



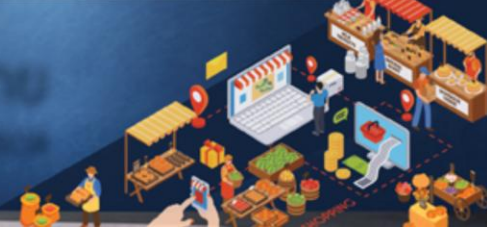
หลักเกณฑ์การประเมินและคู่มือปฏิบัติ

# ตลาดต้นแบบ (ฉบับปรับปรุง)

พ.ศ. 2569

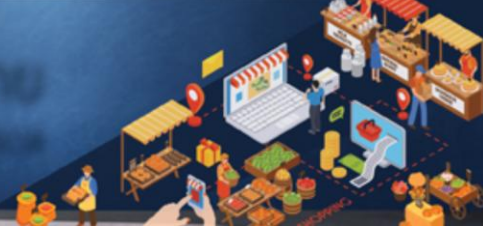


(ปกใน)



# สารบัญ

บทที่ 1. เกี่ยวกับองค์การตลาด.....	2
1.1 การดำเนินการเกี่ยวกับตลาด.....	2
1.2 ธุรกิจอื่น.....	2
1.3 วิสัยทัศน์และพันธกิจ.....	2
1.4 การกำหนดห่วงโซ่คุณค่าขององค์การตลาด.....	3
บทที่ 2. หลักการและเหตุผล.....	6
บทที่ 3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
3.1 หลักการประเมินคุณภาพตลาด.....	8
มาตรฐานตลาดในประเทศญี่ปุ่น.....	8
มาตรฐานตลาดในประเทศเกาหลีใต้.....	9
มาตรฐานตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา.....	11
บทที่ 4. เกณฑ์การประเมินตลาดต้นแบบ.....	14
สุขอนามัยและความปลอดภัย (Health and Safety: HS).....	15
การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE).....	22
การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP).....	29
การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure: SS).....	33
การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support of Community Economy: SCE).....	40
การใช้พลังงานหมุนเวียน (ENG).....	45
การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (TDG).....	47
บทที่ 5. คู่มือตลาดต้นแบบ "ตลาดลำพูน ตลาดวัฒนธรรมแห่งเมืองเหนือ".....	53
บทที่ 6. คู่มือตลาดต้นแบบ "ตลาดหนองม่วง ตลาดชุมชน เมืองลพบุรี".....	62
บทที่ 7. คู่มือตลาดต้นแบบ "ตลาดผักและผลไม้ ตลาดปากคลองตลาด".....	70
บทที่ 8. ภาคผนวก.....	78
แบบประเมินตลาดต้นแบบ.....	78



# 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
- ตลาดสาขาหนองม่วง อำเภอหนองม่วง จังหวัดลพบุรี
- ตลาดสาขาลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
- ตลาดสาขาบางคล้า อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
- ตลาดสาขาทลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

โดยตลาดสาขาทลิ่งชันขององค์การตลาดยังประกอบธุรกิจให้เช่าห้องพักอาศัยและอาคารพาณิชย์ด้วย

## 1.2 ธุรกิจอื่น

ธุรกิจอื่นขององค์การตลาด ได้แก่ การจัดส่งข้าวสารอาหารดิบและเชื้อเพลิง (ไม้ฟืน, แกลบ) ให้แก่ส่วนราชการหน่วยงาน ของรัฐ โดยเฉพาะ กรมราชทัณฑ์ ซึ่งเป็นภารกิจเสริมเพื่อหารายได้ให้แก่องค์การตลาดฯ อีกส่วนหนึ่ง นอกเหนือจากการ ดำเนินการเกี่ยวกับตลาด ทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรในท้องถิ่นต่าง ๆ มีแหล่งจำหน่ายผลผลิตของตนเพิ่มมากขึ้น องค์การตลาดฯ ดำเนินการจัดส่ง อาหารดิบ ข้าวสาร และเชื้อเพลิงให้แก่เรือนจำ ทัณฑสถานของกรมราชทัณฑ์ทั่วประเทศ และส่วนราชการอื่น ๆ โดยในช่วงปีงบประมาณ 2515 - 2519 องค์การตลาดฯ ดำเนินการจัดส่งอาหารดิบ และเชื้อเพลิง โดย มติคณะรัฐมนตรี เป็นกรณีพิเศษ แต่ในปีงบประมาณ 2532 เป็นต้นมา ได้มีการยกเลิกมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าวข้างต้น และให้ องค์การตลาดฯ ดำเนินการเข้าร่วมประกวดราคาเพื่อเสนอราคาอาหารดิบและเชื้อเพลิงแข่งขันกันกับเอกชนและรัฐวิสาหกิจอื่น ๆ

ปัจจุบันองค์การตลาดได้ปรับเปลี่ยน และยกระดับภารกิจการจัดส่งดังกล่าว โดยร่วมมือกับภาคเอกชนในการนำ Digital Platform เข้ามาปรับใช้ในระบบขนส่งและโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส ตรวจสอบได้ (สะท้อนจากผล ประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส ITA ที่สูงถึง 97.52 คะแนน) ซึ่งการปรับเปลี่ยนระบบเทคโนโลยีนี้ ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ในการกระจายและรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรโดยตรงจากเกษตรกรในท้องถิ่นเข้าสู่หน่วยงานรัฐได้อย่างยั่งยืน

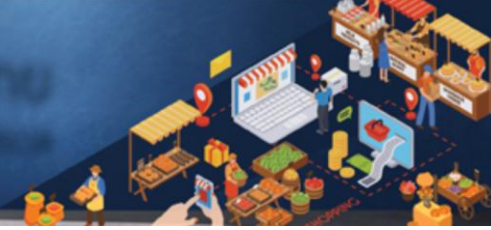
## 1.3 วิสัยทัศน์และพันธกิจ

### วิสัยทัศน์

“องค์การตลาดเป็นแหล่งสร้างรายได้ของผู้ผลิต ผู้ค้า ผู้บริโภคสมประสงค์ อย่างยั่งยืน”

### พันธกิจ

“มุ่งมั่นในการพัฒนาแหล่งบริการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ผู้บริโภคอย่างมืออาชีพ”



## 1.4 การกำหนดห่วงโซ่คุณค่าขององค์การตลาด

โดยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ขององค์การตลาดพบว่าการจัดกลุ่มกระบวนการงานออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) กลุ่มกระบวนการงานภารกิจหลัก (Primary Activity) และ 2) กลุ่มกระบวนการงานสนับสนุน (Support Activities) โดยประกอบด้วยกลุ่มกระบวนการงานภารกิจหลักจำนวน 5 ภารกิจสำคัญ ได้แก่

- 1) การจัดการอุปสงค์ของตลาดและขนส่ง (Demand Management and Logistic) ซึ่งเป็นกิจกรรมเริ่มต้นกระบวนการตามภารกิจจัดหาอาหารสดเข้าราชทัณฑ์และหน่วยงานที่มีความต้องการสินค้า (Demand) และครอบคลุมการขนส่งสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด
- 2) การจัดการตลาดสาขา (Market Operation) ซึ่งเป็นกิจกรรมหลักในการดำเนินการจัดการตลาดสาขา
- 3) การขายและตลาด (Sales and Marketing) เป็นกิจกรรมควบคุมตามภารกิจเพื่อหารายได้ และทำการตลาด
- 4) บริการเช่าสังหาริมทรัพย์ (Services) เป็นกิจกรรมในการให้บริการตี๊กเช่า ร้านค้าเช่า ภายใต้การกำกับขององค์การตลาด
- 5) การจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) เป็นกิจกรรมในจับคู่พันธมิตรการค้า เพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการโดยมีองค์การตลาดเป็นบุคคลกลางในการสนับสนุนและเป็นกลไกในการควบคุมคุณภาพและมีกระบวนการสนับสนุนจำนวน 12 กระบวนการ

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



เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และสวัสดิการชุมชน

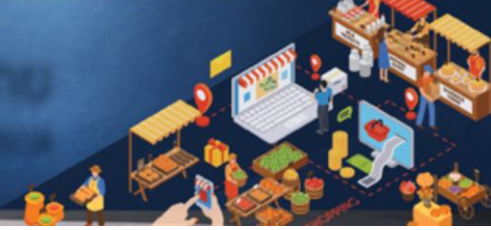


### VALUE CHAIN

Support Activities	ECO-Efficiency Focus Area			
<b>PUBLIC COMMUNICATION</b>	<b>Eco Efficiency Communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Power and Water Save</li> <li>Reuse, Recycle, Reduce</li> <li>No Foam</li> <li>Waste Management</li> </ul>			
<b>LEGAL</b>				
<b>EVALUATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eco-Efficiency KPI</li> </ul>			
<b>INFORMATION TECHNOLOGY</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Focus on digital transformation and innovation</li> <li>Cybersecurity</li> <li>Digital Governance and roadmap</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Digital Transformation</li> <li>Paperless Services</li> <li>Green IT</li> </ul>			
<b>FINANCE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>High Ethical Standard</li> <li>Fast Response (Fast track with in 3 Working Days)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reused Paper</li> <li>Online Tax</li> </ul>			
<b>ACCOUNT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>High Accounting Standard</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reused Paper</li> <li>Electronic Accounting Document</li> </ul>			
<b>RISK MANAGEMENT AND INTERNAL CONTROLS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Effective Dept and Contractual Risk Management</li> <li>Effective Risk Management Committee</li> </ul>				
<b>INTERNAL AUDIT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Good Governance and Transparency</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eco-efficiency compliance and audit</li> </ul>			
<b>HUMAN RESOURCE MANAGEMENT AND DEVELOPMENT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wage and Incentive</li> <li>Technology Usage</li> <li>Successor Programe</li> </ul>				
<b>PROCUREMENT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Supply Chain Value Stream</li> <li>JIT (Just-In-Time) Supply Chain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Green Requirements in Supply Chain</li> <li>Green Transportation and Logistic</li> </ul>			
<b>SECRETARY AND TRANSPORTATION</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reused Paper</li> <li>Electronic Documents</li> </ul>			
<b>STRATEGY AND BUDGETTING</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Community based market in digital era</li> <li>Re-inventing, Re-image</li> <li>Strategic Partner</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eco Efficiency Strategy</li> <li>Eco Efficiency Action Plans</li> <li>Environment Policy</li> <li>Green IT Policy</li> </ul>			
<b>DEMAND MANAGEMENT AND LOGISTIC</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>On-time Logistics</li> <li>Quality Cooling Storage</li> <li>Secured Lock Storage</li> <li>GPS Tracking</li> </ul>	<b>MARKET OPERATION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Market Hub and Distribution Center</li> <li>Quality Assurance for Products</li> <li>Low Price Rental</li> <li>Local Community Support</li> </ul>	<b>SALES AND MARKETING</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Quality and Source of Product</li> <li>Product Quality Standard (GAP, Organic Thailand)</li> <li>Product Specification Assurance</li> <li>Community Involved</li> </ul>	<b>SERVICES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Accommodation</li> <li>Quick Response</li> <li>Focus on customer service</li> </ul>	<b>BUSINESS MATCHING</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Market Sourcing</li> <li>Community Involved</li> <li>Quality and Source of Product</li> </ul>
<b>Eco Efficiency Primary Focus Area</b>				
<b>GREEN SUPPLIER</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Green requirements in Supply chain</li> </ul>	<b>GO GREEN 6G</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Waste Management</li> <li>Power Management</li> <li>Natural Packaging / Food Grade</li> <li>Natural Cleansing Product</li> </ul>	<b>GREEN AWARD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Natural Packaging / Food Grade</li> <li>Waste Management</li> <li>Power Management</li> </ul>	<b>GREEN ACCOMODATION</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Waste Management</li> <li>Power Management (LED / Solar Cell: CSR)</li> </ul>	<b>GREEN PARTNERSHIP</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Carbon Credit</li> <li>Business Matching</li> </ul>
<b>Primary Activities</b>				

ECO-Efficiency Added Value  
VALUE STREAM MARGIN

ภาพที่ 1 ห่วงโซ่คุณค่าขององค์การตลาดโดยแสดงเปรียบเทียบคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อม



ในการบริหารจัดการตลาดนั้นถือเป็นหนึ่งในกระบวนการภายใต้ Value Chain ขององค์กรในส่วนของ 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

ตลาดชุมชนถือเป็นสถาบันทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของประชาชนชาวไทยในทุกภูมิภาค ทั้งในมิติของการเป็นแหล่งจัดหารวัตถุดิบสดใหม่เพื่อการดำรงชีพในชีวิตประจำวัน การเป็นพื้นที่แสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนการเป็นกลไกทางสังคมที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต ผู้บริโภค และชุมชนในลักษณะที่พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมผู้บริโภค ตลาดชุมชนของไทยจำเป็นต้องได้รับการยกระดับและพัฒนาให้มีมาตรฐานที่ทันสมัย สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม และสามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ

ตลาดชุมชนเป็นศูนย์กลางของระบบเศรษฐกิจฐานรากที่สร้างรายได้และโอกาสทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย เกษตรกร และชุมชนในพื้นที่ นอกจากนี้ ตลาดชุมชนยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมโยงคนในชุมชนเข้าหากัน สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และอนุรักษ์วัฒนธรรมการบริโภคแบบดั้งเดิม ดังนั้น การพัฒนาและยกระดับตลาดชุมชนให้มีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก และการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว

การประเมินมาตรฐานตลาดเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญในการวิเคราะห์และวัดผลประสิทธิภาพของตลาดในมิติที่หลากหลาย อันประกอบด้วย ความสะอาด ความปลอดภัย ความยั่งยืน การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และการจัดการพื้นที่ภายในตลาดอย่างมีระบบ กระบวนการประเมินดังกล่าวมุ่งตรวจสอบว่าโครงสร้างและการดำเนินงานของตลาดสอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่ ทั้งในด้านสุขอนามัย การจัดการขยะ การส่งเสริมสินค้าในท้องถิ่น และการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความสะดวกและโปร่งใส อีกทั้งยังช่วยระบุจุดอ่อนและโอกาสในการพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพของตลาดให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของทั้งผู้ค้าและผู้บริโภค พร้อมทั้งสนับสนุนเป้าหมายทางเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของชุมชนและประเทศในภาพรวม

มาตรฐานตลาดในประเทศชั้นนำทั้ง 8 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, สหรัฐอเมริกา, สหราชอาณาจักร, ออสเตรเลีย, เยอรมนี, สิงคโปร์, อินเดีย มีหลักเกณฑ์ที่ทุกประเทศให้การรับรองร่วมกัน ซึ่งสามารถนำมาเป็นกรอบอ้างอิงในการออกแบบเกณฑ์การประเมินมาตรฐานตลาดของประเทศไทย คือ สุขอนามัยและความปลอดภัย การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่น การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน การใช้พลังงานหมุนเวียน การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การอนุรักษ์วัฒนธรรม

1. ทางรัฐบาลไทยได้กำหนดนโยบายเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) เป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจใน ๓ มิติหลักอย่างบูรณาการ ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) โดยหลักเกณฑ์การประเมินมาตรฐานตลาดที่ได้จากการศึกษาข้างต้นมีความสอดคล้องกับนโยบาย BCG ในแต่ละมิติอย่างชัดเจน ดังนี้

### 1.1 ความสอดคล้องกับเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy)

การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นผลผลิตทางการเกษตร สินค้าหัตถกรรม และอาหารพื้นบ้าน ล้วนเป็นการส่งเสริมการใช้วัตถุดิบชีวภาพและทรัพยากรในพื้นที่อย่างคุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของ Bio Economy ที่มุ่งสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น การที่ตลาดทำหน้าที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยตรง จึงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชีวภาพในระดับฐานราก



### 1.2 ความสอดคล้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)

การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อมในตลาด รวมถึงการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การรีไซเคิล การแปรรูปขยะ และการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ ล้วนสอดคล้องกับหลักการของ Circular Economy ที่มุ่งลดการใช้ทรัพยากรใหม่และสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุที่มีอยู่ การที่ตลาดมีระบบแยกขยะที่ชัดเจนและส่งเสริมการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาหมุนเวียนจะช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในภาพรวม

### 1.3 ความสอดคล้องกับเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)

การใช้พลังงานหมุนเวียนในตลาด เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์หรือระบบชีวมวล เป็นการดำเนินการที่สอดคล้องกับหลักการของ Green Economy ในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล นอกจากนี้ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการตลาด เช่น ระบบการชำระเงินดิจิทัล แอปพลิเคชันจัดการพื้นที่ขาย และการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ช่วยลดการใช้ทรัพยากร เช่น กระดาษ และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการดำเนินงาน ซึ่งล้วนสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาสีเขียวของประเทศ



## บทที่ 3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

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

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

### 3.1 หลักการประเมินคุณภาพตลาด

การศึกษาและเปรียบเทียบมาตรฐานตลาดในและต่างประเทศ โดยเฉพาะมาตรฐานของหน่วยงานกำกับตลาดในต่างประเทศ สามารถช่วยให้องค์การตลาดถอดแบบเกณฑ์ที่มีความทันสมัยและเป็นไปได้ในทางปฏิบัติจากรายละเอียดของมาตรฐานและหลักการที่ใช้ในหน่วยงานกำกับตลาดของต่างประเทศที่มีชื่อเสียง

#### มาตรฐานตลาดในประเทศญี่ปุ่น

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

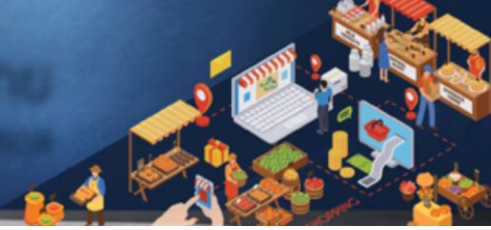
หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเทศญี่ปุ่นได้ฟื้นฟูเศรษฐกิจและสร้างระบบตลาดแบบสมัยใหม่ โดยรัฐบาลเริ่มกำกับดูแลตลาดมากขึ้นผ่านการจัดตั้งตลาดกลาง (Wholesale Markets) เพื่อสนับสนุนการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพและควบคุมราคาให้เหมาะสมสำหรับผู้บริโภค ระบบนี้ช่วยให้ตลาดในญี่ปุ่นพัฒนาอย่างรวดเร็วและมีมาตรฐานที่ชัดเจนในด้านคุณภาพสินค้าและสุขอนามัย

#### 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 การรีไซเคิล 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

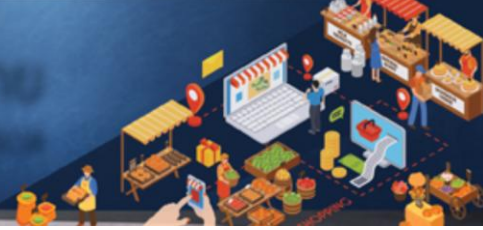
มาตรฐานตลาดในญี่ปุ่นสะท้อนถึงความใส่ใจในคุณภาพสินค้า สุขอนามัย การจัดการสิ่งแวดล้อม และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ความทันสมัยของมาตรฐานเหล่านี้ช่วยสนับสนุนความยั่งยืนและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในระดับโลก ทั้งยังเป็นตัวอย่างที่ดีในการพัฒนามาตรฐานตลาดสำหรับประเทศอื่น ๆ รวมถึงประเทศไทย ตัวอย่างตลาดสำคัญ ได้แก่

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

### มาตรฐานตลาดในประเทศเกาหลีใต้

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

ปัจจุบัน รัฐบาลเกาหลีใต้ส่งเสริมการปรับปรุงตลาดทั้งในแง่ของโครงสร้างพื้นฐานและการกำกับดูแล เพื่อสนับสนุนการพัฒนาตลาดให้มีมาตรฐานที่ตอบโจทย์ยุคสมัย เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ การเพิ่มความโปร่งใสในการค้า และการส่งเสริมความยั่งยืน.



### เกณฑ์มาตรฐานสำคัญในปัจจุบันของตลาดในประเทศเกาหลีใต้

#### 1. ความสะอาดและสุขอนามัย (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 และอาหารประจำฤดูฤดูกาล เพื่อสนับสนุนเกษตรกรและผู้ผลิตรายย่อยและมีกิจกรรมตลาดนัดและงานเทศกาลที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น งานแสดงอาหารพื้นเมือง และการขายสินค้าเกษตรแบบตรงจากฟาร์ม การส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเป็นเป้าหมายหลัก โดยตลาดเป็นศูนย์กลางของการพบปะและแลกเปลี่ยนระหว่างชาวบ้าน.

มาตรฐานตลาดในเกาหลีใต้มีความทันสมัยและมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ผ่านการส่งเสริมสุขอนามัย การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ตลาดยังเป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ทำให้เกาหลีใต้เป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับการพัฒนาตลาดในประเทศอื่น ๆ รวมถึงประเทศไทย ตัวอย่างตลาดสำคัญ ได้แก่

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



## มาตรฐานตลาดในประเทศสหรัฐอเมริกา

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

ในปัจจุบัน ตลาดในสหรัฐอเมริกามีรูปแบบหลากหลาย ตั้งแต่ตลาดเกษตรกรที่มุ่งเน้นสินค้าออร์แกนิกและสินค้าท้องถิ่น ไปจนถึงตลาดค้าส่งขนาดใหญ่ เช่น ตลาดปลาฟุลตัน (Fulton Fish Market) ในเมืองนิวยอร์ก ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าสินค้าอาหารทะเลขนาดใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก มาตรฐานการกำกับดูแลตลาดในสหรัฐอเมริกากลุ่มกำหนดโดยหน่วยงานต่าง 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 การประมวลผลสินค้าแบบดิจิทัล และการชำระเงินแบบไร้เงินสด การใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความโปร่งใสและลดขั้นตอนที่ซับซ้อนในกระบวนการซื้อขาย การติดตั้งระบบติดตามสินค้า (Traceability System) ถูกนำมาใช้ในตลาดค้าส่ง เช่น เนื้อสัตว์และปลา เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์

#### 5. การสนับสนุนชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่น (Community and Economic Development Standards)

ตลาดเกษตรกรมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเป็นแหล่งรายได้สำคัญของเกษตรกรรายย่อยและผู้ผลิตสินค้าพื้นเมืองตลาดในเขตเมืองมักจัดกิจกรรมชุมชน เช่น การแสดงดนตรี การสอนทำอาหาร และกิจกรรมสำหรับเด็ก เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและส่งเสริมความสัมพันธ์ในชุมชน โครงการอาหารเสริม เช่น Supplemental Nutrition Assistance Program (SNAP) ช่วยให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถซื้อสินค้าในตลาดเกษตรกรได้ในราคาที่เข้าถึงได้



ตลาดในสหรัฐอเมริกาได้รับการพัฒนาภายใต้มาตรฐานที่เข้มงวดในด้านสุขอนามัย ความปลอดภัยอาหาร ความยั่งยืน และการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นเป็นจุดเด่นที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความโปร่งใสในระบบตลาด มาตรฐานเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาตลาดในประเทศอื่น รวมถึงประเทศไทย เพื่อยกระดับตลาดให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ตัวอย่างตลาดที่สำคัญ ได้แก่

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

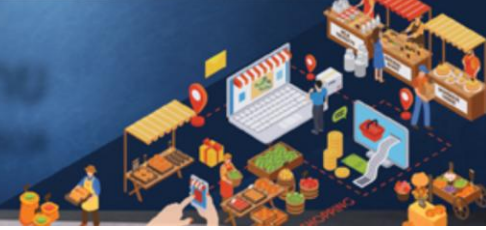
นอกจากนี้ ยังคงมีเกณฑ์มาตรฐานของแต่ละประเทศที่มีความเหมือนและแตกต่างกัน ทั้งในประเทศ อินเดีย สิงคโปร์ เยอรมัน เป็นต้น

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 ก็ควรพิจารณาให้เป็นประเด็นหนึ่งในการยกระดับและพัฒนาตลาดของประเทศไทยให้ต่อกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งในประเด็นการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนั้นเพื่อให้เกิดการยกระดับและรับรองมาตรฐานที่สูงยิ่งขึ้นเกณฑ์การประเมินจึงอาจต้องใช้แนวคิดของ “ระดับความเป็นเลิศ (Maturity Level)” หรือ “การจัดระดับ (Grading System)” โดยปกตินั้นจะใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมมาตรฐานทางเทคโนโลยี แต่ก็พบอยู่บ้างในการประเมินตลาด แนวคิดการให้การรับรองตามระดับความเป็นเลิศ เป็นวิธีการที่นิยมใช้ในหลายภาคส่วน รวมถึงการประเมินตลาด เพื่อสะท้อนความแตกต่างของตลาดในแง่คุณภาพและประสิทธิภาพ



โดยการจัดระดับช่วยให้ตลาดมีเป้าหมายในการพัฒนาอย่างชัดเจน และสร้างแรงจูงใจให้ปรับปรุงให้ได้ระดับสูงขึ้น ตัวอย่างการกำหนดระดับสามารถแบ่งระดับความเป็นเลิศออกเป็น 3-5 ระดับ เช่น:

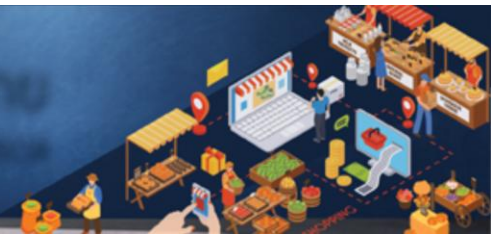
- ระดับดีเยี่ยม (Excellent): ตลาดที่มีการดำเนินการครบทุกเกณฑ์และมีนวัตกรรมที่เป็นเลิศ เช่น สุขอนามัยสูงสุด ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และส่งเสริมความยั่งยืนในทุกมิติ.
- ระดับดีมาก (Very Good): ตลาดที่ปฏิบัติตามเกณฑ์ส่วนใหญ่ เช่น มีสุขอนามัยดี มีการจัดการขยะบางส่วน แต่ยังขาดการพัฒนาในบางด้าน.
- ระดับดี (Good): 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: ระบบการประเมินตลาดปลาสี่คิเดมิมีการให้คะแนนด้านสุขอนามัย การจัดการขยะ และความสะอาดรายวัน โดยตลาดที่มีคะแนนสูงสุดได้รับการโปรโมตเป็นตัวอย่างในระดับประเทศ.
- สหรัฐอเมริกา: ตลาดเกษตรกรที่ได้รับการรับรองจาก USDA มีการจัดอันดับโดยพิจารณาจากปัจจัย เช่น สินค้าออร์แกนิก การสนับสนุนผู้ผลิตท้องถิ่น และการจัดการสิ่งแวดล้อม.
- เกาหลีใต้: ระบบตลาดในโครงการ Smart Market มีการจัดระดับความสำเร็จของตลาดในด้านการใช้เทคโนโลยีและความโปร่งใส



## บทที่ 4. เกณฑ์การประเมินตลาดต้นแบบ

องค์การตลาดต้องการลดความซับซ้อนของเกณฑ์การประเมินเดิม ในปี 2565 จึงได้นำเสนอและจัดทำเกณฑ์การประเมินตลาดต้นแบบโดยปรับปรุงให้มีความเหมาะสม โดยจัดระดับความเป็นเลิศออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

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

**เกณฑ์การประเมินบังคับ** ประกอบด้วย 2 ด้าน ได้แก่

- ผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีเยี่ยม”
- สนับสนุนและส่งเสริมความยั่งยืนตามแบบจำลอง BCG

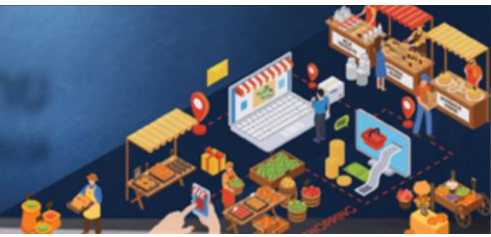
**เกณฑ์การประเมินพื้นฐาน** ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่

1. สุขอนามัยและความปลอดภัย
2. การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม
3. การสนับสนุนสินค้าในท้องถิ่น
4. การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง
5. การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน
6. การใช้พลังงานหมุนเวียน
7. การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
8. ประสพการณ์ผู้ใช้บริการ

เกณฑ์บังคับเพิ่มเติมสำหรับตลาดต้นแบบเพื่อยกระดับคุณภาพและความยั่งยืนของตลาดนั้นเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพ โดยทั้งสองเกณฑ์ช่วยเพิ่มมาตรฐานและภาพลักษณ์ของตลาด ดังนี้:

**เกณฑ์การประเมินบังคับที่ 1** การผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีเยี่ยม”: 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 และรูปแบบที่เหมาะสมต่อการให้คะแนนการประเมินในแต่ละด้านจะถูกวัดที่ระดับคะแนน 5 ระดับ คือ

- **คะแนนที่ 1: (ปรับปรุง)** หมายถึง ไม่มีการดำเนินการเลย หรือไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่จะแสดงให้เห็นหรือยืนยันของการดำเนินงาน
- **คะแนนที่ 2: (พอใช้)** หมายถึง มีการดำเนินการแต่ไม่สม่ำเสมอ หลักฐานไม่ครบ ขาดคู่มือมาตรฐาน
- **คะแนนที่ 3: (ดี)** หมายถึง ดำเนินการสม่ำเสมอตามที่กำหนด มีหลักฐานเชิงประจักษ์ครบถ้วน
- **คะแนนที่ 4: (ดีมาก)** หมายถึง มีการดำเนินการสม่ำเสมอ มีหลักฐานครบ และมีการปรับปรุงเชิงรุกต่อเนื่อง
- **คะแนนที่ 5: (เป็นเลิศ)** หมายถึง มีการดำเนินการครบถ้วนและมีนวัตกรรม มีข้อมูลเชิงลึกและพิสูจน์ผลลัพธ์ได้เชิงปริมาณ

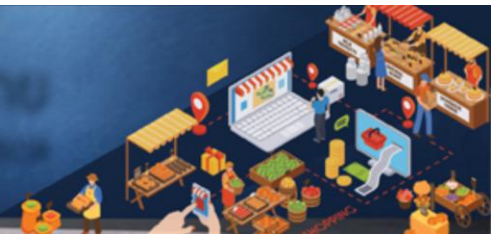
หมายเหตุ: หลักฐานเชิงประจักษ์ หมายถึง แหล่งข้อมูลที่สามารถยืนยันของการทำงานหรือปฏิบัติหน้าที่ที่สามารถระบุถึงการดำเนินงาน ผู้ดำเนินงาน และวันและเวลาที่ดำเนินงาน ตัวอย่างเช่น การมีบันทึกการทำความสะอาดลงวันที่และรายชื่อผู้ทำความสะอาด พร้อมการตรวจทานโดยผู้มีอำนาจรับผิดชอบ ภาพถ่ายการดำเนินงาน บันทึกทั้งที่เป็นดิจิทัลหรือเอกสาร เป็นต้น

## 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 โดยการทำความสะอาดพื้นที่อย่างสม่ำเสมอช่วยลดการสะสมของสิ่งสกปรก เศษอาหาร และขยะที่อาจเป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคหรือแมลงพาหะ เช่น แมลงวันและหนู ตลาดที่มีการทำความสะอาดอย่างเหมาะสมมักมีกำหนดการชัดเจน เช่น การล้างพื้นตลาดทุกวันหลังการค้าขาย การใช้สารฆ่าเชื้อในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง และการตรวจสอบความสะอาดโดยเจ้าหน้าที่ การทำความสะอาดที่มีประสิทธิภาพยัง



รวมถึงการจัดการจุดสะสมขยะเพื่อป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์และการรั่วไหลของน้ำเสียในพื้นที่ค้าขาย ทั้งนี้ การมีบันทึกการทำ ความสะอาดและคู่มือปฏิบัติชัดเจนจะช่วยรับรองว่ากระบวนการนี้ดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและมีมาตรฐาน ซึ่งไม่เพียงแต่ส่งผลดี ต่อผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาด แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดในระยะยาว.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	พื้นที่ตลาดมีระบบการทำความสะอาดครบถ้วน มีการล้างและฆ่าเชื้อสม่ำเสมอ แยกจุดจัดเก็บขยะชัดเจน มีการติดตามผล อบรมผู้ค้า และสามารถแสดงผลลัพธ์หรือพัฒนาระบบได้อย่างเป็นรูปธรรม
4	พื้นที่ตลาดมีการทำความสะอาดทุกวัน มีการจัดการขยะ น้ำเสีย และพื้นที่เสี่ยงอย่างเหมาะสม พร้อมมีการ ตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
3	พื้นที่ตลาดทำความสะอาดทุกวัน พร้อมมีบันทึกการทำ ความสะอาด
2	พื้นที่ตลาดมีการทำความสะอาดเป็นบางครั้ง (3-6 ครั้ง/สัปดาห์) แต่ไม่ทั่วถึง ไม่ปรากฏหลักฐานบันทึกการทำ ความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ
1	พื้นที่ตลาดสกปรก มีการทำความสะอาดน้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์ หรือไม่ปรากฏหลักฐานบันทึกการทำ ความสะอาด

**ข้อควรปฏิบัติ:**

การทำความสะอาดพื้นที่ตลาดเป็นกิจกรรมที่สำคัญในการรักษาสุขอนามัยและความปลอดภัย โดยพื้นที่ตลาดควรได้รับการล้าง ทำ ความสะอาดอย่างสม่ำเสมอทุกวันหลังการค้าขาย เพื่อกำจัดเศษอาหาร คราบไขมัน และสิ่งสกปรกที่สะสมอยู่ การใช้น้ำยาฆ่า เชื้อหรือสารทำความสะอาดที่ปลอดภัยในบริเวณที่มีความเสี่ยง เช่น พื้นที่ขายอาหารสด จะช่วยลดความเสี่ยงของการปนเปื้อน นอกจากนี้ การจัดจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอและแยกประเภทขยะอย่างชัดเจน เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง และขยะรีไซเคิล รวมถึง การเก็บขยะออกจากพื้นที่ตลาดเป็นประจำจะช่วยป้องกันการสะสมของเชื้อโรคและการรบกวนจากแมลงและสัตว์พาหะ

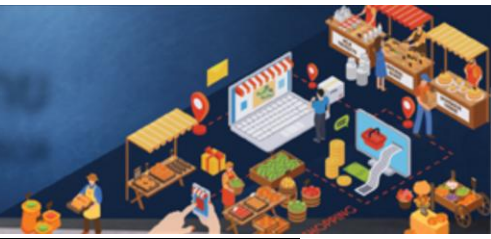
สำหรับพื้นที่จัดเก็บอาหาร ควรได้รับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ โดยใช้อุปกรณ์ที่แยกจากการทำความสะอาดพื้นที่ทั่วไป เพื่อป้องกันการปนเปื้อนข้าม การจัดการน้ำเสียควรมีระบบระบายน้ำที่เหมาะสม และได้รับการดูแลรักษา อย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันการอุดตันและกลิ่นเหม็น รวมถึงการปล่อยน้ำเสียจากผู้ค้าควรได้รับการควบคุมอย่างเคร่งครัด

การวางแผนการทำความสะอาดอย่างเป็นระบบเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญ โดยควรกำหนดพื้นที่ วิธีการทำความสะอาด และ ความถี่ที่เหมาะสม พร้อมทั้งมอบหมายหน้าที่ระหว่างเจ้าหน้าที่และผู้ค้าในตลาด การติดตามผลและการตรวจสอบความสะอาด ควรดำเนินการเป็นระยะ เพื่อประเมินผลและปรับปรุงมาตรการตามความเหมาะสม นอกจากนี้ การอบรมและการให้ความรู้แก่ ผู้ค้าเกี่ยวกับความสำคัญของสุขอนามัย รวมถึงการแจกคู่มือแนวทางการรักษาความสะอาด จะช่วยให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจ ตรงกันและรักษามาตรฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

นอกจากนี้ ควรกำหนดให้มีการจัดทำแผนการทำความสะอาดรายสัปดาห์ที่มีความชัดเจน โดยระบุพื้นที่รับผิดชอบเฉพาะในแต่ละ โชนของตลาด รวมถึงกำหนดความถี่และมาตรฐานการดำเนินงานในแต่ละพื้นที่อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถควบคุม คุณภาพการทำความสะอาดได้อย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ อีกทั้งควรมีการจัดให้มีกลไกการตรวจสอบแบบสุ่ม (Random Audit) โดยผู้บริหารหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้อง เพื่อประเมินความถูกต้องและประสิทธิภาพของการดำเนินงานจริงเทียบกับแผนที่ กำหนดไว้ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และยกระดับมาตรฐานสุขอนามัยของตลาดให้มีความยั่งยืน มากยิ่งขึ้น

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- ภาพถ่ายก่อน-หลังการทำ ความสะอาด และภาพกิจกรรมการล้างตลาดหรือกำจัดขยะ
- แผนการทำ ความสะอาดประจำวัน/ประจำสัปดาห์ พร้อมระบุพื้นที่รับผิดชอบและความถี่ในการดำเนินงาน
- หลักฐานการแยกประเภทขยะ เช่น จุดรวบรวมขยะ ถังขยะแยกประเภท หรือป้ายประชาสัมพันธ์



- บันทึกการล้างฆ่าเชื้อในแต่ละจุดของตลาด
- บันทึกการดูแลระบบระบายน้ำและการจัดการน้ำเสียภายในตลาด

## HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม

การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม เป็นหัวใจสำคัญของการรักษาความสะอาดและป้องกันปัญหาสุขอนามัยในตลาด การจัดจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอและสะดวกสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภคช่วยลดการทิ้งขยะอย่างไม่เป็นระเบียบ โดยจุดรวบรวมขยะควรมีป้ายกำกับชัดเจนเพื่อแยกประเภท เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย การกำจัดขยะควรดำเนินการเป็นประจำโดยไม่ปล่อยให้ขยะล้นถังหรือสะสมจนส่งกลิ่นเหม็นและกลายเป็นแหล่งเพาะพันธุ์แมลงพาหะ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการเก็บขยะออกจากตลาดในช่วงเวลาที่กำหนด เช่น หลังการปิดตลาด เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการค้าขายในวันถัดไป การดูแลพื้นที่เก็บขยะ เช่น การล้างถังขยะและบริเวณโดยรอบ เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยลดกลิ่นไม่พึงประสงค์และความเสี่ยงของการแพร่กระจายเชื้อโรค ระบบกำจัดสิ่งปฏิกูล เช่น การบำบัดน้ำเสียจากกิจกรรมในตลาด ก็ควรมีการออกแบบและดูแลให้มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำเสียปนเปื้อนลงสู่พื้นที่ค้าขายหรือระบบน้ำธรรมชาติในชุมชน การติดตามตรวจสอบและบันทึกผลการดำเนินการกำจัดขยะเป็นประจำช่วยให้มั่นใจได้ว่ามาตรการที่วางไว้ได้รับการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด และยังสามารถปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ การสร้างจิตสำนึกและการอบรมผู้ค้าเกี่ยวกับการจัดการขยะในตลาดจะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือและยกระดับมาตรฐานตลาดในภาพรวม.

