



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัย เรื่องรูปแบบองค์กรผู้บริโภคริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยใน  
ระบบเกษตรกรรมยั่งยืน ระยะที่ 1

โดยนายประสงค์ อยู่สุขสำราญ และคณะ

กันยายน 2542

รายงานฉบับสมบูรณ์

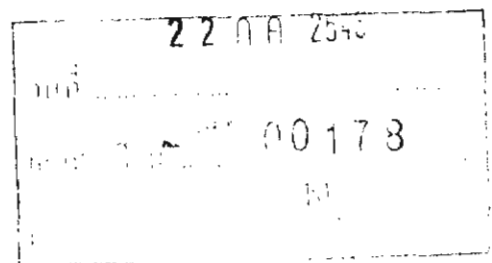
โครงการวิจัย เรื่องรูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยใน  
ระบบเกษตรกรรมยั่งยืน ระยะที่ 1

คณะผู้วิจัย

นายประสงค์ อยู่สำราญ  
น.ส.แสงทิพย์ เข้มราช  
น.ส.ทัศนีย์ ปาลี

สังกัด

มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน  
มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน  
มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน



สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชุดโครงการ เกษตรกรรมยั่งยืน

ศูนย์วิจัยและพัฒนาการวิจัยเกษตรกรรมยั่งยืน

อาคาร 100 ปี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เชียงใหม่ 50100 โทร. 053-253500

โทรสาร 053-2535076

E-mail: p2@p2i.com, www.p2i.or.th

Postal: 50100, Chiang Mai



## คำนำ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบองค์กรผู้บริโภครที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดสารพิษในระบบเกษตรกรรมยั่งยืนนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัยมาจากหลายแห่ง โดยส่วนหนึ่งมาจากกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ส่วนหนึ่งมาจากโครงการพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิต ผู้บริโภคเกษตรกรรมทางเลือกภาคเหนือตอนบน (ภายใต้มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน) ซึ่งสนับสนุนโดยองค์กรโนวิบ (Novib) ประเทศเนเธอร์แลนด์ และส่วนหนึ่งมาจากเกษตรกรและผู้บริโภคเป้าหมาย การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 3 ช่วง ประกอบด้วย ช่วงการศึกษารูปแบบองค์กรผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ ช่วงการทดลองปฏิบัติการจัดตั้งและพัฒนาองค์กรผู้บริโภค และช่วงสรุปและเผยแพร่ โดยมีรายละเอียดอยู่ในเอกสารฉบับนี้

การวิจัยครั้งนี้จะไม่สำเร็จลงได้ด้วยดี ถ้าไม่ได้ความร่วมมือจากหลายฝ่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรที่เป็นสมาชิกของชมรมผู้ผลิตพืชผักเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจังหวัดเชียงใหม่ สมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษโปงแยง, กลุ่มปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษอำเภอสารภี, ชมรมอยู่ร้อยปีชีวีเป็นสุข, ชมรมชีวจิต, ชมรมมังสวิรัตินานาชาติ, มูลนิธิธรรม, สโมสรมังสวิรัตินานาชาติ, สโมสรโรตารีเชียงใหม่ บุคลากรของโครงการพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิต - ผู้บริโภคเกษตรกรรมทางเลือกภาคเหนือตอนบน (ภายใต้มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน) คณะผู้วิจัยชุดเกษตรกรรมยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย องค์กรโนวิบ (Novib) ประเทศเนเธอร์แลนด์ และเพื่อนในเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือกทั้งในระดับภาค ในประเทศ และต่างประเทศ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ประสงค์ อยู่สุขสำราญ และคณะ

กันยายน 2542

## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
สารบัญตาราง	ค
บทคัดย่อ	จ
Executive Summary	ช
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการวิจัยและพื้นที่ศึกษา	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวความคิด	4
บทที่ 3 ระเบียบการวิจัย	12
บทที่ 4 ผลงานวิจัย	
ตอนที่ 1 รูปแบบองค์กรผู้บริโภคและวิธีการเผยแพร่รณรงค์ในต่างประเทศ และในประเทศ	15
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคใน จ.เชียงใหม่ เกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน	24
ตอนที่ 3 สถานภาพและบทบาทของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย จ.เชียงใหม่	33
ตอนที่ 4 รูปแบบองค์กรผู้บริโภคและวิธีการรณรงค์เผยแพร่ การสร้างกระบวนการ การรณรงค์ที่น่าจะเหมาะสม	46
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	50
เอกสารอ้างอิง	54
รายงานการเงิน	55
ภาคผนวก	ณ

## สารบัญตาราง

	หน้า
● ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่เกี่ยวกับ เกษตรกรรมยั่งยืน พฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัย	
ตารางที่ 1 แสดงเพศ	24
ตารางที่ 2 แสดงระดับการศึกษา	25
ตารางที่ 3 แสดงอาชีพ	25
ตารางที่ 4 แสดงการให้ความหมายของเกษตรกรรมยั่งยืน	26
ตารางที่ 5 แสดงการบริโภคอาหารปลอดภัย	27
ตารางที่ 6 แสดงความถี่ในการบริโภคอาหารปลอดภัย	28
ตารางที่ 7 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย	28
ตารางที่ 8 แสดงระดับความมั่นใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัย	30
ตารางที่ 9 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ทำให้เกิดความ มั่นใจในอาหารปลอดภัย	30
ตารางที่ 10 แสดงการรู้จักชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย จ.เชียงใหม่	31
ตารางที่ 11 แสดงความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อชมรมผู้บริโภค อาหารปลอดภัย จ.เชียงใหม่	32
● สถานภาพและบทบาทของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย จ.เชียงใหม่	
ตารางที่ 1 แสดงเพศ	34
ตารางที่ 2 แสดงระดับการศึกษา	35
ตารางที่ 3 แสดงสุขภาพของสมาชิกชมรมฯ ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน	35
ตารางที่ 4 แสดงการได้ยินคำว่าเกษตรกรรมยั่งยืนของสมาชิก	36
ตารางที่ 5 แสดงการให้ความสำคัญของเกษตรกรรมยั่งยืนต่อผู้บริโภค	37
ตารางที่ 6 แสดงความเข้าใจและการได้ยินคำว่าเกษตรกรรมยั่งยืน	38
ตารางที่ 7 แสดงความคิดเห็นของเกษตรกรรมยั่งยืนว่าเป็นทางออก ให้กับเกษตรกรรมทั้งสังคมหรือไม่	38
ตารางที่ 8 แสดงความถี่ในการบริโภคอาหารปลอดภัยของสมาชิกชมรมฯ	39

ตารางที่ 9 แสดงลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายที่ควรรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ ของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย	41
ตารางที่ 10 แสดงลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายที่ควรทำการรณรงค์เผยแพร่	42
ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อที่สมาชิกของชมรมผู้บริโภคอาหาร ปลอดภัยเห็นว่าควรใช้ในการรณรงค์เผยแพร่	43
ตารางที่ 12 แสดงปัจจัยที่สมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยเห็นว่า ทำให้ชมรมฯเข้มแข็ง	44

## บทคัดย่อ

จากแนวคิดที่ว่า การขยายตัวของเกษตรกรที่ทำเกษตรกรรมยั่งยืน จะมีมากหรือน้อยส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ การได้รับการสนับสนุนจากองค์กรผู้บริโภค และที่ผ่านมา มีการจัดตั้งองค์กรผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจ.เชียงใหม่ ขึ้นในปี พ.ศ. 2536 เพื่อทำการสนับสนุนให้กลุ่มเกษตรกรทำการเกษตรกรรมยั่งยืนมากยิ่งขึ้น แต่จากการดำเนินงานของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษจังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านมา ยังไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของชมรมฯ ที่ตั้งไว้ และมีปัญหาข้อจำกัดอยู่หลายประการ ทั้งนี้จากการประเมินผลของสมาชิกพอสรุปได้ว่า อาจเนื่องมาจาก รูปแบบองค์กร วิธีการดำเนินงาน การเผยแพร่รณรงค์ และกลุ่มเป้าหมายที่ชมรมฯ เข้าไปทำงานร่วมด้วย จากการประเมินผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้จัดทำโครงการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยสารพิษในระบบเกษตรกรรมยั่งยืนขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อทราบเงื่อนไขและข้อจำกัดในการบริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษของกลุ่มเป้าหมาย 2) เพื่อศึกษาสถานะ บทบาท ของกลุ่มผู้บริโภค และดำเนินการพัฒนาองค์กรผู้บริโภคให้เข้มแข็ง 3) เพื่อได้รูปแบบวิธีการรณรงค์ที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษ จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ชมรมผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มองค์กรผู้ผลิตผักอนามัยในจังหวัดเชียงใหม่ และองค์กรที่ทำงานด้านรณรงค์เรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยในครั้งนี้เป็นระยะแรก ซึ่งเป็นระยะที่ค้นหาเงื่อนไขปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษ รูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสม วิธีการรณรงค์เผยแพร่ และบทบาทของชมรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม จากผลการศึกษาพบว่า

1. เงื่อนไข และข้อจำกัดในการบริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษของกลุ่มผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ความเข้าใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับเกษตรกรรมยั่งยืนยังอยู่ในระดับปานกลาง แต่การบริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษของผู้บริโภคยังมีค่อนข้างน้อยและความมั่นใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยสารพิษอยู่ในระดับที่ปานกลางและเงื่อนไขที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษ คือ

อันดับที่ 1 คือ การโฆษณาขององค์กรผู้บริโภคอาหารปลอดภัยสารพิษ

อันดับที่ 2 คือ การมีตราที่น่าเชื่อถือ

อันดับที่ 3 คือ การได้เข้าไปดูแหล่งการผลิต

อันดับที่ 4 คือ มีผู้ผลิตมาจำหน่ายโดยตรง

อันดับที่ 5 คือ ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลของผู้มีประสบการณ์

ข้อจำกัดในการบริโภคอาหารปลอดสารพิษนั้น พบว่า ผลผลิตของอาหารปลอดสารพิษไม่ต่อเนื่อง, หาซื้อยาก และมีราคาแพง เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถบริโภคอาหารปลอดสารพิษได้อย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้จากความถี่ในการบริโภคอาหารปลอดสารพิษผู้บริโภคจะบริโภคอาหารปลอดสารพิษ น้อยกว่า 8 วันใน 1 เดือน

2. สถานนะ บทบาท ของกลุ่มผู้บริโภค และดำเนินการพัฒนาองค์กรผู้บริโภคให้เข้มแข็งพบว่า สถานะของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ จังหวัดเชียงใหม่ ยังอ่อนแอ และยังดำเนินงานไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของชมรมฯ และสิ่งที่ผู้บริโภคทั่วไปต้องการให้ชมรมผู้บริโภคฯ มีบทบาทคือ การเปิดร้านค้าจำหน่ายอาหารปลอดสารพิษ, การณรงค์ให้ผู้ผลิต และผู้บริโภคให้ ลด ละ เลิก บริโภค สารพิษ, การรณรงค์ให้รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวกับอาหารปลอดสารพิษ, การเผยแพร่ข้อมูลข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยใช้จดหมายข่าว และการจัดทัวร์เพื่อเยี่ยมชมไร่นาของเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ

สิ่งที่จะทำให้ชมรมฯ ดำเนินการพัฒนาให้เกิดความเข้มแข็ง คือแนวคิดขององค์กรจะต้องมีทิศทางที่ชัดเจน มีอิสระในการดำเนินการขององค์กร การมีส่วนร่วมของสมาชิกจะเน้นที่การรู้สึกเป็นเจ้าของขององค์กร มีการร่วมกันในการทำกิจกรรมในทุกด้าน และความสัมพันธ์ของสมาชิกจะเป็นความสัมพันธ์ในแนวราบมากกว่าตามการบังคับบัญชา รูปแบบองค์กรที่เหมาะสมสมาชิกและคณะกรรมการต้องเข้าใจเป้าหมายขององค์กร มีการปะทะสังสรรค์กันตลอด มีกิจกรรมที่ต่อเนื่อง รูปแบบขององค์กรควรจะเป็นรูปแบบกลุ่มขนาดเล็ก และประสานเป็นเครือข่ายองค์กร และมีการบริหารจัดการแบบอิสระ

3. รูปแบบวิธีการรณรงค์ที่เหมาะสมในการใช้ เป็นเครื่องมือของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า รูปแบบและวิธีการรณรงค์ แบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ รูปแบบวงกว้าง และ รูปแบบวงแคบ ส่วนการใช้วิธีการรณรงค์ในแต่ละรูปแบบจะต้องขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย และควรเน้นรูปแบบวิธีการการรณรงค์ที่หลากหลาย และการรณรงค์เรื่องเกษตรกรรมยั่งยืนนั้น ควรมีการให้ความรู้ใหม่ ๆ แก่สมาชิกตลอดเวลา มีการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกกับสมาชิกอย่างต่อเนื่อง และใช้สื่อต่าง ๆ ในการช่วยประชาสัมพันธ์เช่น การใช้สื่อ วิทยุ การศึกษาดูงาน การจัดทำร้านอาหาร เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกให้แก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ซึ่งวิธีที่น่าจะเหมาะสมที่สุดคือ การศึกษาดูงาน แต่วิธีนี้ค่อนข้างมีข้อจำกัดที่เวลา และการใช้ทุนค่อนข้างสูง และเหมาะสมสำหรับผู้บริโภคบางกลุ่มเท่านั้น



ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจังหวัดเชียงใหม่ ได้มีการปรับยุทธศาสตร์การทำงานด้านผู้บริโภค ดังจะเห็นได้จาก การปรับวิธีการหาสมาชิกของชมรมฯ จากเดิมที่ไม่มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เปลี่ยนเป็นการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย คือ ใช้การขยายสมาชิกโดยใช้ฐานของสมาชิกเดิม โดยให้สมาชิกแต่ละคนขยายสมาชิกกลุ่มของตนเอง สนับสนุนให้หาสมาชิกที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน รวมกันเป็นกลุ่ม และเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย มีการทดลองรูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน โดยทดลองกับกลุ่มเป้าหมายในโรงเรียนมัธยมของจังหวัดเชียงใหม่ และชุมชนเมืองลำพูน ชมรมผู้บริโภคฯ ได้มีการจัดการบริหารที่มีความมีความชัดเจน มีการกำหนดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคทั่วไปมากยิ่งขึ้น

บทที่ 1  
บทนำ  
(Introduction)

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการที่เกษตรกรส่วนใหญ่ทำการเกษตรในระบบเกษตรกรรมแผนใหม่ ซึ่งเป็นระบบเกษตรที่เน้นการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตภายนอกไร่นาและตลาดต่างประเทศ ด้วยการใช้พืชพันธุ์ลูกผสมชนิดใหม่ ปลูกบริเวณกว้าง ๆ ใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมีป้องกันกำจัดโรคแมลง ใช้องค์ความรู้ข้อมูล และเครื่องจักรที่ทันสมัยนำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งการทำการเกษตรดังกล่าวนี้อาจจะทำให้มีอาหารบริโภคอย่างเพียงพอ แต่อาหารดังกล่าวนี้ค่อนข้างจะปนเปื้อนสารพิษทางการเกษตรเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

ด้วยปัญหาดังกล่าว ในช่วงเดือนธันวาคม 2536 ได้มีการจัดสัมมนาเรื่อง ทางเลือกในการบริโภคเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม จัดโดยเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือกภาคเหนือ (โดยการประสานงานหลักของโครงการพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิต-ผู้บริโภคเกษตรกรรมทางเลือก และสำนักงานเกษตรภาคเหนือ) มีผู้เข้าร่วมที่มาจากหลากหลายอาชีพ จากการประชุมดังกล่าว ผู้เข้าประชุมได้ร่วมตัวกันก่อตั้ง “ชมรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม” ขึ้นมา โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ 1. เพื่อให้มีอาหารที่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค 2. เพื่อให้เกิดการเกื้อหนุนระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค 3. เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้ไปสู่ผู้บริโภค และ 4. เพื่อให้เกิดการผลักดันให้หน่วยงานราชการหันมาสนับสนุนระบบเกษตรกรรมทางเลือกอย่างแท้จริง

การดำเนินงานของชมรม ฯ ได้ดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งคณะผู้วิจัย เห็นว่ากลุ่มหรือองค์กรผู้บริโภคเป็นองค์กรที่สำคัญ เป็นองค์กรที่มีพลัง ที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการทำระบบเกษตรแผนใหม่ไปสู่ระบบเกษตรกรรมทางเลือก และหากได้รับการพัฒนาก็จะทำให้เกิดการขยายจำนวนเกษตรกรในระบบเกษตรกรรมยั่งยืนให้มีจำนวนมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามผลจากการดำเนินงานของชมรมผู้บริโภคในปัจจุบันยังไม่บรรลุวัตถุประสงค์ มีปัญหาและข้อจำกัดอยู่หลายประการ ซึ่งจากการประเมินของสมาชิกชมรมฯ อาจสรุปในเชิงคำถามได้ดังนี้

- รูปแบบ วิธีการ กระบวนการรณรงค์ เผยแพร่กับกลุ่มผู้บริโภค ควรเป็นอย่างไร
- มีผู้บริโภคจำนวนเท่าไรที่เข้าใจเรื่องเกษตรกรรมยั่งยืน
- มีผู้บริโภคจำนวนเท่าไรที่สนใจสนับสนุนกิจกรรมของเกษตรกรรมยั่งยืน
- เราจะสามารถขยายแนวความคิดเกษตรกรรมยั่งยืนไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางเป็นขบวนการหรือกลายเป็นกระแสหลักได้อย่างไร

- สถานภาพและบทบาทขององค์กรผู้บริโภคต่อการรณรงค์เรื่องการบริโภคอาหารปลอดภัยหรือผลิตผลในระบบเกษตรกรรมยั่งยืนควรจะมีบทบาทอย่างไร

ดังนั้นเพื่อให้กลุ่มและชมรมผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน มีความเข้มแข็ง มีกลุ่มเพิ่มมากขึ้น สามารถสนับสนุนเกษตรกรได้อย่างต่อเนื่องและเป็นจริง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องมีการศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน ขึ้น

ในการวิจัยเรื่อง รูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน นี้ ได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ระยะ โดยระยะที่ 1 เป็นระยะของการศึกษาเพื่อค้นหารูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสม โดยใช้เวลาในการค้นหานาน 6 เดือน ระยะที่สอง เป็นระยะของการทดลองรูปแบบองค์กร ใช้ระยะเวลา 1 ปี และระยะที่ 3 เป็นการเผยแพร่ผลการวิจัย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัยระยะที่ 1

1. เพื่อทราบเงื่อนไข และข้อจำกัดในการบริโภคอาหารปลอดภัยของกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อศึกษาสถานะ บทบาทของกลุ่มผู้บริโภค และดำเนินการพัฒนาองค์กรผู้บริโภคให้เข้มแข็ง
3. เพื่อได้รูปแบบวิธีการรณรงค์ที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือของชมรมผู้บริโภค

## 1.3 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบทัศนคติ เงื่อนไข ข้อจำกัดของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
2. ได้ทราบรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ
3. ได้ทราบวิธีการทำงานเผยแพร่รณรงค์ขององค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับชมรมผู้บริโภคจังหวัดเชียงใหม่
4. ได้แผนการวิจัยในระยะที่ 2 ซึ่งเป็นระยะทดลองปฏิบัติการ

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย/พื้นที่การศึกษา

1. ศึกษาบทบาทนกรจัดการรูปองค์กร และ วิธีการเผยแพร่รณรงค์ขององค์กรผู้บริโภคทั้งต่างประเทศและในประเทศ
2. ศึกษาสถานภาพบทบาทของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย
3. ศึกษาพฤติกรรมกรบริโภคอาหารโดยทั่วไปและการบริโภคอาหารปลอดภัย
4. ศึกษาโอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการบริโภค
5. ศึกษาแนวคิด ความเข้าใจเรื่องเกษตรกรรมทางเลือกที่มีต่อผู้บริโภค

6. ศึกษาความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปหลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการให้การศึกษา
7. ศึกษาบทบาทของผู้บริโภค องค์การผู้บริโภคต่อการรณรงค์กับชุมชน สาธารณชน

