

รายงานส่วนบุคคล  
(Individual Study)

เรื่อง การจัดระเบียบแฟ้มค่า การจัดการสิ่งแวดล้อม  
และปรับปรุงระบบสุขาภิบาลตลาดบางกะปิ

จัดทำโดย นางสาวนันท์ พิमान

ตำแหน่ง หัวหน้างานบริหารงานทั่วไป  
สังกัด ตลาดชุมชน สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม  
หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๔๒  
สถาบันพัฒนาทรัพยากรบุคคลกรุงเทพมหานคร  
สำนักงาน ก.ก.

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๖

๑. หัวข้อ การจัดระเบียบแผงค้า การจัดการสิ่งแวดล้อมและปรับปรุงระบบสุขาภิบาลตลาดบางกะปิ

## ๒. ความสำคัญของการศึกษา / ที่มาของการนำเสนอ

ตลาดบางกะปิ เป็นตลาดที่กรุงเทพมหานครเปิดดำเนินการภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร บริหารจัดการตลาดโดยบุคลากรสังกัดกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแหล่งสร้างงาน สร้างรายได้อีกหนึ่งแห่งหนึ่งของผู้ค้า ประชาชน ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนในเขตพื้นที่บางกะปิ ตั้งอยู่บนถนนลาดพร้าว เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร บนพื้นที่ ๕ ไร่ ๓๑ ตารางวา มีแผงค้า ๖๘๙ แผงค้า อาคารพาณิชย์ให้เช่า ๑๙ ห้อง เป็นตลาดขายส่งประเภทเนื้อสัตว์ อาหารทะเล ไข่ ผักสด ของชำ อาหารสำเร็จรูป และสินค้าเบ็ดเตล็ด มีพื้นที่บริการจอดรถยนต์และรถจักรยานยนต์ เปิดบริการระหว่างเวลา ๐๑.๐๐-๑๖.๐๐ น. ประชาชนจะเข้ามาใช้บริการมากในช่วงเวลา ๐๓.๐๐-๐๘.๐๐ น. ทำให้มีการใช้พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้ตลาดมีสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม และปัญหาการจัดการขยะ น้ำเสีย และท่อระบายน้ำอุดตัน ส่วนหนึ่งมาจากระบบการจัดการขยะของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานครและส่วนหนึ่งจากพฤติกรรมการทิ้งขยะของผู้ค้า โดยพบว่าผู้ค้าบางส่วนทิ้งขยะลงพื้น ทิ้งขยะลงท่อระบายน้ำ ทำให้ตลาดสกปรก และเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสัตว์พาหะนำโรค เช่น หนู แมลงวัน แมลงสาบ เป็นต้น ส่งผลทำให้ท่อระบายน้ำเกิดการอุดตันหมักหมมเน่าเสีย และส่งกลิ่นเหม็นสร้างมลภาวะทางกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ภายในตลาด นอกจากนี้ผู้ค้าได้วางทรัพย์สินหรือสินค้ามาวางรูกำแพงที่ทางเดินส่วนกลาง เป็นอุปสรรคในการทำความสะดวก ก่อให้เกิดปัญหาสภาพแวดล้อม ปัญหาความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยภายในตลาด รวมถึงปัญหาด้านสุขาภิบาลของตลาด ซึ่งส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของตลาดกรุงเทพมหานคร สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร จึงควรปรับปรุงระบบสุขาภิบาลของตลาดให้พร้อมใช้งานและระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยสร้างความร่วมมือผู้ค้า และผู้ใช้บริการตลาดให้มีส่วนร่วมในการดูแลสภาพแวดล้อมและการสุขาภิบาลตลาดให้ตลาดบางกะปิ มีสภาพแวดล้อมที่ดีมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีระบบสุขาภิบาลที่ดี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตลาดในการดูแลของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร

## ๓. วัตถุประสงค์

๓.๑ เพื่อปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและระบบสุขาภิบาลตลาดให้มีสภาพแวดล้อมดีมีสุขภาวะที่ดีต่อผู้มาใช้บริการตลาด

๓.๒ เพื่อแก้ไขปัญหาการวางทรัพย์สินหรือสินค้านำรูกำแพงที่ทางเดินส่วนกลางของตลาดทำให้เกิดความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยและเป็นอุปสรรคในการทำความสะดวก

๓.๓ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ตลาดสะอาด ปลอดภัย ถูกสุขอนามัยส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามาใช้บริการตลาดของกรุงเทพมหานครเพิ่มมากขึ้น ผู้ค้ามีรายได้จากการขายสินค้ามากขึ้น

## ๔. เป้าหมาย

๔.๑ จัดทำแนวทางการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและระบบสุขาภิบาลตลาดให้เป็นไปตามมาตรฐานตลาดในกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. ๒๕๕๑ จำนวน ๑ แนวทาง ภายในเดือนธันวาคม ๒๕๖๖

๔.๒ จัดทำแนวทางแก้ไขปัญหาการวางทรัพย์สินหรือสินค้านำรูกำแพงที่ทางเดินส่วนกลางของตลาด ทำให้เกิดความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยและเป็นอุปสรรคในการทำความสะดวก จำนวน ๑ แนวทาง ภายในเดือนธันวาคม ๒๕๖๖

๔.๓. จัดกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ค้าที่ทำการค้าและประชาชนในการดูแลสิ่งแวดล้อมและการสุขาภิบาลตลาด จำนวน ๑ แนวทาง ภายในเดือนธันวาคม ๒๕๖๖

## ๕. แนวคิด / หลักการที่ใช้ในการศึกษา

**๕.๑ SWOT Analysis ข้อมูลจากเว็บไซต์** [www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquater/upload](http://www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquater/upload)  
SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งที่อาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคตจะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กรและแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อมและสามารถกำหนด กลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มึน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

๕.๑.๑ จุดแข็งขององค์กร (S-Strength) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเอง ว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

๕.๑.๒ จุดอ่อนขององค์กร (W-Weakness) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือจัดให้หมดไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

๕.๑.๓ โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาค และองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็ง ขึ้นได้

๕.๑.๔ อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้

	เชิงบวก	เชิงลบ
สภาพแวดล้อมภายใน	<p><b>S</b></p> <p>จุดแข็ง (Strengths)</p>	<p><b>W</b></p> <p>จุดอ่อน (Weaknesses)</p>
สภาพแวดล้อมภายนอก	<p><b>O</b></p> <p>โอกาส (Opportunities)</p>	<p><b>T</b></p> <p>ภัยคุกคาม / อุปสรรค (Threats)</p>

ภาพที่ ๑ การวิเคราะห์ SWOT Analysis  
ที่มา: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (๒๕๕๖)

**๕.๒ TOWS Matrix** คือ เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำหรับการสร้างกลยุทธ์ใหม่จากสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร ที่มีการต่อยอดมาจาก SWOT Analysis ด้วยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกจะทำให้เกิดเป็นการวิเคราะห์ของ TOWS Matrix ได้ออกมาเป็นกลยุทธ์ ๔ รูปแบบด้วยกัน ได้แก่

๕.๒.๑ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Opportunity (ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส) กลยุทธ์ในส่วนนี้มีความสำคัญอย่างมากต่อการเติบโตขององค์กร เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่เน้นสร้างผลลัพธ์ที่ให้ประโยชน์สูงสุด ผ่านการวิเคราะห์จุดแข็งขององค์กรร่วมกับโอกาสที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในตลาดให้ดียิ่งขึ้นเนื่องจากบางครั้งจุดแข็งของเราเพียงอย่างเดียวอาจจะไม่สามารถส่งเสริมให้องค์กรเติบโตได้อย่างที่ต้องการ จึงจำเป็นต้องมองถึงโอกาสในปัจจุบันหรือโอกาสที่กำลังจะมาถึง เพื่อให้การขับเคลื่อนองค์กรเป็นไปอย่างก้าวกระโดดหรือที่เรียกกันว่า “ถูกจุด ถูกเวลา”

๕.๒.๒ กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Opportunity (ใช้โอกาสลดจุดอ่อน) ทุกองค์กรล้วนมีจุดอ่อน ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องกระบวนการดำเนินงาน หรือการที่ธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาด โดยบางครั้งการลดจุดอ่อนอาจเป็นเรื่องของจังหวะเวลา ที่จะเป็นตัวช่วยให้ให้องค์กรแก้ไขจุดอ่อนหรือลดทอนจุดอ่อนของตนเองลงไปได้