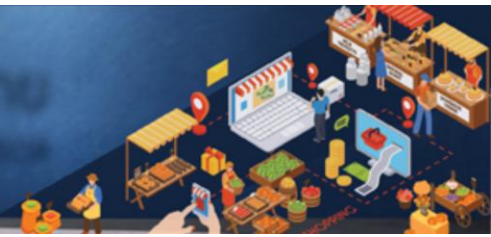
ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลครบถ้วน มีการแยกประเภทขยะชัดเจน เก็บขยะสม่ำเสมอ มีการบำบัดน้ำเสีย ติดตามผลเชิงปริมาณ และมีแนวทางเพื่อพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง
4	มีการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลอย่างสม่ำเสมอ มีจุดรวบรวมและแยกประเภทขยะชัดเจน มีบันทึกและการตรวจสอบครบถ้วน พร้อมมีการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
3	มีจุดรวบรวมขยะเพียงพอ มีการแยกประเภทขยะ และเก็บขยะตามรอบที่กำหนด พร้อมมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
2	จุดรวบรวมขยะและการแยกประเภทในบางจุด แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ การเก็บขยะดำเนินการไม่สม่ำเสมอ.
1	ไม่มีจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอ ขยะถูกทิ้งรวมกัน และไม่มีการเก็บขยะอย่างเป็นระบบ.

### ข้อควรปฏิบัติ:

การจัดการขยะในตลาดควรเริ่มจากการติดตั้งจุดรวบรวมขยะในพื้นที่สำคัญ และต้องเพียงพอต่อปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน จุดรวบรวมขยะควรมีป้ายกำกับชัดเจนเพื่อแยกประเภท เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย พร้อมทั้งกำหนดเวลาเก็บขยะอย่างแน่นอน เช่น หลังการปิดตลาดในแต่ละวัน เพื่อป้องกันการสะสมของขยะ นอกจากนี้ พื้นที่รอบจุดรวบรวมขยะควรได้รับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อเป็นประจำเพื่อลดกลิ่นและความเสี่ยงจากการปนเปื้อน สำหรับขยะที่อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำเสียจากขยะเปียก ควรมีระบบบำบัดน้ำเสียที่ออกแบบมาอย่างเหมาะสม และดูแลให้ใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพ การอบรมและสร้างความรู้แก่ผู้ค้าในตลาดเกี่ยวกับการคัดแยกและทิ้งขยะให้ถูกประเภท จะช่วยส่งเสริมความร่วมมือและยกระดับมาตรฐานของตลาดโดยรวม

### หลักฐานเชิงประจักษ์:

- ภาพถ่ายจุดรวบรวมขยะและการแยกประเภทขยะภายในตลาดอย่างชัดเจน
- บันทึกการเก็บขยะและการทำความสะอาดพื้นที่จัดเก็บขยะตามรอบที่กำหนด
- หลักฐานการอบรมหรือประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะให้แก่ผู้ค้าและผู้ปฏิบัติงาน
- รายงานการตรวจติดตามการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลภายในตลาด พร้อมข้อมูลผลการดำเนินงานเชิงปริมาณ



### HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด

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

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบจัดการน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ ใช้เทคโนโลยีสนับสนุน และสามารถแสดงผลเชิงประจักษ์ได้
4	มีการบริหารจัดการน้ำเสียอย่างเป็นระบบ พร้อมดำเนินการตรวจสอบ ปรับปรุง และป้องกันปัญหาอย่างต่อเนื่อง
3	มีระบบจัดการน้ำเสียที่สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมมีการตรวจสอบและบันทึกการดำเนินงานตามรอบที่กำหนด
2	ระบบจัดการน้ำเสียที่ใช้งานได้บางส่วน แต่ยังมีปัญหาในบางพื้นที่ หรือไม่ได้ตรวจสอบสม่ำเสมอ
1	ไม่มีระบบจัดการน้ำเสีย หรือมีน้ำเสียรั่วไหลในพื้นที่ค้าขาย โดยไม่มีการดำเนินการแก้ไข

#### ข้อควรปฏิบัติ:

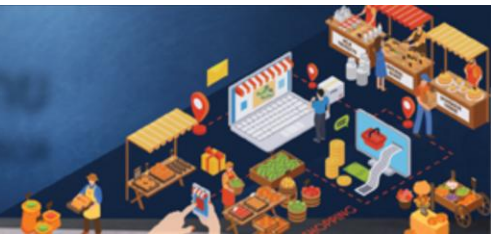
ควรออกแบบระบบระบายน้ำที่เหมาะสม เช่น ท่อระบายน้ำที่แยกจากพื้นที่ค้าขายอาหารสด และมีจุดรวบรวมน้ำเสียเฉพาะที่เพียงพอ นอกจากนี้ ระบบควรมีการบำบัดน้ำเสียเบื้องต้น เช่น การกรองเศษอาหารและไขมันออกก่อนปล่อยน้ำเสียเข้าสู่ระบบระบายน้ำส่วนกลาง การดูแลและทำความสะอาดท่อระบายน้ำเป็นประจำ เช่น การกำจัดสิ่งอุดตันและการล้างท่อด้วยน้ำแรงดันสูง จะช่วยลดปัญหาการอุดตันและกลิ่นเหม็น

ในกรณีที่ตลาดตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชน การปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำธรรมชาติโดยตรงควรหลีกเลี่ยง และจำเป็นต้องมีระบบบำบัดน้ำเสียที่สามารถกรองสิ่งปนเปื้อน เช่น ไขมัน น้ำมัน และสารเคมีได้ การจัดทำแผนการตรวจสอบระบบระบายน้ำและการบำบัดน้ำเสียอย่างสม่ำเสมอ เช่น ทุก 3 เดือน จะช่วยให้ระบบทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การอบรมผู้ค้าให้เข้าใจถึงวิธีการจัดการน้ำเสีย เช่น การป้องกันไม่ให้เศษอาหารหรือน้ำมันลงท่อระบายน้ำ จะช่วยลดภาระในระบบบำบัดน้ำเสียและเพิ่มความร่วมมือในการดูแลสุขอนามัยของตลาด

นอกจากนี้ ควรกำหนดให้มีการจัดทำรายงานผลการตรวจวิเคราะห์คุณภาพน้ำเสียอย่างเป็นทางการอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง โดยอ้างอิงมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสียและระดับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรอบอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งควรจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเสียในกรณีที่พบว่ายังไม่ครบถ้วนหรือไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด โดยให้มีการระยะเวลาและตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการจัดการน้ำเสียของตลาดให้มีความยั่งยืนและสอดคล้องกับหลักการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีในระยะยาว

#### หลักฐานเชิงประจักษ์:

- บันทึกและรายงานผลการตรวจสอบระบบระบายน้ำ และระบบบำบัดน้ำเสียอย่างสม่ำเสมอทุก 3 เดือน
- หลักฐานการอบรมหรือประชาสัมพันธ์ให้ผู้ค้าเกี่ยวกับการจัดการน้ำเสียและการป้องกันการทิ้งเศษอาหารหรือน้ำมันลงท่อระบายน้ำ
- ภาพถ่ายท่อระบายน้ำ จุดดักไขมัน บ่อพักน้ำเสีย หรือพื้นที่รวบรวมน้ำเสีย
- เอกสารแสดงผลการตรวจสอบคุณภาพน้ำก่อนปล่อยออกสู่ระบบระบายน้ำสาธารณะหรือแหล่งน้ำธรรมชาติ
- แผนการป้องกันและแก้ไขปัญหา น้ำเสีย พร้อมรายละเอียดระยะเวลาและผู้รับผิดชอบ



#### HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด

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

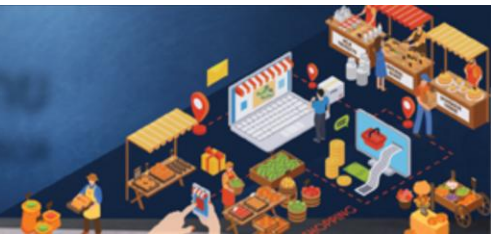
ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบการพัฒนาความรู้ที่ครบถ้วน และประยุกต์ใช้สื่อในการอบรม สามารถยกระดับความรู้และการปฏิบัติงานของผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดได้อย่างชัดเจน
4	มีการจัดอบรมและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมปรับปรุงเนื้อหาหรือรูปแบบการอบรมให้เหมาะสมกับผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด
3	มีการอบรมผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดเป็นประจำ (ปีละ 2 ครั้งขึ้นไป) พร้อมทั้งมีคู่มือหรือสื่อการเรียนรู้ที่ชัดเจนสำหรับการปฏิบัติงาน.
2	มีการอบรมหรือกิจกรรมให้ความรู้เป็นบางครั้ง (ปีละ 1 ครั้ง) แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์หรือคู่มือที่ชัดเจน.
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:**

- รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม พร้อมลายมือชื่อหรือข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละหัวข้อ
- คู่มือการปฏิบัติงาน เอกสารความรู้ หรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการอบรม
- แบบประเมินผลการอบรม แบบทดสอบ หรือแบบสอบถามความคิดเห็นหลังการเข้าร่วมกิจกรรม
- ภาพถ่ายกิจกรรมการอบรม การสาธิต หรือการฝึกปฏิบัติภายในตลาด
- รายงานสรุปผลหลักฐานการดำเนินกิจกรรมอบรม และการติดตามผลหลังการอบรม



## HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยในตลาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยป้องกันอุบัติเหตุและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับผู้ค้าและผู้บริโภค การติดตั้งอุปกรณ์เหล่านี้ครอบคลุมอุปกรณ์สำหรับความปลอดภัยขั้นพื้นฐาน เช่น ถังดับเพลิง ป้ายแสดงทางหนีไฟ สัญญาณเตือนภัย และกล้องวงจรปิด อุปกรณ์เหล่านี้ช่วยลดความเสี่ยงในกรณีฉุกเฉิน เช่น อัคคีภัย การโจรกรรม หรืออุบัติเหตุในพื้นที่ตลาด ทั้งนี้ การจัดวางอุปกรณ์ต้องอยู่ในจุดที่มองเห็นและเข้าถึงได้ง่าย พร้อมทั้งมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้ใช้งานได้เต็มที่ประสิทธิภาพ การจัดทำแผนผังตำแหน่งอุปกรณ์ความปลอดภัยและการให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์ จะช่วยเพิ่มความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉิน

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ พร้อมเพิ่มมาตรการความพร้อมในการป้องกันและรับมือเหตุฉุกเฉิน
4	มีการบริหารจัดการอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยอย่างเป็นระบบ พร้อมปรับปรุงและฝึกซ้อมการใช้งานอย่างต่อเนื่อง
3	มีการติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยครบถ้วน (เช่น ถังดับเพลิง ป้ายหนีไฟ กล้องวงจรปิด) พร้อมตรวจสอบและบำรุงรักษาเป็นประจำ.
2	มีการติดตั้งอุปกรณ์บางส่วน เช่น ถังดับเพลิง แต่ไม่มีการตรวจสอบหรือบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ.
1	ไม่มีการติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย หรือมีอุปกรณ์ที่เสียหายและไม่ได้รับการซ่อมแซม.

**ข้อควรปฏิบัติ:**

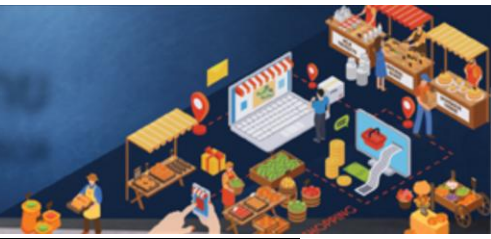
ตลาดควรติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยในจุดที่สำคัญ เช่น ทางเข้า-ออกของตลาด พื้นที่ค้าขายที่เสี่ยงต่อการเกิดอัคคีภัย และพื้นที่ที่มีการใช้งานไฟฟ้าหรือเครื่องจักร อุปกรณ์ที่ควรมีได้แก่ ถังดับเพลิงที่มีการระบุวันที่ตรวจสอบ ป้ายทางหนีไฟที่สว่างและมองเห็นชัดเจน สัญญาณเตือนภัยที่สามารถแจ้งเตือนผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วในกรณีฉุกเฉิน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

ในส่วนของการบริหารจัดการภายใน ควรมีการจัดทำแผนผังแสดงตำแหน่งอุปกรณ์ความปลอดภัยในตลาด เพื่อให้ผู้ค้าทุกคนรับทราบถึงจุดที่สามารถเข้าถึงอุปกรณ์ในกรณีจำเป็น การบำรุงรักษาอุปกรณ์ เช่น การตรวจสอบถังดับเพลิงและสัญญาณเตือนภัยทุก 6 เดือน จะช่วยให้มั่นใจว่าอุปกรณ์เหล่านี้พร้อมใช้งาน อีกทั้งการจัดการอบรมเกี่ยวกับการใช้งานอุปกรณ์ความปลอดภัยให้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด เช่น การฝึกซ้อมการอพยพในกรณีฉุกเฉิน จะช่วยเพิ่มความพร้อมของทุกฝ่ายในการรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น

ควรกำหนดให้มีการจัดการฝึกซ้อมอพยพกรณีฉุกเฉินอย่างเป็นทางการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง โดยต้องมีการจัดทำบันทึกผลการฝึกซ้อมอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ในการประเมินประสิทธิภาพการตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉินของผู้ค้าและเจ้าหน้าที่ และนำไปสู่การปรับปรุงแผนความปลอดภัยให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ควรจัดให้มีการติดตั้งแผนผังอุปกรณ์และเส้นทางอพยพในจุดที่มองเห็นได้ชัดเจนและเข้าถึงง่ายทั่วทั้งพื้นที่ตลาด เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและการรับรู้ของผู้ใช้งานพื้นที่อย่างทั่วถึง อันจะช่วยเพิ่มระดับความปลอดภัยเชิงป้องกันและลดความเสี่ยงจากเหตุการณ์ฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- ภาพถ่ายการติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยภายในตลาด เช่น ถังดับเพลิง ป้ายทางหนีไฟ สัญญาณเตือนภัย และกล้องวงจรปิดในจุดสำคัญ
- บันทึกการตรวจสอบ บำรุงรักษา หรือเปลี่ยนอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยตามรอบระยะเวลาที่กำหนด



- หลักฐานการอบรมหรือการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ความปลอดภัยแก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด
- บันทึกการแจ้งเหตุ การตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน หรือการดำเนินการแก้ไขเมื่อเกิดเหตุการณ์ด้านความปลอดภัย
- รายงานผลการฝึกซ้อมอพยพกรณีฉุกเฉิน พร้อมภาพถ่ายประกอบการดำเนินงาน

### HS-06: ความปลอดภัยทางอาหาร

ความปลอดภัยทางอาหารเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค และเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการบริหารจัดการตลาดที่มีมาตรฐาน โดยตลาดควรมีแนวทางในการควบคุม ดูแล และเฝ้าระวังด้านสุขอนามัยอาหารให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการปนเปื้อนและอันตรายที่อาจเกิดจากอาหาร เช่น การดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางอาหาร ควบคุมรอบคลุมการดูแลความสะอาดของพื้นที่จำหน่ายอาหาร การจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าอาหารอย่างเหมาะสม การป้องกันการปนเปื้อน การดูแลสุขลักษณะของผู้ค้าและผู้สัมผัสอาหาร รวมถึงการควบคุมคุณภาพสินค้าอาหารสดอาหารปรุงสำเร็จ และสินค้าอุปโภคบริโภคภายในตลาด

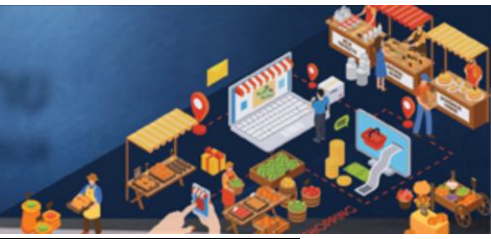
ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบบริหารจัดการความปลอดภัยทางอาหารที่ครอบคลุม และเทคโนโลยีเพื่อสร้างมาตรฐานด้านสุขอนามัยอาหารที่สูงขึ้น
4	มีการดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางอาหารอย่างต่อเนื่อง พร้อมปรับปรุงมาตรการและให้ความรู้แก่ผู้ค้าอย่างสม่ำเสมอ
3	มีมาตรการด้านความปลอดภัยทางอาหารที่ชัดเจน พร้อมตรวจสอบและดำเนินงานตามรอบที่กำหนด
2	มีการดำเนินการด้านความปลอดภัยทางอาหารบางส่วน แต่ดำเนินการไม่สม่ำเสมอ และหลักฐานไม่ครบถ้วน
1	ไม่มีมาตรการหรือแนวทางด้านความปลอดภัยทางอาหารที่ชัดเจน หรือไม่ปรากฏหลักฐานการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

#### ข้อควรปฏิบัติ:

ตลาดควรมีแนวทางหรือมาตรการในการควบคุมและดูแลความปลอดภัยทางอาหารให้เหมาะสมกับประเภทของสินค้าและบริบทของตลาด โดยเฉพาะพื้นที่จำหน่ายอาหารสด และสินค้าอุปโภคบริโภคที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยของผู้บริโภค การดำเนินงานควบคุมการดูแลความสะอาดของพื้นที่จำหน่ายอาหาร การจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้าอาหารอย่างเหมาะสม การป้องกันการปนเปื้อน การควบคุมสัตว์หรือแมลงพาหะ รวมถึงการดูแลสุขลักษณะส่วนบุคคลของผู้ค้าและผู้สัมผัสอาหาร นอกจากนี้ ตลาดควรมีการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ หรือจัดกิจกรรมด้านสุขอนามัยอาหารแก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสนับสนุนการตรวจประเมินร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานสาธารณสุข หรือกรมอนามัย เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารของตลาดให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

ในเชิงปฏิบัติ ควรกำหนดให้มีการตรวจสอบอุณหภูมิการจัดเก็บสินค้าอาหารสดอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะสินค้าที่มีความเสี่ยงสูง เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล และผลิตภัณฑ์แช่เย็นหรือแช่แข็ง เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าอยู่ในช่วงอุณหภูมิที่ปลอดภัยต่อการบริโภค อีกทั้งควรนำหลักเกณฑ์พื้นฐานของระบบ HACCP มาใช้เป็นแนวทางในการควบคุมจุดวิกฤตด้านความปลอดภัยอาหารภายในตลาด แม้ในระดับเบื้องต้นก็ตาม เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากการปนเปื้อนทั้งทางกายภาพ เคมี และชีวภาพอย่างเป็นระบบ

ยิ่งไปกว่านั้น ควรกำหนดให้มีการตรวจสอบวันหมดอายุของสินค้าอาหารเป็นประจำทุกวัน โดยผู้ค้าหรือเจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อป้องกันการจำหน่ายสินค้าที่หมดอายุหรือเสื่อมสภาพ ทั้งนี้ การดำเนินการมาตรการดังกล่าวควรมีการบันทึกข้อมูลและรายงานผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อใช้ในการติดตามและประเมินประสิทธิภาพของระบบความปลอดภัยทางอาหารภายในตลาดในระยะยาว และสนับสนุนการยกระดับมาตรฐานให้สอดคล้องกับหลักสุขาภิบาลอาหารอย่างยั่งยืน



#### หลักฐานเชิงประจักษ์:

- รายงานผลการตรวจสอบ ประเมินคุณภาพความปลอดภัยของสินค้าอาหารภายในตลาด
- รายการตรวจสอบสุขลักษณะส่วนบุคคลของผู้ค้าและผู้สัมผัสอาหาร เช่น การสวมหมวก ผ้ากันเปื้อน หรือถุงมือ
- บันทึกการตรวจสอบความสะอาด การป้องกันการปนเปื้อน และการควบคุมสัตว์หรือแมลงพาหะภายในตลาด
- ภาพถ่ายหรือเอกสารการอบรม ให้ความรู้ หรือประชาสัมพันธ์ด้านสุขอนามัยอาหารแก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด
- แบบประเมินความรู้หลังการอบรมด้านสุขอนามัยอาหารของผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด

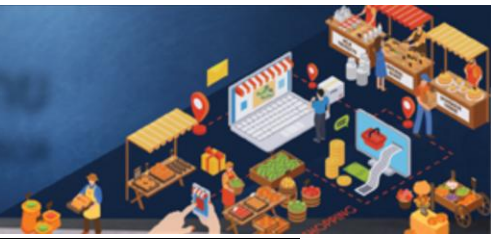
## การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)

**การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม** เป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงความยั่งยืนและมาตรฐานคุณภาพของตลาด การจัดการขยะอย่างเหมาะสมไม่เพียงแต่ช่วยรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของพื้นที่ตลาด แต่ยังลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของผู้ค้าและผู้บริโภค การจัดการรวบรวมขยะที่เพียงพอและแยกประเภทอย่างชัดเจนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการลดการสะสมของขยะที่อาจเป็นแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรคหรือแมลงพาหะ ขณะเดียวกัน การเก็บขยะออกจากพื้นที่ตลาดอย่างสม่ำเสมอช่วยป้องกันกลิ่นเหม็นและลดภาระต่อระบบการจัดการขยะโดยรวม นอกจากนี้ การลดการใช้พลาสติกและการจัดการขยะอินทรีย์ เช่น การทำปุ๋ยหมัก ยังช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดและสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนในชุมชน การดูแลด้านนี้ยังเป็นระบบจึงเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างตลาดที่สะอาด เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน.

### WE-01: การจัดการรวบรวมขยะ

**การจัดการจัดการรวบรวมขยะ** เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการจัดการขยะและรักษาสุขอนามัยของตลาด จัดรวบรวมขยะที่ได้รับการออกแบบและจัดวางอย่างเหมาะสมช่วยลดความยุ่งยากและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการขยะจากผู้ค้าและผู้บริโภค ตลาดควรมีจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอ โดยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เข้าถึงได้ง่ายในทุกพื้นที่ที่สำคัญ เช่น ใกล้ทางเข้า-ออก หรือบริเวณพื้นที่ค้าขาย จุดรวบรวมขยะควรติดตั้งป้ายกำกับที่ชัดเจนเพื่อแยกประเภท เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย การแยกประเภทขยะตั้งแต่ต้นทางช่วยลดภาระในกระบวนการจัดการและเพิ่มโอกาสในการนำขยะบางส่วนไปใช้ประโยชน์ เช่น การรีไซเคิลหรือการผลิตปุ๋ยหมัก นอกจากนี้ การออกแบบจุดรวบรวมขยะควรคำนึงถึงการป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ถังขยะที่มีฝาปิดเพื่อป้องกันกลิ่นไม่พึงประสงค์และการรั่วไหลของของเสีย รวมถึงการป้องกันไม่ให้สัตว์พาหะ เช่น หนูและแมลงวัน เข้าถึงขยะได้ง่าย

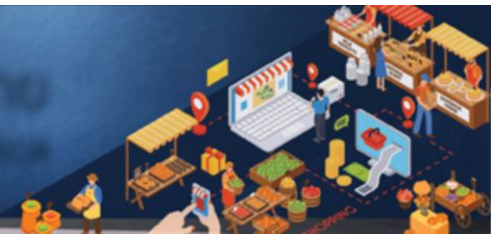
การกำหนดตารางเวลาเก็บขยะจากจุดรวบรวมออกจากพื้นที่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะหลังการปิดตลาด จะช่วยลดการสะสมของขยะและป้องกันผลกระทบต่อสุขอนามัยในตลาด การทำความสะอาดจุดรวบรวมขยะ เช่น การล้างถังขยะและพื้นที่โดยรอบ เป็นสิ่งสำคัญในการป้องกันการสะสมของเชื้อโรคและกลิ่นเหม็น นอกจากนี้ ตลาดควรสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับการทิ้งขยะให้ถูกจุดและแยกประเภทอย่างถูกต้องผ่านการติดป้ายคำแนะนำหรือการจัดอบรม ความใส่ใจในการจัดการจุดรวบรวมขยะไม่เพียงแต่ช่วยรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของตลาด แต่ยังสามารถสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมในภาพรวม การจัดการที่ดีในส่วนนี้จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของตลาดได้อย่างยั่งยืน.



ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบจัดการจตุรบรรณรวมขยะทุกพื้นที่ พร้อมสามารถลดปัญหาขยะตกค้างและเพิ่มประสิทธิภาพการคัดแยกขยะได้อย่างชัดเจน
4	มีการบริหารจัดการจตุรบรรณรวมขยะอย่างเป็นระบบ พร้อมตรวจสอบ ปรับปรุง และประชาสัมพันธ์การแยกขยะอย่างต่อเนื่อง
3	มีจตุรบรรณรวมขยะในพื้นที่สำคัญของตลาดครบถ้วน และการแยกประเภทขยะ (ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล ขยะอันตราย) เป็นไปอย่างชัดเจน พร้อมป้ายกำกับและถังขยะมีฝาปิด
2	มีจตุรบรรณรวมขยะในพื้นที่สำคัญของตลาดเพียงบางส่วน การแยกประเภทขยะมีในระดับพื้นฐาน (ขยะเปียก และขยะแห้ง) แต่ยังไม่ครบทุกประเภท และบางจุดไม่มีป้ายกำกับหรือฝาปิด
1	ไม่มีจตุรบรรณรวมขยะที่เพียงพอหรือเหมาะสม ขยะถูกทิ้งรวมกันโดยไม่มีการแยกประเภท และไม่มีถังขยะหรือจตุรบรรณรวมขยะในบางพื้นที่สำคัญของตลาด
<b>ข้อควรปฏิบัติ:</b> ควรมุ่งเน้นการวางแผนและออกแบบจตุรบรรณรวมขยะให้เหมาะสมกับพื้นที่ตลาด โดยจตุรบรรณรวมขยะควรตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น ใกล้ทางเข้า-ออก พื้นที่ค้าขายที่มีการสร้างขยะจำนวนมาก หรือบริเวณพื้นที่ส่วนกลาง จตุรบรรณรวมขยะควรมีจำนวนที่เพียงพอครอบคลุมทุกพื้นที่สำคัญ และสามารถรองรับปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้อย่างเหมาะสม ถึงขยะหรือภาชนะที่ใช้ควรมีฝาปิดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของกลิ่นไม่พึงประสงค์และป้องกันสัตว์พาหะ เช่น หนูหรือแมลงวัน การติดป้ายกำกับประเภทขยะ เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย จะช่วยให้ผู้ค้าและผู้บริโภคสามารถแยกขยะได้ง่ายและถูกต้องตั้งแต่ต้นทาง การทำความสะอาดจตุรบรรณรวมขยะควรดำเนินการเป็นประจำ เช่น ถ้างถังขยะและพื้นที่โดยรอบเพื่อลดการสะสมของเชื้อโรคและกลิ่นเหม็น การตรวจสอบสภาพจตุรบรรณรวมขยะ เช่น การตรวจดูว่าถังขยะชำรุดหรือไม่ มีการรั่วไหลหรือไม่ ควรดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้จตุรบรรณรวมขยะมีสภาพใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรจัดอบรมหรือประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาดเกี่ยวกับการแยกประเภทขยะและการทิ้งขยะในจุดที่กำหนด การสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในด้านนี้จะช่วยให้ตลาดสามารถจัดการขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว	
<b>หลักฐานเชิงประจักษ์:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● แผนผังจตุรบรรณรวมขยะและพื้นที่รองรับการจัดเก็บขยะภายในตลาด</li><li>● ภาพถ่ายจตุรบรรณรวมขยะในพื้นที่สำคัญของตลาด พร้อมแสดงตำแหน่งการติดตั้งอย่างชัดเจน</li><li>● รายงานผลการตรวจสอบปัญหาขยะตกค้าง กลิ่น หรือสัตว์พาหะภายในตลาด</li><li>● หลักฐานการอบรมหรือให้ความรู้แก่ผู้ค้าเกี่ยวกับการจัดการขยะและการคัดแยกขยะ</li><li>● รายงานบันทึกการทำความสะอาดจตุรบรรณรวมขยะทุก ๆ 1 สัปดาห์</li></ul>	

## WE-02: การแยกประเภทขยะ

การแยกประเภทขยะในตลาดเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการขยะและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การแยกประเภทขยะตั้งแต่ต้นทางช่วยลดความยุ่งยากในกระบวนการจัดการขยะและเพิ่มโอกาสในการนำขยะบางส่วนไปใช้ประโยชน์ เช่น การรีไซเคิลหรือการทำปุ๋ยหมัก ตลาดควรกำหนดถังขยะหรือจตุรบรรณที่แยกประเภทอย่างชัดเจน เช่น ขยะเปียก (เศษอาหาร), ขยะแห้ง (กระดาษ, พลาสติก), ขยะรีไซเคิล (โลหะ, แก้ว), และขยะอันตราย (แบตเตอรี่, สารเคมี) ถังขยะแต่ละประเภทควรติดป้ายกำกับด้วยสีหรือสัญลักษณ์ที่ชัดเจน เพื่อให้ผู้ค้าและผู้บริโภคสามารถทิ้งขยะได้อย่างถูกต้อง การแยกประเภท



ขยะยังช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดโดยการนำขยะที่แยกประเภทแล้วไปจัดการในรูปแบบที่เหมาะสม เช่น ขยะเปียกที่นำไปผลิตปุ๋ยหมัก หรือขยะรีไซเคิลที่ส่งเข้าสู่กระบวนการผลิตใหม่

ตลาดควรส่งเสริมการแยกประเภทขยะผ่านการให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภค เช่น การจัดอบรมหรือประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความสำคัญของการแยกขยะ และควรมีการตรวจสอบความสม่ำเสมอในการปฏิบัติ เช่น การประเมินว่าผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาดปฏิบัติตามแนวทางการแยกประเภทขยะหรือไม่ ความร่วมมือของทุกฝ่ายจะช่วยให้ตลาดมีระบบการจัดการขยะที่ยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบแยกประเภทขยะที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทั้งตลาด มีการประยุกต์ใช้แนวทางหรือนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการคัดแยก และสามารถลดปริมาณขยะปะปนได้อย่างชัดเจน
4	มีการบริหารจัดการการแยกประเภทขยะอย่างเป็นระบบ พร้อมติดตาม ปรับปรุง และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
3	มีการจัดจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภทครบถ้วน เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย พร้อมป้ายกำกับชัดเจนในทุกจุด
2	มีการจัดจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภทบางส่วน เช่น ขยะเปียกและขยะแห้ง แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกประเภทหรือขาดป้ายกำกับที่ชัดเจน
1	ไม่มีการแยกประเภทขยะ จุดรวบรวมขยะใช้ร่วมกันทั้งหมด และไม่มีป้ายกำกับประเภทขยะ

**ข้อควรปฏิบัติ:**

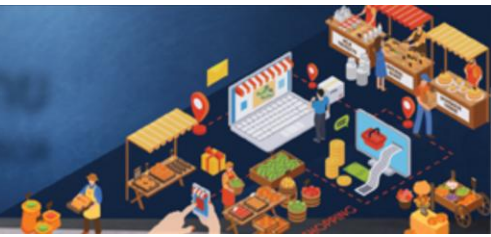
การแบ่งแยกประเภทขยะอย่างมีประสิทธิภาพเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มโอกาสในการนำขยะไปใช้ประโยชน์ ตลาดควรกำหนดจุดรวบรวมขยะที่มีการแยกประเภทอย่างชัดเจน เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย โดยถังขยะหรือภาชนะที่ใช้ควรติดป้ายกำกับหรือสัญลักษณ์เพื่อแยกประเภทอย่างชัดเจน เช่น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