### 1.5 นิยามศัพท์

รูปแบบองค์การผู้บริโภค ในงานวิจัยนี้หมายถึง โครงสร้างและขนาดในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้บริโภค

อาหารปลอดสารพิษในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน ในงานวิจัยนี้หมายถึง อาหารที่เป็นผลผลิตที่ได้จากการทำการเกษตรในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน

## บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

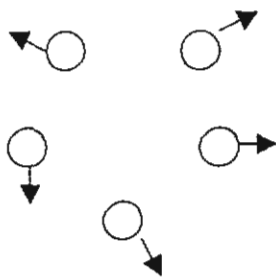
การศึกษารูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดสารพิษในระบบเกษตรกรรมยั่งยืนในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เป็นแนวคิด ทฤษฎี และการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นองค์ความรู้ บทเรียน และกรอบความคิดในการทำวิจัย ดังต่อไปนี้

### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่ม

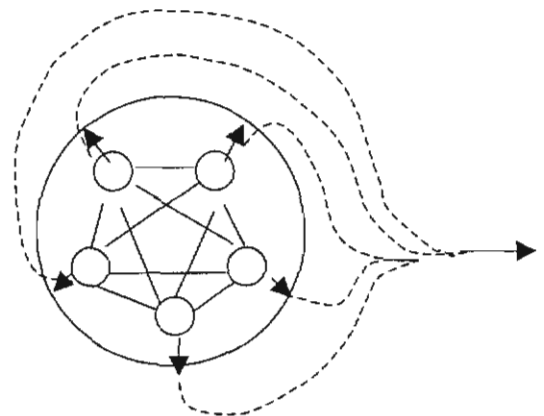
แมลโคล์ม และฮูลดา โนว์ลส์ (พีชีย์ สุพิทยาพร, 22-30) ได้กล่าวถึงกลุ่มว่า การรวมกันของคนหลายคนจะกลายเป็นกลุ่มได้ก็ต่อเมื่อมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. มีสมาชิกที่บอกได้ - การรวมกันของคนสองคนหรือมากกว่า ซึ่งบอกชื่อหรือประเภทได้
2. มีความรู้สึกว่าเป็นกลุ่ม - สมาชิกนึกถึงตนเองว่ามีลักษณะเป็นกลุ่มมี "ความรู้สึกร่วมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน" มีความรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน
3. มีความรู้สึกว่ามีความมุ่งมั่นร่วมกัน - สมาชิกมี "รูปแบบของวัตถุประสงค์" หรือเป้าหมายหรืออุดมคติอันเดียวกัน
4. มีความพึงพอใจในสิ่งที่ต้องการร่วมกัน - สมาชิกต่างก็ต้องการความช่วยเหลือจากซึ่งกันและกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่เขาได้มารวมกันเป็นกลุ่มขึ้น
5. มีการปะทะสังสรรค์ สมาชิกมีการสื่อความหมายซึ่งกันและกัน โน้มน้าวชักจูง และมีการปฏิบัติต่อกัน
6. มีความสามารถที่จะกระทำการหรือแสดงออกในลักษณะที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน - กลุ่มสามารถกระทำการใด ๆ อย่างมีเอกภาพ

ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างการรวมตัวของแต่ละคนและกลายเป็นกลุ่มกับที่ไม่เป็นกลุ่ม อาจแสดงได้โดยภาพต่อไปนี้



การรวมกันของคน



กลุ่มคน

การรวมกันของคนซึ่งไม่กลายเป็นกลุ่มนั้น จะไม่มีเป้าหมายร่วมกัน - ลูกศรของเป้าหมายของแต่ละคนจะชี้ไปคนละทิศละทาง ไม่มีแนวเขตรอบ ๆ คนที่อยู่รวมกัน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขาดความรู้สึกเป็นกลุ่มและไม่อาจบอกความเป็นสมาชิกของกลุ่มได้ ไม่มีแนวเส้นการปะทะสังสรรค์และการพึ่งพากันเชื่อมติดต่อกัน และที่เห็นได้ชัดก็คือ การรวมกันของคนซึ่งไม่กลายเป็นกลุ่ม จะไม่สามารถกระทำการในลักษณะที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

คุณสมบัติ หรือคุณลักษณะบางประการซึ่งเป็นของกลุ่มทุกกลุ่ม ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่

พื้นฐาน (Background) แต่ละกลุ่มจะมีหรือไม่มีพื้นฐานความเป็นมาซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของกลุ่ม ในกลุ่มใหญ่ซึ่งสมาชิกมาพบกันครั้งแรก อาจต้องใช้พลังงานมากเพื่อให้รู้จักคุ้นเคยกันในระหว่างสมาชิกและเข้าใจงานของกลุ่ม รวมทั้งกำหนดแนวทางทำงานร่วมกัน

แบบอย่างของการร่วมมือ (Participation pattern) ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ กลุ่มจะมีการร่วมมือกันเป็นแบบใดแบบหนึ่ง เช่น การประชุมจะเป็นแบบทางเดียว (One-Way) หรืออาจเป็นแบบสองทาง (Two-Way) โดยผู้นำพูดกับสมาชิก และสมาชิกพูดตอบหรืออาจเป็นแบบหลาย ๆ ทาง (multidirection) โดยสมาชิกพูดจาระหว่างกัน และพูดกับกลุ่มไม่ใช่พูดกับคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ

การสื่อสาร (Communication) คุณสมบัติข้อนี้หมายถึงว่า สมาชิกในกลุ่มเข้าใจกันดีเพียงใด การสื่อสารด้านความคิดเห็น ค่านิยมและความรู้สึกเป็นที่ชัดเจนหรือไม่ หากสมาชิกบางคนใช้ศัพท์เฉพาะหรือพิเศษ ก็จะทำให้คนอื่น ๆ ไม่เข้าใจ บางครั้ง กลุ่มจะนำศัพท์เฉพาะมาใช้ภายในกลุ่ม หรือใช้คำย่อหรือสั้น ๆ หรือใช้คำตลกขบขันภายในกลุ่ม ซึ่งสมาชิกใหม่ ๆ หรือคนภายนอกจะไม่เข้าใจ

แรงยึดเหนี่ยว (Cohesion) แรงยึดเหนี่ยวภายในกลุ่ม พิจารณาได้จากเส้นแรงยึดเหนี่ยวที่ผูกตั้งแต่ละคนเข้าเป็นอันหนึ่งอันเดียว คุณสมบัติหมายถึง ขวัญ น้ำใจของกลุ่ม ความดึงดูดของกลุ่มที่มีต่อสมาชิก และความสนใจของสมาชิกในสิ่งที่กลุ่มกำลังทำอยู่ ลักษณะอาการของแรงยึดเหนี่ยวที่มีน้อย ได้แก่ การแยกสนทนอล้าง ๆ เป็นส่วนตัวระหว่างสมาชิกเป็นคู่ ๆ ในขณะที่กลุ่มกำลังอภิปรายกัน หรือเกิดมีกลุ่มเล็ก ๆ แยกเป็นส่วน ๆ และแยกเป็นกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มคนที่มีอยู่ในกลุ่มมานาน กับ กลุ่มคนที่เข้ากลุ่มใหม่

บรรยากาศ (Atmosphere) แม้ว่าบรรยากาศเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่เราก็สามารถที่จะรู้สึกได้ง่าย บรรยากาศทางสังคมของกลุ่ม มีลักษณะเช่น อบอุ่น เป็นมิตร สบายใจ ไม่เป็นทางการ เอื้ออำนวย อิสระเสรี หรือในทางตรงกันข้ามคือ ขาดเย็น เป็นปฏิปักษ์ ตึงเครียด เข้มงวด บรรยากาศมีผลต่อความรู้สึกของสมาชิกที่มีกลุ่ม และความร่วมมือมากน้อยของสมาชิก

มาตรฐาน (Standards) ทุก ๆ กลุ่ม มักจะพัฒนาจรรยาหรือมาตรฐานในด้านที่ว่าพฤติกรรมใดเป็นสิ่งที่ถูกต้องและเป็นที่ยอมรับ เรื่องใดสามารถที่นำมาอภิปรายได้เรื่องใดถือเป็นข้อ

ห้าม สมาชิกสามารถแสดงความรู้สึกอย่างเปิดเผยได้เพียงใด การรับอาสาช่วยงานของสมาชิกถือเป็นสิ่งถูกต้องหรือไม่ มีการยินยอมให้พูดยาว ๆ หรือบอຍ ๆ ได้เพียงใด สมาชิกอาจจะไม่เข้าใจมาตรฐานของกลุ่มได้ยากหากว่ามาตรฐานดังกล่าวแตกต่างกับ

กลุ่มก่อน ๆ ที่เขามีประสบการณ์มา

กระสวนสังคมมิติ (Sociometric pattern) เพียงชั่วระยะเวลาอันสั้นสมาชิกของกลุ่มทุกกลุ่ม มักจะมองหาและรู้ว่าบุคคลใดที่เขาชอบและบุคคลใดที่เขาไม่ค่อยชอบสัมพันธ์ภาพทางมิตรภาพและความไม่ชอบกัน หรือ

กระสวนสังคมมิตินี้มีอิทธิพลอย่างแรงต่อกิจกรรมของกลุ่ม

โครงสร้างและองค์การ (Structure and organization) กลุ่มมีทั้งโครงสร้างขององค์การ (Structure organization) ที่มองเห็นและมองไม่เห็น โครงสร้างที่มองเห็น ซึ่งอาจจะเป็นแบบทางการมาก (เจ้าหน้าที่ กรรมการ ผู้ได้รับแต่งตั้ง) หรือแบบไม่เป็นทางการ ทำให้กลุ่มสามารถจัดสรรแรงงานภายในกลุ่มสมาชิกเพื่อปฏิบัติงานที่สำคัญได้ ส่วนโครงสร้างที่มองไม่เห็นก็ประกอบด้วยการจัดสมาชิกไว้ในลักษณะที่ไม่อาจเห็นได้โดยให้เป็นไปตามชื่อเสียง อิทธิพลอำนาจ ความอาวุโส ความสามารถเฉพาะตัว และความสามารถใ้มน้ำวชักจูง และอื่น ๆ

วิธีการทำงาน (Procedures) ทุกกลุ่มย่อมต้องการวิธีการทำงานเพื่อให้งานทำได้สำเร็จ ในการประชุมที่เป็นกิจลักษณะของงานธุรกิจ เราคุ้นเคยกับวิธีที่เรียกว่า กฎของโรเบิร์ต (Roberts Rules Order) ซึ่งเป็นวิธีการทำงานที่เป็นระบบอย่างชัดเจน ในกลุ่มที่ไม่เป็นกิจลักษณะ ก็มักจะทำให้วิธีการทำงานที่มีความเข้มงวดน้อย การเลือกใช้วิธีการทำงาน มีผลโดยตรงต่อกลุ่มในลักษณะอื่น ๆ ด้วย เช่น บรรยากาศ แบบอย่างของการร่วมมือกัน และการเกาะกลุ่มหรือความยึดเหนี่ยวในกลุ่ม การเลือกวิธีการทำงานให้เหมาะกับสภาพการณ์และเหมาะสมกับงานที่จะทำจำเป็นต้องอาศัยความยืดหยุ่นและการกำหนดขึ้นโดยกลุ่มเอง

เป้าหมาย (Goals) ทุกกลุ่มต่างก็ย่อมมีเป้าหมาย บางเป้าหมายอาจมีระยะยาว เช่น "เพื่อส่งเสริมสวัสดิการของเด็ก ๆ และเยาวชน บางเป้าหมายก็อาจจะมีระยะสั้นลง เช่น เพื่อวางแผนให้การศึกษาแก่ผู้ปกครองในปีหน้า บางครั้งเป้าหมายจะถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน เจาะจง และเปิดเผย และบางครั้งก็ไม่ชัดเจน ไม่เจาะจง และไม่เปิดเผย สมาชิกอาจรู้สึกว่าจะตัวเองได้เข้าไปรับผิดชอบอย่างเต็มที่หรือไม่เต็มที่ โดยเฉพาะที่เป้าหมายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของกลุ่ม จึงได้รับความสนใจและกล่าวถึงอย่างมาก

จากการศึกษาเรื่องกลุ่มอาจสรุปได้ว่า หัวใจของกลุ่ม คือ เป้าหมายหรือประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งเป้าหมายจะเป็นธงนำให้ทุกคนตระหนักและต้องการไปถึง ในขณะที่โครงสร้าง นั้นจะเป็นแบบทางการหรือหลวม ๆ ก็ได้ ส่วนการสื่อสารที่ดีและต่อเนื่อง จะเป็นตัวเกาะเกี่ยวสมาชิก

## 2.2 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและกลุ่มผู้บริโภค

เทวี โพธิ์ผล และคณะ (2537, 10) ได้ให้ความหมายของคำว่า ผู้บริโภค (Consumer) ว่า คือผู้ซื้อหรือได้รับบริการจากผู้ประกอบการ ซึ่งรวมถึงผู้ซึ่งได้รับการเสนอหรือการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการด้วย และทุกคน คือผู้บริโภค ด้วยกันทั้งนั้น ไม่ว่าจะยากดีมีจนหรือร่ำรวยอย่างไร

สมจิตร์ ล้วนเจริญ (2530) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ว่าคือ การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและหรือบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคดีงกล่าวสามารถจะแยกพิจารณาได้ 3 ประเด็น ได้แก่ (1) การกระทำของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลแต่ละคนจะมีการกระทำต่าง ๆ ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ การเดินทางไปซื้อสินค้า การขนส่งสินค้า การใช้ประโยชน์และการประเมินค่าสินค้าและบริการที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาด ฯลฯ (2) การได้รับและการได้ใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ หมายถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยมุ่งที่ตัวบุคคลผู้ซื้อสินค้าและหรือบริการเพื่อนำไปใช้บริโภคเองและหรือการบริโภคของหน่วยบริโภคต่าง ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันเช่นครอบครัวหรือเพื่อน (3) กระบวนการตัดสินใจ ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าได้นั้นจะต้องผ่านขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหา การประเมินผลทางเลือก ทางเลือก และผลได้ในที่นี้ก็คือพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการศึกษาถึงบุคคลผู้บริโภค บริโภคอะไร ที่ไหน บ่อยแค่ไหน และภายใต้สถานการณ์อะไรบ้าง ที่สินค้าและ บริการได้รับการบริโภค

เทวี โพธิ์ผล และคณะ (2537, หน้า 64-66) ได้กล่าวถึง การทำงานของกลุ่มผู้บริโภคว่า กลุ่มพลังผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มที่มีลักษณะที่รวมตัวกันเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ร่วมกัน การทำงานของกลุ่มจึงควรที่จะเป็นการทำงานในรูปแบบดังนี้ คือ

1. ควรจัดตั้งประธานและคณะกรรมการขึ้น โดยวางตำแหน่งที่ชัดเจนและแน่นอนจะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเป็นการสร้างควมรับผิดชอบให้แก่ผู้ที่ดำรงตำแหน่งต่าง ๆ และประการสำคัญ คือ เพื่อให้กลุ่มพลังผู้บริโภคที่จัดตั้งขึ้นนี้ดำรงอยู่ได้เป็นเวลานานซึ่งการจัดตั้งกรรมกรนั้นถ้าเป็นระดับแม่บ้านในแต่ละภาคนั้นควรจะต้องตั้งกรรมกรรวม 1 ชุด และให้กรรมกรเหล่านี้ จัดตั้งคณะอนุกรรมกรของตนเองขึ้นมาในแต่ละจังหวัด และกรรมกรหลักจะเป็นผู้ประสานงานระหว่างกรรมกรด้วยกัน การจัดตั้งคณะกรรมการควรเป็นการจัดตั้งในรูปแบบเดียวกัน เช่น คณะแม่บ้าน ผู้นำชุมชน นักเรียน นักศึกษา ทุกกลุ่มควรมีส่วนร่วมในการเป็นคณะกรรมการกลางร่วมกัน และในแต่ละกลุ่มจะมีกรรมกรย่อยด้วย ส่วนการประสานงานก็จะเป็นการประสานงานระหว่างคณะกรรมการด้วยกันในทุกกลุ่มโดยจัดเลือกศูนย์กลางขึ้น
2. ศูนย์ควรส่งข่าวสารเรื่องราวสำคัญให้กับกลุ่มพลังผู้บริโภคเหล่านี้เรื่อย ๆ เพื่อประสานการทำงานซึ่งกันและกัน เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น



จากการศึกษาแนวคิดองค์กรผู้บริโภค อาจสรุปได้ว่าหากจะจัดตั้งองค์กรผู้บริโภคให้เข้มแข็งนั้น อาจจะต้องจัดตั้งกลุ่มผู้บริโภคตามวงสัมพันธ์เดียวกัน สถานภาพที่เหมือนกัน มีอาชีพที่เหมือนกัน เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มนักเรียน กลุ่มนักศึกษา กลุ่มครู อาจารย์ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลที่มีอาชีพ หรือสถานภาพที่เหมือน ๆ จะมีวิถีชีวิต เวลาว่าง ที่ตรงกัน จะทำให้การบริหารจัดการองค์กรเป็นไปได้ง่ายและสะดวกขึ้น ขณะเดียวกันเพื่อให้กลุ่มผู้บริโภคทำงานต่อเนื่องยั่งยืน อาจจะต้องมีการจัดโครงสร้างให้ชัดเจนด้วย

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมศรี สิ้นสุข (2540,274) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง เครือข่ายการเรียนรู้ของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวคิด ความเชื่อ พิธีกรรม วิถีปฏิบัติ กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในเครือข่าย และเหตุปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ของกลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า เหตุปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดเครือข่ายการเรียนรู้อาหารเพื่อสุขภาพ เหตุ โดยรวม คือ อิทธิพลวัฒนธรรมใหม่ อิทธิพลความเชื่อในพุทธศาสนา ปัจจัยร่วมคือ การมีแหล่งจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกที่จะหาซื้อมาบริโภค เหตุเฉพาะกลุ่มก็คือ ความต้องการของกลุ่มที่จะขยายแนวคิด อุดมการณ์ ความเชื่อไปสู่ผู้บริโภคโดยทั่วไป ปัจจัยเฉพาะกลุ่มก็คือ การมีผู้นำทางความศรัทธา, องค์ความรู้ที่กลุ่มถ่ายทอดเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต, วิธีการที่กลุ่มใช้ในการถ่ายทอดมีหลากหลายรูปแบบ, แนวคิด ความเชื่อ ตลอดจนเชื้อชาติและวัฒนธรรม ที่มีอยู่เดิมใกล้เคียงหรือตรงกับที่กลุ่มนำมาถ่ายทอด, วิถีปฏิบัติที่ยืดหยุ่น กลุ่มให้อิสระในการเลือกปฏิบัติขึ้นอยู่กับความพอใจของแต่ละคน

วิภา จงรัชต์สัตย์ (2542,74) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์นมพร้อมดื่ม ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อนมพร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาปัญหาในการบริโภคนมพร้อมดื่ม ของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้ได้สุ่มตัวอย่างประชากร 200 ราย ที่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า

ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อนมพร้อมดื่ม โดยมีขั้นตอนการตัดสินใจดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการของตนเอง ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี มีรสชาติดี สถานที่ที่สะดวก และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์จากสื่อโทรทัศน์

2. ค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งบุคคล ได้แก่ ครอบครัว และเพื่อน จากแหล่งการค้า ได้แก่ สื่อการโฆษณา(ทางโทรทัศน์) และตัวแทนการค้า (จาก ชุปเปอร์มาเก็ต)
3. การประเมินทางเลือก โดยมีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาดังนี้
  - คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
  - ความน่าเชื่อถือในตราหือ
  - อรรถประโยชน์ที่ได้รับเพิ่มจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
  - รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย
  - การบรรจุภัณฑ์
4. การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตนเองชอบบริโภคมากที่สุด
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อ ซึ่งพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อหือเดิม

