร งานหัตถกรรม และสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม

นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนยังช่วยเพิ่มความเข้มแข็งของชุมชนผ่านการสนับสนุนกิจกรรมร่วมกัน เช่น การจัดงานเทศกาล การแสดงศิลปวัฒนธรรม หรือการจัดนิทรรศการสินค้า ซึ่งช่วยสร้างความสามัคคีและความภาคภูมิใจในชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชนที่ยั่งยืนยังมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนจึงไม่เพียงแต่สร้างรายได้ แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างชัดเจน เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การนำเสนอสินค้าและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง.
2	ตลาดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนบางส่วน เช่น การจัดกิจกรรมหรือการประชาสัมพันธ์เป็นครั้งคราว แต่ยังขาดความต่อเนื่องหรือการบูรณาการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน.
1	ตลาดไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างชัดเจน หรือไม่มีการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่.

ข้อควรปฏิบัติ:

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนควรเริ่มต้นจากการวางแผนที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์และศักยภาพของพื้นที่ โดยตลาดสามารถเป็นจุดศูนย์กลางในการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม และทรัพยากรท้องถิ่น เช่น การจัดแสดงศิลปวัฒนธรรม การแสดงดนตรีพื้นบ้าน หรือการจัดงานเทศกาลที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชน การพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบสนองต่อความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม อาหารพื้นบ้าน และแพ็คเกจท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับตลาดและพื้นที่ใกล้เคียง จะช่วยเพิ่มความดึงดูดใจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว

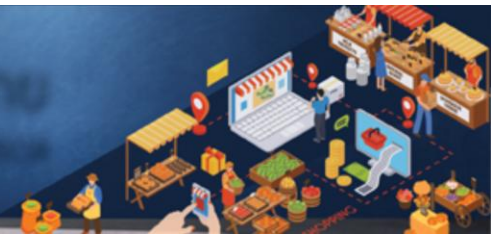
ตลาดควรสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บริษัททัวร์ หรือกลุ่มชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการและเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ เช่น การใช้โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือการร่วมงานนิทรรศการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการจัดพื้นที่หรือบริการที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น จุดข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ป้ายบอกทางเป็นภาษาต่างประเทศ หรือพื้นที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักระยะสั้น



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาตลาดฐาน
และสนับสนุนส่งเสริมองค์ทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณท์ชุมชน



การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการค้าขาย และผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน จะช่วยให้ตลาดสามารถปรับปรุงกิจกรรมและการบริหารจัดการให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนที่มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนอย่างแท้จริงจะช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนและความสามัคคีในพื้นที่ พร้อมทั้งสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวในระยะยาว.

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- รายงานหรือบันทึกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น งานเทศกาลหรือการแสดงศิลปวัฒนธรรม
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอจากกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดหรือชุมชน
- ข้อมูลหรือเอกสารประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ หรือโพสต์โซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- สถิติหรือรายงานจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในตลาด
- ผลสำรวจหรือความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวในชุมชนที่เชื่อมโยงกับตลาด

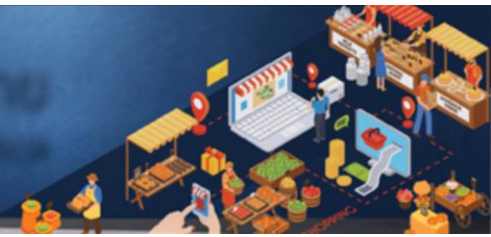
เพื่อสนับสนุนการพัฒนาตลาดต้นแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการในยุคปัจจุบันและมุ่งสู่ความยั่งยืน องค์การตลาดได้เพิ่มเกณฑ์การประเมินใน 2 ด้านสำคัญ ได้แก่ การใช้พลังงานหมุนเวียน และ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การใช้พลังงานหมุนเวียนเป็นการลดการพึ่งพาพลังงานจากฟอสซิล พร้อมทั้งลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งช่วยสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลนั้นเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการตลาด เช่น การจัดการข้อมูล การประชาสัมพันธ์ การชำระเงินแบบดิจิทัล และการเชื่อมต่อกับผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ทั้งสองด้านนี้ไม่เพียงช่วยยกระดับคุณภาพของตลาด แต่ยังเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่ทันสมัยและมุ่งเน้นความยั่งยืนในระยะยาว.

ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน

การใช้พลังงานหมุนเวียนในการจัดการตลาดเป็นแนวทางสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม หรือพลังงานชีวมวล ช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากแหล่งฟอสซิลซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในตลาด เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์สำหรับระบบไฟฟ้าส่องสว่าง การใช้พลังงานชีวมวลจากวัสดุเหลือใช้ในชุมชน หรือการติดตั้งระบบเก็บพลังงานลม จะช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ การส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนยังเป็นการสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ค้าและผู้บริโภคในเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรับผิดชอบต่อ การปรับตัวเข้าสู่ระบบพลังงานหมุนเวียนในตลาดจึงไม่เพียงแต่ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในพื้นที่หลัก ระบบพลังงานชีวมวล หรือการใช้พลังงานลมร่วมกับระบบไฟฟ้าหลัก
2	ตลาดมีการใช้พลังงานหมุนเวียนในบางส่วน เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เฉพาะในพื้นที่รอง หรือการทดลองใช้พลังงานหมุนเวียนในระดับจำกัด แต่ยังขาดการขยายผลอย่างต่อเนื่อง.
1	ตลาดไม่มีการใช้พลังงานหมุนเวียน หรือมีการดำเนินการเพียงเล็กน้อยโดยไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้พลังงานฟอสซิลอย่างชัดเจน.



ข้อควรปฏิบัติ:

การใช้พลังงานหมุนเวียนในตลาดควรเริ่มต้นจากการวางแผนและออกแบบระบบที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานและพื้นที่ของตลาด เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในพื้นที่ที่ได้รับแสงแดดเพียงพอ การใช้พลังงานชีวมวลจากวัสดุเหลือใช้ในตลาดหรือชุมชน หรือการพิจารณาใช้ระบบพลังงานลมในพื้นที่ที่มีลมแรง การเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับงบประมาณจะช่วยให้การนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้เป็นไปอย่างคุ้มค่า

ตลาดควรมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเข้าใจในประโยชน์ของพลังงานหมุนเวียนให้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภค เช่น การจัดนิทรรศการ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ควรมีการติดตามและประเมินผลการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น การเก็บข้อมูลการลดการใช้พลังงานจากแหล่งฟอสซิล ค่าใช้จ่ายด้านพลังงานที่ลดลง และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ตลาดยังสามารถสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านพลังงาน เช่น องค์กรพลังงานท้องถิ่นหรือบริษัทที่พัฒนาเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียน เพื่อให้ได้รับคำแนะนำและการสนับสนุนที่เหมาะสม การบำรุงรักษาระบบพลังงานหมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ เช่น การทำความสะอาดแผงโซลาร์เซลล์ การตรวจสอบระบบชีวมวล จะช่วยยืดอายุการใช้งานของระบบและรักษาประสิทธิภาพการผลิตพลังงาน

แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล แต่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่มุ่งมั่นต่อความยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว.

หลักฐานเชิงประจักษ์:

- รายงานการติดตั้งและใช้งานระบบพลังงานหมุนเวียน เช่น แผงโซลาร์เซลล์หรือระบบชีวมวล
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอของระบบพลังงานหมุนเวียนที่ใช้งานในตลาด
- ข้อมูลหรือสถิติการลดการใช้พลังงานฟอสซิล เช่น ค่าไฟฟ้าที่ลดลงหลังจากติดตั้งระบบพลังงานหมุนเวียน
- เอกสารหรือรายงานการวางแผนและขยายระบบพลังงานหมุนเวียนในตลาด
- ความคิดเห็นหรือผลสำรวจจากผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับผลกระทบของการใช้พลังงานหมุนเวียนในตลาด

TDG: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการตลาดเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการดำเนินงานของตลาดให้สอดคล้องกับยุคสมัย เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบการจัดการข้อมูล (Data Management Systems) แอปพลิเคชันสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค หรือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการซื้อขายสินค้า ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสามารถเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลาย ทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์

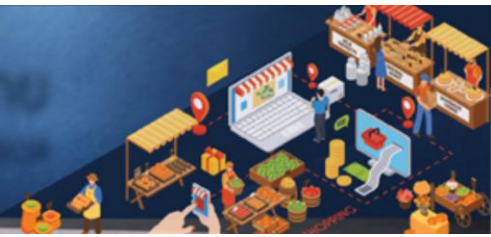
การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้อย่างช่วยลดความซับซ้อนของการบริหารจัดการ เช่น การติดตามสต็อกสินค้า การจองพื้นที่ขาย หรือการเก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และวางแผน การใช้เทคโนโลยี เช่น การชำระเงินแบบดิจิทัล หรือระบบติดตามสินค้าจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค ยังช่วยสร้างความโปร่งใสและเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค การผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการจัดการตลาดจึงไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความสะดวก แต่ยังสร้างโอกาสใหม่ ๆ ในการพัฒนาตลาดให้ทันสมัยและมีความยั่งยืนในระยะยาว



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

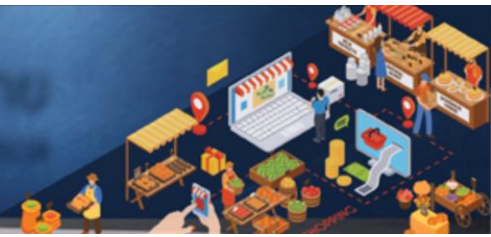
" เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาตลาดฐาน และสนับสนุนส่งเสริมองค์ทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน "



ระดับคะแนน	คำอธิบาย
3	ตลาดมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง เช่น ระบบจัดการข้อมูล การชำระเงินดิจิทัล แอปพลิเคชันสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค และการประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์.
2	ตลาดมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในบางส่วน เช่น การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหรือระบบชำระเงินดิจิทัล แต่ยังไม่มียระบบจัดการข้อมูลหรือการเชื่อมต่อระหว่างระบบที่ครอบคลุม.
1	ตลาดไม่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ หรือมีการใช้อย่างจำกัด เช่น ใช้โซเชียลมีเดียเฉพาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ แต่ไม่มีการบูรณาการเทคโนโลยีในกระบวนการจัดการตลาด
ข้อควรปฏิบัติ: การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในตลาดควรเริ่มต้นด้วยการวางแผนและออกแบบระบบที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้ค้าและผู้บริโภค เช่น การใช้ระบบจัดการข้อมูลที่สามารถตรวจสอบพื้นที่ขาย การชำระเงิน หรือข้อมูลสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างง่ายดาย ทั้งนี้ การจัดการข้อมูลควรเน้นความปลอดภัยและปฏิบัติตามมาตรฐานการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อลดความเสี่ยงจากการรั่วไหลของข้อมูล การสนับสนุนการชำระเงินดิจิทัล เช่น Mobile Banking, E-Wallet หรือ QR Code ควรถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวก ลดการใช้เงินสด และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ตลาดควรใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์ เช่น การใช้โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันเฉพาะของตลาด เพื่อกระจายข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ และกิจกรรมให้เข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขวางขึ้น การฝึกอบรมผู้ค้าและเจ้าหน้าที่ให้เข้าใจและใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการข้อมูล การชำระเงินดิจิทัล หรือการสร้างเนื้อหาสำหรับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จะช่วยให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมและปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีได้ดีขึ้น นอกจากนี้ การติดตามและประเมินผลการใช้เทคโนโลยี เช่น การเก็บข้อมูลจำนวนผู้ใช้งาน ความพึงพอใจ และประสิทธิภาพของระบบ จะช่วยให้ตลาดสามารถปรับปรุงและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีได้อย่างต่อเนื่อง การออกแบบระบบที่เข้าถึงได้ง่ายและครอบคลุมผู้ใช้งานทุกกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุหรือผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี พร้อมการสนับสนุนให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม จะช่วยให้ตลาดสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างยั่งยืนและเกิดประโยชน์สูงสุด. หลักฐานเชิงประจักษ์: • ภาพหน้าจอหรือลิงก์ไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ของตลาด เช่น เว็บไซต์หรือเพจโซเชียลมีเดีย • รายงานหรือเอกสารเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบจัดการข้อมูล การชำระเงินดิจิทัล หรือแอปพลิเคชันของตลาด • บันทึกหรือข้อมูลสถิติการใช้งานเทคโนโลยี เช่น จำนวนผู้ใช้แอปพลิเคชันหรือผู้ใช้บริการชำระเงินดิจิทัล • ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้งานเทคโนโลยีในตลาด • เอกสารแสดงแผนการพัฒนาระบบและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในตลาด	

ความสัมพันธ์เกณฑ์การประเมินต่อแบบจำลอง BCG

เมื่อ BCG ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการตลาด จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยเฉพาะสินค้าท้องถิ่นที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังช่วยลดต้นทุนการจัดการผ่านการใช้ทรัพยากรที่หมุนเวียนและการลดขยะที่เกิดขึ้นในกระบวนการ นโยบายที่ส่งเสริมการพัฒนาตลาดตามแนวทาง BCG ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่คำนึงถึงความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการตลาดตามแนวคิด BCG จึงเป็นแนวทางที่ช่วยให้ตลาดสามารถตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนในปัจจุบัน และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว.



แบบจำลองเศรษฐกิจ BCG ประกอบด้วยสามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ Bio Economy (เศรษฐกิจชีวภาพ), Circular Economy (เศรษฐกิจหมุนเวียน) และ Green Economy (เศรษฐกิจสีเขียว) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เกณฑ์การประเมินตลาดที่ได้จัดทำขึ้นมีความเชื่อมโยงอย่างชัดเจนกับหลักการของ BCG ดังนี้:

การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่น (PP-01 / PP-02)

ความสัมพันธ์กับ Bio Economy: การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่นส่งเสริมการใช้วัตถุดิบชีวภาพและทรัพยากรในพื้นที่ เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ปลูกในท้องถิ่นและการสนับสนุนสินค้าหัตถกรรมซึ่งมีฐานจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชน

แนวทางการนำไปใช้: ตลาดควรส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในพื้นที่อย่างคุ้มค่า สนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นผ่านโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างมูลค่าเพิ่มในชุมชน.

การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (WE-02 / WE-04)

ความสัมพันธ์กับ Circular Economy: การจัดการขยะอย่างเหมาะสมและการแยกประเภทขยะส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ซ้ำ การรีไซเคิล และการลดปริมาณขยะที่จะนำไปฝังกลบ

แนวทางการนำไปใช้: ตลาดควรมีจุดแยกขยะที่ชัดเจน ระบบรีไซเคิลที่ครอบคลุม และโครงการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการจัดการขยะในชุมชน นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมจะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น.