ตลาดควรให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับความสำคัญของการแยกประเภทขยะ เช่น การอธิบายถึงวิธีการแยกประเภทและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการไม่แยกขยะอย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ควรจัดทำคู่มือหรือป้ายแนะนำวิธีการทิ้งขยะในจุดรวบรวม เพื่อเพิ่มความสะดวกและลดความสับสน การติดตามผลการแยกประเภทขยะ เช่น การตรวจสอบถังขยะว่ามีการปนเปื้อนหรือไม่ และการรวบรวมข้อมูลปริมาณขยะที่แยกประเภทได้ จะช่วยปรับปรุงการดำเนินงานในอนาคต

นอกจากนั้น ตลาดสามารถสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าและผู้บริโภคแยกประเภทขยะ เช่น การมอบรางวัลหรือการลดค่าบริการให้ผู้ปฏิบัติตามได้ดี การส่งเสริมแนวปฏิบัตินี้จะช่วยให้ตลาดมีระบบจัดการขยะที่ยั่งยืน ลดภาระการกำจัดขยะ และสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- ภาพถ่ายถังขยะพร้อมป้ายกำกับ สี หรือสัญลักษณ์แสดงประเภทขยะในแต่ละจุด
- บันทึกการตรวจสอบความถูกต้องของการแยกประเภทขยะและปัญหาขยะปะปน
- รายงานหลักฐานการสร้างแรงจูงใจ หรือกิจกรรมส่งเสริมการคัดแยกขยะภายในตลาด
- หลักฐานให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับการแยกประเภทขยะและการจัดการขยะอย่างถูกวิธี



### WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์

การกำจัดขยะอินทรีย์อย่างเหมาะสมเป็นส่วนสำคัญของระบบการจัดการขยะที่ยั่งยืน ขยะอินทรีย์ เช่น เศษอาหาร เศษผักผลไม้ และวัสดุธรรมชาติที่ย่อยสลายได้ หากไม่ได้รับการจัดการอย่างถูกวิธี อาจกลายเป็นแหล่งสะสมของเชื้อโรคและสร้างกลิ่นไม่พึงประสงค์ การจัดการขยะอินทรีย์ควรเริ่มจากการแยกประเภทตั้งแต่ต้นทาง โดยตลาดควรมีจุดรวบรวมขยะอินทรีย์เฉพาะ และถึงขยะที่ใช้ควรมีฝาปิดเพื่อป้องกันกลิ่นและการแพร่กระจายของแมลงพาหะ

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

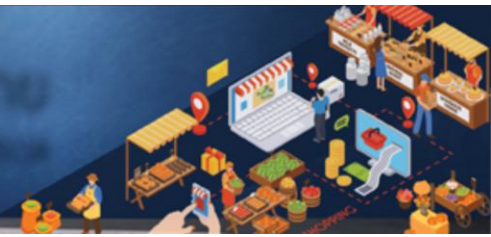
การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคในตลาดเกี่ยวกับความสำคัญของการแยกขยะอินทรีย์และวิธีการจัดการ เช่น การให้คำแนะนำในการแยกเศษอาหารและการทิ้งในจุดที่กำหนด จะช่วยสร้างความร่วมมือและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของทุกฝ่าย การดำเนินการเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด แต่ยังสร้างประโยชน์ที่จับต้องได้ต่อเศรษฐกิจชุมชนเวียนและช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบจัดการขยะอินทรีย์ครบวงจร ใช้นวัตกรรมหรือแนวทางลดปริมาณขยะอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถแสดงผลเชิงปริมาณจากการนำขยะอินทรีย์กลับมาใช้ประโยชน์ได้
4	มีระบบจัดการขยะอินทรีย์ที่ชัดเจน มีการนำขยะไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมักหรือผลิตก๊าซชีวภาพ พร้อมติดตามและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
3	มีระบบการจัดการขยะอินทรีย์ที่ชัดเจนและครบถ้วน เช่น จุดรวบรวมขยะอินทรีย์แยกเฉพาะ มีการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมัก หรือผลิตก๊าซชีวภาพ
2	มีการจัดการขยะอินทรีย์บางส่วน เช่น การแยกประเภทขยะอินทรีย์ในบางจุดรวบรวม แต่ยังไม่มียระบบรองรับสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ที่ชัดเจน หรือดำเนินการไม่สม่ำเสมอ
1	ไม่มีการแยกประเภทขยะอินทรีย์ ขยะอินทรีย์ถูกปนเปื้อนกับขยะประเภทอื่น หรือไม่มีการจัดการขยะอินทรีย์อย่างเป็นระบบ

#### ข้อควรปฏิบัติ:

การกำจัดขยะอินทรีย์ควรเริ่มต้นจากการแยกประเภทขยะตั้งแต่ต้นทาง โดยจัดจุดรวบรวมขยะอินทรีย์เฉพาะ เช่น เศษอาหาร เศษผักผลไม้ หรือวัสดุธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายได้ โดยจุดรวบรวมเหล่านี้ควรตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค พร้อมทั้งใช้ถังขยะที่มีฝาปิดแน่นหนาเพื่อลดกลิ่นไม่พึงประสงค์และป้องกันสัตว์พาหะ เช่น หนูหรือแมลงวัน การกำหนดตารางเวลาเก็บขยะอินทรีย์เป็นประจำ เช่น หลังปิดตลาดทุกวัน จะช่วยป้องกันการสะสมของขยะที่อาจเน่าเสียและสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ตลาดควรส่งเสริมการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมักสำหรับการเกษตร การผลิตก๊าซชีวภาพ หรือการส่งต่อให้หน่วยงานที่เชี่ยวชาญในการจัดการขยะอินทรีย์ เพื่อช่วยลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัดในลักษณะอื่น

ตลาดควรมีการจัดทำแผนการจัดการขยะอินทรีย์ที่ชัดเจน โดยระบุวิธีการจัดการ ปริมาณขยะที่เกิดขึ้น และเป้าหมายการลดขยะ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นระบบและตรวจสอบได้ การอบรมหรือให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับการแยกขยะอินทรีย์ เช่น การแยกเศษอาหารหรือวัสดุที่ย่อยสลายได้ และการทิ้งขยะในจุดที่กำหนด จะช่วยสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในระดับชุมชน นอกจากนี้ ควรมีการตรวจสอบและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ เช่น การตรวจสอบการแยกขยะอินทรีย์ในจุดรวบรวม



และการติดตามผลลัพธ์จากการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น ปริมาณปุ๋ยหมักที่ได้ การดำเนินการเหล่านี้จะช่วยทำให้ระบบการจัดการขยะอินทรีย์ในตลาดมีความยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

ควรกำหนดให้มีการจัดทำข้อตกลงความร่วมมือ กับหน่วยงานภายนอกที่บริหารจัดการขยะอินทรีย์ หรือโครงการผลิตปุ๋ยหมักที่ได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการ เพื่อให้กระบวนการส่งต่อและกำจัดขยะมีความต่อเนื่อง โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งกำหนดให้มีการจัดทำรายงานสรุปปริมาณขยะอินทรีย์ที่สามารถนำไปจัดการได้ในแต่ละเดือนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการติดตามประสิทธิภาพของระบบ และสนับสนุนการวางแผนปรับปรุงการจัดการขยะในระยะยาวให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

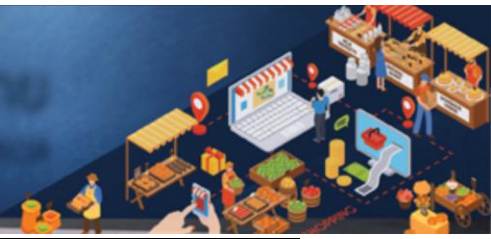
- รายงานหลักฐานผลลัพธ์เชิงปริมาณ เช่น ปริมาณปุ๋ยหมักที่ผลิตได้ หรือการนำกลับมาใช้ประโยชน์
- รายงานหลักฐานการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์หรือการส่งต่อหน่วยงานภายนอก
- บันทึกปริมาณขยะอินทรีย์ที่จัดเก็บและนำไปใช้ประโยชน์ในแต่ละเดือน
- ภาพถ่ายจตุรบรรพขยะอินทรีย์เฉพาะ พร้อมถังขยะมีฝาปิดและป้ายกำกับชัดเจน

**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 การลดการใช้พลาสติกจึงไม่ใช่เพียงแนวทางการจัดการขยะเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างวัฒนธรรมการบริโภคที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ชุมชนที่ใส่ใจความยั่งยืนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบบริหารจัดการเพื่อลดการใช้พลาสติกอย่างครบวงจร มีมาตรการจูงใจที่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน และสามารถแสดงผลลัพธ์เชิงปริมาณของการลดใช้พลาสติกได้
4	มีการดำเนินการมาตรการลดการใช้พลาสติกอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผลและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ค้าและผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม
3	มีมาตรการลดการใช้พลาสติกที่ชัดเจนและครอบคลุม เช่น รณรงค์ให้ผู้ค้าและผู้บริโภคลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว มีการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ
2	มีมาตรการลดการใช้พลาสติกบางส่วน เช่น รณรงค์ในบางพื้นที่ของตลาด หรือสนับสนุนการใช้วัสดุทดแทน แต่ยังไม่มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและครอบคลุม
1	ไม่มีมาตรการลดการใช้พลาสติกที่ชัดเจน พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวยังคงถูกใช้ในตลาดโดยไม่มีการควบคุมหรือการรณรงค์ให้ลดการใช้



### ข้อควรปฏิบัติ:

ตลาดควรเริ่มต้นด้วยการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติก เช่น การงดใช้ถุงพลาสติกแบบบางในตลาด และการส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ถุงผ้า ถุงกระดาษ บรรจุภัณฑ์ย่อยสลายได้ หรือภาชนะที่นำกลับมาใช้ซ้ำได้ การกำหนดนโยบายดังกล่าวควรมาร่วมกับการสร้างแรงจูงใจให้ทั้งผู้ค้าและผู้บริโภคมีส่วนร่วม เช่น การมอบส่วนลดให้กับผู้บริโภคที่นำถุงผ้ามาเอง หรือการให้รางวัลแก่ร้านค้าที่เปลี่ยนมาใช้วัสดุทดแทนพลาสติก การสร้างแรงจูงใจนี้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในวงกว้าง

การรณรงค์และให้ความรู้เกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกเป็นอีกหนึ่งแนวทางสำคัญ ตลาดสามารถจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ เช่น การแจกถุงผ้าหรือกล่องอาหารที่ย่อยสลายได้ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของพลาสติกต่อสิ่งแวดล้อมผ่านป้ายประชาสัมพันธ์หรือสื่อดิจิทัล นอกจากนี้ ตลาดควรติดตั้งจุดรับพลาสติกรีไซเคิลในพื้นที่ เพื่อช่วยลดปริมาณพลาสติกที่ถูกทิ้งอย่างไม่เหมาะสม และสนับสนุนให้เกิดการนำพลาสติกกลับมาใช้ใหม่ การมีจุดรีไซเคิลจะช่วยเพิ่มความสะดวกและส่งเสริมความร่วมมือของผู้ค้าและผู้บริโภคในการจัดการพลาสติกที่ใช้งานแล้ว

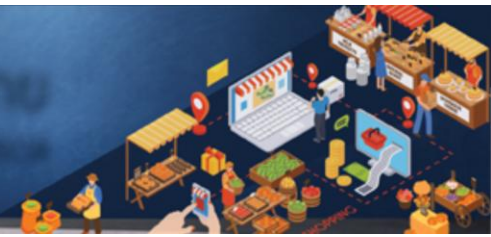
การตรวจสอบและติดตามผลการลดการใช้พลาสติกในตลาดก็เป็นสิ่งสำคัญ ตลาดควรมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณพลาสติกที่ใช้และปริมาณที่ลดลง รวมถึงการรายงานผลเพื่อประเมินประสิทธิภาพของมาตรการที่นำมาใช้ การติดตามผลนี้จะช่วยให้ตลาดสามารถปรับปรุงและพัฒนานโยบายหรือแนวปฏิบัติให้เหมาะสมยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การสนับสนุนผู้ค้า เช่น การจัดหาวัสดุทดแทนพลาสติกในราคาที่เหมาะสม จะช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการปรับตัวของผู้ค้าในตลาด แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตลาดในฐานะพื้นที่ที่ใส่ใจต่อความยั่งยืนและอนาคตของชุมชนโดยรวม

ในเชิงการกำกับติดตามเชิงนโยบาย ควรกำหนดตัวชี้วัดเชิงปริมาณ เพื่อใช้ประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรม เช่น อัตราการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวเทียบกับปีฐาน โดยกำหนดเป้าหมายเป็นเปอร์เซ็นต์ รายปีอย่างชัดเจน ทั้งนี้ ควรมีการรายงานผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งในระยะยาวควรกำหนด เส้นทางการเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นตลาดปลอดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Zero Single-Use Plastic) ภายในปี พ.ศ. 2572 โดยมีแผนการดำเนินงานเป็นระยะที่ครอบคลุมทั้งด้านนโยบาย โครงสร้างพื้นฐาน และพฤติกรรมผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้การลดการใช้พลาสติกเป็นไปอย่างเป็นระบบ มีความต่อเนื่อง และบรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในภาพรวม

\*หมายเหตุ: ในกรณีที่ตลาดสาขามีการลดใช้วัสดุอื่น ๆ อาทิ โฟม และวัสดุอื่น ๆ ที่ไม่ย่อยสลายตามธรรมชาติ ให้ถือว่าเป็นการลดใช้วัสดุตามเกณฑ์การประเมิน

### หลักฐานเชิงประจักษ์:

- แผนดำเนินงานหรือโครงการรณรงค์ลดการใช้พลาสติกภายในตลาด พร้อมกำหนดเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจน
- บันทึกปริมาณการลดใช้พลาสติกเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาก่อนดำเนินการ
- รายงานหลักฐานการให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับผลกระทบของพลาสติกและแนวทางลดการใช้พลาสติกภายในตลาด
- ประกาศหรือนโยบายตลาดเกี่ยวกับการลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว หรือการส่งเสริมวัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- สื่อประชาสัมพันธ์การรณรงค์ลดการใช้พลาสติก เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ จุดแจกถุงผ้า หรือสื่อดิจิทัลภายในตลาด



## WE-05: การจัดการน้ำ

**การจัดการน้ำ**ภายในองค์การตลาดการจัดการน้ำเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรักษาสุขอนามัย ความเป็นระเบียบ และคุณภาพสิ่งแวดล้อมของพื้นที่ตลาด เนื่องจากตลาดเป็นพื้นที่ที่มีการใช้น้ำจำนวนมาก ทั้งในกิจกรรมการล้างสินค้า การประกอบอาหาร การทำความสะอาดพื้นที่ และการอุปโภคบริโภค หากไม่มีการบริหารจัดการน้ำอย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้เกิดน้ำเสีย กลิ่นไม่พึงประสงค์ การอุดตันของระบบระบายน้ำ และปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่โดยรอบ การจัดการน้ำที่เหมาะสมควรครอบคลุมทั้งการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ การดูแลระบบระบายน้ำ และการจัดการน้ำเสียภายในตลาด โดยตลาดควรมีระบบระบายน้ำที่สามารถรองรับปริมาณน้ำได้เพียงพอ มีการทำความสะอาดรางระบายน้ำและจุดพักน้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันการอุดตันและลดการสะสมของสิ่งปฏิกูล รวมถึงควรมีการแยกเศษอาหาร ไขมัน หรือของเสียก่อนปล่อยลงสู่ระบบระบายน้ำ

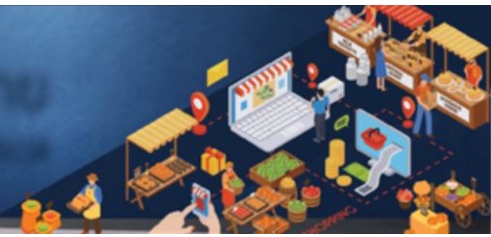
การใช้น้ำอย่างประหยัดและเหมาะสม เช่น การตรวจสอบจุดรั่วไหลของน้ำ การใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำ หรือการนำน้ำกลับมาใช้ประโยชน์ในบางกิจกรรม รวมถึงการสร้างความรู้และความเข้าใจแก่ผู้ค้า เกี่ยวกับการจัดการน้ำและการรักษาความสะอาดพื้นที่ใช้น้ำร่วมกัน การดำเนินการด้านการจัดการน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดปัญหาด้านสุขอนามัย และส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดให้มีความเป็นระเบียบ สะอาด และเหมาะสมต่อการใช้บริการของประชาชนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบจัดการน้ำครบถ้วน ครอบคลุมการระบายน้ำ การบำบัดน้ำเสีย การตัดแยกของเสีย และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมมีแนวปฏิบัติที่ช่วยลดการใช้น้ำหรือเพิ่มการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ สามารถแสดงผลลัพธ์หรือแนวโน้มการลดการใช้น้ำได้อย่างชัดเจน
4	มีการดำเนินงานด้านการจัดการน้ำอย่างต่อเนื่อง มีการตรวจสอบ บำรุงรักษา และปรับปรุงระบบระบายน้ำหรือระบบใช้น้ำเชิงรุกอย่างสม่ำเสมอ มีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน รวมถึงมีการติดตามปัญหาและแก้ไขเพื่อลดผลกระทบต่อสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม
3	มีมาตรการหรือแนวทางด้านความปลอดภัยทางอาหารที่ชัดเจน มีการตรวจสอบสุขอนามัยของพื้นที่จำหน่ายอาหาร ผู้ค้า หรือสินค้าอาหารอย่างสม่ำเสมอ พร้อมมีการให้ความรู้หรือประชาสัมพันธ์ด้านสุขอนามัยอาหารแก่ผู้ค้า
2	มีการดำเนินการด้านความปลอดภัยทางอาหารบางส่วน เช่น การดูแลความสะอาดพื้นที่จำหน่ายอาหาร หรือมีการประชาสัมพันธ์ด้านสุขอนามัยเป็นครั้งคราว แต่ยังไม่มีการติดตามหรือควบคุมอย่างต่อเนื่อง
1	ไม่มีมาตรการหรือแนวทางด้านความปลอดภัยทางอาหารที่ชัดเจน หรือไม่ปรากฏหลักฐานการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง

### ข้อควรปฏิบัติ:

ตลาดควรมีแนวทางการจัดการน้ำที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานภายในพื้นที่ โดยเฉพาะบริเวณที่มีการใช้น้ำจำนวนมาก เช่น พื้นที่จำหน่ายอาหารสด พื้นที่ล้างทำความสะอาด และจุดประกอบอาหาร ควรจัดให้มีระบบระบายน้ำที่สามารถรองรับปริมาณน้ำได้อย่างเพียงพอ มีการดูแลรางระบายน้ำ ท่อระบายน้ำ และจุดพักน้ำให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานอยู่เสมอ เพื่อลดปัญหาน้ำขัง การอุดตัน และกลิ่นไม่พึงประสงค์ รวมถึงควรมีการตัดแยกเศษอาหาร ไขมัน หรือสิ่งปฏิกูลก่อนปล่อยลงสู่ระบบระบายน้ำ เพื่อลดภาระของระบบบำบัดน้ำเสียและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยรอบ

นอกจากนี้ ตลาดควรส่งเสริมการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การตรวจสอบจุดรั่วไหลของระบบน้ำ การใช้อุปกรณ์ช่วยประหยัดน้ำ หรือการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำในกิจกรรมที่เหมาะสม พร้อมทั้งกำหนดแผนการตรวจสอบและบำรุงรักษาระบบจัดการน้ำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ระบบสามารถทำงานได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ การให้ความรู้แก่ผู้ค้าเกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างเหมาะสม การรักษาความสะอาดพื้นที่ใช้น้ำร่วมกัน และการป้องกันการปล่อยของเสียลงท่อระบายน้ำ จะช่วยสร้างความร่วมมือในการดูแลสุขอนามัยและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของตลาดในระยะยาว



และควรกำหนดให้มีการจัดทำระบบตรวจวัดและบันทึกปริมาณการใช้น้ำรายเดือนอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการติดตามแนวโน้มการใช้น้ำและประเมินประสิทธิภาพของมาตรการประหยัดน้ำภายในตลาด อีกทั้งควรกำหนดตัวชี้วัดด้านการลดการใช้น้ำ โดยเปรียบเทียบกับค่าฐานเดิม เพื่อให้สามารถประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ (Water Recycling) สำหรับกิจกรรมที่ไม่ต้องการคุณภาพน้ำระดับสูง เช่น การล้างพื้นหรือการทำความสะอาดพื้นที่ทั่วไป พร้อมทั้งจัดทำแนวทางควบคุมคุณภาพน้ำที่นำกลับมาใช้ซ้ำอย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรน้ำอย่างคุ้มค่า มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับหลักการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในภาพรวม

#### หลักฐานเชิงประจักษ์:

- สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้น้ำอย่างเหมาะสม และการป้องกันการปล่อยของเสียลงระบบระบายน้ำ
- บันทึกการตรวจสอบ ทำความสะอาด และบำรุงรักษาระบบระบายน้ำหรือท่อระบายน้ำทุก 3 เดือน
- รายงานผลการติดตามประเมินประสิทธิภาพระบบจัดการน้ำและระบบระบายน้ำภายในตลาด
- หลักฐานการติดตั้งอุปกรณ์ดักไขมัน ตะแกรงกรองเศษอาหาร หรือระบบคัดแยกของเสียก่อนปล่อยลงสู่ระบบระบายน้ำ
- รายงานผลการตรวจสอบปัญหาน้ำขัง การอุดตัน หรือกลิ่นไม่พึงประสงค์ พร้อมแนวทางแก้ไขและปรับปรุง

## การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)

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

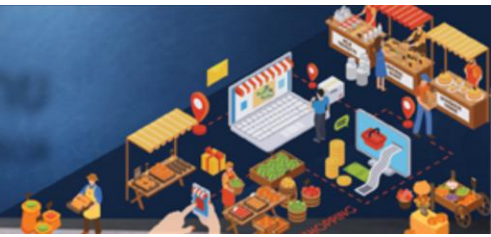
ในด้านสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นช่วยลดการใช้พลังงานและทรัพยากรที่เกิดจากการขนส่งสินค้าในระยะทางไกล ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และช่วยรักษาความสมดุลของระบบนิเวศในพื้นที่ นอกจากนี้ การส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นยังช่วยสนับสนุนการใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและกระบวนการผลิตที่ใส่ใจต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

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 จะช่วยให้



ผู้บริหารตลาดสามารถปรับปรุงนโยบายและวางแผนส่งเสริมได้อย่างเหมาะสม การบริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นไม่เพียงแต่สนับสนุนเศรษฐกิจในชุมชน แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ตลาดเป็นพื้นที่ที่สนับสนุนความยั่งยืนและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีการบริหารสัดส่วนสินค้าท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ สินค้าท้องถิ่นมากกว่า 60% พร้อมกิจกรรมส่งเสริมต่อเนื่อง มีการใช้ข้อมูลติดตามผลและพัฒนาช่องทางตลาดหรือนวัตกรรมประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน
4	สนับสนุนสินค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง สินค้าท้องถิ่นมากกว่า 50% มีการติดตามข้อมูลและจัดกิจกรรมส่งเสริมอย่างสม่ำเสมอ พร้อมแนวทางปรับปรุง
3	ตลาดมีการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง โดยมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายในตลาดมากกว่า 40-60% ของสินค้าทั้งหมด พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าในพื้นที่เป็นประจำ
2	ตลาดมีการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นในระดับปานกลาง โดยมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายในตลาด 30-60% และจัดกิจกรรมส่งเสริมเป็นครั้งคราว
1	ตลาดมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายน้อยกว่า 30% ของสินค้าทั้งหมด และไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

**ข้อควรปฏิบัติ:**

การบริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาดควรเริ่มต้นจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน เช่น การจัดสรรพื้นที่เฉพาะสำหรับสินค้าท้องถิ่น หรือกำหนดเป้าหมายให้สินค้าท้องถิ่นคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่เหมาะสมของสินค้าทั้งหมดในตลาด เช่น 50-60% ทั้งนี้ควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับกลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการในพื้นที่ เช่น เกษตรกร ช่างฝีมือ หรือกลุ่มผู้ผลิต OTOP เพื่อให้พวกเขาเชื่อมโยงทางการจำหน่ายสินค้าได้สะดวกและต่อเนื่อง ตลาดควรมีการตรวจสอบและติดตามสัดส่วนสินค้าท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ เช่น การเก็บข้อมูลจำนวนร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าท้องถิ่นและยอดขาย เพื่อประเมินผลและปรับปรุงนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

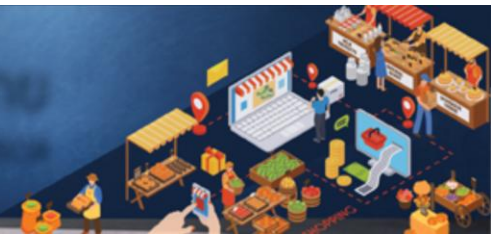
การสนับสนุนผู้ค้าท้องถิ่นด้วยการลดค่าธรรมเนียมพื้นที่ขาย หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริม เช่น นิทรรศการตลาดสินค้าท้องถิ่น หรือกิจกรรมทดลองชิมสินค้าในตลาด จะช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสร้างความภาคภูมิใจในสินค้าในชุมชน นอกจากนี้ ตลาดควรประชาสัมพันธ์สินค้าท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอผ่านป้ายประชาสัมพันธ์ในตลาดและสื่อออนไลน์ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าท้องถิ่น แต่ยังสนับสนุนความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชนและเสริมสร้างเอกลักษณ์ให้ตลาดเป็นที่รู้จักในวงกว้าง.

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- สื่อประชาสัมพันธ์สินค้าท้องถิ่นภายในตลาดและช่องทางออนไลน์
- ภาพถ่ายพื้นที่จำหน่ายสินค้าท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของชุมชนภายในตลาด
- บันทึกข้อมูลสัดส่วนสินค้าท้องถิ่นเมื่อเทียบกับสินค้าทั้งหมดภายในตลาด
- รายงานการจัดทำนโยบายส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นของตลาด พร้อมกำหนดเป้าหมายสัดส่วนสินค้าท้องถิ่นอย่างชัดเจน

## 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
5	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นอย่างครบถ้วน พร้อมรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย มีการประชาสัมพันธ์หรือการมีส่วนร่วม และสามารถแสดงผลลัพธ์ได้ เช่น ยอดขาย จำนวนผู้เข้าร่วม หรือการเติบโตของผู้ค้าท้องถิ่นได้
4	จัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ มีการประชาสัมพันธ์และติดตามผล พร้อมนำข้อมูลมาปรับปรุงกิจกรรมหรือพัฒนารูปแบบการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง
3	มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น เช่น ตลาดนัดเฉพาะสินค้าในพื้นที่ นิทรรศการ หรือการแสดง วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง
2	มีกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นเป็นครั้งคราว เช่น ปีละ 1-2 ครั้ง
1	ไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

**ข้อควรปฏิบัติ:**

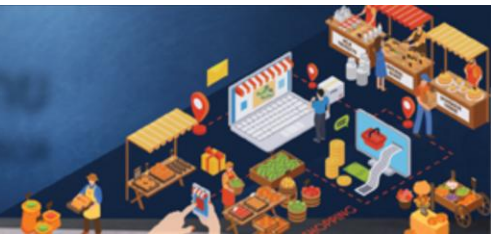
การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นควรเริ่มต้นจากการวางแผนที่สอดคล้องกับเป้าหมายของตลาดและความต้องการของชุมชน โดยการระบุรูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสม เช่น การจัดนิทรรศการสินค้า การสาธิตกระบวนการผลิต การจัดงานทดลองชิม การแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือการจัดตลาดนัดเฉพาะสินค้าท้องถิ่น กิจกรรมเหล่านี้ควรจัดในช่วงเวลาที่มีความเหมาะสม 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:**

- สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ หรือสื่อสังคมออนไลน์
- ปฏิทินกิจกรรมงานส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นประจำปี
- แบบสอบถามหรือผลสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและผู้ค้าในตลาด
- รายงานผลการติดตามและประเมินกิจกรรม เช่น จำนวนผู้เข้าร่วม ยอดขายสินค้า หรือผลตอบรับจากผู้บริโภค
- ภาพถ่ายพื้นที่จัดกิจกรรมที่สะท้อนการส่งเสริมอัตลักษณ์ วัฒนธรรม หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นภายในตลาด



### PP-03: ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและความสำคัญ

**ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก** เช่น องค์กรภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มหาวิทยาลัย องค์กรเอกชน และกลุ่ม องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น ความร่วมมือดังกล่าวช่วยให้ตลาดสามารถเข้าถึงทรัพยากร เช่น ความรู้ เทคโนโลยี และเงินทุน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา ระบบการบริหารจัดการตลาดและการสนับสนุนผู้ค้าท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น หน่วยงานภาครัฐอาจให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ การอบรม และการประชาสัมพันธ์ ขณะที่มหาวิทยาลัยอาจมีบทบาทในการวิจัยและพัฒนา เช่น การปรับปรุงกระบวนการผลิต สินค้า หรือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท้องถิ่น

นอกจากนี้ ความร่วมมือจากองค์กรเอกชนหรือ NGOs ยังสามารถช่วยสร้างเครือข่ายการตลาด การกระจายสินค้า และการ เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคในวงกว้าง การมีพันธมิตรที่แข็งแกร่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค และส่งเสริม ภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะแหล่งที่ใส่ใจทั้งเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมในชุมชน ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกยังช่วยลดภาระ ของผู้บริหารตลาด โดยการแบ่งปันความรับผิดชอบในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดกิจกรรม การสนับสนุนการผลิตที่ยั่งยืน และการพัฒนา คุณภาพชีวิตของชุมชนในภาพรวม

การสร้างความร่วมมือที่ดีไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มทรัพยากรและโอกาสให้กับตลาด แต่ยังเสริมสร้างความยั่งยืนและความเข้มแข็ง ของเศรษฐกิจและวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่น ซึ่งมีผลดีต่อการพัฒนาตลาดในระยะยาว

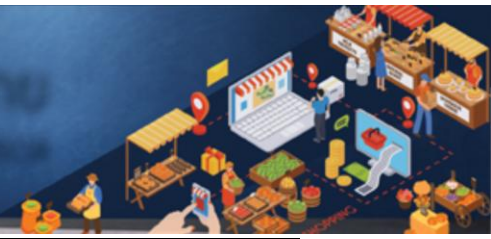
ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีความร่วมมือกับหลายหน่วยงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง พร้อมพัฒนาโครงการหรือรูปแบบความร่วมมือ ใหม่ ๆ มีการติดตามผลและแสดงผลลัพธ์หรือผลกระทบต่อชุมชนได้อย่างชัดเจน
4	มีการดำเนินความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกอย่างสม่ำเสมอ มีแผนงาน การติดตามผล และปรับปรุง แนวทางความร่วมมือ พร้อมหลักฐานครบถ้วน
3	ตลาดมีความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ เช่น องค์กรท้องถิ่นหรือกลุ่มเกษตรกร ในการส่งเสริมและจัด จำหน่ายสินค้าท้องถิ่น
2	มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในบางโครงการหรือกิจกรรม
1	ไม่มีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกในการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น

#### ข้อควรปฏิบัติ:

การสร้างความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกควรเริ่มต้นจากการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของตลาดว่าต้องการพัฒนาในด้านใด เช่น การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น การยกระดับระบบจัดการสิ่งแวดล้อม หรือการเพิ่มโอกาสทางการตลาด จากนั้นควรระบุ หน่วยงานที่มีศักยภาพในการให้ความช่วยเหลือ เช่น หน่วยงานภาครัฐที่สามารถสนับสนุนงบประมาณและการฝึกอบรม องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับชุมชน มหาวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญในงานวิจัยและพัฒนา หรือองค์กรเอกชนและ NGOs ที่สามารถนำเสนอเครือข่ายและทรัพยากรด้านต่าง ๆ การเริ่มต้นความร่วมมือควรเริ่มจากการเจรจาและสร้างความเข้าใจ ร่วมกันเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของตลาดและผลประโยชน์ที่จะได้รับร่วมกัน

ตลาดควรมีการจัดทำแผนความร่วมมือที่ชัดเจน เช่น ระบุบทบาทและหน้าที่ของแต่ละฝ่าย การกำหนดระยะเวลา และการ ติดตามผลลัพธ์ การสร้างความโปร่งใสในกระบวนการทำงาน เช่น การจัดประชุมเป็นระยะ หรือการรายงานความคืบหน้า จะ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในความร่วมมือ นอกจากนี้ ตลาดควรเปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกมีส่วนร่วมใน กิจกรรมที่สำคัญ เช่น การจัดนิทรรศการ การประชุมหารือ หรือการดำเนินโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

การประชาสัมพันธ์ความร่วมมือระหว่างตลาดกับหน่วยงานภายนอก เช่น การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์หรือสื่อมวลชน จะช่วยสร้างการยอมรับและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทั้งตลาดและหน่วยงานพันธมิตร การติดตามและประเมินผลความร่วมมือ เช่น การวิเคราะห์ผลกระทบต่อชุมชนหรือประสิทธิภาพของโครงการร่วม จะช่วยให้ความร่วมมือมีความต่อเนื่องและพัฒนาปรับปรุง



ได้อย่างเหมาะสม แนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยให้ตลาดสามารถดึงทรัพยากรจากหน่วยงานภายนอกมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างการพัฒนาที่ตอบโจทย์ทั้งชุมชนและพันธมิตรในระยะยาว

#### หลักฐานเชิงประจักษ์:

- ภาพถ่ายกิจกรรม การประชุม การอบรม หรือการลงพื้นที่ร่วมกัน
- แผนงานหรือบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ ระหว่างตลาดกับหน่วยงานภายนอก
- หลักฐานผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือ เช่น จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมจากโครงการที่ทำร่วมกัน
- แบบประเมินความพึงพอใจ ความคิดเห็นของผู้ค้าและชุมชนต่อโครงการความร่วมมือ

## การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure: SS)

การออกแบบพื้นที่และโครงสร้างในตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการใช้งาน ความปลอดภัย ความสะดวกสบาย และประสิทธิภาพในการดำเนินงานของตลาด โครงสร้างที่ดีช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค ทั้งในด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น การมีพื้นที่เดินสะดวก มีทางเดินที่กว้างพอสำหรับการสัญจร หรือการวางตำแหน่งร้านค้าที่เหมาะสมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจับจ่ายและลดความแออัด นอกจากนี้ การออกแบบที่คำนึงถึงการระบายอากาศ การจัดการแสงธรรมชาติ และระบบระบายน้ำ ยังช่วยปรับปรุงสุขอนามัยและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