สิริพร เลิศพรกุลรัตน์ (2542,77) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคขนมไทยของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการบริโภค และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคขนมไทยของนักศึกษาระดับ ปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีจากมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ จำนวน 53 คน มหาวิทยาลัยแม่ใจ จำนวน 17 คน และมหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 29 คน จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมในแง่ของพื้นฐานการดำเนินชีวิตและค่านิยม ในกลุ่มวัยรุ่น กับปัจจัยด้านสังคมในแง่ของครอบครัวและเพื่อนไม่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภค ขนมไทยของนักศึกษา ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลนั้นฐานะทางครอบครัวของนักศึกษาไม่มีความ สัมพันธ์ต่อการบริโภคขนมไทย แต่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นด้วยว่ารส นิยมของแต่ละบุคคลมีผลต่อการบริโภคขนมไทย แสดงให้เห็นว่ารสนิยมมีความสัมพันธ์ต่อการ บริโภคขนมไทยของนักศึกษา สำหรับปัจจัยด้านจิตวิทยา จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักศึกษา ส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกว่าพฤติกรรมการบริโภคขนมไทยนั้นเกิดขึ้นเมื่อได้รับแรงกระตุ้นจากความ หิว นั้นแสดงให้เห็นว่า ความหิวมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคขนมไทยของนักศึกษา ส่วนแรงจูงใจ จากการชักชวนจากเพื่อน การรับรู้จากการอยากทดลองชิม การเรียนรู้จากความต้องการเปลี่ยนรส ชาติขนมและความเชื่อว่าขนมไทยมีคุณค่ากว่าขนมประเภทอื่นไม่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภค ขนมไทยของนักศึกษา กล่าวโดยสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคขนมไทยของนัก ศึกษาในระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยจังหวัดเชียงใหม่ ก็คือความหิวและรสนิยมของผู้บริโภค

ปรารภณา ดาราพงษ์ (2543,60) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สถิติวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคใน จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการบริโภค สินค้า และบริการประเภทต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ขั้นพื้นฐาน และเพื่อเปรียบเทียบ

ลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภคระหว่างประชาชนในเขตอำเภอเมืองและในเขตอำเภอรอบนอก ของ จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคสินค้าและบริการในหมวด ปัจจัย 4 ทั้ง อาหาร เครื่องแต่งกาย เครื่องแต่งบ้าน ยารักษาโรค บำรุงร่างกาย ประกันสุขภาพ ล้วน มีพฤติกรรมการใช้จ่ายเฉลี่ยแตกต่างกันระหว่างในเขตอำเภอเมือง กับในเขตอำเภอรอบนอก อย่าง มีนัยสำคัญ โดยในเขตอำเภอเมืองจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่สูงกว่าในเขตอำเภอรอบนอก ไม่ว่าจะ เป็น อาหาร เครื่องแต่งกาย เครื่องแต่งบ้าน ยารักษาโรค บำรุงร่างกาย เป็นต้น

บังอร สุขจันทร์ (2544,66) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้และความต้องการผักปลอดภัยจาก สารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการรับรู้และ ปัญหาการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษ , ความต้องการผักปลอดภัยจากสารพิษจากสารพิษ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 14 ตำบล ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 400 ครั้วเรือน ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า การรับรู้และปัญหาการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสาร พิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จะรู้จักผักปลอดภัยจากสารพิษจากสื่อทางโทรทัศน์ ในระดับมาก เพราะสื่อทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ทุกกลุ่มประกอบกับการมี ภาพ เสียง การเคลื่อนไหว ซึ่งทำให้ผู้ชมได้รับรู้และจดจำข้อมูลได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ ส่วนสื่อวิทยุ และหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับปานกลาง เพราะสื่อทางวิทยุทำให้กลุ่มตัวอย่างได้ ยินเพียงเสียง ส่วนสื่อทางหนังสือพิมพ์ก็ให้เห็นแค่รูปภาพ แต่ไม่มีการเคลื่อนไหว ดังนั้นจึงให้ สามารถจดจำข้อมูลได้ไม่มากเท่าใดนัก ส่วนสื่อด้านนิตยสาร/วารสารป้ายโฆษณาต่าง ๆ โบปลิว/ แผ่นพับ เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มเท่านั้น ดังนั้นจึงมีผลทำให้ผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายไม่ได้ รับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ด้านปัญหาการรับรู้เกี่ยวกับผักปลอดภัยจากสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนคร เชียงใหม่ พบว่า มีปัญหาด้านขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รองลงมาคือขาด การรณรงค์และส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษ และมีการโฆษณาผ่าน สื่อต่าง ๆ น้อยมากตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันยังไม่ดึงดูด

### กรอบความคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยที่กลุ่มเป้าหมายได้มีส่วนร่วมใน การคิด ตัดสินใจ และดำเนินการร่วมกับคณะผู้วิจัย โดยมีกรอบความคิดในการวิจัยดังนี้

1. ประชุมทำความเข้าใจร่วมต่อการดำเนินโครงการวิจัย

2. ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค และสรุปผลการรวบรวมและศึกษาข้อมูล
3. ศึกษาสถานภาพและบทบาทขององค์กรผู้บริโภค และสรุปผลการศึกษา
4. ศึกษากลุ่มผู้บริโภคและสังเคราะห์/สรุป รูปแบบการจัดรูปองค์กรและกระบวนการทำงานรณรงค์ เผยแพร่
5. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสรุปรูปแบบการจัดรูปองค์กรผู้บริโภคและกระบวนการทำงานรณรงค์ เผยแพร่ที่น่าจะเหมาะสม
6. ประชุมคณะทำงานเพื่อจัดทำแผนทดลองรูปแบบองค์กรที่น่าจะเหมาะสมและกระบวนการทำงานเผยแพร่วรรณคดีกับผู้บริโภค

**บทที่ 3**  
**ระเบียบวิธีการวิจัย**  
(Method of Research)

**3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย**

ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายด้วยวิธีการต่าง ๆ ได้แก่

1. รวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่มีอยู่
2. การใช้แบบสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลพื้นฐานในด้านต่าง ๆ
3. ให้แบบสัมภาษณ์
4. การประชุมกลุ่มย่อย
5. การประชุมเชิงปฏิบัติการ
6. การศึกษาดูงาน

**3.2 วิธีการเก็บข้อมูล และแหล่งข้อมูล**

1. เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มบุคคลเป้าหมาย
2. ศึกษาจากเอกสาร
3. สรุปลักษณะจากแบบสำรวจ/สัมภาษณ์/การประชุมกลุ่มย่อย/การประชุมเชิงปฏิบัติการ

**3.4 วิธีการประมวลผล และสังเคราะห์ข้อมูล**

ใช้วิธีการประมวลผลร่วมกันของกลุ่มย่อย เพื่อให้กลุ่มได้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม

**3.5 ขั้นตอนการวิจัย**

**ระยะที่ 1**

1. ประชุมทำความเข้าใจร่วมต่อการดำเนินโครงการวิจัย

กลุ่มเป้าหมาย คณะกรรมการชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพิษ

วิธีการ จัดประชุม 1 ครั้ง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.1 เพื่อให้เกิดความเข้าใจตัวโครงการ และแผนดำเนินงานต่าง ๆ
- 1.2 เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรผู้บริโภค
2. ศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค
  - 1.1 ข้อมูลองค์กรผู้บริโภคต่างประเทศจากเอกสาร
  - 1.2 ข้อมูลในประเทศ จากเอกสารและบุคคล

### กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้ผลิตที่ทำธุรกิจพืชผักปลอดสารพิษ ได้แก่ สวนส้มไขกุน จ.ลำปาง ผักปลอดภัยจากสารพิษโป่งแยง สารภี
2. กลุ่มที่ใช้เรื่องศาสนาและสุขภาพ ได้แก่ มังสวิวัติ มังสวิวัตินานาชาติ อาหารเจ ราชายโคะ ชิวจิต ชมรมอยู่รั้อยปี
3. กลุ่มที่เน้นงานพัฒนา ได้แก่ โรตารี

### วิธีการ

1. ศึกษาจากเอกสาร
2. สัมภาษณ์บุคคล
3. ประชุมกลุ่ม

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

บทเรียนการจัดรูปองค์กร และกระบวนการเผยแพร่รณรงค์ที่ได้ผล

### 3. สรุปผลการรวบรวมและศึกษาข้อมูล

วิธีการเขียนรายงานจากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นที่ผ่านมา

### 4. ศึกษาสถานภาพและบทบาทขององค์กรผู้บริโภค

กลุ่มเป้าหมาย – ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ

วิธีการ 1. ใช้แบบสัมภาษณ์

2. ใช้แบบสอบถาม

3. ใช้วิธีการประชุมกลุ่ม/องค์กร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ สามารถทำความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษได้ดังนี้

- ความไฝ่ฝันสูงสุดขององค์กร
- เบื้องหลังปรัชญาแนวความคิดเกี่ยวกับเกษตรกรรมทางเลือก
- พัฒนาการความเป็นมา/กิจกรรม
- องค์ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ
- ทักษะต่อเกษตรกรทั่วไปและเกษตรกรในเครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก
- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต – ผู้บริโภค ในระบบเกษตรกรรมทางเลือก ที่ควรจะเป็น
- บทบาทขององค์กรในการหนุนเสริมกระบวนการให้เข้มแข็ง

5. สรุปผลการศึกษา

วิธีการ เขียนรายงานจากการศึกษาที่ผ่านมา

6. ศึกษากลุ่มผู้บริโภค

กลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ 7 กลุ่ม รวม 550 คน

วิธีการ

1. ใช้แบบสอบถาม
2. ใช้แบบสัมภาษณ์
3. ประชุมกลุ่ม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ได้รับทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

- พฤติกรรมการบริโภคอาหารโดยทั่วไป และการบริโภคอาหารปลอดภัย
- โอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการบริโภค
- แนวความคิดความเข้าใจเรื่องเกษตรกรรมทางเลือก
- สื่อ วิธีการที่เหมาะสมในการรณรงค์เผยแพร่

7. สังเคราะห์/สรุป รูปแบบแนวทางการทำงานรณรงค์ เผยแพร่

วิธีการ นำข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์ และสรุปรูปแบบ วิธีการ แนวทางการทำงานรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมาย

8. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ

กลุ่มเป้าหมาย

- คณะกรรมการ
- สมาชิกผู้สนใจ

วิธีการ ประชุมเชิงปฏิบัติการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางในการทำงานรณรงค์กับกลุ่มผู้บริโภค
2. ได้คณะทำงาน

9. ประชุมคณะทำงานเพื่อวางแผนปฏิบัติงานในแนวทาง รูปแบบการทำงานรณรงค์กับผู้บริโภค

วิธีการ จัดประชุมวางแผนงาน

กลุ่มเป้าหมาย คณะทำงาน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ ได้แผนการดำเนินงานในชั้นปฏิบัติการ

ระยะที่ 2 ขั้นการปฏิบัติการ (ระยะเวลา 11 เดือน)

ระยะที่ 3 ขั้นการสังเคราะห์และสรุปผล (ระยะเวลา 1 เดือน)

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลเป็น 4 ตอน ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบองค์กรผู้บริโภคและวิธีการเผยแพร่รณรงค์ในต่างประเทศและในประเทศไทย

ตอนที่ 2 ทศนคติของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดสารพิษในเกษตรกรรมยั่งยืน

ตอนที่ 3 สถานภาพ และบทบาทของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 4 รูปแบบองค์กรผู้บริโภคและวิธีการรณรงค์เผยแพร่ การสร้างกระบวนการรณรงค์ที่น่าจะเหมาะสม

ตอนที่ 1 รูปแบบองค์กรผู้บริโภคและวิธีการเผยแพร่รณรงค์ในต่างประเทศและในประเทศไทย

### สหกรณ์ผู้บริโภคนานาชาติ

#### ความเป็นมา

เป็นองค์กรสหกรณ์ผู้บริโภคระหว่างประเทศก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2512 ประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมด 22 กลุ่ม ใน 21 ประเทศ เป็นการรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกในด้านการบริโภคสินค้าและบริการ มาตรฐานความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้บริโภค การค้าขายที่ยุติธรรมสำหรับผู้บริโภค

#### กิจกรรม

1. เสริมความเข้มแข็งให้กับองค์กรสมาชิก
2. สร้างโอกาสทำการค้าระหว่างกลุ่มองค์กรสมาชิก
3. รวบรวมข้อมูลและประสบการณ์ต่าง ๆ ของเครือข่ายเพื่อนำไปใช้ขยายกลุ่มใหม่
4. จัดประชุมสามัญขึ้นกับกลุ่มประเทศต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน
5. จัดสัมมนาให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ กับองค์กรในเครือข่าย
6. รณรงค์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้เกิดมิติใหม่ทางสังคม

#### จุดเด่นของรูปแบบองค์กร

เป็นการรวมตัวกันขององค์กรผู้บริโภคต่าง ๆ เป็นรูปแบบของสหกรณ์ ทำให้สมาชิกในองค์กรมีความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรอย่างแท้จริง และการตั้งสหกรณ์เกิดจากการรวมกลุ่มของกลุ่มผู้บริโภคขนาดเล็กมารวมตัวกันจัดตั้งเป็นสหกรณ์ มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในแต่ละกลุ่ม มีการรวบรวมประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้สร้างกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ต่อไป



## องค์กรผู้บริโภคในอินโดนีเซีย

### ความเป็นมา

เป็นการรวมกลุ่มกันของผู้บริโภคเพื่อต่อต้านการบริโภคสินค้านำเข้าในประเทศ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2516 ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่าง ๆ เป็นองค์กรที่ทำร่วมกับกลุ่มผู้บริโภคต่าง ๆ ทั่วโลก

### กิจกรรม

1. ทำงานวิจัยค้นคว้าหาข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างถูกต้อง
2. ให้ความช่วยเหลือผู้บริโภคในด้านให้คำแนะนำปรึกษาด้านกฎหมาย และบริการสื่อต่าง ๆ ให้ผู้บริโภค
3. ให้การศึกษาโดยการอบรมผู้บริโภคให้ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ให้การศึกษาข้อมูลด้านผู้บริโภคกับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา
4. การเผยแพร่ข่าวสารผ่านนิตยสารผู้บริโภค
5. จัดตั้งห้องสมุด เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผู้บริโภค

### จุดเด่นของรูปแบบองค์กร

เป็นองค์กรที่รวมตัวกันโดยสมาชิกในกลุ่มมีแนวคิดที่เหมือนกัน ทำให้การทำงานราบรื่น มีการจัดตั้งห้องสมุดโดยรวบรวมเอาเนื้อหาเกี่ยวกับผู้บริโภคไว้ให้ผู้บริโภคได้มีสถานที่ศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผู้บริโภค

## The Kenya Consumers Organization

### ความเป็นมา

เป็นองค์กรอิสระไม่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลและลัทธิใด เป็นองค์กร NGO ที่ทำงานด้านผู้บริโภคใน Kenya และเป็นองค์กรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์กรผู้บริโภคในต่างประเทศด้วย เป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคในด้านต่างๆ

### กิจกรรม

1. มีการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์และมีการทดลองผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถพึงพิงตนเองได้ไม่ถูกผู้ขายเอาเปรียบ
2. การเข้าไปมีส่วนร่วมในการปฏิรูปกฎหมาย
3. การศึกษาค้นคว้าวิจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้บริโภค
4. การแจ้งข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นแก่ผู้บริโภคในสมาชิกทราบ

### จุดเด่นของรูปแบบองค์กร

การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปในลักษณะขององค์กรอย่างเต็มตัว คือมีเจ้าหน้าที่ทำงานประจำอยู่ในองค์กรซึ่งทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และสามารถทำได้อย่างต่อเนื่องและการดำเนินงานมีการกำหนดแผนการทำงานในแต่ละวันซึ่งทำให้การทำงานมีแบบแผน และไม่ล้าสมัย และข้าช้อนและสมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานขององค์กรอย่างเต็มที่เช่น การจัดซื้อ คณะกรรมการ การวางนโยบาย แผนงานต่าง ๆ

### **สหกรณ์ผู้ผลิตผู้บริโภคเตเก้**

#### ความเป็นมา

เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภคในญี่ปุ่น โดยเกิดจากการที่ผู้บริโภคที่ตระหนักถึงปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม และผลกระทบของการบริโภคในปัจจุบันของตนเองและต้องการบริโภคสินค้าอินทรีย์จึงได้ทำการตกลงกับผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ เพื่อทำการตกลงซื้อขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์โดยที่ผู้บริโภคมีการรวมกลุ่มกันประมาณ 4-13 ครอบครัวแล้วทำการติดต่อกับผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ผู้ผลิตทำการผลิตสินค้าอินทรีย์ให้สมาชิกในกลุ่มผู้บริโภค

#### กิจกรรม

1. มีการส่งผลผลิตเกษตรอินทรีย์ไปถึงบ้านผู้บริโภคหรือตามจุดที่ผู้บริโภคกำหนด สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
2. ผู้บริโภคเข้าไปทำการเพาะปลูกร่วมกับผู้ผลิต
3. ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคมีการนำเงินมาลงหุ้นเป็นหุ้นส่วนเดียวกันในสหกรณ์เตเก้

### จุดเด่นขององค์กร

เป็นองค์กรสหกรณ์ซึ่งสมาชิกในสหกรณ์จะประกอบไปด้วยผู้ผลิต-ผู้บริโภค เป็นเจ้าของร่วมกัน และมีการรวมกลุ่มของผู้บริโภคขนาดเล็ก ๆ หลายแห่งแล้วมารวมตัวกันเป็นสมาชิกของสหกรณ์โดยที่อยู่ภายใต้การดูแลของสมาคมเกษตรอินทรีย์แห่งญี่ปุ่น ซึ่งเป็นสมาคมที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ผลิต - ผู้บริโภค ในการทำกิจกรรมและการดำเนินงานร่วมกัน การดำเนินงานให้หลักความไว้เนื้อเชื่อใจกัน

### **(CSA Ccommunity Supported Agriculture) เกษตรเกื้อกูลโดยชุมชน**

#### ความเป็นมา

เกษตรเกื้อกูลโดยชุมชนคือโครงการที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างเกษตรกรกับผู้บริโภคในเมืองโดยเริ่มจากผู้บริโภคในเมืองรวมตัวกันแล้วทำการติดต่อกับเกษตรกรซึ่งดำเนินการปลูกพืชผัก

ปลอดสารพิษเพื่อผลิตสินค้าให้กลุ่มผู้บริโภค โดยกลุ่มผู้บริโภคจะลงทุนให้เกษตรกรเพื่อเพาะปลูกพืชผักให้ตนเอง

เกษตรกรก็ถูกเริ่มดำเนินการในปี 1970 ในยุโรป และในอเมริกาและแคนาดาเริ่มเมื่อปี 1980 โดยมีความมุ่งหวังจะลดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคลงและส่งเสริมเกษตรยั่งยืน

#### กิจกรรม

1. ผู้ผลิตส่งผลผลิตให้กับผู้บริโภคตามจุดเท่า ๆ ที่ผู้บริโภคกำหนดทุกอาทิตย์
2. ผู้บริโภคมีการเข้าใจเพาะปลูกพืชผักกับเกษตรกรโดยตรงเพื่อเรียนรู้เรื่องเกษตรร่วมกัน
3. มีการพบปะกันระหว่างผู้ผลิต-ผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ
4. มีการทำจดหมายข่าว ของกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารปลอดสารพิษ

#### จุดเด่นขององค์กร

การดำเนินงานของเกษตรกรก็ถูกโดยชุมชนจะเป็นกลุ่มเล็ก ๆ มีคณะกรรมการที่มาจากผู้ผลิต-ผู้บริโภคซึ่งเป็นผลดีกับการดำเนินงานเพราะความคิดเห็นและแผนงานต่าง ๆ จะเกิดจากทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคทำให้การทำงานไม่มีใครเป็นคนกำหนดทิศทางแต่เป็นการสำรวจของทั้ง 2 ฝ่าย

กลุ่มองค์กรต่าง ๆ ในประเทศ

#### กลุ่มที่ผลิตพืชผักเพื่อสุขภาพ

#### กลุ่มปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษโป่งแยง

##### ความเป็นมา

เป็นการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรในอำเภอแมริมโดยจัดตั้งเป็นนิติบุคคลเหตุผลที่รวมกลุ่มกันเป็นนิติบุคคลเพื่อที่จะสามารถต่อรองกับภาครัฐได้ในด้านต่าง ๆ และให้สมาชิกเกิดความสามัคคีกันหากไม่มีการรวมกลุ่มกันจะทำให้การบริหารเกิดการไม่เป็นระบบ

##### กิจกรรม

1. จัดเวทีแสดงสินค้าต่าง ๆ โดยหน่วยงานรัฐจะเป็นผู้จัดทำ
2. มีการออกร้านของกลุ่มสมาชิก
3. มีการสะสมเงินในรูปของเงินฌาปนกิจศพ
4. การเปิดให้กลุ่มผู้บริโภคเข้าศึกษาดูงาน