การใช้พลังงานหมุนเวียน (ENG)

ความสัมพันธ์กับ Green Economy: การใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น แสงอาทิตย์หรือชีวมวล ช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากฟอสซิลและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งเป็นหัวใจของเศรษฐกิจสีเขียว

แนวทางการนำไปใช้: ตลาดควรติดตั้งระบบพลังงานหมุนเวียน เช่น แผงโซลาร์เซลล์ หรือระบบชีวมวลในพื้นที่ รวมถึงสร้างโครงการรณรงค์เกี่ยวกับการใช้พลังงานอย่างยั่งยืน.

การส่งเสริมเทคโนโลยีดิจิทัล (TDG)

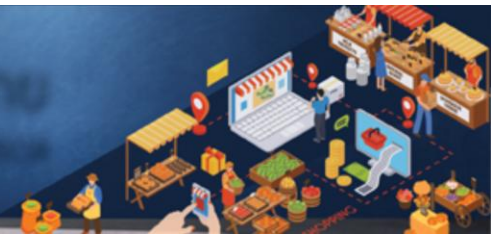
ความสัมพันธ์กับ Circular และ Green Economy: การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยลดการใช้ทรัพยากร เช่น กระดาษ และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูล ส่งเสริมความโปร่งใสและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

แนวทางการนำไปใช้: ตลาดควรพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการจัดการพื้นที่ขาย การชำระเงินดิจิทัล และการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ซึ่งช่วยลดการใช้ทรัพยากรและเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ.

การสนับสนุนโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียน (SCE-01 / SCE-02 / SCE-03)

ความสัมพันธ์กับ Circular Economy: การดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การรีไซเคิล การแปรรูปขยะ และการใช้วัสดุหมุนเวียน ช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่และสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุที่มีอยู่

แนวทางการนำไปใช้: ตลาดควรมีการจัดนิทรรศการหรือกิจกรรมที่เน้นการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ เช่น การผลิตสินค้าจากวัสดุรีไซเคิล หรือโครงการลดขยะพลาสติก.



บทที่ 5. คู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบ

ตลาดลำพูน “ตลาดชุมชนแห่งวัฒนธรรมเมืองเหนือ”

ตลาดลำพูน หนึ่งในตลาดสาขาสำคัญขององค์การตลาด ก่อตั้งขึ้นด้วยเป้าหมายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดลำพูน เมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 1,300 ปี และเป็นศูนย์กลางแห่งอารยธรรมล้านนา ตลาดแห่งนี้ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวเมืองเหนืออย่างแท้จริง ด้วยการผสมผสานระหว่างบรรยากาศที่เรียบง่ายของชุมชนท้องถิ่นและวัฒนธรรมล้านนาอันทรงคุณค่า ตลาดลำพูนมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคในพื้นที่ โดยเฉพาะการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น เช่น ผ้าทอมือที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และอาหารพื้นเมืองที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวเหนือ

นอกจากนี้ ตลาดลำพูนยังถูกพัฒนาให้เป็นพื้นที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัด เช่น วัดพระธาตุหริภุญชัย วัดจามเทวี และสถานที่ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชน ตลาดแห่งนี้ไม่เพียงแต่เป็นจุดศูนย์กลางของการค้าขายในชุมชน แต่ยังเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงมนต์เสน่ห์ของเมืองเหนือผ่านสินค้าที่มีคุณภาพ กิจกรรมทางวัฒนธรรม และการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากชุมชนท้องถิ่น ด้วยอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ตลาดลำพูนจึงเป็นตัวแทนของการผสมผสานเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และชุมชนอย่างสมบูรณ์แบบ.

คุณค่าหลัก (Core Value)

ตลาดลำพูนเป็นตลาดชุมชน ช่วยยกระดับเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่นผ่าน Soft Power ด้านอาหารเมืองเหนือและการท่องเที่ยว

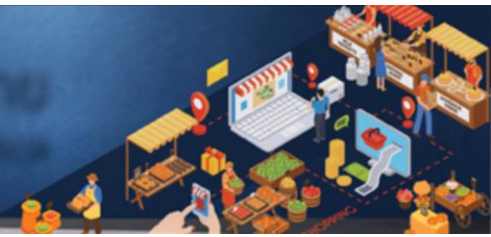
เกณฑ์บังคับ

เกณฑ์การประเมิน (บังคับ)	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2568	2569	2570	
การผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีมาก”	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
แผนงานหรือกิจกรรมที่สนับสนุน BCG อย่างน้อย 1 แผนงานต่อสาขาภายในปี 2568	1	2	3	1

โครงการ BCG ประจำปี 2568: โครงการ รมรงค์ ลด ละเลิกการใช้โฟม และพลาสติก

สุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety: HS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2568	2569	2570	
HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	3	3	3	
HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	3	3	3	
HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด	2	3	3	
HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	3	3	3	
HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	2	3	3	



แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

1. ตรวจสอบความสะอาดของตลาดอย่างสม่ำเสมอ
2. ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัย
3. ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อเข้ารับการประเมิน

HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ

ตลาดลำพูนจัดให้มีการทำความสะอาดพื้นที่ของตลาดทั้งหมดจำนวน 1 ครั้งต่อวัน ในทุกวันที่มีการเปิดทำการของตลาด ซึ่งเป็นเวลาหลังตลาดปิด (ประมาณ 16:00 – 17:00) โดยผู้ทำความสะอาดพื้นที่จะต้องบันทึกลงลายมือชื่อใน แบบฟอร์ม (แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด) ซึ่งจะถูกนำมารวบรวมและรายงานผลเป็นรายเดือน ในกรณีที่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความสะอาดของพื้นที่ตลาด ผู้จัดการตลาดจะนำรายงานดังกล่าวมาทวนสอบ

ในการทำความสะอาดพื้นที่ตลาด สาขาลำพูนมีแนวทางการจำแนกพื้นที่ ดังนี้

1. พื้นที่ขายอาหาร: มีชุดอุปกรณ์ทำความสะอาดแยกออกมาใช้เพื่อพื้นที่ประกอบอาหารหรือขายอาหารเท่านั้น โดยใช้วัสดุและสารทำความสะอาดที่มาจากธรรมชาติ
2. พื้นที่กำจัดขยะหรือจัดรวบรวมขยะ: มีการฆ่าเชื้อด้วยสารเคมีที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม โดยทำความสะอาดแบบฆ่าเชื้อทุกวันศุกร์ หลังปิดตลาด

โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการ พัฒนาปรับปรุงตลาด สาขาลำพูน	HS-03 / HS-04	

การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2568	2569	2570	
WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ	3	3	3	
WE-02: การแยกประเภทขยะ	3	3	3	
WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์	2	3	3	
WE-04: การลดการใช้พลาสติก	3	3	3	

แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

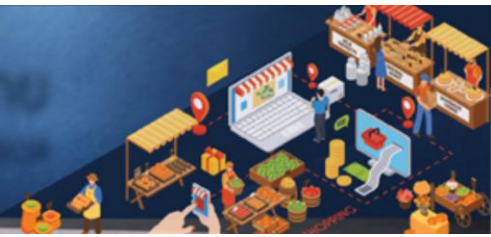
1. ดำเนินการจัดตั้งจุดรวบรวมขยะแยกประเภท จำนวน 3 จุด รอบพื้นที่ตลาด
2. ติดตั้งป้ายอธิบายแนวทางการคัดแยกขยะ ได้แก่ ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตรายอย่างชัดเจน
3. ดำเนินการทำความสะอาดจุดรวบรวมขยะอย่างสม่ำเสมอทุกวัน เพื่อรักษาความสะอาดในพื้นที่ตลาด



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

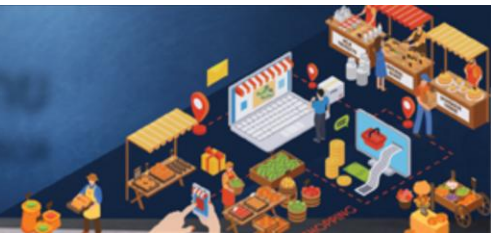
THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

" เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนามาตรฐาน
และสนับสนุนส่งเสริมองค์ทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑ์ชุมชน "



โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการ พัฒนาระบบการจัดการขยะในตลาดสาขาลำพูน	ความยั่งยืนและ การมีส่วนร่วมของ ชุมชน	



บทที่ 6. คู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบ

ตลาดหนองม่วง “ตลาดชุมชน เมืองลพบุรี”

ตลาดหนองม่วง จังหวัดลพบุรี เป็นตลาดสำคัญที่ตั้งอยู่ในอำเภอหนองม่วง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายในด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยที่ตั้งที่เชื่อมโยงกับแหล่งเกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ ตลาดหนองม่วงจึงกลายเป็นศูนย์กลาง การค้าขายสินค้าการเกษตร เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง และพืชผลท้องถิ่นอื่น ๆ ที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ของเกษตรกรในพื้นที่ ตลาดแห่งนี้ยังเป็นศูนย์รวมของสินค้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และหัตถกรรมที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของชาว ลพบุรี

ตลาดหนองม่วงไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่การค้าขาย แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยเป็นแหล่งสร้างงาน และรายได้ให้กับคนในพื้นที่ รวมถึงเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนในท้องถิ่นกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ ด้วยการตั้งอยู่ในจังหวัด ลพบุรี ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ตลาดหนองม่วงยังเป็นจุดหมายสำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถแวะเวียน เพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ตลาดแห่งนี้จึงเป็นมากกว่าสถานที่ค้าขาย แต่เป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงความ เข้มแข็งของเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในระยะยาว.

คุณค่าหลัก (Core Value)

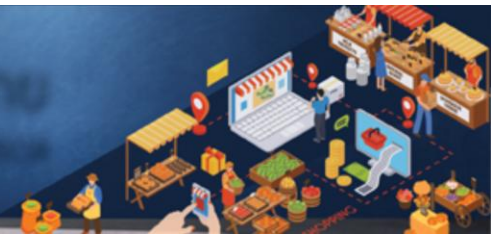
ตลาดหนองม่วง เป็นตลาดชุมชน ช่วยยกระดับเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างเสริมความเข้มแข็งของท้องถิ่นผ่าน Soft Power ด้านการค้าขายสินค้าการเกษตร และการท่องเที่ยว

เกณฑ์บังคับ

เกณฑ์การประเมิน (บังคับ)	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2568	2569	2570	
การผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัย ในระดับ “ดีมาก”	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
แผนงานหรือกิจกรรมที่สนับสนุน BCG อย่างน้อย 1 แผนงานต่อสาขา ภายในปี 2568	1	2	3	1

สุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety: HS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2568	2569	2570	
HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	3	3	3	
HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	3	3	3	
HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด	2	3	3	
HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	3	3	3	
HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	2	3	3	



แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

1. ตรวจสอบความสะอาดของตลาดอย่างสม่ำเสมอ
2. ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัย
3. ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อเข้ารับการประเมิน

HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดอย่างเหมาะสม

ตลาดหนองม่วงจัดให้มีการทำความสะอาดพื้นที่ของตลาดทั้งหมดจำนวน 1 ครั้งต่อวัน ในทุกวันที่มีการเปิดทำการของตลาด ซึ่งเป็นเวลาหลังตลาดปิด (ประมาณ 16:00 – 17:00) โดยผู้ที่ทำความสะอาดพื้นที่จะต้องบันทึกลงลายมือชื่อใน แบบฟอร์ม (แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด) ซึ่งจะถูกนำมารวบรวมและรายงานผลเป็นรายเดือน ในกรณีที่มีข้อร้องเรียนเกี่ยวกับความสะอาดของพื้นที่ตลาด ผู้จัดการตลาดจะนำรายงานดังกล่าวมาทวนสอบ

ในการทำความสะอาดพื้นที่ตลาด สาขาลำพูนมีแนวทางการจำแนกพื้นที่ ดังนี้

1. พื้นที่ขายอาหาร: มีชุดอุปกรณ์ทำความสะอาดแยกออกมาใช้เพื่อพื้นที่ประกอบอาหารหรือขายอาหารเท่านั้น โดยใช้วัสดุและสารทำความสะอาดที่มาจากธรรมชาติ
2. พื้นที่กำจัดขยะหรือจัดรวบรวมขยะ: มีการฆ่าเชื้อด้วยสารเคมีที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม โดยทำความสะอาดแบบฆ่าเชื้อทุกวันศุกร์ หลังปิดตลาด

โครงการพัฒนาปรับปรุง

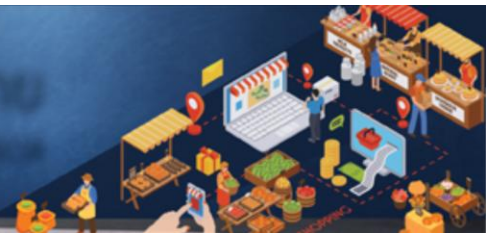
ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการที่ พัฒนาปรับปรุงตลาดสาขานองม่วง จ.ลพบุรี	HS-03 / HS-04	

การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2568	2569	2570	
WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ	3	3	3	
WE-02: การแยกประเภทขยะ	3	3	3	
WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์	2	3	3	
WE-04: การลดการใช้พลาสติก	3	3	3	

แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

1. จัดให้มีจุดรวมขยะ 5 จุด แยกประเภทเป็น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย
2. มีการตรวจสอบจุดรวบรวมขยะและจัดเก็บอย่างสม่ำเสมอ
3. ล้างถังขยะและทำความสะอาดบริเวณโดยรอบทุกวัน เพื่อป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์



โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการ พัฒนาปรับปรุงการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อมของตลาดสาขา หนองม่วง จ.ลพบุรี	ชี้วัดความสำเร็จใน การบริหารจัดการ ตลาด	

