

รายงานส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการ
สุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน

จัดทำโดย นางสาวธนภร อนุญาหงษ์

ตำแหน่ง นักวิชาการสุขาภิบาลชำนาญการ
สังกัด ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล สำนักงานเขตตลิ่งชัน

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๓๗
สถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓

คำนำ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study) เรื่อง การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารมหานครระดับต้น รุ่นที่ ๓๗ ของสถาบันพัฒนาข้าราชการกรุงเทพมหานคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๓ มีการศึกษาสภาพทั่วไป ปัญหาของตลาดน้ำตลิ่งชัน รวมทั้ง ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาตลาดน้ำ ประกอบด้วย การศึกษานโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำ การศึกษาแนวทางการจัดการสุขาภิบาลในตลาดน้ำตลิ่งชัน จากนั้นได้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมตามหลัก SWOT Analysis เพื่อนำไปสู่การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน มีการศึกษาข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นเกณฑ์การตรวจประเมิน รวมทั้งมีการกำหนดกิจกรรม วัตถุประสงค์/เป้าหมาย ระยะเวลาดำเนินงาน งบประมาณ ในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชันไปสู่การปฏิบัติ และการติดตามและประเมินผล

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษา หัวหน้ากลุ่มงานควบคุมคุณภาพน้ำ ๑ สำนักจัดการคุณภาพน้ำสำนักกระบายน้ำ (นายเกรียงไกร ศิวะศิริยางกูร) ที่ให้คำแนะนำในการจัดทำรายงานฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้จะเป็น ประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้ ที่ศึกษาให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามความคาดหวังต่อไป

นางสาวธนภร อนุญาหงษ์

๒๑ กันยายน ๒๕๖๓

สารบัญ

	หน้า
๑. หัวข้อรายงานการศึกษาส่วนบุคคล	๑
๒. ความสำคัญของการศึกษา / ที่มาของการนำเสนอ	๑
๓. วัตถุประสงค์	๒
๔. เป้าหมาย	๒
๕. แนวคิด / หลักการที่ใช้ในการศึกษา	๒
๖. แนวทางการดำเนินการ / ระยะเวลา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	๘
๗. ประโยชน์จากการศึกษา	๑๒
๘. งบประมาณ	๑๒
๙. แนวทางการติดตามและประเมินผล	๑๒
๑๐. ข้อเสนอแนะ	๑๓

๑. หัวข้อ การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน

๒. ความสำคัญของการศึกษา / ที่มาของการนำเสนอ

กรุงเทพมหานคร มีแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๕๖ – ๒๕๗๕) เพื่อพัฒนากรุงเทพมหานคร “มหานครแห่งเอเชีย Bangkok: Vibrant of Asia” ในปี พ.ศ.๒๕๗๕ กรุงเทพมหานครจะเป็นเมืองหลวงของเอเชีย เป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมในภูมิภาคเอเชีย คนทั่วโลกเมื่อนึกถึงเอเชียจะนึกถึงกรุงเทพมหานครในฐานะเป็นเมืองชั้นนำในด้านเศรษฐกิจ ภาคบริการ ความปลอดภัย ความสวยงาม สะดวกสบาย น่าอยู่และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยตลอดระยะเวลาของแผน มีการขับเคลื่อนกรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองที่ปลอดภัยมีสุขภาวะที่ดี เป็นเมือง Green Citi ที่น่าอยู่สำหรับทุกคน รวมทั้งเป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน การคมนาคมขนส่ง การแพทย์ การศึกษา การท่องเที่ยว และความหลากหลายในเชิงวัฒนธรรม ด้วยประเด็นยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนากรุงเทพมหานคร

สำนักงานเขตตลิ่งชัน เป็นหน่วยงานของกรุงเทพมหานคร มีการดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามแผนพัฒนากรุงเทพมหานครในด้านสิ่งแวดล้อม โดยการส่งเสริมการจัดการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่างๆ และในด้านการท่องเที่ยว มีการส่งเสริมการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของเขตตลิ่งชัน เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งมีประเด็นยุทธศาสตร์แผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๕-๒๕๗๕) ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ ๑ มหานครปลอดภัย ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย ๑.๑ ปลอดภัย เป้าประสงค์ ๑.๑.๒ กรุงเทพมหานครมีการลดและควบคุมปริมาณมลพิษที่แหล่งกำเนิดและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการมลพิษตั้งแต่แหล่งกำเนิดจนถึงการกำจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ประเด็นยุทธศาสตร์ ที่ ๑.๖ ปลอดภัยคนเมือง อาหารปลอดภัย เป้าประสงค์ ๑.๖.๕ ประชาชนบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรคและสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

ตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นตลาดน้ำแห่งแรกในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่มีชื่อเสียงของกรุงเทพมหานคร มีอาหารรสชาติอร่อยไว้บริการนักท่องเที่ยว มีทั้งบนบกและในแพ ยังมีสินค้าหลากหลายมีไม้ดอกไม้ประดับ ผลไม้ อาหารคาว หวาน สินค้าที่ระลึกจากชุมชน ไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ เป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ และสร้างรายได้ให้คนในพื้นที่ และผู้ที่มีอาชีพเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละปีนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นทุกปี จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ผลกระทบที่ตามมา คือ ปัญหาความบกพร่องด้านการจัดการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในตลาดน้ำ เช่น แผงค้าไม่สะอาด มีการล้างภาชนะลงคลองโดยตรงไม่มีการจัดการขยะให้ถูกวิธี วางแผงค้าไม่เป็นระเบียบ