๕.๒.๓ กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) เป็นการจับคู่ระหว่าง Strength และ Threat (ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค) เป็นการใช้จุดแข็งที่มีอยู่มาป้องกันหรือหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องทรัพยากรบุคคลหรือเครื่องมือในองค์กรก็ตาม เนื่องจากหลายองค์กรที่กำลังเติบโตอย่างมาก มักมีความต้องการใช้จุดแข็งเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์เชิงรุกเพียงอย่างเดียว จนอาจมองข้ามการนำจุดแข็งมาเตรียมรับมือกับอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นดังนั้นการวางกลยุทธ์ที่ดีไม่ใช่แค่เพียงการมุ่งไปข้างหน้า แต่ยังจำเป็นต้องระมัดระวังตัวให้รอบด้าน เพราะมิฉะนั้นอาจทำให้ธุรกิจสะดุดหรือล้มได้

๕.๒.๔ กลยุทธ์เชิงรับ (WT) เป็นการจับคู่ระหว่าง Weakness และ Threat (แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค) กลยุทธ์แบบนี้จะแตกต่างจากอีก ๓ กลยุทธ์ที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากมีไว้เพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่ถ้าโหมเข้ามา ไม่ได้ใช้เพื่อหวังมุ่งไปข้างหน้า แต่เป็นกลยุทธ์เชิงรับที่มีไว้เพื่อพายุสถานการณ์ของที่เกิดขึ้นไม่ให้แย่งลง ด้วยการพยายามบรรเทาปัญหาหรือหลีกเลี่ยงไม่ให้ปัญหาเกิดเพิ่มคล้าย ๆ กับกลยุทธ์เชิงป้องกัน ซึ่งบางครั้งเราอาจจะไม่จำเป็นต้องเดินหน้าทุกครั้ง แต่ต้องหยุด เพื่อที่จะรอเวลาและโอกาสเหมาะสมให้สามารถดำเนินกิจการต่อได้อย่างยั่งยืน หรือแม้แต่กระทั่งการวางแผนใหม่ด้วยการเปลี่ยนเส้นทาง รูปแบบการดำเนินงานบางอย่าง

ปัจจัยภายใน \ ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
1	1	1
2	2	2
3	3	3
<b>โอกาส (Opportunity)</b>	<b>SO</b> ใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส <b>(กลยุทธ์เชิงรุก)</b>	<b>WO</b> ใช้โอกาสลดจุดอ่อน <b>(กลยุทธ์เชิงแก้ไข)</b>
<b>อุปสรรค (Threat)</b>	<b>ST</b> ใช้จุดแข็งรับมืออุปสรรค <b>(กลยุทธ์เชิงป้องกัน)</b>	<b>WT</b> แก้ไขจุดอ่อนและเลี่ยงอุปสรรค <b>(กลยุทธ์เชิงรับ)</b>

ภาพที่ ๒ การวิเคราะห์ TOWS Matrix

ที่มา:Kris Piroj(๒๐๑๗)

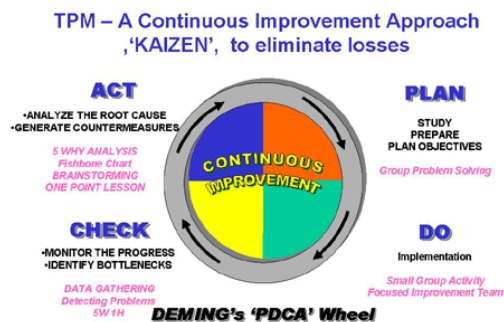
**๕.๓ วงจร (PDCA)** คือแนวคิดที่ถูกคิดค้นโดย Dr. Edwards W. Deming เกี่ยวกับวงจร PDCA ที่เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญสำหรับการวางแผนแก้ปัญหาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นที่นิยมใช้เป็นอย่างมากในประเทศญี่ปุ่น ยิ่งเฉพาะบริษัท TOYOTA ที่ถือเป็นองค์กรขนาดใหญ่ระดับโลกยังมีการนำหลักการ PDCA นี้มาใช้ในกระบวนการผลิตรถยนต์ และพัฒนาจนกลายเป็น TOYOTA WAY อย่างที่รู้จักกันในปัจจุบัน ดังนั้น จึงพิสูจน์แล้วว่าหลักการ PDCA สามารถนำมาใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานขององค์กรให้ดีขึ้นได้แม้กระทั่งองค์กรนั้นไม่ได้เกี่ยวข้องกับการผลิตในอุตสาหกรรม เพราะหลักการ PDCA Plan-Do-Check-Act สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับทุกงานแม้กระทั่งการดำเนินชีวิตประจำวันแบ่งแยกได้เป็นดังนี้

๕.๓.๑ การวางแผนงานและกำหนดวิธีการ (Planning) หลังจากเรามีเป้าหมายแล้ว เราต้องนำเป้าหมายนั้นมากำหนดรายละเอียด สิ่งที่ต้องทำโดยเรียงตามลำดับความสำคัญ รายละเอียดขั้นตอน ปัจจัยต่างๆที่ต้องใช้ ระยะเวลาเริ่มต้น-สิ้นสุด บุคคลหรือทีมงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอน และที่สำคัญที่สุดคือ ตัวชี้วัดผล (KPI) เนื่องจากแผนงานหมายถึง เราจะเดินทางไปสถานที่นั้นด้วยวิธีไหนไปถึงเมื่อไหร่ ดังนั้น ตัวชี้วัดจึงเป็นตัวที่จะคอยบอกว่าวิธีการที่เราเลือกใช้นั้นถูกต้องหรือไม่ เร็ว-ช้าอย่างไร ทรัพยากรที่ใช้ไปเป็นไปตามแผนหรือเกินกว่าที่กำหนดไว้ เพื่อที่จะได้ปรับแผนหรือวิธีได้อย่างทันท่วงที

๕.๓.๒ การลงมือปฏิบัติ (Do) ขั้นตอนนี้คือการลงมือปฏิบัติตามแผนงานและวิธีการที่เรา กำหนดไว้อย่างมีวินัย ทักษะการบริหารต่างๆจะถูกหยิบมาใช้ในระยการลงมือปฏิบัตินี้ เช่น การบริหารเวลาให้ได้ตามแผนการประชุมเพื่อตรวจสอบความคืบหน้า การมอบหมายงานเพื่อแบ่งเบาภาระ เป็นต้น ในเรื่องนี้นอกเหนือจากการทำงาน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาตัวเอง การออกกำลังกาย หรือการบริหารการเงินส่วนบุคคล ย่อมต้องใช้วินัยและการบริหารด้านต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน

๕.๓.๓ การตรวจสอบ (Check) หลังจากเราเริ่มลงมือปฏิบัติไปได้สักระยะ ต้องเริ่มทำการตรวจสอบความคืบหน้าของสิ่งที่เราได้ลงมือปฏิบัติไปนั้นว่าเป็นไปตามแผนงานหรือไม่ ซึ่งสิ่งที่จะบ่งบอกได้ก็คือตัวชี้วัดที่เรากำหนดไว้นั้นเอง ถ้าจุดที่เราตรวจสอบได้ผลลัพธ์ตามตัวชี้วัดที่เราตั้งไว้หรือดีกว่า แสดงว่าวิธีการที่เราเลือกใช้นั้นยังคงถูกต้อง แต่ถ้าตรวจสอบออกมาแล้วผลปรากฏว่าต่ำกว่าตัวชี้วัดที่ตั้งไว้ถือเป็นสัญญาณเตือนว่ามีความผิดปกติบางอย่างเกี่ยวกับแผนงานหรือวิธีการที่เรากำหนดไว้ในตอนแรก

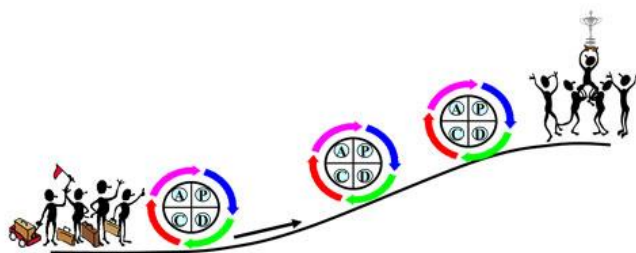
๕.๓.๔ การปรับปรุง (Act / Action) ขั้นตอนนี้คือการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนวิธีการหรือทรัพยากรบางอย่างเพื่อให้ผลลัพธ์กลับมาอยู่ในแผนงานหรือเส้นทางสู่เป้าหมายตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในครั้งแรก ซึ่งกระบวนการปรับปรุงเริ่มจากการวิเคราะห์หาสาเหตุที่ทำให้ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามที่เราวางแผนหรือกำหนดไว้ ว่าเกิดจากองค์ประกอบหรือปัจจัยภายใน/ภายนอกใดบ้างแล้ว จึงมากำหนดมาตรการแก้ไขปรับปรุงต่อไป



ภาพที่ ๓ วงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA : Plan-Do-Check-Act

ที่มา : ทีมงานเอ็นเทรนนิ่ง (๑๔ กันยายน ๒๕๖๑)

