



รายงานฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

โดย

นางแววรัตน์ วันดี และคณะ

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สิงหาคม 2557

รายงานฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย

ทีมวิจัย

- | | |
|-------------------|-------------|
| 1. นางแววรัตน์ | วันดี |
| 2. นางสาวเสาะ | เหล่าสุข |
| 3. นางสาวเตือนใจ | ดวงศรี |
| 4. นางสาวเทียมใจ | กันแพงศรี |
| 5. นายถนอม | วงศ์สกุล |
| 6. นายนคร | โสภาพร |
| 7. นายเชิด | สิงห์คำป้อม |
| 8. นางสาวแสงเดือน | พรหมรักษา |
| 9. นางสาวสุภาพ | รังสีณี |
| 10. นางสาวจอมสี | สอนสุภาพ |
| 11. นางสาวทองเพชร | บัวหอม |
| 12. นางสาววิไล | ศรีพรมมา |
| 13. นางสาวปัทมา | ศรีบุรินทร์ |
| 14. นางสาวนงรักษ์ | นันทปิ่น |
| 15. นางสาวนันทนา | เชื้อบุญมี |

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สิงหาคม 2557

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน วิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขององค์กร พัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย โดยมีกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ผลิตพืชปลอดสารพิษ จำนวน 30 กลุ่ม จำนวน 30 คน กลุ่มแปรรูปอาหาร จำนวน 4 กลุ่ม จำนวน 4 คน ผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP จำนวน 9 กลุ่ม จำนวน 9 คน กลุ่มธงฟ้า จำนวน 2 กลุ่ม จำนวน 2 คน คณะกรรมการตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย จำนวน 13 คน กลุ่มผู้บริโภคในตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย พื้นที่เป้าหมายในการดำเนินงานวิจัย ตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย ตำบลกุดป่อง อำเภอเมือง จังหวัดเลย โดยขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ขั้นเตรียมการ จัดประชุมนักวิจัยและเตรียมความพร้อมให้กับนักวิจัยและคณะกรรมการตลาดนัด ประชุมสมาชิกตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย เครือข่ายและภาคีความร่วมมือพัฒนา ระยะ ที่ 2 ขั้นดำเนินการศึกษาข้อมูล ปฏิบัติการเก็บข้อมูลสมาชิกตลาดนัดสี่ข้าวและผู้บริโภค จัดเวทีสรุปและสะท้อนข้อมูล การศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาด เวทีค้นหาแนวทางพัฒนาการเรียนรู้ ระยะที่ 3 ขั้นปฏิบัติการ กิจกรรมสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คณะกรรมการ สมาชิกเครือข่ายได้เรียนรู้กระบวนการตรวจสอบ กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงการผลิตของสมาชิกเดือนละ 2 ครั้ง กิจกรรมการรณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพและสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค กิจกรรมผู้บริโภคเยี่ยมแปลงผู้ผลิต ระยะที่ 4 ขั้นสรุปผลการดำเนินงาน เวทีสรุปผลการดำเนินงาน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสังเคราะห์ข้อมูลเอกสาร การสังเกต การสัมภาษณ์ การลงพื้นที่ปฏิบัติ การประชุม นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์และตีความ ปฏิบัติการ และสรุป เพื่อพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย นำเสนอผลการศึกษาวิจัยในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดกิจกรรมของตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานจากหลายภาคส่วนในสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองเลย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเลย สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดเลย ศูนย์บริการวิชาการด้านพืชและปัจจัยการผลิต องค์การบริหารส่วนจังหวัดเลย มูลนิธิเลยเพื่อพัฒนาที่ยั่งยืน ร่วมกันดำเนินการจัดตั้งขึ้น ตลาดขายทุกวันจันทร์และวันศุกร์ เดิมมีเกษตรกรผู้ผลิตเข้ามาจำหน่ายในตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย เพียง 10 ราย/กลุ่ม แต่ในปัจจุบันในตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลยมีสมาชิกที่แจ้งความประสงค์จะนำผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายในตลาดสี่ข้าวไทยเลย จำนวน 45 กลุ่ม แยกเป็นกลุ่ม พืชผักปลอดสารพิษ 30 กลุ่ม กลุ่มแปรรูปอาหาร 4 กลุ่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) 9 กลุ่ม กลุ่มธงฟ้า 2 กลุ่ม และในแต่ละวันที่จัดตลาดนัดมีสมาชิกตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลยนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายไม่น้อยกว่า 30 ราย จากข้อมูลผลการเก็บแบบสอบถามเบื้องต้นที่วิจัยได้สรุปข้อมูลของสมาชิกตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย มีสมาชิกตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลยส่วนใหญ่เป็นสุภาพสตรี อายุโดยเฉลี่ย 45-50 ปี อายุสูงสุด 84 ปี อายุต่ำสุด 27 ปี รายได้เฉลี่ย(ก่อนหักค่าใช้จ่าย) ต่อปีของสมาชิกตลาดนัดสี่ข้าวประมาณ 300,000-350,000 บาท/ปี รายได้สูงสุด จำนวน 600,000 บาท/ปี รายได้ต่ำสุดจำนวน 40,000 บาท/ปี ยอดจำหน่ายของสมาชิกในตลาดนัดสี่ข้าวไทยเลย 3 เดือนย้อนหลัง เดือนกรกฎาคม 2554 ยอดจำหน่าย

231,100 บาท เดือนสิงหาคม 2554 ยอดจำหน่าย 169,820 บาท เดือนกันยายน 2554 ยอดจำหน่าย 205,460 บาท

สภาพปัญหาและปัจจัยที่มีผลที่เกิดขึ้นในการดำเนินการตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ได้แก่ ปัญหาด้านสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านการตลาด

การเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย นั้นตลาดนัดสีเขียวไทยเลยร่วมกับทางโรงพยาบาลเลย ทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายในตลาดนัดสีเขียวไทยเลยทุก ๆ 2 เดือน และตรวจสอบหาสารตกค้างในกลุ่มสมาชิกและลูกค้าผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป ทุกๆ 6 เดือน การจัดฝึกอบรมให้สมาชิกให้มีความรู้ในการตรวจสอบเองเป็น และยังสามารถที่จะตรวจสอบให้คนอื่นในตลาดได้อีก ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้าในตลาดมากขึ้น ซึ่งก็หมายถึงยอดขายของสมาชิกมากขึ้น รวมทั้งรายได้ก็มากตามมา สมาชิกมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอันตรายหรือพิษภัยจากสารพิษตกค้างเป็นระยะๆและต่อเนื่อง ผู้บริโภคเยี่ยมชมแปลงที่ผลิต ทำกิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงผู้ผลิต ทุก ๆ 3 เดือน การรณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพบริเวณตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

องค์ความรู้ เทคนิคในการผลิตของเกษตรกร องค์ความรู้ได้จากการผลิตของเกษตรกร น้ำส้มควันไฟ ใช้สำหรับกำจัดพวกเพลี้ย ตัวหนอน ที่มีทางกลุ่มเราได้เรียนรู้ ทำเรื่องของน้ำส้มควันไฟ เพื่อมาใช้กำจัดพวกเพลี้ย ในสวน การทำที่ตัดแมลง วันทอง ใช้สำหรับ ดักล่อแมลง วันทอง ที่จะมาทำร้ายผลไม้ในสวน ทำปุ๋ยหมัก ถือได้ว่าใช้กันทุกสวน ฮอร์โมนไข่ ใช้บำรุงดิน บำรุงผัก ฮอร์โมนต้นกล้วย ที่ทำจากต้นกล้วย บำรุงดิน ทำให้ดินร่วนซุย เพิ่มออกซิเจน ใช้สมุนไพรพืชต่าง ๆ มาหมัก นำมาฉีดไล่แมลงทุกสวน ที่ได้ทำกันมา

บทเรียนสำหรับทีมนักวิจัยท้องถิ่น ทีมวิจัยเกิดความรู้ความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน ได้พบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน อีกทั้งยังได้ทราบข้อมูลและสภาพปัญหา และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ได้องค์ความรู้ ภูมิปัญญา เทคนิค ในกระบวนการผลิตของเกษตรกรผู้นำในหมู่บ้านเพื่อขยายผลเกิดทักษะจากการเรียนรู้ภาคสนาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ทำให้ทราบทัศนคติและมุมมอง ปัญหา ข้อเสนอแนะของผู้นำเกษตรกร สมาชิกตลาดนัดสีเขียวที่มีต่อตลาดนัดสีเขียวดียิ่งขึ้น

บทคัดย่อ

โครงการพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทเลย เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงาน วิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขององค์กร พัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทเลย โดยขั้นตอนการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ขั้นเตรียมการ จัดประชุมนักวิจัยและเตรียมความพร้อมให้กับนักวิจัยและคณะกรรมการตลาดนัด ประชุมสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทเลย เครือข่ายและภาคความร่วมมือพัฒนา ระยะที่ 2 ขั้นดำเนินการศึกษาข้อมูล ปฏิบัติการเก็บข้อมูลสมาชิกตลาดนัดสีเขียวและผู้บริโภค จัดเวทีสรุปและสะท้อนข้อมูล การศึกษาฐานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาด เวทีค้นหาแนวทางพัฒนาการเรียนรู้ ระยะที่ 3 ขั้นปฏิบัติการ กิจกรรมสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คณะกรรมการ สมาชิกเครือข่ายได้เรียนรู้กระบวนการตรวจสอบ กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงการผลิตของสมาชิกเดือนละ 2 ครั้ง กิจกรรมการรณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพและสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค กิจกรรมผู้บริโภคเยี่ยมแปลงผู้ผลิต ระยะที่ 4 ขั้นสรุปผลการดำเนินงาน เวทีสรุปผลการดำเนินงาน