### จุดเด่นขององค์กร

สมาชิกของกลุ่มเป็นกลุ่มเล็กและมาจากหลายหมู่บ้านแล้วรวมตัวกันจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลมีกิจกรรมที่เชื่อมโยงให้สมาชิกรวมตัวกันคือ การประชุมประจำเดือนและการสะสมเงินฌาปนกิจศพและมีกฎระเบียบของกลุ่มอย่างชัดเจน

### **กลุ่มปลูกผักปลอดภัยจากสารพิษอำเภอสารภี**

#### ความเป็นมา

การก่อเกิดกลุ่มขึ้นมาเริ่มจากหน่วยงานของภาครัฐเข้ามาส่งเสริมให้เกษตรกรในหมู่บ้านตั้งกลุ่มขึ้นมาในปี พ.ศ. 2535 เนื่องจากพบว่าเกษตรกรในหมู่บ้านใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลงมากเกินไป ดังนั้นทางหน่วยงานของรัฐจึงเข้ามาทำการทดลองให้เกษตรกรใช้ปุ๋ยมากางเพื่อลดการใช้สารเคมี เริ่มแรกมีผู้สนใจทำจำนวน 3 ราย ต่อมาเมื่อได้รับการสนใจมากขึ้นจึงได้รวมกันจัดตั้งเป็นกลุ่ม

#### กิจกรรม

1. การสะสมเงินร่วมกันของสมาชิก
2. มีการประชุมประจำปี

### จุดเด่นขององค์กร

มีการประกาศให้สาธารณชนทราบว่าแหล่งผลิตเป็นหมู่บ้านปลอดภัยจากสารพิษซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจกับคนทั่วไปได้ดี และมีหน่วยงานของรัฐเข้ามาให้การสนับสนุนและรับรองผลผลิตของหมู่บ้าน เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วคนทั่วไปมักจะมั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่มีหน่วยงานของรัฐเข้ามารับรอง

### **ชมรมผู้ผลิตผักปลอดสารพิษ**

#### ความเป็นมา

การก่อเกิดชมรมฯ เริ่มตั้งแต่ปี 2536 โดยทางกลุ่มเกษตรกรได้รวมกลุ่มกันออมทรัพย์ในบ้านป่านี้อด กิ่งอ.แม่ฮอน จ.เชียงใหม่ โดยได้รับการสนับสนุนจากโครงการพัฒนาองค์กรชุมชน ในด้านการผลิต และโครงการพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิต – ผู้บริโภคเกษตรกรรมทางเลือกภาคเหนือตอนบน สนับสนุนด้านการตลาด กลุ่มที่ร่วมกันก่อตั้งชมรมฯ นี้ขึ้นมาทั้งหมด 3 กลุ่ม และปัจจุบันมีทั้งหมด 12 กลุ่ม

#### กิจกรรม

1. พัฒนาองค์กรและเครือข่าย เช่น การประชุมประจำเดือน การเป็นวิทยากรของชมรมฯ
2. ด้านการผลิตและการแปรรูป
3. ด้านการตลาด เช่น การพัฒนาตลาดขายตรง
4. ด้านกองทุน เช่นสะสมเงินประจำเดือน



## 5. ด้านนโยบาย เช่น การปรับปรุงแผนปฏิบัติการ ปรับปรุง พ.ร.บ.คุ้มครองพันธุ์พืช

### กลุ่มที่สนใจด้านอาหารและการพัฒนาสุขภาพ

#### ชมรมมังสวิรัตเชียงใหม่

##### ความเป็นมา

ชมรมมังสวิรัตเชียงใหม่ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2533 โดยกลุ่มญาติธรรมและกลุ่มสันติอโศก ในจังหวัดเชียงใหม่ ร่วมกันดำเนินกิจกรรมเรียกว่า ศาลามังสวิรัตตั้งอยู่ ที่ประตูสวนดอก ต่อมากิจกรรมของชมรมฯ ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไป ทำให้ต้องขยายสถานที่ออกไปโดยได้ย้ายมาตั้งที่สถานที่ปัจจุบันคือที่ เลขที่ 42 ถ.มหิดล ต.สะเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ ติดกับปั้มน้ำมันบางจาก และได้เปลี่ยนชื่อจากศาลามังสวิรัตเป็นชมรม

##### มังสวิรัตเชียงใหม่

##### กิจกรรม

1. การจำหน่ายอาหารมังสวิรัต อาหารแห้ง และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ
2. การจำหน่ายหนังสือและเทปธรรมะ
3. การจัดบอร์ดและป้ายนิเทศน์ต่าง ๆ โดยเนื้อหาจะเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม อาหารมังสวิรัตและธรรมะ ตลอดจนให้สมาชิกของชมรมและบุคคลทั่วไปได้แสดงความคิดเห็น
4. การทำกิจกรรมร่วมกับองค์กรภายนอก เช่นการไปเป็นวิทยากร การตั้งโรงบุญมังสวิรัต
5. กิจกรรมสอมนแรง

##### จุดเด่นขององค์กร

1. เป็นองค์กรที่เน้นให้สมาชิกเกิดความรู้สึกในองค์กร ทำให้สมาชิกร่วมกันทำงานขององค์กรอย่างเต็มใจและมีความสุข ส่งผลให้องค์กรมีความเข้มแข็ง มีการรวมกลุ่มขนาดเล็กเกิดขึ้น และเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่มโดยเรียกกลุ่มว่ากลุ่มสันติอโศก ซึ่งตั้งอยู่ตามภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย เมื่อมีการรวมกลุ่มกันทำให้เกิดพลังมากขึ้น
2. มีร้านอาหารมังสวิรัตของชมรมฯ ซึ่งเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้สมาชิกมีส่วนร่วมและสามารถดึงดูดความสนใจของคนภายนอกได้

#### มูลนิธิศมิธรรม

##### ความเป็นมา

การก่อเกิดมูลนิธิเริ่มจากตัวผู้ก่อตั้งมูลนิธิได้ทานอาหารเจ และมีการทำอาหารเจในหมู่คณะเพื่อน ญาติพี่น้อง แล้วนำออกจำหน่ายและมีคนถามบ่อยครั้งว่าอาหารเจต่างจากอาหารมังส

วิธีใดอย่างไร ดังนั้นเจ้าหน้าที่ต้องคอยตอบคำถามอยู่ตลอดเวลา ต่อมาจึงได้จัดทำเอกสารเกี่ยวกับอาหารเจแผ่นเล็ก ๆ มาวางไว้ในร้าน เมื่อเอกสารได้รับความนิยม ดังนั้นทางกลุ่มจึงได้จัดทำเป็นหนังสือเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความใจยิ่งขึ้นและไม่ทิ้งขว้าง เหมือนเอกสาร หน้านั้นก็ทำหนังสือสืบเนื่องโดยไม่คิดเป็นการค้า เมื่อหนังสือเริ่มแพร่กระจายออกไปมากมายหลายทาง จึงทำให้เกิดการสั่งซื้อหนังสือทำให้เงินเข้ามาและมีเงินบริจาคเข้ามามากมาย ก็ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับระบบบัญชี เพราะร้านทำงานด้านศิลปกรรม เจ้าหน้าที่บัญชีและทนายความจึงแนะนำว่าควรจดทะเบียนเป็นมูลนิธิขึ้นมา เมื่อมีผู้บริจาคจะได้ออกใบอนุโมทนาบัตรให้เป็นหลักฐาน ด้วยเหตุนี้จึงมีการก่อตั้งมูลนิธิขึ้นมา เรียกว่า “มูลนิธิรัศมีธรรม”

#### กิจกรรม

1. กิจกรรมส่งเสริมงานด้านโภชนาการ เช่น การสอนวิธีการทำอาหารเจ
2. กิจกรรมอบรมจริยธรรม จัดทุกวันอาทิตย์ ยกเว้นวันอาทิตย์ที่ 2 ของเดือน
3. กิจกรรมมีส่วนร่วมสนับสนุนกับหน่วยงานภายนอก เช่น เข้าร่วมเป็นวิทยากรหรืออบรมให้เยาวชนในสถานศึกษาของรัฐ โดยเรื่องที่บรรยายส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับเรื่องหลักจริยธรรมในการดำเนินชีวิต เรื่องการบริโภคอาหารเจ หรือเรื่องการบริหารการแกว่งแขนเพื่อสุขภาพ
4. กิจกรรมเผยแพร่หนังสือธรรมะทั่วประเทศ

#### จุดเด่นขององค์กร

1. เป็นองค์กรที่เน้นให้สมาชิกเกิดความศรัทธาในองค์กร ทำให้สมาชิกทำงานอย่างเต็มใจโดยไม่หวังผลตอบแทน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งแก่องค์กร
2. มีการจัดตั้งร้านอาหารเจของมูลนิธิ

#### ชมรมชีวิต

##### ความเป็นมา

เกิดจากการสนับสนุนของมูลนิธิชีวิตที่กรุงเทพมหานคร ให้ก่อตั้งชมรมชีวิตที่จังหวัดเชียงใหม่ขึ้นโดยรวมกลุ่มผู้ที่สนใจสุขภาพในแนวชีวิตจิตทางภาคเหนือ ให้ได้มีโอกาสทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นจึงมีการจัดตั้งชมรมชีวิตในภาคเหนือขึ้น

##### กิจกรรม

1. มีการประชุมประจำเดือน จัดทุกวันเสาร์แรกของเดือน โดยจัดที่โรงพยาบาลแมคคอร์มิค จะมีวิทยากรมาบรรยายเกี่ยวกับชีวิตจิต เช่น เรื่องอาหาร การออกกำลังกาย ทำอย่างไรให้มีสุขภาพจิตดี และเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้สมาชิกได้แลกเปลี่ยนเกี่ยวกับเรื่องการดำรงชีวิตของแต่ละคน

2. มีการประชุมรอบไตรมาส มีการประชุมนอกสถานที่ โดยรวบรวมกิจกรรม 3 เดือนที่ผ่านมา นำมาปฏิบัติร่วมกัน 1 วัน
3. การเข้าค่ายประจำปี ระยะเวลา 3 วัน เพื่อให้สมาชิกได้มีโอกาสใช้ชีวิตร่วมกันและปฏิบัติกิจกรรมของชีวิตร่วมกัน

#### จุดเด่นของชมรม

เป็นองค์กรที่มีลักษณะโดดเด่น มีเอกลักษณ์ของตัวเองคือ โดยส่วนใหญ่สมาชิกและคนทั่วไปจะมององค์กรว่าเป็นองค์กรที่ช่วยฟื้นฟูสุขภาพในด้านการรักษาโรคมะเร็ง

### **สโมสรมังสวิรัตินานาชาติ**

#### ความเป็นมา

เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2539 ได้มีการประชุมก่อตั้งสโมสรมังสวิวัติเชียงใหม่ขึ้นพร้อมทั้งกรรมการและสมาชิกของสโมสรมังสวิวัติกรุงเทพฯ โดยการนำของ วิจิ พรเทพ ศรีนฤหล้า , วิจิ ดร. อาจง ชุมฉาย ณ อยุธยา ในที่สุดสโมสรมังสวิวัติได้กำเนิดอย่างเป็นทางการในวันที่ 5 ตุลาคม 2539 ในระยะแรกที่สมาชิกก่อตั้ง 72 คน ต่อมาก็มีเพิ่มเข้ามาใหม่ และในขณะเดียวกันก็มีการลาออกไปด้วย ปัจจุบันมีสมาชิกไม่ต่ำกว่า 100 คน

#### กิจกรรม

1. มีการประชุมประชุมประจำเดือน ในการประชุมแต่ละครั้งจะมีการเชิญวิทยากรที่เชี่ยวชาญด้านอาหาร สิ่งแวดล้อม สุขภาพกายและใจ การออกกำลังกายมาบรรยายให้สมาชิก
2. มีการจัดพิมพ์วารสารสุขภาพ "มังสวิวัติ" ทุกเดือน โดยแจกให้กับสมาชิกในเชียงใหม่และกรุงเทพฯ ตลอดจนผู้ที่สนใจ
3. มีการบรรยายเผยแพร่เรื่องคุณประโยชน์ของอาหารมังสวิวัติ - เจ ให้แก่สถาบันการศึกษาต่าง ๆ และมีการบรรยายผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อวิทยุ

### **ชมรมอยู่รั้อยปีชีวิตเป็นสุข**

#### ความเป็นมา

ชมรมอยู่รั้อยปีฯ เกิดขึ้นเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่วิกฤติเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ ภาวะฟองสบู่แตก ผู้ก่อตั้งจึงอยากให้คนทั่วไปอยู่อย่างพอเพียง ไม่เบียดเบียนผู้อื่น อยู่ได้ด้วยตนเอง ดังนั้นผู้ก่อตั้งจึงจัดตั้งชมรมนี้ขึ้นเพื่อให้คนในสังคมปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการกินอยู่ของตนเองด้วย

#### กิจกรรม

1. มีการจัดประชุมประจำเดือน

2. มีการจัดประชุมบรรยายในเรื่องใหม่เกี่ยวกับผู้บริโภคให้กับสมาชิกและผู้สนใจเข้าร่วม

#### จุดเด่นขององค์กร

เป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่ไม่ใหญ่เป็นองค์กรเดียวและยังเชื่อมโยงกับองค์กรเครือข่ายที่กรุงเทพฯ ในด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดการช่วยเหลือกันระหว่างองค์กร

#### องค์กรที่เน้นงานด้านพัฒนาสังคม

#### สโมสรโรตารีเชียงใหม่

##### ความเป็นมา

เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มนักธุรกิจและนักวิชาชีพแขนงต่าง ๆ ทั้งเชียงใหม่ เพื่อที่จะบำเพ็ญประโยชน์เพื่อเพื่อนมนุษย์ส่งเสริ้มการยกระดับมาตรฐานจรรยาบรรณในวิชาชีพ ช่วยเสริมสร้างไมตรีจิต สร้างสันติภาพขึ้นในโลก และเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทัศนคติของแต่ละคน ซึ่งมีหลากหลายอาชีพ ดังนั้นจึงได้มีการจัดตั้งสโมสรโรตารีขึ้นมา เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มของบุคคลหลากหลายอาชีพ โดยสโมสรอยู่ในภาคที่ 3360

##### กิจกรรม

1. บริการสโมสร หมายถึง กิจกรรมหลักของโรตารีเรียนที่ต้องดำเนินการภายในสโมสร เพื่อที่สโมสรจะปฏิบัติงานได้โดยราบรื่น
2. บริการอาชีพ หมายถึง โอกาสที่โรตารีเรียนแต่ละคน จะได้แสดงอรรถประโยชน์ และศักดิ์ศรีในด้านอาชีพแต่ละคนที่มีอยู่แก่สมาชิกทุกคนในสโมสร
3. บริการชุมชน หมายถึง กิจกรรมซึ่งโรตารีเรียนได้ให้สัญญาที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในชุมชนโยงไปถึงการบริการแก่เยาวชน ผู้สูงอายุ คนพิการ และบุคคลอื่น ๆ ที่มองเห็นว่าโรตารีเป็นความหวังที่ดีกว่าที่จะทำให้ชีวิตมีคุณค่าดีขึ้น
4. บริการระหว่างประเทศ หมายถึง โครงการและกิจกรรมที่โรตารีเรียนจะเพิ่มพูนความเข้าใจ ไมตรีจิตและสันติสุขระหว่างชาติ โครงการต่าง ๆ ถูกกำหนดเพื่อความต้องการของมนุษยชาติทุกแห่งทั่วโลก

##### จุดเด่นขององค์กร

1. การรวมกลุ่มจะรวมเป็นกลุ่มขนาดเล็ก ๆ แล้วเชื่อมโยงกลุ่มเล็ก ๆ เข้าด้วยกันเป็นเครือข่าย ส่งผลให้เมื่อมีการรวมกลุ่มกันทำให้เกิดพลังมากขึ้น
2. การบริหารจัดการองค์กรในด้านผู้นำขององค์กรจะทำโดยการให้ประธานที่พ้นวาระเป็นที่ปรึกษาประธานคนปัจจุบัน และคนที่จะเป็นประธานคนต่อไปจะต้องดำรง



ตำแหน่งว่าที่ประธานเพื่อศึกษางานก่อนจะเข้ารับตำแหน่งประธาน การทำเช่นนี้ส่งผลให้การดำเนินงานขององค์กรมีระบบและราบรื่นมากขึ้น

## ตอนที่ 2 ทักษะของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยในเกษตรกรรมยั่งยืน

### 1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงเพศ

กลุ่ม	ชาย	หญิง
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	17	25
กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน	60	109
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพ อิมบิอุ	13	31
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	22	15
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	17	22
รวม	331	129
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	38.97 %	61.03 %

จากตารางที่ 1 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 202 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.03 และเป็นเพศชายจำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.97 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 331 ตัวอย่าง

ตารางที่ 2 แสดงระดับการศึกษา

กลุ่ม	ประถม ศึกษา	มัธยม ศึกษา	อนุ บริ ญา	ปริญญา ตรี	ปริญญา โท	สูงกว่า ปริญญา โท	กำลัง ศึกษา	ไม่ได้รับ การ ศึกษา
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	2	14	5	16	5	-	1	-
กลุ่มผู้บริโภครที่ทำงานตามหน่วยงาน	5	9	18	118	16	-	4	-
กลุ่มผู้บริโภครที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพอิมมูโน	8	10	6	14	5	-	1	-
กลุ่มผู้บริโภครที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	2	3	2	16	7	3	-	-
กลุ่มผู้บริโภครที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	24	6	1	-	-	-	1	5
รวม	327	41	42	32	164	33	7	5
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	12.54 %	12.84 %	9.79 %	50.15 %	10.09 %	0.92 %	2.14 %	1.53 %

จากตารางที่ 2 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภครส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 164 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.15 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาที่มีจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.84 และระดับประถมศึกษาที่มีจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.54 จากจำนวนตัวอย่าง 327 ตัวอย่าง

ตารางที่ 3 แสดงอาชีพ

กลุ่ม	รับราชการ	พนักงาน รัฐ วิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	ค้าขาย	รับจ้าง	กำลัง ศึกษา	ไม่มีงาน ทำ
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	9	2	5	11	7	1	-
กลุ่มผู้บริโภครที่ทำงานตามหน่วยงาน	64	-	70	-	33	3	-

กลุ่ม	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ค้าขาย	รับจ้าง	กำลังศึกษา	ไม่มีงานทำ
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพพรีเมียม	9	-	7	9	7	2	-
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	13	-	3	5	2	5	-
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	-	-	1	14	11	1	12
รวม	306	95	2	86	39	60	12
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	31.05 %	0.65 %	28.10 %	12.75 %	19.61 %	3.92 %	3.92 %

จากตารางที่ 3 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ มีจำนวน 95 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.05 รองลงมาคืออาชีพ พนักงานเอกชน มีจำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.10 และอาชีพรับจ้างมีจำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.61 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 306 ตัวอย่าง

## 2. ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรกรรมยั่งยืน

ตารางที่ 4 แสดงการให้ความหมายของเกษตรกรรมยั่งยืน

กลุ่ม	เป็นระบบเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมีใด ๆ ในการผลิต เน้นความเกื้อกูลของสิ่งแวดล้อม	เป็นระบบเกษตรที่ยังคงมีการใช้สารเคมีแต่ใช้ในปริมาณที่เหมาะสม	เป็นระบบเกษตรที่ใช้สารพิษอย่างเข้มข้น
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	32	8	1
กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน	141	25	1
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพพรีเมียม	39	4	-

กลุ่ม	เป็นระบบเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมีใด ๆ ในการผลิต เน้นความเกื้อกูลของสิ่งแวดล้อม	เป็นระบบเกษตรที่ยังคงมีการใช้สารเคมีแต่ใช้ในปริมาณที่เหมาะสม	เป็นระบบเกษตรที่ใช้สารพิษอย่างเข้มข้น
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	32	6	-
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	9	6	-
รวม	304	253	49
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	83.22 %	16.12 %	0.66 %