การ P-D-C-A อย่างต่อเนื่องหลังจากเรากำหนดมาตรการแก้ไขแล้วจึงนำมาปรับเปลี่ยนแผนงานให้สอดคล้องกับวิธีการและทรัพยากรที่กำหนดขึ้นมาใหม่โดยยังคงคำนึงถึงการกำหนดตัวชี้วัดที่เหมาะสม แล้วจึงเริ่มลงมือปฏิบัติ ตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไข ตามวงจร P-D-C-A อย่างต่อเนื่องจนบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และหลังจากบรรลุเป้าหมายตามที่ ตั้งใจไว้ครั้งแรกแล้ว เรายังคงใช้หลักการ PDCA อย่างต่อเนื่องได้ด้วยการยกระดับของเป้าหมายให้สูงขึ้น แล้วจึงมากำหนดแผนงานวิธีการที่เหมาะสม แล้วจึงเริ่มเข้าสู่วงจร วางแผน – ลงมือปฏิบัติ – ตรวจสอบ – ปรับปรุง/แก้ไข ได้เช่นกัน

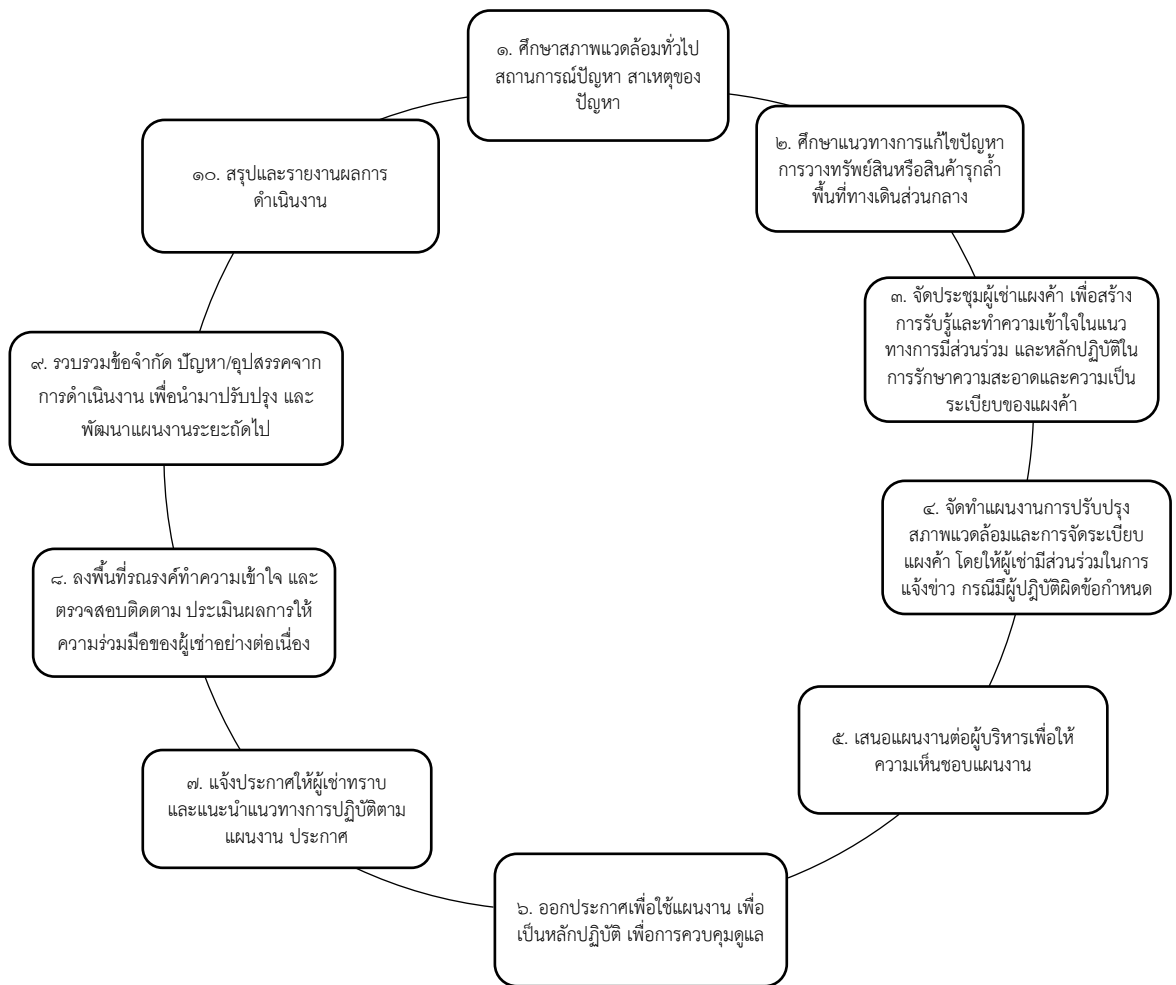


ภาพที่ ๔ การ PDCA อย่างต่อเนื่องและยกระดับเป้าหมายให้สูงขึ้น  
ที่มา : ทีมงานเอ็นทรนนิ่ง (๑๔ กันยายน ๒๕๖๑)

**๕.๔ การสร้างและบริหารเครือข่ายในยุคปัจจุบัน (Network) “เครือข่าย”** หมายถึง รูปแบบของการประสานงานกลุ่มของคนหรือองค์กรที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลระหว่างกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกัน ช่วยเหลือกัน โดยการติดต่ออาจทำได้ทั้งที่ผ่านศูนย์กลางแม่ข่ายหรือแกนนำ หรืออาจไม่มีแม่ข่ายหรือแกนนำแต่จะทำการติดต่อโดยตรงระหว่างกลุ่ม ซึ่งจะมีการจัดรูปแบบหรือจัดระเบียบโครงสร้างที่คนหรือองค์กรสมาชิกยังคงมีความเป็นอิสระ โดยที่อาจมีรูปแบบการรวมตัวแบบหลวมๆ เฉพาะกิจตามความจำเป็นหรือเป็นโครงสร้างที่มีความสัมพันธ์ชัดเจน

**๕.๕ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและพฤติกรรม (KAP)** ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับตัวแปร ๓ ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้เข้าแวงค้าและประชาชน รับข้อมูลข่าวสารอันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้เข้าแวงค้าและประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารแล้ว จะทำให้เกิดความรู้เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ที่ตลาดบางกะปิสื่อสารไปยังผู้เข้าแวงค้าและประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

จากแนวคิด/หลักการ PDCA ที่ใช้ในการศึกษานำไปสู่แนวทางการดำเนินการของตลาดบางกะปิ  
 ดังแผนผังนี้



ภาพที่ ๕ แผนผังแนวทางการส่งเสริมให้ผู้ค้า ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมารทัง  
 ขยะมูลฝอยและการวางสินค้า/สิ่งของ  
 ที่มา : สุชานันท์ พิमान (๒๕๖๖๗)

**๕.๖ วิสัยทัศน์การบริหารสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร “ตลาดของกรุงเทพมหานคร  
 คุณภาพระดับสากลเพื่อประชาชนทุกระดับ”** และพันธกิจ ๑๐ ข้อ ของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร  
 จึงได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการและพัฒนาระบบการปฏิบัติงานเพื่อพัฒนากิจการตลาดให้  
 สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ให้ประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ ซึ่งสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร  
 เป็นหน่วยงานในสังกัดของกรุงเทพมหานคร จึงมีภารกิจให้เป็นที่พึ่งของผู้ค้า ประชาชนทั่วไปได้มีสถานที่  
 ประกอบการค้าขาย เป็นแหล่งสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้คนกรุงเทพมหานคร มาเป็นระยะ  
 เวลานานกว่า ๖๐ ปี ภายใต้เงื่อนไขที่สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร จะต้องมียาได้เพียงพอในการ  
 เลี้ยงตัวเองไปพร้อมกับพัฒนาขีดความสามารถในการพัฒนาตลาดให้ได้มาตรฐานตามกฎกระทรวง  
 ว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.๒๕๕๑ ตามพันธกิจข้อที่ ๑ มาตรฐานสากล และพันธกิจข้อที่ ๗  
 พัฒนาสภาพแวดล้อมของตลาดที่ดี



### ภาพที่ ๕ พันธกิจของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร ๑๐ ข้อ

ที่มา : สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร (๒๕๖๕)

#### ๕.๗ การบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดระเบียบตลาดของตลาดบางกะปิ

มาตรฐานตลาดในกฎกระทรวงว่าด้วยสัญลักษณ์ของตลาด พ.ศ. ๒๕๕๑ กำหนดมาตรฐานตลาดบางกะปิเป็นตลาดประเภทที่ ๑ ที่มีลักษณะเป็นตลาดที่มีโครงสร้างถาวร ต้องมีส่วนประกอบของสถานที่และสิ่งปลูกสร้าง เพื่อประโยชน์ในการป้องกันเหตุรำคาญมลพิษที่เป็นอันตรายหรือการระบาดของโรคติดต่อ ตลาดต้องไม่กระทำการและต้องควบคุมดูแลมิให้ผู้ใดกระทำการดังต่อไปนี้