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดกิจกรรมของตลาดนัดสีเขียวไทเลย เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานจากหลายภาคส่วนในสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองเลย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเลย สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดเลย ศูนย์บริการวิชาการด้านพืชและปัจจัยการผลิตเลย องค์การบริหารส่วนจังหวัดเลย มูลนิธิเลยเพื่อพัฒนาที่ยั่งยืน ร่วมกันดำเนินการจัดตั้งขึ้น ตลาดขายทุกวันจันทร์และวันศุกร์ เดิมมีเกษตรกรผู้ผลิตเข้ามาจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียวไทเลย เพียง 10 ราย/กลุ่ม แต่ในปัจจุบันในตลาดนัดสีเขียวไทเลยมีสมาชิกที่แจ้งความประสงค์จะนำผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายในตลาดสีเขียวไทเลย จำนวน 45 กลุ่ม แยกเป็นกลุ่ม พืชผักปลอดสารพิษ 30 กลุ่ม กลุ่มแปรรูปอาหาร 4 กลุ่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) 9 กลุ่ม กลุ่มธงฟ้า 2 กลุ่ม และในแต่ละวันที่จัดตลาดนัดมีสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทเลยนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายไม่น้อยกว่า 30 ราย จากข้อมูลผลการเก็บแบบสอบถามเบื้องต้นที่มิวิจัยได้สรุปข้อมูลของสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทเลย มีสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทเลยส่วนใหญ่เป็นสุภาพสตรี อายุโดยเฉลี่ย 45-50 ปี อายุสูงสุด 84 ปี อายุต่ำสุด 27 ปี รายได้เฉลี่ย(ก่อนหักค่าใช้จ่าย) ต่อปีของสมาชิกตลาดนัดสีเขียวประมาณ 300,000-350,000 บาท/ปี รายได้สูงสุด จำนวน 600,000 บาท/ปี รายได้ต่ำสุดจำนวน 40,000 บาท/ปี ยอดจำหน่ายของสมาชิกในตลาดนัดสีเขียวไทเลย 3 เดือนย้อนหลัง เดือนกรกฎาคม 2554 ยอดจำหน่าย 231,100 บาท เดือนสิงหาคม 2554 ยอดจำหน่าย 169,820 บาท เดือนกันยายน 2554 ยอดจำหน่าย 205,460 บาท

สภาพปัญหาและปัจจัยที่มีผลที่เกิดขึ้นในการดำเนินการตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ได้แก่ ปัญหาด้านสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาด้านสถานที่ ปัญหาด้านการตลาด

การเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย นั้นตลาดนัดสีเขียวไทยเลยร่วมกับทางโรงพยาบาลเลย ทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายในตลาดนัดสีเขียวไทยเลยทุก ๆ 2 เดือน และตรวจสอบหาสารตกค้างในกลุ่มสมาชิกและลูกค้าผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป ทุกๆ 6 เดือน การจัดฝึกอบรมให้สมาชิกให้ความรู้ในการตรวจสอบเองเป็น และยังสามารถที่จะตรวจสอบให้คนอื่นในตลาดได้อีก ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้าในตลาดมากขึ้น ซึ่งก็หมายถึงยอดขายของสมาชิกมากขึ้น รวมทั้งรายได้ก็มากตามมา สมาชิกมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอันตรายหรือพิษภัยจากสารพิษตกค้างเป็นระยะๆและต่อเนื่อง ผู้บริโภคเยี่ยมชมแปลงที่ผลิต ทำกิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงผู้ผลิตทุก ๆ 3 เดือน การรณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพบริเวณตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

องค์ความรู้ เทคนิคในการผลิตของเกษตรกร องค์ความรู้ได้จากการผลิตของเกษตรกร น้ำส้มควันไฟ ใช้สำหรับกำจัดพวกเพลี้ย ตัวหนอน ที่มีทางกลุ่มเราได้เรียนรู้ ทำเรื่องของน้ำส้มควันไฟ เพื่อมาใช้กำจัดพวกเพลี้ย ในสวน การทำที่ตัดแมลง วันทอง ใช้สำหรับ ดักล่อแมลง วันทอง ที่จะมาทำร้ายผลไม้ในสวน ทำปุ๋ยหมัก ถือได้ว่าใช้กันทุกสวน ฮอร์โมนไข่ ใช้บำรุงดิน บำรุงผัก ฮอร์โมนต้นกล้วย ที่ทำจากต้นกล้วย บำรุงดิน ทำให้ดินร่วนซุย เพิ่มออกซิเจน ใช้สมุนไพรพืชต่าง ๆ มากมาย นำมาฉีดไล่แมลงทุกสวน ที่ได้ทำกันมา

บทเรียนสำหรับทีมนักวิจัยท้องถิ่น ทีมวิจัยเกิดความรู้ความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน ได้พบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน อีกทั้งยังได้ทราบข้อมูลและสภาพปัญหา และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงาน of ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ได้องค์ความรู้ ภูมิปัญญา เทคนิค ในกระบวนการผลิตของเกษตรกรผู้นำในหมู่บ้านเพื่อขยายผลเกิดทักษะจากการเรียนรู้ภาคสนาม เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ทำให้ทราบทัศนคติและมุมมอง ปัญหา ข้อเสนอแนะของผู้นำเกษตรกร สมาชิกตลาดนัดสีเขียวที่มีต่อตลาดนัดสีเขียวดียิ่งขึ้น

คำนำ

รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยการพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสี่แยกไทยเลย วิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขององค์กรในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย พัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย

สาระสำคัญของรายงานเล่มนี้ เป็นรายงานผลการปฏิบัติงานของทีมนักวิจัย เป็นการนำเสนอข้อมูลของการดำเนินศึกษากระบวนการผลิตพื้นที่ที่ใช้ในการผลิตของสมาชิกว่ามีสภาพและปัญหาที่เกิดขึ้น ผลกระทบและแสวงหาถึงวิธีและทางเลือกในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ตลอดจนการนำเสนอปัญหาและบทเรียนที่ได้รับจากการวิจัยของทีมนักวิจัย องค์ความรู้ ภูมิปัญญา เทคนิค ในกระบวนการผลิตของเกษตรกร เกิดการเรียนรู้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขององค์กรในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย ทั้งพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย

คณะทีมนักวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และเพื่อเป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้อ้างอิงได้คณะทีมนักวิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านที่เกี่ยวข้องและที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินการวิจัยมา ณ โอกาสนี้

คณะทีมนักวิจัย

สารบัญ

หน้า

คำนำ

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการวิจัย	1
ปัญหานำการวิจัย	2
คำถามการวิจัย	3
วัตถุประสงค์การวิจัย	4
ขอบเขตเนื้อหา	4
กลุ่มเป้าหมายและระยะเวลาในการวิจัย	4
ขั้นตอนการดำเนินงาน	5
รายละเอียดแผนปฏิบัติการทำงาน	6
นิยามศัพท์	10
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	11
บทที่ 2 ทบทวนแนวคิดและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
แนวคิดการตลาดสีเขียว	12
เครือข่ายตลาดนัดสีเขียวจังหวัดมหาสารคาม: อัตลักษณ์ของตลาดแห่งทางเลือก และทางรอดของคนมหาสารคาม	20
แนวคิดเรื่องเกษตรอินทรีย์	24
แนวคิดเรื่อง GAP	28
แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การตลาด	32
เศรษฐกิจพอเพียงกับทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ	34
บทสรุปจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี	35

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการและขั้นตอนการดำเนินงาน	37
ขั้นตอนการดำเนินการ	37
ผลการดำเนินกิจกรรม	38
บทที่ 4 ผลการดำเนินการ	53
ความเป็นมาของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	53
ยอดจำหน่ายสินค้าของสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ประจำปี 2554	56
สภาพปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของ ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	59
ข้อมูลสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	62
แนวทางพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	71
แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการใช้เกี่ยวกับช่องทางการตลาดสีเขียว และเครือข่ายตลาดสีเขียว	72
การเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	74
บทที่ 5 สรุป บทเรียน สภาพปัญหา ข้อเสนอแนะ	78
สรุป	78
บทเรียน	82
สภาพปัญหา	83
ข้อเสนอแนะ	84
ภาคผนวก	
ภาพกิจกรรมที่มวิจัยประชุมเตรียมความพร้อม การเข้าร่วมเวทีเสวนา	85
แบบสอบถามข้อมูลสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	94
ประวัตินักวิจัย	98

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดแผนปฏิบัติการทำงาน	6
ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์ จากเกษตรปลอดภัยประเภทต่างๆ	27
ตารางที่ 3 แสดงหลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมินรับรองฟาร์ม GAP	29
ตารางที่ 4 แสดงรายได้ของตลาดนัดสีเขียวไทเลย	56
ตารางที่ 5 แสดงการปลูกผักบ้านกลาง	63
ตารางที่ 6 แสดงการช่วงเวลาการปลูกผักของกลุ่มบ้านน้อยสนามบิน	65
ตารางที่ 7 แสดงรูปแบบการผลิตของนายบุญแทน เหล่าสุพะ	70
ตารางที่ 8 แสดงปฏิทินการผลิตของนายบุญแทน เหล่าสุพะ	71

