



การพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ
ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
Market Development on the New Normal of Buyers at
24th military circle welfare's market, Muang District, Udonthani Province

ยุพดี ทองโคตร¹ ศรัณยา วรित्रเวช² ประเมศวร์ ภูวันนา³ มณฑา ทิพย์สุนธนา⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการซึ่งเป็นผู้พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการดำเนินงานตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 หากพิจารณาโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 สำหรับเจ้าของ/ผู้ประกอบการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 สำหรับผู้ขายค่าเฉลี่ย 4.06 และมาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 สำหรับผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

คำสำคัญ: มาตรการป้องกันการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19, ตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่

Abstract

The purposes of this research were to study the opinions of buyers to the developing a new normal market at 24th military circle welfare's market about Prevention measure, Preventing the spread of covid-19. The example group are 400 customers in Amphure Muang,Udonthani

¹ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชธานี อีเมลล์ Yupadeet@hotmail.com

² อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชธานี

³ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชธานี

⁴ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชธานี



Province. From the accidental sampling, the research in instrument was a set of questionnaire with 5 level scales; statistics used of data analysis were mean” standard deviation and content analysis.

The result of this research was found out that the opinions of buyers to developing a new normal market at 24th military circle welfare’s market about Prevention measure, Preventing the spread of covid-19 overall is in high lever (\bar{x} =4.04) when considering each aspect” the rank of the descending order of average are in terms of Prevention measured: Entrepreneur ‘s Preventing the spread of covid-10 (\bar{x} =4.10), Seller’s Preventing the spread of covid-10 (\bar{x} =4.06) and Buyer’s Preventing the spread of covid-10 (\bar{x} =3.96).

Keywords: Preventing the spread of COVID-19, New normal market

ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

ตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 (มทบ.24) ได้รับคัดเลือกเป็นตลาดสดติดดาว เพื่อรองรับการค้ายุคใหม่ เป็นหนึ่งในตลาดสด 190 แห่งที่ได้รับรางวัลระดับตลาดเนื่องจากได้มาตรฐานการรับรองจากกรมการค้าภายใน ในด้านการคุ้มครองผู้บริโภค ด้านความปลอดภัยอาหาร ด้านสุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม และด้านความพร้อมในการรองรับการค้ายุคใหม่ (กรมการค้าภายใน, 2561) โดยตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี มีพ่อค้าและแม่ค้าภายในตลาดจำนวน 130 ราย

สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่และแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้รัฐบาลได้ดำเนินการตรวจคัดกรองเชิงรุก และเร่งรัดดำเนินการฉีดวัคซีนให้แก่ประชาชน แต่การแพร่ระบาดยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะตลาดสด เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า อาหารสด อาหารแห้งประเภทต่างๆ เช่น เนื้อสัตว์ดิบ ผักสด อาหารปรุงสำเร็จ เป็นต้น ซึ่งมีประชาชนมาจับจ่ายเลือกซื้อเป็นจำนวนมาก จึงเป็นอีกสถานที่ที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคโควิด (กรมอนามัย, 2564) ในปี 2564 ตลาดสดในจังหวัดอุดรธานีพบสถานการณ์การระบาดใหญ่ในตลาดหลายคลัสเตอร์ ไล่เรียงตั้งแต่ ตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 ซึ่งแม่ค้าขายข้าวแกงตรวจพบว่าติดเชื้อโควิด-19 โดยมทบ.24 ได้ประกาศปิดตลาด 3 วัน คือวันที่ 28-30 เมษายน 2564 พร้อมกับเจ้าหน้าที่ได้ออกฉีดพ่นยาฆ่าเชื้อทำความสะอาดพื้นที่เป็นการเร่งด่วน (สยามรัฐออนไลน์, 28 เมษายน 2564) เมื่อเดือนเมษายน 2564 ตลาดหนองบัว เมื่อเดือนสิงหาคม 2564 โดยเฉพาะเดือนกันยายน 2564 พบตลาดไทยศิริ 3 และคลัสเตอร์ใหญ่ตลาดไทยอิสานซึ่งเป็นตลาดสดที่เป็นศูนย์กลางกระจายสินค้าใจกลางเมืองอุดรธานี ตลาดที่ไม่เคยหลับไหลที่มีพ่อค้าแม่ค้าเดินทางเข้ามาซื้อวัตถุดิบออกไปจำหน่ายต่อ พบผู้ติดเชื้อกระจายจากคลัสเตอร์ตลาดไทยอิสานไปหลายกลุ่มทั้งพ่อค้าเร่ ร้านขายของชำ ร้านอาหาร รถพุ่มพวงซึ่งกระจายไปยังตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 ซึ่งเป็นแม่ค้าขายไก่ทอดและครอบครัว จำนวน 5 ราย และร้านขายน้ำเต้าหู้และครอบครัว จำนวน 3 ราย ตลาดรถไฟ ตลาด