จากสภาพปัญหาข้างต้น มีสาเหตุสำคัญจากผู้ค้าตลาดน้ำตลิ่งชัน ขาดความตระหนักและไม่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาดังกล่าว จึงทำให้มีประชาชนจำนวนมากร้องเรียนปัญหาการจัดการระบบสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชันมายังสำนักงานเขต ผู้เข้าอบรมเห็นว่าการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการสุขาภิบาลของตลาดน้ำตลิ่งชัน มีความสำคัญและสอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานครให้เป็นมหานครแห่งเอเชีย จึงมีความประสงค์จัดทำหัวข้อ “การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน” เพื่อให้ภาคประชาชนในตลาดน้ำตลิ่งชันตระหนักและเห็นความสำคัญในการจัดการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม

๓. วัตถุประสงค์...

๓. วัตถุประสงค์

๑. เพื่อส่งเสริมให้ภาคประชาชนในตลาดน้ำมีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการจัดการสุขาภิบาลตลาด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำ

๒. เพื่อให้ภาคประชาชนในตลาดน้ำตลิ่งชัน มีส่วนร่วมในการจัดการสุขาภิบาลแผงค้าและสถานที่ตามเกณฑ์ที่กำหนด

๓. เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยด้านการสุขาภิบาล โดยการมีทีมงานตรวจสอบของภาคประชาชนในตลาดน้ำตลิ่งชัน

๔. เป้าหมาย

๔.๑ จัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำ โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ภาคประชาชนในตลาดน้ำ จำนวน ๑๐๐ คน ในเดือนมีนาคม ๒๕๖๔

๔.๒ กิจกรรมประชาสัมพันธ์เชิงรุก จัดกิจกรรมตลาดน้ำ สะอาดต้อนรับเทศกาลตรุษจีน ในเดือนมกราคม ๒๕๖๔ ประกอบด้วยกิจกรรมดังนี้

๑) จัดกิจกรรมรณรงค์คัดแยกขยะ และไม่ทิ้งขยะลงคูคลองในบริเวณตลาดน้ำ

๒) จัดกิจกรรมล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล

๔.๓ กิจกรรมจูงใจการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน โดยการจัดประกวดแผงค้าดีเด่น ในระหว่างเดือน มกราคม - กรกฎาคม ๒๕๖๔

๔.๔ ช่องทางการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในตลาดน้ำตลิ่งชัน

๔.๔.๑ จัดช่องทางรับฟังความคิดเห็นด้านสุขาภิบาลในตลาดน้ำตลิ่งชันผ่านเพจของตลาดน้ำตลิ่งชัน และไลน์ของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ภายในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

๔.๔.๒ มีเครือข่ายนักสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน ๑ เครือข่าย เป็นผู้เฝ้าระวังและป้องกันปัญหาการสุขาภิบาลในตลาดน้ำตลิ่งชัน ภายในเดือนเมษายน ๒๕๖๔

๕. แนวคิด / หลักการที่ใช้ในการศึกษา

การจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน ผู้จัดทำได้นำแนวคิด ทฤษฎี และกฎหมายที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการดำเนินการดังนี้

๕.๑ นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ภาคประชาชนในตลาดน้ำตลิ่งชัน หมายถึง คณะกรรมการประชาคม ผู้ค้า ผู้ช่วยค้า ผู้ดูแลความสะอาดในตลาดน้ำตลิ่งชัน

การจัดการ คือ การดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

Ricky Giffin (อ้างถึงใน จำลอง โพธิ์บุญ, ๒๕๕๒: ๒) กล่าวว่า “การจัดการเป็นกระบวนการของการวางแผน การจัดองค์กร การดำเนินงาน และการควบคุมการใช้ทรัพยากรทางด้านบุคคล การเงิน ข้อมูล ข่าวสาร และสิ่งก่อสร้างทางกายภาพ เพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรในลักษณะที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การสุขาภิบาล...

การสุขาภิบาล หมายถึง วิธีการที่ใช้ในการจัดการกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดีให้คงอยู่ หรือควบคุม ปรับปรุงให้เหมาะสม เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ และเพื่อให้อุณหภูมิเหมาะสม (ศิวาพร ศิวเวช, ๒๕๔๖)

การสุขาภิบาล (Sanitation) หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่นำไปสู่การมีสุขภาพดี โดยเฉพาะสุขภาพของมนุษย์ (สุเมธชา วัฒนสินธุ์, ๒๕๔๗)

การสุขาภิบาลอาหาร หมายถึง การจัดและควบคุมอาหารให้สะอาดปลอดภัยปราศจาก เชื้อโรค พยาธิ และสารเคมีที่มีพิษต่างๆ ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกายสุขภาพอนามัยและการดำรงชีวิตของมนุษย์

๕.๒ แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วม

ยูวัฒน์ วุฒิเมธี กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบต่อประชาชน

ปรัชญา เวสารัชช์ ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึง การที่ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องโดยการใช้ความพยายามหรือใช้ทรัพยากรบางอย่างในกิจกรรมเพื่อมุ่งสู่การพัฒนาของชุมชน

การที่ชุมชนจะตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมกันในการจัดการสุขาภิบาลและร่วมรับผิดชอบในโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งระบบนั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขหรือปัจจัยหลายประการ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งเป็นคุณลักษณะภายในของบุคคล ซึ่งเป็นการรับรู้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจากภายนอก

ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน ทศนิยม ไทยภิรมย์ ได้แบ่งไว้เป็น ๔ ขั้นตอน ดังนี้

๑. ร่วมคิด : สภาพปัญหาที่มีอยู่ สะสมเหตุปัญห
๒. ร่วมวางแผน : วิเคราะห์สาเหตุ จัดลำดับความสำคัญ
๓. ร่วมดำเนินการ : ดำเนินงานตามโครงการและแผนกำหนดโครงการและแผนงาน
๔. ร่วมติดตามประเมินผล : ประเมินผลความสำเร็จหรือล้มเหลวเป็นระยะ ๆ

สมลักษณ์ ไชยประเสริฐ ได้แบ่งแนวทางการจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็น ๓ ด้านหลัก คือ ด้านประชาชน ด้านการมีส่วนร่วม มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ประชาชนที่เป็นบุคคลหรือคณะบุคคลเข้ามามีส่วนร่วม

ระดับของการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการสุขาภิบาล

ในการที่ภาคประชาชนจะมีส่วนร่วมในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน เกิดจากผู้นำมีความสนใจมุ่งมั่นผลักดัน ให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ เจริญซักจูง เชิญชวน สร้างความเชื่อมั่น ให้สมาชิกมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ทั้งก่อน ระหว่างปฏิบัติ และหลังปฏิบัติ

ระดับการมีส่วนร่วม

- Inform การให้ข้อมูลกับภาคประชาชน ให้ภาคประชาชนได้มีความรู้ เกิดความตระหนักถึงปัญหาความบกพร่องด้านการจัดการสุขาภิบาลในตลาดน้ำ

- Consult การเปิดให้ประชาชนแสดงความคิดเห็น การให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการนำเสนอแนวทางการจัดการสุขาภิบาลด้วยตนเอง

- Involve การ...

- Involve การเปิดให้ประชาชนร่วมดำเนินการในการจัดการสุขภาพ มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการจัดการสุขภาพในตลัดน้ำ

- Collaboration การเปิดให้ประชาชนร่วมตัดสินใจ ต้องเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนได้ตัดสินใจขั้นตอนต่าง ๆ ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม

- Empower การให้ภาคประชาชนตัดสินใจเอง การให้ภาคประชาชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม โดยไม่มีการบังคับ ชมชู้ หรือขึ้นนำการมีส่วนร่วมจะเกิดความยั่งยืน

เครือข่าย เป็นรูปแบบทางสังคมที่เปิดโอกาสให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรเพื่อการแลกเปลี่ยน การสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียว และร่วมกันทำงานโดยมีฐานะเท่าเทียมกัน

การสร้างเครือข่าย ในการทำงานเชิงพัฒนามีแนวโน้มที่จะเป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างองค์กร ที่ทำงานพืงพืงซึ่งกันและกัน มากกว่าที่จะแข่งขันกัน ทฤษฎีและแนวคิดที่อธิบายการสร้างเครือข่ายการทำงาน ได้แก่

๑. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน ซึ่งอธิบายถึงการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกัน ดังนั้น เหตุผลหลักที่จะทำให้เครือข่ายเกิดขึ้นได้โดยสมัครใจก็คือ แต่ละฝ่ายมองเห็นประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการเข้าร่วมเครือข่าย ซึ่งจะนำไปสู่ความเต็มใจที่จะประสานกันหรือเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

๒. แนวคิดการรวมพลัง ซึ่งอธิบายได้ด้วยตัวเลข $๒+๒ = ๕$ หมายความว่า การรวมพลังกันทำงานนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีคุณค่าหรือเข้มแข็งมากกว่าการที่แต่ละองค์กรจะทำงานโดยโดดเดี่ยว

“การมีส่วนร่วมในการจัดการสุขภาพ” ในที่นี้หมายถึง กระบวนการที่ผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมในการจัดการสุขภาพ ตั้งแต่ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ และร่วมประเมินผล ซึ่งจากการจัดการนี้จะทำให้ผู้มีส่วนได้เสียรู้สึกเป็นเจ้าของปัญหาที่เกิดขึ้นทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้รับการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

๕.๔ แนวคิดเรื่องการสุขภาพอาหาร

สุขภาพอาหาร หมายถึง กระบวนการจัดการและควบคุมอาหารให้สะอาดปลอดภัยจาก จุลินทรีย์ สารเคมีและสารพิษต่าง ๆ ที่เป็นอันตรายหรืออาจเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย สุขภาพอนามัย และการดำรงชีวิตของมนุษย์ (สมทรง อินสว่าง, ๒๕๔๖)

สุขภาพอาหาร หมายถึง การบริหารจัดการและควบคุมสิ่งแวดล้อมรวมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้องกิจกรรมอาหารเพื่อให้อาหารสะอาด ปลอดภัย ปราศจากเชื้อโรค หนองพยาธิ และสารเคมีต่างๆ ซึ่งเป็นอันตราย หรืออาจจะเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย สุขภาพอนามัย และการดำรงชีวิตของผู้บริโภค (คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร, ๒๕๕๔)

สุขภาพอาหาร หมายถึง การจัดการควบคุมอาหารให้สะอาดปลอดภัยจาก เชื้อโรคพยาธิ และสารพิษต่าง ๆ ที่อาจเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย สุขภาพอนามัยและการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค (นภพวรรณ นันทพงษ์, ๒๕๕๓)

การสุขภาพอาหาร หมายถึง การจัดและควบคุมอาหารให้สะอาดปลอดภัยปราศจากเชื้อโรคพยาธิและสารเคมีที่มีพิษต่างๆ ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกายสุขภาพอนามัยและการดำรงชีวิตของมนุษย์ อาหารที่มนุษย์เราใช้บริโภคมีมากมายหลายชนิด ฉะนั้นการดำเนินงานทางด้านการสุขภาพอาหาร ในแต่ละชนิด...