สารบัญรูปภาพ

ตารางที่	หน้า
ภาพประกอบที่ 1 ทีมวิจัยรวบรวมข้อมูลจัดทำรายงาน	86
ภาพประกอบที่ 2 จัดประชุมทีมวิจัยและเตรียมความพร้อมให้กับทีมวิจัย	86
ภาพประกอบที่ 3 จัดการประชุมสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	87
ภาพประกอบที่ 4 กิจกรรมพัฒนาศักยภาพทีมวิจัยและคณะกรรมการตลาดนัด	87
ภาพประกอบที่ 5 ร่วมประชุมเสวนาวิชาการ “บทสรุปรายงานกับทีมวิจัยจังหวัดหนองบัวลำภู	88
ภาพประกอบที่ 6 ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	88
ภาพประกอบที่ 7 ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ข้างศาลากลางจังหวัดเลย	89
ภาพประกอบที่ 8 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 1	89
ภาพประกอบที่ 9 เวทีนำเสนอผลงานวิจัยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้งานวิจัยท้องถิ่น	90
ภาพประกอบที่ 10 ศึกษาดูงาน	90
ภาพประกอบที่ 11 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 1	91
ภาพประกอบที่ 12 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 2	91
ภาพประกอบที่ 13 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 2	92
ภาพประกอบที่ 14 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 2	92
ภาพประกอบที่ 15 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 3	93
ภาพประกอบที่ 16 ร่วมเรียนรู้กับเครือข่ายคนทำงานวิจัย	93

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการวิจัย

ตลาดนัดสีเขียว ไม่ใช่เรื่องใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในสังคมไทยเพราะเป็นประเด็นที่กลุ่มคนทำงานในแวดวงเกษตรกรรมทางเลือก สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม พยายามผลักดันให้เกิดเป็นรูปธรรมในบ้านเรามานานแล้ว โดยมีเป้าประสงค์ในการเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ตลอดจนสร้างตลาดแนวใหม่ที่สวนกระแสตลาดบริโภคนิยม ทั้งด้วยรูปแบบตลาดที่ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพปลอดสารพิษ รวมถึงราคาจำหน่ายที่เป็นธรรม ทั้งต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค ฯลฯ ซึ่งตลาดนัดสีเขียวในบ้านเราที่มีการดำเนินการเป็นรูปธรรมและประสบผลสำเร็จ อาทิเช่น ตลาดนัดสีเขียวที่ภาคอัมบุญ จังหวัดเชียงใหม่ ตลาดนัดสีเขียว จังหวัดสุรินทร์ และตลาดนัดสีเขียวจังหวัดมหาสารคาม

เข้ามิตของทุกวันจันทร์และวันศุกร์ของทุกสัปดาห์ บริเวณถนนช้างศาลากลางจังหวัดเลย หน้าที่ว่าการอำเภอเมืองเลย ได้เกิดการรวมตัวกันของกลุ่มเจ้าหน้าที่และชาวบ้านจำนวนหนึ่งเพื่อจัดสถานที่และข้าวปลาอาหารสำหรับตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ซึ่งเปิดตัวต่อคนเมืองเลยเมื่อประมาณปี 2551 หรือเมื่อ 3 ปีที่แล้ว โดยมีกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 10 กลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรม โดยแบ่งเป็นกลุ่มผลิตเกษตรอินทรีย์ จำนวน 8 กลุ่ม กลุ่มแปรรูปอาหารและผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 กลุ่ม

รัฐบาลได้ผลักดันนโยบายให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก จังหวัดเลยก็ได้ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในปี 2548 ได้รับงบประมาณสนับสนุนในการส่งเสริมเกษตรกรผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเลย สถานีพัฒนาที่ดินเลย ศูนย์บริการวิชาการด้านพืชและปัจจัยการผลิตเลย มูลนิธิต่าง ๆ ร่วมกันดำเนินการจัดตั้งกลุ่มเกษตรอินทรีย์ได้ส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนระบบการผลิตจากเกษตรเคมีเป็นการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและได้มาตรฐานระบบ GAP พืช และจะก้าวไปสู่เกษตรอินทรีย์

ตลาดนัดสีเขียวไทยเลยเป็นสัญลักษณ์แห่งความร่วมมือร่วมใจของคนเมืองเลย เพราะไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ องค์กรพัฒนาเอกชน ตลอดจนกลุ่มเครือข่ายชาวบ้านและผู้บริโภคต่างก็มีส่วนร่วมในการช่วยผลักดัน ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดตลาดนัดสีเขียวไทยเลยขึ้นตามกำลังความสามารถ และศักยภาพของแต่ละบุคคลและองค์กรที่ผ่านมาจังหวัดเลยมีปัญหาด้านการใช้สารเคมีค่อนข้างมาก จังหวัดเลยได้รณรงค์ให้เกษตรกรลด ละ เลิก การใช้สารเคมีมาโดยตลอด

ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาคีหลายหน่วยงานมาช่วยสนับสนุน และมีแนวทางร่วมกัน เกษตรกรเองก็ตั้งใจที่มีที่ขายและที่จำหน่าย แต่มีข้อแม้ว่าตลาดนัด สีเขียวไทยเลย แห่งนี้จะต้องขายเฉพาะพืชผัก ผลไม้ ที่ปลอดภัยจากสารพิษเท่านั้น โดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อยที่ไม่

มีตลาดรองรับสามารถนำมาขายในตลาดนี้ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ รวมทั้งผู้สูงอายุก็มีรายได้จากการนำผลผลิตต่าง ๆ เช่น ผักพื้นบ้าน อาหารพื้นเมืองมาขายแทนที่จะขอเงินจากลูกหลาน ตลาดนัดสี่แยกไทยเลยมีเป้าหมายเพื่อดำเนินงานส่งเสริมระบบการผลิต การแปรรูปที่เอื้อต่อสุขภาพ และสามารถผลิตอาหารที่ปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค โดยแนวคิดในการดำเนินงานเพื่อการสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคให้ได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากสารพิษ เป็นการส่งเสริมสนับสนุนเกษตรกรยั่งยืน เป็นเวทีแห่งการเรียนรู้ของผู้ผลิตกับผู้ผลิต และผู้ผลิตกับผู้บริโภค

2. ปัญหาการวิจัย

การดำเนินงานที่ผ่านมาของตลาดนัดสี่แยกไทยเลย มีหลายหน่วยงานที่เข้ามาให้การสนับสนุนในการดำเนินการ เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัดเลยได้ให้คำปรึกษาและคำแนะนำในกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานที่ปลอดภัย โรงพยาบาลเลยเป็นผู้เข้ามาตรวจสอบปริมาณสารพิษในผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายที่ตลาด สำนักงานพัฒนาชุมชนและสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย ได้มีการเชิญชวนให้เกษตรกรที่สนใจได้เข้ามาเป็นสมาชิกตลาดนัดสี่แยกไทย แต่จะต้องผ่านการรับรองจากคณะกรรมการตลาดนัดสี่แยกไทย และหน่วยงานนั้น ๆ ที่เป็นผู้แนะนำ

ปัจจุบันตลาดนัดสี่แยกไทยเลย จะมีตลาดนัดทุกวันจันทร์และวันศุกร์ มีสมาชิก 45 กลุ่ม แบ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตพืชปลอดสารพิษ จำนวน 30 กลุ่ม กลุ่มแปรรูปอาหาร จำนวน 4 กลุ่ม และผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP จำนวน 9 กลุ่ม และกลุ่มธงฟ้าอีก 2 กลุ่ม (เชียงใหม่ของกระทรวงพาณิชย์) มีจำนวนสมาชิกเครือข่ายตลาดนัดสี่แยกไทยกว่า 250 คน

จากจำนวนกลุ่มและจำนวนสมาชิกที่มากขึ้นทำให้มีการนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายจำนวนมากขึ้น และมีผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น สินค้าที่นำมาขายก็ขายได้ดีจนผลิตไม่ทัน ทำให้สมาชิกกลุ่มบางคนต้องใช้สารเคมีเพื่อเร่งการผลิต หรือการซื้อสินค้าจากตลาดทั่วไปนำมาขายในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย ทำให้เกิดความไม่มั่นใจใจของผู้บริโภคและเครือข่ายด้วยกันเอง เกิดความไม่ไว้วางใจกับกลุ่มผู้ผลิตด้วยกันเอง

ในข้อเท็จจริง ที่ผ่านมามีสมาชิกบางส่วนที่ไม่ได้รับการรับรองแต่อ้างว่าได้รับการรับรองจากหน่วยงาน ทำให้สมาชิกบางส่วนเกิดความไม่ไว้วางใจในกระบวนการผลิต และการจัดการตลาดยังไม่มี การจัดทำข้อมูลสมาชิก หรือไม่มีการเรียนรู้ร่วมกันของการผลิตสินค้าที่จะนำมาจำหน่ายในตลาดและกระบวนการตรวจสอบคุณภาพของผลผลิตและผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและสมาชิกด้วยกันเอง

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้กรรมการตลาดนัดสี่แยกไทยและหน่วยงานภาคีที่ร่วมพัฒนาตลาดนัดสี่แยกไทยร่วมจัดทำโครงการ “พัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย” เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสี่แยกไทยเลย และพัฒนาการเรียนรู้ให้กับสมาชิกและเครือข่ายให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ค้นหาแนวทางพัฒนาการเรียนรู้ของผู้ผลิตและผู้ผลิตกับผู้บริโภค

โครงการนี้ ทีมงานวิจัยได้มีการทบทวนการวิจัยของโครงการสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความเป็นตลาดนัดสีเขียวอย่างมีส่วนร่วม จังหวัดมหาสารคาม จากการศึกษาพบว่าได้แบ่งกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับตลาดนัดสีเขียวออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มคณะกรรมการตลาด และกลุ่มผู้บริโภค

- **ด้านกลุ่มผู้ผลิต** มีการศึกษาข้อมูลส่วนตัวของเกษตรกร ฐานการผลิตของเกษตรกรแต่ละคน องค์ความรู้และเทคนิคต่าง ๆ ในการผลิตและสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในการผลิต
- **ด้านกลุ่มคณะกรรมการตลาด** เป็นการศึกษาความเป็นมาของคณะกรรมการตลาด บทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ กฎระเบียบที่จะนำผลผลิตมาจำหน่ายในตลาดสีเขียว และกฎระเบียบของคณะกรรมการตลาดนัดสีเขียว
- **ด้านผู้บริโภค** เป็นการศึกษาโดยศึกษาความต้องการของผู้บริโภค การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตลาดและข้อเสนอแนะที่มีต่อตลาดนัดสีเขียว