โพศรี ตลาดนงนุช ตลาดหนองหาน (สยามรัฐออนไลน์, 2564) และภายในเดือนเดียวกัน ยังพบผู้ติดเชื้อที่ตลาดบ้านห้วย ตลาดเชียงใหม่

ตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 (มทบ.24) พบสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 จากบทเรียนการระบาดหลายระลอก คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนา รูปแบบการดำเนินงานตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ กรณีศึกษา จากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เกี่ยวกับมาตรฐานในการป้องกันและควบคุมโควิด-19 ของตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ประชาชน และผู้เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาสภาพตลาดและความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข(2564)กล่าวถึง แนวทางปฏิบัติสำหรับตลาดและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน เพื่อกำกับ ติดตาม และประเมินผลในการปฏิบัติตามมาตรการป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่และแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว กรมอนามัยจึงกำหนดมาตรการเข้มข้นสำหรับผู้ประกอบกิจการตลาดเพื่อให้สามารถปฏิบัติ ตามมาตรการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และเกิดการปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ภายใต้สถานการณ์วิกฤติ โดยให้ สอดคล้องกับ คำสั่งศูนย์บริการสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ 11/2564 ลงวันที่ 1 สิงหาคม 2564 เรื่อง พื้นที่สถานการณ์ที่กำหนดเป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด พื้นที่ควบคุมสูงสุด และพื้นที่ควบคุมตามข้อกำหนดออกตามความในมาตราการ 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการใน สถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 ซึ่งกำหนดพื้นที่ไว้ดังนี้ 1. พื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด 29 จังหวัด 2. พื้นที่ควบคุมสูงสุด 37 จังหวัด 3. พื้นที่ควบคุม 11 จังหวัด ทั้งนี้ ผู้ประกอบกิจการตลาดในพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด พื้นที่ควบคุมสูงสุด และพื้นที่ควบคุม ต้อง ปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ตามที่ทาง ราชการ กำหนด และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานต้องกำกับ ติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติตามมาตรการของผู้ประกอบ กิจการ ตลาด ตามรายละเอียด ดังนี้

1.1 มาตรการหลักสำหรับเจ้าของ/ผู้ประกอบกิจการตลาด

1.1.1 ประเมินตนเองผ่านระบบThaiStop Covid Plus (<https://stopcovid.anamai.moph.go.th>) ของ กรมอนามัย และติดประกาศนียบัตรด้านหน้าสถานประกอบการ และประเมินซ้ำทุก 1 เดือน



1.1.2 กำหนดทางเข้า-ออก และจุดคัดกรองผู้ขาย แรงงาน และผู้ใช้บริการ ที่ชัดเจน โดยจัดให้มีระบบ ลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชันหรือสมุดลงทะเบียน การตรวจวัดอุณหภูมิร่างกาย หากพบว่ามีอาการเจ็บป่วย เช่น มีไข้ ไอ จาม มีน้ำมูก หรือเหนื่อยหอบ ให้หยุดปฏิบัติงานและไปพบแพทย์ทันที

1.1.3 มีมาตรการ D-M-H-T-A ให้ผู้ขาย แรงงาน และผู้ใช้บริการ ถือปฏิบัติดังนี้

D = การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร กรณีที่มีบริเวณนั่งรับประทานอาหาร ให้จัดโต๊ะและที่นั่งห่างกันอย่างน้อย 1 เมตร

M = สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากกอนามัยตลอดเวลาที่ปฏิบัติงาน

H = จัดให้มีจุดล้างมือพร้อมสบู่เหลว หรือเจลแอลกอฮอล์สำหรับทำความสะอาดมืออย่างเพียงพอ และให้มีบริการเจลแอลกอฮอล์วางไว้ตามจุดต่างๆ