ในแต่ละชนิด จึงมีความแตกต่างกันไปตามสาเหตุที่ทำให้อาหารนั้นสกปรกและเสื่อมคุณภาพ ดังนั้นการจัดการและควบคุมอาหารแต่ละชนิดให้สะอาด จึงต้องพิจารณาด้วยความรอบคอบ และพยายามควบคุมและกำจัดสาเหตุที่จะทำให้อาหารสกปรกและเสื่อมคุณภาพในกระบวนการต่าง ๆ ดังกล่าวก่อนจะถึงผู้บริโภคให้มากที่สุด

๕.๕ แนวคิดเรื่องการสุขาภิบาลตลาดประเภท ๒

ตลาด หมายความว่า สถานที่ซึ่งปกติจัดไว้ให้ผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทสัตว์ เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ หรืออาหารอันมีสภาพเป็นของสด ประกอบหรือปรุงแล้วหรือของเสีง่าย ทั้งนี้ไม่ว่าจะมีการจำหน่ายสินค้าประเภทอื่นด้วยหรือไม่ก็ตาม และหมายความรวมถึงบริเวณที่ซึ่งจัดไว้สำหรับผู้ค้าใช้เป็นที่ชุมนุมเพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทดังกล่าวเป็นประจำหรือเป็นครั้งคราวตามวันที่กำหนด

สถานประกอบการที่เข้าข่ายเป็นตลาดได้ต้องมีองค์ประกอบ ดังนี้

๑. ต้องเป็นที่รวมของผู้ค้าหลายรายไม่ใช่ผู้ค้ารายเดียว ดังนั้นซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าไม่จัดว่าเป็นตลาด

๒. ต้องมีแผงจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารอันมีสภาพเป็นของสด หรือของเน่าเสีง่าย

๓. สถานที่ตั้งของตลาดต้องเป็นพื้นที่ของเอกชน หรือเป็นของหน่วยราชการที่มีอำนาจหน้าที่ในการจัดตั้งตลาด ดังนั้น การตั้งแผงจำหน่ายสินค้าอยู่ร่วมกันในที่หรือทางสาธารณะไม่จัดว่าเป็นตลาด

ตลาด ตามกฎกระทรวงว่าด้วยสุขลักษณะของตลาด พ.ศ.๒๕๕๑ แบ่งออกเป็น ๒ ประเภท ดังนี้

๑. ตลาดประเภทที่ ๑ ได้แก่ ตลาดที่มีโครงสร้างอาคาร

๒. ตลาดประเภทที่ ๒ ได้แก่ ตลาดที่ไม่มีโครงสร้างอาคาร

หลักเกณฑ์และสุขลักษณะของตลาดประเภทที่ ๒

๑. ทางเดินภายในตลาดมีความกว้างไม่น้อยกว่า ๒ เมตร

๒. บริเวณที่ค้าอาหารสดต้องจัดให้มีสัดส่วนเฉพาะโดยมีพื้นเรียบแข็งแรงไม่ลื่นสามารถทำความสะอาดได้ง่ายและไม่มีน้ำขัง

๓. แผงจำหน่ายสินค้าประเภทอาหารทำด้วยวัสดุแข็งแรงที่มีผิวเรียบ ทำความสะอาดง่าย มีความสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า ๖๐ เซนติเมตร

๔. มีน้ำประปาหรือน้ำสะอาดใช้อย่างเพียงพอและจัดให้มีที่ล้างทำความสะอาดและภาชนะในบริเวณแผงจำหน่ายอาหารสด แผงจำหน่ายอาหารประเภทเนื้อสัตว์ชำแหละ และแผงจำหน่ายอาหารประเภทปรุงสำเร็จ

๕. ทางระบายน้ำจากจุดที่มีการล้างเป็นแบบรางเปิด ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีความลาดเอียงมีตะแกรงดักมูลฝอยก่อนระบายน้ำสู่ท่อระบายน้ำสาธารณะและไม่ก่อให้เกิดเหตุเดือดร้อนรำคาญแก่ประชาชนใกล้เคียง

๖. กรณีที่มีโครงสร้างเฉพาะเสาและหลังคา โครงเหล็กคลุมผ้าใบ เต็นท์ ร่มหรือสิ่งอื่นใดในลักษณะเดียวกันต้องอยู่ในสภาพมั่นคงแข็งแรง

๗. มีห้องส้วม ที่ปัสสาวะและอ่างล้างมือตามจำนวนและหลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนด และตั้งอยู่ในที่เหมาะสม นอกสถานที่ขายของ ทั้งนี้ให้มีระยะห่างจากตลาดไม่เกิน ๕๐ เมตร

๘. มีที่เก็บรวบรวม หรือที่รองรับมูลฝอยอย่างเพียงพอที่จะรองรับปริมาณมูลฝอยในแต่ละวัน

๕.๖ การวิเคราะห์...