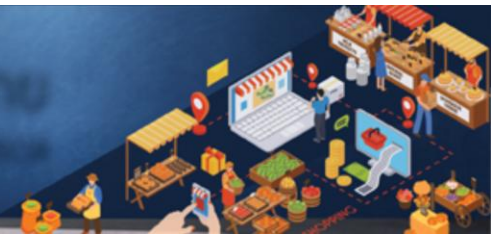
โครงสร้างตลาดที่ได้รับการออกแบบอย่างดีช่วยส่งเสริมความปลอดภัย เช่น การจัดทางหนีไฟ ระบบไฟฟ้าที่ได้มาตรฐาน และพื้นที่สำหรับอุปกรณ์ฉุกเฉิน เช่น ถังดับเพลิงและป้ายแสดงทางออกฉุกเฉิน การวางผังตลาดที่เหมาะสม เช่น การแยกพื้นที่ขายอาหารสดออกจากพื้นที่ขายสินค้าอื่น ๆ จะช่วยลดความเสี่ยงของการปนเปื้อนและเพิ่มความน่าเชื่อถือของตลาด

ในมิติของเศรษฐกิจและสังคม การออกแบบพื้นที่ที่ดีดึงดูดสายตาและใช้งานได้สะดวกยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้ตลาดกลายเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคในชุมชน การสร้างสภาพแวดล้อมที่สะดวกและปลอดภัยช่วยเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและส่งผลกระทบต่อขยายของผู้ค้าในตลาด การออกแบบพื้นที่และโครงสร้างที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ค้าและผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความสำเร็จและความยั่งยืนของตลาดในระยะยาว

### SS-01: การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจร

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

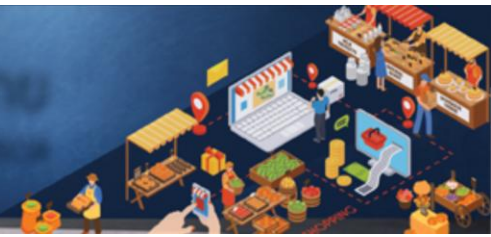
การจัดการพื้นที่ทางเดินที่ดีไม่เพียงเพิ่มความความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ แต่ยังช่วยลดโอกาสเกิดอุบัติเหตุ เช่น การลื่นล้ม หรือการชนกันในพื้นที่แคบ การออกแบบที่เชื่อมโยงทางเดินเข้ากับพื้นที่ส่วนต่าง ๆ ของตลาด เช่น จุดขายสินค้าหรือจุดบริการสาธารณะ จะช่วยให้ตลาดใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ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



ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีการจัดการพื้นที่ทางเดินที่ครอบคลุม ปลอดภัย และรองรับผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม มีระบบติดตามข้อมูลการใช้งาน สามารถแสดงผลด้านความปลอดภัยหรือความพึงพอใจได้อย่างชัดเจน
4	ดูแลพื้นที่ทางเดินและการสัญจรอย่างสม่ำเสมอ มีการตรวจสอบ ปรับปรุง และแก้ไข พร้อมหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
3	พื้นที่ทางเดินมีความกว้างเพียงพอ ไม่มีสิ่งกีดขวาง การสัญจรสะดวกและปลอดภัย รองรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่หลากหลาย เช่น ผู้พิการหรือผู้สูงอายุ พร้อมทั้งมีการจัดระเบียบร้านค้าอย่างชัดเจน
2	พื้นที่ทางเดินมีความกว้างในระดับปานกลาง มีสิ่งกีดขวางบางส่วน เช่น ร้านค้าตั้งล้ำออกมา แต่ยังคงสามารถสัญจรได้โดยไม่มีปัญหาใหญ่ และมีการจัดระเบียบร้านค้าในบางพื้นที่
1	พื้นที่ทางเดินมีความแคบ มีสิ่งกีดขวางมาก เช่น แผงลอยวางไม่เป็นระเบียบหรือขยะกีดขวาง ทำให้การสัญจรไม่สะดวกและเสี่ยงต่ออุบัติเหตุ
<p><b>ข้อควรปฏิบัติ:</b></p> <p>การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจรในตลาดควรเริ่มต้นด้วยการออกแบบพื้นที่ที่มีความกว้างเพียงพอสำหรับการสัญจรของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และครอบครัวที่มีเด็กเล็ก ทางเดินควรมีความกว้างขั้นต่ำที่รองรับการสัญจรได้อย่างราบรื่นและสามารถรองรับรถเข็นสินค้าได้โดยไม่เกิดความแออัด นอกจากนี้ ควรมีการจัดระเบียบร้านค้าและแผงลอยให้อยู่ในพื้นที่ที่กำหนดอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้ล้ำเข้ามาในพื้นที่ทางเดิน และควรกำหนดจุดวางสิ่งของหรือขยะเพื่อป้องกันการกีดขวางการสัญจร</p> <p>พื้นผิวของทางเดินควรได้รับการออกแบบให้ปลอดภัย เช่น ใช้วัสดุที่ไม่ลื่นและทนทานต่อการใช้งาน รวมถึงควรมีการซ่อมแซมพื้นที่ที่ชำรุดอย่างสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันอุบัติเหตุ การติดตั้งราวจับในบริเวณที่มีระดับพื้นที่ต่างกัน เช่น บันไดหรือทางลาด จะช่วยเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยให้กับผู้สูงอายุและผู้พิการ ทางเดินควรได้รับการทำความสะอาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาความสะอาดและความปลอดภัย</p> <p>การกำหนดจุดบริการที่เชื่อมโยงกับทางเดิน เช่น จุดพักผ่อน จุดทิ้งขยะ หรือป้ายแสดงเส้นทาง จะช่วยเพิ่มความสะดวกในการใช้งานของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรมีการตรวจสอบพื้นที่เป็นระยะและเก็บข้อมูลความคิดเห็นจากผู้บริการ เพื่อประเมินและปรับปรุงการจัดการพื้นที่ทางเดินให้เหมาะสมกับความต้องการ แนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย เป็นระเบียบ และน่าใช้งานในตลาด ส่งเสริมความพึงพอใจและสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช้บริการในระยะยาว</p> <p><b>หลักฐานเชิงประจักษ์:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ภาพถ่ายพื้นที่ทางเดิน จุดทางลาด ราวจับ และจุดบริการเพื่ออำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในตลาด</li> <li>• หลักฐานการติดตั้งป้ายบอกทาง ป้ายเตือน หรือจุดแสดงข้อมูลเส้นทางภายในตลาด</li> <li>• หลักฐานการจัดระเบียบร้านค้าและการแก้ไขปัญหาสิ่งกีดขวางทางเดิน</li> <li>• รายงานการซ่อมแซมพื้นผิวทางเดิน จุดชำรุด หรือพื้นที่เสี่ยงต่ออุบัติเหตุ</li> <li>• แบบตรวจประเมินความปลอดภัยด้านการสัญจรภายในตลาด</li> </ul>	

### 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
5	มีระบบระบายอากาศครอบคลุมทุกพื้นที่ ใช้เทคโนโลยีหรือระบบติดตามคุณภาพอากาศ เพื่อให้สามารถแสดงผลด้านการลดกลิ่น ความร้อน หรือความชื้นในเชิงปริมาณได้
4	มีการดูแลและปรับปรุงระบบระบายอากาศอย่างต่อเนื่อง ทั้งระบบธรรมชาติและระบบเชิงกล พร้อมตรวจสอบและแก้ไขปัญหา มีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
3	มีระบบระบายอากาศที่มีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ช่องลมธรรมชาติร่วมกับระบบระบายอากาศเชิงกล (พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศ) เพื่อให้มีการหมุนเวียนของอากาศที่เพียงพอในทุกพื้นที่ และไม่มีปัญหากลิ่นอับหรือความชื้นสะสม
2	มีระบบระบายอากาศในบางพื้นที่ เช่น การติดตั้งพัดลมหรือช่องระบายอากาศบางจุด แต่การระบายอากาศยังไม่ทั่วถึง หรือมีปัญหาเล็กน้อยเกี่ยวกับความอับชื้นหรือกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบางจุด
1	ไม่มีระบบระบายอากาศที่เหมาะสม พื้นที่ภายในตลาดขาดการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอ ส่งผลให้ความอับชื้นสูงและมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ในหลายจุด

**ข้อควรปฏิบัติ:**

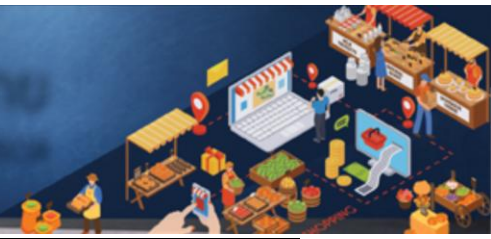
การออกแบบระบบระบายอากาศที่ดีควรคำนึงถึงการสร้างการหมุนเวียนอากาศที่เพียงพอและเหมาะสมกับลักษณะโครงสร้างของตลาด การใช้ช่องลมธรรมชาติ เช่น การวางช่องเปิดในตำแหน่งที่เหมาะสม การออกแบบหลังคาให้ยกสูงเพื่อระบายความร้อน หรือการใช้หน้าต่างบานเกล็ด สามารถช่วยเพิ่มการไหลเวียนของอากาศโดยไม่ต้องพึ่งพาพลังงาน นอกจากนี้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

การออกแบบควรคำนึงถึงความสะอาดและสุขอนามัย โดยเลือกใช้วัสดุที่ง่ายต่อการทำความสะอาดและไม่สะสมฝุ่น เช่น ตะแกรงหรือช่องระบายอากาศที่มีตัวกรองฝุ่น เพื่อป้องกันการสะสมของเชื้อราและแบคทีเรีย นอกจากนี้ ควรมีการบำรุงรักษาระบบระบายอากาศอย่างสม่ำเสมอ เช่น การล้างพัดลมหรือระบบกรองอากาศ เพื่อลดการสะสมของสิ่งสกปรก

การออกแบบระบบระบายอากาศที่ดีควรสอดคล้องกับลักษณะการใช้งานของตลาด เช่น พื้นที่ขายอาหารสดควรมีระบบระบายอากาศเฉพาะเพื่อลดกลิ่นและป้องกันการปนเปื้อน ขณะที่พื้นที่ขายของแห้งควรมุ่งเน้นการลดความร้อนสะสม การติดตั้งป้ายหรือคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้งานระบบระบายอากาศอย่างถูกต้องจะช่วยให้ทุกฝ่ายสามารถใช้งานได้เต็มที่ประสิทธิภาพ แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความสบายในการใช้งาน แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพอากาศ สุขอนามัย และความยั่งยืนของตลาดในระยะยาว

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- แบบแปลนหรือแผนผังระบบระบายอากาศภายในตลาด
- ภาพถ่ายการติดตั้งช่องลมธรรมชาติ พัดลมดูดอากาศ หรือระบบระบายอากาศในพื้นที่ต่าง ๆ
- รายงานการตรวจสอบคุณภาพอากาศ อุณหภูมิ หรือความชื้นภายในตลาด
- รายงานผลการปรับปรุงหรือพัฒนาระบบระบายอากาศเพื่อลดกลิ่น ความร้อน หรือความชื้นสะสมภายในตลาด



- บันทึกการตรวจสอบและบำรุงรักษาระบบระบายอากาศ เช่น การล้างพัดลม การเปลี่ยนแผ่นกรองอากาศ หรือการซ่อมบำรุงอุปกรณ์

### SS-03: การจัดการแสงสว่าง

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

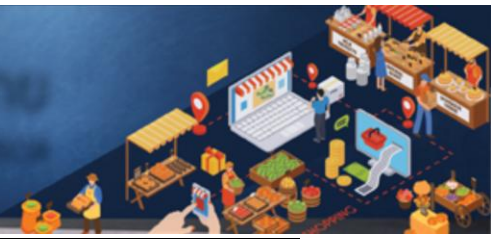
ในเชิงเศรษฐกิจ การจัดการแสงสว่างที่ดีช่วยส่งเสริมการค้าขาย เนื่องจากแสงสว่างที่เหมาะสมดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และสร้างความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า เช่น การใช้ไฟ LED ที่ประหยัดพลังงานและให้แสงที่เหมาะสมสำหรับการแสดงสินค้า ในขณะเดียวกัน การออกแบบระบบแสงสว่างที่คำนึงถึงการประหยัดพลังงานยังช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านไฟฟ้าและสนับสนุนความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม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

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบแสงสว่างครบถ้วน ครอบคลุมทุกพื้นที่ มีระบบควบคุมการประหยัดพลังงาน และสามารถแสดงผลการลดพลังงานหรือความปลอดภัยในเชิงปริมาณได้
4	มีการดูแล ตรวจสอบ และปรับปรุงระบบแสงสว่างอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านความเพียงพอ ความปลอดภัย และการประหยัดพลังงาน พร้อมหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
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:**

- บันทึกการตรวจสอบ ซ่อมบำรุง และเปลี่ยนอุปกรณ์แสงสว่างเป็นประจำ
- หลักฐานการติดตั้งระบบควบคุมแสงสว่าง
- รายงานการตรวจสอบความเพียงพอของแสงสว่างในแต่ละพื้นที่
- ภาพถ่ายการติดตั้งระบบแสงสว่างในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ทางเดิน จุดจำหน่ายสินค้า จุดบริการ
- รายงานผลการตรวจสอบความปลอดภัยของระบบไฟฟ้าและสายไฟภายในตลาด

**SS-04: ความปลอดภัยของโครงสร้าง**

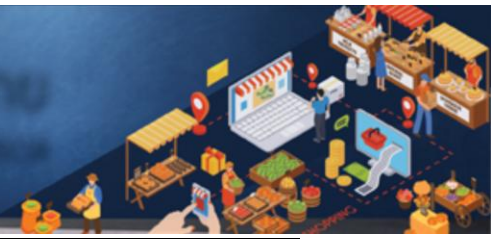
ความปลอดภัยของโครงสร้างเป็นพื้นฐานสำคัญที่กำหนดคุณภาพและความน่าเชื่อถือของตลาด การออกแบบและก่อสร้างโครงสร้างที่มั่นคงและปลอดภัยช่วยป้องกันความเสี่ยงต่อชีวิตและทรัพย์สินของผู้ค้าและผู้บริโภคที่ใช้บริการในตลาด โครงสร้างที่ดีช่วยลดโอกาสเกิดอุบัติเหตุ เช่น การทรุดตัวของพื้น การถล่มของหลังคา หรือการลื่นล้มที่เกิดจากการออกแบบพื้นที่ที่ไม่เหมาะสม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

ในเชิงสังคม ความปลอดภัยของโครงสร้างช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค ทำให้ตลาดเป็นพื้นที่ที่ผู้คนรู้สึกปลอดภัยและเต็มใจที่จะกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ในมิติทางเศรษฐกิจ โครงสร้างที่ปลอดภัยยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในระยะยาวจากการซ่อมแซมและลดความเสี่ยงของความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น ความปลอดภัยของโครงสร้างจึงไม่เพียงแต่เป็นข้อกำหนดพื้นฐานในด้านวิศวกรรม แต่ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อคุณภาพของตลาดในฐานะพื้นที่ชุมชนที่น่าเชื่อถือและยั่งยืน.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	โครงสร้างของตลาดมีการจัดการความปลอดภัยของโครงสร้างครบถ้วน มีระบบติดตามความเสี่ยง มีข้อมูลตรวจสอบและสามารถแสดงผลด้านความปลอดภัยหรือการลดอุบัติเหตุได้
4	โครงสร้างของตลาดมีการตรวจสอบ บำรุงรักษา และปรับปรุงโครงสร้างรวมถึงอุปกรณ์ความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง พร้อมแก้ไขจุดเสี่ยง และมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
3	โครงสร้างของตลาดมีความมั่นคง ปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานทางวิศวกรรม รวมถึงมีระบบตรวจสอบและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ พร้อมอุปกรณ์ความปลอดภัยครบถ้วน
2	โครงสร้างของตลาดมีความปลอดภัยในระดับปานกลาง โดยมีบางส่วนที่ต้องการการปรับปรุงหรือซ่อมแซม และไม่มีระบบบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน
1	โครงสร้างของตลาดมีสภาพไม่ปลอดภัย เช่น พื้นหรือหลังคาชำรุด ระบบความปลอดภัยไม่ครบถ้วน และไม่มี การตรวจสอบหรือซ่อมแซมตามความจำเป็น

**ข้อควรปฏิบัติ:**

การจัดการความปลอดภัยของโครงสร้างตลาดควรเริ่มต้นจากการออกแบบและก่อสร้างที่เป็นไปตามมาตรฐานทางวิศวกรรม โดยเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานของตลาด เช่น โครงสร้างหลังคาที่สามารถรองรับแรงลมได้ พื้นที่ที่มีการป้องกันการลื่น และระบบระบายน้ำที่มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันการสะสมของน้ำฝนและลดโอกาสเกิดความเสียหาย



การติดตั้งระบบป้องกันอัคคีภัย เช่น ถังดับเพลิง ป้ายทางหนีไฟ และระบบเตือนภัย เป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภค

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

นอกจากนี้ ตลาดควรมีการอบรมและให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้งานพื้นที่อย่างปลอดภัย เช่น การระวางการวางสิ่งของที่เกิดขวางทางเดินหรือการใช้งานอุปกรณ์ไฟฟ้าอย่างเหมาะสม การสื่อสารข้อมูลด้านความปลอดภัย เช่น การแสดงแผนที่ทางหนีไฟและจุดรวมพล จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยให้กับทุกคนในตลาด การปฏิบัติตามแนวทางเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดความเสี่ยงของอุบัติเหตุ แต่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่ใส่ใจคุณภาพชีวิตของผู้ค้าและผู้บริโภค

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

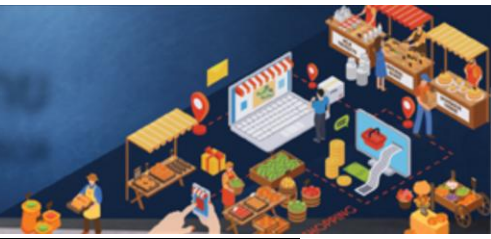
- หลักฐานการติดตามผลและปรับปรุงจุดชำรุดหรือจุดเสี่ยงอย่างต่อเนื่อง
- แผนและบันทึกการบำรุงรักษา ซ่อมแซม หรือปรับปรุงโครงสร้าง เช่น พื้น เสา หลังคา
- เอกสารรับรองมาตรฐานทางวิศวกรรมของอาคาร
- ภาพถ่ายสภาพโครงสร้างและจุดเสี่ยงก่อน-หลังการปรับปรุงแก้ไข
- แผนผังจุดรวมพล และป้ายสื่อสารด้านความปลอดภัยภายในตลาด

**SS-05: การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ**

การจัดสรรพื้นที่สาธารณะในตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างสมดุลระหว่างการใช้งานพื้นที่เพื่อการค้าและการสร้างสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่สำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค พื้นที่สาธารณะ เช่น ลานพักผ่อน ทางเดินส่วนกลาง หรือจุดรวมพล มีบทบาทในการเพิ่มความสะอาดสบาย ลดความแออัด และส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้งานตลาด การมีพื้นที่เหล่านี้ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถหยุดพัก คลายความเหนื่อยล้า หรือพบปะสังสรรค์กับผู้อื่น ซึ่งเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีและความพึงพอใจต่อการใช้บริการในตลาด

ในด้านการบริหารจัดการตลาด พื้นที่สาธารณะยังสามารถนำมาใช้จัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การจัดแสดงสินค้า การส่งเสริมวัฒนธรรม หรือกิจกรรมชุมชน ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจให้กับตลาด ในมิติของความยั่งยืน การจัดสรรพื้นที่สาธารณะอย่างเหมาะสมยังช่วยปรับปรุงสภาพแวดล้อม เช่น การเพิ่มพื้นที่สีเขียว ลดผลกระทบจากความร้อนสะสม และสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคน การจัดการพื้นที่สาธารณะจึงเป็นมากกว่าการเพิ่มพื้นที่ใช้งาน แต่ยังเป็นการสร้างตลาดที่เชื่อมโยงชุมชนและส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีการจัดสรรพื้นที่สาธารณะครบถ้วน รองรับการใช้งานหลากหลาย มีกิจกรรมที่เสริมสร้างการมีส่วนร่วม และสามารถแสดงผลด้านการใช้ประโยชน์ได้
4	มีการดูแลและพัฒนาพื้นที่สาธารณะอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านความสะอาด ความปลอดภัย และพื้นที่สีเขียว พร้อมปรับปรุงการใช้งาน และมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
3	มีพื้นที่สาธารณะครบถ้วนและเพียงพอ เช่น ลานพักผ่อน พื้นที่จัดกิจกรรม และพื้นที่สีเขียว พร้อมทั้งได้รับการดูแลรักษาและจัดสรรอย่างเป็นระเบียบ



2	มีพื้นที่สาธารณะบางส่วน เช่น ลานพักผ่อนหรือพื้นที่จัดกิจกรรม แต่ยังไม่ครบถ้วนหรือขาดการดูแลรักษาที่เหมาะสมในบางพื้นที่
1	ไม่มีการจัดสรรพื้นที่สาธารณะอย่างชัดเจน หรือพื้นที่สาธารณะมีน้อยมาก ไม่สามารถรองรับการใช้งานของผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

**ข้อควรปฏิบัติ:**

การจัดสรรพื้นที่สาธารณะในตลาดควรเริ่มต้นจากการวางแผนที่คำนึงถึงความต้องการของผู้ค้าและผู้บริโภค โดยกำหนดพื้นที่ที่ชัดเจนสำหรับการพักผ่อน การจัดกิจกรรมชุมชน และการเพิ่มพื้นที่สีเขียว เช่น ลานกลางแจ้งที่มีที่นั่งเพียงพอ พื้นที่สำหรับกิจกรรมพิเศษ เช่น นิทรรศการหรือการแสดงวัฒนธรรม และจัดรวมพลที่สะดวกและปลอดภัย พื้นที่สาธารณะควรได้รับการออกแบบให้เข้าถึงได้ง่าย มีการจัดทางเดินที่เชื่อมต่อกับพื้นที่สำคัญของตลาด และรองรับกลุ่มผู้ใช้งานที่หลากหลาย เช่น ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และครอบครัว

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

พื้นที่สาธารณะยังสามารถนำมาใช้เป็นจุดศูนย์กลางในการสร้างปฏิสัมพันธ์และความสามัคคีในชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม การประชุมกลุ่มผู้ค้า หรือการส่งเสริมโครงการที่เกี่ยวข้องกับชุมชน แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มคุณค่าและความน่าสนใจให้ตลาด แต่ยังสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมสุขภาพ ความร่วมมือ และความยั่งยืนในระยะยาว

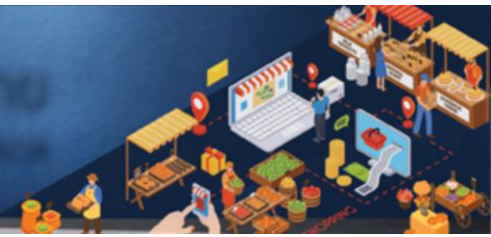
**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- ผังพื้นที่ตลาดที่แสดงการจัดสรรพื้นที่สาธารณะ เช่น ลานพักผ่อน พื้นที่กิจกรรม และพื้นที่สีเขียว
- หลักฐานการจัดกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะ เช่น กิจกรรมชุมชน หรือกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น
- บันทึกการซ่อมบำรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ม้านั่ง ระบบไฟส่องสว่าง และถังขยะ
- ภาพถ่ายแสดงการจัดพื้นที่สีเขียว การปลูกต้นไม้ หรือการปรับภูมิทัศน์
- บันทึกการดูแลรักษาและทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะอย่างสม่ำเสมอ

## SS-06: การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

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

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



ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบครบถ้วน รองรับการเดินทางหลายรูปแบบ มีการวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึง และสามารถแสดงผลด้านความสะดวกหรือจำนวนผู้ใช้บริการได้
4	ตลาดมีการพัฒนาและปรับปรุงการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านทางเข้า-ออก จุดจอดรถ และการเข้าถึงระบบขนส่ง พร้อมหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
3	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างชัดเจนและครบถ้วน เช่น ทางเข้า-ออกที่เชื่อมต่อกับถนนหลักหรือระบบขนส่งสาธารณะ มีจุดจอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย พร้อมทั้งมีป้ายบอกทางและข้อมูลที่ชัดเจนสำหรับผู้มาเยือน
2	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบในบางส่วน เช่น มีจุดจอดรถหรือการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะ แต่ยังไม่เพียงพอหรือมีบางจุดที่การเข้าถึงไม่สะดวก
1	ตลาดไม่มีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างเหมาะสม เช่น ทางเข้าที่ไม่ชัดเจน ไม่มีจุดจอดรถที่เพียงพอหรือไม่มีการเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะ

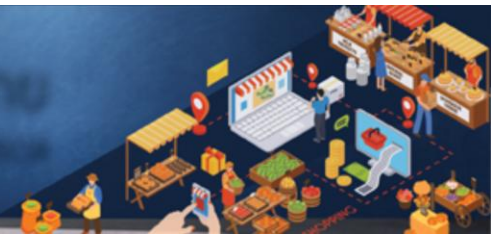
**ข้อควรปฏิบัติ:**  
การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างมีประสิทธิภาพควรเริ่มต้นจากการวางแผนที่คำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ โดยการกำหนดทางเข้า-ออกของตลาดให้ชัดเจนและเข้าถึงได้ง่ายจากถนนสายหลักหรือพื้นที่ที่สำคัญ เช่น สถานีขนส่งหรือสถานที่ท่องเที่ยว การจัดให้มีจุดจอดรถที่เพียงพอและปลอดภัยสำหรับรถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์ และรถจักรยาน รวมถึงการสร้างพื้นที่เฉพาะสำหรับรถขนส่งสินค้า จะช่วยลดปัญหาความแออัดและเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค การสนับสนุนการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ เช่น การมีจุดจอดรถประจำทางใกล้ตลาด หรือการสร้างทางเดินที่เชื่อมต่อกับสถานีขนส่งสาธารณะมาสู่ตลาด จะช่วยเพิ่มการเข้าถึงตลาดในกลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีพาหนะส่วนตัว การติดตั้งป้ายบอกทางหรือข้อมูลเกี่ยวกับตลาด เช่น แผนที่เส้นทางหรือเวลาทำการในจุดสำคัญของพื้นที่โดยรอบ จะช่วยเพิ่มการรับรู้และดึงดูดผู้ใช้บริการ ตลาดยังควรพิจารณาการออกแบบพื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่โดยรอบ เช่น การจัดสรรพื้นที่สีเขียวหรือการใช้วัสดุท้องถิ่นในการก่อสร้าง เพื่อสร้างความกลมกลืนและสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ เช่น องค์กรท้องถิ่นหรือผู้จัดการระบบขนส่งสาธารณะ จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการจัดการและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน การดำเนินแนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยให้ตลาดกลายเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบได้อย่างยั่งยืนและสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการในระยะยาว

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- ผังแสดงทางเข้า-ออกของตลาด และการเชื่อมต่อกับถนนสายหลักหรือระบบขนส่งสาธารณะ
- ภาพถ่ายจุดทางเข้า-ออก จุดจอดรถ และเส้นทางเชื่อมต่อบริเวณตลาด
- ป้ายบอกทางภายในและภายนอกตลาดสำหรับผู้ใช้บริการ
- หลักฐานการติดตั้งป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลตลาด เช่น เวลาเปิด-ปิด แผนที่ หรือเส้นทางเดินทาง
- รายงานการตรวจสอบและปรับปรุงสภาพทางเข้า-ออก ทางเดิน หรือพื้นที่จอดรถอย่างสม่ำเสมอ

## การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support of Community Economy: SCE)

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



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

### SCE-01: การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน

การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนถือเป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น การสนับสนุนให้คนในชุมชนมีอาชีพที่มั่นคงและรายได้ที่เพียงพอช่วยลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคมและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ ตลาดซึ่งเป็นศูนย์กลางของการค้าและการพบปะของผู้คนในชุมชน มีบทบาทสำคัญในการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การจ้างงานผู้ค้า พนักงานในตลาด และการสนับสนุนห่วงโซ่อุปทาน เช่น เกษตรกรหรือผู้ผลิตสินค้าท้องถิ่น

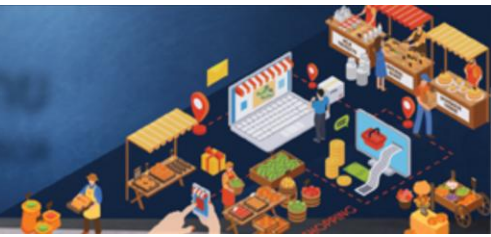
นอกจากนี้ การส่งเสริมอาชีพยังช่วยพัฒนาทักษะของคนในชุมชนผ่านการอบรมหรือกิจกรรมเพิ่มพูนความรู้ เช่น การสอนวิธีแปรรูปสินค้า การจัดการธุรกิจ หรือการพัฒนาสินค้าให้ตอบโจทย์ตลาดยุคใหม่ การมีอาชีพที่หลากหลายยังช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจและลดการพึ่งพาทรัพยากรจากภายนอก การจ้างงานในชุมชนจึงไม่เพียงแต่เพิ่มรายได้ แต่ยังส่งเสริมความสามัคคีและความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ.

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนอย่างครบถ้วน พร้อมพัฒนารูปแบบหรือโครงการใหม่ ๆ และสามารถแสดงผลด้านการจ้างงาน รายได้ หรือจำนวนผู้ได้รับประโยชน์ในเชิงปริมาณได้
4	ตลาดมีการส่งเสริมโครงการพัฒนาอาชีพและสนับสนุนการจ้างงานในชุมชนอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผลและปรับปรุงแนวทาง พร้อมหลักฐานการดำเนินงาน
3	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนอย่างเป็นระบบ เช่น มีโครงการอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ การสร้างงานใหม่ และการสนับสนุนการจ้างแรงงานท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง
2	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนบางส่วน เช่น มีการจัดกิจกรรมอบรมเป็นครั้งคราวหรือการจ้างแรงงานท้องถิ่นในบางตำแหน่ง แต่ยังขาดการดำเนินการที่ต่อเนื่อง
1	ตลาดไม่มีโครงการส่งเสริมอาชีพหรือการจ้างงานในชุมชนอย่างชัดเจน และส่วนใหญ่พึ่งพาแรงงานจากภายนอกโดยไม่มี การสนับสนุนคนในชุมชน

#### ข้อควรปฏิบัติ:

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

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



นอกจากนี้ ควรมีการติดตามและประเมินผลโครงการอย่างต่อเนื่อง เช่น การเก็บข้อมูลผู้ที่ได้รับการอบรมหรือการจ้างงาน รวมถึงการสำรวจผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นจากโครงการ เพื่อปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แนวปฏิบัติเหล่านี้จะช่วยสร้างความยั่งยืนในชุมชน เสริมสร้างศักยภาพของคนในพื้นที่ และเพิ่มโอกาสในการพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจในระยะยาว

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- หลักฐานการจับอบรมหรือพัฒนาทักษะอาชีพแก่คนในชุมชน เช่น กำหนดการ หรือรายชื่อผู้เข้าร่วม
- ภาพถ่ายกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ การสาธิต หรือการให้คำปรึกษาด้านอาชีพ
- สื่อประชาสัมพันธ์โครงการหรือกิจกรรมส่งเสริมอาชีพภายในตลาด
- หลักฐานการพัฒนาโครงการใหม่หรือการต่อยอดกิจกรรมเพื่อสร้างโอกาสทางอาชีพอย่างต่อเนื่อง
- รายงานสรุปผลการดำเนินโครงการด้านการพัฒนาอาชีพและการจ้างงาน

**SCE-02: การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน**

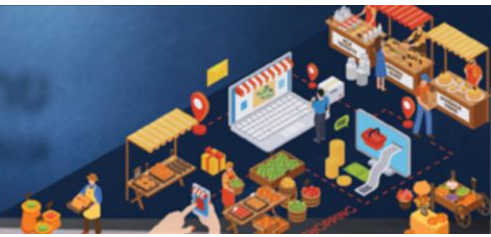
การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจหมุนเวียนเน้นการลดการใช้ทรัพยากรใหม่และการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรที่มีอยู่ผ่านกระบวนการรีไซเคิล การนำกลับมาใช้ซ้ำ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน การนำแนวคิดนี้มาใช้ในตลาดไม่เพียงแต่ช่วยลดปริมาณขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ ให้กับผู้ค้าและชุมชน เช่น การส่งเสริมการผลิตสินค้าจากวัสดุเหลือใช้ หรือการสนับสนุนให้ผู้บริโภคใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้

ในมิติของชุมชน การสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ค้า ผู้บริโภค และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่มีความใส่ใจในความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียนจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนครบต่อเนื่อง มีใช้ทรัพยากรหรือการลดของเสีย สามารถแสดงผลเชิงปริมาณ เช่น ปริมาณขยะที่ลดลงหรือการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างชัดเจน
4	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ ทั้งด้านรีไซเคิล การลดพลาสติก และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า พร้อมติดตามผลและปรับปรุง โดยมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
3	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง เช่น มีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ การนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนอย่างกว้างขวาง
2	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนบางส่วน เช่น การรีไซเคิลหรือการรณรงค์ลดการใช้พลาสติก แต่ยังขาดการบูรณาการในทุกพื้นที่หรือการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง
1	ตลาดไม่มีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างชัดเจน หรือมีการดำเนินการในระดับต่ำ เช่น ไม่มีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพหรือไม่มีการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน

**ข้อควรปฏิบัติ:**

การสนับสนุนโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนในตลาดควรเริ่มต้นจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนและครอบคลุมทุกมิติของการจัดการทรัพยากร โดยการออกแบบระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ เช่น การติดตั้งจุดรับขยะรีไซเคิล การแยกประเภทขยะอย่างชัดเจน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในการจัดการวัสดุเหลือใช้ ตลาดควรส่งเสริม



ให้ผู้ค้าและผู้บริโภคมีส่วนร่วมในโครงการ เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ การลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว และการผลิตสินค้าจากวัสดุเหลือใช้

การรณรงค์สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียนควรทำอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดกิจกรรมอบรมหรือเวิร์กช็อปเกี่ยวกับการจัดการขยะ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือใช้ หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และป้ายในตลาด นอกจากนี้ ตลาดควรสนับสนุนการจัดหาวัสดุและอุปกรณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในราคาที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นให้ผู้ค้ามีทางเลือกในการปฏิบัติตามแนวทางเศรษฐกิจหมุนเวียน

การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เช่น การเก็บข้อมูลปริมาณขยะที่ลดลง การวิเคราะห์ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ จะช่วยให้ตลาดสามารถปรับปรุงและพัฒนาโครงการให้เหมาะสมและตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน การสนับสนุนโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีแนวปฏิบัติชัดเจนและต่อเนื่องไม่เพียงแต่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ยังเพิ่มมูลค่าให้กับตลาดในฐานะพื้นที่ที่ส่งเสริมความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