จากตารางที่ 4 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเข้าใจในความหมายของเกษตรยั่งยืนได้ถูกต้องคือให้ความหมายว่า เป็นระบบเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมีใด ๆ ในการผลิต เน้นความเกื้อกูลของสิ่งแวดล้อม มีจำนวน 253 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.22 และให้ความหมายของเกษตรยั่งยืนว่า เป็นระบบเกษตรที่ยังคงมีการใช้สารเคมีแต่ใช้ในปริมาณที่เหมาะสม มีจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.12 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 304 ตัวอย่าง

### 3. พฤติกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัย

ตารางที่ 5 แสดง การบริโภคอาหารปลอดภัย

กลุ่ม	เคยบริโภค	ไม่เคยบริโภค
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	42	1
กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน	151	19
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพ อิมบิญา	41	3
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	35	3
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	24	14
รวม	333	40
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	84.98 %	12.01 %

จากตารางที่ 5 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเคยบริโภคอาหารปลอดภัยพิช มีจำนวน 293 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.98 และไม่เคยบริโภคอาหารปลอดภัยพิชมีจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.01 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 333 ตัวอย่าง

ตารางที่ 6 แสดง ความถี่ในการบริโภคอาหารปลอดภัยพิช

กลุ่ม	บริโภคทุก วัน	บริโภค 2-3 วัน: สัปดาห์	บริโภค 4-5 วัน : สัปดาห์	บริโภค 6 วัน : สัปดาห์	น้อยกว่า 8 วันใน 1 เดือน
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	16	11	5	3	6
กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน	18	41	18	7	67
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพอิมบิอุ	11	15	10	3	2
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	6	9	4	1	15
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	-	-	-	-	10
รวม	278	51	76	14	100
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	18.34 %	27.34 %	13.31 %	5.04 %	35.97 %

จากตารางที่ 6 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะบริโภคอาหารปลอดภัยพิช น้อยกว่า 8 วันใน 1 เดือน มีจำนวน 100 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.97 รองลงมาคือบริโภค 2-3 วัน ต่อ 1 สัปดาห์ มีจำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.34 และ บริโภคทุกวันมีจำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.34 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 278 ตัวอย่าง

ตารางที่ 7 แสดงความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยพิช

กลุ่ม	มีความคิดว่าอาหารปลอดภัยพิชไม่ต่างจากอาหารทั่วไป	มีราคาแพง	หาซื้อยาก	ผลผลิตไม่ต่อเนื่อง	ยังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งจำหน่าย	ยังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยพิช	การบรรจุหีบห่อไม่ได้มาตรฐานและไม่สวยงาม	ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพเช่นอย. หรือมาตรฐานอื่น ๆ ที่น่าเชื่อถือ
กลุ่มที่เป็นสมาชิก	-	16	21	25	14	6	3	16

องค์กรด้าน สุขภาพ								
กลุ่มผู้ บริโภคที่ ทำงาน ตามหน่วย งาน	16	76	97	95	75	25	13	74
กลุ่มผู้ บริโภคที่ เป็นลูกค้า ศูนย์สินค้า เพื่อสุขภาพ อิม มูญ	-	15	20	25	8	4	5	17
กลุ่มผู้ บริโภคที่ อาศัยอยู่ ในบ้านจัด สรร	-	12	23	25	16	6	3	22
กลุ่มผู้ บริโภคที่ อาศัยอยู่ ในชุมชน แออัด	-	17	10	6	-	2	-	-
รวม 808	16	136	171	176	113	43	24	129
คิดเป็น เปอร์เซ็นต์	1.98 %	16.83 %	21.16 %	21.78 %	13.99 %	5.32 %	2.97 %	15.97 %

จากตารางที่ 7 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยว่า มีผลผลิตไม่ต่อเนื่องโดยให้คะแนน 176 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 21.78 รองลงมาคือคือ หาซื้อยาก มีคะแนน 171 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 21.16 และมีราคาแพงมีคะแนน 136 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 16.83 จากคะแนนทั้งหมด 808 คะแนน

ตารางที่ 8 แสดงระดับความมั่นใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยพิษ

กลุ่ม	มาก	ปานกลาง	น้อย
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	1	27	15
กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน	11	124	35
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพ อิมบิญา	11	26	7
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	1	12	12
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	6	19	11
รวม	318	30	208
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	9.43 %	65.41 %	25.16 %

จากตารางที่ 8 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภครส่วนใหญ่มีความมั่นใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยพิษอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.41 รองลงมาคืออยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.16 และอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.43 จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 318 ราย

ตารางที่ 9 แสดงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ทำให้เกิดความมั่นใจในอาหารปลอดภัยพิษ

กลุ่ม	มีตราที่น่าเชื่อถือ	การโฆษณาขององค์กรผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพิษ	ได้เข้าไปดูแหล่งผลิต	มีผู้ผลิตจำหน่ายโดยตรง	จาก การบอกเล่า
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	19	17	16	11	3
กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน	56	70	39	54	9
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพอิมบิญา	12	10	21	11	1
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	19	21	6	13	1

กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	8	3	21	3	2
รวม	446	114	121	103	92
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	25.56 %	27.13 %	23.09 %	20.63 %	3.59 %

จากตารางที่ 9 แสดงว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เกิดความมั่นใจในอาหารปลอดภัยคือ การโฆษณาขององค์กรผู้บริโภคอาหารปลอดภัย โดยให้คะแนน 121 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 27.13 รองลงมาคือ การมีตราที่น่าเชื่อถือ มีคะแนน 114 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 25.56 และการได้เข้าไปดูแหล่งผลิต มีคะแนน 103 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 23.56 จากคะแนนทั้งหมด 446 คะแนน

#### 4. ความสำคัญของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 10 แสดงการรู้จักชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่ม	ไม่รู้จัก	รู้จัก
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	26	16
กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน	37	129
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพอิมบูนู	21	21
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	32	6
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	33	5
รวม	326	177
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	45.71 %	54.29 %

จากตารางที่ 10 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.29 และไม่เคยรู้จัก มีจำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.71 จากจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 326 ตัวอย่าง



ตารางที่ 11 แสดงความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่ม	เผยแพร่จดหมายข่าว	มีกิจกรรมประจำทุกอาทิตย์	การจัดทัวร์เพื่อเยี่ยมชมไร่นาของเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ	เปิดร้านจำหน่ายอาหารปลอดสารพิษ	รณรงค์ผู้ผลิต-ผู้บริโภคให้ลด ละ เลิก ใช้บริโภค สารพิษ	รณรงค์ให้รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนโครงการที่เกี่ยวข้องกับอาหารปลอดสารพิษให้มากขึ้น
กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ	21	10	15	22	28	32
กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน	83	33	56	116	96	77
กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพอิมบิอุ	15	7	11	11	13	14
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในบ้านจัดสรร	24	7	12	28	21	29
กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด	4	-	5	-	13	9
รวม	812	147	99	177	171	161
คิดเป็นเปอร์เซ็นต์	18.10 %	7.02 %	12.19 %	21.80 %	21.06 %	19.83 %

จากตารางที่ 11 แสดงว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการให้ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจังหวัดเชียงใหม่ เปิดร้านจำหน่ายอาหารปลอดสารพิษ มีคะแนน 177 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 21.80 รองลงมาคือ รณรงค์ให้ผู้ผลิต ลด ละ เลิก ใช้ บริโภคสารพิษ มีคะแนน 171 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 21.06 และรณรงค์ให้รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนโครงการเกี่ยวกับอาหารปลอดสารพิษให้มากขึ้น มีคะแนน 161 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 19.83 จากคะแนนทั้งหมด 812 คะแนน

### ตอนที่ 3 สถานภาพ และบทบาทของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย จังหวัด เชียงใหม่

#### ความเป็นมา

ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย เป็นองค์กรภาคประชาชนที่ดำเนินกิจกรรม ธารรงค์ เผยแพร่ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้ ความเข้าใจ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริโภค หันมา สนับสนุนกระบวนการผู้ผลิต ผู้บริโภคเกษตรกรรมทางเลือก

ในช่วงก่อนการจัดตั้งชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย กระแสการธารรงค์เผยแพร่แนว คิดเรื่องอาหารปลอดภัย เริ่มต้นอย่างจริงจัง เมื่อได้เกิดองค์กรพัฒนาเอกชน เมื่อปี พ.ศ. 2536 ภายใต้ชื่อ โครงการเผยแพร่และพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิต – ผู้บริโภคพืชผักปลอดภัยภาคเหนือ ตอนบน มีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่แม่บ้าน เกษตรกร ผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง ของจังหวัดเชียงใหม่

องค์กรดังกล่าวมีกระบวนการดำเนินงานเป็น 5 ขั้นตอน คือ

1. ให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักในวิกฤติปัญหา
2. ให้กลุ่มเป้าหมายปฏิบัติการ
3. กลุ่มเป้าหมายขยายผล
4. จัดตั้งองค์กร
5. สร้างเครือข่ายองค์กร

#### วัตถุประสงค์ของชมรม

1. ส่งเสริมให้สมาชิกและบุคคลทั่วไปได้บริโภคผลผลิตทางการเกษตรที่ปลอดภัย และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
2. สนับสนุนและส่งเสริมผู้ผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่น ไม่ให้ใช้สารเคมีและสารพิษ
3. จัดให้มีการอบรม บรรยายพิเศษ และสัมมนาเพื่อให้ความรู้แก่สมาชิก และบุคคลทั่วไป
4. ประสานการปฏิบัติกับส่วนราชการ องค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้นโยบายของ ชมรมฯ บรรลุวัตถุประสงค์
5. สามารถออกหนังสือรับรองหรือออกตราเครื่องหมายของชมรม เพื่อประกันความปลอดภัยแก่ผู้บริโภคและเพื่อสนับสนุนผู้ผลิต
6. ขยายจำนวนสมาชิกให้เพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการถ่วงดุลการใช้สารเคมีและสารพิษ
7. ไม่เกี่ยวข้องกับการเองและกลุ่มผลประโยชน์ที่ทำให้เสียรูปแบบของประชาธิปไตย

## สรุปบทเรียนของชมรมในช่วงปี พ.ศ. 2537 – 2541

### จุดอ่อน

1. กรรมการส่วนใหญ่มีงานประจำอยู่แล้ว การทำงานให้ชมรมฯ จึงไม่เต็มที่ ไม่ต่อเนื่อง และไม่สามารถทุ่มเทให้กับชมรมฯ ได้
2. โครงสร้างของชมรมฯ มีคนที่ทำงานหลายบทบาท ซ้ำซ้อนกัน
3. ขาดสิ่งเชื่อมโยงระหว่างกรรมการกับกรรมการ กรรมการกับสมาชิก และสมาชิกกับสมาชิก
4. กรรมการมีความคาดหวังกับชมรมฯ มากเกินไป เมื่อทำงานไม่ได้ตามเป้าหมาย ก็เกิดความท้อแท้

### จุดแข็ง

1. สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มผู้ผลิตผักปลอดสารพิษ สามารถประสานได้ดีในเชิงกลไก
2. สามารถขยายฐานสมาชิกได้ดีตามวิถีธรรมชาติ

### ทิศทาง

1. การมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและเป็นที่สนใจของสมาชิก
2. เน้นคุณภาพของกิจกรรมแทนปริมาณ
3. การปรับโครงสร้างของชมรมฯ ให้ตอบสนองเพียงพอาน

จากการศึกษาวิจัยทางคณะผู้วิจัยได้ทำการสำรวจสถานภาพของสมาชิกและกรรมการของชมรมฯ อีกครั้ง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลดังกล่าวกับสมาชิกและกรรมการของชมรมฯ จำนวน 48 ราย จากการสำรวจข้อมูลการศึกษาชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ ทำให้ทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์และบทบาทของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ

#### ตารางที่ 1 เพศ

เพศ	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
ชาย	23	47.92%
หญิง	25	52.08%
รวม	48	100

จากตารางที่ 1 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.08 รองลงมาคือเป็นเพศชายมีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.92 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 48 ราย

ตารางที่ 2 แสดงระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	คิดเป็นร้อยละ
ประถมศึกษา	5	10.42%
มัธยมศึกษา	6	12.50%
อนุปริญญา	3	6.25%
ปริญญาตรี	18	37.5%
ปริญญาโท	12	25%
สูงกว่าปริญญาโท	3	6.25%
ไม่ออกความคิดเห็น	1	2.08%
รวม	48	100

จากตารางที่ 2 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรีมีจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือระดับปริญญาโทมีจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 และระดับมัศึกษามีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 48 ตัวอย่าง

#### บทบาทการเข้าร่วมกิจกรรมของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย

สมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยทั้งหมด จะเป็นผู้ได้รับจดหมายข่าว บางรายเข้าร่วมเป็นกรรมการ และการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชมรมฯ เป็นผู้จัดในจำนวนทั้งหมด 40 ราย เข้าร่วมกิจกรรมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 จำนวน 11 ราย ในปี พ.ศ. 2537 จำนวน 8 ราย ปี พ.ศ. 2538 – พ.ศ.2542 เข้าร่วมจำนวน 8,6,6,5 และ 1 รายตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงสุขภาพของสมาชิกชมรมในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน

สุขภาพ	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
แข็งแรงดีไม่เคยไปหาหมอเลย	13	27.08%
แข็งแรงพอให้เคยไปหาหมอบางครั้ง	26	54.17%
ไม่แข็งแรงเท่าที่ควร	6	12.5%
เจ็บป่วยเป็นประจำ	3	6.25%
รวม	48	100

จากตารางที่ 3 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสุขภาพแข็งแรงพอใช้เคยไปหาหมอบางครั้งมีจำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.17 รองลงมาคือแข็งแรงดีมาไม่เคยไปหาหมอเลยมีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.08 และไม่แข็งแรงเท่าที่ควรมีจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.50 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 48 ตัวอย่าง

## 2. ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรกรรมยั่งยืน

ตารางที่ 4 แสดงการได้ยีนคำว่าเกษตรกรรมยั่งยืนของสมาชิก

	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
เคยได้ยิน	45	93.75%
ไม่เคยได้ยิน	3	6.25%
รวม	48	100

จากตารางที่ 4 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้ยินคำว่าเกษตรกรรมยั่งยืนมีจำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.75 และไม่เคยได้ยินคิดเป็นร้อยละ 6.25 จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 48 ตัวอย่าง

การให้ความหมายของสมาชิกเกี่ยวกับเกษตรกรรมยั่งยืนของสมาชิก

ความหมายของเกษตรกรรมที่สมาชิกเข้าใจแยกได้ดังนี้

# ปุ๋ยเคมี/สารเคมี

ส่วนใหญ่ตอบว่าไม่มีการใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีใด ๆ มี 1 รายที่ตอบว่ามีการใช้สารเคมีน้อยที่สุด หรือไม่ใช้เลย ลดการใช้สารแปลกปลอม มีการทดแทน ปุ๋ยเคมี และสารเคมีด้วยปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก และใช้วิธีชีวภาพและสมุนไพรในการกำจัดศัตรูพืช

# ความเกื้อกูลของสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าเกษตรกรรมยั่งยืน ที่มีความสัมพันธ์อยู่กับธรรมชาติ การทำเกษตรกรรมยั่งยืน เป็นไปตามหลักธรรมชาติ เลียนแบบธรรมชาติมากที่สุด เน้นระบบดั้งเดิม เป็นระบบนิเวศตามธรรมชาติที่มีอยู่ในเกื้อกูลกัน ปลูกโดยวิธีการทางธรรมชาติ เป็นระบบเกษตรกรรมที่เอื้ออาทรต่อมนุษย์และธรรมชาติ มีการรักษาสมดุลในธรรมชาติ การทำการเกษตรที่เน้นการพึ่งตนเอง สอดคล้องกับธรรมชาติและมีความหลากหลาย เป็นระบบเกษตรที่ไม่ทำลายและสร้างปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม

# สุขภาพของผู้ผลิต – ผู้บริโภค

ผู้ตอบแบบสอบถามได้กล่าวถึงประเด็นความหมายของเกษตรกรรมยั่งยืน ที่มีผลต่อสุขภาพของผู้ผลิต ผู้บริโภค โดยให้ความหมายที่เพิ่มเติมไปจากประเด็นด้านความเกื้อกูลของ

ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ว่าเกษตรกรรมยั่งยืน เป็นระบบเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมีใด ๆ จึงไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อเกษตรกร ระบบเกษตรกรรมยั่งยืนทำให้มีอาหารที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค มีสุขภาพที่ดี และอายุยืนยาว

# ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามได้กล่าวถึงเกษตรกรรมยั่งยืนว่า เป็นระบบการเกษตรที่พึ่งตนเองทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้เกษตรกรไม่เป็นหนี้สิน

ตารางที่ 5 แสดงการให้ความสำคัญของเกษตรกรรมยั่งยืนต่อผู้บริโภค

ความสำคัญของเกษตรกรรมยั่งยืน	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
ไม่มีความสำคัญต่อผู้บริโภค	-	-
มีความสำคัญต่อผู้บริโภคมาก เพราะช่วยให้ผู้บริโภคมีอาหารที่ปลอดภัยบริโภคและช่วยเกษตรกรและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ	46	90.20%
อื่น ๆ	3	5.88%
ไม่ออกความคิดเห็น	2	3.92%
รวม	51	100

จากตารางที่ 5 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเกษตรกรรมยั่งยืน มีความสำคัญต่อผู้บริโภคมากเพราะช่วยให้ผู้บริโภคมีอาหารที่ปลอดภัยบริโภคและช่วยเกษตรกรและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ มีจำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.20 และได้แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ เพิ่มเติม จำนวน 3 ราย โดยแสดงความคิดเห็นดังนี้

- มีความสำคัญในด้านการสร้างความมั่นคงทั้งทางด้านตลาด การผลิตและเศรษฐกิจ
- ช่วยพัฒนาเผ่าพันธุ์มนุษย์ให้สมบูรณ์แข็งแรงขึ้น
- ช่วยลดต้นทุนการผลิตและต้นทุนทางสังคม (ค่ารักษาพยาบาลของผู้บริโภคในระยะยาว)

และมีผู้ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.92 จากจำนวนตัวอย่าง 48 ตัวอย่าง

ตารางที่ 6 แสดงความเข้าใจและการได้ยินคำว่าเกษตรกรรมยั่งยืน

	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
น้อยกว่า 5 % ที่เคยได้ยินและเข้าใจ	9	18.75%
ระหว่าง 5-10% ที่เคยได้ยินและเข้าใจ	8	16.67%
ระหว่าง 10-20% ที่เคยได้ยินและเข้าใจ	14	29.17%
ระหว่าง 20-50% ที่เคยได้ยินและเข้าใจ	11	22.92%
มากกว่า 50% ที่เคยได้ยินและเข้าใจ	4	8.33%
ไม่ออกความคิดเห็น	2	4.16%
รวม	48	100

จากตารางที่ 6 แสดงว่าสมาชิกส่วนใหญ่มีความเข้าใจและเคยได้ยินคำว่าเกษตรกรรมยั่งยืนอยู่ระหว่าง 10-20% มีจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.17 รองลงมาคืออยู่ระหว่าง 20-50 % คิดเป็นร้อยละ 22.92 และน้อยกว่า 5 % มีจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.75 จากจำนวนตัวอย่าง 48 ตัวอย่าง

ตารางที่ 7 แสดงความคิดเห็นของเกษตรกรรมยั่งยืนว่าเป็นทางออกให้กับเกษตรกรทั้งสังคมได้หรือไม่

	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
มั่นใจมากกว่าเป็นทางออกได้แน่นอน	32	58.18%
ไม่ค่อยจะมั่นใจว่าเป็นทางออกได้แน่นอน	16	29.10%
ไม่เชื่อเลยว่าเป็นทางออก	-	-
อื่น ๆ	7	12.72%
รวม	55	100

จากตารางที่ 7 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความมั่นใจมากกว่าเกษตรกรรมยั่งยืนเป็นทางออกให้กับเกษตรกรรวมทั้งสังคม มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.10 รองลงมาคือไม่ค่อยมั่นใจว่าเป็นทางออกได้แน่นอนมีจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.10 และมีสมาชิกแสดงความคิดเห็นอื่น ๆ เพิ่มเติม จำนวน 6 ราย มีดังนี้

1. เป็นทางออกได้แน่นอนแต่ไม่ทั้งหมด
2. เป็นทางออกได้แน่นอนแต่ควรมีปฏิสัมพันธ์มากกว่านี้
3. มั่นใจว่าจะมีประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