๕.๖ การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพองค์กร หรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายดังนี้

S มาจากคำว่า Strength หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ เป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อการดำเนินการขององค์กร ซึ่งองค์กรจะต้องค้นหาความสามารถที่โดดเด่น

W มาจากคำว่า Weakness หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ เป็นปัจจัยภายในที่มีผลกระทบหรือส่งผลเสียต่อการบริหารงานขององค์กร

O มาจากคำว่า Opportunity หมายถึง โอกาสหรือปัจจัยภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ได้แก่ สภาพแวดล้อมที่นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์แก่การดำเนินงาน

T มาจากคำว่า Threat หมายถึง อุปสรรคหรือข้อจำกัด ที่คุกคามต่อการดำเนินการขององค์กร โดยในการวิเคราะห์ตามหลักการ SWOT ที่ถูกต้องนั้นต้องหาจุดแข็งเพื่อลบจุดอ่อน รวมถึงหากกลยุทธ์สร้างความแข็งแกร่ง ภายใต้โอกาสที่เกิดขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจากอุปสรรคต่างๆ นั่นเอง จากหัวข้อ “การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน” สามารถใช้ทฤษฎี SWOT Analysis วิเคราะห์ได้ดังนี้

๑) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของตลาดน้ำตลิ่งชัน สามารถสรุปแยกเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ดังนี้

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
๑. ที่ตั้งอยู่ชานเมือง ในชุมชน สามารถเข้าถึงได้ง่าย ๒. ตลาดน้ำตลิ่งชัน ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของกรุงเทพมหานคร ๓. มีการบริหารโดยประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน และมีโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน ๔. สำนักงานเขตตลิ่งชัน มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการสุขาภิบาล ๕. ผู้บริหารของสำนักงานเขตตลิ่งชัน ให้ความสำคัญกับปัญหาการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำ ๖. สำนักงานเขตตลิ่งชัน มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการสุขาภิบาล	๑. ภาคประชาชนตลาดน้ำ และชุมชนในท้องถิ่นยังไม่ตระหนักในการมีส่วนร่วมในการจัดการสุขาภิบาลอย่างแท้จริง ๒. ขาดการประสานงานระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหา ทำให้การแก้ไขปัญหาขาดความต่อเนื่อง และไม่ยั่งยืน ๓. ขาดการบริหารจัดการและการกำหนดมาตรการที่ชัดเจนเกี่ยวกับความบกพร่องด้านการสุขาภิบาล ๔. ภาคประชาชนตลาดน้ำ และชุมชนท้องถิ่นไม่ตระหนักมีในการมีส่วนร่วมในการจัดการสุขาภิบาลอย่างแท้จริง ๕. ขาดการประสานงานระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหา ทำให้การแก้ไขปัญหาขาดความต่อเนื่อง และไม่ยั่งยืน

จุดแข็ง...

จุดแข็ง (Strength) ต่อ	จุดอ่อน (Weakness)
	๖. ขาดการบริหารจัดการและการกำหนดมาตรการที่ชัดเจนเกี่ยวกับความบกพร่องด้านการสุขาภิบาล

๒) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลต่อการแก้ไขปัญหาและพัฒนาตลาดน้ำตลิ่งชัน สามารถสรุปแยกเป็นโอกาสและภัยคุกคามได้ดังนี้

โอกาส (Opportunity)	ภัยคุกคาม (Threat)
<p>๑. มีแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร เป็นมหานครแห่งเอเชียในปี พ.ศ.๒๕๗๕ เป็นโอกาสของตลาดน้ำตลิ่งชัน ในการพัฒนาเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเป็น มหานครแห่งเอเชีย โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว</p> <p>๒. ผู้บริหารกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญในพัฒนาสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม การสุขาภิบาลอาหารและความปลอดภัย และกำหนดเป็นนโยบายของกรุงเทพมหานคร</p> <p>๓. ระบบสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัยในปัจจุบัน เป็นทางเลือกของตลาดน้ำตลิ่งชัน จะนำมาใช้ในจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำได้ เช่น การจัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลตลาดน้ำ เป็นต้น</p>	<p>๑. ปัจจุบันมีตลาดน้ำหลายแห่งเกิดขึ้นในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมาณพลทำให้ตลาดน้ำตลิ่งชัน ต้องแก้ไขปัญหาและพัฒนาตลาดน้ำให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดน้ำอื่น</p> <p>๒. มีมลภาวะทางน้ำจากหมู่บ้าน/ชุมชนใกล้เคียง เช่น ปัญหาการทิ้งขยะลงคลอง การปล่อยน้ำเสียลงคลอง ทำให้มีผลต่อการท่องเที่ยวทางน้ำ</p> <p>๓. เกิดโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดผลกระทบต่อการจัดการสุขาภิบาล</p>

จากตาราง SWOT analysis วิเคราะห์แล้ว ควรใช้กลยุทธ์ ST คือ เป็นการนำข้อได้เปรียบที่เกิดจากปัจจัยจุดแข็งมาเป็นกลยุทธ์เชิงป้องกัน เพื่อจัดการข้อจำกัดจากสภาพแวดล้อม ภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ โดยการให้บุคลากรที่มีความรู้ในการจัดการสุขาภิบาล มาถ่ายทอดความรู้ ผ่านวิธีการอบรม และสาธิตการจัดการสุขาภิบาลสถานที่ให้ถูกต้องแก่ภาคประชาชนในตลาดน้ำตลิ่งชันได้นำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำ โดยเป็นเครือข่ายในการในการป้องกันและเฝ้าระวังปัญหาด้านสุขาภิบาลได้