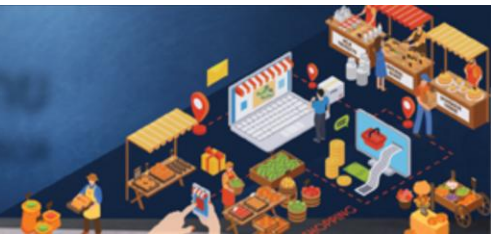
- มีการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจหมุนเวียน
- มีการรณรงค์ลดการใช้พลาสติกและส่งเสริมการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- มีการจัดจุดคัดแยกขยะและจัดรวบรวมวัสดุรีไซเคิลในพื้นที่ตลาดอย่างชัดเจน
- รายงานผลการรวบรวมข้อมูลที่ดำเนินกิจกรรมด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นระยะ

**SCE-03: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน**

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

นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนยังช่วยเพิ่มความเข้มแข็งของชุมชนผ่านการสนับสนุนกิจกรรมร่วมกัน เช่น การจัดงานเทศกาล การแสดงศิลปวัฒนธรรม หรือการจัดนิทรรศการสินค้า ซึ่งช่วยสร้างความสามัคคีและความภาคภูมิใจในชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชนที่ยั่งยืนมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนจึงไม่เพียงแต่สร้างรายได้ แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีระบบประเมินผลครบวงจร ใช้ข้อมูลเชิงลึกในการวิเคราะห์ มีการเชื่อมโยงอัตลักษณ์และกิจกรรมท้องถิ่น พร้อมแสดงผลด้านรายได้ นักท่องเที่ยว หรือการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นได้อย่างชัดเจน
4	มีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำผลประเมินไปปรับปรุงกิจกรรมหรือแนวทางส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเปิดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสะท้อนความคิดเห็น
3	มีการติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ พร้อมจัดเก็บข้อมูลสำคัญ เช่น รายได้ผู้ค้า จำนวนผู้ให้บริการ หรือปริมาณการซื้อขาย และมีหลักฐานครบถ้วน
2	มีการเก็บข้อมูลหรือรับฟังความคิดเห็นเป็นบางครั้ง แต่ดำเนินการไม่สม่ำเสมอ หลักฐานไม่ครบ และไม่มีแนวทางประเมินที่ชัดเจน
1	ไม่มีการติดตามหรือประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน หรือไม่มีหลักฐานยืนยันการดำเนินงาน



**ข้อควรปฏิบัติ:**

ควรกำหนดแนวทางการติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชนอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการบริหารจัดการและพัฒนาตลาดให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ โดยควรมีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เช่น จำนวนผู้เข้าใช้บริการ รายได้ของผู้ค้า ปริมาณการซื้อขายสินค้า การจ้างงานในพื้นที่ และการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับชุมชนโดยรอบ เพื่อสะท้อนบทบาทของตลาดต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ ควรเปิดโอกาสให้ผู้ค้า ผู้ผลิตในชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการสะท้อนความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ผ่านการประชุม การสัมภาษณ์ หรือแบบสำรวจ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และใช้ประกอบการวางแผนพัฒนากิจกรรมหรือโครงการที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนได้อย่างเหมาะสม

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- การประชาสัมพันธ์ตลาดผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวหรือสื่อออนไลน์เพื่อดึงดูดผู้บริโภค
- หลักฐานการจัดพื้นที่หรือจุดแสดงสินค้าท้องถิ่นเพื่อสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวภายในตลาด
- มีการเชื่อมโยงกิจกรรมตลาดกับเทศกาล ประเพณี หรือกิจกรรมสำคัญของชุมชน
- รายงานสรุปผลการดำเนินกิจกรรมและการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน

**SCE-04: การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน**

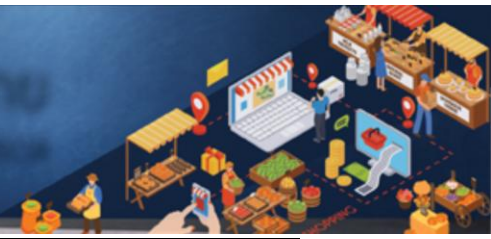
การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชนเป็นแนวทางสำคัญในการประเมินบทบาทของตลาดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ โดยตลาดไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ซื้อขายสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้ กระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ และสนับสนุนผู้ค้า ผู้ผลิต และชุมชนโดยรอบ การติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจจะช่วยให้ตลาดสามารถวิเคราะห์ผลลัพธ์ของการดำเนินงาน และนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาและวางแผนการบริหารจัดการได้อย่างเหมาะสม

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ค้า ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสะท้อนข้อมูลหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น รวมถึงสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนากิจกรรม โครงการ หรือแนวทางสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่มากยิ่งขึ้น

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	ตลาดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างครบวงจร พร้อมพัฒนารูปแบบกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างความโดดเด่น เช่น การมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รายได้มากขึ้น หรือการมีส่วนร่วมของชุมชน
4	ตลาดดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมหรือช่องทางประชาสัมพันธ์ พร้อมหลักฐานการดำเนินงานและการติดตามผลครบถ้วน
3	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างชัดเจน เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การนำเสนอสินค้าและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง
2	ตลาดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนบางส่วน เช่น การจัดกิจกรรมหรือการประชาสัมพันธ์เป็นครั้งคราว แต่ยังขาดความต่อเนื่องหรือการบูรณาการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
1	ตลาดไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างชัดเจน หรือไม่มีการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

**ข้อควรปฏิบัติ:**

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนควรเริ่มต้นจากการวางแผนที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์และศักยภาพของพื้นที่ โดยตลาดสามารถเป็นจุดศูนย์กลางในการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม และทรัพยากรท้องถิ่น เช่น การจัดแสดงศิลปวัฒนธรรม การแสดงดนตรีพื้นบ้าน หรือการจัดงานเทศกาลที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตของชุมชน การพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบสนองต่อ



ความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม อาหารพื้นบ้าน และแพ็คเกจท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับตลาดและพื้นที่ใกล้เคียง จะช่วยเพิ่มความดึงดูดใจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว

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

การติดตามและประเมินผลการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การเก็บสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการค้าขาย และผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในชุมชน จะช่วยให้ตลาดสามารถปรับปรุงกิจกรรมและการบริหารจัดการให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนที่มุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนอย่างแท้จริงจะช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนและความสามัคคีในพื้นที่ พร้อมทั้งสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวในระยะยาว

#### หลักฐานเชิงประจักษ์:

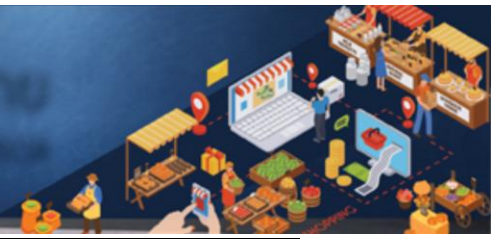
- หลักฐานการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว
- มีการจัดเก็บข้อมูลความคิดเห็นหรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้ค้า และชุมชน เพื่อนำมาปรับปรุงกิจกรรมและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- หลักฐานการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว

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

## การใช้พลังงานหมุนเวียน ENG

**การใช้พลังงานหมุนเวียน**ในการจัดการตลาดเป็นแนวทางสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความยั่งยืนในระยะยาว พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม หรือพลังงานชีวมวล ช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากแหล่งฟอสซิลซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในตลาด เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์สำหรับระบบไฟฟ้าส่องสว่าง การใช้พลังงานชีวมวลจากวัสดุเหลือใช้ในชุมชน หรือการติดตั้งระบบเก็บพลังงานลม จะช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ การส่งเสริมพลังงานหมุนเวียนยังเป็นการสร้างความตระหนักรู้ให้กับผู้ค้าและผู้บริโภคในเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและรับผิดชอบต่อ การปรับตัวเข้าสู่ระบบพลังงานหมุนเวียนในตลาดจึงไม่เพียงแต่ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาว



ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	ตลาดมีการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างครบวงจร พร้อมประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้านพลังงาน มีการติดตามผล และสามารถแสดงผลเชิงปริมาณได้ เช่น การลดค่าใช้จ่ายพลังงาน
4	ตลาดมีการใช้และพัฒนาาระบบพลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผล บำรุงรักษา และปรับปรุงประสิทธิภาพ พร้อมหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
3	ตลาดมีการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในพื้นที่หลัก ระบบพลังงานชีวมวล หรือการใช้พลังงานลมร่วมกับระบบไฟฟ้าหลัก
2	ตลาดมีการใช้พลังงานหมุนเวียนในบางส่วน เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เฉพาะในพื้นที่ร่อง หรือการทดลองใช้พลังงานหมุนเวียนในระดับจำกัด แต่ยังขาดการขยายผลอย่างต่อเนื่อง
1	ตลาดไม่มีการใช้พลังงานหมุนเวียน หรือมีการดำเนินการเพียงเล็กน้อยโดยไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้พลังงานฟอสซิลอย่างชัดเจน

#### ข้อควรปฏิบัติ:

การใช้พลังงานหมุนเวียนในตลาดควรเริ่มต้นจากการวางแผนและออกแบบระบบที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งานและพื้นที่ของตลาด เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในพื้นที่ที่ได้รับแสงแดดเพียงพอ การใช้พลังงานชีวมวลจากวัสดุเหลือใช้ในตลาดหรือชุมชน หรือการพิจารณาใช้ระบบพลังงานลมในพื้นที่ที่มีลมแรง การเลือกใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับงบประมาณจะช่วยให้การนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้เป็นไปอย่างคุ้มค่า

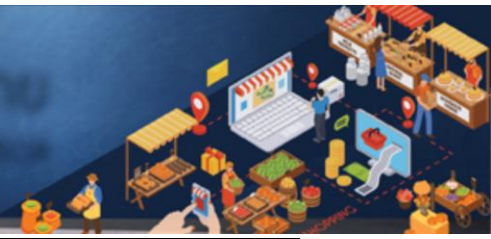
ตลาดควรมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเข้าใจในประโยชน์ของพลังงานหมุนเวียนให้แก่ผู้ค้าและผู้บริโภค เช่น การจัดนิทรรศการ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ควรมีการติดตามและประเมินผลการใช้พลังงานหมุนเวียน เช่น การเก็บข้อมูลการลดการใช้พลังงานจากแหล่งฟอสซิล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

ตลาดยังสามารถสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านพลังงาน เช่น องค์กรพลังงานท้องถิ่นหรือบริษัทที่พัฒนาเทคโนโลยีพลังงานหมุนเวียน เพื่อให้ได้รับคำแนะนำและการสนับสนุนที่เหมาะสม การบำรุงรักษาระบบพลังงานหมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ เช่น การทำความสะอาดแผงโซลาร์เซลล์ การตรวจสอบระบบชีวมวล จะช่วยยืดอายุการใช้งานของระบบและรักษาประสิทธิภาพการผลิตพลังงาน

แนวปฏิบัติเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดการพึ่งพาพลังงานฟอสซิล แต่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่ที่มุ่งมั่นต่อความยั่งยืนและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

นอกจากนี้ เพื่อยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการพลังงานอย่างเป็นระบบ ตลาดควรกำหนดเป้าหมายในปี 2569 ให้มีการจัดทำ การตรวจวิเคราะห์การใช้พลังงาน (Energy Audit) ครอบคลุมพื้นที่ใช้งานหลักของตลาด เพื่อประเมินรูปแบบการใช้พลังงาน ระบุจุดสูญเสีย และวิเคราะห์แนวทางลดการใช้พลังงานที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ควรถูกนำมาใช้ประกอบการจัดทำแผนอนุรักษ์พลังงานและแผนลงทุนด้านพลังงานหมุนเวียนในระยะยาวอย่างเป็นรูปธรรม

ขณะเดียวกัน ตลาดควรจัดทำแผนติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Cell) อย่างน้อย 1 ระบบภายในระยะเวลา 3 ปี โดยพิจารณาความเหมาะสมด้านพื้นที่ ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ และศักยภาพในการลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานของตลาด อาทิ การติดตั้งบนหลังคาอาคาร พื้นที่จอดรถ หรือพื้นที่ส่วนกลางที่ได้รับแสงแดดอย่างเพียงพอ ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพาพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล และเพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดภายในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง



**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- มีแผนอนุรักษ์พลังงานหรือรายงาน Energy Audit เพื่อใช้พัฒนาระบบพลังงานในระยะยาว
- หลักฐานการบำรุงรักษาระบบพลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง เช่น บันทึกการตรวจสอบอุปกรณ์
- มีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับพลังงานหมุนเวียนและการอนุรักษ์พลังงานแก่ผู้ค้าและผู้ให้บริการในตลาด
- ภาพถ่ายหรือวิดีโอของระบบพลังงานหมุนเวียนที่ใช้งานในตลาด
- เอกสารหรือรายงานการวางแผนและขยายระบบพลังงานหมุนเวียนในตลาด

**การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล TDG-01**

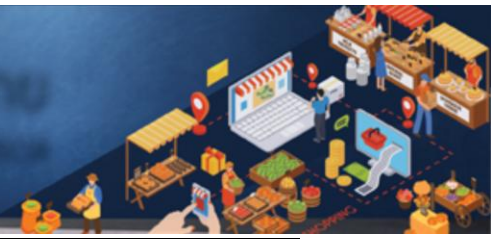
การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการจัดการตลาดเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการดำเนินงานของตลาดให้สอดคล้องกับยุคสมัย เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบการจัดการข้อมูล (Data Management Systems) แอปพลิเคชันสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค หรือการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการซื้อขายสินค้า ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น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

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ยังช่วยลดความซับซ้อนของการบริหารจัดการ เช่น การติดตามสต็อกสินค้า การจองพื้นที่ขาย หรือการเก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์และวางแผน การใช้เทคโนโลยี เช่น การชำระเงินแบบดิจิทัล หรือระบบติดตามสินค้าจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภค ยังช่วยสร้างความโปร่งใสและเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ การผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการจัดการตลาดจึงไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความสะดวก แต่ยังสร้างโอกาสใหม่ ๆ ในการพัฒนาตลาดให้ทันสมัยและมีความยั่งยืนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	ตลาดมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างครบวงจร มีระบบเชื่อมโยงข้อมูลที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ วิเคราะห์ วางแผนและสามารถแสดงผลได้ เช่น จำนวนผู้ใช้งาน ยอดธุรกรรม หรือระดับความพึงพอใจ
4	ตลาดมีการใช้และพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการจัดการข้อมูล การชำระเงิน และการประชาสัมพันธ์ พร้อมติดตามผลและปรับปรุงระบบ โดยมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน
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 การฝึกอบรมผู้ค้าและเจ้าหน้าที่ให้เข้าใจ



และใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดการข้อมูล การชำระเงินดิจิทัล หรือการสร้างเนื้อหาสำหรับการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จะช่วยให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมและปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีได้ดีขึ้น

นอกจากนี้ การติดตามและประเมินผลการใช้เทคโนโลยี เช่น การเก็บข้อมูลจำนวนผู้ใช้งาน ความพึงพอใจ และประสิทธิภาพของระบบ จะช่วยให้ตลาดสามารถปรับปรุงและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีได้อย่างต่อเนื่อง การออกแบบระบบที่เข้าถึงได้ง่ายและครอบคลุมผู้ใช้งานทุกกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุหรือผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี พร้อมการสนับสนุนให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม จะช่วยให้ตลาดสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างยั่งยืนและเกิดประโยชน์สูงสุด

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

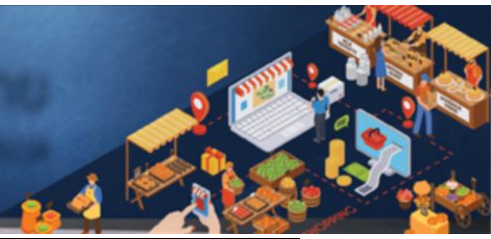
- หลักฐานการรับชำระเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์
- รายงานหรือเอกสารเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบจัดการข้อมูล การชำระเงินดิจิทัล หรือแอปพลิเคชันของตลาด
- มีมาตรการด้านความปลอดภัยข้อมูลและการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลในการใช้งานระบบดิจิทัล
- ภาพหน้าจอหรือลิงก์ไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ของตลาด เช่น เว็บไซต์หรือเพจโซเชียลมีเดีย
- บันทึกหรือข้อมูลสถิติการใช้งานเทคโนโลยี เช่น จำนวนผู้ใช้แอปพลิเคชันหรือผู้ใช้บริการชำระเงินดิจิทัล

**ระบบติดตามสินค้า TDG-02**

ระบบติดตามสินค้าการนำระบบติดตามสินค้ามาใช้กับสินค้าเกษตรท้องถิ่น ถือเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับมาตรฐานการบริหารจัดการของตลาดและสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค โดยระบบดังกล่าวช่วยให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของสินค้าได้อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่แหล่งผลิต กระบวนการขนส่ง ไปจนถึงจุดจำหน่ายภายในตลาด ผ่านการสแกน QR Code หรือระบบดิจิทัลที่เชื่อมโยงข้อมูลสินค้าแบบเรียลไทม์ ระบบนี้จะช่วยให้องค์การตลาดสามารถบริหารจัดการข้อมูลสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มความโปร่งใสในการจำหน่ายสินค้าเกษตร และลดความเสี่ยงด้านคุณภาพหรือความปลอดภัยของสินค้า หากเกิดปัญหาสินค้าไม่ได้มาตรฐาน จะสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาและดำเนินการแก้ไขได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ นอกจากนี้ ยังช่วยสนับสนุนการคัดเลือกและส่งเสริมผู้ผลิตที่มีคุณภาพ รวมถึงใช้ข้อมูลประกอบการวางแผนพัฒนาสินค้าและบริหารพื้นที่ตลาดได้อย่างเหมาะสม

ระบบยังสามารถนำไปต่อยอดด้านการตลาดและการท่องเที่ยวชุมชนได้ เช่น การเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าเข้ากับเรื่องราวของชุมชน แหล่งผลิต หรืออัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้ให้เกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่ ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้ในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีการใช้ระบบติดตามสินค้าอย่างครบวงจร พร้อมเชื่อมโยงข้อมูลแบบดิจิทัลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ซึ่งเสริมสร้างความปลอดภัย หรือมูลค่าทางเศรษฐกิจ
4	มีการติดตาม ตรวจสอบ และปรับปรุงระบบอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งส่งเสริมให้ผู้ค้ามีส่วนร่วมในการใช้งานระบบอย่างเป็นรูปธรรม
3	มีการใช้ระบบติดตามสินค้าอย่างต่อเนื่อง สามารถตรวจสอบข้อมูลแหล่งผลิตหรือการจำหน่ายได้ พร้อมมีหลักฐานประกอบ เช่น QR Code ฐานข้อมูล หรือเอกสารการอบรม
2	มีการใช้ระบบติดตามสินค้าในบางส่วน แต่ดำเนินการไม่สม่ำเสมอ ข้อมูลไม่ครบถ้วน และยังไม่มีการจัดการข้อมูลที่ชัดเจน
1	ไม่มีการใช้ระบบติดตามสินค้า หรือไม่มีหลักฐานแสดงการตรวจสอบย้อนกลับข้อมูลสินค้า



#### ข้อควรปฏิบัติ:

ควรกำหนดแนวทางการใช้ระบบติดตามสินค้า สำหรับสินค้าเกษตรท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถตรวจสอบย้อนกลับแหล่งที่มาของสินค้าได้ตั้งแต่กระบวนการผลิต การขนส่ง จนถึงจุดจำหน่ายภายในตลาด โดยควรนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น QR Code หรือฐานข้อมูลออนไลน์ มาใช้เชื่อมโยงข้อมูลสินค้าให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว

องค์การตลาดควรส่งเสริมให้ผู้ค้าและเกษตรกรมีส่วนร่วมในการใช้งานระบบ พร้อมจัดอบรมหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบันทึกและบริหารข้อมูลสินค้าอย่างเหมาะสม รวมถึงมีการติดตาม ตรวจสอบ และปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถใช้งานได้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับการใช้งานจริง

นอกจากนี้ ควรกำหนดมาตรฐานการจัดเก็บข้อมูลสินค้าให้มีความถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นปัจจุบัน เช่น ข้อมูลแหล่งผลิต ชื่อผู้ผลิต วันเก็บเกี่ยว วิธีการผลิต หรือข้อมูลการรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้าเกษตร

#### หลักฐานเชิงประจักษ์:

- มีรายงานการติดตาม ตรวจสอบ และปรับปรุงระบบ รวมถึงหลักฐานการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาระบบให้สอดคล้องกับการใช้งานจริง
- มีข้อมูลหรือสถิติการใช้งานระบบ เช่น จำนวนผู้ค้าที่ยืนยันตัวตนในระบบ จำนวนสินค้าที่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้
- มีหลักฐานการใช้ระบบติดตามสินค้า เช่น QR Code ฐานข้อมูลออนไลน์ หรือเอกสารแสดงข้อมูลแหล่งผลิตและการจำหน่ายสินค้า สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้จริง
- มีการเชื่อมโยงข้อมูลสินค้ากับช่องทางประชาสัมพันธ์หรือแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเพิ่มความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

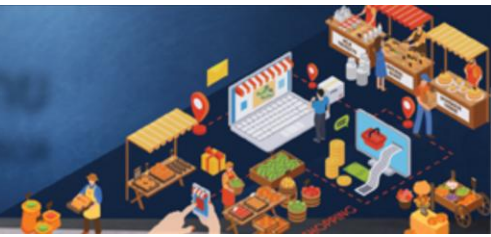
## ประสบการณ์ผู้ใช้บริการ (Customer and Community Satisfaction: CS)

ประสบการณ์ผู้ใช้บริการมีความสำคัญต่อองค์การตลาดในฐานะกลไกสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และความผูกพันระหว่างตลาด ผู้ค้า ผู้บริโภค และชุมชนโดยรอบ โดยการบริหารจัดการที่คำนึงถึงประสบการณ์ของผู้ใช้บริการจะช่วยให้ตลาดสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ทั้งในด้านความสะดวก ความปลอดภัย ความสะอาด และคุณภาพการให้บริการ ส่งผลให้ตลาดมีภาพลักษณ์ที่ดี

นอกจากนี้ องค์การตลาดสามารถนำแนวทางดังกล่าวมาปรับใช้ผ่านการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริการอย่างสม่ำเสมอ การจัดช่องทางรับข้อเสนอแนะและข้อร้องเรียน การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยอำนวยความสะดวก เช่น ระบบประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ระบบชำระเงินดิจิทัล หรือระบบข้อมูลตลาดแบบเรียลไทม์ รวมถึงการปรับปรุงพื้นที่บริการให้สะอาด ปลอดภัย และเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เพื่อนำไปสู่การวางแผนพัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง

### CS-01: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสำคัญต่อองค์การตลาดในฐานะตัวชี้วัดคุณภาพการบริหารจัดการและประสิทธิภาพการให้บริการของตลาด โดยสะท้อนถึงระดับความเชื่อมั่น ความสะดวกสบาย และประสบการณ์ของผู้บริโภค ผู้ค้า และประชาชนที่เข้ามาใช้บริการ หากสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม จะเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพิ่มความน่าเชื่อถือ และส่งเสริมให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง



นอกจากนี้ การนำผลการประเมินความพึงพอใจมาใช้ในการวางแผนพัฒนาตลาด จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการ การจัดสรรทรัพยากร และการยกระดับมาตรฐานบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดข้อร้องเรียน เพิ่มความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา และสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการใช้บริการของประชาชนทุกกลุ่ม

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	ตลาดมีระบบสำรวจความพึงพอใจที่ครบถ้วนและต่อเนื่อง โดยใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีดิจิทัลในการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก มีการสำรวจอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.5/5 พร้อมนำผลประเมินไปพัฒนาบริการเชิงรุก
4	ตลาดดำเนินการสำรวจความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอไม่น้อยกว่าปีละ 2 ครั้ง มีหลักฐานและวิธีการเก็บข้อมูลครบถ้วน คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.5/5 อีกทั้งมีการวิเคราะห์ผลและปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
3	ตลาดมีการสำรวจความพึงพอใจตามรอบที่กำหนด พร้อมจัดทำรายงานผล วิธีการเก็บข้อมูล และสรุปข้อเสนอแนะอย่างครบถ้วน
2	ตลาดมีการสำรวจความพึงพอใจเป็นครั้งคราว หรือดำเนินการไม่สม่ำเสมอ แม้มีข้อมูลหรือรายงานบางส่วน แต่หลักฐานยังไม่ครบถ้วน และยังไม่มีความชัดเจน
1	ตลาดไม่มีการสำรวจความพึงพอใจอย่างชัดเจน หรือไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สามารถยืนยันการดำเนินงานและผลการประเมินได้

**ข้อควรปฏิบัติ:**

การตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการควรดำเนินการอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสะท้อนคุณภาพการให้บริการ และประสิทธิภาพการบริหารจัดการของตลาด โดยองค์การตลาดควรกำหนดแนวทางการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างชัดเจน ครอบคลุมทั้งด้านความสะอาด ความปลอดภัย การจัดระเบียบพื้นที่ คุณภาพสินค้า สิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการของเจ้าหน้าที่ เพื่อให้สามารถประเมินประสบการณ์และความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรอบด้าน ตลาดควรมีการสำรวจความพึงพอใจอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง โดยกำหนดเป้าหมายคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจไม่ต่ำกว่า 3.5 จาก 5 คะแนน พร้อมจัดเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการ ผู้ค้า และประชาชนในพื้นที่ผ่านช่องทางที่เหมาะสม เช่น แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ หรือระบบออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

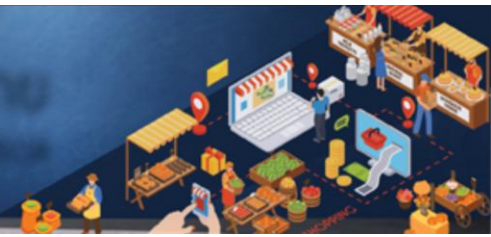
นอกจากนี้ องค์การตลาดควรนำผลการสำรวจมาวิเคราะห์และจัดทำแผนปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง หลักฐานประกอบการดำเนินงานควรประกอบด้วย รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ วิธีการเก็บข้อมูล สรุปผลการประเมิน ข้อเสนอแนะจากผู้บริการ และเอกสารหรือภาพถ่ายที่แสดงการปรับปรุงพัฒนาจากผลการสำรวจ เพื่อใช้ยืนยันการดำเนินงานเชิงประจักษ์และสนับสนุนการพัฒนาคุณภาพบริการอย่างยั่งยืน

**หลักฐานเชิงประจักษ์:**

- มีรายงานการวิเคราะห์ผลสำรวจ เพื่อนำไปใช้กำหนดแผนพัฒนาหรือปรับปรุงการให้บริการของตลาดอย่างต่อเนื่อง
- มีหลักฐานการปรับปรุงการบริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกตามข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ
- รายงานผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง พร้อมสรุปคะแนนเฉลี่ย ข้อเสนอแนะ และประเด็นที่ต้องปรับปรุง
- มีข้อมูลสถิติด้านความพึงพอใจ เช่น คะแนนเฉลี่ยรายด้าน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม หรือแนวโน้มผลประเมินเปรียบเทียบในแต่ละรอบ

### CS-02: การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม

การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่มมีความสำคัญต่อองค์การตลาดในฐานะการยกระดับมาตรฐานการให้บริการและสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะ โดยมุ่งให้ผู้บริการทุกกลุ่มสามารถใช้บริการภายในตลาดได้อย่างสะดวก ปลอดภัย และเหมาะสม ไม่



ว่าจะเป็นผู้สูงอายุ ผู้พิการ เด็ก สตรีมีครรภ์ หรือประชาชนทั่วไป การออกแบบและบริหารจัดการพื้นที่ที่คำนึงถึงความหลากหลายของผู้ใช้งาน จะช่วยลดข้อจำกัดในการเข้าถึงบริการ และสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้งานอย่างทั่วถึง

แนวทางดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการให้บริการและการบริหารพื้นที่ขององค์การตลาด ส่งเสริมภาพลักษณ์ของตลาดในฐานะพื้นที่สาธารณะที่มีมาตรฐาน ทันสมัย และคำนึงถึงประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม ขณะเดียวกันยังช่วยเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ กระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ชุมชนในระยะยาว

ระดับคะแนน	คำอธิบาย
5	มีการบริหารจัดการด้านการเข้าถึงอย่างครบวงจร เช่น ระบบสื่อสารดิจิทัลสำหรับผู้พิการ มีข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น ความพึงพอใจผู้ใช้บริการหรือจำนวนข้อร้องเรียนที่ลดลงอย่างชัดเจน
4	มีการดำเนินงานต่อเนื่องและปรับปรุงพื้นที่จากข้อเสนอแนะของผู้ใช้งาน เช่น ปรับเส้นทางสัญจรหรือเพิ่มจุดบริการ พร้อมจัดเก็บหลักฐานและผลการปรับปรุงอย่างเป็นระบบ
3	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบตามความจำเป็น เช่น ทางลาด ห้องน้ำผู้พิการ ป้ายอักษรเบรลล์หรือสัญลักษณ์ภาพ และที่จอดรถผู้พิการ พร้อมตรวจสอบและบำรุงรักษาตามรอบ โดยมีหลักฐานประกอบครบถ้วน
2	มีสิ่งอำนวยความสะดวกบางส่วน เช่น ทางลาดหรือที่จอดรถผู้พิการ แต่ดำเนินการไม่สม่ำเสมอ หลักฐานไม่ครบ และยังไม่มีการตรวจสอบดูแลพื้นที่ที่ชัดเจน
1	ไม่มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ให้บริการทุกกลุ่ม หรือไม่มีหลักฐานยืนยันการดำเนินงาน

#### ข้อควรปฏิบัติ:

การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่มควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอย่างครบถ้วน เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ ป้ายอักษรเบรลล์หรือสัญลักษณ์ภาพเพื่อช่วยสื่อสารข้อมูล รวมถึงที่จอดรถสำหรับผู้พิการในตำแหน่งที่เข้าถึงได้สะดวก และปลอดภัย ควรจัดพื้นที่ทางเดินให้มีความกว้างเพียงพอ ไม่มีสิ่งกีดขวาง และมีพื้นผิวที่เหมาะสมต่อการสัญจร เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดอุบัติเหตุและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน

องค์การตลาดควรมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการเพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งสามารถประชาสัมพันธ์ข้อมูลการเข้าถึงและจุดบริการต่าง ๆ ให้ประชาชนรับทราบอย่างชัดเจน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานพื้นที่สาธารณะ

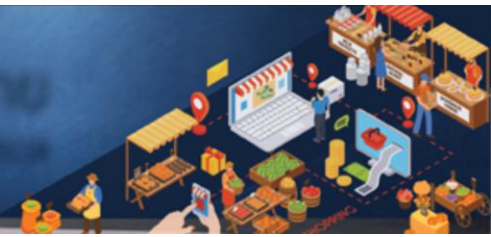
นอกจากนี้ ควรมีการสำรวจและประเมินความพร้อมด้านการเข้าถึงอย่างต่อเนื่อง เช่น การตรวจสอบการใช้งานสิ่งอำนวยความสะดวก การรับฟังข้อเสนอแนะจากผู้พิการและผู้สูงอายุ หรือการจัดทำแผนปรับปรุงพื้นที่ประจำปี เพื่อให้การพัฒนาพื้นที่สอดคล้องกับการใช้งานจริงและสามารถยกระดับมาตรฐานการให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง

#### หลักฐานเชิงประจักษ์:

- มีเอกสารการตรวจสอบและบำรุงรักษาพื้นที่ รวมถึงแผนปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับการใช้งานจริง
- มีข้อมูลหรือแบบสำรวจความคิดเห็นจากผู้พิการ ผู้สูงอายุ หรือผู้ใช้บริการเกี่ยวกับความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่
- มีเอกสารการตรวจสอบและบำรุงรักษาพื้นที่ รวมถึงแผนปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก
- มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการเข้าถึง จุดบริการ หรือเส้นทางสำหรับผู้ให้บริการทุกกลุ่มผ่านป้ายหรือช่องทางออนไลน์

## ความสัมพันธ์เกณฑ์การประเมินต่อแบบจำลอง BCG

เมื่อ BCG ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการตลาด จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ โดยเฉพาะสินค้าท้องถิ่นที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ยังช่วยลดต้นทุนการจัดการผ่านการใช้ทรัพยากรที่



หมุนเวียนและการลดขยะที่เกิดขึ้นในกระบวนการ 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 การใช้ผลิตภัณฑ์ปลูกในท้องถิ่นและการสนับสนุนสินค้าที่ลดการขนส่งซึ่งมีฐานจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาชุมชน

**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)

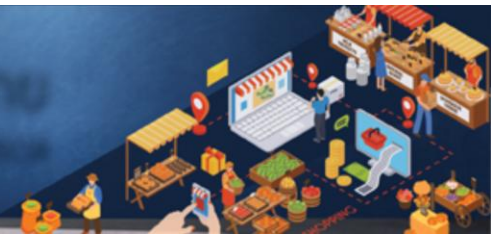
**ความสัมพันธ์กับ Circular และ Green Economy:** การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยลดการใช้ทรัพยากร เช่น กระดาษ และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูล ส่งเสริมความโปร่งใสและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

**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 ผ้าทอมือที่มีชื่อเสียงระดับโลก ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และอาหารพื้นเมืองที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชาวเหนือ

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

### คุณค่าหลัก (Core Value)

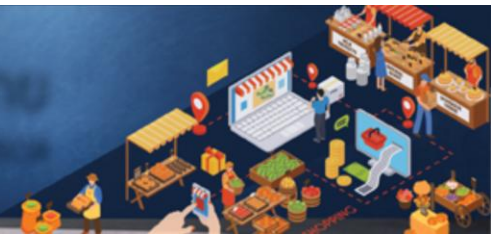
ตลาดลำพูนเป็นตลาดชุมชน ช่วยยกระดับเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างเสริมความเข้มแข็งของท้องถิ่นผ่าน Soft Power ด้านอาหารเมืองเหนือและการท่องเที่ยว

### เกณฑ์บังคับ

เกณฑ์การประเมิน (บังคับ)	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
ผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีมาก”	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
สนับสนุนและส่งเสริมความยั่งยืนตามแบบจำลอง BCG	1	2	3	1

### สุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety: HS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	3	4	5	3
HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	4	5	5	4
HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด	3	4	5	3
HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	2	3	4	2
HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	4	5	5	4
HS-06: ความปลอดภัยทางอาหาร	3	4	5	3



## แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

### HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดอย่างเหมาะสม

ตลาดสาขาลำพูนจัดให้มีการทำความสะอาดพื้นที่ของตลาดในทุกวันทั้งหมดจำนวน 1 ครั้งต่อวัน ในทุกวันที่มีการเปิดทำการของตลาด ซึ่งเป็นเวลาหลังปิดตลาด (เวลาประมาณ 16.00 – 17.00 น.) โดยผู้ที่ทำความสะอาดพื้นที่จะต้องบันทึกลงลายมือชื่อใน แบบฟอร์ม (แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด) ซึ่งจะถูกนำมารวบรวมและรายงานผลเป็นรายเดือน และได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการเทศบาลตำบลอุโมงค์,โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์ และอาสาสมัครประจำหมู่บ้านจัดกิจกรรมล้างตลาด : Big Cleaning day เป็นประจำ สำหรับแผงค้าทางตลาดรองค้ให้ผู้ประกอบการทำความสะอาดแผงค้าก่อนเปิดร้านค้า และหลังปิดร้านค้าพร้อมทั้งอุปกรณ์ต่างๆเป็นประจำทุกวัน สำหรับห้องน้ำสาธารณะมีการทำความสะอาดทุกวันอย่างน้อยวันละ 4 ครั้งและมีการสุ่มตรวจประเมินจากเจ้าหน้าที่องค์การตลาดที่รับผิดชอบ และสุ่มตรวจจากหน่วยงานภายนอก เช่น สาธารณสุขจังหวัดลำพูน, เทศบาลตำบลอุโมงค์ ,โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์ ในกรณีที่มีการร้องเรียนเกี่ยวกับความสะอาดของพื้นที่ตลาด ทางผู้จัดการตลาดจะเรียกผู้ทำความสะอาดมาสอบถามและให้ดำเนินการแก้ไขตามข้อร้องเรียน หากผู้ทำความสะอาดไม่ดำเนินการแก้ไขทางตลาดสาขาลำพูนจะรายงานดังกล่าวไปยังสำนักงานใหญ่เพื่อปรับเปลี่ยนผู้ดูแลและทำความสะอาด

### HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม

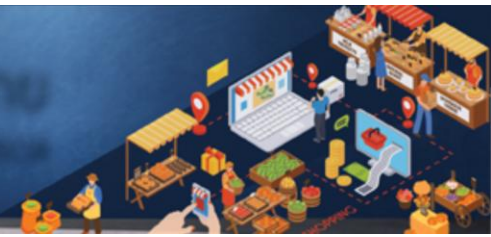
ตลาดสาขาลำพูนได้รณรงค์ให้ผู้ประกอบการคัดแยกขยะก่อนที่จะทิ้ง โดยได้ดำเนินการแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตรายออกจากกัน เนื่องจากขยะประเภทขยะเปียกเศษผักและผลไม้ต่างๆจะมีเทศบาลตำบลอุโมงค์หรือประชาชนมารับเพื่อไปทำปุ๋ยและใช้สำหรับเลี้ยงสัตว์ ส่วนขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย จะแยกใส่ถุงขยะของทางเทศบาลเป็นผู้กำหนด โดยทางเทศบาลตำบลอุโมงค์จะมารับบริการจัดเก็บทุกวันเวลา 05.00 น. ตลาดสาขาลำพูนมีห้องพักขยะเพื่อรวบรวมขยะระหว่างวันและมีการจัดเก็บขยะอย่างสม่ำเสมอพร้อมทั้งล้างทำความสะอาดห้องพักขยะและบริเวณวางถุงขยะทุกประเภทหลังจากทางเทศบาลตำบลอุโมงค์เข้ามาจัดเก็บทุกครั้ง พร้อมทั้งมีการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งล้างถังขยะและทำความสะอาดบริเวณโดยรอบตลาดทุกวันเพื่อป้องกันปัญหากลิ่นรบกวน สัตว์พาหะ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด

ตลาดสาขาลำพูนมีบ่อบำบัดน้ำเสียที่มีระบบบำบัดน้ำเสียโดยรอบตลาด มีบ่อดักไขมันเพื่อรองรับการจัดการน้ำเสียนอกจากนี้ในเขตตลาดให้เป็นไปตามมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และได้มีการทำความสะอาดรางระบายน้ำเป็นประจำทุกวัน และได้นำตัวอย่างน้ำก่อนปล่อยทิ้งไปตรวจที่องค์การกำจัดน้ำเสียเป็นประจำทุกปี และได้รับการรับรองการผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และมีหน่วยงานภายนอกเข้ามาตรวจสอบเป็นประจำทุกเดือน เช่น หน่วยงานสาธารณสุข ,เทศบาลตำบลอุโมงค์,โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์ พร้อมทั้งมีการตรวจสอบซ่อมบำรุงและปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมขังกลิ่นไม่พึงประสงค์และมลภาวะทางน้ำทั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากเทศบาลตำบลอุโมงค์เพื่อมาล้างตลาดลอกท่อและฉีดระบายรางระบายน้ำไม่ให้มีเศษขยะหรือสิ่งไม่พึงประสงค์ปิดกั้นทางระบายน้ำการดำเนินงานในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายน้ำเสียและรักษามาตรฐานตลาด

### HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด

ตลาดสาขาลำพูนได้ร่วมมือกับภาคีเครือข่ายภายในจังหวัดลำพูนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อาทิเช่น สาธารณสุขจังหวัด, เทศบาลตำบลอุโมงค์,โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอุโมงค์,อาสาสมัครประจำหมู่บ้านในพื้นที่ตำบลอุโมงค์และบริเวณใกล้เคียง พร้อมทั้งเป็นนโยบายของจังหวัดลำพูนเพื่อให้ประชาชนในจังหวัดลำพูนมีสุขภาพที่ดี ได้มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเกี่ยวกับบรรณรงค์คัดแยกขยะ NOโฟม และมีการตรวจสอบสารตกค้างในอาหาร พืชผักต่างและจัดอบรมหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบการและผู้ช่วยในเรื่องการสัมผัสอาหารตามหลักสูตรของกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งภาคีเครือข่าย ปัจจุบันตลาดสาขาลำพูนมีศูนย์เฝ้าระวังเตือนภัย อยู่บริเวณชั้นที่ 2 ของตลาดสาขาลำพูน โดยได้รับการรับรองจากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ของจังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งได้ส่งพนักงานเข้าร่วมอบรมกับกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์เกี่ยวกับเครื่องชั่งตวงอาทิเช่น เครื่องชั่งตวงแบบสปริง เครื่องชั่งตวงแบบดิจิทัลเป็นประจำทุกปี เพื่อให้พนักงานเข้าใจและสามารถนำความรู้ไปตรวจสอบ



ผู้ประกอบการเพื่อความมั่นใจและเป็นธรรมแก่ผู้บริโภคไม่ให้อาหารที่สกปรกและเสื่อมคุณภาพและผู้ใช้บริการตลาดสาขาอำเภวน ปีละ 2 ครั้ง พร้อมทั้งติดตั้งเครื่องปรับอากาศซึ่งที่ผ่านเกณฑ์ หากตรงซึ่งไม่ผ่านเกณฑ์เจ้าหน้าที่จะกล่าวตักเตือนและแก้ไขให้ถูกต้อง โดยหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ของกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ จะเข้ามาสุ่มตรวจปีละ 2 ครั้ง

#### HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

ตลาดสาขาอำเภวนได้มีการจัดอบรมซ้อมดับเพลิงให้กับผู้ประกอบการค้าและผู้มาใช้บริการตลาดสาขาอำเภวน ประชาชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียงเป็นประจำทุกปี และได้ติดตั้งดับเพลิงบริเวณอาคารตลาดตามมาตรฐานของกรมป้องกันบรรเทาสาธารณภัย พร้อมทั้งติดตั้งระบบเตือนภัย ระบบไฟส่องสว่างทางฉุกเฉิน และจุดรวมพล ตลาดสาขาอำเภวนได้ขอความร่วมมือไปยังกรมป้องกันบรรเทา สาธารณภัยจังหวัดลำพูนส่งเจ้าหน้าที่มาตรวจเช็คถังดับเพลิง ระบบเตือนภัย ระบบไฟส่องสว่างทางฉุกเฉิน จุดรวมพล และซ่อมบำรุงตามคำแนะนำของกรมป้องกันบรรเทาสาธารณภัยปีละ 1 ครั้ง เพื่อเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการและผู้มาใช้บริการตลาดสาขาอำเภวน

#### HS-06: ความปลอดภัยทางอาหาร

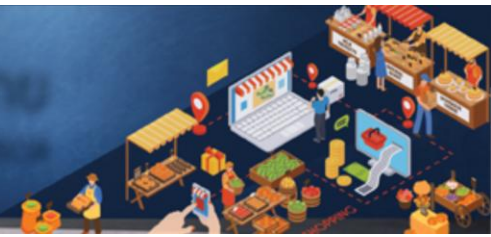
ตลาดสาขาอำเภวนได้ร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร โดยส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้สัมผัสอาหารปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหารอย่างเคร่งครัด มีการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และประชาสัมพันธ์แนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคพร้อมทั้งรณรงค์ให้ความรู้ในการบริโภคอาหาร โดยได้จัดโครงการรณรงค์ลดหวาน มัน เค็ม โดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเข้ามาสุ่มตรวจเป็นประจำทุกเดือน

#### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาอำเภวน	HS-01 - HS-06	50,000

### การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ	4	4	5	4
WE-02: การแยกประเภทขยะ	3	5	5	3
WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์	4	5	5	4
WE-04: การลดการใช้พลาสติก	3	4	4	3
WE-05: การจัดการน้ำ	3	4	4	3



## แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

### WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ

ตลาดสาขาลำพูนได้มีมติให้ผู้ประกอบการคัดแยกขยะก่อนที่จะทิ้ง โดยได้ดำเนินการแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตรายออกจากกัน เนื่องจากขยะประเภทขยะเปียกเศษผักและผลไม้ต่างๆจะมีเทศบาลตำบลอุโมงค์หรือประชาชนมารับเพื่อไปทำปุ๋ยและใช้สำหรับเลี้ยงสัตว์ ส่วนขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย จะแยกใส่ถุงขยะของทางเทศบาลเป็นผู้กำหนด โดยทางเทศบาลตำบลอุโมงค์จะมารับบริการจัดเก็บทุกวัน ตลาดสาขาลำพูนมีห้องพักขยะเพื่อรวบรวมขยะระหว่างวันและมีการจัดเก็บขยะอย่างสม่ำเสมอพร้อมทั้งล้างทำความสะอาดห้องพักขยะและบริเวณวางถุงขยะทุกประเภทหลังจากทางเทศบาลตำบลอุโมงค์เข้ามาจัดเก็บทุกครั้ง พร้อมทั้งมีการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งล้างถังขยะและทำความสะอาดบริเวณโดยรอบตลาดทุกวันเพื่อป้องกันปัญหากลิ่นรบกวน สัตว์พาหะ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### WE-02: การแยกประเภทขยะ

ตลาดสาขาลำพูนได้มีการรณรงค์และส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางโดยประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการแยกประเภทขยะอย่างถูกวิธีพร้อมกำหนดจุดรองรับขยะแต่ละประเภทอย่างชัดเจนเพื่อลดปริมาณขยะปะปนและเพิ่มประสิทธิภาพการนำทรัพยากรกลับมาใช้ประโยชน์โดยได้รับความร่วมมือจากเทศบาลตำบลอุโมงค์ และโรงพยาบาลส่งเสริมตำบลอุโมงค์, อาสาสมัครประจำหมู่บ้านในพื้นที่, นักเรียนในพื้นที่ตำบลอุโมงค์, ผู้นำชุมชน

### WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์

ตลาดสาขาลำพูนดำเนินการแยกขยะอินทรีย์จากเศษผักและเศษอาหารที่เกิดจากกิจกรรมการจำหน่ายสินค้าโดยจัดจุดแยกเฉพาะสำหรับขยะอินทรีย์ออกจากขยะประเภทอื่นๆ และส่งเสริมการนำไปใช้ประโยชน์ เช่น การนำไปเป็นปุ๋ยและอาหารสัตว์เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

### WE-04: การลดการใช้พลาสติก

ตลาดสาขาลำพูนได้ดำเนินการสอดคลองนโยบายจังหวัดลำพูนและภาคีเครือข่ายในพื้นที่ร่วมกันจัดกิจกรรมรณรงค์ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวโดยส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้บริโภคใช้ถุงผ้าภาษาชนที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมพร้อมประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์และกิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

### WE-05: การจัดการน้ำ

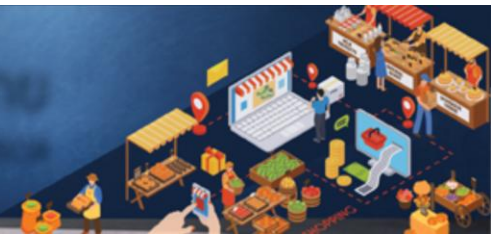
ตลาดสาขาลำพูนมีระบบบริหารจัดการน้ำที่เหมาะสมทั้งด้านการใช้น้ำการระบายน้ำและการบำบัดน้ำเสีย โดยมีการตรวจสอบ สภาพาราระบายน้ำบ่อพักน้ำและจุดเสี่ยงต่าง ๆ เป็นประจำพร้อมดำเนินการบำรุงรักษาและแก้ไขปัญหอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันน้ำท่วมขังและผลกระทบต่อสุขอนามัยภายในตลาด

## โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาลำพูน	WE-01- WE-05	50,000
กิจกรรมรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อม	WE-02/WE-04	-

## การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
PP-01: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด	3	3	4	3



PP-02: การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น	4	3	4	4
PP-03: ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและความสำคัญ	3	4	5	3

### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

#### PP-01 การบริหารจัดการส่วนสินค้าท้องถิ่นในตลาด

ตลาดสาขาลำพูนได้จัดสรรพื้นที่สำหรับผู้ค้าท้องถิ่น เพื่อเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น เช่น ผลผลิตทางการเกษตรและสินค้าแปรรูปจากวัตถุดิบในพื้นที่ และร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์จังหวัดลำพูน ,สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำพูนภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้มีตลาดช่วยเหลือประชาชนทุกวันอังคาร ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรได้มีพื้นที่จำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัย สินค้าแปรรูป สินค้า OTOP และสร้างรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการสนับสนุนสินค้าเกษตรสินค้าชุมชนและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นโดยจัดสรรพื้นที่จำหน่ายให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างเหมาะสมเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดเพิ่มรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

#### PP-02 การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

ตลาดสาขาลำพูนดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เช่น "ตลาดนัดคนไทย ยิ้มได้ จังหวัดลำพูน" การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เด่นของพื้นที่และการสนับสนุนกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับประเพณี วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูน เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มโอกาสทางการค้าแก่ผู้ประกอบการ

#### PP-03 ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก

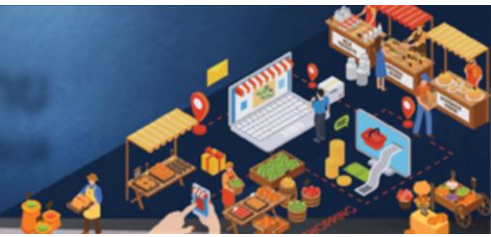
ตลาดสาขาลำพูนได้ร่วมมือกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการส่งเสริมการตลาดและยกระดับคุณภาพสินค้าชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจท้องถิ่น

### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาลำพูน	PP-01	-

### การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure: SS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
SS-01: การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจร	4	4	5	4
SS-02: การออกแบบระบบระบายอากาศ	4	5	5	4
SS-03: การจัดการแสงสว่าง	4	5	5	4
SS-04: ความปลอดภัยของโครงสร้าง	4	5	5	4
SS-05: การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ	3	4	5	3
SS-06: การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ	4	4	5	4



### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

#### SS-01 การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจร

ตลาดสาขาลำพูน มีโครงสร้างตลาดมีพื้นที่ทางเดินกว้างขวางเพียงพอสำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อให้การสัญจรภายในตลาดสะดวกสบายและไม่แออัด ตรงตามเกณฑ์กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

#### SS-02 การออกแบบระบบระบายอากาศ

อาคารตลาดถูกสร้างในลักษณะที่เปิดโล่งและโปร่งสบาย ทำให้มีการถ่ายเทอากาศที่ดี อากาศไหลเวียนได้เป็นธรรมชาติ เนื่องจากไม่มีผนังกั้น ช่วยในการระบายความร้อน กลิ่น และความชื้นจากพื้นที่ค้าขายอย่างมีประสิทธิภาพ

#### SS-03 การจัดการแสงสว่าง

ตลาดสาขาลำพูนติดตั้งระบบไฟฟ้าส่องสว่างที่ครอบคลุมทั้งพื้นที่จำหน่ายสินค้า ทางเดิน ห้องน้ำ และพื้นที่ส่วนกลางโดยเลือกใช้หลอดไฟ LED ที่มีประสิทธิภาพในการให้แสงสว่างและประหยัดพลังงานช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการใช้บริการรวมทั้งลดการใช้พลังงานไฟฟ้าของตลาด

#### SS-04 ความปลอดภัยของโครงสร้าง

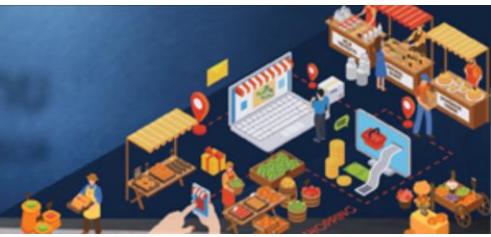
ตลาดสาขาลำพูนโครงสร้างปูนที่แข็งแรง มีความโปร่งโล่ง ช่วยลดลดการสะสมของความร้อนและอากาศถ่ายเทได้สะดวก หลังคากระเบื้องติดตั้งอย่างมั่นคง พร้อมระบบระบายน้ำที่มีประสิทธิภาพ เพื่อลดปัญหาน้ำขังและการเสื่อมสภาพของวัสดุมีการติดตั้ง เครื่องดับเพลิงในจุดสำคัญ และมีการส่งเสริมการอบรมพ่อค้าเกี่ยวกับการป้องกันและระงับอัคคีภัย กำหนดเส้นทางหนีไฟในกรณีฉุกเฉิน

#### SS-05 การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ

ตลาดสาขาลำพูนยังมีการจัดสรรพื้นที่จอดรถที่สะดวกสบายในบริเวณด้านหน้าตลาดและบริเวณรอบๆตลาด เพื่อให้ผู้มาใช้บริการสามารถจอดรถได้ปลอดภัยและสะดวกจัดให้มีพื้นที่สาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับการใช้งานของประชาชนทุกกลุ่ม ห้องน้ำสาธารณะพื้นที่จอดรถและห้องน้ำสำหรับผู้พิการโดยคำนึงถึงความสะดวกความปลอดภัยและการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียมรวมถึงการรองรับผู้สูงอายุผู้พิการและผู้ให้บริการที่มีความต้องการเฉพาะ

#### SS-06 การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

ตลาดสาขาลำพูน ได้รับการออกแบบให้ชัดเจนและสะดวกสบาย เชื่อมโยงกับระบบขนส่งสาธารณะช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงตลาดได้ง่ายและรวดเร็ว โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับการเดินทาง การจัดพื้นที่ในตลาดสาขาลำพูนจึงเป็นการผสมผสานที่ลงตัวของความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และการรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้เป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การจับจ่ายและใช้บริการสำหรับทุกคน ถนนสายหลักและเส้นทางคมนาคมในพื้นที่ทำให้ประชาชนผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสามารถเดินทางมายังตลาดได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ส่งผลให้ตลาดเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าของชุมชนโดยรอบ การบริหารจัดการด้านพื้นที่และโครงสร้างของตลาดสาขาลำพูนมุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้งานของทุกคน โดยคำนึงถึงความสะดวกความปลอดภัยการประหยัดพลังงานและการเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึงอันนำไปสู่การพัฒนาตลาดให้เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีคุณภาพและยั่งยืนสำหรับชุมชน



โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาลำพูน	SS-01- SS-06	50,000

การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support of Community Economy: SCE)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
SCE-01: การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน	3	4	5	3
SCE-02: การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน	3	3	4	3
SCE-03: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	3	3	4	3
SCE-04: การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน	3	3	4	3

แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

SCE-01 การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน

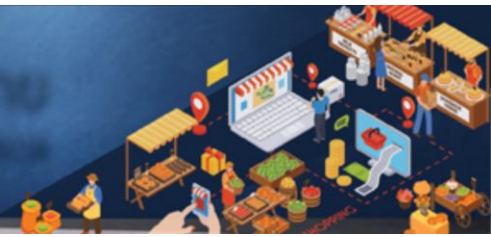
ตลาดสาขาลำพูน ร่วมกับภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ประชาชนในพื้นที่ สนับสนุนธุรกิจชุมชนและส่งเสริมแรงงานภายในชุมชน เช่น เย็บผ้า การปักผ้า การแปรรูปพืชผักสมุนไพรอินทรีย์ การทำขนม ส่งเสริมการทำไม้กวาดจากขวดพลาสติกเป็นการสร้างงานให้กับชุมชนและส่งเสริมอาชีพที่เป็นเอกลักษณ์ การเปิดโอกาสให้ชาวบ้านฝึกฝนและมีโอกาสจำหน่ายสินค้าที่ทำด้วยมือแบบเศรษฐกิจที่ยั่งยืนเป็นการสร้างโอกาสทางอาชีพและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่รวมถึงเปิดพื้นที่ให้ชุมชนสามารถนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาจำหน่ายภายในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง

SCE-02 การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน

ตลาดสาขาลำพูน มีการส่งเสริมการตลาดการใช้โฟม ตามนโยบายของจังหวัดลำพูน จังหวัดสะอาดปราศจากโฟม มีการรณรงค์การใช้ถุงผ้าและบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายง่ายร้านค้าในตลาดส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรม”แต่งผ้าไทยถือตะกล้าไปจ่ายตลาด” กิจกรรมส่งเสริมการตลาดปริมาณขยะและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าโดยรณรงค์ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวส่งเสริมการใช้ถุงผ้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะและการนำวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลได้มาใช้ภายในตลาดเพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

SCE-03 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

ตลาดสาขาลำพูนจัดกิจกรรมร่วมกับการท่องเที่ยวจังหวัดลำพูน เทศกาลงานสืบสานวัฒนธรรมปิงहांใส่อ้าวลำพูน , เทศกาลท่องเที่ยวลำพูนด้วยรถราง พาชมสวนลำไย มีการจัดเป็นประจำปี โดยรณรงค์ให้คนจังหวัดลำพูน และนักท่องเที่ยวแต่งกายชุดไทยเข้าร่วมกิจกรรม แต่งไทยทั้งเมือง รณรงค์แต่งชุดพื้นเมือง รวมประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดลำพูนผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมส่งเสริมการจับจ่ายใช้สอยและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการภายในตลาดมากยิ่งขึ้น



#### SCE-04 การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน

ตลาดสาขาลำพูนมีการติดตามและรวบรวมข้อมูลที่สะท้อนผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของตลาดอย่างต่อเนื่องโดยจัดเก็บข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการภายในตลาดจำนวนผู้ใช้บริการปริมาณการเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าและข้อมูลการจ้างงานที่เกิดขึ้นภายในตลาดรวมถึงรับฟังความคิดเห็นและผลตอบรับจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับรายได้โอกาสทางการค้าและการสร้างอาชีพในชุมชน

#### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาลำพูน	SCE-02- SCE-04	50,000
โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาลำพูน	SCE-01	-

#### การใช้พลังงานหมุนเวียน ENG

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน	2	3	4	2

#### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

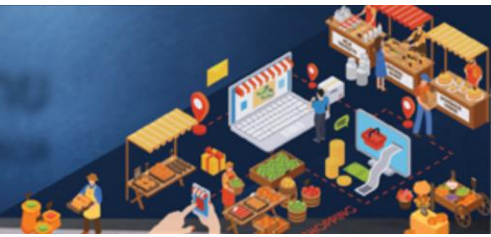
ตลาดสาขาลำพูนส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานและศึกษาความเป็นไปได้ในการนำพลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ภายในตลาดเพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

#### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาลำพูน	ENG	50,000

#### การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล TDG-01

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
TDG-01: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	3	4	5	3
TDG-02: ระบบติดตามสินค้า	2	3	4	2



## แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

### TDG-01 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ตลาดสาขาลำพูนนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งสนับสนุนการชำระเงินผ่าน QR Code เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้ใช้บริการ

### TDG-02 ระบบติดตามสินค้า

ตลาดสาขาลำพูนส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลแหล่งที่มาของสินค้าโดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหารสดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนแนวทางการตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าในอนาคต อีกทั้งรถพุ่มพวงได้ตรวจสอบลงทะเบียนแหล่งที่รับสินค้าเส้นทางการเดินทางเพื่อความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค

## โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
ส่งเสริมการใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ QR Code	TDG-01	-

## ประสบการณ์ผู้ใช้บริการ (Customer and Community Satisfaction: CS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
CS-01: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	3	4	5	3
CS-02: การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม	4	4	5	4

### CS-01 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

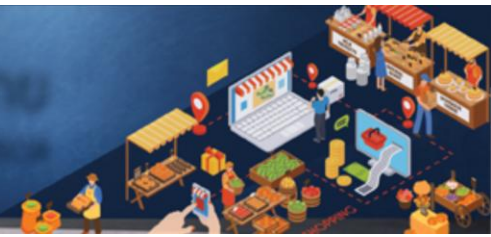
ตลาดสาขาลำพูนได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ค้า ผู้บริโภค และผู้ให้บริการเพื่อนำข้อมูลและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมภายในตลาดอย่างต่อเนื่อง

### CS-02 การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม

ตลาดสาขาลำพูนให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มโดยจัดให้มีทางลาดสำหรับผู้พิการ หอ้งน้ำสำหรับผู้พิการพื้นที่จอดรถและป้ายสัญลักษณ์ที่เหมาะสมเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้อย่างเท่าเทียม

## โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	CS-01	80,000



## บทที่ 6. คู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบ

### ตลาดหนองม่วง “ตลาดชุมชน เมืองลพบุรี”

ตลาดหนองม่วง จังหวัดลพบุรี เป็นตลาดสำคัญที่ตั้งอยู่ในอำเภอหนองม่วง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายในด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยที่ตั้งที่เชื่อมโยงกับแหล่งเกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ ตลาดหนองม่วงจึงกลายเป็นศูนย์กลางการค้าขายสินค้าการเกษตร เช่น ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง และพืชผลท้องถิ่นอื่น ๆ ที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ของเกษตรกรในพื้นที่ ตลาดแห่งนี้ยังเป็นศูนย์รวมของสินค้าพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และหัตถกรรมที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของชาวลพบุรี

ตลาดหนองม่วงไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่การค้าขาย แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน โดยเป็นแหล่งสร้างงานและรายได้ให้กับคนในพื้นที่ รวมถึงเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนในท้องถิ่นกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ ด้วยการตั้งอยู่ในจังหวัดลพบุรี ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ตลาดหนองม่วงยังเป็นจุดหมายสำคัญที่นักท่องเที่ยวสามารถแวะเวียนเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ตลาดแห่งนี้จึงเป็นมากกว่าสถานที่ค้าขาย แต่เป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงความเข้มแข็งของเศรษฐกิจและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในระยะยาว.

### คุณค่าหลัก (Core Value)

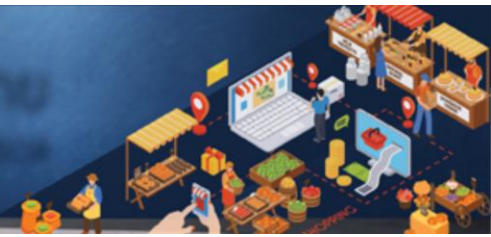
ตลาดหนองม่วงเป็นตลาดเกษตรกรและชุมชน ช่วยยกระดับเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริมวัฒนธรรมเอกลักษณ์ท้องถิ่น

### เกณฑ์บังคับ

เกณฑ์การประเมิน (บังคับ)	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
ผ่านการตรวจสอบด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยจากกรมอนามัยในระดับ “ดีมาก”	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
สนับสนุนและส่งเสริมความยั่งยืนตามแบบจำลอง BCG	1	2	3	1

### สุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety: HS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	3	4	5	3
HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	4	5	5	4
HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด	3	4	5	3
HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	2	3	4	2
HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	4	5	5	4
HS-06: ความปลอดภัยทางอาหาร	3	4	5	3



## แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

### HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดอย่างเหมาะสม

ตลาดสาขาหนองม่วงจัดให้มีการทำความสะอาดพื้นที่ของตลาดในทุกวันก่อนเปิดตลาดและหลังปิดตลาด (เปิดเวลาประมาณ 05.00 น. ปิดเวลาประมาณ 20.00 น.) โดยผู้ที่ทำความสะอาดพื้นที่จะต้องบันทึกลงลายมือชื่อใน แบบฟอร์ม (แบบฟอร์มบันทึกการทำความสะอาด) ซึ่งจะถูกนำมารวบรวมและรายงานผลเป็นรายเดือน และได้รับความร่วมมือจากเจ้าผู้ประกอบการ เทศบาลตำบลตำบลหนองม่วงจัดกิจกรรมล้างตลาด Big Cleaning day เป็นประจำ สำหรับห้องน้ำสาธารณะมีการทำความสะอาดทุกวันอย่างน้อยวันละ 3 ครั้งและมีการสุ่มตรวจประเมินจากเทศบาลตำบลหนองม่วง

### HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม

ตลาดสาขาหนองม่วงมีการจัดระบบคัดแยกขยะและสิ่งปฏิกูลอย่างเป็นระบบ โดยจัดให้มีจุดรวบรวมขยะเพียงพอ แยกประเภทอย่างชัดเจน ได้แก่ ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย จำนวน 5 จุด พร้อมกำหนดรอบการเก็บและขนย้ายขยะประจำวันมีการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งล้างถังขยะและทำความสะอาดบริเวณโดยรอบทุกวันเพื่อป้องกันปัญหากลิ่นรบกวน สัตว์พาหะ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด

ตลาดสาขาหนองม่วงมีระบบระบายน้ำและบ่อกักน้ำเสียที่สามารถรองรับกิจกรรมภายในตลาดได้อย่างเหมาะสม มีการล้างทำความสะอาดลอกท่อระบายน้ำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และบ่อดักไขมันเป็นประจำรวมทั้งมีการตรวจสอบซ่อมบำรุงและปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมขังกลิ่นไม่พึงประสงค์และมลภาวะทางน้ำทั้งนี้ได้มีโครงการปรับปรุงท่อคอนกรีตและวางระบายน้ำเสียรอบตลาดที่อุดตันและชำรุดเมื่อปีงบประมาณ 2567 โดยการดำเนินงานในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการระบายน้ำเสีย

### HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด

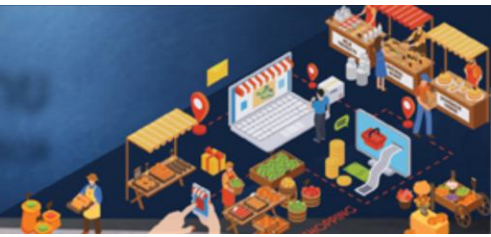
ตลาดสาขาหนองม่วงส่งเสริมการพัฒนาความรู้แก่ผู้ค้า ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ดูแลตลาด ผ่านการอบรมและประชาสัมพันธ์ด้านสุขาภิบาลอาหารความปลอดภัย การคัดแยกขยะ การลดการใช้พลาสติก และการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอโดยร่วมมือกับเทศบาลตำบลหนองม่วงและโรงพยาบาลอำเภอหนองม่วงรวมถึงการอบรมหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหารตามหลักสูตรของกรมอนามัย

### HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

ตลาดสาขาหนองม่วงมีการติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยที่จำเป็น ได้แก่ ถังดับเพลิง ระบบไฟส่องสว่างฉุกเฉินและจุดรวมพล โดยมีการตรวจสอบสภาพความพร้อมใช้งานอย่างสม่ำเสมอรวมถึงจัดกิจกรรมฝึกซ้อมแผนป้องกันและระงับอัคคีภัยเป็นประจำทุกปี เพื่อเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการและผู้ให้บริการในตลาด

### HS-06: ความปลอดภัยทางอาหาร

ตลาดสาขาหนองม่วงให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร โดยส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้สัมผัสอาหารปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหารอย่างเคร่งครัด มีการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และประชาสัมพันธ์แนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค



โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาหนองม่วง	HS-01 - HS-06	60,000

การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ	3	4	5	3
WE-02: การแยกประเภทขยะ	4	5	5	4
WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์	3	4	5	3
WE-04: การลดการใช้พลาสติก	2	3	4	2
WE-05: การจัดการน้ำ	3	4	5	3

แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ

ตลาดสาขาหนองม่วงจัดให้มีจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอและเหมาะสมครอบคลุมพื้นที่ตลาด โดยแยกประเภทขยะอย่างชัดเจน ได้แก่ ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล ขยะอินทรีย์ และขยะอันตราย จำนวน 5 จุด รอบบริเวณพื้นที่ตลาดพร้อมติดตั้งป้ายสัญลักษณ์แสดงประเภทขยะเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้ใช้บริการนอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบความสะอาดและสภาพของจุดรวบรวมขยะอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันปัญหากลิ่นรบกวนและรักษาสภาพแวดล้อมภายในตลาด

WE-02: การแยกประเภทขยะ

ตลาดส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางโดยประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการแยกประเภทขยะอย่างถูกวิธีพร้อมกำหนดจุดรองรับขยะแต่ละประเภทอย่างชัดเจนเพื่อลดปริมาณขยะปะปนและเพิ่มประสิทธิภาพการนำทรัพยากรกลับมาใช้ประโยชน์โดยได้รับความร่วมมือจากเทศบาลตำบลหนองม่วง

WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์

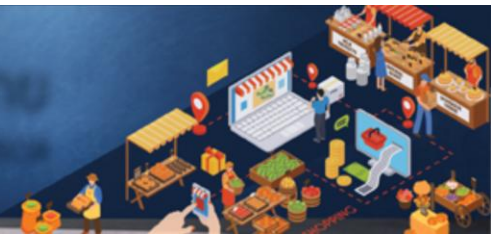
ตลาดสาขาหนองม่วงดำเนินการแยกขยะอินทรีย์จากเศษผักและเศษอาหารที่เกิดจากกิจกรรมการจำหน่ายสินค้าโดยจัดจุดแยกเฉพาะสำหรับขยะอินทรีย์ออกจากขยะประเภทอื่นๆ และส่งเสริมการนำไปใช้ประโยชน์ เช่น การนำไปเป็นอาหารสัตว์เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

WE-04: การลดการใช้พลาสติก

ตลาดสาขาหนองม่วงรณรงค์ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวโดยส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้บริโภคใช้ถุงผ้ากระดาษที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมพร้อมประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์และกิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง

WE-05: การจัดการน้ำ

ตลาดสาขาหนองม่วงมีระบบบริหารจัดการน้ำที่เหมาะสมทั้งด้านการใช้น้ำการระบายน้ำและการบำบัดน้ำเสีย โดยมีการตรวจสอบสภาพรางระบายน้ำบ่อพักน้ำและจุดเสี่ยงต่าง ๆ เป็นประจำพร้อมดำเนินการบำรุงรักษาและแก้ไขปัญหอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันน้ำท่วมขังและผลกระทบต่อสุขอนามัยภายในตลาด



### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาหนองม่วง	WE-01- WE-05	60,000
กิจกรรมรณรงค์หนองม่วงรักษาสีสิ่งแวดล้อม	WE-02/WE-04	-

### การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
PP-01: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด	2	3	4	2
PP-02: การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น	2	3	4	2
PP-03: ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและความสำคัญ	3	4	5	3

### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

#### PP-01 การบริหารสัดส่วนสินค้าท้องถิ่นในตลาด

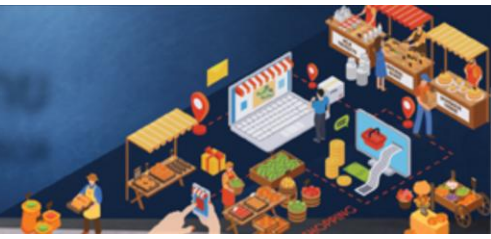
ตลาดสาขาหนองม่วงให้ความสำคัญกับการสนับสนุนสินค้าเกษตรสินค้าชุมชนและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นโดยจัดสรรพื้นที่จำหน่ายให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างเหมาะสมเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดเพิ่มรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

#### PP-02 การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

ตลาดสาขาหนองม่วงดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เช่น "ตลาดนัดประชารัฐ ประชาชนยิ้มได้" การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เด่นของพื้นที่และการสนับสนุนกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับประเพณี วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวของจังหวัดลพบุรี เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มโอกาสทางการค้าแก่ผู้ประกอบการ

#### PP-03 ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก

ตลาดสาขาหนองม่วงประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนสถาบันการศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการส่งเสริมการตลาดและยกระดับคุณภาพสินค้าชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจท้องถิ่น



โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการบริหารจัดการพื้นที่ทางเดินที่เข้าตลาดสาขาหนองม่วง	PP-01	20,000

การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure: SS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
SS-01: การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจร	3	4	5	3
SS-02: การออกแบบระบบระบายอากาศ	4	5	5	4
SS-03: การจัดการแสงสว่าง	4	5	5	4
SS-04: ความปลอดภัยของโครงสร้าง	4	5	5	4
SS-05: การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ	3	4	5	3
SS-06: การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ	3	4	5	3

แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

SS-01 การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจร

ตลาดสาขาหนองม่วงได้รับการออกแบบพื้นที่ทางเดินภายในตลาดให้มีความกว้างเหมาะสมรองรับการสัญจรของผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ใช้บริการได้อย่างสะดวกและปลอดภัยโดยมีการจัดระเบียบพื้นที่จำหน่ายสินค้าไม่ให้กีดขวางทางเดินพร้อมกำหนดทางเข้า-ออกที่ชัดเจนช่วยลดความแออัดและเพิ่มความคล่องตัวในการใช้บริการภายในตลาด

SS-02 การออกแบบระบบระบายอากาศ

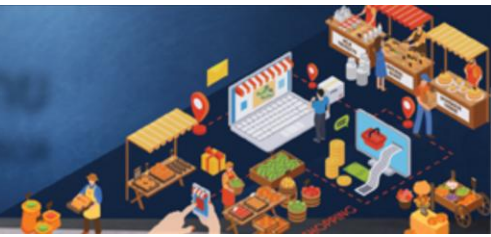
อาคารตลาดได้รับการออกแบบในลักษณะเปิดโล่งไม่มีผนังปิดกั้นโดยรอบทำให้อากาศสามารถถ่ายเทได้ดีตามธรรมชาติ ช่วยลดการสะสมของความร้อน กลิ่น และความชื้นจากกิจกรรมการค้าโดยเฉพาะบริเวณตลาดอาหารและพื้นที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ส่งผลให้ผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการได้รับความสะดวกสบายขณะอยู่ภายในตลาด

SS-03 การจัดการแสงสว่าง

ตลาดสาขาหนองม่วงติดตั้งระบบไฟฟ้าส่องสว่างที่ครอบคลุมทั้งพื้นที่จำหน่ายสินค้า ทางเดิน ห้องน้ำ และพื้นที่ส่วนกลาง โดยเลือกใช้หลอดไฟ LED ที่มีประสิทธิภาพในการให้แสงสว่างและประหยัดพลังงานช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการใช้บริการรวมทั้งลดการใช้พลังงานไฟฟ้าของตลาด

SS-04 ความปลอดภัยของโครงสร้าง

ตลาดสาขาหนองม่วงมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาอาคาร สิ่งปลูกสร้าง ระบบไฟฟ้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและมีความปลอดภัยต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการรวมทั้งมีการดูแลพื้นที่จอดรถ ทางเดินและจุดเสี่ยงต่าง ๆ ภายในตลาดอย่างต่อเนื่อง



### SS-05 การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ

ตลาดสาขาหนองม่วงจัดให้มีพื้นที่สาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับการใช้งานของประชาชนทุกกลุ่ม ได้แก่ พื้นที่พักผ่อน ห้องน้ำสาธารณะพื้นที่จอดรถและห้องน้ำสำหรับผู้พิการโดยคำนึงถึงความสะดวกความปลอดภัยและการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียมรวมถึงการรองรับผู้สูงอายุผู้พิการและผู้ให้บริการที่มีความต้องการเฉพาะ

### SS-06 การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

ตลาดสาขาหนองม่วงตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก มีทางเข้า-ออกที่ชัดเจน เชื่อมโยงกับถนนสายหลักและเส้นทางคมนาคมในพื้นที่ทำให้ประชาชนผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสามารถเดินทางมายังตลาดได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ส่งผลให้ตลาดเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าของชุมชนโดยรอบ การบริหารจัดการด้านพื้นที่และโครงสร้างของตลาดสาขาหนองม่วงมุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้งานของทุกคน โดยคำนึงถึงความสะดวกความปลอดภัยการประหยัดพลังงานและการเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึงอันนำไปสู่การพัฒนาตลาดให้เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีคุณภาพและยั่งยืนสำหรับชุมชน

### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาหนองม่วง	SS-01- SS-06	60,000

## การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support of Community Economy: SCE)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
SCE-01: การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน	3	4	5	3
SCE-02: การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน	2	3	4	2
SCE-03: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	2	3	4	2
SCE-04: การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน	2	3	4	2

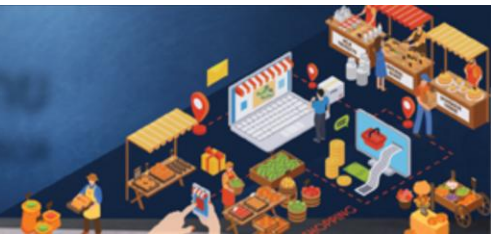
### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

#### SCE-01 การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน

ตลาดสาขาหนองม่วงส่งเสริมการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายสินค้าและให้บริการภายในตลาด เช่น ร้านเย็บผ้า ร้านอัดกรอบพระ ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเป็นการสร้างโอกาสทางอาชีพและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่รวมถึงเปิดพื้นที่ให้ชุมชนสามารถนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาจำหน่ายภายในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง

#### SCE-02 การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน

ตลาดสาขาหนองม่วงดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการลดปริมาณขยะและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าโดยรณรงค์ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวส่งเสริมการใช้ถุงผ้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะและการนำวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลได้มาใช้ภายในตลาดเพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม



### SCE-03 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

ตลาดสาขาหนองม่วงร่วมประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดลพบุรีผ่านช่องทางออนไลน์ของตลาดโดย เฉพาะงานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราชซึ่งเป็นงานสำคัญประจำจังหวัดพร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้ให้บริการแต่งกายด้วย ชุดไทยเข้าร่วมกิจกรรม “แต่งไทยทั้งเมือง” เพื่อสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมส่งเสริมการจับจ่ายใช้สอยและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ เข้ามาใช้บริการภายในตลาดมากยิ่งขึ้น

### SCE-04 การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน

ตลาดสาขาหนองม่วงมีการติดตามและรวบรวมข้อมูลที่สะท้อนผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของ ตลาดอย่างต่อเนื่องโดยจัดเก็บข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการภายในตลาดจำนวนผู้ใช้บริการปริมาณการเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้าและ ข้อมูลการจ้างงานที่เกิดขึ้นภายในตลาดรวมถึงรับฟังความคิดเห็นและผลตอบรับจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับรายได้โอกาสทางการค้า และการสร้างอาชีพในชุมชน

### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาหนองม่วง	SCE-02- SCE-04	60,000
โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาหนองม่วง	SCE-01	-

### การใช้พลังงานหมุนเวียน ENG

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน	2	3	4	2

### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

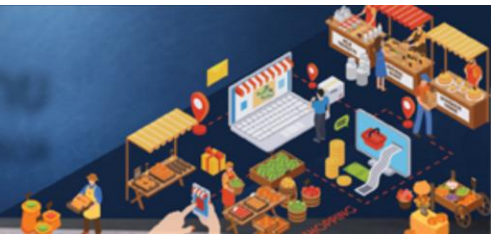
ตลาดสาขาหนองม่วงส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานและศึกษาความเป็นไปได้ใน การนำพลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ภายในตลาดเพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาหนองม่วง	ENG	60,000

### ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล TDG-01

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
TDG-01: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	3	4	5	3
TDG-02: ระบบติดตามสินค้า	2	3	4	2



## แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

### TDG-01 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ตลาดสาขาหนองม่วงนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งสนับสนุนการชำระเงินผ่าน QR Code เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้ให้บริการ

### TDG-02 ระบบติดตามสินค้า

ตลาดสาขาหนองม่วงส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลแหล่งที่มาของสินค้าโดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหารสดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนแนวทางการตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าในอนาคต

## โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
ส่งเสริมการใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ QR Code	TDG-01	-

## ประสบการณ์ผู้ใช้บริการ (Customer and Community Satisfaction: CS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
CS-01: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	3	4	5	3
CS-02: การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม	3	4	5	3

### CS-01 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

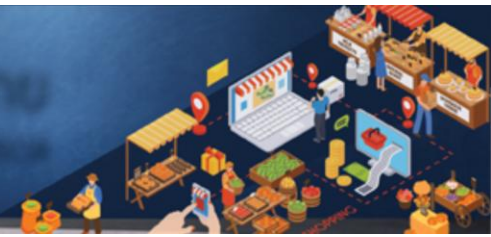
ตลาดสาขาหนองม่วงดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ค้า ผู้บริโภค และผู้ให้บริการเพื่อนำข้อมูลและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมภายในตลาดอย่างต่อเนื่อง

### CS-02 การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม

ตลาดสาขาหนองม่วงให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการทุกกลุ่มโดยจัดให้มีทางลาดสำหรับผู้พิการ หอ้งน้ำสำหรับผู้พิการพื้นที่จอดรถและป้ายสัญลักษณ์ที่เหมาะสมเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้อย่างเท่าเทียม

## โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	CS-01	50,000



# บทที่ 7. คู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบ

## “ตลาดผักและผลไม้ ตลาดปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร”

ตลาดผักและผลไม้ปากคลองตลาด กรุงเทพมหานคร จัดตั้งมาตั้งแต่ พ.ศ. 2496 พร้อมกับการจัดตั้งองค์การตลาด ตั้งอยู่บริเวณปากคลองตลาด ถนนจักรเพชร แขวงวังบูรพาภิรมย์ เขตพระนคร บนที่ดินขององค์การตลาด เนื้อที่ 5 ไร่ 3 งาน 1 ตารางวา เป็นตลาดกลางจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่ง ประกอบด้วย

1. อาคารสำนักงาน 4 ชั้น 1 หลัง
2. อาคารที่พักอาศัย 3 ชั้น 1 หลัง
3. อาคารสำนักงานเดิม 2 ชั้น 1 หลัง
4. อาคารตลาด 14 หลัง มีแผงตลาดหรือสถานที่ให้เช่าประกอบการค้า จำนวน 1,513 แผง

องค์การตลาด ได้ทำสัญญาให้สิทธิลงทุนพัฒนาก่อสร้างและบริหารโครงการปากคลองตลาด ลงวันที่ 23 กันยายน 2553 และสัญญาแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 1) สัญญาให้สิทธิลงทุนพัฒนาก่อสร้างและบริหารโครงการปากคลองตลาด ลงวันที่ 9 กรกฎาคม 2555 เป็นระยะเวลา 30 ปี ตามสัญญาให้สิทธิลงทุนบริษัท ปากคลองตลาด (2552) จำกัด

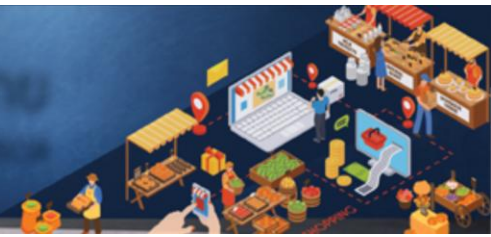
ซึ่งเป็นผู้ได้รับสัญญาให้สิทธิลงทุนพัฒนาก่อสร้างฯ โดยผู้ให้สัญญาที่มีความประสงค์จะให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินงานพัฒนาตลาดปากคลองตลาดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม สะอาดตา มีสภาพแวดล้อมที่ดี โดยยังคงเอกลักษณ์และวิถีชุมชนไว้เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์ที่ดินของผู้ให้สัญญาในบริเวณปากคลองตลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

### เกณฑ์บังคับ

เกณฑ์การประเมิน (บังคับ)	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านสุขอนามัยตามเกณฑ์มาตรฐานตลาดสดนำชื่อของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขระดับ "ผ่าน"	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก	ดีมาก
สนับสนุนและส่งเสริมความยั่งยืนตามแบบจำลอง BCG	1	2	3	1

### สุขอนามัยและความปลอดภัย (Hygiene and Safety: HS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	3	4	5	3
HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	3	4	5	3
HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด	4	5	5	4
HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	4	5	5	4
HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	4	5	5	4
HS-06: ความปลอดภัยทางอาหาร	4	5	5	4



## แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

### HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดอย่างเหมาะสม

ตลาดสาขาปากคลองตลาดร่วมกับ บริษัท ปากคลองตลาด (2552) จำกัด สำนักงานเขตพระนคร และผู้ประกอบการ จัดกิจกรรมทำความสะอาดตลาด ล้างตลาดเพื่อทำความสะอาด ล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล ทำความสะอาดตัวอาคาร แผงขายของในตลาด พื้น ผนัง และบริเวณต่างๆ รอบตลาดให้สะอาด ปราศจากสิ่งปฏิกูลมูลฝอย หยากไย่ คราบสกปรกและอื่นๆ รวมทั้งให้มีการฆ่าเชื้อโรคภายในตลาดเพื่อเป็นการป้องกันโรคระบาด (Big Cleaning day) เป็นประจำทุกวัน

### HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม

ตลาดสาขาปากคลองตลาดมีการจัดระบบคัดแยกขยะและสิ่งปฏิกูลอย่างเป็นระบบ โดยจัดให้มีจุดรวบรวมขยะเพียงพอ แยกประเภทอย่างชัดเจน ได้แก่ ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย จำนวน 5 จุด พร้อมกำหนดรอบการจัดเก็บและขนย้ายขยะประจำวันมีการตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องพร้อมทั้งล้างถังขยะและทำความสะอาดบริเวณโดยรอบทุกวันเพื่อป้องกันปัญหากลิ่นรบกวน สัตว์พาหะ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด

ตลาดสาขาปากคลองตลาดมีระบบระบายน้ำและบ่อบำบัดน้ำเสียที่สามารถรองรับกิจกรรมภายในตลาดได้อย่างเหมาะสม มีการล้างทำความสะอาดลอกท่อระบายน้ำอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และบ่อบำบัดน้ำเสียเป็นประจํารวมทั้งมีการตรวจสอบซ่อมบำรุงและปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมขังกลิ่นไม่พึงประสงค์และมลภาวะทางน้ำ ตามนโยบายของผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร นโยบายที่ 171 มุ่งเป้าติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียต้นทาง ได้มุ่งเน้นให้มีการเข้มงวดการปล่อยน้ำเสียตั้งแต่ต้นทางในพื้นที่แหล่งการค้าประเภทตลาด

### HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด

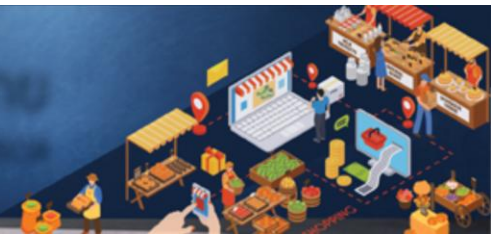
ตลาดสาขาปากคลองตลาดส่งเสริมการพัฒนาความรู้แก่ผู้ค้า ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ดูแลตลาด ผ่านการอบรมและประชาสัมพันธ์ด้านสุขาภิบาลอาหารความปลอดภัย การคัดแยกขยะ การลดการใช้พลาสติก และการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอโดยร่วมมือกับสำนักงานเขตพระนคร รวมถึงการอบรมหลักสูตรสำหรับผู้ประกอบกิจการและผู้สัมผัสอาหารตามหลักสูตรฝึกอบรมการสุขาภิบาลอาหารกรุงเทพมหานคร

### HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

ตลาดสาขาปากคลองตลาดมีการติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยที่จำเป็น ได้แก่ ถังดับเพลิง ระบบไฟส่องสว่างฉุกเฉิน และจุดรวมพล โดยมีการตรวจสอบสภาพความพร้อมใช้งานอย่างสม่ำเสมอรวมถึงจัดกิจกรรมฝึกซ้อมแผนป้องกันและระงับอัคคีภัยเป็นประจำทุกปี เพื่อเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการและผู้ให้บริการในตลาด

### HS-06: ความปลอดภัยทางอาหาร

ตลาดสาขาปากคลองตลาดให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร โดยส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้สัมผัสอาหารปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหารอย่างเคร่งครัด มีการเฝ้าระวัง ตรวจสอบ และประชาสัมพันธ์แนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค



โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขา ปากคลองตลาด	HS-01 - HS-06	30,000

การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม (Waste and Environment Management: WE)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ	4	5	5	4
WE-02: การแยกประเภทขยะ	4	5	5	4
WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์	3	4	5	3
WE-04: การลดการใช้พลาสติก	2	3	4	2
WE-05: การจัดการน้ำ	3	4	5	3

แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ

ตลาดสาขาปากคลองตลาดจัดให้มีจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอและเหมาะสมครอบคลุมพื้นที่ตลาด โดยแยกประเภทขยะอย่างชัดเจน ได้แก่ ขยะทั่วไป ขยะรีไซเคิล ขยะอินทรีย์ และขยะอันตราย จำนวน 2 จุด ครอบคลุมพื้นที่ตลาดพร้อมติดตั้งป้ายสัญลักษณ์แสดงประเภทขยะเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้ใช้บริการนอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบความสะอาดและสภาพของจุดรวบรวมขยะอย่างสม่ำเสมอเพื่อป้องกันปัญหากลิ่นรบกวนและรักษาสภาพแวดล้อมภายในตลาด

WE-02: การแยกประเภทขยะ

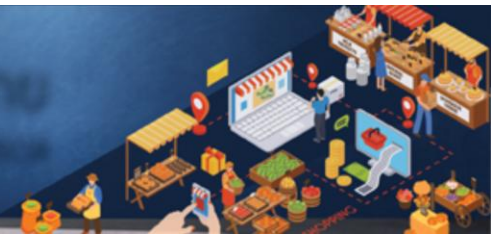
ตลาดสาขาปากคลองตลาดส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการคัดแยกขยะตั้งแต่ต้นทางโดยประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับการแยกประเภทขยะอย่างถูกวิธีพร้อมกำหนดจุดรองรับขยะแต่ละประเภทอย่างชัดเจนเพื่อลดปริมาณขยะปะปนและเพิ่มประสิทธิภาพการนำทรัพยากรกลับมาใช้ประโยชน์โดยได้รับความร่วมมือจากเทศบาลตำบลหนองม่วง

WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์

ตลาดสาขาปากคลองตลาดดำเนินการแยกขยะอินทรีย์จากเศษผักและเศษอาหารที่เกิดจากกิจกรรมการจำหน่ายสินค้า โดยจัดจุดแยกเฉพาะสำหรับขยะอินทรีย์ออกจากขยะประเภทอื่นๆ และส่งเสริมการนำไปใช้ประโยชน์ เช่น การนำไปเป็นอาหารสัตว์เพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องนำไปกำจัดและส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

WE-04: การลดการใช้พลาสติก

ตลาดสาขาปากคลองตลาดรณรงค์ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวโดยส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้บริโภคใช้ถุงผ้ากระดาษที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมพร้อมประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์และกิจกรรมรณรงค์ต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง



### WE-05: การจัดการน้ำ

ตลาดสาขาปากคลองตลาดมีระบบบริหารจัดการน้ำที่เหมาะสมทั้งด้านการใช้น้ำการระบายน้ำและการบำบัดน้ำเสีย โดยมีการตรวจสอบสภาพรางระบายน้ำบ่อกักน้ำและจุดเสี่ยงต่าง ๆ เป็นประจำพร้อมดำเนินการบำรุงรักษาและแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันน้ำท่วมขังและผลกระทบต่อสุขอนามัยภายในตลาด

### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขาปากคลองตลาด	WE-01- WE-05	30,000
กิจกรรมรณรงค์หน่วงรั้งรักษาสีเสื้อแวดล้อม	WE-02/WE-04	50,000

### การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
PP-01: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด	2	3	4	2
PP-02: การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น	3	4	5	3
PP-03: ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอกและความสำคัญ	3	4	5	3

### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

#### PP-01 การบริหารสัดส่วนสินค้าท้องถิ่นในตลาด

ตลาดสาขาปากคลองตลาดให้ความสำคัญกับการสนับสนุนสินค้าเกษตรสินค้าชุมชนและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นโดยจัดสรรพื้นที่จำหน่ายให้แก่เกษตรกร ผู้ผลิต และผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างเหมาะสมเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดเพิ่มรายได้และส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

#### PP-02 การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น

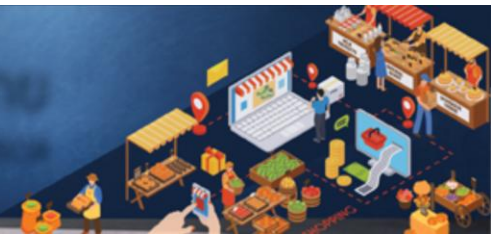
ตลาดสาขาปากคลองตลาดดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เช่น "ตลาดนัดประชารัฐ ประชาชนยิ้มได้" การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เด่นของพื้นที่และการสนับสนุนกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับประเพณี วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวของจังหวัดลพบุรี เพื่อสร้างการรับรู้และเพิ่มโอกาสทางการค้าแก่ผู้ประกอบการ

#### PP-03 ความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก

ตลาดสาขาปากคลองตลาดประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนสถาบันการศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการส่งเสริมการตลาดและยกระดับคุณภาพสินค้าชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจท้องถิ่น

### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อเกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาปากคลองตลาด	PP-01	ค่าเช่าตามสัญญา



## การออกแบบพื้นที่และโครงสร้าง (Space and Structure: SS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
SS-01: การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจร	4	5	5	4
SS-02: การออกแบบระบบระบายอากาศ	4	5	5	4
SS-03: การจัดการแสงสว่าง	4	5	5	4
SS-04: ความปลอดภัยของโครงสร้าง	4	5	5	4
SS-05: การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ	3	4	5	3
SS-06: การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ	3	4	5	3

### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

#### SS-01 การจัดการพื้นที่ทางเดินและความสะดวกในการสัญจร

ตลาดสาขาปากคลองตลาดได้รับการออกแบบพื้นที่ทางเดินในตลาดให้มีความกว้างเหมาะสมรองรับการสัญจรของผู้ซื้อ ผู้ขาย และผู้ให้บริการได้อย่างสะดวกและปลอดภัยโดยมีการจัดระเบียบพื้นที่จำหน่ายสินค้าไม่ให้เกิดขวางทางเดินพร้อมกำหนดทางเข้า-ออกที่ชัดเจนช่วยลดความแออัดและเพิ่มความคล่องตัวในการใช้บริการภายในตลาด

#### SS-02 การออกแบบระบบระบายอากาศ

ตลาดสาขาปากคลองตลาดอาคารตลาดได้รับการออกแบบในลักษณะเปิดโล่งไม่มีผนังปิดกั้นโดยรอบทำให้อากาศสามารถถ่ายเทได้ดีตามธรรมชาติช่วยลดการสะสมของความร้อน กลิ่น และความชื้นจากกิจกรรมการค้าโดยเฉพาะบริเวณตลาดอาหารและพื้นที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ส่งผลให้ผู้ให้บริการและผู้ประกอบการได้รับความสะดวกสบายขณะอยู่ภายในตลาด

#### SS-03 การจัดการแสงสว่าง

ตลาดสาขาปากคลองตลาดติดตั้งระบบไฟฟ้าส่องสว่างที่ครอบคลุมทั้งพื้นที่จำหน่ายสินค้า ทางเดิน ห้องน้ำ และพื้นที่ส่วนกลางโดยเลือกใช้หลอดไฟ LED ที่มีประสิทธิภาพในการให้แสงสว่างและประหยัดพลังงานช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการใช้บริการรวมทั้งลดการใช้พลังงานไฟฟ้าของตลาด

#### SS-04 ความปลอดภัยของโครงสร้าง

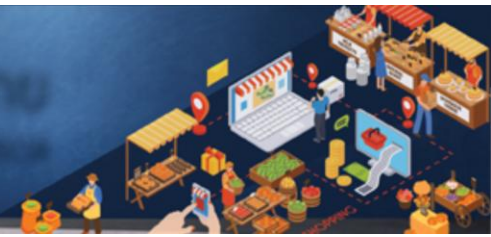
ตลาดสาขาปากคลองตลาดมีการตรวจสอบและบำรุงรักษาอาคาร สิ่งปลูกสร้าง ระบบไฟฟ้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานและความปลอดภัยต่อผู้ประกอบการและผู้ให้บริการรวมทั้งมีการดูแลพื้นที่จอดรถ ทางเดินและจุดเสี่ยงต่าง ๆ ภายในตลาดอย่างต่อเนื่อง

#### SS-05 การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ

ตลาดสาขาปากคลองตลาดจัดให้มีพื้นที่สาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับการใช้งานของประชาชนทุกกลุ่ม ได้แก่ พื้นที่พักผ่อน ห้องน้ำสาธารณะพื้นที่จอดรถและห้องน้ำสำหรับผู้พิการโดยคำนึงถึงความสะดวกความปลอดภัยและการเข้าถึงบริการอย่างเท่าเทียมรวมถึงการรองรับผู้สูงอายุผู้พิการและผู้ให้บริการที่มีความต้องการเฉพาะ

#### SS-06 การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ

ตลาดสาขาปากคลองตลาดตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก มีทางเข้า-ออกที่ชัดเจน เชื่อมโยงกับถนนสายหลักและเส้นทางคมนาคมในพื้นที่ทำให้ประชาชนผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสามารถเดินทางมายังตลาดได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ส่งผลให้ตลาดเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าของชุมชนโดยรอบ การบริหารจัดการด้านพื้นที่และโครงสร้างของตลาดสาขาหนองม่วงมุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้งานของทุกคน โดยคำนึงถึงความสะดวกความปลอดภัยการประหยัดพลังงานและการเข้าถึงบริการอย่างทั่วถึงอันนำไปสู่การพัฒนาตลาดให้เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีคุณภาพและยั่งยืนสำหรับชุมชน



### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขา ปากคลองตลาด	SS-01- SS-06	30,000

### การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support of Community Economy: SCE)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
SCE-01: การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน	3	4	5	3
SCE-02: การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน	2	3	4	2
SCE-03: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	2	3	4	2
SCE-04: การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน	2	3	4	2

#### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

##### SCE-01 การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน

ตลาดสาขาปากคลองตลาดส่งเสริมการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายสินค้าและให้บริการภายในตลาด เช่น ร้านเย็บผ้า ร้านอัดกรอบพระ ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเป็นการสร้างโอกาสทางอาชีพและเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่รวมถึงเปิดพื้นที่ให้ชุมชนสามารถนำสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาจำหน่ายภายในตลาดได้อย่างต่อเนื่อง

##### SCE-02 การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน

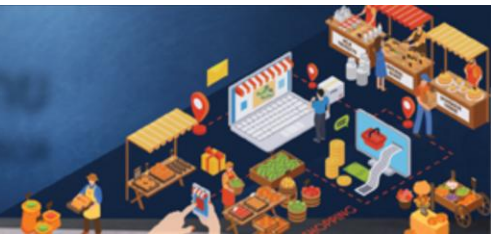
ตลาดสาขาปากคลองตลาดดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการลดปริมาณขยะและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าโดยรณรงค์ลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวส่งเสริมการใช้ถุงผ้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งประชาสัมพันธ์การคัดแยกขยะและการนำวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่หรือรีไซเคิลได้มาใช้ภายในตลาดเพื่อสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

##### SCE-03 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน

ตลาดสาขาปากคลองตลาดประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดลพบุรีผ่านช่องทางออนไลน์ของตลาด โดยเฉพาะงานแผ่นดินสมเด็จพระนารายณ์มหาราชซึ่งเป็นงานสำคัญประจำจังหวัดพร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ค้าและผู้ให้บริการแต่งกายด้วยชุดไทยเข้าร่วมกิจกรรม “แต่งไทยทั้งเมือง” เพื่อสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรมส่งเสริมการจับจ่ายใช้สอยและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการภายในตลาดมากยิ่งขึ้น

##### SCE-04 การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน

ตลาดสาขาปากคลองตลาดมีการติดตามและรวบรวมข้อมูลที่สะท้อนผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของตลาดอย่างต่อเนื่องโดยจัดเก็บข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการภายในตลาดจำนวนผู้ใช้บริการปริมาณการเข้าพื้นที่จำหน่ายสินค้าและข้อมูลการจ้างงานที่เกิดขึ้นภายในตลาดรวมถึงรับฟังความคิดเห็นและผลตอบรับจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับรายได้โอกาสทางการค้าและการสร้างอาชีพในชุมชน



### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขา ปากคลองตลาด	SCE-02- SCE-04	30,000
โครงการบริหารจัดการพื้นที่เช่าตลาดสาขาปากคลองตลาด	SCE-01	ค่าเช่าตามสัญญา

### การใช้พลังงานหมุนเวียน ENG

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน	1	2	3	1

#### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

ตลาดสาขาปากคลองตลาดส่งเสริมการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพโดยเลือกใช้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานและศึกษาความเป็นไปได้ในการนำพลังงานสะอาด เช่น พลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ภายในตลาดเพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

### โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการพัฒนาตลาดต้นแบบและมาตรฐานสุขอนามัย ตลาดสาขา ปากคลองตลาด	ENG	30,000

### การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล TDG-01

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
TDG-01: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	3	4	5	3
TDG-02: ระบบติดตามสินค้า	2	3	4	2

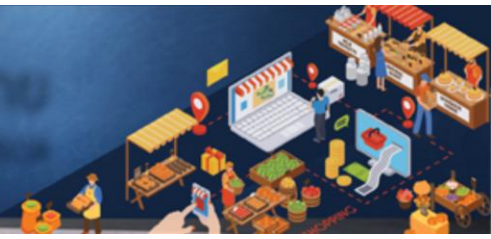
#### แนวปฏิบัติในปัจจุบัน

#### TDG-01 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ตลาดสาขาปากคลองตลาดนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์ รวมทั้งสนับสนุนการชำระเงินผ่าน QR Code เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ค้าและผู้ใช้บริการ

#### TDG-02 ระบบติดตามสินค้า

ตลาดสาขาปากคลองตลาดส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีข้อมูลแหล่งที่มาของสินค้าโดยเฉพาะสินค้าเกษตรและอาหารสด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภคเพื่อสนับสนุนแนวทางการตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าในอนาคต



โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
ส่งเสริมการใช้ระบบชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ QR Code	TDG-01	-

ประสบการณ์ผู้ใช้บริการ (Customer and Community Satisfaction: CS)

เกณฑ์การประเมิน	ค่าเป้าหมาย			ค่าประเมิน
	2569	2570	2571	
CS-01: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	3	4	5	3
CS-02: การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม	3	4	5	3

CS-01 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

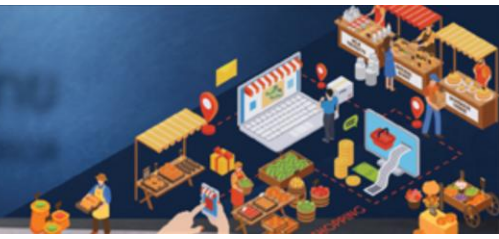
ตลาดสาขาปากคลองตลาดดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้ค้า ผู้บริโภค และผู้ให้บริการเพื่อนำข้อมูลและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมภายในตลาดอย่างต่อเนื่อง

CS-02 การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม

ตลาดสาขาปากคลองตลาดให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริการทุกกลุ่มโดยจัดให้มีทางลาดสำหรับผู้พิการห้อยน้ำสำหรับผู้พิการพื้นที่จอดรถและป้ายสัญลักษณ์ที่เหมาะสมเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้อย่างเท่าเทียม

โครงการพัฒนาปรับปรุง

ชื่อโครงการ	ความสัมพันธ์ต่อ เกณฑ์การประเมิน	มูลค่าโครงการ (บาท)
โครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR)	CS-01	50,000