จากการเก็บข้อมูลในกระบวนการผลิตของสมาชิกพบว่าเกษตรกรมีฐานการผลิตที่เกี่ยวข้องกับภูมิโนเวศ เช่น ภูมิโนเวศนาโคก ภูมิโนเวศที่ราบ ภูมิโนเวศนาทาม ซึ่งแต่ละภูมิโนเวศจะมีองค์ความรู้และเทคนิคในการผลิตที่แตกต่างกันในการควบคุมมาตรฐานของผลผลิตได้มีการสร้างมาตรฐานของตลาดขึ้นมาใหม่ โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิก มีเป้าหมายเพื่อการลด ละ เลิก การใช้สารเคมีในการผลิตโดยมีการกำหนดมาตรฐานระดับแปลงผลิต และมาตรฐานระดับตลาด และสร้างกลไกในการติดตามควบคุมมาตรฐานการผลิตในระดับแปลงและระดับตลาด จากนั้นได้สร้างกระบวนการเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายผู้ผลิตและผู้บริโภค และสร้างเวทีการเรียนรู้ร่วมกัน

การวิจัยทำให้เกิดความรู้ใหม่ในแง่ของผู้ผลิตที่ได้สร้างและเติมเต็มองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการทำเกษตรปลอดภัย แนวคิดการทำเกษตรแบบยั่งยืน การสร้างระบบคุณธรรมของผู้ผลิต การสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามเครือข่าย ในมุมมององค์ความรู้ของผู้บริโภคก่อให้เกิดรูปธรรมในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค การสร้างองค์ความรู้ที่มีต่อพิษภัยของสารเคมี และระบบการผลิตและการค้าที่เป็นธรรม ในขณะเดียวกันองค์กรพี่เลี้ยงที่เป็นภาคีสนับสนุนได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ผลิตและผู้บริโภคนำไปสู่การผลักดันและบูรณาการแผนการทำงานร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรมและสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่เชื่อมประสานภาคีเครือข่ายเกษตรปลอดภัย อาหารปลอดภัยของจังหวัดมหาสารคาม

3. คำถามการวิจัย

คำถามวิจัยหลัก

1. จะมีแนวทางพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยได้อย่างไร

คำถามวิจัยรอง

1. สภาพปัญหาและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสีเขียวไทยเลยมีอะไรบ้าง
2. ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขององค์กรในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย เป็นอย่างไรบ้าง

4. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
2. เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขององค์กรในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
3. เพื่อพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

5. ขอบเขตเนื้อหา

1. กระบวนการผลิตของสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
2. สภาพ ปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
3. องค์ความรู้ เทคนิคในการผลิตของเกษตรกร
4. พัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมมาตรฐานผลิตภัณฑ์

6. กลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มผู้ผลิตพืชปลอดสารพิษ จำนวน 30 กลุ่ม จำนวน 30 คน
2. กลุ่มแปรรูปอาหาร จำนวน 4 กลุ่ม จำนวน 4 คน
3. ผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP จำนวน 9 กลุ่ม จำนวน 9 คน
4. กลุ่มธงฟ้า จำนวน 2 กลุ่ม จำนวน 2 คน
5. คณะกรรมการตลาดนัดสีเขียวไทยเลย จำนวน 13 คน
6. กลุ่มผู้บริโภคในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

7. พื้นที่เป้าหมายและระยะเวลาในการวิจัย

พื้นที่เป้าหมายในการดำเนินงานวิจัย

ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ตำบลกุดป่อง อำเภอเมือง จังหวัดเลย

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย

ระยะเวลา 12 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2554 ถึง วันที่ 31 มีนาคม

8. ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นเตรียมการ

1. จัดประชุมนักวิจัยและเตรียมความพร้อมให้กับนักวิจัยและคณะกรรมการตลาดนัด
2. ประชุมสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย เครือข่ายและภาคีความร่วมมือ
3. พัฒนาศักยภาพนักวิจัยและคณะกรรมการตลาดเพื่อแตกกรอบการศึกษาข้อมูลและการออกแบบเครื่องมือในการศึกษา เช่น การศึกษากระบวนการผลิต การศึกษาสภาพปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด
4. จัดประชุมเพื่อวางแผนการจัดเก็บข้อมูลระดับแปลง และชี้แจงเทคนิคการจัดการข้อมูล

ขั้นดำเนินการศึกษาข้อมูล

1. ปฏิบัติการเก็บข้อมูลสมาชิกตลาดนัดสีเขียวและผู้บริโภค
 - 1.1 เก็บข้อมูลระบบการผลิตของสมาชิก
 - 1.2 สภาพ ปัญหา เงื่อนไข ข้อจำกัดในการผลิตของเกษตรกรที่นำสินค้ามาขายในตลาด
 - 1.3 เก็บข้อมูลบริบทตลาด
 - 1.4 เก็บข้อมูลความพอใจ ความต้องการของผู้บริโภค
 - 1.5 เก็บข้อมูลองค์ความรู้ของผู้ผลิต
2. จัดเวทีสรุปและสะท้อนข้อมูล
3. การศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาดนัดสีเขียวจังหวัดมหาสารคาม 6 เดือนแรก
4. เวทีค้นหาแนวทางพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

ขั้นปฏิบัติการ

1. กิจกรรมสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คณะกรรมการ สมาชิกเครือข่ายได้เรียนรู้กระบวนการตรวจสอบผลผลิตของสมาชิกเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวจังหวัดเลย
2. กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงการผลิตของสมาชิกเดือนละ 2 ครั้ง
3. กิจกรรมการรณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพและสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค
4. กิจกรรมผู้บริโภคเยี่ยมแปลงผู้ผลิต

ขั้นสรุปผลการดำเนินงาน

1. เวทีสรุปผลการดำเนินงาน
2. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

9. รายละเอียดแผนปฏิบัติการทำงาน

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดแผนปฏิบัติการทำงาน

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอนดำเนินงาน	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	กลุ่มเป้าหมาย
1. จัดประชุมนักวิจัยและเตรียมความพร้อมให้กับนักวิจัยและคณะกรรมการตลาดนัด	1. เพื่อเตรียมความพร้อมนักวิจัยท้องถิ่น 2. เพื่อวางแผนการทำงานร่วมกันของนักวิจัยท้องถิ่น 3. เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักวิจัยท้องถิ่น	1. ประสานคณะทำงานที่ปรึกษา 2. เตรียมประเด็นและรูปแบบการอบรมนักวิจัย 3. ดำเนินการประชุมนักวิจัยและพัฒนาศักยภาพของนักวิจัย	1. นักวิจัยและที่ปรึกษาโครงการได้ทบทวนเป้าหมายโครงการวิจัย 2. นักวิจัยท้องถิ่นสามารถวางแผนการวิจัย 3. นักวิจัยได้เรียนรู้กระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่น	1. นักวิจัยท้องถิ่น 2. ที่ปรึกษาโครงการ 3. พี่เลี้ยง
2. ประชุมสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย	1. เพื่อชี้แจงรายละเอียดโครงการวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานวิจัย	1. ประสานคณะทำงานที่ปรึกษา 2. เตรียมประเด็นและรูปแบบการประชุม 3. แบ่งบทบาทหน้าที่ในการทำงาน 4. ดำเนินการประชุมชี้แจงโครงการ 5. สรุปผลการประชุม	1. กลุ่มสมาชิกตลาดนัดสีเขียวได้รับรู้เป้าหมายการวิจัยและกระบวนการในการวิจัย 2. กลุ่มนักวิชาการได้ร่วมให้ข้อเสนอแนะในการวิจัย	1. นักวิจัยท้องถิ่น 2. ที่ปรึกษาโครงการ 3. พี่เลี้ยง 4. สมาชิกตลาดนัดสีเขียวเครือข่าย
3. พัฒนาศักยภาพนักวิจัยและคณะกรรมการตลาด	1. เพื่อพัฒนาศักยภาพนักวิจัยท้องถิ่นให้เข้ากระบวนการทำงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น 2. เพื่อให้ นักวิจัยได้เรียนรู้เครื่องมือใน	1. ประสานงานกับทีมวิจัยที่ปรึกษาโครงการและทีมพี่เลี้ยง 2. จัดประชุมพัฒนาศักยภาพนักวิจัยและออกแบบเครื่องมือในการศึกษาข้อมูล	1. นักวิจัยท้องถิ่นเข้าใจและสามารถดำเนินงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น 2. นักวิจัยได้เรียนรู้เครื่องมือในการศึกษาข้อมูล	1. นักวิจัยท้องถิ่น 15 คน 2. ทีมพี่เลี้ยง 2 คน