บทที่ 7. ภาคผนวก

แบบประเมินตลาดต้นแบบ

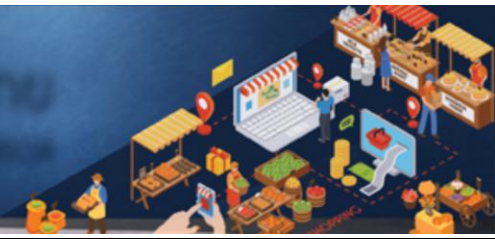
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
1.ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety : HS)								
HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	พื้นที่ตลาดล้างทำความสะอาดเป็นประจำ พร้อมบันทึกผล	พื้นที่สกปรก ทำความสะอาดน้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์	ทำความสะอาดบางครั้ง (3-6 ครั้ง/สัปดาห์) แต่ไม่มีบันทึก	ล้างทำความสะอาดทุกวัน และมีบันทึกผล				
HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	จัดการขยะอย่างเหมาะสม มีจุดรวบรวมเพียงพอและแยกประเภทชัดเจน	ไม่มีจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอ	จุดรวบรวมขยะและการแยกประเภทบางส่วน	จุดรวบรวมขยะเพียงพอและแยกประเภทครบถ้วน				
HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด	ระบบระบายน้ำและบำบัดน้ำเสียในตลาดเหมาะสม	ไม่มีระบบจัดการน้ำเสีย หรือระบบเสียหาย	ระบบจัดการน้ำเสียใช้งานได้บางส่วน	ระบบจัดการน้ำเสียสมบูรณ์และตรวจสอบสม่ำเสมอ				
HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	มีการอบรมและให้ความรู้ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดเป็นระยะ	ไม่มีการอบรมหรือการให้ความรู้แก่ผู้ค้า	มีการอบรมหรือกิจกรรมบางครั้ง แต่ไม่มีคู่มือ	อบรมและให้ความรู้เป็นประจำ พร้อมคู่มือ				
HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	มีการติดตั้งอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น ถังดับเพลิงและป้ายหนีไฟ	ไม่มีอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย หรืออุปกรณ์เสียหาย	มีอุปกรณ์บางส่วน แต่ไม่มีการตรวจสอบสม่ำเสมอ	ติดตั้งอุปกรณ์ครบถ้วน และตรวจสอบสม่ำเสมอ				
2.การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management : WE)								
WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ	ออกแบบจุดรวบรวมขยะ อย่างเหมาะสม	ไม่มีจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอหรือเหมาะสม ขยะถูกทิ้งรวมกันโดยไม่มีการแยกประเภท และไม่มีถังขยะหรือจุดรวบรวมขยะในบางพื้นที่สำคัญของตลาด.	มีจุดรวบรวมขยะในพื้นที่สำคัญของตลาดเพียงบางส่วน การแยกประเภทขยะมีในระดับพื้นฐาน (ขยะเปียกและขยะแห้ง) แต่ยังไม่ครอบคลุมประเภท และบางจุดไม่มีป้ายกำกับหรือฝาปิด.	มีจุดรวบรวมขยะในพื้นที่สำคัญของตลาดครบถ้วน และการแยกประเภทขยะ (ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล ขยะอันตราย) เป็นไปอย่างชัดเจน พร้อมป้ายกำกับและถังขยะมีฝาปิด.				
WE-02: การแยกประเภทขยะ	การแยกประเภทขยะที่เหมาะสมกับหลักการ	ไม่มีการแยกประเภทขยะ จุดรวบรวมขยะใช้ร่วมกันทั้งหมด และไม่มีป้ายกำกับประเภทขยะ.	มีการจัดจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภทบางส่วน เช่น ขยะเปียกและขยะแห้ง แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกประเภทหรือขาดป้ายกำกับที่ชัดเจน.	มีการจัดจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภทครบถ้วน เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย พร้อมป้ายกำกับชัดเจนในทุกจุด.				
WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์	การกำจัดขยะอินทรีย์อย่างถูกวิธี	ไม่มีการแยกประเภทขยะอินทรีย์ ขยะอินทรีย์ถูกปนเปื้อนกับขยะประเภทอื่น หรือไม่มีการจัดการขยะอินทรีย์อย่างเป็นระบบ	มีการจัดการขยะอินทรีย์บางส่วน เช่น การแยกประเภทขยะอินทรีย์ในบางจุดรวบรวม แต่ยังไม่มียังมีระบบรองรับสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ที่ชัดเจน หรือดำเนินการไม่สม่ำเสมอ.	มีระบบการจัดการขยะอินทรีย์ที่ชัดเจนและครบถ้วน เช่น จุดรวบรวมขยะอินทรีย์แยกเฉพาะ มีการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมักหรือผลิตก๊าซชีวภาพ พร้อมทั้งมีการติดตามผลอย่างต่อเนื่อง				



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนามาตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตกับคู่ทุน



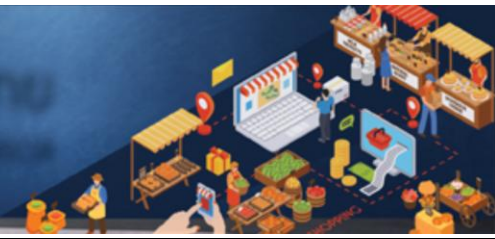
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
WE-04: การลดการใช้พลาสติก	กำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติก	ไม่มีมาตรการลดการใช้พลาสติกที่ชัดเจน พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวยังคงถูกใช้ในตลาดโดยไม่มีการควบคุมหรือการรณรงค์ให้ลดการใช้.	มีมาตรการลดการใช้พลาสติกบางส่วน เช่น รณรงค์ในบางพื้นที่ของตลาด หรือสนับสนุนการใช้วัสดุทดแทน แต่ยังไม่มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและครอบคลุม.	มีมาตรการลดการใช้พลาสติกที่ชัดเจนและครอบคลุม เช่น รณรงค์ให้ผู้ค้าและผู้บริโภคลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว มีการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ.				
3.การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)								
PP-01: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด	บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด ควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนหรือเป้าหมายที่เหมาะสม	ตลาดมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายน้อยกว่า 30% ของสินค้าทั้งหมด และไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น	ตลาดมีการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นในระดับปานกลาง โดยมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายในตลาด 30-60% และจัดกิจกรรมส่งเสริมเป็นครั้งคราว.	ตลาดมีการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง โดยมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายในตลาดมากกว่า 60% ของสินค้าทั้งหมด พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าในพื้นที่เป็นประจำ				
PP-02 : การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น	ควรวางแผนให้สอดคล้องกับเป้าหมายของตลาดและความต้องการของชุมชน	ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น.	มีกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นเป็นครั้งคราว เช่น ปีละ 1-2 ครั้ง.	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เช่น ตลาดนัดเฉพาะสินค้าในพื้นที่ นิทรรศการ หรือการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง.				
PP-03 : ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและความสำคัญ	ความร่วมมือในการส่งเสริมและการพัฒนาตลาด	ไม่มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น.	มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในบางโครงการหรือกิจกรรม	ตลาดมีความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ เช่น องค์กรท้องถิ่นหรือกลุ่มเกษตรกร ในการส่งเสริมและจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น				
4. การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure : SS								
SS-01 : การจัดการพื้นที่ทางเดินและสะดวกในการสัญจร	การจัดพื้นที่ทางเดินออกแบบให้ความปลอดภัย	พื้นที่ทางเดินมีความแคบ มีสิ่งกีดขวางมาก เช่น แผงลอยวางไม่เป็นระเบียบหรือขยะกีดขวาง ทำให้การสัญจรไม่สะดวกและเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ.	พื้นที่ทางเดินมีความกว้างในระดับปานกลาง มีสิ่งกีดขวางบางส่วน เช่น ร้านค้าตั้งล้ำออกมา แต่ยังยังสามารถสัญจรได้โดยไม่มีปัญหาใหญ่ และมีการจัดระเบียบร้านค้าในบางพื้นที่.	พื้นที่ทางเดินมีความกว้างเพียงพอ ไม่มีสิ่งกีดขวาง การสัญจรสะดวกและปลอดภัย รองรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่หลากหลาย เช่น ผู้พิการหรือผู้สูงอายุ พร้อมทั้งมีการจัดระเบียบร้านค้าอย่างชัดเจน				
SS-02 : การออกแบบระบบระบายอากาศ	การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีภายในตลาด	ไม่มีระบบระบายอากาศที่เหมาะสม พื้นที่ภายในตลาดขาดการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอ ส่งผลให้มีความอับชื้นสูงและมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ในหลายจุด.	มีระบบระบายอากาศในบางพื้นที่ เช่น การติดตั้งพัดลมหรือช่องระบายอากาศบางจุด แต่การระบายอากาศยังไม่ทั่วถึง หรือมีปัญหาเล็กน้อยเกี่ยวกับความอับชื้นหรือกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบางจุด	มีระบบระบายอากาศที่มีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ช่องลมธรรมชาติร่วมกับระบบระบายอากาศเชิงกล (พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศ) เพื่อให้มีการหมุนเวียนของอากาศที่เพียงพอ				



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนามาตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณท์ชุมชน



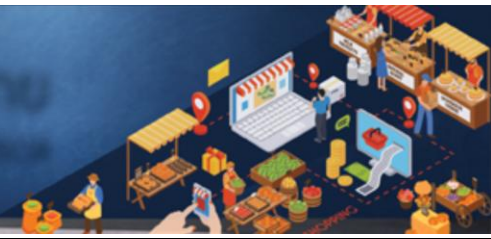
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
				ในทุกพื้นที่ และไม่มีปัญหาการกีดกันหรือความขึ้นลงสน.				
SS-03 : การจัดการแสงสว่าง	การจัดการแสงสว่างให้เหมาะสมในพื้นที่ตลาด	ตลาดมีแสงสว่างไม่เพียงพอในหลายพื้นที่ เช่น ทางเดินหรือแผงลอยมืดเกินไป หรือระบบแสงสว่างเสียหาย และไม่ได้รับการซ่อมแซม.	ตลาดมีการจัดการแสงสว่างเพียงบางส่วน เช่น มีแสงสว่างที่เหมาะสมในพื้นที่หลัก แต่บางพื้นที่แสงไม่เพียงพอ หรือไม่มีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ.	ตลาดมีการจัดการแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสมในทุกพื้นที่ เช่น ทางเดิน พื้นที่ขายสินค้า และพื้นที่บริการ พร้อมทั้งใช้ระบบแสงสว่างที่ประหยัดพลังงานและมีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง.				
SS-04 : ความปลอดภัยของโครงสร้าง	การออกแบบและก่อสร้างโครงสร้างที่มั่นคงและปลอดภัย	โครงสร้างของตลาดมีสภาพไม่ปลอดภัย เช่น พื้นหรือหลังคาชำรุด ระบบความปลอดภัยไม่ครบถ้วน และไม่มีการตรวจสอบหรือซ่อมแซมตามความเป็น.	โครงสร้างของตลาดมีความปลอดภัยในระดับปานกลาง โดยมีบางส่วนที่ต้องการการปรับปรุงหรือซ่อมแซม และไม่มีระบบบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน	โครงสร้างของตลาดมีความมั่นคงปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานทางวิศวกรรม รวมถึงมีระบบตรวจสอบและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ พร้อมอุปกรณ์ความปลอดภัยครบถ้วน				
SS-05 : การจัดการพื้นที่สาธารณะ	จัดสรรพื้นที่ตลาด สร้างสมดุลระหว่างการใช้งานพื้นที่เพื่อการค้า และการสร้างสภาพแวดล้อม	ไม่มีการจัดสรรพื้นที่สาธารณะอย่างชัดเจน หรือพื้นที่สาธารณะมีน้อยมาก ไม่สามารถรองรับการใช้งานของผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม.	มีพื้นที่สาธารณะบางส่วน เช่น ลานพักผ่อนหรือพื้นที่จัดกิจกรรม แต่ยังไม่ครบถ้วนหรือขาดการดูแลรักษาที่เหมาะสมในบางพื้นที่.	มีพื้นที่สาธารณะครบถ้วนและเพียงพอ เช่น ลานพักผ่อน พื้นที่จัดกิจกรรม และพื้นที่สีเขียว พร้อมทั้งได้รับการดูแลรักษาและจัดสรรอย่างเป็นระเบียบ.				
SS-06 : การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ	ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณค่าของตลาด	ตลาดไม่มีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างเหมาะสม เช่น ทางเข้าที่ไม่ชัดเจน ไม่มีจุดจอดรถที่เพียงพอ หรือไม่มีการเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะ.	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบในบางส่วน เช่น มีจุดจอดรถหรือการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะ แต่ยังไม่มีเพียงพอหรือมีบางจุดที่การเข้าถึงไม่สะดวก	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างชัดเจนและครบถ้วน เช่น ทางเข้า-ออกที่เชื่อมต่อกับถนนหลักหรือระบบขนส่งสาธารณะ มีจุดจอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย พร้อมทั้งมีป้ายบอกทางและข้อมูลชี้แจงสำหรับผู้มาเยือน.				
5.การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support Community Economy : SCE)								



องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนามาตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณท์ชุมชน



หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
SCE-01 : การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน	สร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น	ตลาดไม่มีโครงการส่งเสริมอาชีพหรือการจ้างงานในชุมชนอย่างชัดเจน และส่วนใหญ่พึ่งพาแรงงานจากภายนอกโดยไม่มีการสนับสนุนคนในชุมชน.	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนบางส่วน เช่น มีการจัดกิจกรรมอบรมเป็นครั้งคราวหรือการจ้างแรงงานท้องถิ่นในบางตำแหน่ง แต่ยังขาดการดำเนินการที่ต่อเนื่อง.	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนอย่างเป็นระบบ เช่น มีโครงการอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ การสร้างงานใหม่ และการสนับสนุนการจ้างแรงงานท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง.				
SCE-02 : การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน	เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม	ตลาดไม่มีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างชัดเจน หรือมีการดำเนินการในระดับต่ำ เช่น ไม่มีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพหรือไม่มีการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน.	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนบางส่วน เช่น การรีไซเคิลหรือการณรงค์ลดการใช้พลาสติก แต่ยังขาดการบูรณาการในทุกพื้นที่หรือการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง.	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง เช่น มีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ การนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนอย่างกว้างขวาง.				
SCE-03 : การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในชุมชน กระตุ้นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น	ตลาดไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างชัดเจน หรือไม่มีการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่.	ตลาดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนบางส่วน เช่น การจัดกิจกรรมหรือการประชาสัมพันธ์เป็นครั้งคราว แต่ยังขาดความต่อเนื่องหรือการบูรณาการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน.	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างชัดเจน เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การนำเสนอสินค้าและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง.				