- (๑) จำหน่ายอาหารที่ไม่สะอาดหรือไม่ปลอดภัยตามกฎหมายว่าด้วยอาหารในตลาด
- (๒) นำสัตว์ทุกชนิดเข้าไปในตลาดเว้นแต่สัตว์ที่นำไปขังไว้ในที่ขังสัตว์เพื่อจำหน่าย
- (๓) ฆ่าหรือชำแหละสัตว์ใหญ่เช่นโคกระบือแพะแกะหรือสุกรในตลาดรวมทั้งฆ่าหรือชำแหละสัตว์ปีกในกรณีที่เกิดการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่ที่ติดต่อมาจากสัตว์ในเขตท้องถิ่นนั้น
- (๔) สะสมหรือหมักหมมสิ่งหนึ่งสิ่งใดในตลาดจนทำให้สถานที่สกปรกรกรุงรังเป็นเหตุรำคาญเกิดมลพิษเป็นอันตรายหรือเป็นที่เพาะพันธุ์สัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรค
- (๕) ถ่ายเทหรือทิ้งมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูลในที่อื่นใดนอกจากที่ซึ่งจัดไว้สำหรับรองรับมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูล

การควบคุมผู้ขายและผู้ช่วยขายของในตลาดต้องปฏิบัติและให้ความร่วมมือกับตลาดในเรื่องดังต่อไปนี้

- (๑) การจัดระเบียบและกฎเกณฑ์ในการรักษาความสะอาดของตลาด
- (๒) การจัดหมวดหมู่สินค้า
- (๓) การดูแลความสะอาดและแผงจำหน่ายสินค้าของตนเอง
- (๔) การรวบรวมมูลฝอยลงในภาชนะรองรับที่เหมาะสม

- (๕) การล้างตลาด
- (๖) การเข้ารับการฝึกอบรมด้านสุขาภิบาลอาหารและอื่นอันตามหลักเกณฑ์ที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนดโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข
- (๗) ให้วางสินค้าบนแผงจำหน่ายสินค้าหรือขอบเขตที่กำหนด โดยห้ามวางสินค้าล้ำแผงจำหน่ายสินค้าหรือขอบเขตที่กำหนด และห้ามวางสินค้าสูงจนอาจเกิดอันตรายหรือส่งผลกระทบต่อระบบการระบายอากาศและแสงสว่างทั้งนี้ตามที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนดโดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข
- (๘) ห้ามวางสินค้าประเภทวัตถุอันตรายปะปนกับสินค้าประเภทอาหาร
- (๙) ให้วางสินค้าประเภทอาหารเครื่องดื่มและภาชนะอุปกรณ์ในขอบเขตที่กำหนด โดยสูงจากพื้นตลาดไม่น้อยกว่า ๖๐ ให้วางสินค้าประเภทอาหารเครื่องดื่มและภาชนะอุปกรณ์ในขอบเขตที่กำหนดโดยสูงจากพื้นตลาดไม่น้อยกว่า ๖๐ เซนติเมตร
- (๑๐) ห้ามเก็บสินค้าประเภทอาหารไว้ได้แผงจำหน่ายสินค้าเว้นแต่อาหารในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร หรืออาหารที่มีการป้องกันการเน่าเสีย และปกปิดมิดชิด ทั้งนี้ต้องมีการรักษาความสะอาดและป้องกันสัตว์หรือแมลงที่เป็นพาหะนำโรค
- (๑๑) ห้ามต่อเติมแผงจำหน่ายสินค้าเว้นแต่จะได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น โดยคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุข

**๕.๘ สัญญาเช่าแผงค้าถาวร** ตลาดบางกะปิ มีข้อกำหนดไว้เป็นหลักปฏิบัติของผู้เช่าด้านความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย ดังนี้

ข้อ ๘ ผู้เช่าต้องรักษาดูแลทรัพย์สินที่เช่าให้อยู่ในสภาพดี ต้องรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยตามกฎหมาย อีกทั้งต้องละเว้นไม่กระทำการใด ๆ อันจะเป็นเหตุให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญ หรือเสื่อมสุขภาพอนามัยแก่บุคคลอื่น หรือผู้อยู่ใกล้เคียง

ผู้เช่าสัญญาว่าจะไม่กระทำการใด ๆ เป็นการกีดขวางการจราจรทางเท้า และจะวางสิ่งของอยู่ในขอบเขตที่สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานครจัดไว้ ถ้าวางล้ำออกมาให้ถือว่าวางสิ่งของกีดขวาง โดยผู้เช่าตลาดยินยอมให้สิทธิ์ของผู้ให้เช่าที่จะยกสิ่งกีดขวางออกไปให้พ้นทาง และจัดการให้แลดูเป็นระเบียบเรียบร้อยได้

ข้อ ๙ ผู้เช่าสัญญาว่าจะดูแลทางเดินเท้าบริเวณหน้าแผงค้าที่เช่า ซึ่งหากจากแผงค้าระยะตั้งฉากขึ้นไปถึงกึ่งกลางของทางเดินเท้า ห้ามมิให้ผู้ใดหรือยินยอมให้บุคคลหนึ่ง บุคคลใดนำสินค้ามาวางรุกล้ำบนทางเดินเท้า หรือแม้จะเป็นสินค้าของผู้เช่าเองก็ตาม หากฝ่าฝืนผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่าปรับครั้งละ ๕๐๐ บาท (ห้าร้อยบาทถ้วน) และผู้เช่ายินยอมให้ผู้ให้เช่ายกสิ่งของที่นำมาตั้งวางกีดขวางบนทางเท้าโดยจะนำไปเก็บไว้ตามที่เห็นสมควรก็ได้

ข้อ ๑๐ ผู้เช่าสัญญาว่าจะไม่สะสม หมักหมม หรือเททิ้งสิ่งหนึ่งสิ่งใดบนทางเท้าหรือบริเวณใดก็ตามในตลาด ทำให้สถานที่สกปรกรกรุงรัง หรือมีกลิ่นเหม็น และผู้เช่าจะต้องจัดให้มีภาชนะรองรับมูลฝอย หรือถุงขยะใส่มูลฝอยที่ถูกสุขลักษณะและจะไม่ถ่ายเททิ้งมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูลในที่อื่นนอกจากที่ที่ซึ่งจัดไว้สำหรับรองรับมูลฝอยหรือสิ่งปฏิกูล

## ๖. แนวทางการดำเนินการ / ระยะเวลา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

### ๖.๑ แนวทางและขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้ (Plan)

๖.๑.๑ ศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไป สถานการณ์ปัญหา สาเหตุของปัญหา และความคิดเห็นของผู้เช่าและประชาชนที่มีต่อสภาพแวดล้อม ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของตลาด

จากการบริหารจัดการตลาดบางกะปิที่ผ่านมาจะใช้หลักการเจรจาประนีประนอมในการควบคุม ดูแล หรือบังคับใช้ระเบียบและสัญญาเกี่ยวกับการทิ้งขยะมูลฝอยและการวางทรัพย์สินหรือสินค้าบนพื้นที่ทางเดินส่วนกลาง จึงทำให้ผู้ค้าเกิดความเคยชินจากการผ่อนผันและมาเอาจริงเอาจังกับการใช้ระเบียบและสัญญาเข้ามาบังคับใช้ให้เกิดรูปธรรม ส่งผลกระทบให้สภาพแวดล้อมภายในตลาดมีการวางสิ่งของหรือสินค้าบนพื้นที่ส่วนกลาง เกิดปัญหาด้านขยะมูลฝอยและท่อระบายน้ำอุดตัน มีมลภาวะทางกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์ที่เป็นพาหะนำโรคจำนวนมาก เมื่อเจ้าหน้าที่ตลาดลงพื้นที่ขอความร่วมมือในการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของแผงค้ากับผู้เช่าแผงค้าในตลาดบางกะปิ มักจะถูกเมินเฉยต่อข้อเสนอในการขอความร่วมมือจากผู้เช่า ตลาดบางกะปิ จึงยังคงประสบปัญหาสภาพแวดล้อมและความไม่เป็นระเบียบของแผงค้าในปัจจุบัน

๖.๑.๒ ศึกษาแนวทางการแก้ไขปัญหาการวางทรัพย์สินหรือสินค้ารูก้าพื้นที่ทางเดินส่วนกลางแนวทางการแก้ปัญหาการทิ้งขยะมูลฝอยของผู้เช่าในตลาดบางกะปิ ทั้งพฤติกรรมผู้เช่า การบังคับใช้กฎหมาย ระเบียบ ข้อกำหนด และเงื่อนไขของสัญญาเช่าแผงค้า เพื่อให้ผู้ปฏิบัตินำมาใช้บังคับอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งศึกษาเกณฑ์มาตรฐานตลาดตามกฎหมาย มาตรฐานตลาดสดน่าซื้อ แนวคิด ทฤษฎี กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องการจัดการสิ่งแวดล้อมและระบบสุขาภิบาล กรณีศึกษาตลาดสดที่ประสบความสำเร็จในการจัดการสภาพแวดล้อมและความเป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างความร่วมมือของผู้เช่า และประชาชนที่มาใช้บริการในการเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ การสร้างแรงจูงใจ การให้ความร่วมมือในการจัดระเบียบแผงค้าและการรักษาความสะอาดภายในตลาด เช่น การให้รางวัลหรือป้ายรับรองแผงค้าดีเด่น เป็นต้น