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดแผนปฏิบัติการทำงาน (ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอนดำเนินงาน	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	กลุ่มเป้าหมาย
	ศึกษาข้อมูลและแตก กรอบการศึกษาข้อมูล	3. สรุปผลการดำเนิน กิจกรรม	และแตกกรอบ การศึกษาข้อมูลได้ 3. ออกแบบ เครื่องมือ/ศึกษา สภาพปัญหา สาเหตุ และ กระบวนการผลิต ของเกษตรกร 4. เกิดแผนปฏิบัติ การศึกษาข้อมูล	
4. จัดประชุมเพื่อ วางแผนการจัดเก็บ ข้อมูล	1. เพื่อชี้แจงการ ทำงานและเทคนิค การใช้เครื่องมือใน การศึกษาข้อมูล 2. เพื่อวางแผนการ ทำงานจัดเก็บข้อมูล	1. ประสานงานกับทีม วิจัย สมาชิกเครือข่าย และทีมพี่เลี้ยง 2. จัดประชุมวางแผน การจัดเก็บข้อมูล 3. สรุปผลการดำเนิน กิจกรรม	1. นักวิจัยท้องถิ่น ได้เรียนรู้เครื่องมือ ในการเก็บข้อมูล 2. เกิดแผนการ จัดเก็บข้อมูล และ กำหนดบทบาทการ ทำงานของนักวิจัย และสมาชิก 3. เกิดแผนปฏิบัติ การศึกษาข้อมูล	1. นักวิจัยท้องถิ่น 15 คน 2. ทีมพี่เลี้ยง 2 คน
5. ปฏิบัติการเก็บข้อมูล	1. เก็บข้อมูลสมาชิก ตลาดนัดสีเขียวและ ผู้บริโภค 2. เพื่อศึกษา กระบวนการผลิต สภาพ ปัญหา และผลกระทบที่ เกิดขึ้น 3. เพื่อศึกษาภูมิปัญญา เทคนิคการผลิต	1. ประสานงานกับทีมวิจัย สมาชิกตลาดนัดสีเขียวและ ทีมพี่เลี้ยง 2. ดำเนินการจัดเก็บข้อมูล 3. สรุปผลการดำเนิน กิจกรรม	1. ได้ข้อมูลสมาชิก ตลาดนัดสีเขียวและ ผู้บริโภคกระบวนการ ผลิต สภาพปัญหา และผลกระทบที่ เกิดขึ้น 2. ได้รู้องค์ความรู้และ ภูมิปัญญา เทคนิคใน การผลิต	1. นักวิจัยท้องถิ่น 15 คน 2. ทีมพี่เลี้ยง 2 คน 3. สมาชิกตลาดนัดสี เขียว 4. หน่วยงานพี่เลี้ยง

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดแผนปฏิบัติการทำงาน (ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอนดำเนินงาน	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	กลุ่มเป้าหมาย
6. จัดเวทีสรุปและสะท้อนข้อมูล	1. เพื่อสรุปข้อมูลจากการเก็บข้อมูล 2. เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูล	1. ประสานงานทีมวิจัย 2. จัดทำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ 3. ประสานงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 4. จัดเวทีสรุปข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล 5. สรุปบทเรียนที่ได้จากการจัดเวที	1. ได้ข้อมูลและร่วมกันวิเคราะห์ที่ได้ข้อมูลจากการเก็บข้อมูล 2. เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและเพิ่มเติมข้อมูลร่วมกัน	1. นักวิจัยท้องถิ่น 15 คน 2. ทีมพี่เลี้ยง 2 คน 3. สมาชิกตลาดนัดสีเขียว 4. หน่วยงานพี่เลี้ยง
7. แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาดนัดสีเขียวจังหวัดมหาสารคาม	1. เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การดำเนินการกิจกรรมตลาดนัดสีเขียวและกระบวนการควบคุมผลผลิตของสมาชิก	1. ประสานพื้นที่ศึกษาดูงาน 2. การศึกษาดูงาน 3. สรุปผลการศึกษาดูงาน	1. ได้แนวทางในการปฏิบัติ 2. เกิดการแลกเปลี่ยนแนวคิดระหว่างสมาชิกตลาดนัดสีเขียว	1. นักวิจัยท้องถิ่น 2. สมาชิกตลาดนัดสีเขียวและกลุ่มเป้าหมาย
8. เวทีค้นหาแนวทางพัฒนาการเรียนรู้	1. เพื่อค้นหาแนวทางการควบคุมคุณภาพการผลิต 2. เพื่อแลกเปลี่ยนกระบวนการทำงานและวางแผนการปฏิบัติการในการควบคุมคุณภาพ	1. ประสานงานกับทีมวิจัย สมาชิกเครือข่ายและทีมพี่เลี้ยง 2. จัดประชุมวางแผนการจัดเก็บข้อมูล 3. สรุปผลการดำเนินการกิจกรรม	1. เกิดแนวทางในการควบคุมคุณภาพ 2. เกิดแผนการในการควบคุมคุณภาพ 3. มีแผนปฏิบัติการควบคุมคุณภาพ	1. นักวิจัยท้องถิ่น 15 คน 2. ทีมพี่เลี้ยง 2 คน

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดแผนปฏิบัติการทำงาน (ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอนดำเนินงาน	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	กลุ่มเป้าหมาย
9. กิจกรรมสร้างกระบวนการเรียนรู้	1. สร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คณะกรรมการมีส่วนร่วมการควบคุมผลผลิตของสมาชิกเครือข่าย	1. ประสานคณะทำงานที่ปรึกษา 2. เตรียมสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับคณะกรรมการ 3. ดำเนินการ	1. คณะกรรมการได้เรียนรู้และเข้าใจในการสร้างกระบวนการควบคุมผลผลิตของสมาชิกเครือข่าย	1. นักวิจัยท้องถิ่น 15 คน 2. ทีมพี่เลี้ยง 2 คน 3. สมาชิกตลาดนัด 4. หน่วยงานพี่เลี้ยง
11. กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงผลิต	1. เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแปลงผลิตของสมาชิกเครือข่ายตลาดนัดสีเขียว	1. ประสานพื้นที่แปลงผลิตของสมาชิก 2. สรุปผลการลงพื้นที่ตรวจสอบคุณภาพแปลงผลิตของสมาชิก	1. ได้แนวทางปฏิบัติ 2. เกิดการแลกเปลี่ยนแนวคิดของผู้ผลิตกับกรรมการตรวจสอบคุณภาพ	1. นักวิจัยท้องถิ่น 2. คณะกรรมการ 3. สมาชิกตลาดนัดสีเขียว
12. รณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพ	1. เพื่อส่งเสริมให้เกิดพื้นที่เรียนรู้ และเป็นแบบคนรักสุขภาพ 2. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค	1. แบ่งพื้นที่เป้าหมาย	1. เกิดพื้นที่ตลาดนัดสีเขียวเรียนรู้รักสุขภาพ 2. เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค	1. นักวิจัยท้องถิ่น 2. กลุ่มเป้าหมาย
13. กิจกรรมผู้บริโภคเยี่ยมแปลงผู้ผลิต	1. เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตในการเยี่ยมแปลงผู้ผลิต	1. ประสานคณะทำงานที่ปรึกษา 2. เตรียมแปลงผู้ผลิต	1. ได้ทราบขั้นตอนการทำแปลงผลิต 2. เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างทีมวิจัยกับผู้ผลิตและผู้บริโภค	1. นักวิจัยท้องถิ่น 2. ที่ปรึกษาโครงการ 3. พี่เลี้ยง 4. ผู้บริโภค

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดแผนปฏิบัติการทำงาน (ต่อ)

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ขั้นตอนดำเนินงาน	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	กลุ่มเป้าหมาย
14. เวทีสรุปผลการดำเนินการ	1. เพื่อนำเสนอข้อมูลและผลการดำเนินการวิจัยต่อชุมชน 2. เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเสนอรูปแบบการจัดระบบตรวจสอบผลผลิตของสมาชิกตลาดนัดสีเขียว	1. ประสานคณะทำงานที่ปรึกษา และประชาชนกลุ่มเป้าหมายในชุมชน 2. เตรียมข้อมูล และประเด็นที่ได้จากการศึกษาข้อมูลชุมชน 3. แบ่งบทบาทหน้าที่ในการทำงาน 4. ดำเนินการประชุม	1.ทราบข้อมูลและอธิบายผลที่เกิดขึ้นจากการวิจัยได้ 2.สมาชิกตลาดนัดมีรูปแบบจัดระบบตรวจสอบผลผลิต 3. เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน	1. นักวิจัยท้องถิ่น 2. ที่ปรึกษาโครงการ 3. พี่เลี้ยง 4. กลุ่มเป้าหมาย 5. สมาชิกตลาดนัดสีเขียว 6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

10. นิยามศัพท์

ตลาดนัดสีเขียว หมายถึง ตลาดที่เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งของคนเมืองเลยและคนรักสุขภาพทั้งหลาย เป็นตลาดแห่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเกษตรกร ที่ทำเรื่องของการเกษตรปลอดสารพิษซึ่งเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคที่ต้องการหนีจากสารพิษของตลาดทั่วไป อีกทั้งตลาดนัดสีเขียวไทยเลยมือถือได้ว่าเป็นที่แลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับอาหารที่มีประโยชน์ และยังมีพืชผักพื้นบ้านที่เป็นสมุนไพร ใช้แก้และรักษาโรคภัยต่างๆได้อีกด้วย

มาตรฐานตลาดนัดสีเขียวไทยเลย หมายถึง 1. มาตรฐานสินค้า ทางตลาดนัดสีเขียวไทยเลยได้รับการตรวจสอบจากสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย และทางโรงพยาบาลเลย ทุก ๆ 2 เดือน และสมาชิกตรวจสอบกันเอง 2. มาตรฐานผู้ผลิตและจำหน่าย สมาชิกในตลาดนัดสีเขียวไทยเลยและที่ผลิตผักปลอดสารพิษ 30 กลุ่ม ทุกกลุ่มจะได้รับการรับรองจากกรมวิชาการเกษตร (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) ระดับตัว Q (GAP) 3. มาตรฐานตลาด ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย จะจำหน่ายสินค้าทุกวันจันทร์และวันศุกร์เท่านั้น มีเต็นท์และเสื้อเป็นสัญลักษณ์ มีกฎระเบียบข้อบังคับ มีการตรวจเยี่ยมแปลงเดือนละ 2 ครั้ง และมีสวัสดิการให้กับสมาชิก

11. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลสภาพปัญหา และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสีเขียวไทรโยค
2. ได้ข้อมูลองค์ความรู้ ภูมิปัญญา เทคนิค ในกระบวนการผลิตของเกษตรกร
3. เกิดการเรียนรู้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขององค์กรในตลาดนัดสีเขียวไทรโยค
4. ได้พัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทรโยค

12. งบประมาณในการดำเนินงาน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น

13. รายชื่อทีมวิจัย

1. นางแววรัตน์	วันดี	กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ
2. นางเสาะ	เหลาสุข	กลุ่มปลูกผักบ้านห้วยม่วง
3. นางเตือนใจ	ดวงศรี	กลุ่มปลูกผักบ้านห้วยม่วง
4. นางเทียมใจ	กันแพงศรี	กลุ่มปลูกผักบ้านห้วยม่วง
5. นายถนอม	วงศ์สกุล	กลุ่มสับปะรดบ้านไร่ม่วง
6. นายนคร	โสภาพร	กลุ่มโรงสีข้าวบ้านธาตุ
7. นายเชิด	สิงห์คำป้อม	กลุ่มปลูกผักปลอดสารบ้านกลาง
8. นางแสงเดือน	พรหมรักษา	กลุ่มปลูกผักปลอดสารบ้านกลาง
9. นางสุภาพ	รังสีณี	กลุ่มปลูกผักปลอดสารบ้านกลาง
10. นางสาวจอมสี	สอนสุภาพ	กลุ่มอาหารปลอดภัยบ้านหนองผักก้าม
11. นางทองเพชร	บัวหอม	กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ
12. นางวิไล	ศรีพรมมา	กลุ่มแปรรูปอาหาร
13. นางปัทมา	ศรีบุรินทร์	กลุ่มปลูกผักปลอดสารบ้านกลาง
14. นางนงรักษ์	นันทปิ่น	กลุ่มเกษตรอินทรีย์บ้านน้อยสนามบิณ
15. นางนันทนา	เชื้อบุญมี	กลุ่มปลูกผักบ้านนาหนอง

14. ที่ปรึกษาโครงการ

1. นางสาววารุณี	พูลศิลป์	มูลนิธิเลยเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน
2. นางเกษสิน	ล้ามยศ	สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย

บทที่ 2

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดการตลาดสีเขียว

ภัยพิบัติร้ายแรงทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลกและการพยากรณ์ทางวิทยาศาสตร์ถึงวิกฤตการณ์ร้ายแรงทางธรรมชาติจากอุณหภูมิโลกที่สูงขึ้น ล้วนเป็นกระแสที่ทำให้เกิดการตื่นตัวในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทั่วโลก ผู้คนจำนวนมากจากหลายแวดวงอาชีพ ต่างเข้ามาร่วมกันจัดกิจกรรมที่มุ่งเน้นในการพิทักษ์ความบริสุทธิ์ของสภาพแวดล้อม หรือบรรเทาผลกระทบที่เป็นปัญหาวิกฤตอยู่ในทุกวันนี้ ซึ่งปรากฏออกมาในรูปของการรณรงค์เพื่อสร้างสรรค์สังคมในลักษณะต่างๆ รวมถึงการแสดงความรักและรับผิดชอบต่อสังคมของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมด้วยการผลิตสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือ ผลิตภัณฑ์สีเขียว (Green Product)

สีเขียว เป็นสีที่นำมาใช้ในความหมายของ การอนุรักษ์น้ำ การอนุรักษ์พลังงาน การลดขยะ การลดสารพิษ การมีมาตรฐานการรับรองสินค้าที่ผลิตออกมาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทำให้กระบวนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นจริงได้ ในทางปฏิบัติทั้งในบ้านและสำนักงาน กระแสกระบวนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมที่เด่นชัดและรุนแรงที่เกิด ทำให้ทศวรรษนี้ เป็น “ยุคแห่งสีเขียว” เพราะผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมีจำนวนมากขึ้น และกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสร้างแรงกดดันให้รัฐบาลออกข้อบังคับกฎระเบียบหรือพระราชบัญญัติในการควบคุมภาคธุรกิจไม่ให้ทำลายทรัพยากร

ธรรมชาติอย่างขาดสำนึกถึงส่วนรวม แนวความคิดของคำว่า “สีเขียว” เมื่อถูกนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ ก็เรียกว่า “ผลิตภัณฑ์สีเขียว” (Green Product) ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษกว่าผลิตภัณฑ์อื่นในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนี้

- 1) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตให้พอดีกับความต้องการของผู้บริโภค โดยปราศจากความฟุ่มเฟือย
- 2) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์
- 3) เป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้อีกไม่ว่าจะเป็นการประดิษฐ์จากวัสดุเดิมหรือกรรมวิธีย่อยสลายแล้วดัดแปลงมาใช้ใหม่

4) เป็นผลิตภัณฑ์ที่อนุรักษ์พลังงานธรรมชาติ ผลิตแล้วต้องไม่เปลืองพลังงาน เริ่มตั้งแต่การผลิต การใช้ ไปถึงการสิ้นสภาพ กระบวนการผลิตจะไม่ทำให้เสียสินค้าโดยไม่จำเป็นหรือเมื่อผลิตออกมาเป็นสินค้าแล้วควรมีอายุการใช้งานนานเพิ่มหรือเติมพลังงานเข้าไปใหม่ได้

5) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภาชนะหีบห่ออย่างน้อยที่สุด การออกแบบกล่องหรือหีบห่อบรรจุต้องไม่ฟุ่มเฟือย

6) กระบวนการผลิตสินค้าในโรงงานต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นการนำทรัพยากรมาใช้หรือทิ้งของเสียลงสู่ธรรมชาติ

7) ห้ามทารุณกรรมสัตว์ เช่น สุนัข แมวหรือลิงโดยการนำไปสัตว์ทดลองเพื่อวิจัยผลการผลิตสินค้า

8) ห้ามนำสัตว์สงวนพันธุ์มาผลิตเป็นสินค้าเด็ดขาดหรือมีการทำลายชีวิตสัตว์เหล่านั้นทางอ้อม

การตลาดสีเขียว

ผลิตภัณฑ์สีเขียว จำเป็นต้องเข้าสู่กระบวนการทางตลาดแบบที่เรียกว่า การตลาดสีเขียว (green marketing) ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิต ดูแลสภาพแวดล้อมของสถานประกอบการให้สะอาดมีมาตรการกำจัดของเสียออกจากโรงงานไม่ให้ทำลายสิ่งแวดล้อม รวมทั้งในแง่วิจัยและพัฒนาก็ต้องไม่ให้ปนเปื้อนกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศวิทยา เช่น เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์โฟมซึ่งย่อยสลายได้ยากให้เป็นวัสดุอื่น เลิกใช้ถุงหรือขวดพลาสติก หันมาใช้วัสดุอื่นเพื่อการรีไซเคิลได้ ในต่างประเทศการตลาดสีเขียวที่แข่งขันกันอย่างรุนแรงมากจะเป็นเรื่องของ “บรรจุภัณฑ์” โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ของเครื่องดื่ม เพราะภาชนะเหล่านี้เมื่อใช้ไปแล้วทิ้งไป ธรรมชาติจะย่อยสลายได้ในเวลาต่างๆ กัน เช่น แก้วจะย่อยสลายในเวลากว่าพันปี ถุงพลาสติกใช้เวลาหลายพันปี ส่วนโลหะใช้เวลาเพียงร้อยปี และกระดาษเพียงสิบปีเท่านั้น ดังนั้น ผู้ผลิตที่ใช้วัสดุผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายเร็วกว่า ย่อมได้เปรียบคู่ต่อสู้ในแง่การตลาดสีเขียวมากกว่า

การตลาดแบบ green marketing หมายถึงหรือครอบคลุมกิจกรรมส่งเสริมการขาย การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การโปรโมทผลิตภัณฑ์เชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ รักษาสิ่งแวดล้อม

ความสำคัญของ green marketing โลกของเรามีทรัพยากรจำกัด ในขณะที่มนุษย์มีความต้องการเหลืล้นจนยากที่จะตอบสนองได้ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องพัฒนาทางเลือกใหม่ๆ ที่สามารถ

ตอบสนองความต้องการที่ไร้ขีดจำกัด การตลาดด้านนี้มุ่งเน้นที่กิจกรรมทางการตลาดที่ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีจำกัด สอนความต้องการของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นตัวบุคคลและระดับอุตสาหกรรม

สีเขียว 3 ระดับ

1. ระดับ Green คือธุรกิจที่มีผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการผลิตสินค้าของตนเองที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าผู้ผลิตอื่นๆ ฝ่ายการตลาดจะใช้ข้อนี้เป็นตัวสร้างจุดเด่นของแบรนด์ และ Differentiation หรือความแตกต่างจากแบรนด์อื่น เช่น ผักปลอดสารพิษมีขายมากขึ้นตามซูเปอร์มาร์เก็ตที่มีการใช้ถุงกระดาษแทนถุงพลาสติก
2. ระดับ Greener มีจุดประสงค์มากกว่าการทำแค่ยอดขาย แต่หวังผลด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยแท้จริง โดยส่งเสริมให้ผู้บริโภคมาร่วมมือกันเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้และการอนุรักษ์ทรัพยากรมากขึ้น ตัวชี้วัดจึงมีทั้งยอดขายและจำนวนคนที่มาร่วมกิจกรรม ผลพลอยได้อีกอย่างหนึ่งคือช่วยส่งเสริมการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ด้วย
3. ระดับ Greenest ขณะที่การตลาดระดับ Green คือการขายผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ระดับ Greener คือการส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือหรือเปลี่ยนพฤติกรรมในการใช้สินค้าหรือบริการ ระดับ Greenest จะเป็นระดับที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่และก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงขึ้นในสังคมด้วย

การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อม เพื่อชีวิตที่ยั่งยืน

นักวิชาการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างมีความเห็นพ้องกันว่า การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุดต้องเริ่มตั้งแต่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพราะแม้ว่าต้นทุนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางตรงจะมีเพียง 5-13% ของต้นทุนผลิตภัณฑ์รวม แต่ผลสืบเนื่องจากการออกแบบผลิตภัณฑ์จะเป็นตัวกำหนดโครงสร้างต้นทุนถึง 60-80% การออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (EcoDesign) จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการผลิตสินค้า โดยเป็นกระบวนการที่ผนวกแนวคิดด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในขั้นตอนการออกแบบ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์สมรรถนะทางด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ การจัดการซากที่หมดอายุ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกช่วงของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ โดยควบคู่กับการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ต้นทุน กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการตลาด เป็นต้น หลักการพื้นฐานของการทำ EcoDesign คือ การนำหลัก 4R ได้แก่ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และการซ่อมบำรุง (Repair) มาประยุกต์ใช้ในทุกช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ คือตั้งแต่การวางแผนผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การนำไปใช้ และการทำลายหลังการใช้เสร็จ ความสำคัญของEcoDesign มิใช่เป็นเพียงแค่แนวทางใน

การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น หากยังมีความสำคัญต่อการค้าและการส่งออกอีกด้วย เนื่องจากในปัจจุบันประเทศในกลุ่มพัฒนาแล้ว ไม่ว่าจะเป็น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา หรือญี่ปุ่น ต่างให้ความสนใจด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังจะเห็นได้ว่าการออกข้อกำหนดและกฎระเบียบทางการค้าที่สัมพันธ์กับการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น ระเบียบว่าด้วยการจัดการเศษเหลือทิ้งจากผลิตภัณฑ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์(Waste Electrical and Electronic Equipment; WEEE) ระเบียบว่าด้วยการจำกัดการใช้สารอันตรายบางชนิดในผลิตภัณฑ์ ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (The Restriction of the use of certain Hazardous Substance in electrical and electronic equipment; RoHS) ของกลุ่มประเทศสหภาพยุโรป หรือระเบียบเกี่ยวกับการจัดการซากของยานยนต์(End of Life Vehicles; ELV) ซึ่งมาตรการเหล่านี้ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเข้ามาเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อเศษซากวัสดุจากผลิตภัณฑ์ของตน ผู้ประกอบการจึงต้องปรับปรุงและพัฒนาสินค้าของตนเพื่อที่จะสามารถส่งออกสินค้าได้

ช่องทางการตลาดสีเขียว

เป็นเรื่องที่น่ายินดีว่าตอนนี้ทั่วโลกกำลังเริ่มจริงจังกับกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมายในหลายระดับ โดยหนึ่งในความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของผู้คนและชุมชนเป็นอย่างมากก็คือ "วิถีของเกษตรอินทรีย์" ซึ่งหมายรวมถึงการที่เกษตรกรผู้ผลิต และผู้บริโภค ช่วยกันสร้างระบบของสินค้าออร์แกนิกหรือสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เกิดขึ้น ทำให้เกิดกระแส เครือข่ายตลาดสีเขียว ทั้งระบบการผลิต การตลาดทำงานสร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนผู้ผลิตและผู้ประกอบการในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ อาทิ การสร้างเครือข่ายผู้บริโภค การรณรงค์ให้เกิดความตระหนักรู้ต่อเรื่องดังกล่าวในวงกว้าง ฯลฯ

ประเด็นคำถามสำคัญที่คาใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ทุกคนเสมอมาก็คือ เมื่อได้ผลผลิตมาแล้ว จะเอาไปขายให้ใคร ขายที่ไหน และขายอย่างไร ขายได้ราคาสูงกว่าสินค้าที่ไม่ใช่เกษตรอินทรีย์หรือไม่โดยเข้าใจว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีต้นทุนสูงกว่าหากวิเคราะห์จากผลผลิตต่อไร่ และมีขั้นตอนยุ่งยาก ข้างยังเป็นการสวนทางกับเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการเพิ่มผลผลิต เร่งให้ผลผลิตออกสู่ตลาด ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละท่านก็ได้ช่วยกันระดมสมองเพื่อหาทิศทาง การอยู่รอดของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และหาช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคในปัจจุบัน ได้บทสรุปเป็นข้อ ๆ ดังต่อไปนี้

1. สินค้าต้องดีและมีคุณภาพจริง ๆ เพราะคุณภาพของสินค้าเป็นหัวใจสำคัญอันดับแรกของการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคและตัวแทนจำหน่ายเปิดรับสินค้าได้ง่ายและเกิดการบอกต่อ

2. เปลี่ยนผู้ผลิตให้เป็นผู้บริโภคปัญหาไม่มีตลาดใหญ่รองรับในช่วงเริ่มต้น จึงต้องเริ่มต้นจากภายในชุมชนก่อน ปรับทิศทางการผลิตเพื่อบริโภคและซื้อขายหมุนเวียนกันในกลุ่มก่อน จากนั้นเมื่อผู้บริโภคภายนอกเริ่มเห็นความเคลื่อนไหวก็เริ่มทยอยเข้ามาหา ทำให้เครือข่ายค่อย ๆ ขยายออกไปเอง

3. ราคาเป็นธรรม คำว่า "เป็นธรรม" ในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าต้อง "ราคาถูก" เสมอไป แต่หมายถึงราคาที่สมเหตุสมผลสำหรับทั้งผู้ผลิต คนกลาง และร้านค้าปลีก ทุกฝ่ายต้องพอมีกำไรให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เราอาจจะมองว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูง แต่ทั้งนี้ต้องเข้าใจว่าเป็นสินค้าที่ผลิตน้อยจึงมีค่าใช้จ่ายต่อหน่วยสูงเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในระบบเกษตรอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องอธิบายข้อมูลนี้ให้ร้านค้าและลูกค้าเข้าใจด้วย

4. เข้าถึงใจผู้บริโภคด้วยการสื่อสาร นอกจากการออกแบบฉลากสินค้าหรือชั้นวางสินค้าให้ดีแล้ว ผู้ประกอบการควรหาโอกาสพาสินค้าไปออกร้านและพบปะ พูดคุยให้ข้อมูลเชิงลึกกับลูกค้าตัวจริงบ้าง เพราะการให้ข้อมูลโดยตรงกับลูกค้านั้น จะทำให้เกิดความประทับใจ และลูกค้าจะเผยแพร่ข้อมูลของเราต่อไปแบบปากต่อปาก

ทำอย่างไรสินค้าเกษตรอินทรีย์จะอยู่รอด

นอกจากคุณภาพสินค้า การเริ่มธุรกิจจากเล็กแล้วค่อยขยายใหญ่ ราคาที่เป็นธรรม และการเข้าถึงลูกค้าแล้ว ยังมีอีก 4 วิธีช่วยเสริมกำลังผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจให้ดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง

1. สวนกระแส แต่ไม่ปฏิเสธช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) การค้าปลีกสมัยใหม่ในห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านสะดวกซื้อ ฯลฯ เป็นช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคเป้าหมายได้ในวงกว้าง อย่างไรก็ตามผู้ผลิตจำเป็นต้องมีความพร้อมในระดับสูงเสียก่อน เพราะการตลาดช่องทางนี้มีต้นทุนสูงและมีเงื่อนไขทางการขายมากมาย ผู้ผลิตควรพิจารณาให้รอบด้านก่อนว่าได้ประโยชน์คุ้มค่าไหม เพราะในปัจจุบันยังมีช่องทางอื่น ๆ อีกมากที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ กำลังการผลิต และเหมาะกับระดับของธุรกิจประเภทนี้

2. ตอรอง (แกมขอร้อง) เพื่อการค้าที่เป็นธรรมเงื่อนไขของการค้าปลีกสมัยใหม่โดยทั่วไปอาจไม่เอื้อต่อผู้ผลิตรายย่อย เช่น วางขาย 3 เดือน หรือ 6 เดือน จึงจะวางบิลได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาทักษะการตอรองควบคู่ไปกับการนำเสนอข้อมูลด้านคุณภาพของสินค้า แน่นอนว่าผู้ประกอบการรายเล็กย่อมไม่มีอำนาจตอรอง จึงควรบอกไปตรง ๆ ถึงเงื่อนไขการอยู่รอดและข้อจำกัดทางการผลิต เช่น ขอวางบิลภายใน 1 เดือน เป็นต้น ในช่วงแรกอาจจะยากมาก แต่หากสินค้าได้วางขายใน modern trade สักที่หนึ่งแล้ว ที่อื่น ๆ ก็จะช่วย ๆ ตามมาเอง ยิ่งในตอนนี้ที่กระแสการสนับสนุนสินค้าชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเริ่มมีบทบาทมากในสังคม โอกาสการเข้าสู่ modern trade ของสินค้าเกษตรอินทรีย์ก็น่าจะเป็นไปได้มากขึ้น

3. หาผู้บริโภคให้เจอ ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ไม่ควรพึ่งพาช่องทางการขายเพียงทางใดทางหนึ่ง แต่ควรกระจายไปหลาย ๆ แห่งให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ไม่ว่าจะเป็นการนำสินค้าไปออกร้าน การเสนอสินค้าไปยังช่องทางการขายใหม่ ๆ ฯลฯ ต้องวิงวอนผู้บริโภคของตัวเองอย่าง

สม่ำเสมอ และสร้างเครือข่ายผู้บริโภคที่รับสินค้าของตนประจำ ยกตัวอย่าง เช่นสินค้าของแตรโฮม นอกจากจะวางขายตามหน้าร้านตัวเอง หรือตาม modern trade แล้ว ยังมีสมาชิกที่รับนมส่งตรงถึงบ้านด้วย วิธีการนี้ทำให้แตรโฮมมีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นทุกวัน และในขณะเดียวกันก็ไม่สูญเสียลูกค้าเก่าด้วย