๕.๗ หลักบริหาร 4Ms

แนวคิด 4M เป็นทฤษฎีการบริหารโครงการที่จะต้องคำนึงถึง ๔ องค์ประกอบ ดังนี้

- ๑) Man การเลือกคนให้ถูกกับงาน ให้เหมาะสมกับเนื้องาน
- ๒) Money งบประมาณใช้อย่างไรให้คุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุด
- ๓) Material ทรัพยากร วัสดุ หรือวัตถุดิบ ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ
- ๔) Management การเลือกวิธีการบริหาร การวางแผนกลยุทธ์

การใช้หลัก...

การใช้หลักบริหาร ๔M ในการดำเนินการ ตามหัวข้อ “การมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน” มีความจำเป็น เนื่องจากการใช้คน เงิน วัสดุดิบ และการบริหารจัดการที่ดีและมีความเหมาะสม จะเป็นเครื่องมือนำไปสู่ผลสำเร็จของงาน

๕.๘ วงจรบริหารงานคุณภาพ (PDCA) เมื่อวิเคราะห์ SWOT analysis แล้ว จึงนำวงจรบริหารงานคุณภาพ (PDCA) มาใช้ในการวางแผนและปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ซึ่งวงจรบริหารงานคุณภาพ (PDCA) ประกอบด้วย ๔ ขั้นตอน ดังนี้

๑) P = Plan คือ การวางแผนงานจากวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ได้กำหนดขึ้น
 ๒) D = Do คือ การปฏิบัติตามขั้นตอนในแผนงานที่ได้เขียนไว้อย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง
 ๓) C = Check คือ การตรวจสอบผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของแผนงานว่าพบปัญหาอะไรเกิดขึ้นจากอะไร จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงแก้ไขแผนงานในขั้นตอนใด

๔) A = Action คือ การปรับปรุงแก้ไขส่วนที่มีปัญหา หรือถ้าไม่มีปัญหาใดๆ ก็ยอมรับแนวทางการปฏิบัติตามแผนงานที่ทำให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อนำไปใช้ในการทำงานครั้งต่อไป

การใช้วงจรการบริหารงานคุณภาพในการดำเนินการตามหัวข้อ “การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน” สามารถแก้ปัญหาข้อบกพร่องด้านการสุขาภิบาลได้อย่างต่อเนื่อง และอย่างยั่งยืน

๖. แนวทางการดำเนินการ / ระยะเวลา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

๖.๑ แนวทางการดำเนินการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๔											
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๑. ขั้นตอนการวางแผนการทำงาน												
๑.๑ วางแผนงาน จัดทำโครงการ เสนอผู้อำนวยการเขตอนุมัติ	↔											
๑.๒ ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของตลาดน้ำตลิ่งชัน	↔											
๑.๓ แต่งตั้งคณะทำงาน	↔											
๒. ดำเนินการตามแผนปฏิบัติงาน		↔										
๒.๑ จัดประชุมคณะทำงาน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์/แนวทางการดำเนินการ รูปแบบกิจกรรม พร้อมทั้งมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ		↔										
๒.๒ จัดกิจกรรมตามแผน		↔										

กิจกรรม...

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๔											
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
<p><u>กิจกรรมให้ความรู้</u></p> <p>๑) รับสมัครภาคประชาชนในตลาดน้ำ เพื่อเข้ารับการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาล อาหาร</p> <p>๒) จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์สำหรับการฝึกอบรม</p> <p>๓) จัดอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติการในเรื่องการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน</p> <p><u>การจัดกิจกรรมเชิงรุก</u></p> <p>๑) รณรงค์ประชาสัมพันธ์การจัดการสุขาภิบาล มีกิจกรรมดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้งต่อวัน ในช่วงเวลา ๑๐.๐๐ น.และ ๑๔.๐๐ น. - จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์รณรงค์การจัดการสุขาภิบาลให้ <p>๒) จัดกิจกรรมตลาดน้ำสะอาดต้อนรับเทศกาลตรุษจีนในเดือนมกราคม ๒๕๖๔</p> <p><u>กิจกรรมจูงใจการมีส่วนร่วม</u></p> <p>ของภาคประชาชน โดยการจัดประกวดแผงค้าดีเด่น</p> <p><u>ช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วม</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งกลุ่มไลน์ และเพจ - จัดตั้งเครือข่ายในการจัดการสุขาภิบาล 												
		←→										
		←→										
					←→							
												←→
												←→
												←→
												←→
												←→

ขั้นตอนการดำเนินงาน	ปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๔											
	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
๓. การรายงานผลการปฏิบัติงาน												
๓.๑ รายงานผลการประเมินผล ความรู้ตามหลักสูตรการ สุขาภิบาลอาหาร							←→	←→				
๓.๒ รายงานผลการจัดตั้ง เครือข่ายการสุขาภิบาล							←→	←→				
๔. ติดตาม ประเมินผลการ ดำเนินงาน												
๔.๑ การตรวจประเมิน พฤติกรรมกรรมการจัดการสุขาภิบาล ของภาคประชาชนในตลาดน้ำ และตรวจประเมินสุขลักษณะ ของสถานที่			←→			←→			←→			←→
๔.๒ สุ่มเก็บตัวอย่างอาหารเพื่อ เฝ้าระวังการปนเปื้อนเชื้อโรค และสารเคมีในอาหาร			←→			←→			←→			←→
๔.๓ ติดตามผลผ่านกลุ่มไลน์												

