

การรณรงค์สุขภาพโภชนาการปลอดภัยของผู้ขายอาหารริมบาทวิถี
เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร

กทลี ปัจจัยเจริญ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)
สาขาวิชาเอกสุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ.2550

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

การรณรงค์สุขาภิบาลอาหารปลอดภัยของผู้ขายอาหารริมบาทวิถีเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร
(CAMPAIGN FOR FOOD SAFETY SANITATION IN FOOD STREET VENDER IN WANGTONGLANG
DISTRICT, BANGKOK METROPOLIS)

บทที่ ปัจจัยเจริญ 4637259 PPH/M

วท.ม. (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกสุขศึกษาและพฤติกรรมศาสตร์

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : วาสนา จันทร์สว่าง, ศศ.ม., ชุติมา ศิริกุลชยานนท์ พ.บ., เพียงจันทร์
โรจนวิภาต, M.H.S.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experimental Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการรณรงค์สุขาภิบาลอาหารปลอดภัย ซึ่งประกอบด้วยการจัดชุดกิจกรรมและการใช้สื่ออย่างมีส่วนร่วมในการโน้มน้าว ชักจูงใจผู้ขายอาหารริมบาทวิถีให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์พื้นฐานทางด้านกายภาพ 10 ประการ ได้อย่างถูกต้อง ตามข้อกำหนดของกองอนามัยสิ่งแวดล้อม สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร ประชากรที่ศึกษาคือผู้ขายอาหารริมบาทวิถี บริเวณตลาดโต้รุ่งโชคชัย 4 เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร จำนวน 80 ราย โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง ระยะเวลาดำเนินการทดลอง 12 สัปดาห์ เก็บรวบรวมข้อมูลก่อนและหลังการทดลอง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบสังเกต รวมทั้งศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค หลังการทดลอง จำนวน 100 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ขายอาหารริมบาทวิถีส่วนใหญ่เป็นหญิง (ร้อยละ 74) อายุเฉลี่ย 44.55 ปี ระยะเวลาที่ขายอาหารมา 10 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 61.25) การรณรงค์สุขาภิบาลอาหารปลอดภัย ทำให้มีความรู้ การรับรู้ และการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ด้านการสุขาภิบาลถูกต้องมากขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.0001$) สำหรับความพึงพอใจของผู้บริโภคหลังจากการรณรงค์เพื่อปรับปรุงการสุขาภิบาลอาหารปลอดภัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 50 ปี เป็นเพศชายร้อยละ 41 เพศหญิงร้อยละ 59 สมรสแล้วร้อยละ 69 มีความถี่ในการซื้ออาหาร 2-3 วันต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43 มีความพึงพอใจต่อสถานะการสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีภายหลังการทดลองในระดับมาก (ร้อยละ 85) ข้อเสนอแนะในการวิจัย คือ ควรจัดกิจกรรมรณรงค์ในรูปแบบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ อย่างมีส่วนร่วม การให้แรงสนับสนุนทางสังคมอันมีตร้อย่างไม่เป็นทางการ ทั้งเชิงบวก เช่น การมอบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานอาหารปลอดภัย และเชิงลบ เช่น การใช้มาตรการทางกฎหมายตามลำดับขั้นเป็นต้น

คำสำคัญ : การรณรงค์ / การสุขาภิบาลอาหาร / ผู้ขายอาหารริมบาทวิถี

CAMPAIGN FOR FOOD SAFETY SANITATION IN FOOD STREET VENDER IN WANGTONGLANG DISTRICT, BANGKOK METROPOLIS**KATTALEE PATJAIJAROEN 4637259 PPH/M****M.Sc.(PUBLIC HEALTH) MAJOR IN HEALTH EDUCATION AND BEHAVIORAL SCIENCES****THESIS ADVISORS: WASANA JUNSAWANG, M.A., CHUTIMA SIRIKULCHAYANONTA, M.D., PIANGCHAN ROJANAVIPART, M.H.S.****ABSTRACT**

This study was a quasi-experimental research aiming to assess the effectiveness of the campaign for food safety sanitation for street food vendors by organizing participatory activities and media for motivating the street food vendors to follow 10 basic food safety sanitation standards developed by the Bangkok Metropolis. The samples were 80 street food vendors working at Chokechai 4 Night Market, Wangtonglang District, Bangkok Metropolis, without using any sampling method. The experimentation was carried out over 12 weeks. The data were collected before and after the experimentation by using an interviewing schedule and an observation form including a study of 100 consumers' satisfaction at the end of the experimentation.

The results of the study showed that most of the sampled street food vendors were females (74.0%); the average age was 44.5 years and most of them (61.25%) have had this job for more than 10 years. The campaign for food safety sanitation organized was effective in significantly increasing knowledge, perception and practices related to food sanitation in accordance with the food sanitation standards set among the street food vendors ($p < 0.0001$). Regarding the consumers' satisfaction as measured at the end of the campaign, it was found that most of them were aged between 20-50 years; 41.0 percent were males and 59.0 percent were females; 69.0 percent were married; 43.0 percent bought the food from street food vendors every 2-3 days; and 85.0 percent had a high level of satisfaction toward street food safety sanitation after the experimentation.

It is recommended that the campaign activities should be organized by using participatory training programs, friendly and informal social supports, and by positive and negative control measures such as issuing good vendors with the Certificate of Food Safety Sanitation Standard and using step-by-step law enforcement to penalize bad vendors.

KEY WORDS : CAMPAIGN/FOOD SANITATION/STREET FOOD VENDERS

167 p.