## บทที่ 8. ภาคผนวก

### แบบประเมินตลาดต้นแบบ

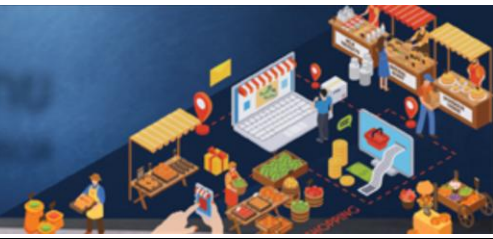
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมิน ที่ 1	ผู้ประเมิน ที่ 2	ผู้บริหารตลาด ประเมินตนเอง	คะแนน รวมเฉลี่ย
ด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย										
HS-01: พื้นที่ตลาดได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ	พื้นที่ตลาดล้างทำความสะอาดเป็นประจำ พร้อมบันทึกผล	พื้นที่สกปรก ทำความสะอาดน้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์	ทำความสะอาด บางครั้ง (3-6 ครั้ง/สัปดาห์) แต่ไม่มีบันทึก	ล้างทำความสะอาดทุกวัน และมีบันทึกผล	มีการทำความสะอาดทุกวัน มีการจัดการขยะ น้ำเสีย และพื้นที่เสี่ยง พร้อมมีการตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	มีระบบการทำความสะอาดครบถ้วน มีการล้างและฆ่าเชื้อสม่ำเสมอ แยกจุดจัดเก็บขยะชัดเจน มีการติดตามผล อบรมผู้ค้า แสดงผลลัพธ์หรือพัฒนาระบบได้อย่างเป็นรูปธรรม				
HS-02: การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลในตลาดอย่างเหมาะสม	จัดการขยะอย่างเหมาะสม มีจุดรวบรวมเพียงพอและแยกประเภทชัดเจน	ไม่มีจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอ	จุดรวบรวมขยะและการแยกประเภทบางส่วน	จุดรวบรวมขยะเพียงพอและแยกประเภทครบถ้วน	มีจุดรวบรวมและแยกประเภทขยะชัดเจน มีบันทึกและการตรวจสอบครบถ้วน มีการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	มีระบบการจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลครบถ้วน มีการแยกประเภทขยะชัดเจน มีการบำบัดน้ำเสีย ติดตามผลเชิงปริมาณ และมีแนวทางเพื่อพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง				
HS-03: การจัดการน้ำเสียในตลาด	ระบบระบายน้ำและบำบัดน้ำเสียในตลาดเหมาะสม	ไม่มีระบบจัดการน้ำเสีย หรือระบบเสียหาย	ระบบจัดการน้ำเสียใช้งานได้บางส่วน	ระบบจัดการน้ำเสียสมบูรณ์และตรวจสอบสม่ำเสมอ	มีระบบบริหารจัดการน้ำเสีย พร้อมดำเนินการตรวจสอบ ปรับปรุง และป้องกันปัญหาเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง	มีระบบจัดการน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ ใช้นวัตกรรมสนับสนุน และสามารถแสดงผลลัพธ์เชิงประจักษ์ได้อย่างชัดเจน				
HS-04: การให้ความรู้แก่ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	มีการอบรมและให้ความรู้ผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดเป็นระยะ	ไม่มีการอบรมหรือการให้ความรู้แก่ผู้ค้า	มีการอบรมหรือกิจกรรมบางครั้ง แต่ไม่มีคู่มือ	อบรมและให้ความรู้เป็นประจำ พร้อมคู่มือ	มีการจัดอบรมและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง พร้อมรูปแบบการอบรมให้เหมาะสมกับผู้ค้าและผู้ดูแลตลาด	มีการประยุกต์ใช้สื่อในการอบรม และยกระดับความรู้ การปฏิบัติงานของผู้ค้าและผู้ดูแลตลาดได้อย่างชัดเจน				



# องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

## THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตกับทุนอื่น



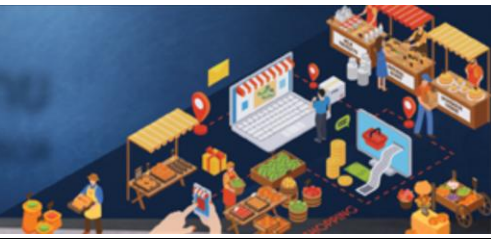
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
HS-05: การติดตั้งอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย	มีการติดตั้งอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น ถังดับเพลิงและป้ายหนีไฟ	ไม่มีอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย หรืออุปกรณ์เสียหาย	มีอุปกรณ์บางส่วน แต่ไม่มีการตรวจสอบสม่ำเสมอ	ติดตั้งอุปกรณ์ครบถ้วน และตรวจสอบสม่ำเสมอ	มีการบริหารจัดการอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยอย่างเป็นระบบ พร้อมปรับปรุงและฝึกซ้อมการใช้งานอย่างต่อเนื่อง	มีระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความพร้อมในการป้องกันและรับมือเหตุฉุกเฉิน				
HS-06: ความปลอดภัยทางอาหาร	มีแนวทางการควบคุม ฝ้าระวังความปลอดภัยทางอาหาร	ไม่มีมาตรการหรือแนวทางด้านความปลอดภัยทางอาหารที่ชัดเจน หรือไม่ปรากฏหลักฐานการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง	มีการดำเนินการด้านความปลอดภัยทางอาหารบางส่วน แต่ดำเนินการไม่สม่ำเสมอ และหลักฐานไม่ครบถ้วน	มีมาตรการด้านความปลอดภัยทางอาหารที่ชัดเจน พร้อมตรวจสอบและดำเนินงานตามรอบที่กำหนด	มีการดำเนินงานด้านความปลอดภัยทางอาหารอย่างต่อเนื่อง พร้อมปรับปรุงมาตรการ และให้ความรู้แก่ผู้ค้าอย่างสม่ำเสมอ	มีระบบบริหารจัดการความปลอดภัยทางอาหารที่มีประสิทธิภาพ พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยอาหาร				
<b>การจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม</b>										
WE-01: การจัดจุดรวบรวมขยะ	ออกแบบจุดรวบรวมขยะอย่างเหมาะสม	ไม่มีจุดรวบรวมขยะที่เพียงพอหรือเหมาะสม ขยะถูกทิ้งรวมกันโดยไม่มีมีการแยกประเภท และไม่มีถังขยะหรือจุดรวบรวมขยะในบางพื้นที่สำคัญของตลาด.	มีจุดรวบรวมขยะในพื้นที่สำคัญของตลาด เพียงบางส่วน การแยกประเภทขยะมีในระดับพื้นฐาน (ขยะเปียกและขยะแห้ง) แต่ยังไม่ครบทุกประเภท และบางจุดไม่มีป้ายกำกับหรือฝาปิด.	มีจุดรวบรวมขยะในพื้นที่สำคัญของตลาด ครบถ้วน และการแยกประเภทขยะ (ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล ขยะอันตราย) เป็นไปอย่างชัดเจน พร้อมป้ายกำกับและถังขยะมีฝาปิด.	มีการบริหารจัดการจุดรวบรวมขยะอย่างเป็นระบบ พร้อมตรวจสอบปรับปรุง และประชาสัมพันธ์การแยกขยะอย่างต่อเนื่อง	มีระบบจัดการจุดรวบรวมขยะที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม พร้อมสามารถลดปัญหาขยะตกค้างและเพิ่มประสิทธิภาพการคัดแยกขยะได้อย่างชัดเจน				
WE-02: การแยกประเภทขยะ	การแยกประเภทขยะที่เหมาะสม กับหลักการ	ไม่มีการแยกประเภทขยะ จุดรวบรวมขยะใช้ร่วมกันทั้งหมด และไม่มีป้ายกำกับประเภทขยะ.	มีการจัดจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภทบางส่วน เช่น ขยะเปียกและขยะแห้ง แต่ยังไม่ครอบคลุมทุกประเภทหรือขาดป้ายกำกับที่ชัดเจน.	มีการจัดจุดรวบรวมขยะที่แยกประเภทครบถ้วน เช่น ขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะรีไซเคิล และขยะอันตราย พร้อมป้ายกำกับชัดเจนในทุกจุด.	มีการบริหารจัดการการแยกประเภทขยะอย่างเป็นระบบ พร้อมติดตามปรับปรุง และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	มีระบบแยกประเภทขยะที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทั้งตลาด มีการประยุกต์ใช้แนวทางหรือนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการคัดแยก และสามารถลดปริมาณขยะปะปนได้อย่างชัดเจน				



# องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

## THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตกับท้องถิ่น



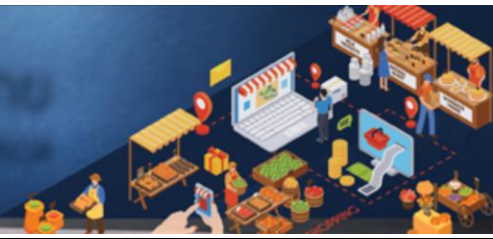
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
WE-03: การกำจัดขยะอินทรีย์	การกำจัดขยะอินทรีย์อย่างเหมาะสม	ไม่มีมีการแยกประเภทขยะอินทรีย์ ขยะอินทรีย์ถูกปนเปื้อนกับขยะประเภทอื่นหรือไม่มีการจัดการขยะอินทรีย์อย่างเป็นระบบ	มีการจัดการขยะอินทรีย์บางส่วน เช่น การแยกประเภทขยะอินทรีย์ในบางจุดรวบรวม แต่ยังไม่มียระบบรองรับสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ที่ชัดเจน หรือดำเนินการไม่สม่ำเสมอ.	มีระบบการจัดการขยะอินทรีย์ที่ชัดเจนและครบถ้วน เช่น จุดรวบรวมขยะอินทรีย์แยกเฉพาะ มีการนำขยะอินทรีย์ไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมัก หรือผลิตก๊าซชีวภาพ	มีระบบจัดการขยะอินทรีย์ที่ชัดเจน มีการนำขยะไปใช้ประโยชน์ เช่น การทำปุ๋ยหมักหรือผลิตก๊าซชีวภาพ พร้อมติดตามและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง	มีระบบจัดการขยะอินทรีย์ครบวงจร ใช้นวัตกรรมหรือแนวทางลดปริมาณขยะอย่างเป็นรูปธรรม และสามารถแสดงผลเชิงปริมาณจากการนำขยะอินทรีย์กลับมาใช้ประโยชน์ได้				
WE-04: การลดการใช้พลาสติก	การลดการใช้พลาสติก และใช้วัสดุทดแทน	ไม่มีมาตรการลดการใช้พลาสติกที่ชัดเจน พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวยังคงถูกใช้ในตลาดโดยไม่มีการควบคุมหรือการรณรงค์ให้ลดการใช้.	มีมาตรการลดการใช้พลาสติกบางส่วน เช่น รณรงค์ในบางพื้นที่ของตลาด หรือสนับสนุนการใช้วัสดุทดแทน แต่ยังไม่มีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและครอบคลุม.	มีมาตรการลดการใช้พลาสติกที่ชัดเจนและครอบคลุม เช่น รณรงค์ให้ผู้ค้าและผู้บริโภคลดการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว มีการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ.	มีการดำเนินมาตรการลดการใช้พลาสติกอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผลและปรับปรุงแนวทางการดำเนินงาน รวมถึงส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ค้าและผู้บริโภคอย่างเป็นรูปธรรม	มีระบบบริหารจัดการเพื่อลดการใช้พลาสติกอย่างครบวงจร ใช้นวัตกรรมหรือมาตรการจูงใจที่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน และสามารถแสดงผลเชิงปริมาณของการลดใช้พลาสติกได้				
WE-05: การจัดการน้ำ	การจัดการน้ำอย่างถูกต้องตามมาตรการ	ไม่มีมาตรการหรือแนวทางด้านความปลอดภัยทางอาหารที่ชัดเจน หรือไม่ปรากฏหลักฐานการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง	มีการดำเนินการด้านความปลอดภัยทางอาหารบางส่วน เช่น การดูแลความสะอาดพื้นที่จำหน่ายอาหาร หรือมีการประชาสัมพันธ์ด้านสุขอนามัยเป็นครั้งคราว แต่ยังไม่มีการติดตามหรือควบคุมอย่างต่อเนื่อง	มีมาตรการหรือแนวทางด้านความปลอดภัยทางอาหารที่ชัดเจน มีการตรวจสอบสุขอนามัยของพื้นที่จำหน่ายอาหาร ผู้ค้า หรือสินค้าอาหารอย่างสม่ำเสมอ พร้อมมีการให้ความรู้หรือประชาสัมพันธ์ด้านสุขอนามัยอาหารแก่ผู้ค้า	มีการดำเนินการด้านการจัดการน้ำอย่างต่อเนื่อง มีการตรวจสอบบำรุงรักษา และปรับปรุงระบบระบายน้ำหรือระบบใช้น้ำเชิงรุกอย่างสม่ำเสมอ มีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน รวมถึงมีการติดตามปัญหาและแก้ไขเพื่อลดผลกระทบด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม	มีระบบจัดการน้ำครบถ้วน ครอบคลุมการระบายน้ำ การบำบัดน้ำเสีย การตัดแยกของเสีย และการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมมีนวัตกรรมหรือแนวปฏิบัติที่ช่วยลดการใช้น้ำหรือเพิ่มการนำน้ำกลับมาใช้ใหม่ สามารถแสดงผลเชิงปริมาณหรือแนวโน้มการลดการใช้น้ำได้อย่างชัดเจน				
		การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น (Promote of Community Products: PP)								



# องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

## THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริม ของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตกับทุบจน



หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
PP-01: บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาด	บริหารสัดส่วนของสินค้าท้องถิ่นในตลาดอย่างเป็นระบบ	ตลาดมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายน้อยกว่า 30% ของสินค้าทั้งหมด และไม่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น	ตลาดมีการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นในระดับปานกลาง โดยมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายในตลาด 30-60% และจัดกิจกรรมส่งเสริมเป็นครั้งคราว.	ตลาดมีการสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง โดยมีสินค้าท้องถิ่นจำหน่ายในตลาดมากกว่า 40-60% ของสินค้าทั้งหมด พร้อมจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้าในพื้นที่เป็นประจำ	สนับสนุนสินค้าท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง สินค้าท้องถิ่นมากกว่า 50% มีการติดตามข้อมูลและจัดกิจกรรมส่งเสริมอย่างสม่ำเสมอ พร้อมปรับปรุงแนวทางเชิงรุก	มีการบริหารสัดส่วนสินค้าท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ สินค้าท้องถิ่นมากกว่า 60% พร้อมกิจกรรมส่งเสริมต่อเนื่อง มีการใช้ข้อมูลติดตามผลและพัฒนาช่องทางตลาดหรือนวัตกรรมประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน				

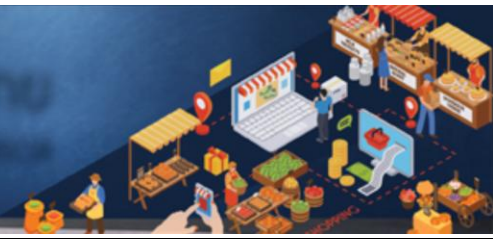




# องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

## THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณ์กับชุมชน



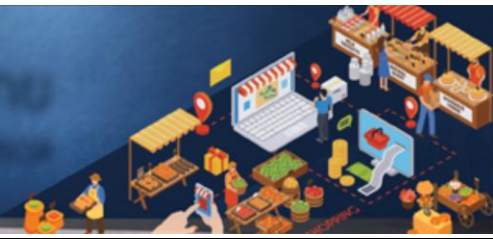
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
SS-02: การออกแบบระบบระบายอากาศ	การออกแบบระบบระบายอากาศ	ไม่มีระบบระบายอากาศที่เหมาะสมพื้นที่ภายในตลาดขาดการหมุนเวียนของอากาศอย่างเพียงพอส่งผลให้มีความอับชื้นสูงและมีกลิ่นไม่พึงประสงค์ในหลายจุด.	มีระบบระบายอากาศในบางพื้นที่ เช่น การติดตั้งพัดลมหรือช่องระบายอากาศบางจุด แต่การระบายอากาศยังไม่ทั่วถึง หรือมีปัญหาเล็กน้อยเกี่ยวกับความอับชื้นหรือกลิ่นไม่พึงประสงค์ในบางจุด.	มีระบบระบายอากาศที่มีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ช่องลมธรรมชาติร่วมกับระบบระบายอากาศเชิงกล (พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศ) เพื่อให้มีการหมุนเวียนของอากาศที่เพียงพอในทุกพื้นที่ และไม่มีปัญหากลิ่นอับหรือความชื้นสะสม.	มีการดูแลและปรับปรุงระบบระบายอากาศอย่างต่อเนื่อง ทั้งระบบธรรมชาติและระบบเชิงกล พร้อมตรวจสอบและแก้ไขปัญหาเชิงรุก มีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน	มีระบบระบายอากาศครอบคลุมทุกพื้นที่พร้อมใช้นวัตกรรมหรือระบบติดตามคุณภาพอากาศ สามารถแสดงผลด้านการลดกลิ่น ความร้อน หรือความชื้นได้เชิงปริมาณอย่างชัดเจน				
SS-03: การจัดการแสงสว่าง	การจัดการแสงสว่าง	ตลาดมีแสงสว่างไม่เพียงพอในหลายพื้นที่ เช่น ทางเดินหรือแผงลอยมืดเกินไป หรือระบบแสงสว่างเสียหายและไม่ได้รับการซ่อมแซม.	ตลาดมีการจัดการแสงสว่างเพียงบางส่วน เช่น มีแสงสว่างที่เหมาะสมในพื้นที่หลัก แต่บางพื้นที่แสงไม่เพียงพอ หรือไม่มีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ.	ตลาดมีการจัดการแสงสว่างที่เพียงพอและเหมาะสมในทุกพื้นที่ เช่น ทางเดิน พื้นที่ขายสินค้า และพื้นที่บริการ พร้อมทั้งใช้ระบบแสงสว่างที่ประหยัดพลังงานและมีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง.	มีการดูแล ตรวจสอบ และปรับปรุงระบบแสงสว่างอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านความเพียงพอ ความปลอดภัย และการประหยัดพลังงาน พร้อมหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน	มีระบบแสงสว่างครบถ้วน ครอบคลุมทุกพื้นที่ พร้อมใช้นวัตกรรมหรือระบบควบคุมประหยัดพลังงาน และสามารถแสดงผลการลดพลังงานหรือความปลอดภัยได้เชิงปริมาณอย่างชัดเจน				
SS-04: ความปลอดภัยของโครงสร้าง	ความปลอดภัยของโครงสร้าง	โครงสร้างของตลาดมีสภาพไม่ปลอดภัย เช่น พื้นหรือหลังคาชำรุด ระบบความปลอดภัยไม่ครบถ้วน และไม่มี การตรวจสอบหรือซ่อมแซมตามความจำเป็น.	โครงสร้างของตลาดมีความปลอดภัยในระดับปานกลาง โดยมีส่วนที่ต้องการการปรับปรุงหรือซ่อมแซม และไม่มีระบบบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่ส่งผลกระทบต่อการใช้งาน	โครงสร้างของตลาดมีความมั่นคง ปลอดภัย และเป็นไปตามมาตรฐานทางวิศวกรรม รวมถึงมีระบบตรวจสอบและบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ พร้อมอุปกรณ์ความปลอดภัยครบถ้วน	โครงสร้างของตลาดมีการตรวจสอบ บำรุงรักษา และปรับปรุงโครงสร้าง รวมถึงอุปกรณ์ความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง พร้อมแก้ไขจุดเสี่ยงเชิงรุก และมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน	โครงสร้างของตลาดมีการจัดการความปลอดภัยของโครงสร้างครบถ้วนพร้อมใช้นวัตกรรมหรือระบบติดตามความเสี่ยง มีข้อมูลตรวจสอบและสามารถแสดงผลด้านความปลอดภัยหรือการลดอุบัติเหตุได้เชิงปริมาณอย่างชัดเจน				



# องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

## THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตกับท้องถิ่น



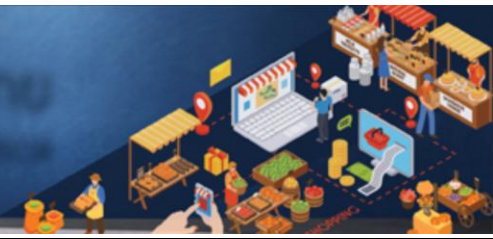
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
SS-05: การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ	การจัดสรรพื้นที่สาธารณะ	ไม่มีการจัดสรรพื้นที่สาธารณะอย่างชัดเจนหรือพื้นที่สาธารณะมีน้อยมาก ไม่สามารถรองรับการใช้งานของผู้ค้าและผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม.	มีพื้นที่สาธารณะบางส่วน เช่น ลานพักผ่อนหรือพื้นที่จัดกิจกรรม แต่ยังไม่ครบถ้วนหรือขาดการดูแลรักษาที่เหมาะสมในบางพื้นที่.	มีพื้นที่สาธารณะครบถ้วนและเพียงพอ เช่น ลานพักผ่อน พื้นที่จัดกิจกรรม และพื้นที่สีเขียว พร้อมทั้งได้รับการดูแลรักษาและจัดสรรอย่างเป็นระเบียบ.	มีการดูแลและพัฒนาพื้นที่สาธารณะอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านความสะดวก ความปลอดภัย และพื้นที่สีเขียว พร้อมปรับปรุงการใช้งานเชิงรุก และมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน	มีการจัดสรรพื้นที่สาธารณะครบถ้วนรองรับการใช้งานหลากหลาย พร้อมมีนวัตกรรมหรือกิจกรรมที่สร้างการมีส่วนร่วม และสามารถแสดงผลด้านการใช้ประโยชน์หรือความพึงพอใจได้เชิงปริมาณอย่างชัดเจน				
SS-06: การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ	การเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบ	ตลาดไม่มีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างเหมาะสม เช่น ทางเข้าที่ไม่ชัดเจน ไม่มีจุดจอดรถที่เพียงพอหรือไม่มีการเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะ.	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบในบางส่วน เช่น มีจุดจอดรถหรือการเข้าถึงระบบขนส่งสาธารณะ แต่ยังไม่เพียงพอหรือมีบางจุดที่การเข้าถึงไม่สะดวก	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างชัดเจนและครบถ้วน เช่น ทางเข้า-ออกที่เชื่อมต่อกับถนนหลักหรือระบบขนส่งสาธารณะ มีจุดจอดรถที่เพียงพอและปลอดภัย พร้อมทั้งมีป้ายบอกทางและข้อมูลที่ชัดเจนสำหรับผู้มาเยือน.	ตลาดมีการพัฒนาและปรับปรุงการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านทางเข้า-ออก จุดจอดรถ และการเข้าถึงระบบขนส่งพร้อมหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับพื้นที่โดยรอบอย่างครบถ้วน รองรับการเดินทางหลายรูปแบบพร้อมใช้นวัตกรรมหรือข้อมูลวิเคราะห์การเข้าถึง และสามารถแสดงผลด้านความสะดวกหรือจำนวนผู้ใช้บริการได้เชิงปริมาณอย่างชัดเจน				
<b>การสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน (Support of Community Economy: SCE)</b>										
SCE-01: การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน	การส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชน	ตลาดไม่มีโครงการส่งเสริมอาชีพหรือการจ้างงานในชุมชนอย่างชัดเจน และส่วนใหญ่พึ่งพาแรงงานจากภายนอกโดยไม่มีการสนับสนุนคนในชุมชน	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนบางส่วน เช่น มีการจัดกิจกรรมอบรมเป็นครั้งคราวหรือการจ้างแรงงานท้องถิ่นในบางตำแหน่ง แต่ยังขาดการดำเนินการที่ต่อเนื่อง.	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนอย่างเป็นระบบ เช่น มีโครงการอบรมพัฒนาทักษะอาชีพ การสร้างงานใหม่ และการสนับสนุนการจ้างแรงงานท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง.	ตลาดมีการส่งเสริมโครงการพัฒนาอาชีพและสนับสนุนการจ้างงานในชุมชนอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผลและปรับปรุงแนวทางเชิงรุก พร้อมหลักฐานการดำเนินงาน	ตลาดมีการส่งเสริมอาชีพและการจ้างงานในชุมชนอย่างครบถ้วน พร้อมพัฒนารูปแบบหรือโครงการใหม่ ๆ และสามารถแสดงผลด้านการจ้างงาน รายได้ หรือจำนวนผู้ได้รับประโยชน์ได้เชิงปริมาณอย่างชัดเจน				



# องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

## THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตภัณฑืชุมชน



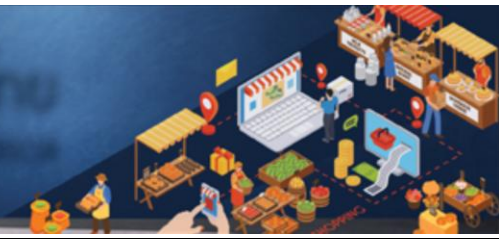
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมินที่ 1	ผู้ประเมินที่ 2	ผู้บริหารตลาดประเมินตนเอง	คะแนนรวมเฉลี่ย
SCE-02: การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน	การสนับสนุนโครงการที่ส่งเสริมเศรษฐกิจหมุนเวียน	ตลาดไม่มีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างชัดเจนหรือมีการดำเนินการในระดับต่ำ เช่น ไม่มีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพหรือไม่มี การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนบางส่วน เช่น การรีไซเคิลหรือการรณรงค์ลดการใช้พลาสติก แต่ยังขาดการบูรณาการในทุกพื้นที่หรือการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง.	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง เช่น มีระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ การนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างมูลค่าเพิ่ม และมีการส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนอย่างกว้างขวาง.	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ ทั้งด้านรีไซเคิล การลดพลาสติก และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า พร้อมติดตามผลและปรับปรุงแนวทางเชิงรุก โดยมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน	ตลาดมีการดำเนินโครงการเศรษฐกิจหมุนเวียนครบต่อเนื่อง พร้อมนวัตกรรมด้านการใช้ทรัพยากรหรือการตลาดของเสียสามารถแสดงผลเชิงปริมาณ เช่น ปริมาณขยะที่ลดลงหรือการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ได้อย่างชัดเจน				
SCE-03: การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	การส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน	ไม่มีการติดตามหรือประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชนหรือไม่มีหลักฐานยืนยันการดำเนินงาน	มีการเก็บข้อมูลหรือรับฟังความคิดเห็นเป็นบางครั้ง แต่ดำเนินการไม่สม่ำเสมอ หลักฐานไม่ครบ และไม่มีแนวทางประเมินที่ชัดเจน	มีการติดตามและประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ พร้อมจัดเก็บข้อมูลสำคัญ เช่น รายได้ผู้ค้า จำนวนผู้ใช้บริการหรือปริมาณการซื้อขาย และมีหลักฐานครบถ้วน	มีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำผลประเมินไปปรับปรุงกิจกรรมหรือแนวทางส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเปิดให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสะท้อนความคิดเห็น	มีระบบประเมินผลกระทบจริง ใช้ข้อมูลเชิงลึกหรือนวัตกรรมดิจิทัลในการวิเคราะห์และสามารถแสดงผลเชิงปริมาณได้อย่างชัดเจน เช่น รายได้หรือการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น				
SCE-04: การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน	การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจชุมชน	ตลาดไม่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างชัดเจน หรือไม่มีการจัดกิจกรรมและประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่.	ตลาดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนบางส่วน เช่น การจัดกิจกรรมหรือการประชาสัมพันธ์เป็นครั้งคราว แต่ยังขาดความต่อเนื่องหรือการบูรณาการกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน.	ตลาดมีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างชัดเจน เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การนำเสนอสินค้าและวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อหลากหลายช่องทาง.	ตลาดดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมหรือช่องทางประชาสัมพันธ์เชิงรุก พร้อมหลักฐานการดำเนินงานและการติดตามผลครบถ้วน	ตลาดมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างครบวงจร พร้อมพัฒนารูปแบบกิจกรรมหรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างความโดดเด่น สามารถแสดงผลเชิงปริมาณ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้ หรือการมีส่วนร่วมของชุมชนได้อย่างชัดเจน				



# องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

## THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริมของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตกับคู่บุญ



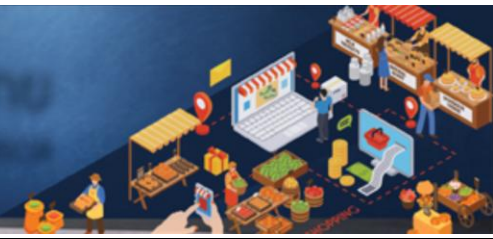
หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมิน ที่ 1	ผู้ประเมิน ที่ 2	ผู้บริหารตลาด ประเมินตนเอง	คะแนน รวมเฉลี่ย
ENG: การใช้พลังงานหมุนเวียน	การใช้พลังงานหมุนเวียน	ตลาดไม่มีการใช้พลังงานหมุนเวียนหรือมีการดำเนินการเพียงเล็กน้อยโดยไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการลดการใช้พลังงานฟอสซิลอย่างชัดเจน.	ตลาดมีการใช้พลังงานหมุนเวียนในบางส่วน เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์เฉพาะในพื้นที่หรือการทดลองใช้พลังงานหมุนเวียนในระดับจำกัด แต่ยังคงขาดการขยายผลอย่างต่อเนื่อง.	ตลาดมีการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง เช่น การติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์ในพื้นที่หลัก ระบบพลังงานชีวมวล หรือการใช้พลังงานลม ร่วมกับระบบไฟฟ้าหลัก	ตลาดมีการใช้และพัฒนาระบบพลังงานหมุนเวียนอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผลบำรุงรักษา และปรับปรุงประสิทธิภาพเชิงรุก พร้อมหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน	ตลาดมีการใช้พลังงานหมุนเวียนอย่างครบวงจร พร้อมประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมด้านพลังงาน และสามารถแสดงผลเชิงปริมาณ เช่น การลดค่าใช้จ่ายพลังงานได้อย่างชัดเจน				
TDG-01: การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	ตลาดไม่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้หรือมีการใช้อย่างจำกัด เช่น ใช้โซเชียลมีเดียเฉพาะสำหรับการประชาสัมพันธ์ แต่ไม่มีการบูรณาการเทคโนโลยีในกระบวนการจัดการตลาด	ตลาดมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในบางส่วน เช่น การใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหรือระบบชำระเงินดิจิทัล แต่ยังไม่มีการเชื่อมต่อระหว่างระบบที่ครอบคลุม.	ตลาดมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง เช่น ระบบจัดการข้อมูล การชำระเงินดิจิทัล แอปพลิเคชันสำหรับผู้ค้าและผู้บริโภค และการประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์.	ตลาดมีการใช้และพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการจัดการข้อมูล การชำระเงิน และการประชาสัมพันธ์ พร้อมติดตามผลและปรับปรุงระบบเชิงรุก โดยมีหลักฐานการดำเนินงานครบถ้วน	ตลาดมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ครอบคลุม พร้อมพัฒนานวัตกรรมหรือระบบเชื่อมโยงข้อมูลที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ และสามารถแสดงผลเชิงปริมาณ เช่น จำนวนผู้ใช้งาน ยอดธุรกรรม หรือระดับความพึงพอใจได้อย่างชัดเจน				
TDG-02: ระบบติดตามสินค้า	ระบบติดตามสินค้า	ไม่มีการใช้ระบบติดตามสินค้า หรือไม่มีหลักฐานแสดงการตรวจสอบย้อนกลับข้อมูลสินค้า	มีการใช้ระบบติดตามสินค้าในบางส่วน แต่ดำเนินการไม่สม่ำเสมอ ข้อมูลไม่ครบถ้วน และยังไม่มีความมาตรฐานการจับกับข้อมูลที่ชัดเจน	มีการใช้ระบบติดตามสินค้าอย่างต่อเนื่อง สามารถตรวจสอบข้อมูลแหล่งผลิตหรือการจำหน่ายได้ และมีหลักฐานประกอบ เช่น QR Code ฐานข้อมูล หรือเอกสารการอบรม	มีการติดตามตรวจสอบ และปรับปรุงระบบอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งส่งเสริมให้ผู้ค้าและเกษตรกรมีส่วนร่วมในการใช้งานระบบอย่างเป็นรูปธรรม	มีการใช้ระบบติดตามสินค้าอย่างครบวงจร พร้อมเชื่อมโยงข้อมูลแบบดิจิทัลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก สามารถแสดงผลสัมฤทธิ์เชิงปริมาณด้านคุณภาพ ความปลอดภัย หรือมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างชัดเจน				
ประสบการณ์ผู้ใช้บริการ (Customer and Community Satisfaction: CS)										



# องค์การตลาด กระทรวงมหาดไทย

## THE MARKET ORGANIZATION MINISTRY OF INTERIOR

เป็นกลไกทางการตลาดของกระทรวงมหาดไทยเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายต่างๆ ในการพัฒนาเกษตรฐาน และสนับสนุนส่งเสริม ของทางการกระจายสินค้าเกษตร และผลิตกับทุนอื่น



หัวข้อการประเมิน	คำอธิบาย	ระดับคะแนน 1	ระดับคะแนน 2	ระดับคะแนน 3	ระดับคะแนน 4	ระดับคะแนน 5	ผู้ประเมิน ที่ 1	ผู้ประเมิน ที่ 2	ผู้บริหารตลาด ประเมินตนเอง	คะแนน รวมเฉลี่ย
CS-01: ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ตลาดไม่มีการสำรวจ ความพึงพอใจอย่าง ชัดเจน หรือไม่มี หลักฐานเชิงประจักษ์ที่ สามารถยืนยันการ ดำเนินงานและผลการ ประเมินได้	ตลาดมีการสำรวจ ความพึงพอใจเป็นครั้ง คราว หรือดำเนินการ ไม่สม่ำเสมอ แม้มี ข้อมูลหรือรายงาน บางส่วน แต่หลักฐาน ยังไม่ครบถ้วน และยังไม่ มีแนวโน้มทางปรับปรุงที่ ชัดเจน	ตลาดมีการสำรวจ ความพึงพอใจตามรอบ ที่กำหนด พร้อมจัดทำ รายงานผล วิธีการเก็บ ข้อมูล และสรุป ข้อเสนอแนะอย่าง ครบถ้วน	ตลาดดำเนินการ สำรวจความพึง พอใจอย่าง สม่ำเสมอไม่น้อย กว่าปีละ 2 ครั้ง มี หลักฐานและวิธีการ เก็บข้อมูลครบถ้วน คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.5/5 อีกทั้งมีการวิเคราะห์ผล และปรับปรุงการ ให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ตลาดมีระบบสำรวจ ความพึงพอใจที่ ครบถ้วนและต่อเนื่อง โดยใช้เครื่องมือหรือ เทคโนโลยีดิจิทัลในการเก็บและวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงลึก มีการสำรวจอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง คะแนนเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 3.5/5 พร้อม นำผลประเมินไป พัฒนาบริการเชิงรุก และสามารถแสดงผลลัพธ์เชิงปริมาณได้อย่างชัดเจน				
CS-02: การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม	การเข้าถึงสำหรับทุกกลุ่ม	ไม่มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ ผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม หรือไม่มีหลักฐาน ยืนยันการดำเนินงาน	มีสิ่งอำนวยความสะดวก บางส่วน เช่น ทางลาดหรือที่จอดรถ ผู้พิการ แต่ดำเนินการ ไม่สม่ำเสมอ หลักฐาน ไม่ครบ และยังไม่ มีมาตรฐานการดูแล พื้นที่ที่ชัดเจน	มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกครบตามความ จำเป็น เช่น ทางลาด ห้องน้ำผู้พิการ ป้าย อักษรเบรลล์หรือ สัญลักษณ์ภาพ และที่ จอดรถผู้พิการ พร้อม ตรวจสอบและ บำรุงรักษาตามรอบ โดยมีหลักฐาน ประกอบครบถ้วน	มีการดำเนินงาน ต่อเนื่องและ ปรับปรุงพื้นที่เชิง รุกจากข้อเสนอแนะ ของผู้ใช้งาน เช่น ปรับเส้นทางสัญจร หรือเพิ่มจุดบริการ พร้อมจัดเก็บ หลักฐานและผล การปรับปรุงอย่างเป็นระบบ	มีการบริหารจัดการ ด้านการเข้าถึงอย่าง ครบวงจรและมี นวัตกรรม เช่น ระบบสื่อสารดิจิทัล สำหรับผู้พิการ พร้อม มีข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น ความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการหรือจำนวน ข้อร้องเรียนที่ลดลง อย่างชัดเจน				

(ปกใน)





หลักเกณฑ์การประเมินและคู่มือปฏิบัติตลาดต้นแบบ  
(ฉบับปรับปรุง) พ.ศ. 2569

---