๑. ขั้นตอนการวางแผนการทำงาน

- ๑.๑ วางแผนงาน จัดทำโครงการ เสนอผู้อำนวยการเขตอนุมัติโครงการผ่านหัวหน้าฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล
- ๑.๒ ศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการทำงาน และฐานข้อมูลผู้ประกอบการที่มีอยู่เดิม วิเคราะห์หาความจำเป็นในการจัดการสุขาภิบาลในตลาดน้ำ
- ๑.๓ แต่งตั้งคณะทำงาน

๒. ดำเนินการตามแผนการที่กำหนด

- ๒.๑ คณะทำงานร่วมออกแบบเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์/แนวทางการดำเนินการรูปแบบกิจกรรม พร้อมทั้งมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบ
- ๒.๒ จัดกิจกรรมตามแผน ประกอบด้วย
 - กิจกรรมให้ความรู้
 - ๑) รับสมัครภาคประชาชนในตลาดน้ำ เพื่อเข้ารับการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหาร
 - ๒) จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ สำหรับการฝึกอบรม
 - ๓) จัดอบรมให้ความรู้เชิงปฏิบัติการในเรื่องการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน ๑๐๐ คน วิทยากรจากฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล และฝ่ายรักษาความสะอาดและสวนสาธารณะ

การจัดกิจ...

การจัดกิจกรรมเชิงรุก

- ๑) รมรณรงค์ประชาสัมพันธ์การจัดการสุขาภิบาล มีกิจกรรมดังนี้
 - ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ไม่น้อยกว่า ๒ ครั้งต่อวัน
 - จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์รณรงค์การจัดการสุขาภิบาลให้
- ๒) จัดกิจกรรมตลาดน้ำ สะอาดต้อนรับเทศกาลตรุษจีน

กิจกรรมจูงใจการมีส่วนร่วม ของภาคประชาชน

๑. โดยการจัดประกวดแผงค้ำดีเด่น มีการแต่งตั้งคณะทำงานจากกรมการประชาคม และสำนักเขตตลิ่งชัน เพื่อจัดทำเกณฑ์ประเมินแผงค้ำดีเด่นในตลาดน้ำตลิ่งชัน
๒. จัดประชุมคณะกรรมการ เพื่อร่วมวางแผนการจัดการกิจกรรม กำหนดเกณฑ์ในการตรวจประเมิน แจ้างเกณฑ์การประเมิน และขั้นตอนการประกวดแผงค้ำดีเด่น
๓. ตรวจประเมินสุลัลักษณะของแผงค้ำ ก่อนปรับปรุงแผงค้ำตามเกณฑ์
๔. ตรวจประเมินสุลัลักษณะของ แผงค้ำ เพื่อคัดเลือกสุดยอดแผงค้ำ ๕ อันดับแรก
๕. จัดกิจกรรมเพื่อประกาศผลรางวัล พร้อมมอบรางวัล
๖. ตรวจประเมินสุลัลักษณะของสถานที่ และสุขุมเก็บตัวอย่างอาหารเพื่อเฝ้าระวังการปนเปื้อนเชื้อโรค และสารเคมีในอาหาร

ช่องทางการสร้างการมีส่วนร่วม

- จัดตั้งกลุ่มไลน์ และเพจ
- จัดตั้งเครือข่ายในการจัดการสุขาภิบาล

๓. การรายงานผล

- ๓.๑ รายงานผลการประเมินผลความรู้ตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหาร
- ๓.๒ รายงานผลการจัดตั้งเครือข่ายการสุขาภิบาล

๔. ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงาน

- ๔.๑ การตรวจประเมินพฤติกรรมการจัดการสุขาภิบาลของภาคประชาชนในตลาดน้ำ และตรวจประเมินสุลัลักษณะของสถานที่ ทุก ๓ เดือน
- ๔.๒ สุขุมเก็บตัวอย่างอาหารเพื่อเฝ้าระวังการปนเปื้อนเชื้อโรคและสารเคมีในอาหาร
- ๔.๓ ติดตามผลการดำเนินงานผ่านกลุ่มไลน์
- ๔.๓ สรุปผลการดำเนินการ ประเมินผล สรุปปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาปรับปรุงต่อไป ให้ผู้บริหารทราบ

๕. ระยะเวลาดำเนินการ เดือนตุลาคม ๒๕๖๓ – เดือนกันยายน ๒๕๖๔

๖. **ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง** ผู้อำนวยการเขต ผู้ช่วยผู้อำนวยการเขต หัวหน้าฝ่ายทุกฝ่าย เจ้าหน้าที่ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล ภาคประชาชนในตลาดน้ำ

๗. ประโยชน์...