๖.๑.๓ จัดประชุมผู้เช่าแผงค้า ประชาชน โดยเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สำนักงานสิ่งแวดล้อม ฝ่ายรักษาความสะอาดและสวนสาธารณะ เขตบางกะปิ มาเป็นวิทยากรให้ความรู้กฎหมาย ด้านสุขลักษณะและสุขอนามัยของตลาดอย่างต่อเนื่อง สร้างความตระหนักถึงประโยชน์ของการปฏิบัติให้ถูกต้องตามระเบียบแก่ผู้เช่าและประชาชนได้รับรู้และทำความเข้าใจในแนวทางการมีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดระเบียบแผงค้าภายในตลาดบางกะปิ และหากไม่ปฏิบัติตามอาจส่งผลให้สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานครออกเลิกสัญญาได้

เพื่อให้การแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อม ความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยภายในตลาดบางกะปิ ให้ได้รับการแก้ไขอย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม จากการดำเนินการตามระเบียบ ข้อกำหนด ประกาศและเงื่อนไขอื่น ๆ ตลอดจนเกิดการมีส่วนร่วมของผู้เช่าแผงค้า ใช้แนวคิดการวิเคราะห์ SWOT Analysis ตัวอย่างดังตาราง

## ตาราง ๑ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในตลาดบางกะปิ

สภาพแวดล้อมภายในองค์กร(Internal Environment)	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weaknesses)
S๑ โครงสร้างอาคารตลาดมีความมั่นคง แข็งแรง	W๑ ระบบท่อระบายน้ำภายในตลาดมีความชำรุดทรุดโทรมขาดการซ่อมบำรุง
S๒ มีระเบียบข้อกฎหมายและเงื่อนไขของสัญญาเช่ากำหนดไว้ให้ต้องปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลตลาดและหลักสุขลักษณะของตลาดอย่างชัดเจน	W๒ ตลาดมีการรณรงค์ หรือมีการจัดประชุมผู้ค้า เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในข้อกฎหมายด้านสุขาภิบาลตลาดและหลักสุขลักษณะของตลาดน้อยเกินไป
S๓ การจัดวางผังแผงค้าภายในตลาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และกำหนดพื้นที่ระหว่างแผงค้ากับพื้นที่ส่วนกลางชัดเจน	W๓ ตลาดไม่มีพนักงานรักษาความปลอดภัยภายในตลาดและมีบุคลากรน้อยเกินไปในการลงพื้นที่ตรวจสอบ ตรวจจับและการจัดระเบียบแผงค้า
S๔ สภาพโครงสร้างอาคารโปร่ง ระบบไฟฟ้าประปาใช้งานได้ดี รวมทั้งสภาพภายในตลาดยังมีสภาพใหม่ยังไม่ชำรุดทรุดโทรม	W๔ เจ้าหน้าที่ตลาดยึดหยุดหย่อนมากเกินไป ทำให้มีการทิ้งมูลฝอย และวางสินค้า หรือสิ่งของบนทางเท้าหรือพื้นที่ส่วนกลางทำให้ตลาดสกปรกไม่เป็นระเบียบ
S๕ ตลาดระดมระบบสาธารณูปโภคครบถ้วนสมบูรณ์	W๕ ช่วงเวลาทำการค้าส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลากลางคืน ทำให้ไม่มีบุคลากรมาควบคุมการประกอบกิจกรรมการค้าภายในตลาด
S๖ สภาพการค้าขายภายในตลาดมีสภาพคล่องในการค้าค่อนข้างสูง และมีความต้องการสิทธิการเช่าจำนวนมาก	W๖ ตลาดไม่ได้ดำเนินการลงโทษอย่างจริงจังกับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อกำหนดต่าง ๆ

**ตาราง ๒ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร**

<b>สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร(External Environment)</b>	
<b>โอกาส (Opportunity)</b>	<b>อุปสรรค (Threat)</b>
O๑ มีหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้ผู้เช่าแผงค้าประชาชน ได้ตระหนักถึงหลักสุขาภิบาลตลาดและสุขลักษณะของตลาด	T๑ บุคคลภายนอกที่ไม่ได้เช่าแผงค้าตลาด ลักลอบนำขยะเข้ามาทิ้งภายในตลาดโดยไม่ได้รับอนุญาต
O๒ ในอนาคต ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อนุมัติให้สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร ปรับปรุงโครงสร้างอัตราค่าล้างใหม่ให้ตลาดบางกะปิมีพนักงานรักษาความปลอดภัยและพนักงานตรวจตลาด เพื่อตรวจสอบ ควบคุมกิจกรรมการค้าภายในตลาด	T๒ ในโครงสร้างอัตราค่าล้างของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๖๔ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร อนุมัติกำหนดให้ตลาดบางกะปิมีอัตราค่าล้าง เพียง ๔ อัตรา โดยไม่มีพนักงานรักษาความปลอดภัยและไม่มีพนักงานปฏิบัติงานทั่วไป
O๓ ผู้เช่าแผงค้าตระหนักถึงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับและปฏิบัติตามที่สำนักงานตลาดกำหนดอย่างเคร่งครัด	T๓ ผู้เช่าขาดความรู้ความเข้าใจในข้อกำหนด ระเบียบข้อบังคับ และเงื่อนไขที่ต้องปฏิบัติตามที่กำหนดไว้

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ของการบังคับใช้ข้อกำหนดและเงื่อนไขของสัญญาเช่าของตลาดบางกะปಿನำมาสร้างกลยุทธ์ TOW Matrix เป็นกลยุทธ์ ๔ รูปแบบ ดังตาราง

<b>กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</b>	<b>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</b>
S๑O๑ จัดทำแนวทางการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงการปฏิบัติตาม ระเบียบ ข้อกำหนด ประกาศและเงื่อนไขสัญญาเช่าแผงค้า	W๑O๑ สร้างเครือข่ายผู้เช่าแผงค้าในการช่วยกัน ตรวจสอบแผงค้าที่ทำผิดระเบียบ ข้อกำหนด ประกาศ และเงื่อนไขสัญญาเช่าแผงค้า
S๑O๒ ส่งเสริมการปฏิบัติตามมาตรฐานตามที่ กฎกระทรวงกำหนด ตลาดสดน่าซื้อ มีป้ายรับรอง แผงค้าที่ได้มาตรฐานที่กำหนดตลอดจนการสร้าง แรงจูงใจในการต่อสัญญาเช่าสำหรับผู้เช่าที่ปฏิบัติตามข้อกำหนดของตลาด	W๑O๒ สื่อสารที่ประชาสัมพันธ์ รณรงค์ให้ผู้เช่า แผงค้าให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามแผน ระเบียบ ข้อกำหนด ประกาศและเงื่อนไขของ สัญญาเช่าแผงค้า
<b>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)</b>	<b>กลยุทธ์เชิงรับ (WT)</b>
S๑T๑ จัดทำคู่มือให้ผู้เช่าทราบและปฏิบัติตาม ระเบียบข้อกำหนดและเงื่อนไขของสัญญาเช่า กำหนดไว้ของตลาดอย่างชัดเจน	W๑T๑ รณรงค์ หรือมีการจัดประชุมผู้ค้า เพื่อ สร้างความรู้ ความเข้าใจในข้อกำหนดด้าน สุขาภิบาลตลาดและร่วมดำเนินการตามแผน
S๑T๒ จัดเจ้าหน้าที่ชุดตรวจลงพื้นที่ตรวจสอบ ติดตามและประเมินผลการให้ความร่วมมือของผู้ เช่าอย่างต่อเนื่อง	W๑T๒ เจ้าหน้าที่เชิญผู้เช่าที่ไม่ปฏิบัติตาม ข้อกำหนดมาพูดคุยรับทราบปัญหารายบุคคล หากไม่มีการแก้ไข ตลาดต้องดำเนินการตาม ระเบียบและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในระเบียบ ข้อกำหนด หรือสัญญาเช่า