4. น่าจะเป็นทางออกได้หากสามารถผลิตได้มากเพียงพอกับการจำหน่ายตามคำสั่งซื้อ
5. ไม่มั่นใจว่าเป็นทางออกได้แน่นอน เนื่องจากความเคยชินในการใช้สารเคมี ที่ทำให้ได้ผลเร็วในการเพิ่มผลผลิต
6. เป็นทางออกได้แน่นอนแต่ต้องให้เวลาการเปลี่ยนความคิด

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภค

ตารางที่ 8 แสดงความถี่ในการบริโภคอาหารปลอดสารพิษของสมาชิก

	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
ทุกมือทุกวัน	5	10.42%
บริโภคสัปดาห์ละน้อยกว่า 10 มือ (น้อยกว่า 50%)	8	16.66%
บริโภคสัปดาห์ละน้อยกว่า 10 มือ (มากกว่า 50%)	12	25%
บริโภคเท่าที่หาซื้อได้	23	47.92%
ไม่บริโภคอาหารปลอดสารพิษ/อาหารเพื่อสุขภาพเลย	-	-
รวม	48	100

จากตารางที่ 8 แสดงว่าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีการบริโภคอาหารปลอดสารพิษเท่าที่หาซื้อได้มีจำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.92 รองลงมาคือบริโภคสัปดาห์ละมากกว่า 10 มือ (มากกว่า 50 %) และบริโภคน้อยกว่า 10 มือ (น้อยกว่า 50 %) คิดร้อยละ 16.66 จากจำนวนตัวอย่าง 48 ตัวอย่าง

ปัญหาในด้านอาหารที่สมาชิกบริโภคและแนวทางแก้ไข โดยแยกได้ 3 ประเด็น คือ

#### 1. ความมั่นใจในผลิตผล

สภาพปัญหา

เป็นการให้ความสำคัญกับปัญหาความไม่มั่นใจในผลิตผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกให้ความสำคัญของปัญหานี้เป็นอันดับ 1 และ 2 ตามลำดับ ดังนั้นแสดงให้เห็นว่า ปัญหาของผู้บริโภคที่สำคัญคือ ความไม่มั่นใจในคุณภาพของอาหาร แม้กระทั่งอาหารที่ระบุว่าปลอดสารพิษหรือปลอดภัยจากสารพิษ ที่เป็นทั้งพืช ผัก เนื้อ



สัตว์ อาหารแปรรูป รวมถึงไม่แน่ใจว่าอาหารนั้นมีความสะอาดจากการปรุงของผู้ปรุงอาหารหรือไม่

แนวทางแก้ไข

ด้านผู้บริโภค

- การเลือกซื้ออาหารที่มั่นใจว่าปลอดสารพิษจริง หรืออาหารพื้นบ้าน
- การสร้างอาหารจะต้องล้างให้สะอาด
- รับประทานให้น้อยลง หลีกเลี่ยงการบริโภคสัตว์ใหญ่ สัตว์ปีก อาหารขยะ
- ประกอบอาหารเอง

ด้านมาตรฐานของรัฐ

- ต้องมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราสม่ำเสมอ มีความต่อเนื่องและประกาศให้ประชาชนทราบ
- มีหน่วยงานของรัฐเข้ามารับประกันฉลากสินค้า
- มีกฎหมายควบคุมการนำเข้าสารเคมี

การเผยแพร่รณรงค์

- รณรงค์ให้ลดการใช้สารพิษหรือให้อย่างรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- ให้การศึกษาแก่เกษตรกร ประชาชน พ่อค้า แม่ค้า ถึงพิษภัยและโทษของสารพิษ

## 2. ปัญหาสถานที่จำหน่าย

สภาพปัญหา

ผู้ตอบแบบสอบถามระบุถึงปัญหาของสถานที่จำหน่ายอาหารปลอดสารพิษพบว่าไม่มีความสะดวกในการหาซื้อ และไม่กระจายที่จำหน่ายตามจุดต่าง ๆ ขาดแคลนแหล่งซื้อ ผู้บริโภคอยู่ไกลจากแหล่งจำหน่าย

แนวทางแก้ไข

- มีการจัดตลาดนัดให้มีหลายแห่ง ขยายตลาด
- จัดศูนย์จำหน่ายสินค้า
- เพิ่มการจำหน่ายของตลาดนัดเป็น 2 วัน/ สัปดาห์ หรือมากกว่านี้
- ขยายการผลิตให้มีปริมาณมากขึ้น โดยให้หน่วยงานรัฐ/เอกชน ส่งเสริมการปลูกผักปลอดสารพิษผักอย่างกว้างขวาง
- จัดช่องทางจำหน่ายแบบ ขายตรง

### 3. ปัญหาอื่น ๆ

#### สภาพปัญหา

ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาที่มีประเด็นที่กระจาย เรื่องราคาของพืชผักและอาหารปลอดภัย พืชมีราคาแพง ความไม่ซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ การละลายของหน่วยงานรัฐที่ไม่เข้มงวดกับมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชน การเอาตัวเอาเปรียบผู้บริโภค

#### แนวทางแก้ไขปัญหา

- ภาครัฐต้องให้ความจริงจังมาแก้ไขปัญหารณรงค์ให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ประชาชน สนับสนุนเงินทุนแก่องค์กรประชาชน
- ขยายการผลิตเพื่อให้มีปริมาณมาก และราคาถูกลง พยายามลดต้นทุนสินค้า
- พยายามปลูกพืชผักตนเอง

### 4. ข้อมูลเกี่ยวกับชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพืช

ตารางที่ 9 แสดงลำดับความสำคัญเกี่ยวกับการเผยแพร่รณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ ของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพืช

ระดับความต้องการ	อันดับระดับคะแนน									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. เกษตรกร	<u>16</u>	5	8	5	4	1	1	1	-	11
2. แม่ค้า/พ่อค้า	1	<u>17</u>	1	4	4	3	2	5	2	2
3. แม่บ้าน	11	3	<u>12</u>	8	4	2	1	1	-	1
4. ครู/อาจารย์	6	4	4	<u>8</u>	9	1	4	-	1	1
5. นักเรียน	4	6	3	4	<u>8</u>	6	3	2	1	5
6. หน่วยงานราชการ	1	1	2	-	1	<u>12</u>	6	10	4	2
7. นักศึกษา	1	4	6	5	2	6	<u>8</u>	1	4	2
8. หน่วยงานภาคเอกชน	-	-	-	2	1	6	6	<u>10</u>	12	1
9. ร้านอาหาร	1	4	5	5	3	1	7	6	<u>8</u>	1
10. ทุกคน	5	-	3	-	5	1	-	3	4	<u>16</u>

จะเห็นได้ว่ากลุ่มเป้าหมายที่สมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพืช เห็นว่าควรมีการเผยแพร่รณรงค์ในเรื่องอาหารปลอดภัยพืช โดยเรียงลำดับตามความสำคัญดังนี้

อันดับที่ 1 คือ กลุ่มเกษตรกร โดยสมาชิก ลงความเห็นเป็นอันดับ 1 มากที่สุด

จำนวน 16 ราย

อันดับที่ 2 คือ กลุ่มพ่อค้า/แม่ค้า โดยสมาชิกลงความเห็นให้เป็นอันดับ 2 มากที่สุด

จำนวน 17 ราย

อันดับที่ 3 คือ กลุ่มแม่บ้าน โดยสมาชิกลงความเห็นให้เป็นอันดับที่ 3 มากที่สุด จำนวน

12 ราย

อันดับที่ 4 คือ กลุ่มครู/อาจารย์ และกลุ่มนักเรียน โดยสมาชิกลงความเห็นให้เป็นอันดับที่ มากที่สุด จำนวน 8 รายเท่ากัน

อันดับที่ 5 คือ กลุ่มหน่วยงานราชการ โดยสมาชิกลงความเห็นให้เป็นอันดับที่ 5 มากที่สุด

จำนวน 12 ราย

อันดับที่ 6 คือ กลุ่มนักศึกษา โดยสมาชิกลงความเห็นให้เป็นอันดับ 6 มากที่สุด จำนวน 8

ราย

อันดับที่ 7 คือ กลุ่มหน่วยงานภาคเอกชน โดยสมาชิกลงความเห็นให้เป็นอันดับ 7 มากที่

สุดจำนวน 10 ราย

อันดับที่ 8 คือ กลุ่มร้านอาหาร โดยสมาชิกลงความเห็นให้เป็นอันดับที่ 8 มากที่สุด จำนวน

8 ราย

อันดับที่ 9 คือ ทุกคน โดยสมาชิกลงความเห็นให้เป็นอันดับที่ 10 มากที่สุด จำนวน 16

ราย

กลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ที่สมาชิกต้องการให้มีการรณรงค์เผยแพร่ คือ กลุ่มพระภิกษุสงฆ์

สามเณร และชาวเขา

ตารางที่ 10 แสดงลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายที่ควรทำการรณรงค์เผยแพร่

สื่อ	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
การประชุม/สัมมนา	7	11.11%
วิทยุ	8	12.70%
หนังสือพิมพ์	18	28.57%
โทรทัศน์	12	19.05%
จดหมายข่าว	10	15.87%
นิตยสารและวารสาร	8	12.70%
รวม	63	100

จะเห็นได้ว่าสมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยฯ ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ บ่อยที่สุด โดยเรียงอันดับได้ดังนี้

- อันดับที่ 1 คือ จากสื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.57
- อันดับที่ 2 คือ จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.05
- อันดับที่ 3 คือ จากสื่อจดหมายข่าว จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 15.87
- อันดับที่ 4 คือ จากสื่อวิทยุและนิตยสาร วารสาร จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.70
- อันดับที่ 5 คือ จากการประชุมสัมมนา จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.11

ตารางที่ 11 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อที่สมาชิกของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย พืชเห็นว่าควรใช้ในการรณรงค์เผยแพร่

สื่อ	จำนวน	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
จัดประชุม	25	16.23%
จัดทำจดหมาย	27	17.53%
สื่อวิทยุ	33	21.43%
สื่อโทรทัศน์	35	22.73%
หนังสือพิมพ์	32	20.78%
อื่น ๆ	2	1.30%
รวม	154	100

จะเห็นได้ว่า สื่อที่สมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย พืช เห็นว่าควรนำไปใช้ในการรณรงค์เผยแพร่ข้อมูลข่าว โดยเรียงลำดับตามความต้องการได้ดังต่อไปนี้

- อันดับที่ 1 คือ สื่อทางโทรทัศน์ จำนวน 35 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 22.73
- อันดับที่ 2 คือ สื่อทางวิทยุ จำนวน 33 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 21.43
- อันดับที่ 3 คือ สื่อทางหนังสือพิมพ์ จำนวน 32 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 20.78
- อันดับที่ 4 คือ สื่อทางจดหมายข่าว จำนวน 27 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 17.53
- อันดับที่ 5 คือ สื่อทางการจัดประชุม จำนวน 25 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 16.23

สื่ออื่น ๆ ที่สมาชิกเห็นว่าควรใช้ในการรณรงค์เผยแพร่คือ สื่อทาง Internet และการทำหนังสือเผยแพร่ความรู้จำหน่าย

ตารางที่ 12 แสดงปัจจัยที่สมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพิษเห็นทำให้ชมรมมีความเข้มแข็ง

ปัจจัย	ระดับคะแนนและระดับความสำคัญ					
	1	2	3	4	5	6
มีผู้นำองค์กรที่เข้มแข็ง	18	4	5	4	4	1
มีกรรมการที่เข้มแข็ง	4	18	5	3	3	1
มีกิจกรรมต่อเนื่อง	7	4	13	10	3	1
มีสมาชิกมาก	5	7	3	10	3	4
มีเงินทุนมาก	3	3	7	3	10	5
มีกฎระเบียบ	1	-	3	2	8	14

จะเห็นได้ว่าสมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพิษมีความเห็นว่าปัจจัยที่จะทำให้ชมรมเกิดความเข้มแข็งคือ

อันดับที่ 1 คือ มีผู้นำที่เข้มแข็ง โดยสมาชิกให้เป็นอันดับ 1 มากที่สุด จำนวน 18 คะแนน

อันดับที่ 2 คือ มีกรรมการที่เข้มแข็ง โดยสมาชิกให้เป็นอันดับที่ 2 มากที่สุด จำนวน 18

คะแนน

อันดับที่ 3 คือ มีกิจกรรมต่อเนื่อง โดยสมาชิกให้เป็นอันดับที่ 3 มากที่สุด จำนวน 13

คะแนน

อันดับที่ 4 คือ มีสมาชิกมาก โดยสมาชิกให้เป็นอันดับที่ 4 มากที่สุด จำนวน 10 คะแนน

อันดับที่ 5 คือ มีเงินทุนมาก โดยสมาชิกให้เป็นอันดับที่ 5 มากที่สุด จำนวน 10 คะแนน

อันดับที่ 6 คือ มีกฎระเบียบ โดยสมาชิกให้เป็นอันดับที่ 6 มากที่สุด จำนวน 14 คะแนน

ข้อเสนอแนะของสมาชิกเกี่ยวกับกิจกรรมและรูปแบบของกิจกรรมที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคโดยแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น คือ

ด้านการผลิต

- แนะนำการปลูกผักแบบปลอดภัยพิษแก่แม่บ้าน หรือชาวบ้านที่ปลูกไว้รับประทานเอง
- แนะนำแหล่งผลิตแก่ผู้บริโภค
- เน้นคนรุ่นใหม่มาทำงานกับชุมชน
- ให้ข้อมูลและเงินทุนแก่เกษตรกร

ด้านการบริโภค

- แบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักเพื่อเป็นแกนนำ

- จัดสอนวิธีการประกอบอาหาร
- จัดผู้บริโภคเยี่ยมชมสวนของผู้ผลิต

#### ด้านการตลาดและมาตรฐาน

- ทำระบบการจำหน่ายแบบขายตรง
- มีร้านอาหารปลอดสารพิษที่หลากหลาย
- กระจายแหล่งจำหน่าย
- มีตรารับรอง
- ตรวจสอบสารพิษในพืชผัก ควบคุมคุณภาพ
- จำหน่ายผลผลิตในโรงเรียน
- ประกวดร้านค้า ให้ได้มาตรฐานของชมรม
- จัดตลาดนัด ขายอาหารปลอดสารพิษทั้งแห้ง สด และสำเร็จรูป
- จัดตั้งสหกรณ์ผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ
- ควบคุมไม่ให้สินค้ามีราคาแพงเกินไป
- ขายผักปลอดสารพิษในตลาดสดสัปดาห์ละ 1 วัน และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

#### ด้านการรณรงค์เผยแพร่

- ใช้วิทยากรเผยแพร่กับกลุ่มเดิม
- จัดประชุมสัมมนา/เสวนา
- แจกใบปลิวในสถานที่ต่าง ๆ
- จัดให้มีการศึกษาให้ความรู้โดยประสานกับองค์กรของรัฐและเอกชน
- เสนอข่าวสารทางสื่อมวลชน หนังสือพิมพ์
- ทำป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์
- แนะนำนักวิชาการหรือผู้ที่เคยประสบกับปัญหาจากสารพิษ มาเป็นวิทยากรเผยแพร่เรื่องสุขภาพ
- หาตัวอย่างของหมู่บ้านปลอดสารพิษ ถ่ายทำออกรายการโทรทัศน์
- จัดพิมพ์โปสเตอร์ รณรงค์การบริโภคอาหารปลอดสารพิษ
- จัดทำจดหมาย
- สัมภาษณ์ทางวิทยุ แจ้งข่าวสารแก่ประชาชนมีส่วนร่วมกับทางรายการ

#### ตอนที่ 4 รูปแบบองค์กรผู้บริโภคและวิธีการรณรงค์เผยแพร่ การสร้างกระบวนการรณรงค์ที่น่าจะเหมาะสม

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหน้านั้น ได้มีการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพิษ เป็นการนำเสนอภาพรวมของการดำเนินงาน เป้าหมาย ทิศทาง รูปแบบการรณรงค์ และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่มีต่อชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพิษ เพื่อวางแผนการดำเนินงานของชมรมฯ ต่อไป ซึ่งจากการประชุมได้มีการสะท้อนภาพชมรมฯ ดังนี้

##### สภาพปัญหาที่ทำให้ชมรมไม่เกิดความเข้มแข็ง

ได้มีการระดมความคิดเห็นโดยใช้เครื่องมือ "ต้นไม้แห่งปัญหา" ซึ่งจากการให้คะแนนของผู้เข้าร่วมพบว่า ตัวองค์กรเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด ที่จะเป็นตัวชี้วัดว่าองค์กรจะเข้มแข็งหรือไม่ รองลงมาคือ ปัจจัยภายนอกที่แวดล้อม ได้แก่ ทักษะคติของผู้บริโภค ที่มีกระแสการบริโภคครอบงำ

ประเด็นที่ทางผู้เข้าร่วมอยากให้มีการแก้ปัญหามากที่สุดคือ

อันดับที่ 1 คือ การมีส่วนร่วม / แนวคิด / เป้าหมาย เช่น

- ขาดความชัดเจน
- การเชื่อมโยงความคิด
- ขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิก
- ขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต-ผู้บริโภค
- โครงการชมรมฯ ไม่เอื้อ
- ไม่มีศูนย์กลาง
- ขาดเจ้าหน้าที่เต็มเวลา
- ขาดกระบวนการติดตามงาน
- เงินลงทุน และตลาดไม่แน่นอน

อันดับที่ 2 ทักษะคติของผู้บริโภค

- ไม่ตระหนักในพิษของอาหาร
- กระแสบริโภคนิยม
- ทักษะคติของผู้บริโภค
- ไม่ชอบผักพื้นบ้าน นิยมผักจีน
- ไม่แสวงหาอาหารที่ปลอดภัย

อันดับที่ 3 อื่น ๆ

- คนรู้จักชมรมน้อย
- กลุ่มย่อยไม่เกิด

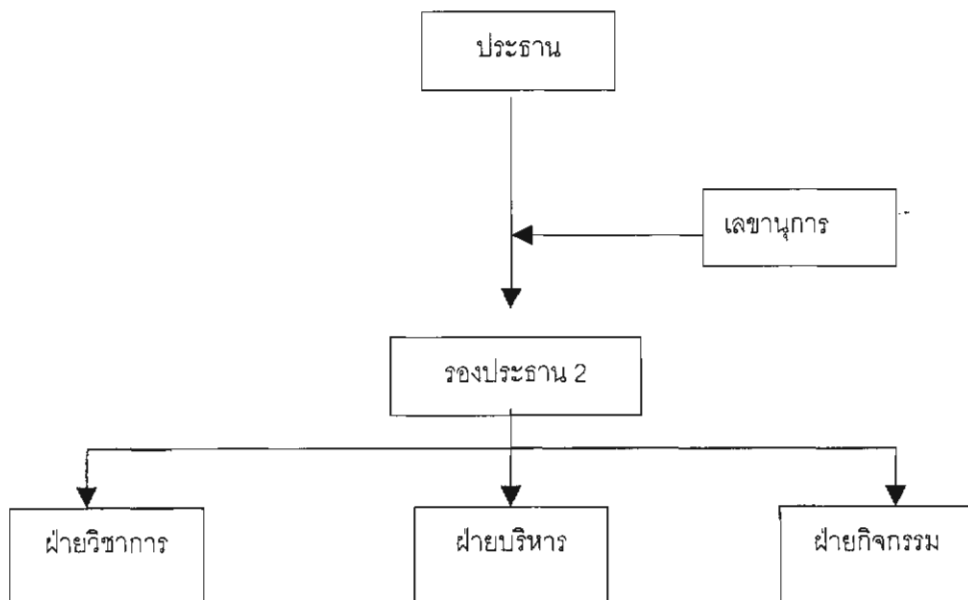
- บทบาทต่อสถานการณ์ปัจจุบันค่อนข้างน้อย
- มีเวทีแต่ดึงดูดคนได้น้อย
- ยังมีการเรียกร้องบริโภคผักจีนอยู่มาก

แนวคิดขององค์กร (3 ปีข้างหน้า)

องค์กรผู้บริโภคอาหารปลอดภัยเป็นองค์กรที่เข้มแข็ง และเกิดขึ้นอย่างหลากหลาย ภายใต้ความร่วมมือกันเป็นเครือข่าย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ผลิต ผู้บริโภคในจังหวัด เชียงใหม่ ผู้บริโภคที่สุขภาพที่ดี มีความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติและพฤติกรรมที่ถูกต้อง ในการบริโภคอาหารปลอดภัย รวมทั้งมีการรณรงค์ทางนโยบายร่วมกันเพื่อให้สารพิษในอาหารลดลง วัตถุประสงค์