๗. ประโยชน์จากการศึกษา

๑. ภาคประชาชนในตลาดน้ำตลิ่งชันมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อมในตลาด และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาดน้ำ
๒. ประชาชนและนักท่องเที่ยวได้บริโภคอาหารที่สะอาดปลอดภัย
๓. ลดปัญหาข้อร้องเรียนจากการจัดการตลาดน้ำตลิ่งชัน

๘. งบประมาณ

ประมาณการค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการจัดการสุขาภิบาลตลาดน้ำตลิ่งชัน เป็นเงิน ๕๘,๘๐๐.-บาท (ห้าหมื่นแปดพันแปดร้อยบาทถ้วน)

๘.๑ ค่าวัสดุในการจัดกิจกรรม เป็นเงิน ๕,๐๐๐.-บาท

๘.๒ ค่าจัดกิจกรรมตลาดน้ำสะอาด ต้อนรับเทศกาลตรุษจีน เป็นเงิน ๕,๐๐๐.-บาท

๘.๒ ค่าใช้จ่ายในการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการสุขาภิบาลเพื่อสร้างความตระหนักในการจัดการสุขาภิบาล

- ค่าอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ไม่ครบมือ สถานที่ราชการ

(๑๒๐ คน X ๑๕๐.-บาทX๑ วัน) เป็นเงิน ๑๘,๐๐๐.-บาท

๘.๓ ค่าจัดกิจกรรมเพื่อมอบรางวัลแก่ดีเด่น

- ค่าอาหาร อาหารว่างและเครื่องดื่ม ไม่ครบมือ สถานที่ราชการ

(๑๒๐ คน X ๑๕๐.-บาทX๑ วัน) เป็นเงิน ๑๘,๐๐๐.-บาท

๘.๔ ค่าตอบแทนบุคลากรสาธารณสุข ในการตรวจประเมินสุขลักษณะของตลาดน้ำ เป็นเงิน ๑๒,๘๐๐.-บาท ประกอบด้วย

(นักวิชาการสุขาภิบาล ๒ คนx๒๐๐ บาท x ๔ ชั่วโมง x ๔ ครั้ง) เป็นเงิน ๖,๔๐๐.-บาท

(เจ้าพนักงานสาธารณสุข ๒ คน x๑๒๕ บาท x ๔ ชั่วโมง x๔ ครั้ง) เป็นเงิน ๔,๐๐๐.-บาท

(ลูกจ้างประจำ/ชั่วคราว ๒ คน x ๗๕ บาท x ๔ ชั่วโมง x ๔ ครั้ง) เป็นเงิน ๒,๔๐๐.-บาท

๙. แนวทางการติดตามและประเมินผล

๙.๑ ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ประเภทตัวชี้วัด	วิธีการคำนวณ/เครื่องมือในการใช้วัด
ร้อยละของกรรมการ ประชาคม,ผู้ค้า,ผู้ช่วยค้า ใน ตลาดน้ำตลิ่งชัน ที่เข้ารับการอบรมผ่านการอบรมหลักสูตร การสุขาภิบาลอาหารที่ กรุงเทพมหานครกำหนด	ร้อยละ ๘๐	ผลผลิต	$\frac{\text{จำนวนผู้ผ่านการอบรม}}{\text{จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมทั้งหมด}} \times 100$

มีเครือข่าย...

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ประเภทตัวชี้วัด	วิธีการคำนวณ/เครื่องมือในการใช้วัด
มีเครือข่ายการเฝ้าระวังด้านสุขาภิบาลตลาดน้ำ	๑ เครือข่าย	ผลผลิต	ช่องทางการรายงานผลการดำเนินงาน และติดต่อประสานงาน
ร้อยละของแผงค้าในตลาดน้ำจัดสถานที่ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด และอย่างน้อย ๕ รายมีการจัดสถานที่ผ่านเกณฑ์ระดับดีมาก	ร้อยละ ๘๐	ผลลัพธ์	$\frac{\text{จำนวนแผงค้าที่ผ่านเกณฑ์}}{\text{จำนวนแผงค้าทั้งหมด}} \times 100$
ร้อยละของตัวอย่างอาหารที่ได้รับการสุ่มตรวจไม่พบการปนเปื้อนเชื้อโรคหรือสารพิษ	ร้อยละ ๙๕	ผลลัพธ์	$\frac{\text{จำนวนตัวอย่างที่ตรวจพบ}}{\text{จำนวนตัวอย่างอาหารทั้งหมด}} \times 100$

๙.๒ การติดตามความก้าวหน้า

ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล รายงานความก้าวหน้าของการดำเนินโครงการฯ เป็นประจำทุก ๓ เดือน

๙.๓ การประเมินผลโครงการ

๙.๓.๑ ประเมินผลโดยการสอบประเมินความรู้ด้านการสุขาภิบาลตามหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหารของกรุงเทพมหานคร

๙.๓.๒ ประเมินผลต่อเนื่องโดยการติดตามผลการนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการสุขาภิบาลแผงค้า และสุขาภิบาลตลาด

๑๐. ข้อเสนอแนะ

๑๐.๑ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล ควรมีจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชน และนักท่องเที่ยวตระหนักถึงสิทธิผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารที่ปลอดภัย

๑๐.๒ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสิ่งแวดล้อมและสุขาภิบาล ควรจัดให้มีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารที่ต่อเนื่องกับภาคประชาชนในตลาดน้ำถึงขั้นเพื่อให้เกิดความตระหนัก และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาและปฏิบัติตามมาตรฐานสุขลักษณะที่ดี

๑๐.๓ ควรมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมให้ภาคประชาชนของตลาดน้ำเป็นผู้ตรวจตราด้านการสุขาภิบาล เพื่อให้เกิดทักษะด้านสุขาภิบาล และเกิดความยั่งยืนในการแก้ไขปัญหา

๑๐.๔ เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานต้องตรวจตราด้านสุขาภิบาลในตลาดน้ำอย่างสม่ำเสมอ