T = การคัดกรองด้วยการวัดอุณหภูมิและลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการ

A = การใช้แอปพลิเคชันที่ทางราชการกำหนด เช่น ไทยชนะ Thai Save Thai เป็นต้น

1.1.4 จัดให้มีการระบายอากาศที่เพียงพอ ไม่วางสินค้าสูงเกินไปจนปิดกั้นการระบายอากาศ

1.1.5 มีมาตรการลดความแออัดของจำนวนผู้ใช้บริการ เช่น จำกัดจำนวนผู้ใช้บริการให้เหมาะสมกับขนาด พื้นที่ตลาด งดการจัดกิจกรรมรวมกลุ่ม เป็นต้น

1.1.6 ทำความสะอาดห้องน้ำ จุดสัมผัสร่วม พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ตลาด แผงค้า และจัดสภาพแวดล้อมให้สะอาด ให้ทำความสะอาดจุดที่มีการสัมผัสร่วม โดยเน้นบริเวณจุดเสี่ยง ให้ทำความสะอาดทุก 1 ชั่วโมง เช่น ห้องน้ำ ห้องส้วม โถปัสสาวะ ที่จับสายฉีดชำระ ที่รองนั่งโถส้วม ก๊อกน้ำ กลอนหรือลูกบิดประตู อ่างล้างมือที่ให้บริการในตลาด และให้ทำความสะอาดบริเวณพื้นที่ตลาด แผงจำหน่ายสินค้าด้วยน้ำยาทำความสะอาด หรือน้ำยา ฆ่าเชื้อเป็นประจำทุกวัน

1.1.7 ล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาล แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้ - พื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด ให้ล้างตลาดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง - พื้นที่ควบคุมสูงสุด และพื้นที่ควบคุม ให้ล้างตลาดเดือนละ 1 ครั้ง

1.1.8 จัดทำทะเบียนแผงค้า ผู้ขาย รถเร่และแรงงานต่างด้าว และคัดกรองก่อนเข้าตลาด

1.1.9 กำหนดให้มีการประชาสัมพันธ์มาตรการของตลาด ให้ผู้ขายและผู้ใช้บริการทราบและปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

1.2 มาตรการสำหรับผู้ขายและแรงงานในตลาด

1.2.1 สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกวิธี ตลอดเวลาระหว่างปฏิบัติงานในตลาด

1.2.2 เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร รวมถึงลดการสัมผัสและพูดคุยระหว่างปฏิบัติงาน

1.2.3 ล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ

1.2.4 ผู้ขาย ผู้ช่วยขายประเภทอาหารปรุงสำเร็จ ให้สวมผ้ากันเปื้อน หมวก ถุงมือ และสวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าระหว่างปฏิบัติงานตลอดเวลา มีมาตรการป้องกันการปนเปื้อนสู่อาหาร เช่น มีการปกปิดอาหาร ใช้อุปกรณ์หยิบ/ตักอาหาร ไม่วางอาหารบนพื้น เป็นต้น



1.2.5 ผู้ปฏิบัติหน้าที่เก็บขยะ หรือทำความสะอาด หรือเซ็นของในตลาด ต้องสวมถุงมือยาง รองเท้า พื้น ยางหุ้มแข้ง ผ้ายางกันเปื้อน ใช้ปากคีบคีบขยะโดยปิดปากถุงขยะให้มิดชิด และล้างมือให้สะอาด ทุกครั้ง หลังปฏิบัติงาน เมื่อปฏิบัติงานเสร็จแต่ละวันให้อาบน้ำและเปลี่ยนเสื้อผ้าทันที

1.2.6 สังเกตตนเอง หากพบว่ามีอาการป่วยหรือหายใจเหนื่อยหอบให้รีบไปพบแพทย์ทันที

1.3 มาตรการสำหรับผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ

1.3.1 สวมหน้ากากอนามัยหรือหน้ากากผ้าให้ถูกวิธีตลอดเวลาขณะที่ใช้บริการในตลาด

1.3.2 ผ่านจุดคัดกรอง ลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการทุกครั้ง เช่น ไทยชนะ สมุดลงทะเบียน เป็นต้น

1.3.3 เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตร ในการซื้อสินค้า

1.3.4 ล้างมือด้วยน้ำและสบู่อย่างสม่ำเสมอ ก่อนรับประทานอาหาร และหลังออกจากห้องส้วมทุก