จากการวิเคราะห์ TOWS Matrix โดยการจับคู่สถานการณ์ภายในและสถานการณ์ภายนอกทำให้พบจุดอ่อนในการใช้ระเบียบ ข้อกฎหมายและเงื่อนไขของสัญญาเช่าแผงค้าที่ยังไม่ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด แต่มักใช้หลักการเจรจาประนีประนอมมากกว่าการบังคับใช้ระเบียบ ข้อกฎหมาย และเงื่อนไขของสัญญาเช่าแผงค้า ทำให้ผู้เช่าแผงค้าไม่เกรงกลัวต่อการปฏิบัติที่ผิดจากระเบียบ ข้อกฎหมายและเงื่อนไขของสัญญาเช่าแผงค้าดังกล่าว ดังนั้นจึงควรใช้กลยุทธ์กลยุทธ์ ๔ รูปแบบดังกล่าวข้างต้น มากำหนดแผนงานแนวทางการแก้ไขปัญหาสภาพแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อมและการระเบียบแผงค้าภายในตลาดบางกะปิ

๖.๑.๔ จัดทำแผนงานการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดระเบียบแผงค้าภายในตลาดบางกะปิตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ. ๒๕๕๑ จัดทำแผนเน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เช่าแผงค้าและผู้ให้บริการตลาดให้มีส่วนร่วมการจัดกิจกรรมส่งเสริมในการดูแลสุขภาพแวดล้อมและการสุขาภิบาลตลาดกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน/โครงการ ตลอดจนกำหนดภารกิจหรือความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ระยะเวลาดำเนินการและจัดทำเป็นแนวทางการดำเนินการ ประกอบด้วย ๗ ด้านรายละเอียดในแต่ละด้านปรากฏตามภาคผนวก ๑ ดังนี้

- (๑) ด้านการทำความสะอาด
- (๒) ด้านความปลอดภัยของอาหาร
- (๓) ด้านการจัดระเบียบแผงค้า
- (๔) ด้านโครงสร้างพื้นฐานภายในตลาด
- (๕) ด้านการสื่อสารภายในตลาด
- (๖) ด้านการประชาสัมพันธ์
- (๗) ด้านการบริหารจัดการ

๖.๑.๕ นำเสนอแผนต่อผู้บริหารสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นชอบแผนงาน และออกประกาศเพื่อใช้เป็นหลักปฏิบัติ โดยนำกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและหลักเกณฑ์เงื่อนไขอื่น ๆ มาใช้ประกอบในการออกประกาศประชาสัมพันธ์กิจกรรมการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดระเบียบแผงค้าเพื่อสร้างการรับรู้ของประชาชนทั่วไป ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ D = Do

๖.๑.๖ ออกประกาศ เพื่อให้ผู้ค้าประชาชนทราบแผนการดำเนินการ และใช้เป็นหลักปฏิบัติในการรักษาสภาพแวดล้อมในตลาดบางกะปิ และการวางสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ

๖.๑.๗ แจ้งประกาศให้ผู้เช่าแผงค้าทราบ พร้อมทั้งติดประกาศให้ทราบโดยทั่วไป เพื่อให้ผู้เช่าแผงค้า ประชาชนทราบและใช้เป็นหลักปฏิบัติ

๖.๑.๘ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ที่รณรงค์ทำความเข้าใจ และตรวจสอบ ติดตามและประเมินผลการให้ความร่วมมือของผู้ค้าภายในตลาดบางกะปิและการบังคับใช้ตามข้อกำหนดในประกาศของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานครให้เกิดผลเป็นรูปธรรม C = Check

๖.๑.๙ รวบรวมข้อจำกัด ปัญหา/อุปสรรคจากการดำเนินงานเพื่อมาปรับปรุงและพัฒนาแผนปฏิบัติการส่งเสริมให้ผู้เช่าแผงค้าและประชาชนได้ตระหนักและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมรวมทั้งขยะมูลฝอยในตลาด การจัดวางสินค้าและสิ่งของ ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการจัดระเบียบแผงค้า การจัดการสภาพแวดล้อมตลาดและการทิ้งขยะมูลฝอยภายในตลาดบางกะปิ (Act)

๖.๑.๑๐ สรุปและรายงานผลการดำเนินงานเสนอผู้บริหารและเวียนแจ้งผลการดำเนินการให้ตลาดอื่น ๆ ทราบ และสามารถนำไปปรับใช้ในตลาดอื่น ๆ ต่อไป

## ๖.๒ ระยะเวลาดำเนินการ เดือนมีนาคม ๒๕๖๖ - ธันวาคม ๒๕๖๖

ตาราง ๓ แผนการปฏิบัติการจัดระเบียบแผงค้า  
การจัดการสิ่งแวดล้อมและปรับปรุงระบบสุขาภิบาลตลาดบางกะปิ

การดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการในปี พ.ศ. ๒๕๖๖									
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
๑. ศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไป สถานการณ์ ปัญหา สาเหตุของปัญหา และความคิดเห็นของผู้ค้าและประชาชนที่มีต่อสภาพแวดล้อมของตลาด			↔							
๒. ศึกษาแนวทางแก้ไขปัญหาการวางทรัพย์สินหรือสินค้ารुक้าพื้นที่ทางเดินส่วนกลางของตลาด และจัดทำแผนงานการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดระเบียบแผงค้าภายในตลาดบางกะปิรวมทั้ง ศึกษาเกณฑ์มาตรฐานตลาดตามกฎหมายระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างความร่วมมือของผู้เช่าแผงค้า ประชาชนที่มาใช้บริการในการเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์ สร้างแรงจูงใจ เช่น การให้รางวัล หรือป้ายรับรองแผงค้าดีเด่น เป็นต้น			↔							
๓. จัดประชุมผู้ค้า เพื่อสร้างการรับรู้และทำความเข้าใจในแนวทางการมีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดระเบียบแผงค้าภายในตลาดบางกะปิ			↔							
๔. จัดทำแผนงานการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดระเบียบแผงค้าเน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เช่าแผงค้าและผู้ใช้บริการตลาดให้มีส่วนร่วมการจัดกิจกรรมส่งเสริมในการดูแลสภาพแวดล้อมและการสุขาภิบาลตลาด			↔							
๕. นำเสนอแผนต่อผู้บริหารสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร ให้ความเห็นชอบแผนงานโดยนำกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับและหลักเกณฑ์เงื่อนไขอื่น ๆ มาใช้ประกอบในการออกประกาศเพื่อควบคุม ดูแลประชาสัมพันธ์กิจกรรม					↔					
๖. ออกประกาศ เพื่อให้ผู้ค้าประชาชนทราบแผนการดำเนินการ และใช้เป็นหลักปฏิบัติในการรักษาสภาพแวดล้อมในตลาดบางกะปิ และการวางสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อยตลอดจนมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการ						↔				

การดำเนินการ	ระยะเวลาดำเนินการในปี พ.ศ. ๒๕๖๖									
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
๗. แจ้งประกาศให้ผู้เช่าแผงค้าทราบ พร้อมทั้งติดประกาศให้ทราบโดยทั่วไป เพื่อให้ผู้เช่าแผงค้า ประชาชนทราบและใช้เป็นหลักปฏิบัติ						←→				
๘. จัดให้มีเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่รณรงค์ทำความเข้าใจ และตรวจสอบ ติดตามและประเมินผลการให้ความร่วมมือของผู้ค้าภายในตลาดบางกะปิและการบังคับใช้ตามข้อกำหนดในประกาศของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานครให้เกิดผลเป็นรูปธรรม							←→			
๙. รวบรวมข้อจำกัด ปัญหา/อุปสรรคจากการดำเนินงานเพื่อมาปรับปรุงและพัฒนาแผนปฏิบัติการส่งเสริมให้ผู้เช่าแผงค้าและประชาชนได้ตระหนักและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งขยะมูลฝอยในตลาด การจัดวางสินค้าและสิ่งของ ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการจัดระเบียบแผงค้า การจัดการสภาพแวดล้อมตลาดและการทิ้งขยะมูลฝอยภายในตลาดบางกะปิ								←→		
๑๐. สรุปและรายงานผลการดำเนินงานเสนอผู้บริหารและเวียนแจ้งผลการดำเนินการให้ตลาดอื่น ๆ ทราบ และสามารถนำไปปรับใช้ในตลาดอื่น ๆ ต่อไป										←→

### ๗. ประโยชน์จากการศึกษา

๗.๑ ตลาดบางกะปิมีภาพลักษณ์ใหม่ที่มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และเป็นตลาดสดน่าซื้อ ดึงดูดให้ประชาชนทั่วไปให้ความสนใจเข้ามาใช้บริการภายในตลาดบางกะปิมากขึ้น ผู้ค้ามีรายได้เพิ่มมากขึ้น

๗.๒ สามารถนำแนวทางที่ได้จากการศึกษาไปปรับใช้ในตลาดอื่น ๆ ของกรุงเทพมหานคร และตลาดของภาคเอกชน ทำให้ตลาดในกรุงเทพมหานครมีความสะอาด มีสุขอนามัย ประชาชนผู้บริโภคมีความปลอดภัย

### ๘. งบประมาณ

- ไม่ใช้งบประมาณของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร

### ๙. แนวทางการติดตามและประเมินผล

๙.๑ ตัวชี้วัดความสำเร็จ ระดับผลผลิต (Output) และหรือระดับผลลัพธ์ (Outcome)