52

คู่มือปฏิบัติงาน ตลาดสาขากนอม่วง

จัดทำโดย
สำนักงานตลาดสาขากนอม่วง

ฉบับปรับปรุง ๒๕๖๘

แนะนำทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงานตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ
ปีงบประมาณ ๒๕๖๘

สารบรรณ

บทนำ	๑
เกณฑ์บังคับตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ	๒
เกณฑ์ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ	๔
๑. แนวทางปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety : HS)	๔
HS-๐๑: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	๔
HS-๐๒: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	๔
HS-๐๓: การจัดการน้ำเสียในตลาด	๔
HS-๐๔: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	๕
HS-๐๕: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	๕
๒. แนวทางปฏิบัติการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management : WE)	๖
WE-๐๑: การจัดจุดรวบรวมขยะ	๖
WE-๐๒: การแยกประเภทขยะ	๖
WE-๐๓: การกำจัดขยะอินทรีย์	๖
WE-๐๔: การลดการใช้พลาสติก	๗
๓. แนวทางปฏิบัติการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)	๘
PP-๐๑: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด	๘
PP-๐๒ : การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น	๘
PP-๐๓ : ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและความสำคัญ	๘
๔. แนวทางปฏิบัติการออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure : SS)	๑๐
SS-๐๑ : การจัดการพื้นที่ทางเดินและสะดวกในการสัญจร	๑๐
SS-๐๒ : การออกแบบระบบระบายอากาศ	๑๐
SS-๐๓ : การจัดการแสงสว่าง	๑๐
SS-๐๔ : ความปลอดภัยของโครงสร้าง	๑๑
SS-๐๕ : การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ	๑๑
SS-๐๖ : การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ	๑๑

๕. แนวทางปฏิบัติการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support Community Economy : SCE)	๑๒
SCE-๐๑ : การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน	๑๒
SCE-๐๒ : การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน	๑๒
SCE-๐๓ : การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	๑๓
เกณฑ์เพิ่มเติมตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ	๑๔
ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน	๑๔
TDG: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	๑๔
เอกสารหลักฐานประกอบตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ	๑๕
ภาคผนวก	๑๖
บรรณานุกรม/แหล่งอ้างอิง	๑๗

บทนำ

ตลาดสาขาหนองม่วง เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่สำคัญของชุมชนในพื้นที่อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี มีบทบาทในการเป็นแหล่งค้าขายสินค้าท้องถิ่น อาหารสด อาหารแปรรูป ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในพื้นที่

การพัฒนาตลาดให้มีความเป็นระเบียบ สะอาด ปลอดภัย และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนจึงเป็นภารกิจสำคัญที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการและผู้บริโภคในระยะยาว

เอกสารแนวทางปฏิบัติฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานของตลาดสาขาหนองม่วงในการพัฒนาและบริหารจัดการตลาดอย่างเป็นระบบ ภายใต้แนวคิด BCG Economy Model (Bio-Circular-Green Economy) ซึ่งมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจในมิติสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างสมดุล แนวทางประกอบด้วยการทำงานใน ๕ ด้านหลัก ได้แก่

- ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety: HS)
- การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)
- การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)
- การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure: SS)
- การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support Community Economy: SCE)

รวมถึง ๒ ด้านเสริมที่ตอบโจทย์บริบทการพัฒนาพร้อมสมัย ได้แก่

- การใช้พลังงานหมุนเวียน (Energy: ENG)
- การใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล (Technology and Digital: TDG)

นอกจากนี้ ยังได้กำหนด เกณฑ์บังคับ เพื่อยกระดับมาตรฐานตลาดให้สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

๑. ตลาดต้อง ผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัย ในระดับ “ดีมาก”
๒. ต้องมี แผนงานหรือกิจกรรมที่สนับสนุนแนวคิด BCG Economy อย่างน้อย ๑ แผนงานต่อสาขา

เนื้อหาในเอกสารฉบับนี้ประกอบด้วยรายละเอียดของแต่ละแนวทางพร้อมเกณฑ์การประเมิน ระดับความสำเร็จ ตัวอย่างแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม และเอกสารหลักฐานประกอบ เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานจริง รวมทั้งใช้ในการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

เอกสารแนวทางปฏิบัติฉบับนี้หวังว่าจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนตลาดสาขาหนองม่วงสู่การเป็น “ตลาดชุมชนต้นแบบ” ที่มีความยั่งยืน สะอาด ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถตอบโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง

เกณฑ์บังคับตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

เพื่อให้การบริหารจัดการตลาดสาขาหนองม่วงเป็นไปตามแนวทางการพัฒนาที่มีมาตรฐานและสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนตลาดจะต้องผ่านเกณฑ์บังคับที่กำหนดไว้ ดังนี้

๑. ผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีมาก”

ตลาดต้องได้รับการตรวจประเมินจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โดยผลการประเมินด้านสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยต้องอยู่ในระดับ “ดีมาก” เพื่อให้มั่นใจว่าพื้นที่ตลาดมีความสะอาด ปลอดภัย และเหมาะสมกับการประกอบกิจการค้าขายและการบริโภคของประชาชน

วัตถุประสงค์: เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในตลาดให้เป็นไปตามมาตรฐานของกรมอนามัย

แนวทางปฏิบัติ

- ตรวจสอบความสะอาดของตลาดอย่างสม่ำเสมอ
- ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัย
- ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อเข้ารับการประเมิน

เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานผลการตรวจประเมินจากกรมอนามัย ระดับ “ดีมาก”
- ภาพถ่ายกิจกรรมและขั้นตอนการปรับปรุงสุขอนามัยในตลาด

๒. แผนงานหรือกิจกรรมที่สนับสนุนแนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) อย่างน้อย ๑ แผนงานต่อสาขา

ตลาดต้องมีการริเริ่มหรือดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับแนวทาง BCG ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น

- การลดการใช้พลาสติก
- การส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้
- การใช้พลังงานหมุนเวียน
- โครงการรีไซเคิลหรือการแปรรูปวัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์
- การส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือสินค้าท้องถิ่นที่ยั่งยืน

โดยแผนงานหรือกิจกรรมดังกล่าวต้องมีหลักฐานการดำเนินงานที่ชัดเจน และสามารถนำไปประเมินผลหรือถอดบทเรียนในภายหลังได้

วัตถุประสงค์: เพื่อผลักดันการพัฒนาตลาดตามแนวคิด BCG Economy และสร้างผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม

แนวทางปฏิบัติ

- จัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับ BCG เช่น ลดพลาสติก ส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น หรือใช้พลังงานสะอาด
- ดำเนินกิจกรรมตามแผนงานและติดตามผล

- ประชาสัมพันธ์และให้ความรู้กับผู้ค้าเกี่ยวกับโครงการ

เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนงานหรือรายงานกิจกรรมที่ดำเนินการ
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอกิจกรรมที่แสดงการดำเนินโครงการ
- เอกสารการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการ เช่น บันทึกการประชุม เอกสารเชิญประชุม หรือแจ้งข่าวกิจกรรม

ตัวอย่างแผนงานส่งเสริมแนวคิด BCG ในตลาดชุมชน

๑. สาขา Bio Economy แผนงาน: ส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

รายละเอียด:

- คัดเลือกพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เช่น ผัก ผลไม้ สมุนไพรแปรรูป ที่ปลอดสารเคมี
- จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรและผู้ค้าเรื่องมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand, IFOAM)
- จัดนิทรรศการ “เกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพ” ร่วมกับชุมชนหรือโรงเรียนในพื้นที่

หลักฐานประกอบ:

- แผนการดำเนินงานและกำหนดการอบรม
- รูปภาพนิทรรศการและสินค้าจริง
- รายชื่อผู้ร่วมอบรม / เอกสารสรุปผลกิจกรรม

๒. สาขา Circular Economy แผนงาน: โครงการรีไซเคิลขยะตลาดและการแปรรูปวัสดุเหลือใช้

รายละเอียด:

- ติดตั้งจุดคัดแยกขยะอินทรีย์ / รีไซเคิล / ทิ้งไป ในพื้นที่ตลาด
- ร่วมมือกับกลุ่มแม่บ้านแปรรูปใบตองและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้เป็นของชำร่วย
- มีระบบแลกขยะรีไซเคิลเป็นแต้มสะสมรับของรางวัล

หลักฐานประกอบ:

- ภาพกิจกรรมคัดแยกขยะ
- ตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัสดุเหลือใช้

๓. สาขา Green Economy แผนงาน: ติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์และส่งเสริมตลาดลดพลาสติก

รายละเอียด:

- ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อลดค่าไฟฟ้าในระยะยาว
- แจกถุงผ้า/ตะกร้าจ่ายตลาด และจัดทำจุดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ราคาถูก
- ผู้ค้าเข้าร่วมโครงการ “งดใช้พลาสติกวันพฤหัสบดี”

หลักฐานประกอบ:

- สัญญาติดตั้งโซลาร์เซลล์ และรูปภาพระบบที่ติดตั้งจริง
- ภาพถ่ายกิจกรรมงดใช้พลาสติก
- ใบประชาสัมพันธ์

เกณฑ์ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

แนวทางปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในตลาด (Hygiene and Safety: HS)

HS-๐๑: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้พื้นที่ตลาดสะอาด ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยต่อผู้ค้าและผู้บริโภค

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดให้มีการทำความสะอาดพื้นที่ของตลาดทุกวันก่อนเปิดตลาดเวลา ๐๕.๐๐ น. และหลังปิดตลาดเวลา ๒๐.๐๐ น.
- ผู้ปฏิบัติงานจะต้องลงลายมือชื่อในแบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด ซึ่งถูกรวบรวมและรายงานผลเป็นรายเดือน
- ห้องน้ำสาธารณะมีการทำความสะอาดวันละอย่างน้อย ๓ ครั้ง และมีการสุ่มตรวจประเมินจากเจ้าหน้าที่ตลาดสาขาหนองม่วงและ/หรือเทศบาลตำบลหนองม่วง
- จัดกิจกรรม Big Cleaning Day ร่วมกับผู้ประกอบการเป็นประจำ

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แบบฟอร์มบันทึกผลการทำความสะอาด
- ภาพถ่ายก่อน-หลังการทำความสะอาด
- รายงานประจำเดือนและ/หรือตารางเวรทำความสะอาด

HS-๐๒: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้ตลาดปลอดภัยจากขยะตกค้าง ป้องกันโรคและแมลงรบกวน

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดให้มีจุดรวบรวมขยะ ๕ จุด แยกประเภทเป็น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย
- มีการตรวจสอบจุดรวบรวมขยะและจัดเก็บขยะอย่างสม่ำเสมอ
- ล้างถังขยะและทำความสะอาดบริเวณโดยรอบทุกวัน เพื่อป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังจุดรวบรวมขยะ
- รายงานการตรวจสอบพื้นที่และปริมาณขยะ
- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะ

HS-๐๓: การจัดการน้ำเสียในตลาด

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อควบคุมมลภาวะ ป้องกันการสะสมของเชื้อโรคและกลิ่นเหม็น

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตลาดสาขาหนองม่วงใช้ระบบบำบัดน้ำเสียแบบธรรมชาติ (บ่อฝิ่ง - Waste Stabilization Pond) รองรับน้ำเสียจากกิจกรรมภายในตลาดโดยมีการดูแลรักษาความสะอาดเป็นประจำ
- มีการทำความสะอาดลอกท่อระบายน้ำเสียอย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังระบบระบายน้ำ
- รายงานการบำรุงรักษาและลอกท่อ
- ภาพถ่ายจุดระบายน้ำเสียก่อนและหลังทำความสะอาด

HS-๐๔: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด

๑. วัตถุประสงค์: สร้างความรู้ความเข้าใจในด้านสุขาภิบาล อาชีวอนามัย และความปลอดภัย

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดการอบรมแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการคัดแยกขยะและลดการใช้พลาสติก
- ดำเนินการร่วมกับเทศบาลตำบลหนองม่วง และ/หรือโรงพยาบาลอำเภอหนองม่วง, ภาควิชาหรือข่ายในพื้นที่
- จัดอบรมตามหลักสูตรของกรมอนามัย สำหรับผู้ประกอบการกิจการและผู้สัมผัสอาหาร

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานหรือภาพถ่ายการจัดอบรม พร้อมรายชื่อผู้เข้าร่วม
- สื่อการเรียนรู้ เช่น คู่มือ แผ่นพับ
- แบบประเมินผลการอบรม

HS-๐๕: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อป้องกันและรับมือเหตุฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นในตลาด

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ติดตั้งถังดับเพลิงบริเวณอาคารตลาดในจุดสำคัญ
- มีการตรวจสอบและบำรุงรักษาระดับเพลิงอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง
- มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ดับเพลิง และฝึกซ้อมดับเพลิงเป็นประจำทุกปี

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังตำแหน่งอุปกรณ์ความปลอดภัย
- รายงานการตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์
- บันทึกและภาพถ่ายกิจกรรมการฝึกซ้อมดับเพลิง

แนวทางปฏิบัติการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management : WE)

WE-๐๑: การจัดจตุรรวบรวมขยะ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อจัดตั้งจตุรรวบรวมขยะในตลาดอย่างเหมาะสมและเพียงพอ ส่งเสริมการแยกประเภทขยะอย่างถูกต้องและง่ายต่อการจัดเก็บ

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ดำเนินการจัดตั้งจตุรรวบรวมขยะแยกประเภท จำนวน ๕ จุด รอบพื้นที่ตลาด
- ติดตั้งป้ายอธิบายแนวทางการคัดแยกขยะ ได้แก่ ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตรายอย่างชัดเจน
- ดำเนินการทำความสะอาดจตุรรวบรวมขยะอย่างสม่ำเสมอทุกวัน เพื่อรักษาความสะอาดในพื้นที่ตลาด

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายจตุรรวบรวมขยะในตลาด
- แผนผังแสดงตำแหน่งจตุรรวบรวมขยะ
- บันทึกการตรวจสอบสภาพจตุรรวบรวมขยะ

WE-๐๒: การแยกประเภทขยะ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการแยกประเภทขยะในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดปริมาณขยะที่ปนกันและเพิ่มโอกาสในการรีไซเคิล

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดตั้งจตุรรวบรวมขยะที่แยกประเภท ๕ จุดในตลาด
- ติดตั้งป้ายอธิบายการคัดแยกขยะอย่างชัดเจนในทุกจตุรรวบรวม
- ประสานงานกับเทศบาลตำบลหนองม่วงในการเก็บขยะตามประเภทเป็นประจำทุกวัน

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายจตุรรวบรวมขยะที่แยกประเภท
- รายงานการตรวจสอบการแยกประเภทขยะ
- สถิติหรือข้อมูลปริมาณขยะที่แยกประเภทได้ในแต่ละเดือน

WE-๐๓: การกำจัดขยะอินทรีย์

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อจัดการขยะอินทรีย์อย่างเป็นระบบ ลดปริมาณขยะที่จะต้องนำไปกำจัด และนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดตั้งถังขยะสำหรับขยะอินทรีย์แยกจากขยะประเภทอื่นในตลาดอย่างชัดเจน
- มีจุดเก็บขยะอินทรีย์สำหรับเศษอาหารและผักจากแผงค้าขายอาหาร
- นำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การเป็นอาหารสัตว์ เพื่อลดปริมาณขยะที่จะนำไปกำจัด

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- บันทึกปริมาณขยะอินทรีย์ที่รวบรวมและจัดการ
- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะอินทรีย์
- รายงานการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำอาหารสัตว์

WE-๐๔: การลดการใช้พลาสติก

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อรณรงค์และส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในตลาดและส่งเสริมการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดทำบอร์ดให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้พลาสติก
- จัดกิจกรรมรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติกและโฟมในตลาดอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้บริโภคใช้วัสดุทดแทน เช่น ถุงผ้า กล่องย่อยสลายได้ หรือบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายกิจกรรมรณรงค์
- ภาพถ่ายบอร์ดให้ความรู้และสื่อประชาสัมพันธ์ในตลาด
- ตัวอย่างวัสดุทดแทนที่ใช้ในตลาดจริง

แนวทางปฏิบัติการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)

PP-๐๑: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นในตลาด เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่และสร้างอัตลักษณ์ให้กับตลาด

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดสรรพื้นที่เฉพาะให้กับผู้ค้าท้องถิ่นในการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น เช่น ผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าแปรรูปจากวัตถุดิบในพื้นที่
- สินค้าท้องถิ่นที่จัดจำหน่าย เช่น ผักปลอดสารพิษ ผลไม้ตามฤดูกาล สินค้าแปรรูป OTOP
- มีการสำรวจและจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ค้าท้องถิ่น เพื่อติดตามสัดส่วนสินค้าในตลาด

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายการสินค้าที่จำหน่ายในตลาด พร้อมระบุสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่น
- แผนผังพื้นที่จำหน่ายสินค้าท้องถิ่น
- ภาพถ่ายร้านค้าท้องถิ่นในพื้นที่ตลาด

PP-๐๒: การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น รวมถึงสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตลาดสาขาหนองม่วงร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหนองม่วงในการจัด “ตลาดนัดประชารัฐ ประชาชนยิ้มได้”
- กิจกรรมเน้นการส่งเสริมสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าแปรรูป และสินค้า OTOP จากผู้ผลิตในชุมชน
- มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อในพื้นที่และช่องทางออนไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายกิจกรรมตลาดนัดประชารัฐ
- รายงานกิจกรรมและจำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม
- ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์

PP-๐๓: ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างตลาดกับหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาสินค้าชุมชนและขยายโอกาสทางการค้า

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดกิจกรรมตลาดนัดร่วมกับหน่วยงานภายนอก เช่น “ตลาดประชารัฐ” “OTOP ตลาดนัดชุมชน” หรือ “คลินิกให้คำปรึกษาทางธุรกิจ”
- หน่วยงานสนับสนุนผู้ประกอบการด้านองค์ความรู้ การจัดกิจกรรมส่งเสริม และการประชาสัมพันธ์

- ร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น ธนาคาร สถาบันการเงิน หรือบริษัทในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนแหล่งทุน หรือ CSR (Corporate Social Responsibility)

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ
- บันทึกการประชุมหรือข้อตกลงความร่วมมือ
- ภาพถ่ายการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอก

แนวทางปฏิบัติการออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure : SS)

SS-๐๑: การจัดการพื้นที่ทางเดินและสะดวกในการสัญจร

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้การสัญจรในตลาดมีความสะดวก ปลอดภัย และรองรับผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม

๒. แนวทางปฏิบัติ

- การจัดผังค้าและทางเดินในลักษณะเป็นระเบียบ โดยเว้นระยะห่างระหว่างแผงค้าตามมาตรฐานที่กำหนด
- มีการจัดเก็บขยะและสิ่งกีดขวางอย่างสม่ำเสมอทุกวัน
- มีการติดตั้งป้ายแสดงทางเข้า-ออก และจุดให้บริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง
- จัดกิจกรรมตรวจสอบทางเดินและพื้นที่โดยรอบ

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังตลาด
- ภาพถ่ายพื้นที่ทางเดิน
- บันทึกผลการตรวจสอบพื้นที่สัญจร

SS-๐๒: การออกแบบระบบระบายอากาศ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับการค้าขาย

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ภายในตลาดมีการเปิดช่องลมธรรมชาติในทุกทิศทางเนื่องจากโครงสร้างอาคารเป็นแบบเปิดโล่ง
- จัดโซนขายสินค้าเปียก-แห้งให้เหมาะสม เพื่อลดการสะสมกลิ่น ความชื้น และส่งเสริมการหมุนเวียนของอากาศที่ดี
- มีการตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นประจำ
- ตลาดร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นจัดทำแบบประเมินคุณภาพอากาศภายในตลาดอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายช่องลม
- รายงานการตรวจสอบคุณภาพอากาศ
- บันทึกการบำรุงรักษา

SS-๐๓: การจัดการแสงสว่าง

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้แสงสว่างเพียงพอและปลอดภัยในทุกพื้นที่ใช้งานภายในตลาด

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ติดตั้งหลอดไฟ LED ประหยัดพลังงานในพื้นที่ขายสินค้า ทางเดิน และบริเวณสาธารณะ
- ตรวจสอบระบบไฟฟ้าเป็นประจำ
- จัดทำแผนการเปลี่ยนหลอดไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ชำรุด
- มีป้ายเตือนความปลอดภัยและสวิตช์ฉุกเฉินในจุดสำคัญ

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานตรวจสอบแสงสว่าง

- ภาพถ่ายแสดงพื้นที่ติดตั้ง
- รายการวัสดุอุปกรณ์

SS-๐๔: ความปลอดภัยของโครงสร้าง

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้โครงสร้างภายในตลาดมีความมั่นคง ปลอดภัย และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้งาน

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตรวจสอบสภาพโครงสร้าง เช่น พื้น เสา หลังคา และอุปกรณ์ความปลอดภัยอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง
- มีการบันทึกการซ่อมแซมและบำรุงรักษาโครงสร้าง
- ติดตั้งถังดับเพลิง ป้ายหนีไฟ และระบบไฟฉุกเฉินอย่างครบถ้วน
- ขอความอนุเคราะห์เจ้าหน้าที่โยธาตรวจสอบความมั่นคงของโครงสร้างเมื่อมีการต่อเติม

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานตรวจสอบโครงสร้าง
- ภาพถ่ายการติดตั้งอุปกรณ์ความปลอดภัย
- บันทึกการบำรุงรักษา

SS-๐๕: การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ค้าขายและพื้นที่พักผ่อนให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตลาดจัดให้มีพื้นที่นั่งพัก ลานกิจกรรม และ/หรือพื้นที่สีเขียว
- มีการดูแลทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะทุกวัน
- จัดกิจกรรมให้ความรู้หรือส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่สาธารณะ

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังพื้นที่
- รายงานกิจกรรม
- ผลสำรวจความพึงพอใจ

SS-๐๖: การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้ตลาดสามารถเชื่อมโยงกับชุมชน ระบบขนส่ง และบริการโดยรอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตลาดมีทางเข้า-ออกหลายจุดที่เชื่อมกับถนนหลัก
- มีที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์อย่างเพียงพอ
- มีการติดตั้งป้ายบอกทางและแผนที่ตลาด
- ประสานงานกับเทศบาลและหน่วยงานขนส่งเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนที่ตลาดและพื้นที่โดยรอบ
- ภาพถ่ายจุดจอดรถและป้ายบอกทาง

แนวทางปฏิบัติการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support Community Economy : SCE)

SCE-๐๑: การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และเพิ่มโอกาสการจ้างงานให้กับคนในชุมชนโดยรอบตลาด

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น กศน., พม., พัฒนาชุมชน, หรือวิทยาลัยอาชีวศึกษา เช่น หลักสูตรทำอาหารแปรรูปสินค้า งานฝีมือ หรือการขายของออนไลน์
- ส่งเสริมให้ผู้ค้าปัจจุบันจ้างแรงงานจากชุมชน
- สนับสนุนให้กลุ่มอาชีพชุมชนเข้ามาจำหน่ายในตลาด เช่น กลุ่มแม่บ้าน OTOP วิสาหกิจชุมชนงานช่างฝีมือ
- เปิดพื้นที่ตลาดให้กลุ่มอาชีพได้จัดกิจกรรม เช่น ตลาดอาชีพชุมชน งานฝีมือ ตลาดนัดแรงงาน

๑. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานหรือบันทึกการจัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะอาชีพในชุมชน
- สถิติการจ้างงานท้องถิ่นและประเภทของงานที่สนับสนุนคนในชุมชน
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอจากกิจกรรมส่งเสริมอาชีพหรือการจ้างงาน
- แผนงานหรือรายงานโครงการ

SCE-๐๒: การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดของเสีย และสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจผ่านแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ หรือบรรจุภัณฑ์รีฟิล ลดการใช้พลาสติกครั้งเดียวทิ้ง
- สนับสนุนการแยกขยะและนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ในตลาด เช่น จุดรับขยะรีไซเคิล การแลกแต้มจากขยะรีไซเคิล
- ประสานความร่วมมือกับองค์กรภายนอก เช่น เทศบาล อบต. บริษัทรีไซเคิล สถาบันการศึกษา ในการจัดกิจกรรมหรือโครงการเกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน
- จัดกิจกรรมให้ความรู้ เช่น เวิร์กช็อปการแปรรูปเศษวัสดุเหลือใช้ให้เป็นของใช้หรือของตกแต่ง
- เปิดพื้นที่ตลาดสำหรับจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าจากวัสดุรีไซเคิล สินค้า Zero Waste
- สนับสนุนผู้ค้าให้บริหารจัดการของเหลือจากการขาย เช่น การบริจาคอาหารที่ยังบริโภคได้ หรือทำปุ๋ยจากเศษอาหาร

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานหรือบันทึกการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอกิจกรรม เช่น จุดรับขยะรีไซเคิล
- เอกสารประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับหรือป้ายณรงค์

SCE-๐๓: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

๑. วัตถุประสงค์: เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

๒. แนวทางปฏิบัติ

- เชื่อมโยงตลาดกับแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมในชุมชน เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตลาด-วัด-แหล่งเรียนรู้
- พัฒนา “ตลาดท่องเที่ยว” โดยเน้นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น อาหารพื้นถิ่น สินค้าหัตถกรรม ประเพณีและวัฒนธรรม
- จัดกิจกรรมเทศกาลและงานประจำปี เช่น งานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราช จังหวัดลพบุรี โดยใช้ตลาดเป็นพื้นที่สนับสนุนกิจกรรม “แต่งไทยทั้งเมือง”
 - เชิญชวนประชาชนและนักท่องเที่ยวแต่งชุดไทยเข้าร่วมกิจกรรม
 - จัดโซนถ่ายภาพ มอบของที่ระลึกหรือคู่มือส่วนลดแก่ผู้แต่งไทย
 - โปรโมทผ่านโซเชียลมีเดีย ด้วยแฮชแท็ก เช่น #แต่งไทยทั้งเมือง #เที่ยวลพบุรี
 - จัดกิจกรรมออนไลน์ เช่น การประกวดภาพถ่ายหรือวิดีโอ “แต่งไทยเที่ยวตลาด”
- ประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่น เช่น อบต., การท่องเที่ยวฯ, วิทยาลัยอาชีวศึกษา ฯลฯ เพื่อพัฒนากิจกรรมร่วมกัน

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานหรือบันทึกกิจกรรม เช่น แต่งไทยทั้งเมือง
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอจากกิจกรรมที่จัดในตลาด
- สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ หรือ แฮชแท็กโพสต์โซเชียล

เกณฑ์เพิ่มเติมตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

เพื่อสนับสนุนการพัฒนาตลาดให้ยั่งยืนอย่างแท้จริง การดำเนินงานตามแนวทาง BCG Economy ไม่เพียงแต่พิจารณาเรื่องสิ่งแวดล้อมและชุมชนเท่านั้นแต่ยังต้องให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและพลังงานสะอาด จึงมีการกำหนดเกณฑ์เพิ่มเติมที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและพลังงานหมุนเวียน ได้แก่

- **ENG (Energy):** การใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล และสนับสนุนการลดคาร์บอนอย่างเป็นรูปธรรม
- **TDG (Technology & Digital):** การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการตลาดและการให้บริการ สร้างความทันสมัยและตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่

ทั้งสองเกณฑ์นี้มีบทบาทสำคัญในการยกระดับตลาดให้มีความทันสมัย ประหยัดพลังงาน และมีความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน

วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือกในตลาด ลดต้นทุนพลังงาน และสร้างภาพลักษณ์ตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวทางปฏิบัติ

- ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เพื่อผลิตพลังงานไฟฟ้า
- ใช้พัดลมหรือแสงสว่างที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานแสงอาทิตย์
- ปรับปรุงระบบไฟฟ้าให้ประหยัดพลังงานร่วมกับพลังงานหมุนเวียน

เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รูปถ่ายแผงโซลาร์เซลล์หรือระบบพลังงานหมุนเวียน
- รายงานค่าไฟฟ้าก่อนและหลังการติดตั้ง
- แผนการลงทุนด้านพลังงานทดแทน

TDG: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

วัตถุประสงค์: เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาด และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้ให้บริการ

แนวทางปฏิบัติ

- จัดทำระบบทะเบียนผู้ค้าแบบดิจิทัล
- ส่งเสริมการใช้ QR Code ในการรับชำระเงิน
- ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ
- ใช้แอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มกลางในการรวบรวมสินค้าและบริการ

เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพหน้าจอระบบหรือแอปพลิเคชันที่ใช้งานจริง
- ตัวอย่าง QR Code ร้านค้า
- รายงานจำนวนผู้เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์
- คู่มือหรือแผ่นพับอธิบายการใช้เทคโนโลยีในตลาด

เอกสารหลักฐานประกอบตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

๑. หลักฐานประกอบเกณฑ์บังคับ

- สำเนาผลการตรวจประเมินสุขอนามัยจากกรมอนามัย (ระดับ “ดีมาก”)
- แผนงานหรือรายงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด BCG (อย่างน้อย ๑ โครงการ)
- ภาพถ่ายกิจกรรม/โครงการที่ดำเนินการ

๒. หลักฐานประกอบเกณฑ์เพิ่มเติม

- รายงานค่าใช้จ่ายหรือผลการประหยัดพลังงาน
- ภาพหน้าจอ/สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (เช่น Facebook Page, QR Code)
- ตัวอย่างระบบหรือแอปพลิเคชันที่ใช้ในตลาด

๓. หลักฐานประกอบเกณฑ์ปฏิบัติ (HS, WE, PP, SS, SCE)

- แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด / ตารางเวรเจ้าหน้าที่
- แผนผังจุดทิ้งขยะและจุดแยกขยะ
- รายงานกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น / ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น
- รูปถ่ายก่อน-หลังการปรับปรุงโครงสร้างตลาด
- เอกสารอบรมหรือคู่มือให้ความรู้แก่ผู้ค้า

๔. เอกสารทางการ

- รายงานการประชุม / การมีส่วนร่วมของชุมชน
- หนังสือราชการที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)
- แผนพัฒนาตลาดหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐาน

๕. แผนผัง / แผนที่

- แผนผังตลาด (ก่อนและหลังปรับปรุง)
- แผนที่แสดงการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

๖. ภาพกิจกรรม

- รวมภาพถ่ายกิจกรรมตามเกณฑ์ต่าง ๆ (ควรมีคำอธิบายใต้ภาพสั้น ๆ)

เอกสารหลักฐานประกอบตามเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในแนวทางตลาดต้นแบบ มีความสำคัญในการยืนยันการดำเนินงานตามมาตรฐานและเป็นเครื่องมือในการติดตามประเมินผลความสำเร็จของตลาด อย่างไรก็ตาม ในการปฏิบัติจริง อาจพบว่าตลาดสาขาหนองม่วงหรือสาขาอื่น ๆ อาจยังไม่สามารถรวบรวมหลักฐานทุกข้อได้ครบถ้วนในทันที ทั้งนี้ การมีหลักฐานประกอบที่หลากหลายและครอบคลุม เช่น รายงานผลการตรวจประเมิน เอกสารแผนงาน ภาพถ่ายกิจกรรม ตารางเวรเจ้าหน้าที่ และเอกสารทางการต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความชัดเจนในการบริหารจัดการตลาด อีกทั้งยังส่งเสริมความโปร่งใสและความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจึงขอแนะนำให้ตลาดดำเนินการรวบรวมและจัดเก็บหลักฐานอย่างเป็นระบบ และปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อข้อกำหนดและการประเมินได้ครบถ้วนยิ่งขึ้นในอนาคต

ภาคผนวก

แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด

ตารางการทำความสะอาดตลาด

สถานที่.....เดือน.....
ผู้ปฏิบัติงาน.....ผู้ตรวจสอบ.....