ครั้ง

1.3.5 วางแผนการซื้อสินค้าล่วงหน้า เพื่อลดเวลาการใช้บริการในตลาด

1.3.6 การซื้ออาหารปรุงสำเร็จควรเลือกอาหารที่ปรุงสุกและสะอาด กรณีเลือกซื้ออาหารสด เช่น เนื้อสัตว์ อาหารทะเล ควรหลีกเลี่ยงการสัมผัสโดยตรง ให้ใช้อุปกรณ์หยิบจับหรือใช้ถุงมือ

1.3.7 หลีกเลี่ยงหรือลดการสัมผัสกับผู้ชาย เช่น ชำระเงินผ่านระบบชำระเงินออนไลน์ เป็นต้น

1.3.8 ปฏิบัติตามมาตรการของตลาดอย่างเคร่งครัด เช่น ใช้บริการในเวลาที่เหมาะสม

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการซึ่งเป็นผู้พักอาศัยใน อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ปี 2560 มีจำนวน 183,853 คน(สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง,2560)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการ ตลาดสวัสดิการณชลทธารบกที่ 24 ดังนั้นคณะผู้วิจัย จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางกำหนดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05(ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2550) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ(Accidental Sampling) จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย โดยสร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการณชลทธารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านมาตรการสำหรับเจ้าของ/ผู้ประกอบการกิจการตลาด ด้านมาตรการสำหรับผู้ชาย และด้านมาตรการสำหรับผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในวิจัยจากผู้ซื้อสินค้าหรือผู้ใช้บริการ ที่มาใช้บริการตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 คัดเลือกโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ระหว่างเดือน ตุลาคม 2564-กุมภาพันธ์ 2565

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) โดยการหาค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของข้อความในแต่ละด้านของแบบสอบถามใช้เกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของประสพชัย พสุนนท์(2553) โดยมีรายละเอียดดังนี้คือ คะแนน 4.50-5.00 คือระดับมากที่สุด, คะแนน3.50-4.49 คือระดับมาก, คะแนน2.50-3.49 คือระดับปานกลาง คะแนน1.50-2.49 คือ ระดับน้อย และคะแนน 1.00-1.49 คือ ระดับน้อยที่สุด

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี มีผลการวิจัยดังนี้

ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการเกี่ยวกับการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.04 เมื่อพิจารณารายด้านโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มาตรการสำหรับเจ้าของ/ผู้ประกอบการกิจการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.10 มาตรการสำหรับผู้ขาย ค่าเฉลี่ย 4.06 และมาตรการสำหรับผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.96 ซึ่งความคิดเห็นของผู้ซื้อเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ กรณีศึกษาจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านมาตรการสำหรับเจ้าของ/ผู้ประกอบการกิจการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในสามอันดับแรก ดังนี้ การกำหนดทางเข้า-ออก แลละจุดคัดกรอง ผู้ขายและผู้ซื้อ ค่าเฉลี่ย 4.36 มีมาตรการ D-M-H-T-A ผู้ขายและผู้ซื้อ ค่าเฉลี่ย 4.31 และทำการทำความสะอาดห้องน้ำ จุดสัมผัสร่วม พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ตลาดแผงค้า ค่าเฉลี่ย 4.18 รายละเอียดดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านมาตรการสำหรับเจ้าของ/ผู้ประกอบการตลาด

ข้อที่	มาตรการสำหรับเจ้าของ/ผู้ประกอบการตลาด	ความคิดเห็นผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ		
		\bar{x}	SD	แปลผล
1	กำหนดทางเข้า-ออก และจุดคัดกรอง ผู้ขาย และผู้ซื้อ	4.36	0.77	มาก
2	มีมาตรการ D-M-H-T-A ผู้ขายและผู้ซื้อ	4.31	0.74	มาก
3	ทำความสะอาดห้องน้ำ จุดสัมผัสร่วม พื้นที่ส่วนกลาง พื้นตลาด แฉงค์	4.18	0.73	มาก
4	มีมาตรการลดความแออัดของจำนวนผู้ใช้บริการ	4.17	0.82	มาก
5	จัดให้มีการระบายอากาศที่เพียงพอ	4.09	0.84	มาก
6	ประชาสัมพันธ์มาตรการตลาด ผู้ขาย ผู้ซื้อทราบ	4.07	0.80	มาก
7	ล้างตลาดตามหลักการสุขาภิบาล	3.84	0.80	มาก
8	จัดทำทะเบียนแฉงค์ ผู้ขาย รถเร่และคัดกรองก่อนเข้าตลาด	3.80	0.92	มาก
รวม		4.10	0.24	มาก

2. ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านมาตรการสำหรับผู้ขาย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในสามอันดับแรก ดังนี้ การปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-A ค่าเฉลี่ย 4.42 แผนการตรวจ ATK หรือสุ่มตรวจโควิด ผู้ขายเป็นระยะ ค่าเฉลี่ย 4.36 และการฉีดวัคซีนครบตามเกณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.22 รายละเอียดดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านมาตรการสำหรับผู้ขาย

ข้อที่	มาตรการสำหรับผู้ขาย	ความคิดเห็นผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ		
		\bar{x}	SD	ระดับ
1	การปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-A	4.42	0.71	มาก
2	แผนการตรวจ ATK หรือ สุ่มตรวจโควิด ผู้ขายเป็นระยะ	4.36	0.77	มาก
3	การฉีดวัคซีนครบตามเกณฑ์	4.22	0.81	มาก
4	ผู้ขายประเภทอาหารปรุงสำเร็จ สวมผ้ากันเปื้อน หมวก	4.15	0.75	มาก
5	ผู้ขายประเภทอาหารปรุงสำเร็จ มีการปกปิดและใช้อุปกรณ์หยิบจับทุกครั้ง	4.07	0.86	มาก
6	ห้ามมีการรับประทานอาหารร่วมกัน หรือจับกลุ่มคุยกัน	3.97	0.81	มาก
7	การเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล อย่างน้อย 1 เมตร	3.67	0.87	มาก
8	การล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ	3.66	0.77	มาก
ภาพรวม		4.06	0.25	มาก

3. ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ด้านมาตรการสำหรับผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยในสามอันดับแรก ดังนี้ ผ่านจุดคัดกรองและลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.40 ผู้ซื้อ/ผู้ใช้บริการปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-A ค่าเฉลี่ย 4.07 และวางแผนการซื้อสินค้าและใช้เวลาในตลาดน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.95 รายละเอียดดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ความคิดเห็นของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี มาตรการสำหรับผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ

ข้อที่	มาตรการสำหรับผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ	ความคิดเห็นผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ		
		\bar{x}	SD	แปลผล
1	ผ่านจุดคัดกรองและลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการทุกครั้ง	4.40	0.71	มาก
2	ผู้ใช้บริการปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-A	4.07	0.70	มาก
3	วางแผนการซื้อสินค้าและใช้เวลาในตลาดน้อยที่สุด	3.95	0.83	มาก
4	ชำระเงินด้วยระบบ Digital หรือวิธีอื่นที่เลี่ยงการสัมผัส	3.73	0.79	มาก
5	เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลอย่างน้อย 1 เมตรในการซื้อสินค้า	3.66	0.64	มาก
ภาพรวม		3.96	0.27	มาก

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่าการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

การพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ นายเก่งกาจ คุปต์อักษรภิญโญ ผู้แทนสมาคมตลาดสดไทย(กรุงเทพฯธุรกิจ ,2565) กล่าวว่า 10 ข้อแนะนำตลาดป้องกันโควิด-19 คือ 1. มีจุดคัดกรองและประชาสัมพันธ์ป้องกันโควิด 2. มีจุดบริการล้างมือและเจลแอลกอฮอล์ 3. สวมหน้ากากทั้งผู้ซื้อ ผู้ขาย 4. ผู้ขายสวมผ้ากันเปื้อนและหมวกคลุมผม หากเจ็บป่วยให้หยุดและพบแพทย์ทันที 5. เว้นระยะห่าง 1-2 เมตร 6. ทำความสะอาดแผงจำหน่ายอาหารสดและมีการจัดการขยะ 7. ทำความสะอาดห้องน้ำ ห้องส้วม และจุดสัมผัสร่วมสม่ำเสมอ 8. อาหารสดจัดเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสมตามประเภทอาหาร 9.อาหารปรุงสำเร็จมีการปกปิด ใช้อุปกรณ์หยิบจับ วางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร และ 10. ผู้ซื้อวางแผนการในการเลือกซื้อลดระยะเวลาอยู่ในตลาดนา รีบซื้อ รีบกลับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับความเห็นจากมากไปน้อยคือด้านมาตรการสำหรับผู้ประกอบการกิจการตลาด ด้านมาตรการสำหรับผู้ขาย และมาตรการสำหรับผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ ดังนี้