(๑) จำนวนแผงค้าที่รื้อล้างพื้นที่ส่วนกลางลดลงร้อยละ ๙๐ ของจำนวนแผงค้าที่รื้อล้างพื้นที่ส่วนกลางทั้งหมด (Outcome)

(๒) ปริมาณการทิ้งมูลฝอยลงพื้นที่ส่วนกลางลดลงร้อยละ ๙๐ ของปริมาณที่จัดเก็บมูลฝอยที่มีการทิ้งลงพื้นที่ส่วนกลาง (Outcome)

(๓) ผู้ค้าประชาชนมีความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมของตลาดบางกะปิเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ ๘๐ (Outcome)

(๔) สำนักงานตลาดมีแนวทาง ปรับปรุงสภาพแวดล้อมและระบบสุขาภิบาลตลาด แนวทางแก้ไขปัญหาคารวาททรัพย์สินหรือสินค้านครุภัณฑ์ที่ ทางเดินส่วนกลางของตลาด จำนวน ๒ แนวทาง (Output)

๙.๒ วิธีการ / เครื่องมือที่ใช้ในการติดตามและการประเมินผล (สำเร็จ)

(๑) การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยการสร้างเครื่องมือสำรวจจำนวน แผงค้าที่วางสินค้าหรือสิ่งของของร้านค้าที่ส่วนกลาง

(๒) การสำรวจปริมาณการทิ้งมูลฝอยลงพื้นที่ส่วนกลาง หรือพื้นที่ทางเดินตลาด โดยการคำนวณจากปริมาณมูลฝอยที่มีการทิ้งลงพื้นที่ส่วนกลางที่มีจัดเก็บได้ต่อวัน

(๓) ใช้แบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายใน ตลาดบางกะปิ จากผู้เช่าแผงค้าจำนวน ๑๐๐ คน และผู้มาใช้บริการ ๑๐๐ คน

## ๑๐. ข้อเสนอแนะ

ตลาดบางกะปิ เป็นตลาดขนาดกลางที่มีแผงค้ามากกว่า ๗๐๐ แผงค้า แต่ไม่มีการจัดสรรอัตรากำลังมาควบคุมดูแลในช่วงที่มีผู้ค้าทำการค้าและผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ทั้งผู้ค้า และผู้มาใช้บริการในช่วงระหว่างเวลา ๐๑.๐๐ - ๐๘.๐๐ น. ไม่ได้รับการควบคุม ดูแล และอำนวยความสะดวกในช่วงเวลาดังกล่าว จึงขอเสนอแนะการดำเนินการ ดังนี้

๑๐.๑ สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร จัดให้มีพนักงานคอยตรวจสอบการทำการค้าและ ควบคุม ดูแลจัดระเบียบการทำการค้าของผู้ค้าให้อยู่ในระเบียบ ข้อบังคับ ที่สำนักงานตลาด กรุงเทพมหานครกำหนด เป็นประจำทุกวัน เพื่อเป็นการสร้างวินัยและความคุ้นชินในการรักษาความเป็น ระเบียบเรียบร้อยและการรักษาความสะอาดภายในตลาด

๑๐.๒ ควรจัดประชุมสร้างความรู้ความเข้าใจในการรักษาความสะอาดความเป็นระเบียบ เรียบร้อยเพื่อส่งเสริมสิ่งแวดลอมที่ดีภายในตลาด ตลอดจนการให้ความร่วมมือในการสร้างระบบ สุขาภิบาลตลาดอย่างน้อยปีละ ๒ ครั้ง

๑๐.๓ จัดให้มีเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ตลาดเพื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจ สร้างจิตสำนึกให้ผู้ค้าในตลาดบางกะปิเห็นถึงความสำคัญในการรักษาสิ่งแวดล้อม ในการรักษาความ สะอาดและระบบสุขาภิบาลตลาด

๑๐.๔ สนับสนุนให้ผู้ค้าร่วมเป็นเครือข่ายในการร่วมกันสร้างความเข้าใจให้ผู้ค้าด้วยกัน และผู้มาใช้บริการเห็นความสำคัญในการรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบภายในตลาด

๑๐.๕ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แสดงการเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจน ว่าตลาดมีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีสภาพแวดล้อมและระบบสุขาภิบาลตลาดที่ดีขึ้น โดยเปรียบเทียบก่อนและหลังการดำเนินโครงการ

๑๐.๖ กำหนดหรือจัดให้มีการแข่งขันแผงค้าดีเด่น โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐาน ด้านความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยและปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาล โดยมีป้ายประกาศแสดงว่า แผงค้าที่ได้รับป้ายดังกล่าว มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความปลอดภัยตามหลักสุขาภิบาล มอบให้ผู้ค้าได้แสดงไว้หน้าแผงค้า เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ค้าอยากเข้าร่วมการดำเนินการของสำนักงานตลาด กรุงเทพมหานคร

### บรรณานุกรม

๑. คุณ Kris Piroj(๒๕๖๐). บทความ **TOWS Matrix**สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๖ จาก <https://greedisgoods.com/tows-matrix>
๒. ทีมงานเอ็นเทรนนิ่ง (๑๔ กันยายน ๒๕๖๑). **วงจรบริหารงานคุณภาพ (PDCA)**สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๖ จาก <https://www.enttraining.net/article/PDCA>
๓. พลเดช ปิ่นประทีป (๑๒ มีนาคม ๒๕๕๖). **เครือข่าย(Network)**สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๖ จาก <https://www.ldi.or.th/๒๐๑๖/๐๘/๓๐/การสร้างและบริหารเครือข่าย/>
๔. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (๒๕๕๖).**การวิเคราะห์ SWOTและการระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม**สืบค้นเมื่อวันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๖๖ จาก <https://www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquater/upload/การวิเคราะห์ SWOT>
๕. สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร (๒๕๖๕). **พันธกิจสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร ๑** ชื่อ จาก <https://webportal.bangkok.go.th/market>

ภาคผนวก

**ภาคผนวก ๑**

แนวทางดำเนินการ ประกอบด้วย ๗ ด้าน ดังนี้

**(๑) ด้านการทำความสะอาด**

ตลาดบางกะปิ จะมีการจัดจ้างหน่วยงานภาคเอกชน ดำเนินการด้านการทำความสะอาด ตลาดบางกะปิต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีงบประมาณ จำนวน ๘ อัตรา เนื่องจากตลาดบางกะปิ ไม่มี อัตรากำลังในการทำความสะอาดตลาดตามหลักสุขาภิบาลตลาดเป็นประจำทุกวัน และต้องล้างตลาด ด้วยน้ำแรงดันสูงตามหลักสุขาภิบาลกำหนด โดยตลาดบางกะปิจัดทำแนวทางการทำความสะอาดตลาด บางกะปิ ดังนี้

**ผู้รับจ้างทำความสะอาด**

๑. เก็บกวาดขยะและทำความสะอาดพื้นตลาด วันละ ๓ รอบ เป็นประจำทุกวัน ดังนี้
  - รอบที่ ๑ เวลา ๐๖.๐๐ - ๐๗.๐๐ น.
  - รอบที่ ๒ เวลา ๑๐.๐๐ - ๑๑.๐๐ น.
  - รอบที่ ๓ เวลา ๑๔.๐๐ - ๑๕.๐๐ น.
๒. ล้างบ่อพักและถังขยะเวลา ๘.๐๐ - ๐๙.๐๐ น. เป็นประจำทุกวัน
๓. ล้างขัดพื้นที่ทำความสะอาดพื้นตลาด เวลา ๑๑.๐๐ - ๑๒.๐๐ น.เป็นประจำทุกวัน
๔. ล้างและการขัดพื้นผิวตลาดด้วยเครื่องขัดพื้นที่ สัปดาห์ละ ๒ ครั้ง
๕. วางสารกำจัดหนู และแมลงสาบ เดือนละ ๒ ครั้ง
๖. ลอกท่อ รางระบายน้ำและบ่อพักน้ำ สัปดาห์ละ ๓ วัน
๗. การทำความสะอาดเพดาน ดึงยอกใยภายในตลาด สัปดาห์ละ ๑ ครั้ง
๘. การรณรงค์ล้างตลาดเป็นประจำทุกเดือน เดือนละ ๒ ครั้ง