รายการ \ วันที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เรื่องความสะอาด																															
พื้นที่ทางเดินในอาคาร (ยกเว้นแผงค้าของผู้เช่า)																															
พื้นที่รอบตลาดทั้งหมด ทางเข้าออกตลาด																															
พื้นที่ส่วนกลางบริเวณโต๊ะ เก้าอี้ทานอาหาร																															
ร่องระบายน้ำรอบอาคาร																															
ตรวจสอบความสะอาด และจัดการขยะในพื้นที่																															
ลงชื่อ ผู้ปฏิบัติงาน																															
ข้อเสนอแนะ/ ความเสี่ยง ที่พบ																															
ลงชื่อ ผู้ตรวจสอบ																															

- ข้อเสนอแนะ 1. ผู้ปฏิบัติงาน กำหนดดูแลความสะอาดทุก 1 ชม. ลงเครื่องหมาย / เมื่อทำความสะอาดและความสะอาดแล้ว พร้อมลงชื่อ วันละ 1 ครั้ง
2. ผู้ตรวจสอบ ตรวจสอบการทำความสะอาด / ความสะอาด ของผู้ปฏิบัติงาน ลงชื่อ วันละ 1 ครั้ง เขียนข้อเสนอแนะ/หรือความเสี่ยงที่พบ (ถ้ามี)

ตารางการทำความสะอาดห้องน้ำ (แห้ง หอม สะอาด ปลอดภัย)

สถานที่.....เดือน.....
ผู้ปฏิบัติงาน.....ผู้ตรวจสอบ.....

รายการ \ วันที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เรื่องความสะอาด																															
พื้น																															
ผนัง เพดาน																															
โถส้วม/ โถปัสสาวะ																															
สายฉีดชำระ ขันอย่างน้ำ																															
ถัง ก๊อก กระบอก																															
ถังขยะ																															
เรื่องความสะอาด																															
ส้วม เทลว ชักโครก / ถังขยะ																															
ลงชื่อ ผู้ปฏิบัติงาน																															
ข้อเสนอแนะ/ ความเสี่ยง ที่พบ																															
ลงชื่อ ผู้ตรวจสอบ																															

- ข้อเสนอแนะ 1. ผู้ปฏิบัติงาน กำหนดดูแลความสะอาดทุก 1 ชม. ลงเครื่องหมาย / เมื่อทำความสะอาดและความสะอาดแล้ว พร้อมลงชื่อ วันละ 1 ครั้ง
2. ผู้ตรวจสอบ ตรวจสอบการทำความสะอาด / ความสะอาด ของผู้ปฏิบัติงาน ลงชื่อ วันละ 1 ครั้ง เขียนข้อเสนอแนะ/หรือความเสี่ยงที่พบ (ถ้ามี)

แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด



บรรณานุกรม / แหล่งอ้างอิง

- กรมการค้าภายใน. (๒๕๖๕). แนวทางการพัฒนาตลาดชุมชน. กระทรวงพาณิชย์
- กรมอนามัย. (๒๕๖๖). เกณฑ์ประเมินตลาดสดน่าซื้อ. กระทรวงสาธารณสุข
- กรมอนามัย. (๒๕๖๖). ระบบฐานข้อมูลตลาดสด. เข้าถึงจาก: <https://market.anamai.moph.go.th>
- คู่มือหลักเกณฑ์การประเมินและคู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบ (ฉบับปรับปรุง) องค์การตลาด
กระทรวงมหาดไทย
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร. (๒๕๖๕). คู่มือการจัดการขยะอินทรีย์ระดับชุมชน
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน. (๒๕๖๖). ข้อมูลพลังงานหมุนเวียน. เข้าถึงจาก:
<https://www.eppo.go.th>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๖๔). แนวทางการขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจ
BCG
- พระราชบัญญัติการจัดการสิ่งแวดล้อม พ.ศ. ๒๕๓๕
- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕

คู่มือปฏิบัติงาน ตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

ฉบับปรับปรุง ๒๕๖๘

สำนักงานตลาดสาขากหนองม่วง

- ๕๑๖/๙ หมู่ ๘ ตำบลหนองม่วง
อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี ๑๕๑๗๐
- ๐๓๖๔๓๑๙๙๑



คู่มือปฏิบัติงาน ตลาดต้นแบบ

สำนักงานตลาด สาขาลำพูน

ฉบับปรับปรุง 2568

แนะนำขั้นตอนการปฏิบัติงานตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ
ปีงบประมาณ 2568



สารบรรณ

บทนำ	๓-๔
เกณฑ์บังคับตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ	๕
เกณฑ์ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ	๕
๑. แนวทางปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety : HS)	๖
HS-๐๑: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	๗
HS-๐๒: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	๘
HS-๐๓: การจัดการน้ำเสียในตลาด	๘
HS-๐๔: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	๘
HS-๐๕: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	๙
๒. แนวทางปฏิบัติการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management : WE)	๑๐
WE-๐๑: การจัดจุดรวบรวมขยะ	๑๐
WE-๐๒: การแยกประเภทขยะ	๑๐
WE-๐๓: การกำจัดขยะอินทรีย์	๑๐
WE-๐๔: การลดการใช้พลาสติก	๑๑
๓. แนวทางปฏิบัติการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)	๑๒
PP-๐๑: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด	๑๒
PP-๐๒ : การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น	๑๒
PP-๐๓ : ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและความสำคัญ	๑๓
๔. แนวทางปฏิบัติการออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure : SS)	๑๓
SS-๐๑ : การจัดการพื้นที่ทางเดินและสะดวกในการสัญจร	๑๓
SS-๐๒ : การออกแบบระบบระบายอากาศ	๑๓
SS-๐๓ : การจัดการแสงสว่าง	๑๔
SS-๐๔ : ความปลอดภัยของโครงสร้าง	๑๔
SS-๐๕ : การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ	๑๔
SS-๐๖ : การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ	๑๕



๕. แนวทางปฏิบัติการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support Community Economy : SCE)	๑๕
SCE-๐๑ : การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน	๑๕
SCE-๐๒ : การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน	๑๖
SCE-๐๓ : การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	๑๖
เกณฑ์เพิ่มเติมตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ	๑๗
ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน	๑๗
TDG: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	๑๗
เอกสารหลักฐานประกอบตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ	๑๘
ภาคผนวก	๑๙
บรรณานุกรม / แหล่งอ้างอิง	๒๐



บทนำ

ตลาดลำพูน หนึ่งในตลาดสาขาสำคัญขององค์การตลาด ก่อตั้งขึ้นด้วยเป้าหมายในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนและอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดลำพูน เมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า ๑,๓๐๐ ปี และเป็นศูนย์กลางแห่งอารยธรรมล้านนา ตลาดแห่งนี้ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวเมืองเหนืออย่างแท้จริง ด้วยการผสมผสานระหว่างบรรยากาศที่เรียบง่ายของชุมชนท้องถิ่นและวัฒนธรรมล้านนาอันทรงคุณค่า ตลาดลำพูนมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคในพื้นที่ โดยเฉพาะการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น เช่น ผ้าทอมือที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และอาหารพื้นเมืองที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวเหนือ

ตลาดสาขาลำพูนไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่การค้าขาย แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยเป็นแหล่งสร้างงานและรายได้ให้กับคนในพื้นที่ รวมถึงเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนในท้องถิ่นกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ ด้วยการตั้งอยู่ในจังหวัดลำพูน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ตลาดสาขาลำพูน ยังเป็นจุดหมายสำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถแวะเวียนเพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ตลาดแห่งนี้จึงเป็นมากกว่าสถานที่ค้าขาย แต่เป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงความเข้มแข็งของเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในระยะยาว.

นอกจากนี้ ตลาดลำพูนยังถูกพัฒนาให้เป็นพื้นที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัด เช่น วัดพระธาตุหริภุญชัย วัดจามเทวี และสถานที่ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชน ตลาดแห่งนี้ไม่เพียงแต่เป็นจุดศูนย์กลางของการค้าขายในชุมชน แต่ยังเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงมนต์เสน่ห์ของเมืองเหนือผ่านสินค้าที่มีคุณภาพ กิจกรรมทางวัฒนธรรม และการต้อนรับอย่างอบอุ่นจากชุมชนท้องถิ่น ด้วยอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ตลาดลำพูนจึงเป็นตัวแทนของการผสมผสานเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และชุมชนอย่างสมบูรณ์แบบ.

เอกสารแนวทางปฏิบัติฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบการดำเนินงานของตลาดสาขาหนองม่วงในการพัฒนาและบริหารจัดการตลาดอย่างเป็นระบบ ภายใต้แนวคิด BCG Economy Model (Bio-Circular-Green Economy) ซึ่งมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจในมิติสิ่งแวดล้อมและสังคมอย่างสมดุล แนวทางประกอบด้วยการดำเนินงานใน ๕ ด้านหลัก ได้แก่

- ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety: HS)
- การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)
- การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)
- การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure: SS)
- การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support Community Economy: SCE)



รวมถึง ๒ ด้านเสริมที่ตอบโจทย์บริบทการพัฒนาพร้อมสมัย ได้แก่

- การใช้พลังงานหมุนเวียน (Energy: ENG)
- การใช้เทคโนโลยีและดิจิทัล (Technology and Digital: TDG)

นอกจากนี้ ยังได้กำหนด เกณฑ์บังคับ เพื่อยกระดับมาตรฐานตลาดให้สามารถตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

๑. ตลาดต้อง ผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัย ในระดับ “ดีมาก”
๒. ต้องมี แผนงานหรือกิจกรรมที่สนับสนุนแนวคิด BCG Economy อย่างน้อย ๑ แผนงานต่อสาขา

เนื้อหาในเอกสารฉบับนี้ประกอบด้วยรายละเอียดของแต่ละแนวทางพร้อมเกณฑ์การประเมิน ระดับความสำเร็จ ตัวอย่างแนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม และเอกสารหลักฐานประกอบ เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานจริง รวมทั้งใช้ในการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

เอกสารแนวทางปฏิบัติฉบับนี้หวังว่าจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนตลาดสาขาหนองม่วงสู่การเป็น “ตลาดชุมชนต้นแบบ” ที่มีความยั่งยืน สะอาด ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถตอบโจทย์การพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง



เกณฑ์บังคับตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

เพื่อให้การบริหารจัดการตลาดสาขาลำพูนเป็นไปตามแนวทางการพัฒนาที่มีมาตรฐานและสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืนตลาดจะต้องผ่านเกณฑ์บังคับที่กำหนดไว้ ดังนี้

๑. ผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีมาก”

ตลาดต้องได้รับการตรวจประเมินจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข โดยผลการประเมินด้านสุขอนามัย สิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยต้องอยู่ในระดับ “ดีมาก” เพื่อให้มั่นใจว่าพื้นที่ตลาดมีความสะอาด ปลอดภัย และเหมาะสมกับการประกอบกิจการค้าขายและการบริโภคของประชาชน

วัตถุประสงค์: เพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในตลาดให้เป็นไปตามมาตรฐานของกรมอนามัย

แนวทางปฏิบัติ

- ตรวจสอบความสะอาดของตลาดอย่างสม่ำเสมอ
- ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัย
- ประสานงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อเข้ารับการประเมิน

เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานผลการตรวจประเมินจากกรมอนามัย ระดับ “ดีมาก”
- ภาพถ่ายกิจกรรมและขั้นตอนการปรับปรุงสุขอนามัยในตลาด

๒. แผนงานหรือกิจกรรมที่สนับสนุนแนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) อย่างน้อย ๑ แผนงานต่อสาขา

ตลาดต้องมีการริเริ่มหรือดำเนินกิจกรรมที่สอดคล้องกับแนวทาง BCG ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น

- การลดการใช้พลาสติก
- การส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้
- การใช้พลังงานหมุนเวียน
- โครงการรีไซเคิลหรือการแปรรูปวัสดุเหลือใช้ให้เกิดประโยชน์
- การส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์หรือสินค้าท้องถิ่นที่ยั่งยืน

โดยแผนงานหรือกิจกรรมดังกล่าวต้องมีหลักฐานการดำเนินงานที่ชัดเจน และสามารถนำไปประเมินผลหรือถอดบทเรียนในภายหลังได้

วัตถุประสงค์: เพื่อผลักดันการพัฒนาตลาดตามแนวคิด BCG Economy และสร้างผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม



แนวทางปฏิบัติ

- จัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับ BCG เช่น ลดพลาสติก ส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น หรือใช้พลังงานสะอาด
- ดำเนินกิจกรรมตามแผนงานและติดตามผล
- ประชาสัมพันธ์และให้ความรู้กับผู้ค้าเกี่ยวกับโครงการ

เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนงานหรือรายงานกิจกรรมที่ดำเนินการ
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอกิจกรรมที่แสดงการดำเนินโครงการ
- เอกสารการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการ เช่น บันทึกการประชุม เอกสารเชิญประชุม หรือแจ้งข่าวกิจกรรม

ตัวอย่างแผนงานส่งเสริมแนวคิด BCG ในตลาดชุมชน

๑. สาขา Bio Economy แผนงาน: ส่งเสริมสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

รายละเอียด:

- คัดเลือกพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เช่น ผัก ผลไม้ สมุนไพรแปรรูป ที่ปลอดสารเคมี
- จัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรและผู้ค้าเรื่องมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Organic Thailand, IFOAM)
- จัดนิทรรศการ “เกษตรอินทรีย์เพื่อสุขภาพ” ร่วมกับชุมชนหรือโรงเรียนในพื้นที่

หลักฐานประกอบ:

- แผนการดำเนินงานและกำหนดการอบรม
- รูปภาพนิทรรศการและสินค้าจริง
- รายชื่อผู้ร่วมอบรม / เอกสารสรุปผลกิจกรรม