ด้านมาตรการสำหรับผู้ซื้อ/ผู้ประกอบการกิจการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การกำหนดทางเข้า-ออก และจุดคัดกรอง



ผู้ขายและผู้ซื้อ ค่าเฉลี่ย 4.36 มีมาตรการ D-M-H-T-A ผู้ขายและผู้ซื้อ ค่าเฉลี่ย 4.31และทำการทำความสะอาดห้องน้ำ จุดสัมผัสร่วม พื้นที่ส่วนกลาง พื้นตลาดแผงค้า ค่าเฉลี่ย 4.18 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนพ.สุวรงค์ชัย วัฒนายิ่งเจริญชัย อธิบดีกรมอนามัย กล่าวในบทความหนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์หัวข้อเรื่อง “ตลาดสดเสี่ยงคลัสเตอร์โควิด กรมอนามัยแนะประชาชนลดใช้เงินสด-เว้นระยะห่าง”(มติชนออนไลน์,2565)กล่าวว่า สำหรับสถานการณ์การประเมินตนเองและผลการประเมินของตลาดสด หรืออาหารริมบาทวิถี หรือกิจการคล้ายคลึงกัน พบว่ามาตรการที่ทำได้มากที่สุด คือ การทำความสะอาดแผงจำหน่ายอาหารทุกวัน และล้างตลาดตามหลักสุขาภิบาล 1 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา จัดให้มีการระบายอากาศที่เพียงพอ มีการกำกับให้ปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-Aอย่างเคร่งครัด กำหนดทางเข้าออก และจุดคัดกรอง และมีการทำทะเบียนแผงค้า ผู้ขายผู้ช่วยขายที่เข้ามาจำหน่ายสินค้า ซึ่งทางผู้ประกอบการตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 ได้ดำเนินการอย่างเคร่งครัดให้ผู้ขายทำความสะอาดแผงทุกวัน และล้างตลาดทุกวัน พुरของสัปดาห์พร้อมทั้งดำเนินการจัดให้มีการระบายอากาศภายในตลาดโดยวิธีกล ได้จัดให้มีอุปกรณ์การขับเคลื่อนอากาศเพื่อให้เกิดการนำอากาศภายนอกเข้ามาในการระบายอากาศโดยการติดตั้งลูกหมุนระบายอากาศบนหลังคาทำให้อากาศถ่ายเทได้มากขึ้น

ด้านมาตรการสำหรับผู้ขาย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-A ค่าเฉลี่ย 4.42 แผนการตรวจ ATK หรือสุ่มตรวจโควิด ผู้ขายเป็นระยะ ค่าเฉลี่ย 4.36 และการฉีดวัคซีนครบตามเกณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.22 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กระทรวงสาธารณสุข(2564) เกี่ยวกับการแนะนำสำหรับผู้ขายในตลาด ให้มีการป้องกันตนเองด้วยการล้างมืออย่างสม่ำเสมอด้วยสบู่และน้ำและสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา ในกรณีจำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จพร้อมบริโภค ควรให้มีการปกปิดอาหารและอุ่นอาหารทุก ๆ 2 ชั่วโมง กรณีจำหน่ายอาหารสดควรจัดให้มีอุปกรณ์สำหรับคิบเพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าสัมผัสกับสินค้าโดยตรง