**ภาพแสดงแผนการทำความสะอาดตลาดบางกะปิ ของผู้รับจ้างเอกชน**

ลำดับ	การดำเนินการ	สัปดาห์ที่ 1				สัปดาห์ที่ 2				สัปดาห์ที่ 3				สัปดาห์ที่ 4				หมายเหตุ						
		อ า	จ า	อ า	พ ฤ	พ ฤ	ศ ฤ	ส ฤ	อ า	จ า	อ า	พ ฤ	พ ฤ	ศ ฤ	ส ฤ	อ า	จ า		อ า	พ ฤ	พ ฤ	ศ ฤ	ส ฤ	
1	การรณรงค์ล้างตลาดเป็นประจำทุกเดือน																						เดือนละ 2 ครั้ง โดย สด. ผู้รับจ้าง และเขตจตุจักร	
2	การทำความสะอาดเพดาน ดึงยอกใย																							ผู้รับจ้างเอกชน จำนวน 8 คน
3	ลอกท่อ รางระบายน้ำและบ่อพักน้ำ																							ผู้รับจ้างเอกชน จำนวน 8 คน
4	วางยากำจัดหนู แมลงสาบ																							ผู้รับจ้างดำเนินการ
5	การขัดพื้นผิวตลาด																							ผู้รับจ้างเอกชน จำนวน 8 คน
6	เก็บกวาดทำความสะอาดพื้นตลาด และพื้นที่ภายในตลาด ล้างบ่อพักและถังขยะ																							ผู้รับจ้างเอกชน จำนวน 8 คน วันละ ๓ รอบ

### **ผู้เช่าแผงค้า**

๑. ผู้เช่าแผงค้าต้องให้ความร่วมมือในการทิ้งขยะมูลฝอยจากการประกอบการค้า ด้วยการทิ้งลงภาชนะรองรับ
๒. ให้นำขยะมูลฝอยที่มัดปากถุงให้เรียบร้อยมาทิ้ง ณ บริเวณที่ตลาดกำหนดมีถังขยะรองรับรับขยะมูลฝอยชั่วคราววางในจุดที่กำหนดไว้ให้เท่านั้น โดยกำหนดไว้เป็น ๒ จุด ตรงกลางด้านหน้าและด้านหลังตลาดเท่านั้น
๓. ให้นำไปทิ้งที่บริเวณที่พักขยะได้ตั้งแต่เวลา ๐๕.๐๐ น. จนถึงเวลา ๑๕.๐๐ น. หากเลยเวลาผู้เช่าต้องจัดเก็บขยะมัดปากถึงให้มัดชิด เพื่อรอการทิ้งในรอบวันถัดไป
๔. ผู้เช่าต้องทำความสะอาดภายในแผงค้าเป็นประจำทุกวัน
๕. ผู้เช่าต้องไม่สะสมของที่ไม่จำเป็นกับการทำการค้าไว้ในแผงค้า
๖. ทุก ๆ วันศุกร์ ผู้เช่าแผงค้าทุกแผงจะต้องล้าง ชัดทำความสะอาดแผง และเก็บของที่ไม่จำเป็นออกจากแผงค้า
๗. ผู้เช่าต้องไม่เหน็บที่เกิดจากการประกอบการค้าลงพื้นที่ตลาด
๘. ผู้เช่าต้องจำหน่ายสินค้าในพื้นที่แผงค้าเท่านั้น

### **(๒) ด้านความปลอดภัยของอาหาร**

จัดเจ้าหน้าที่ ลงพื้นที่ลงสุ่มตรวจตัวอย่างอาหาร เพื่อตรวจหาสารปนเปื้อนในอาหาร จำนวน ๖ ชนิด ได้แก่ สารบอแรกซ์ สารฟอกขาว สารฟอร์มาลีน สารเร่งเนื้อแดงสารกันราและสารฆ่าแมลง อย่างต่อเนื่อง เดือนละ ๒ ครั้ง ดังนี้

๑. สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร จัดเจ้าหน้าที่ ลงพื้นที่ตลาดบางกะปิ สุ่มตรวจตัวอย่างอาหารในตลาด เดือนละ ๑ ครั้ง
๒. ตลาดบางกะปิ ประสานกับหน่วยงานสำนักงานเขตบางกะปิ หรือสำนักงานอนามัย ในการจัดส่งเจ้าหน้าที่ร่วมกันลงพื้นที่สุ่มตรวจหาสารปนเปื้อนในอาหาร เดือนละ ๑ ครั้ง
๓. สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร จัดส่งเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ตรวจความเรียบร้อยในการทำการค้า ทั้งด้านสินค้า สลากสินค้า การจัดเก็บสินค้าให้เหมาะสมตามประเภทสินค้า พร้อมทั้งให้คำแนะนำผู้ประกอบการในการตรวจสอบและดูแลสินค้าให้ปลอดภัยต่อผู้บริโภคอย่างน้อยเดือนละ ๒ ครั้ง

### **(๓) ด้านการจัดระเบียบแผงค้า**

๑. ผู้เช่าแผงค้าต้องทำการค้าภายในพื้นที่แผงค้าที่กำหนด
๒. จัดเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ตรวจสอบ ติดตามการทำการค้าเป็นประจำทุกวัน
๓. หากมีการรुकล้ำพื้นที่ส่วนกลาง ให้เจ้าหน้าที่ทำการว่ากล่าวตักเตือน ครั้งที่ ๑ พร้อมจัดเก็บค่าปรับหากไม่แก้ไข ต้องออกหนังสือเป็นครั้งที่ ครั้งที่ ๒ และครั้งที่ ๓
๔. จัดพื้นที่สำหรับการจอดรถขึ้นโดยเฉพาะจุด

#### (๔) ด้านโครงสร้างพื้นฐานภายในตลาด

๑. ระบบวางระบายน้ำภายในตลาด จัดเจ้าหน้าที่ทำการสำรวจระบบการไหลเวียนของกระบายน้ำ และจัดเก็บขยะมูลฝอยออกจากการวางระบายน้ำเป็นประจำทุกวัน
๒. ตรวจสอบสภาพท่อระบายน้ำ ฝาท่อระบายน้ำ ทุก ๆ สัปดาห์ละ ๑ วัน
๓. ทำการลอกท่อระบายน้ำสัปดาห์ละ ๓ วัน
๔. ตรวจสอบระบบไฟฟ้าส่วนกลางภายในตลาดเป็นประจำทุกวัน หากพบการชำรุดให้ทำการแจ้งแก้ไขทันที

#### (๕) ด้านการสื่อสารภายในตลาด

๑. จัดเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่เสนอแนะพูดคุยกับผู้เช่าแผงค้าต่อเนื่องเป็นประจำอย่างน้อย สัปดาห์ละ ๑ ครั้ง
๒. จัดให้มีการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการต่าง ๆ ผ่านเสียงตามสายในตลาดเป็นประจำทุกวัน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินนโยบายด้านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดระเบียบแผงค้ามากขึ้น
๓. จัดประกาศ หรือจัดทำคู่มือให้ผู้เช่าแผงค้าใช้เป็นแนวปฏิบัติ
๔. จัดเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ตรวจสอบ ติดตามและแนะนำแก่ผู้เช่าแผงค้าเป็นประจำทุกวัน
๕. จัดประชุมผู้เช่าแผงค้าสัปดาห์ละ ๓ ครั้ง เพื่อรับฟังปัญหา และหาทางแก้ไข โดยให้ผู้เช่าแผงค้าได้มีส่วนร่วมในการคิด และการแก้ไขปัญหา ร่วมกับตลาด เพื่อให้ผู้เช่าแผงค้าได้ตระหนักว่าตนนั้นมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการตลาดให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี และเป็นตลาดน่าซื้อ

#### (๖) ด้านการประชาสัมพันธ์

๑. จัดให้มีการประชาสัมพันธ์การดำเนินโครงการผ่านสื่อแผ่นพับของสำนักงานตลาดกรุงเทพมหานคร
๒. ประชาสัมพันธ์ความสำเร็จและการดำเนินแผนงานต่อเนื่องผ่านเว็บไซต์สำนักงานตลาดกรุงเทพมหานครทุกเดือน
๓. ประชาสัมพันธ์ และสร้างข้อมูลสื่อสารความร่วมมือของผู้เช่าแผงค้าและประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น facebook, Instagram, Line, Tiktok เป็นต้น

#### (๗) ด้านการบริหารจัดการ (PDCA) Plan-Do-Check-Act

๑. ตลาดบางกะปิ ต้องดำเนินการตามแผนงานการจัดระเบียบแผงค้า การจัดการสิ่งแวดล้อม และปรับปรุงระบบสุขาภิบาลตลาดบางกะปิที่กำหนดไว้แล้ว
๒. จัดเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบดำเนินการให้ชัดเจน
๓. จัดให้มีผู้ตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินการโครงการและความสำเร็จของโครงการ
๔. ตรวจสอบการดำเนินการให้ครบถ้วนตามแผนงาน หรือคู่มือ หรือแนวทางการดำเนินการในแต่ละด้านครบถ้วนหรือไม่ บกพร่องมามากน้อยเพียงใด
๕. ทำการแก้ไขปรับปรุงแผนงาน แนวทาง หรือคู่มือ ที่เห็นว่ายังเป็นจุดบกพร่องอยู่และแก้ไขให้สำเร็จต่อไป
๖. การดำเนินการ PDCA ต่อเนื่องและกำหนดเป้าหมายให้สูงขึ้น เพื่อความสำเร็จที่มากขึ้น