๒. สาขา Circular Economy แผนงาน: โครงการรีไซเคิลขยะตลาดและการแปรรูปวัสดุเหลือใช้

รายละเอียด:

- ติดตั้งจุดคัดแยกขยะอินทรีย์ / รีไซเคิล / ทิ้งไป ในพื้นที่ตลาด
- ร่วมมือกับกลุ่มแม่บ้านแปรรูปใบตองและบรรจุภัณฑ์เหลือใช้เป็นของชำร่วย
- มีระบบแลกขยะรีไซเคิลเป็นแต้มสะสมรับของรางวัล

หลักฐานประกอบ:

- ภาพกิจกรรมคัดแยกขยะ
- ตัวอย่างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากวัสดุเหลือใช้



๓. สาขา Green Economy แผนงาน: ติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์และส่งเสริมตลาดลดพลาสติก

รายละเอียด:

- ติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ เพื่อลดค่าไฟฟ้าในระยะยาว
- แจกถุงผ้า/ตะกร้าจ่ายตลาด และจัดทำจุดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ราคาถูก
- ผู้ค้าเข้าร่วมโครงการ “งดใช้พลาสติกวันพฤหัสบดี”

หลักฐานประกอบ:

- สัญญาติดตั้งโซลาร์เซลล์ และรูปภาพระบบที่ติดตั้งจริง
- ภาพถ่ายกิจกรรมงดใช้พลาสติก
- ใบประชาสัมพันธ์

เกณฑ์ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

แนวทางปฏิบัติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยในตลาด (Hygiene and Safety: HS)

HS-๐๑: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้พื้นที่โดยรอบตลาดสะอาด ถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยต่อผู้ค้าและผู้บริโภค

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดให้มีการทำความสะอาดพื้นที่ของตลาดทุกวันก่อนเปิดตลาดเวลา ๐๕.๐๐ น. และทำความสะอาดช่วงเย็นเวลา ๑๗.๐๐ น.
- ผู้ปฏิบัติงานจะต้องลงมือชื่อในแบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด ซึ่งถูกรวบรวมและรายงานผลเป็นรายเดือน
- ห้องน้ำสาธารณะมีการทำความสะอาดทุก ทุก ๑ ชม.ตั้งแต่ ๑๐.๐๐ น.ถึง ๑๗.๐๐ น.จากการทำความสะอาดปกติช่วงเช้า และมีการสุ่มตรวจประเมินจากเจ้าหน้าที่ตลาดสาขาลำพูนและ/หรือเทศบาลตำบลอุโมงค์
- ขอความอนุเคราะห์จากเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอุโมงค์ในการใช้รถฉีดพ่นน้ำในการล้างตลาดทุกเดือน
- จัดกิจกรรม Big Cleaning Day ร่วมกับผู้ประกอบการเป็นประจำ

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แบบฟอร์มบันทึกผลการทำความสะอาด
- ภาพถ่ายก่อน-หลังการทำความสะอาด
- รายงานประจำเดือนและ/หรือตารางเวรทำความสะอาด



HS-๐๒: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้ตลาดปลอดภัยจากขยะตกค้าง ป้องกันโรคและแมลงรบกวน

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดให้มีจุดรวบรวมขยะ ๓ จุด แยกประเภทเป็น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย
- มีการตรวจสอบสภาพจุดรวบรวมขยะและจัดเก็บขยะอย่างสม่ำเสมอ
- ล้างถังขยะและทำความสะอาดบริเวณโดยรอบทุกวัน เพื่อป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังจุดรวบรวมขยะ
- รายงานการตรวจสอบพื้นที่และปริมาณขยะ
- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะ

HS-๐๓: การจัดการน้ำเสียในตลาด

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อควบคุมมลภาวะ ป้องกันการสะสมของเชื้อโรคและกลิ่นเหม็น

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตลาดสาขาลำพูน มีบ่อบำบัดน้ำเสียที่มีระบบบำบัดน้ำเสียแบบธรรมชาติ โดยผ่านบ่อดักขยะ บ่อดักไขมัน เพื่อเข้าสู่กระบวนการของบ่อกาะ-บ่กรองต่อออกบ่อฟักระบายน้ำใกล้เคียง
- เพื่อรองรับและจัดการน้ำเสียจากกิจกรรมภายในตลาดให้เป็นไปตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และได้มีการทำความสะอาดลอกท่อระบายน้ำเสียอย่างน้อยเดือนละ ๑ ครั้ง

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังระบบระบายน้ำ
- รายงานการบำรุงรักษาและลอกท่อ
- ภาพถ่ายจุดระบายน้ำเสียก่อนและหลังทำความสะอาด

HS-๐๔: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด

๑. วัตถุประสงค์: สร้างความรู้ความเข้าใจในด้านสุขาภิบาล อาชีวอนามัย และความปลอดภัย

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดการอบรมแก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการคัดแยกขยะและลดการใช้พลาสติก
- ดำเนินการร่วมกับเทศบาลตำบลอุโมงค์และโรงพยาบาล รพ.สต.,ภาคีเครือข่ายในพื้นที่
- ตลาดสาขาลำพูนมีการเปิดศูนย์แจ้งเตือนภัยสุขภาพในชุมชน/ศูนย์ตรวจสอบสารปนเปื้อนในอาหาร/ศูนย์การเรียนรู้
- จัดอบรมตามหลักสูตรของกรมอนามัย สำหรับผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานหรือภาพถ่ายการจัดอบรม พร้อมรายชื่อผู้เข้าร่วม
- สื่อการเรียนรู้ เช่น คู่มือ แผ่นพับ
- แบบประเมินผลการอบรม



HS-๐๕: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อป้องกันและรับมือเหตุฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นในตลาด

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ติดตั้งถังดับเพลิงบริเวณอาคารตลาดในจุดสำคัญ
- มีการตรวจสอบและบำรุงรักษาระดับเพลิงอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง
- มีการจัดจัดอบรมให้ความรู้และการซ้อมดับเพลิงประจำปี ตามยุทธศาสตร์ที่ ๑ ตลาดอัตลักษณ์”บำบัดทุกข์ บำรุงสุข” ยุคดิจิทัล (Community Based Market In Digital Era)โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัยตลาดสาขาลำพูน ได้บูรณาการร่วมกับเทศบาลตำบลอุโมงค์ เทศบาลตำบลหนองช้างคืน เทศบาลตำบลเหมืองง่า เทศบาลริมปิง เทศบาลตำบลสารภี เทศบาลตำบลประดู่ป่า รวมทั้งประชาชนทั่วไป ทุกปี เพื่อเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการและผู้ให้บริการในตลาด

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังตำแหน่งอุปกรณ์ความปลอดภัย
- รายงานการตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์
- บันทึกและภาพถ่ายกิจกรรมการฝึกซ้อมดับเพลิง



แนวทางปฏิบัติการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management : WE)

WE-๐๑: การจัดจุดรวบรวมขยะ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อจัดตั้งจุดรวบรวมขยะในตลาดอย่างเหมาะสมและเพียงพอ ส่งเสริมการแยกประเภทขยะอย่างถูกต้องและง่ายต่อการจัดเก็บ

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ดำเนินการจัดตั้งจุดรวบรวมขยะแยกประเภท จำนวน ๓ จุด รอบพื้นที่ตลาด
- ติดตั้งป้ายอธิบายแนวทางการคัดแยกขยะ ได้แก่ ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย อย่างชัดเจน
- ดำเนินการทำความสะอาดจุดรวบรวมขยะอย่างสม่ำเสมอทุกวัน เพื่อรักษาความสะอาดในพื้นที่ตลาด

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะในตลาด
- แผนผังแสดงตำแหน่งจุดรวบรวมขยะ
- บันทึกการตรวจสอบสภาพจุดรวบรวมขยะ

WE-๐๒: การแยกประเภทขยะ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการแยกประเภทขยะในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดปริมาณขยะที่ปนกันและเพิ่มโอกาสในการรีไซเคิล

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดตั้งจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภท ๓ จุดในตลาด
- ติดตั้งป้ายอธิบายการคัดแยกขยะอย่างชัดเจนในทุกจุดรวบรวม
- ประสานงานกับเทศบาลตำบลอุโมงค์ในการเก็บขยะตามประเภทเป็นประจำทุกวันจันทร์และพุธ

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภท
- รายงานการตรวจสอบการแยกประเภทขยะ
- สถิติหรือข้อมูลปริมาณขยะที่แยกประเภทได้ในแต่ละเดือน

WE-๐๓: การกำจัดขยะอินทรีย์

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อจัดการขยะอินทรีย์อย่างเป็นระบบ ลดปริมาณขยะที่จะต้องนำไปกำจัด และนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ



๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดตั้งถังขยะสำหรับขยะอินทรีย์แยกจากขยะประเภทอื่นในตลาดอย่างชัดเจน
- มีจุดเก็บขยะอินทรีย์สำหรับเศษอาหารและผักจากแผงค้าขายอาหาร
- นำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การเป็นอาหารสัตว์ เพื่อลดปริมาณขยะที่จะนำไปกำจัด ผู้ประกอบการนำกลับไปใช้ประโยชน์

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- บันทึกปริมาณขยะอินทรีย์ที่รวบรวมและจัดการ
- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะอินทรีย์
- รายงานการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำอาหารสัตว์

WE-๐๔: การลดการใช้พลาสติก

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อรณรงค์และส่งเสริมการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในตลาดและส่งเสริมการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดทำป้ายไวนิลให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลกระทบจากการใช้พลาสติก
- จัดกิจกรรมรณรงค์ลดการใช้ถุงพลาสติกและโฟมในตลาดอย่างสม่ำเสมอ
- ส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้บริโภคใช้วัสดุทดแทน เช่น ถุงผ้า กล่องย่อยสลายได้ หรือบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายกิจกรรมรณรงค์
- ภาพถ่ายบอร์ดให้ความรู้และสื่อประชาสัมพันธ์ในตลาด
- ตัวอย่างวัสดุทดแทนที่ใช้ในตลาดจริง



แนวทางปฏิบัติการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)

PP-๐๑: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นในตลาด เพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่และสร้างอัตลักษณ์ให้กับตลาด

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดสรรพื้นที่เฉพาะให้กับผู้ค้าท้องถิ่นในการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น เช่น ผลผลิตทางการเกษตร และสินค้าแปรรูปจากวัตถุดิบในพื้นที่
- สินค้าท้องถิ่นที่จัดจำหน่าย เช่น ผักปลอดสารพิษ ผลไม้ตามฤดูกาล สินค้าแปรรูป OTOP
- มีการสำรวจและจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ค้าท้องถิ่น เพื่อติดตามสัดส่วนสินค้าในตลาด

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายการสินค้าที่จำหน่ายในตลาด พร้อมระบุสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่น
- แผนผังพื้นที่จำหน่ายสินค้าท้องถิ่น
- ภาพถ่ายร้านค้าท้องถิ่นในพื้นที่ตลาด

PP-๐๒: การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น รวมถึงสร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตลาดสาขาลำพูนร่วมมือกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ประชาธิรัฐ ในการจัด “ตลาดประชาธิรัฐ” ทุกวันอังคาร
- กิจกรรมเน้นการส่งเสริมสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าแปรรูป และสินค้า OTOP จากผู้ผลิตในชุมชน
- มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อในพื้นที่และช่องทางออนไลน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายกิจกรรมตลาดนัดประชาธิรัฐ
- รายงานกิจกรรมและจำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วม
- ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์



PP-๐๓: ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างตลาดกับหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาสินค้าชุมชนและขยายโอกาสทางการค้า

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดกิจกรรมตลาดนัดร่วมกับหน่วยงานภายนอก เช่น “ตลาดประชารัฐ” “OTOP ตลาดนัดชุมชน
- หน่วยงานสนับสนุนผู้ประกอบการด้านองค์ความรู้ การจัดกิจกรรมส่งเสริม และการประชาสัมพันธ์
- ร่วมมือกับภาคเอกชน เช่น ธนาคาร สถาบันการเงิน หรือบริษัทในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนแหล่งทุน หรือ CSR (Corporate Social Responsibility)

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ
- บันทึกการประชุมหรือข้อตกลงความร่วมมือ
- ภาพถ่ายการดำเนินกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานภายนอก

แนวทางปฏิบัติการออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure : SS)

SS-๐๑: การจัดการพื้นที่ทางเดินและสะดวกในการสัญจร

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้การสัญจรในตลาดมีความสะดวก ปลอดภัย และรองรับผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม

๒. แนวทางปฏิบัติ

- การจัดผังค้าและทางเดินในลักษณะเป็นระเบียบ โดยเว้นระยะห่างระหว่างแผงค้าตามมาตรฐานที่กำหนด
- มีการจัดเก็บขยะและสิ่งกีดขวางอย่างสม่ำเสมอทุกวัน
- มีการติดตั้งป้ายแสดงทางเข้า-ออก และจุดให้บริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกในการเดินทาง
- จัดกิจกรรมตรวจสอบทางเดินและพื้นที่โดยรอบ

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังตลาด
- ภาพถ่ายพื้นที่ทางเดิน
- บันทึกผลการตรวจสอบพื้นที่สัญจร

SS-๐๒: การออกแบบระบบระบายอากาศ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับการค้าขาย

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ภายในตลาดมีการเปิดช่องลมธรรมชาติในทุกทิศทางเนื่องจากโครงสร้างอาคารเป็นแบบเปิดโล่ง
- จัดโซนขายสินค้าแยกประเภทประเภทสด-แห้งให้เหมาะสม เพื่อลดการสะสมกลิ่น ความชื้น และส่งเสริมการหมุนเวียนของอากาศที่ดี
- มีการตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นประจำ
- ตลาดร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นจัดทำแบบประเมินคุณภาพอากาศภายในตลาดอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง



๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพถ่ายพื้นที่และช่องระบายอากาศ
- รายงานการตรวจสอบคุณภาพอากาศ
- บันทึกการบำรุงรักษา

SS-๐๓: การจัดการแสงสว่าง

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้แสงสว่างเพียงพอและปลอดภัยในทุกพื้นที่ใช้งานภายในตลาด

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ติดตั้งหลอดไฟ LED ประหยัดพลังงานในพื้นที่ขายสินค้า ทางเดิน และบริเวณโดยรอบโดมหน้าตลาด
- ตรวจสอบระบบไฟฟ้าเป็นประจำ
- จัดทำแผนการเปลี่ยนหลอดไฟและอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ชำรุด
- มีป้ายเตือนความปลอดภัยและสวิตช์ฉุกเฉินในจุดสำคัญ

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานตรวจสอบแสงสว่าง
- ภาพถ่ายแสดงพื้นที่ติดตั้ง
- รายการวัสดุอุปกรณ์