ด้านมาตรการสำหรับผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยมีค่าเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ผ่านจุดคัดกรองและลงทะเบียนก่อนเข้าใช้บริการทุกครั้ง ค่าเฉลี่ย 4.40 ผู้ซื้อ/ผู้ใช้บริการปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-A ค่าเฉลี่ย 4.07 และวางแผนการซื้อสินค้าและใช้เวลาในตลาดน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.95 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นพ.สุวรงค์ชัย วัฒนายิ่งเจริญชัย อธิบดีกรมอนามัย กล่าวในบทความหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจหัวข้อเรื่อง 8 มาตรการคุม “ตลาดสดพื้นที่สีแดงเข้ม” (กรุงเทพธุรกิจ ,2564)ว่า สำหรับผู้ซื้อสินค้าภายในตลาดควรมีการประเมินตนเองทุกวันผ่านเว็บไซต์ ‘ไทยเซฟไทย’ ก่อนออกจากบ้าน และควรวางแผนการซื้อสินค้าเพื่อลดเวลาการใช้บริการในตลาดต้องสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัยตลอดเวลาเข้า-ออก ตามจุดที่ตลาดกำหนดไว้ ล้างมือด้วยสบู่หรือเจลแอลกอฮอล์ก่อนและหลังใช้บริการในตลาดทุกครั้งกรณีซื้ออาหารปรุงสำเร็จ ควรเลือกอาหารที่ปรุงสุก สะอาด ชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อหลีกเลี่ยงการชำระเงินสด หรือการสัมผัสกับผู้ขาย หากมีอาการป่วย มีไข้ ไอจาม ไข้หวัดเข้ามาใช้บริการใน ‘ตลาดสด’

ภาพรวมการพัฒนาตลาดบนฐานวิถีชีวิตใหม่ ในตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จะพบว่าทางตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 ได้ปรับตัวจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส



โคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นกับตลาดหลายระลอกเพื่อให้ตลาดสามารถเปิดให้บริการขายสินค้าได้ โดยมีการกำหนด มาตรการสำหรับผู้ประกอบการ ผู้ขาย ผู้ซื้อ/ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดความมั่นใจในเข้ามาใช้บริการของตลาด เช่นการกำหนดจุดเข้า-ออก จุดคัดกรอง ทำความสะอาดบริเวณตลาดทุกสัปดาห์ มีมาตรการ D-M-H-T-A แผนการ ฉีดวัคซีน การตรวจ ATK หรือสุ่มตรวจโควิดผู้ขายเป็นระยะ มีระบบการรองรับการชำระเงินด้วยระบบ Digital โดยโอน เงินออนไลน์ การโอนเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ ระบบเป้าตังค์ เพื่อเลี่ยงการสัมผัส และการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล อย่างน้อย 1 เมตรในการซื้อ-ขายสินค้า เพื่อให้ตลาดสามารถเปิดบริการตามมาตรฐานของสาธารณสุขที่กำหนดและ สร้างรายได้ สร้างอาชีพกับผู้ขายซึ่งเป็นคนในชุมชน สอดคล้องกับพันธ ีพวงศกร (2564) กล่าวว่าการทยอยปิด ตลาดโดยยังไม่พบผู้ติดเชื้อเพื่อป้องกันเอาไว้ก่อน และการปิดตลาดเพื่อควบคุมการระบาด กรณีที่พบการติดเชื้อคือสิ่งที่ เกิดขึ้นต่อเนื่องในเวลานี้ แต่เมื่อมองที่ความสำคัญของตลาด ที่ไม่ใช่แค่พื้นที่แลกเปลี่ยนซื้อขายข้าวของเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ชีวิต สร้างอาชีพ สร้างรายได้ เศรษฐกิจฐานรากของผู้คนในชุมชนเล็ก หรือแม้แต่คนที่ตกงาน ให้สามารถนำ ผลผลิตที่ปลูกเอง หรือสินค้าที่ทำเอง มาวางจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ ขณะเดียวกันก็เป็นพื้นที่ทางอาหารที่สำคัญ ที่ผู้มี รายได้น้อยเข้าถึงได้ ยิ่งในช่วงภาวะวิกฤต ที่รายได้ลดลง และต้องประหยัดค่าใช้จ่าย การปล่อยให้ตลาดกลายเป็นพื้นที่ เสี่ยง ไม่ปลอดภัย และนำมาสู่การปิดตลาด ที่กระทบต่อชีวิตผู้คนชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

เทศบาลนครอุดรธานี สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการขยายผลการพัฒนาให้ครอบคลุมกิจการ ตลาดสดที่มีอยู่ในพื้นที่ โดยจัดให้มีและกำกับดูแลการดำเนินกิจการตลาด ให้แก่ประชาชนได้อย่างมีคุณภาพและมี มาตรฐานให้เกิดความครอบคลุม และเกิดผลในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด19 ดังนี้