1. การให้มีผลผลิตที่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจ ในการผลิตปลอดภัยของกลุ่มผู้ผลิต
2. พัฒนาองค์ความรู้เพื่อให้เกิดข้อมูลที่ต้องการ
3. รณรงค์เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร แนวทางที่ดีแก่ผู้บริโภคและผู้ผลิต
4. เพื่อเกิดความเชื่อมโยง เกื้อหนุนกันระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิตและเครือข่ายอื่น ๆ
5. ผลักดันให้ส่วนราชการมีบทบาทในการช่วยเหลือและสนับสนุนกระบวนการของกลุ่ม ผู้ผลิตอาหารปลอดภัยให้มากขึ้น

โครงสร้างของชมรม



-วิจัย

- ข้อมูล/วิเคราะห์สถานการณ์

- การเงิน

- การประชาสัมพันธ์

- ระดมทุน

- เผยแพร่รณรงค์

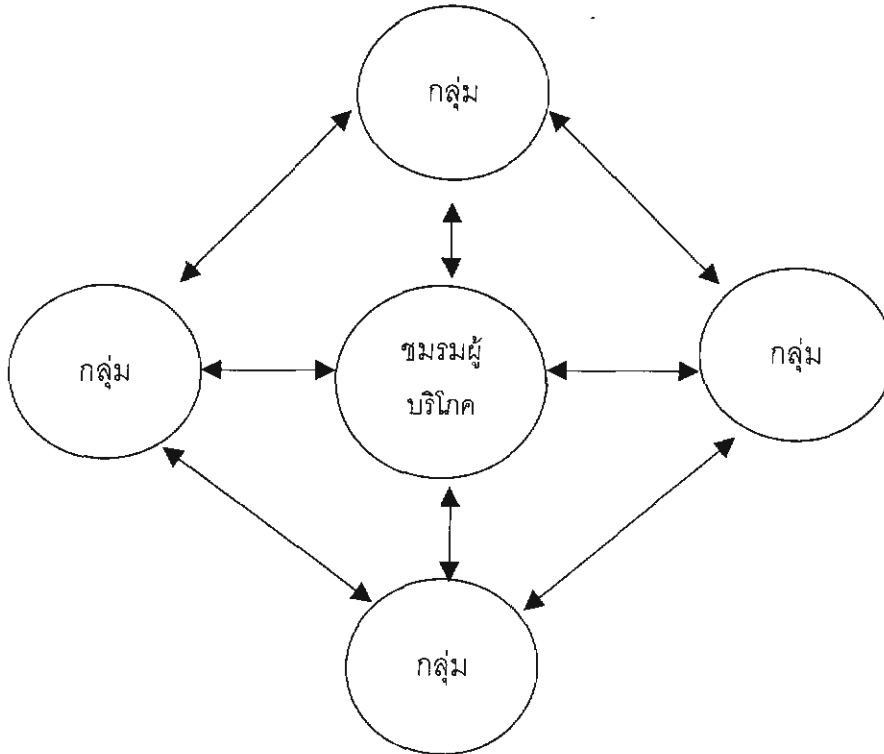
- ตลาด

- ขยายเครือข่าย



## แนวคิดการจัดรูปองค์กรผู้บริโภคที่น่าจะเหมาะสม

โดยสร้างความเข้มแข็งกับกลุ่มเล็ก ๆ ก่อน แล้วค่อยทำเป็นเครือข่าย



ชมรมฯ จะเข้าไปเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ ให้เกิดกลุ่มที่มีเป้าหมายเดียวกัน แต่ละกลุ่มจะจัดตั้งและเสริมสร้างความเข้มแข็งอย่างเป็นอิสระ โดยมีได้ขึ้นอยู่กับชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยพิษอย่างไร ในท้ายที่สุดก็จะประสานงานเป็นเครือข่ายผู้บริโภคด้วยกัน โดยใช้ลักษณะรูปแบบองค์กรแบบเครือข่ายองค์กร

### แผนการดำเนินงาน

ได้มีการแบ่งแผนการดำเนินงานออกเป็น 6 แผน คือ

1. แผนการตลาดให้กับผู้ผลิตและสร้างแหล่งซื้อสำหรับผู้บริโภค
  - 1.1 กระจายหาจุดจำหน่ายให้ทั่วถึง ตามชุมชน ห้างสรรพสินค้า โรงแรม หน่วยงาน
  - 1.2 ขยายตลาดสู่อำเภอรอบนอก
  - 1.3 ให้สื่อวิทยุหรือหนังสือพิมพ์ เชิญชวนให้ผู้ที่มีความประสงค์จะบริโภคอาหารปลอดภัยพิษอะไรบ้าง จำนวนเท่าใด ทางชมรมรวบรวมจำนวนผู้ต้องการไปหาแหล่งผลิต และกำหนดเวลาซื้อขายกัน
  - 1.4 ตั้งร้านอาหารของชมรม
2. พัฒนาองค์ความรู้ ค้นคว้า วิจัยและทำหลักสูตร
  - 2.1 ให้มีศูนย์วิชาการของชมรมฯ เช่น ห้องสมุด แหล่งข้อมูล ผู้ชำนาญการ

- 2.2 ผลิตภัณฑ์ เทป วีดีโอ เอกสาร
  - 2.3 ผลักดันให้มีการกำหนดหลักสูตรการบริโภคอาหารปลอดภัยตั้งแต่ ระดับประถม ถึงมัธยมทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน
  - 2.4 รณรงค์การวิจัยแบบมีส่วนร่วม ที่มีผลต่อการพัฒนาความรู้
3. รณรงค์เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์
    - 3.1 สื่อวิทยุ โทรทัศน์ที่ผู้ฟัง ผู้ชมร่วมซักถามได้
    - 3.2 ทำเอกสารความรู้ผลงานของชมรมฯ เผยแพร่แก่คนทั่วไป
    - 3.3 เติญวิทยากรมาให้ความรู้
    - 3.4 เผยแพร่ความรู้ข่าวสาร งานวิจัย ฯลฯ ผ่านสื่อตามความเหมาะสม
  4. พัฒนาศักยภาพองค์กร คณะกรรมการ
    - 4.1 วางรูปแบบขององค์กรให้ตีมีการศึกษาจุดเด่น จุดด้อย ขององค์กรและปฏิบัติตามแผน มีการปรับปรุงองค์กรเป็นประจำ
    - 4.2 ฝ่ายจัดการพบปะอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อกำหนดแผนงานประเมินผล
  5. ขยายเครือข่ายสมาชิก
    - 5.1 จัดที่วิทยากรของชมรมออกเผยแพร่ให้ความรู้แก่ประชาชนเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง
    - 5.2 ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงเรียน อบต. กลุ่มแม่บ้าน หน่วยงานรัฐ เอกชน
  6. การให้คุณค่า กำลังใจ เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต- ผู้บริโภค
    - 6.1 มีการประกาศเกียรติคุณยกย่องสมาชิกผู้มีผลงานดีเด่นในด้านต่าง ๆ
    - 6.2 เผยแพร่ผลงานของผู้ผลิตทางสื่อมวลชนให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบในสินค้าที่มีคุณภาพของผู้ผลิตทุก ๆ ราย

### กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มที่มีสมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยทำงานอยู่ และสามารถจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาได้
2. กลุ่มเฉพาะต่าง ๆ เช่น นักเรียน ผู้สูงอายุ แม่บ้าน หน่วยงานรัฐ สาธารณสุข องค์กรที่ทำงานด้านสุขภาพ ชุมชนแออัด เกษตรกร
3. สาธารณชนทั่วไป

## บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย

### 5.1 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อทราบเงื่อนไข และข้อจำกัดในการบริโภคอาหารปลอดภัยของ  
ของกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้ว่า

กลุ่มเป้าหมายที่ทำการสำรวจมีทั้งหมด 5 กลุ่ม จำนวน 334 ราย ได้แก่ 1) กลุ่มที่เป็นสมาชิกองค์กรด้านสุขภาพ 2) กลุ่มผู้บริโภคที่ทำงานตามหน่วยงาน 3) กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์สินค้าเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมอิมบิอุ 4) กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านจัดสรร 5) กลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชนแออัด ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นผู้หญิง ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้มีความเข้าใจในเรื่องเกษตรกรรมยั่งยืนอยู่ในระดับดีมาก

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เคยบริโภคอาหารปลอดภัย แต่ยังมีกรรมการบริโภคอาหารปลอดภัยค่อนข้างน้อย และความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยของผู้บริโภคทั่วไปจะมีความเข้าใจอยู่ในระดับดี ความมั่นใจเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง

เงื่อนไขที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารปลอดภัย โดยเรียงตามลำดับความสำคัญได้ดังนี้

อันดับที่ 1 คือ การโฆษณาขององค์กรผู้บริโภคอาหารปลอดภัย

อันดับที่ 2 คือ การมีตราที่น่าเชื่อถือ

อันดับที่ 3 คือ การได้เข้าไปดูแหล่งการผลิต

อันดับที่ 4 คือ มีผู้ผลิตมาจำหน่ายโดยตรง

อันดับที่ 5 คือ ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลของผู้มีประสบการณ์

แต่ปัจจุบันมีข้อจำกัดที่ทำให้ผู้บริโภคไม่บริโภคอาหารปลอดภัยคือ ผลผลิตของอาหารปลอดภัยไม่ต่อเนื่อง, หาซื้อยาก และมีราคาแพง จะเห็นได้จากความถี่ของการบริโภคอาหารปลอดภัยของผู้บริโภคจะมีการบริโภคอาหารปลอดภัยน้อยกว่า 8 วัน ใน 1 เดือน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาสถานะ บทบาทของกลุ่มผู้บริโภค และดำเนินการพัฒนาองค์กรผู้บริโภคให้เข้มแข็ง

สถานภาพของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจังหวัดเชียงใหม่ ยังอ่อนแอ และยังดำเนินงานไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของชมรมฯ การรู้จักชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยของผู้บริโภคทั่วไปยังถือว่ายังรู้จักค่อนข้างน้อย

และสิ่งที่ผู้บริโภคทั่วไปต้องการให้ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยมีบทบาทโดยเรียงตามลำดับความสำคัญดังนี้

อันดับที่ 1 คือ การเปิดร้านค้าจำหน่ายอาหารปลอดภัย

อันดับที่ 2 คือ อบรมผู้ผลิต – ผู้บริโภคให้ลด ละ เลิก ใช้ บริโภค สารพิษ

อันดับที่ 3 คือ อบรมผู้ให้รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุนโครงการเกี่ยวกับอาหารปลอดภัยในมากขึ้น

อันดับที่ 4 คือ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ โดยใช้จดหมายข่าว

อันดับที่ 5 คือ การจัดทัวร์เพื่อเยี่ยมชมไร่นา ของเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดภัย

ส่วนการที่จะพัฒนาองค์กรผู้บริโภคให้เข้มแข็งนั้น องค์กรจะต้องมีทั้งด้านแนวคิด แนวทาง กระบวนการ รูปแบบองค์กรและการบริหารจัดการดังนี้

#### ด้านแนวคิดขององค์กร

- องค์กรจะต้องมีทิศทาง หรือแนวคิดที่ชัดเจนในการดำเนินงาน แนวคิดขององค์กรมักจะเกิดขึ้นจากสภาวะปัญหาเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือปัญหาของสุขภาพในขณะนั้น
- มีอิสระจากการถูกแทรกแซงจากภายนอก

#### ด้านแนวทางการดำเนินงาน

และได้ข้อสรุปแนวทางการทำงานขององค์กรผู้บริโภคได้ดังนี้

1. ควรสร้างองค์กรเป็นแบบเครือข่ายองค์กรขนาดเล็กและมีอิสระต่อกัน โดยใช้รูปแบบองค์กรเหมือนกับสโมสรโรตารี, กลุ่มหนุ่มสาว และชมรมมังสวิรัตเชียงใหม่
2. ควรจัดวางโครงสร้างและบทบาทของกรรมการในแต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน
3. ควรมีบุคลากรเต็มเวลาเพื่อทำหน้าที่เป็นคนประสานงาน
4. ควรมีทุนในการดำเนินงาน
5. ควรมีที่ตั้งสำนักงานที่ชัดเจน
6. ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการขยายผล
7. ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำการขยายผล
8. ควรสร้างความชัดเจนในประเด็นรณรงค์

9. ควรเน้นการเผยแพร่ที่หลากหลายรูปแบบ คือ
- แบบวงกว้าง คือ ทางโทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์
  - แบบเจาะลึก คือ จดหมายข่าว, เวทีต่าง ๆ , การศึกษาดูงาน

#### ด้านกระบวนการทำงาน

เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก กล่าวคือ

- เน้นความรู้สึกที่สมาชิกเป็นเจ้าของ ร่วมคิด ร่วมกิจกรรม ร่วมประเมินผล การติดต่อประสานงาน ความเคลื่อนไหว ระหว่างสมาชิกอยู่ตลอดเวลา โดยการจัดทำเอกสารจดหมายข่าว จัดเวทีทางวิชาการ ฯลฯ
- ในระหว่างสมาชิก จะมีความผูกพันกันในแนวราบ มากกว่าการทำงานโดยสายบังคับบัญชา

#### ด้านรูปแบบองค์กรและการบริหารจัดการองค์กร

- มีองค์กรของสมาชิกที่แน่นอน มีคณะกรรมการบริหารที่เข้มแข็ง เข้าใจแนวคิด หลักการ บรรยากาศขององค์กรได้อย่างดี
- มีการพบปะ ติดต่อกันเป็นประจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของผู้ปฏิบัติการ
- มีแผนงาน งบประมาณในการดำเนินงานที่ชัดเจน
- มีการจัดโครงสร้างขององค์กร เพื่อให้ง่ายต่อการประสานงานกับสมาชิกในกรณีที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ เช่นการแบ่งเป็นกลุ่มย่อย และจัดทำเป็นเครือข่าย หรือการจัดทำเป็นเขต แต่ละกลุ่มมีอิสระในการบริหารงานของตนเอง
- ให้เกิดการเรียนรู้กันระหว่างผู้บริหารชุดเก่ากับผู้บริหารชุดใหม่
- มีความต่อเนื่องของกิจกรรม
- รูปแบบขององค์กรอาจจะอยู่ในรูปของกลุ่ม ชมรม สมาคม มูลนิธิหรือสหกรณ์ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อให้รูปแบบวิธีการรณรงค์ที่เหมาะสมมาใช้เป็นเครื่องมือของชมรมผู้บริโภค

รูปแบบและวิธีการรณรงค์

รูปแบบการรณรงค์มี 2 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบวงกว้าง
2. รูปแบบวงแคบ

วิธีการรณรงค์ จะแบ่งวิธีการรณรงค์ออกเป็น 2 ลักษณะคือ

วิธีการรณรงค์ ในรูปแบบวงกว้าง คือ

- การเผยแพร่ผ่านสื่อวิทยุ
- การจัดทำในรูปแบบของร้านอาหาร
- การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อแจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหวไปสู่สมาชิก และผู้ที่สนใจ

วิธีการรณรงค์ ในรูปแบบวงแคบ คือ

- การจัดประชุมโดยการเชิญวิทยากรมาบรรยายให้สมาชิกเป็นการเผยแพร่แบบสองทาง สมาชิกมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยน และมีการจัดอย่างต่อเนื่อง
- การศึกษาดูงานระหว่างผู้ผลิต และผู้บริโภค

ซึ่งการจะใช้รูปแบบการรณรงค์แบบไหนนั้นขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการศึกษาดูงานน่าจะเป็นวิธีการรณรงค์ของรูปแบบเจาะลึกที่ดี แต่มีข้อจำกัดที่ใช้เวลามาก ทุนสูง และเหมาะสมกับบางคนเท่านั้น

## เอกสารอ้างอิง

- เทวี โพธิ์ผลและคณะ.(2537).ทฤษฎีและแนวปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างทักษะและการตระหนักรู้ของผู้บริโภค.
- บังอร สุขจันทร์.(2544).การรับรู้และความต้องการผักปลอดสารพิษของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรารธนา ดาราพงษ์.(2543).สถิติวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แมลโคล์มและซูลดา โนวัลส์.(2424).ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับพลังกลุ่ม.แปลโดย พิชัย สุพิทยาพร.
- วิภา จงรัชส์สัย.(2542).พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์พร้อมดื่มของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สมจิตร ล้วนเจริญ.(2532).พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมศรี ลินสุข.(2540).เครือข่ายการเรียนรู้กลุ่มผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สิริพร เลิศพรกุลรัตน์.(2542).พฤติกรรมกรรมการบริโภคขนมไทยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สัญญาเลขที่ RDG42N0008  
 โครงการ "รูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน"  
 Model for Organic Consumers' Group in a Sustainable Agriculture System  
 สรุปการเงินในรอบ 6 เดือน

ชื่อหัวหน้าโครงการ นายประสงค์ อยู่สุขสำราญ

รายงานในช่วงตั้งแต่ 1 มกราคม 2542 - 30 กันยายน 2542

หมวด	รายจ่ายสะสม จากรายงานครั้ง ก่อน	รายจ่าย		งบประมาณ ที่ตั้งไว้	คงเหลือ
		ค่าใช้จ่าย งวดปัจจุบัน	รวมรายจ่าย สะสมจนถึงงวด ปัจจุบัน		
1. ค่าตอบแทน	30,000	30,000	60,000	60,000	-
2. ค่าจ้าง	24,000	24,000	48,000	48,000	-
3. ค่าใช้สอย	3,457	19,155	22,612	20,200	-2,412
4. ค่าวัสดุ	5,025	4,130	9,155	14,800	5,645
<b>รวม</b>	<b>62,482</b>	<b>77,285</b>	<b>139,767</b>	<b>143,000</b>	<b>3,233</b>

จำนวนเงินที่ได้รับ และจำนวนเงินที่คงเหลือ


จำนวนเงินที่ได้รับ

งวดที่ 1	77,000	บาท	เมื่อ 16 พ.ค. 42
งวดที่ 2	51,000	บาท	เมื่อ 30 ก.ค. 42
ดอกเบี้ย ครั้งที่ 1	251.39	บาท	เมื่อ 30 มิ.ย. 42
<b>รวม</b>	<b>128,251.39</b>		

ค่าใช้จ่าย

งวดที่ 1	62,482	บาท	-
งวดที่ 2	77,285	บาท	-
<b>รวม</b>	<b>139,769</b>	บาท	-

จำนวนเงินคงเหลือ      - 11,515.61      บาท



ลงนาม หัวหน้าโครงการ



ลงนาม เจ้าหน้าที่การเงินโครงการ



## ภาคผนวก

## แบบสอบถามผู้บริโภคทั่วไปในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ : เพื่อทำการเก็บข้อมูลที่ท่านแสดงความคิดเห็นและคำตอบของท่านจะเป็นแนว  
ทางการปรับปรุงรูปแบบขององค์กรผู้บริโภคอาหารปลอดภัย

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อความที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

สำหรับเจ้าหน้าที่

#### 1. เพศ

ชาย

หญิง

v1 [ ] 1

#### 2. อายุ

15-20 ปี

21-25 ปี

v2 [ ] 2

26-30 ปี

31-35 ปี

36-40 ปี

41-45 ปี

46-50 ปี

51-55 ปี

56-60 ปี

60 ปีขึ้นไป

#### 3. สถานภาพ

สมรส

โสด

v3 [ ] 3

หย่า/แยกกันอยู่

หม้าย

#### 4. จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วยกัน

อยู่คนเดียว

2 – 4 คน

v4 [ ] 4

5 – 7 คน

8 – 10 คน

มากกว่า 10 คน

#### 5. ระดับการศึกษาสูงสุด

ประถมศึกษา

ปริญญาตรี

v5 [ ] 5

มัธยมศึกษา

ปริญญาโท

อนุปริญญา

สูงกว่าปริญญาโท

กำลังศึกษาอยู่ในระดับ.....