SS-๐๔: ความปลอดภัยของโครงสร้าง

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้โครงสร้างภายในตลาดมีความมั่นคง ปลอดภัย และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ใช้งาน

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตรวจสอบสภาพโครงสร้าง เช่น พื้น เสา หลังคา และอุปกรณ์ความปลอดภัยอย่างน้อยปีละ ๑ ครั้ง
- มีการบันทึกการซ่อมแซมและบำรุงรักษาโครงสร้าง
- ติดตั้งถังดับเพลิง ป้ายหนีไฟ และระบบไฟฉุกเฉินอย่างครบถ้วน
- ว่าจ้างวิศวกรตรวจสอบความมั่นคงของโครงสร้างเมื่อมีการต่อเติม

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานตรวจสอบโครงสร้าง
- ภาพถ่ายการติดตั้งอุปกรณ์ความปลอดภัย
- บันทึกการบำรุงรักษา

SS-๐๕: การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ค้าขายและพื้นที่พักผ่อนให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตลาดจัดให้มีพื้นที่นั่งพัก ลานกิจกรรม และ/หรือพื้นที่สีเขียว
- มีการดูแลทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะทุกวัน
- จัดกิจกรรมให้ความรู้หรือส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่สาธารณะเป็นประจำ



๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนผังพื้นที่
- รายงานกิจกรรม
- ผลสำรวจความพึงพอใจ

SS-๐๖: การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อให้ตลาดสามารถเชื่อมโยงกับชุมชน ระบบขนส่ง และบริการโดยรอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ตลาดมีทางเข้า-ออกหลายจุดที่เชื่อมกับถนนหลัก
- มีที่จอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์อย่างเพียงพอ
- มีการติดตั้งป้ายบอกทางและแผนที่ตลาด
- ประสานงานกับเทศบาลและหน่วยงานขนส่งเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- แผนที่ตลาดและพื้นที่โดยรอบ
- ภาพถ่ายจุดจอดรถและป้ายบอกทาง

แนวทางปฏิบัติการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support Community Economy : SCE)

SCE-๐๑: การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และเพิ่มโอกาสการจ้างงานให้กับคนในชุมชนโดยรอบตลาด

๒. แนวทางปฏิบัติ

- จัดอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น กศน., พม., พัฒนาชุมชน, หรือวิทยาลัยอาชีวศึกษา เช่น หลักสูตรทำอาหาร แปรรูปสินค้า งานฝีมือ
- ส่งเสริมให้ผู้ค้าปัจจุบันจ้างแรงงานจากชุมชน
- สนับสนุนให้กลุ่มอาชีพชุมชนเข้ามาจำหน่ายในตลาด เช่น กลุ่มแม่บ้าน OTOP วิสาหกิจชุมชน งานช่างฝีมือ
- เปิดพื้นที่ตลาดให้กลุ่มอาชีพได้จัดกิจกรรม เช่น ตลาดอาชีพชุมชน งานฝีมือ ตลาดนัดแรงงาน

๑. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานหรือบันทึกการจัดกิจกรรมอบรมพัฒนาทักษะอาชีพในชุมชน
- สถิติการจ้างแรงงานท้องถิ่นและประเภทของงานที่สนับสนุนคนในชุมชน
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอจากกิจกรรมส่งเสริมอาชีพหรือการจ้างงาน
- แผนงานหรือรายงานโครงการ



SCE-๐๒: การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน

๑. วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดของเสีย และสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจผ่านแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

๒. แนวทางปฏิบัติ

- ส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ หรือบรรจุภัณฑ์รีฟิล ลดการใช้พลาสติกครั้งเดียวทิ้ง
- สนับสนุนการแยกขยะและนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ในตลาด เช่น จุดรับขยะรีไซเคิล การแลกแต้มจากขยะรีไซเคิล
- ประสานความร่วมมือกับองค์กรภายนอก เช่น เทศบาล อบต. บริษัทรีไซเคิล สถาบันการศึกษา ในการจัดกิจกรรมหรือโครงการเกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน
- จัดกิจกรรมให้ความรู้ เช่น เวิร์กช็อปการแปรรูปเศษวัสดุเหลือใช้ให้เป็นของใช้หรือของตกแต่ง
- เปิดพื้นที่ตลาดสำหรับจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น สินค้าจากวัสดุรีไซเคิล สินค้า Zero Waste
- สนับสนุนผู้ค้าให้บริหารจัดการของเหลือจากการขาย เช่น การบริจาคอาหารที่ยังบริโภคได้ หรือทำปุ๋ยจากเศษอาหาร

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานหรือบันทึกการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอกิจกรรม เช่น จุดรับขยะรีไซเคิล
- เอกสารประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับหรือป้ายณรงค์

SCE-๐๓: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

๑. วัตถุประสงค์: เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น

๒. แนวทางปฏิบัติ

- เชื่อมโยงตลาดกับแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมในชุมชน เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตลาด-วัด-แหล่งเรียนรู้
- การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การนำเสนอสินค้าและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้ง มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง.
- ประสานงานกับหน่วยงานท้องถิ่น เช่น อบต., การท่องเที่ยวฯ, วิทยาลัยอาชีวศึกษา ฯลฯ เพื่อพัฒนากิจกรรมร่วมกัน

๓. เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานหรือบันทึกกิจกรรม เช่น แต่งไทยทั้งเมือง
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอจากกิจกรรมที่จัดในตลาด
- สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ หรือ แสชแท็กโพสโตโซเชียล



เกณฑ์เพิ่มเติมตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

เพื่อสนับสนุนการพัฒนาตลาดให้ยั่งยืนอย่างแท้จริง การดำเนินงานตามแนวทาง BCG Economy ไม่เพียงแต่พิจารณาเรื่องสิ่งแวดล้อมและชุมชนเท่านั้นแต่ยังต้องให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและพลังงานสะอาด จึงมีการกำหนดเกณฑ์เพิ่มเติมที่เน้นการใช้เทคโนโลยีและพลังงานหมุนเวียน ได้แก่

- **ENG (Energy):** การใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ ช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล และสนับสนุนการลดคาร์บอนอย่างเป็นรูปธรรม
- **TDG (Technology & Digital):** การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารตลาดและการให้บริการ สร้างความทันสมัยและตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่

ทั้งสองเกณฑ์นี้มีบทบาทสำคัญในการยกระดับตลาดให้มีความทันสมัย ประหยัดพลังงาน และมีความสามารถในการแข่งขันในอนาคต

ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน

วัตถุประสงค์: เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือกในตลาด ลดต้นทุนพลังงาน และสร้างภาพลักษณ์ตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวทางปฏิบัติ

- ใช้พัดลมหรือแสงสว่างที่ขับเคลื่อนด้วยพลังงานแสงอาทิตย์
- ปรับปรุงระบบไฟฟ้าให้ประหยัดพลังงานร่วมกับพลังงานหมุนเวียน

เอกสารและหลักฐานประกอบ

- รายงานค่าไฟฟ้าก่อนและหลังการติดตั้ง
- แผนการลงทุนด้านพลังงานทดแทน

TDG: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

วัตถุประสงค์: เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการตลาด และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้ให้บริการ

แนวทางปฏิบัติ

- ใช้แอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มกลางในการรวบรวมสินค้าและบริการ
- ส่งเสริมการใช้ QR Code ในการรับชำระเงิน
- ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ
- จัดทำระบบทะเบียนผู้ค้าแบบดิจิทัล

เอกสารและหลักฐานประกอบ

- ภาพหน้าจอระบบหรือแอปพลิเคชันที่ใช้งานจริง
- ตัวอย่าง QR Code ร้านค้า
- รายงานจำนวนผู้เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์
- คู่มือหรือแผ่นพับอธิบายการใช้เทคโนโลยีในตลาด



เอกสารหลักฐานประกอบตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

๑. หลักฐานประกอบเกณฑ์บังคับ

- สำเนาผลการตรวจประเมินสุขอนามัยจากกรมอนามัย (ระดับ “ดีมาก”)
- แผนงานหรือรายงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด BCG (อย่างน้อย ๑ โครงการ)
- ภาพถ่ายกิจกรรม/โครงการที่ดำเนินการ

๒. หลักฐานประกอบเกณฑ์เพิ่มเติม

- รายงานค่าใช้จ่ายหรือผลการประหยัดพลังงาน
- ภาพหน้าจอ/สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (เช่น Facebook Page, QR Code)
- ตัวอย่างระบบหรือแอปพลิเคชันที่ใช้ในตลาด

๓. หลักฐานประกอบเกณฑ์ปฏิบัติ (HS, WE, PP, SS, SCE)

- แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด / ตารางเวรเจ้าหน้าที่
- แผนผังจุดทิ้งขยะและจุดแยกขยะ
- รายงานกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น / ความร่วมมือกับหน่วยงานอื่น
- รูปถ่ายก่อน-หลังการปรับปรุงโครงสร้างตลาด
- เอกสารอบรมหรือคู่มือให้ความรู้แก่ผู้ค้า

๔. เอกสารทางการ

- รายงานการประชุม / การมีส่วนร่วมของชุมชน
- หนังสือราชการที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)
- แผนพัฒนาตลาดหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการรับรองมาตรฐาน

๕. แผนผัง / แผนที่

- แผนผังตลาด (ก่อนและหลังปรับปรุง)
- แผนที่แสดงการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

๖. ภาพกิจกรรม

- รวมภาพถ่ายกิจกรรมตามเกณฑ์ต่าง ๆ (ควรมีคำอธิบายใต้ภาพสั้น ๆ)

เอกสารหลักฐานประกอบตามเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ระบุไว้ในแนวทางตลาดต้นแบบ มีความสำคัญในการยืนยันการดำเนินงานตามมาตรฐานและเป็นเครื่องมือในการติดตามประเมินผลความสำเร็จของตลาด อย่างไรก็ตาม ในการปฏิบัติจริง อาจพบว่าตลาดสาขาหนองม่วงหรือสาขาอื่น ๆ อาจยังไม่สามารถรวบรวมหลักฐานทุกข้อได้ครบถ้วนในทันที ทั้งนี้ การมีหลักฐานประกอบที่หลากหลายและครอบคลุม เช่น รายงานผลการตรวจประเมิน เอกสารแผนงาน ภาพถ่ายกิจกรรม ตารางเวรเจ้าหน้าที่ และเอกสารทางการต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความชัดเจนในการบริหารจัดการตลาด อีกทั้งยังส่งเสริมความโปร่งใสและความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจึงขอแนะนำให้ตลาดดำเนินการรวบรวมและจัดเก็บหลักฐานอย่างเป็นระบบ และปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อข้อกำหนดและการประเมินได้ครบถ้วนยิ่งขึ้นในอนาคต



ภาคผนวก

แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด

ตารางการทำความสะอาดตลาด

สถานที่.....เดือน.....
ผู้ปฏิบัติงาน.....ผู้ตรวจสอบ.....

รายการ \ วันที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เรื่องความสะอาด																															
พื้นที่ทางเดินในอาคาร (ยกเว้นแผงค้าของผู้เช่า)																															
พื้นที่รอบตลาดทั้งหมด ทางเข้าออกตลาด																															
พื้นที่ส่วนกลางบริเวณใต้ แก้วหินอาหาร																															
ร่องระบายน้ำรอบอาคาร																															
ตรวจสอบความสะอาด และจัดการขยะในพื้นที่																															
ลงชื่อ ผู้ปฏิบัติงาน																															
ข้อเสนอแนะ/ ความเสี่ยง ที่พบ																															
ลงชื่อ ผู้ตรวจสอบ																															

- ข้อเสนอแนะ 1. ผู้ปฏิบัติงาน กำหนดดูแลความสะอาดทุก 1 ชม. ลงเครื่องหมาย / เมื่อทำความสะอาดและความสะอาดแล้ว พร้อมลงชื่อ วันละ 1 ครั้ง
2. ผู้ตรวจสอบ ตรวจสอบการทำความสะอาด / ความสะอาด ของผู้ปฏิบัติงาน ลงชื่อ วันละ 1 ครั้ง เขียนข้อเสนอแนะ/หรือความเสี่ยงที่พบ (ถ้ามี)

ตารางการทำความสะอาดห้องน้ำ (แห้ง หอม สะอาด ปลอดภัย)

สถานที่.....เดือน.....
ผู้ปฏิบัติงาน.....ผู้ตรวจสอบ.....

รายการ \ วันที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
เรื่องความสะอาด																															
พื้น																															
ผนัง,เพดาน																															
โถส้วม/ โถปัสสาวะ																															
สายฉีดชำระ																															
ชั้นวางน้ำ																															
อ่าง ก๊อก																															
กระจก																															
ถังขยะ																															
เรื่องความสะอาด																															
สบู่เหลว																															
ทิชชู /ผ้าเช็ดมือ																															
ลงชื่อ ผู้ปฏิบัติงาน																															
ข้อเสนอแนะ/ ความเสี่ยง ที่พบ																															
ลงชื่อ ผู้ตรวจสอบ																															

- ข้อเสนอแนะ 1. ผู้ปฏิบัติงาน กำหนดดูแลความสะอาดทุก 1 ชม. ลงเครื่องหมาย / เมื่อทำความสะอาดและความสะอาดแล้ว พร้อมลงชื่อ วันละ 1 ครั้ง
2. ผู้ตรวจสอบ ตรวจสอบการทำความสะอาด / ความสะอาด ของผู้ปฏิบัติงาน ลงชื่อ วันละ 1 ครั้ง เขียนข้อเสนอแนะ/หรือความเสี่ยงที่พบ (ถ้ามี)

แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด





หนังสือแหล่งอ้างอิง

- คู่มือหลักเกณฑ์การประเมินและคู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบ (ฉบับปรับปรุง) องค์การตลาด
กระทรวงมหาดไทย
- พระราชบัญญัติการจัดการสิ่งแฉล้ม พ.ศ. ๒๕๓๕
- ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตร. (๒๕๖๕). คู่มือการจัดการขยะอินทรีย์ระดับชุมชน
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน. (๒๕๖๖). ข้อมูลพลังงานหมุนเวียน. เข้าถึงจาก:
<https://www.eppo.go.th>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (๒๕๖๔). แนวทางการขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจ
BCG
- กรมอนามัย. (๒๕๖๖). ระบบฐานข้อมูลตลาดสด. เข้าถึงจาก: <https://market.anamai.moph.go.th>
- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕
- กรมการค้าภายใน. (๒๕๖๕). แนวทางการพัฒนาตลาดชุมชน. กระทรวงพาณิชย์

คู่มือปฏิบัติงาน ตามหลักเกณฑ์ตลาดต้นแบบ

ฉบับปรับปรุง ๒๕๖๘

สำนักงานตลาดสาขาลำพูน

- ๓๔๕ หมู่ ๗ ถนนเชียงใหม่-ลำพูน ตำบลอุโมงค์
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ๕๑๑๕๐
- ๐๕๓๙๘๒๔๗๒