ผลการประเมินตลาดสวัสดิการมณฑลทหารบกที่ 24 พบว่ามาตรการที่ดำเนินการได้ดีอยู่ในระดับมาก คือ การกำกับให้ปฏิบัติตามมาตรการD-M-H-T-A อย่างเคร่งครัด การกำหนดทางเข้าออกและจุดคัดกรอง การกำหนด แผนการตรวจ ATK หรือสุ่มตรวจโควิด ผู้ขายเป็นระยะ และการทำความสะอาดห้องน้ำ จุดสัมผัสร่วม พื้นที่ส่วนกลาง พื้นที่ตลาด และแผงจำหน่ายสินค้าทุกวัน ซึ่งทางตลาดให้รักษาระดับการดำเนินการอย่างเคร่งครัด สำหรับมาตรการที่ยัง ดำเนินการไม่ดี พบว่าเป็นเรื่องการล้างมือด้วยน้ำและสบู่ หรือเจลแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ ทางตลาดควรเพิ่มจุด บริการล้างมือพร้อมสบู่ หรือจุดให้บริการเจลแอลกอฮอล์มากขึ้น ในการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล ควรจัดพนักงาน ควบคุมจำนวนคนไม่แออัด คือไม่เกิน 1 คนต่อ 4 ตารางเมตรเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษางานวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยศึกษาเกี่ยวกับบทบาท และการมีส่วนร่วมในการ พัฒนา ตลาดสด จากทุกกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในการนำร่อง เพื่อนำไปพัฒนาตลาดสดต้นแบบได้



เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2564). **ข้อเสนอแนะการปฏิบัติการภายในตลาดสด ตลาดนัด ลดเสี่ยง โควิด-19**. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564 แหล่งที่มา: http://www.nakhonsawan.go.th/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=3238:19-7&catid=10&Itemid=21.
- กรมการค้าภายใน. (2561). **กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ เปิดตัว “โครงการตลาดสดติดดาวเพื่อรองรับการค้ายุคใหม่” มอบโล่รางวัล “ตลาดสดติดดาว” 190 แห่งทั่วประเทศ**. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2564, แหล่งที่มาจาก: https://www.dit.go.th/FILE/CONTENT_FILE/256109271638057837819.pdf.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2564). **แนวทางปฏิบัติสำหรับตลาดและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานเพื่อกำกับติดตามและประเมินผลในการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19)**. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2564 แหล่งที่มาจาก: https://www.kero.go.th/datacenter/doc_download/a_211021_151318.pdf.
- ธีรวิมล เอกะกุล. (2550). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 5. อุดรราชธานี: วิทยาออฟเซทการพิมพ์.
- นิพนธ์ พัวพงศกร. (2564). **3 มาตรการคุมระดับพื้นที่ตลาด พื้นที่ชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2564, แหล่งที่มาจาก: <https://tdri.or.th/2021/06/covid-control-theactive/>.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). **สถิติธุรกิจ (Business Statistics)**. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง. (2560). **จำนวนประชากรระดับตำบล**. สืบค้นเมื่อ 14 พฤษภาคม 2565, แหล่งที่มาจาก: https://stat.bora.dopa.go.th/new_stat/webPage/statByYear.php.
- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. (2565). **กรมอนามัยเผย 5 จุดเสี่ยงติดโควิด-19 ในตลาด**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2565, แหล่งที่มาจาก: <https://www.bangkokbiznews.com/social/987445>.
- หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. (2564). **8 มาตรการคุม 'ตลาดสดพื้นที่สีแดงเข้ม'**. สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564, แหล่งที่มาจาก: <https://www.bangkokbiznews.com/social/940847>.
- หนังสือพิมพ์มติชนออนไลน์. (2565). **ตลาดสดเสี่ยงคลัสเตอร์โควิด กรมอนามัยแนะ ปชช.ลดใช้เงินสด-วันระยะห่าง**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2565, แหล่งที่มาจาก: https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news_3175235.
- หนังสือพิมพ์สยามรัฐออนไลน์. (2564). **อุดรธานีลามไม่หยุดตลาดไทยอิสานติดเชื้อ 84 ราย ปิดตลาดต่อถึง 19 ก.ย.** สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2564, แหล่งที่มาจาก: <https://siamrath.co.th/n/279501>.
- หนังสือพิมพ์สยามรัฐออนไลน์. (2564). **'อุดรฯ' ปิด 'ตลาดมทบ.24' หวังกักคลัสเตอร์ใหญ่ หลังแม่ค้าติดโควิด** สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2564, แหล่งที่มาจาก <https://siamrath.co.th/n/239699>