6. ปัจจุบันประกอบอาชีพ

- รับราชการ v6 [ ] 6
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานเอกชน
- ค้าขาย
- รับจ้าง
- กำลังศึกษาอยู่
- อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

7. รายได้ต่อเดือน

- ไม่มีรายได้  ต่ำกว่า 3,000 บาท v7 [ ] 7
- 3,000 – 5,000 บาท  5,001 – 8,000 บาท
- 8,001 – 10,000 บาท  10,001 – 15,000 บาท
- 15,001 – 20,000 บาท  มากกว่า 20,000 บาท

ตอนที่ 2 ทักษะที่เกี่ยวข้องกับอาหารปลอดสารพิษ

1. ท่านเคยได้ยินคำว่าเกษตรกรรมยั่งยืนบ้างหรือไม่

- เคย v8 [ ] 8
- ไม่เคย

2. ท่านคิดว่าเกษตรกรรมยั่งยืนมีความหมายอย่างไร

- เป็นระบบการเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมีใด ๆ ในการผลิตเน้นความเกื้อกูลของสิ่งแวดล้อม v9 [ ] 9
- เป็นระบบเกษตรที่ยังคงมีการใช้สารเคมีแต่ใช้ในปริมาณที่เหมาะสม
- เป็นระบบเกษตรที่ใช้สารพิษอย่างเข้มข้น
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

3. ความเข้าใจของท่านเกี่ยวกับกระบวนการผลิตอาหารปลอดสารพิษ

- อาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบที่ไม่ใช้สารเคมีทางการเกษตรกรรม และการบวนการแปรรูปไม่ใช้สารกันเสีย และสารแต่งกลิ่น สี รส v10 [ ] 10
- อาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบที่ใช้สารเคมีทางการเกษตรกรรมและในกระบวนการแปรรูปแต่ใช้ในอัตราที่เหมาะสม
- อื่น ๆ .....

4. ท่านเคยบริโภคอาหารปลอดสารพิษหรือไม่ (ถ้าตอบไม่เคยให้ท่านข้ามไปตอบข้อ 7 เลย)

- เคย v11 [ ] 11  
 ไม่เคย

5. ความถี่ในการบริโภคอาหารปลอดสารพิษของท่าน

- บริโภคทุกวัน v12 [ ] 12  
 2 – 3 วันต่อสัปดาห์  
 4 – 5 วันต่อสัปดาห์  
 6 วันต่อสัปดาห์  
 น้อยกว่า 8 วันต่อเดือน

6. สาเหตุที่ท่านบริโภคอาหารปลอดสารพิษ (ท่านสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีปัญหาเรื่องสุขภาพ v13 [ ] 13  
 ไม่มีปัญหาเรื่องสุขภาพ แต่เพื่ออนามัยของตนเองและคนในครอบครัว  
 ตระหนักถึงอันตรายจากสารพิษในอาหาร ที่มีผลต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม  
 ต้องการสนับสนุนและช่วยเหลือผู้ผลิตอาหารปลอดสารพิษ  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

7. สิ่งที่ท่านเข้าใจเกี่ยวกับอาหารปลอดสารพิษเป็นอย่างไร (ท่านสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีราคาแพง v14 [ ] 14  
 หาซื้อได้ยาก  
 สินค้ามีไม่ต่อเนื่องและไม่หลากหลาย  
 ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งจำหน่าย  
 มีความคิดว่าอาหารปลอดสารพิษไม่แตกต่างจากอาหารทั่วไป  
 ยังไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารปลอดสารพิษ  
 การบรรจุหีบห่อไม่ได้มาตรฐานและไม่สวยงาม  
 ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เช่น ออ. หรือมาตรฐานอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือ

8. เกี่ยวกับพืชผักปลอดสารพิษ ท่านมีความมั่นใจมากน้อยแค่ไหนว่าผักปลอดสารพิษที่วางจำหน่ายเป็นผักปลอดสารพิษจริง

- มาก v15 [ ] 15  
 ปานกลาง  
 น้อย

9. ปัจจัยอะไรที่จะทำให้ท่านเกิดความมั่นใจในอาหารปลอดสารพิษ

- การมีตราที่น่าเชื่อถือ v16 [ ] 16
- การได้เข้าไปชมไร่นาของผู้ผลิตอาหารปลอดสารพิษหรือแปรรูปอยู่
- การเผยแพร่/โฆษณาขององค์กรผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษ
- มีผู้ผลิตมาจำหน่ายผลผลิตโดยตรง
- ฟังจากคำบอกเล่าจากผู้อื่นว่าเป็นอาหารปลอดสารพิษจริง

10. ท่านคิดว่าราคาของอาหารปลอดสารพิษในขณะนี้เป็นอย่างไ

- มีราคาแพงมาก v17 [ ] 17
- มีราคาแพง
- มีราคาปานกลาง
- มีราคาถูก
- ยังไม่ทราบราคาที่แน่นอน

11. ความต้องการของท่านเกี่ยวกับอาหารปลอดสารพิษ (โปรดเรียงลำดับโดยใช้ตัวเลข 1, 2, 3, 4, 5 ตามลำดับ)

- อยากให้มีราคาถูก v18 [ ] 18
- อยากให้มีหลากหลายชนิด
- อยากให้มีมาตรฐานที่แน่นอน
- อยากให้มีจำหน่ายหลายแห่ง
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

12. อาหารปลอดสารพิษที่ท่านบริโภคบ่อย ๆ

- ผัก – ผลไม้สด v19 [ ] 19
- อาหารปรุงสำเร็จรูป
- ธัญพืช – ถั่วเมล็ดแห้ง
- อาหารแปรรูป
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

13. ท่านคิดว่าผักปลอดสารพิษในปัจจุบันมีปริมาณและชนิดอยู่ในระดับไหน

- มีหลากหลายชนิด ปริมาณมาก v20 [ ] 20
- มีน้อยชนิด และปริมาณมาก
- มีหลากหลายชนิด แต่ละชนิดมีปริมาณน้อย
- มีความหลากหลายน้อย และมีปริมาณน้อย

14. ท่านรู้จักแหล่งจำหน่ายอาหารปลอดสารพิษหรืออาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่หรือจังหวัดอื่นหรือไม่

- ไม่รู้จักเลย v21 [ ] 21
- รู้จัก 1 แห่ง โปรดระบุ .....
- รู้จัก 2 แห่ง โปรดระบุ 1 .....
- 2.....
- รู้จัก 3 แห่ง โปรดระบุ 1.....
- 2.....
- 3.....
- รู้จักมากกว่า 3 แห่ง โปรดระบุ 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....

15. ในปัจจุบันท่านบริโภคพืชผักปลอดสารพิษยี่ห้อใด

- ผักอนามัยที่ผลิตจาก อ.สารภี v22 [ ] 22
- ผักอนามัยที่ผลิตจาก อ.แม่อริม
- ผักปลอดสารพิษอัมบุญ
- ผักปลอดสารพิษของโครงการหลวง
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

### ตอนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารปลอดสารพิษ

1. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษจากสื่อใด (เรียงตามลำดับการรับรู้ หมายเลข 1 คือได้รับสื่อบ่อยมากที่สุด หมายเลข 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 ตามลำดับ )

- การเข้าร่วมประชุมสัมมนา v23 [ ] 23
- จากจดหมายข่าว
- สื่อวิทยุ
- สื่อโทรทัศน์
- สื่อหนังสือพิมพ์
- จากกลุ่มคนรู้จัก
- จากแผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา
- จากกลุ่มผู้ผลิต/ผู้จำหน่าย
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. จากคำตอบข้อที่ 1 ท่านสนใจสื่อทางใดที่ดึงดูดความสนใจท่านมากที่สุด และสามารถรับสื่อได้อย่างสม่ำเสมอ

.....

3. ท่านเคยรู้จักชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษจังหวัดเชียงใหม่หรือไม่

เคย

v24 [ ] 24

ไม่เคย

4. ท่านอยากให้ทางชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดสารพิษมีบทบาทอย่างไรสำหรับท่าน (ท่านสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เผยแพร่เอกสารจดหมายข่าว

v25 [ ] 25

มีกิจกรรมประจำทุกอาทิตย์

มีการจัดทัวร์เพื่อเยี่ยมชมไร่นาของเกษตรกรผู้ปลูกผักปลอดสารพิษ

เปิดร้านจำหน่ายอาหารปลอดสารพิษ

รมรงค์ผู้ผลิต – ผู้บริโภคให้ ลด ละ เลิก ใช้ – บริโภค สารพิษ

รมรงค์ให้รัฐบาลส่งเสริมสนับสนุน โครงการที่เกี่ยวกับอาหารปลอดสารพิษ ให้มากขึ้น

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านคิดว่าตนเอง ควรมีบทบาทสนับสนุน รมรงค์ ส่งเสริม เกี่ยวกับการบริโภคอาหารปลอดสารพิษได้อย่างไรบ้าง (ท่านสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

หันมาบริโภคอาหารปลอดสารพิษเป็นประจำ

v26 [ ] 26

ติดตามข่าวสารตามคอลัมน์ข่าว

เข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น

อื่น (โปรดระบุ).....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือ



## แบบสอบถามชมรมผู้บริโภคร้านอาหารปลอดสารพิษ

วัตถุประสงค์ : เพื่อทำการเก็บข้อมูลที่ท่านแสดงความคิดเห็นและคำตอบของท่านจะเป็นแนว

ทางการปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรผู้บริโภคร้านอาหารปลอดสารพิษ

- คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อความที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

สำหรับเจ้าหน้าที่

- เพศ  
 ชาย  หญิง  
v1 [ ] 1
- อายุ.....ปี  
v2 [ ] 2
- ระดับการศึกษาสูงสุด  
 ประถมศึกษา  ปริญญาตรี  
 มัธยมศึกษา  ปริญญาโท  
 อนุปริญญา  สูงกว่าปริญญาโท  
v3 [ ] 4
- ปัจจุบันประกอบอาชีพ  
 รับราชการ  
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 พนักงานเอกชน  
 ค้าขาย  
 รับจ้าง  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....  
v4 [ ] 5
- บทบาทที่เคยเข้าร่วมในชมรมผู้บริโภคร้านอาหารปลอดสารพิษ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 เป็นคณะกรรมการ  
 เป็นสมาชิกรับข้อมูลข่าวสาร (อาหาร ผลิตผลเพื่อชุมชนยั่งยืน)  
 เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชมรมผู้บริโภค  
(โปรดระบุ).....  
v5 [ ] 6
- ปีแรกที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมหรือปฏิสัมพันธ์กับชมรมผู้บริโภคร้านอาหารปลอดสารพิษ  
ปี พ.ศ.25 .....  
v6 [ ] 8
- ท่านคิดว่าท่านมีสุขภาพอย่างไรบ้าง ในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน  
 แข็งแรงดีมากไม่เคยไปหาหมอเพื่อรักษาเลย  
 แข็งแรงพอใช้เคยไปหาหมอบางครั้ง  
 ไม่แข็งแรงเท่าที่ควร  
 เจ็บป่วยเป็นประจำ  
v7 [ ] 9



## ตอนที่ 2 ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรกรรมยั่งยืน

1. ท่านเคยได้ยินคำว่าเกษตรกรรมยั่งยืนบ้างหรือไม่

เคย

v8 [ ] 10

ไม่เคย

2. ท่านคิดว่าเกษตรกรรมยั่งยืนมีความหมายว่าอย่างไร

.....

.....

3. ท่านคิดว่าเกษตรกรรม ยั่งยืนมีความสำคัญอย่างไรต่อผู้บริโภค

ไม่มีความสำคัญต่อผู้บริโภค

v9 [ ] 11

มีความสำคัญต่อผู้บริโภคมาก เพราะช่วยให้ผู้บริโภคมีอาหารที่ปลอดภัยบริโภคและช่วยเกษตรกรและรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

4. ท่านคิดว่า จะมีผู้บริโภคใน อ. เมือง จ. เชียงใหม่ เคยได้ยิน และเข้าใจคำว่า เกษตรกรรมยั่งยืนมากน้อยแค่ไหน

น้อยกว่า 5% ที่เคยได้ยินและเข้าใจ

ระหว่าง 5 – 10 % ที่เคยได้ยินและเข้าใจ

ระหว่าง 10 – 20 % ที่เคยได้ยินและเข้าใจ

v10 [ ] 12

ระหว่าง 20 – 50 % ที่เคยได้ยินและเข้าใจ

มากกว่า 50 % ที่เคยได้ยินและเข้าใจ

5. ท่านคิดว่า เกษตรกรรมยั่งยืน จะเป็นทางออกให้กับเกษตรกรรวมทั้งสังคมไทยได้หรือไม่

มั่นใจมากกว่าเป็นทางออกได้แน่นอน

ไม่ค่อยจะมั่นใจว่าเป็นทางออกได้แน่นอน

v11 [ ] 13

ไม่เชื่อเลยว่าจะเป็นทางออก

อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

## ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

1. ท่านบริโภคอาหารปลอดภัย และ/หรือ อาหารเพื่อสุขภาพเป็นประจำหรือไม่

ทุกมื้อทุกวัน

บริโภคสัปดาห์ละน้อยกว่า 10 มื้อ

v12 [ ] 14

(น้อยกว่า 50 %)

บริโภคสัปดาห์ละมากกว่า 10 มื้อ (มากกว่า 50 % )

บริโภคเท่าที่หาซื้อได้

ไม่บริโภคอาหารปลอดภัย/อาหารเพื่อสุขภาพเลย

2. ท่านคิดว่าปัจจุบันปัญหาของท่านในด้านอาหารที่ท่านบริโภคที่สำคัญคือปัญหาอะไร (โปรดเรียงลำดับความสำคัญ)
  1. ....
  2. ....
  3. ....
3. การแก้ปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำได้โดย
  1. ....
  2. ....
  3. ....

#### ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย

1. ท่านคิดว่าชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจะเผยแพร่รณรงค์ในเรื่องใด (เรียงลำดับตามความสำคัญโดยใส่เลขลงในช่อง)
 

<input type="checkbox"/>	เกษตรกรรมยั่งยืน	v13A [ ]	15
<input type="checkbox"/>	การบริโภคอาหารปลอดภัย	v13B [ ]	16
<input type="checkbox"/>	อาหารพืชผักพื้นบ้าน	v13C [ ]	17
<input type="checkbox"/>	พิษภัยจากสารเคมี	v13D [ ]	18
<input type="checkbox"/>	อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....		
2. ท่านคิดว่าชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย ควรจะเผยแพร่รณรงค์กับกลุ่มเป้าหมายใด เป็นหลัก (ให้หมายเลขเรียงลำดับความสำคัญ)
 

<input type="checkbox"/>	นักเรียน	v14A [ ]	19
<input type="checkbox"/>	นักศึกษา	v14B [ ]	20
<input type="checkbox"/>	หน่วยงานราชการ	v14C [ ]	21
<input type="checkbox"/>	หน่วยงานภาคเอกชน	v14D [ ]	22
<input type="checkbox"/>	แม่บ้าน	v14E [ ]	23
<input type="checkbox"/>	ครู/อาจารย์	v14F [ ]	24
<input type="checkbox"/>	แม่ค้า/พ่อค้า	v14G [ ]	25
<input type="checkbox"/>	เกษตรกร	v14H [ ]	26
<input type="checkbox"/>	ร้านอาหาร	v14I [ ]	27
<input type="checkbox"/>	ทุกคน	v14J [ ]	28
<input type="checkbox"/>	อื่น ๆ (โปรดระบุ).....		

3. ท่านเคยได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากสื่อใดบ่อยครั้งที่สุด

- การประชุม/สัมมนา
- วิทยุ
- หนังสือพิมพ์
- โทรทัศน์
- จดหมายข่าว
- นิตยสาร และวารสาร
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

v15 [ ] 29

4. ท่านคิดว่า ควรใช้สื่อหรือวิธีการอย่างไร ในการรณรงค์เผยแพร่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ )

- จัดประชุม
- จัดทำจดหมายข่าว
- สื่อวิทยุ
- สื่อโทรทัศน์
- หนังสือพิมพ์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

v16A [ ] 30

v16B [ ] 31

v16C [ ] 32

v16D [ ] 33

v16E [ ] 34

5. ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดที่ทำให้ชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยเข้มแข็ง (ให้หมายเลขเรียงลำดับ  
ความสำคัญ เลข 1 สำคัญมากที่สุด เลขถัดไปมีความสำคัญน้อยลง ตามลำดับ)

- มีผู้นำองค์กรที่เข้มแข็ง
- มีกรรมการที่เข้มแข็ง
- มีสมาชิกมาก
- มีเงินทุนมาก
- มีกิจกรรมต่อเนื่อง
- มีกฎระเบียบ
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

v17A [ ] 35

v17B [ ] 36

v17C [ ] 37

v17D [ ] 38

v17E [ ] 39

v17F [ ] 40

6. ขอให้ท่านช่วยแนะนำกิจกรรมและรูปแบบกิจกรรมที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

.....  
.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ  
คณะผู้วิจัย



รูปเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร



รูปเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร



เวที นำเสนอผลการศึกษาร่วมงานวิจัยให้กับสมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย  
จังหวัดเชียงใหม่



เวที นำเสนอผลการศึกษาร่วมงานวิจัยให้กับสมาชิกชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัย  
จังหวัดเชียงใหม่



เวที ถอดบทเรียนของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจังหวัดเชียงใหม่



เวที ถอดบทเรียนของชมรมผู้บริโภคอาหารปลอดภัยจังหวัดเชียงใหม่

## ประวัตินักวิจัย

ชื่อ นายประสงค์ อยู่สุขสำราญ

อายุ 39 ปี

ที่อยู่ 239 หมู่ 7 ต.ลวงเหนือ อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ 50220

ที่ทำงาน โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตครอบครัวและเยาวชนในชุมชน  
(ภายใต้มูลนิธิพัฒนาศึกษภาพชุมชน)

### ประวัติการศึกษา

มัธยมศึกษา โรงเรียนสามเสนวิทยาลัย  
อุดมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์

### ประวัติการทำงาน

2532-2534 เจ้าหน้าที่สนาม โครงการศึกษาวัฒนธรรมชุมชนภาคเหนือเพื่อการพัฒนา  
(ภายใต้มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม)  
2535 - 2536 เจ้าหน้าที่สนามโครงการร่วมพัฒนาชนบทภาคเหนือ (ภายใต้มูลนิธิพัฒนา  
ศึกษภาพชุมชน)  
2537- 2543 เจ้าหน้าที่รณรงค์ด้านงานผู้บริโภคโครงการพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิต - ผู้บริโภค  
เกษตรกรรมทางเลือกภาคเหนือตอนบน (ภายใต้มูลนิธิพัฒนาศึกษภาพ  
ชุมชน)  
2544 ผู้ประสานงานโครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตครอบครัวและเยาวชนในชุมชน  
(ภายใต้มูลนิธิพัฒนาศึกษภาพชุมชน)

### งานวิจัย

2542 รูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยในระบบ  
เกษตรกรรมยั่งยืน (หัวหน้าโครงการ)  
2544 การพัฒนาแกนนำเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มเยาวชนและเครือข่าย  
จังหวัดเชียงใหม่ (หัวหน้าโครงการ)

## ประวัติผู้ช่วยนักวิจัย

1. ชื่อ นางสาวแสงทิพย์ เข็มราช

อายุ 26 ปี

ที่อยู่ 39 หมู่ 1 ต.ป่าลาน อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ 50220

ที่ทำงาน สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน (ภายใต้มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน)

### ประวัติการศึกษา

ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (สาขาการบัญชี) โรงเรียนพณิชยการลานนาเชียงใหม่

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (สาขาการบัญชี) โรงเรียนพณิชยการลานนาเชียงใหม่

ปริญญาตรี (สาขาการจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### ประวัติการทำงาน

2542 - ปัจจุบัน สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน (ภายใต้มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน)

2. ชื่อ นางสาวทัศนีย์ ปาลี

อายุ 32 ปี

ที่อยู่ 79/23 หมู่ 5 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่

ที่ทำงาน สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน (ภายใต้มูลนิธิพัฒนาศักยภาพชุมชน)

### ประวัติการศึกษา

ประกาศนียบัตรวิชาชีพทางเทคนิค (สาขาการบัญชี) โรงเรียนศรีธนาพณิชยการเชียงใหม่

ปริญญาตรี (สาขาการจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏเชียงใหม่



ประวัติการทำงาน

2542 – ปัจจุบัน เลขานุการ, การเงิน,บัญชี สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน (ภายใต้มูลนิธิ  
พัฒนาศักยภาพชุมชน)