4. รวมตัวกันเป็นตลาดนัดเครือข่ายสีเขียว เพื่อพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ผลิตด้วยกันในกลุ่มและนอกกลุ่ม และระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคโดยให้การสนับสนุนและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเครือข่ายที่เข้มแข็งสามารถสร้างสรรค์ทั้งกิจกรรมการค้าและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เกิดเป็นความเคลื่อนไหวที่มีพลังทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศได้ เมื่อกลุ่มลูกค้าผู้นิยมสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการทำกิจกรรมเพื่อการกระจายความรู้และขยายเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ กล้าลงทุนกับตลาดนี้ หวังว่าในอนาคตธุรกิจเพื่อสุขภาพคนไทยและสร้างอาชีพให้เกษตรกรไทยเช่นนี้จะได้รับความนิยมมากขึ้น

แนวคิดการตลาดสีเขียว

คำว่า ธุรกิจสีเขียว หมายถึงบริษัทหรือองค์กรภาคธุรกิจ ที่มีความตั้งใจที่จะดำเนินธุรกิจของตนโดยไม่ปรารถนาที่จะทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบใด ๆ ต่อสภาพแวดล้อมของโลก และต่อสภาพแวดล้อม ของท้องถิ่น ชุมชน และสังคมที่อยู่รอบข้าง และยังอาจมีความหมายรวมไปถึง การไม่ต้องการสร้างผลกระทบร้ายแรงต่อระบบเศรษฐกิจ

ธุรกิจสีเขียว มักจะให้ความสำคัญต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ ใน 3 ด้านสำคัญ ที่เรียกว่า ซึ่งได้แก่ people ผลลัพธ์ที่จะเกิดต่อมนุษยโลกที่เกี่ยวข้อง, planet ผลกระทบที่จะเกิดต่อสิ่งแวดล้อม สภาพอากาศ และการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติของโลกมนุษย์และ profit ซึ่งเป็นผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการทำธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากกิจกรรมทางการตลาด เป็นกิจกรรมสำคัญในการดำเนินธุรกิจที่จะช่วยสร้างความเจริญเติบโตและความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ดังนั้น "ธุรกิจสีเขียว" จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการตลาดแบบ "สีเขียว" ไปด้วย หากดำเนินการตลาดที่ไม่เป็น "สีเขียว" เสียแล้ว ความปรารถนา หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ว่า บริษัทหรือองค์กรของตนเป็นองค์กรสีเขียว อาจจะถูกรหาได้ว่า "เขียว" แต่เพียงคำพูด หรือ "เขียว" เพียงเพื่อจะแสวงหาผลประโยชน์แอบแฝง ดังนั้น การทำการตลาดสีเขียวควรมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. การนำเสนอให้ตลาดผู้บริโภคทั่วไปได้เห็นและเกิดความเข้าใจว่า องค์กรกำลังทำอยู่นี้จะช่วยเหลือสภาพแวดล้อมของโลก ทั้งในเชิงกว้างและในระดับสังคม ชุมชนแวดล้อมได้อย่างไร
2. นำเสนอสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ
3. ปรับแนวความคิดเดิม ๆ หันมาสู่การคิดหาวิธีการที่จะทำให้วิธีการทางการตลาดเป็นสีเขียวให้ได้มากที่สุด เช่น การใช้วัสดุประกอบการตลาด อาทิ กระดาษที่ใช้ในการพิมพ์เอกสารการตลาดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้หมึกพิมพ์ที่ไม่สร้างมลภาวะ และมองไปถึงว่าวัสดุเหล่านั้นหลังจากทำหน้าที่ทางการตลาดสื่อความสำคัญไปยังผู้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคจะมีวิธีการกำจัดทิ้งอย่างไรจึงจะไม่ทำให้เกิดผลกระทบในเชิงลบ เป็นไปได้หรือไม่ที่จะทำให้เกิดการนำกลับมาใช้ใหม่ หรือ

นำมาใช้ซ้ำได้ด้วยวิธีใด ๆ ก็ตาม

นักการตลาดซึ่งโดยธรรมชาติมักจะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์สูงอยู่แล้ว หากจะหันกลับมาคิดสร้างสรรค์ในเรื่องของเอกสารทางการตลาดที่เป็นสีเขียวได้ ก็จะเป็นประโยชน์ไม่น้อย แถมยังจะได้เป็นข้อพิสูจน์ให้ผู้บริโภคและคนทั่วไปได้เห็นว่า ความมุ่งมั่นขององค์กรที่ต้องการจะทำธุรกิจให้เป็นสีเขียว นั้น สามารถทำได้อย่างครบวงจรอย่างแท้จริงอีกด้วย นอกจากนี้เอกสารทางการตลาดที่เป็นสีเขียวแล้ว วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบในกิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมทางการตลาดอื่น ๆ นักการตลาดก็สามารถเลือกใช้แต่สิ่งที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือเป็นวัสดุที่ไม่ก่อให้เกิดมลพิษหรือทำลายธรรมชาติ หรือใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลืองโดยไม่จำเป็น

การหันกลับมาใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่จะไม่ทำให้เกิดการสร้างผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น กลยุทธ์การตลาดแบบปากต่อปาก ซึ่งถึงแม้ว่า อาจจะส่งผลตอบกลับที่ไม่รวดเร็วนัก แต่เป็นกลยุทธ์ที่ทรงอิทธิพลและสร้างความจงรักภักดีจากลูกค้าและผู้บริโภคได้ดีที่สุด อีกทั้งยังเป็นวิธีที่มีความเป็น "สีเขียว" อยู่ในตัวอย่างมาก เพราะอาจไม่ต้องพึ่งพิงการใช้วัสดุหรือพลังงาน อื่น ๆ ให้สิ้นเปลืองมากนักหากจะลืมไปแล้วว่าการตลาดแบบปากต่อปาก ทำกันอย่างไร ก็อาจจะรื้อฟื้นวิธีการที่เคยทำกันมาแต่เดิม เช่น การนำสินค้าออกตั้งโชว์ในสถานที่ต่าง ๆ การสาธิตวิธีการใช้สินค้า การสื่อสารแบบการนำเสนอด้วยตัวบุคคล ฯลฯ

วิธีการต่าง ๆ เหล่านี้ แทบจะไม่ต้องพึ่งพาอาศัยวัสดุอุปกรณ์สิ้นเปลืองต่าง ๆ มากนัก แต่อาจจะต้องใช้พลังงานของคนมากขึ้นเท่านั้น ทำให้ความนิยมใช้อาจลดลง เพราะคนมีแนวโน้มที่จะไม่อยากทำงานเสียพลังงานของตนเองมากเกินไป โดยหันไปใช้พลังงานที่สิ้นเปลืองทรัพยากรของโลกซึ่งทำให้เกิดความสะเทวกลสบายมากกว่า แต่เป็นการทำให้โลกต้องตกอยู่ในสภาพที่ทรัพยากรถูกใช้ไปอย่างสิ้นเปลืองและรวดเร็ว

การใช้สื่อระบบอินเทอร์เน็ต ก็อาจจะลดความสิ้นเปลืองของการทำการตลาดแบบเดิม ๆ ไปได้มากเช่นกัน จึงเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่นักการตลาด "สีเขียว" อาจเลือกนำมาใช้ได้

ประเด็นสุดท้ายที่ต้องกล่าวถึงในเรื่องของการทำการตลาด "สีเขียว" ก็คือ เรื่องของเนื้อหาหรือการสื่อสารข้อมูลไปยังผู้บริโภคว่าสินค้าหรือบริการที่ตลาดอยู่เป็นสินค้าหรือบริการ "สีเขียว" โดยที่ความจริงเพียงบางส่วนเท่านั้น เพื่อพยายามสร้างกระแส "สีเขียว" ให้กับสินค้าหรือบริการ เพื่อหวังผลประโยชน์ทางธุรกิจแต่เพียงอย่างเดียวโดยแอบอ้างความเป็นจริงที่รู้ว่า เป็นเรื่องที่จะไม่เห็นได้อย่างชัดเจน การตลาดที่ชักนำให้ตลาดหรือผู้บริโภคเข้าใจผิดนั้น ถือได้ว่าเป็นการตลาดที่ไม่เป็น "สีเขียว" เช่นกัน

เรื่องของการตลาด "สีเขียว" คงเคยได้ยินคำว่า "greenwashing" ซึ่งฝรั่งให้ความหมายไปถึงธุรกิจหรือการตลาดที่พยายาม "พอกย้อม" ให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า ธุรกิจหรือองค์กรธุรกิจนั้น ๆ เป็นธุรกิจ "สีเขียว" โดยที่ความจริงแล้วเป็นสีอะไรก็ไม่อาจรู้ได้

ธุรกิจสีเขียว หมายถึง องค์กรที่ประกอบธุรกิจโดยมีปณิธานในการทำงานที่มุ่งอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติทั้งหลายของโลกมนุษย์ อาทิ อากาศ ดินน้ำ ลำธาร ป่าไม้

สัตว์ป่า พืชพันธุ์ธัญญาหาร แมลง ฯลฯ มีชีวิตอยู่ร่วมกันในระบบนิเวศวิทยาที่ดีที่สุดและอย่างยั่งยืนที่สุด

การดำเนินธุรกิจหรือแม้กระทั่งการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์เรา ล้วนมีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมไม่มากนักน้อยอยู่ทุกนาที่ แค่อยู่นั่งบ้านทำอาหาร อาบน้ำแต่งตัว เข้านอน ฯลฯ ก็ล้วนสามารถสร้างมลพิษให้สิ่งแวดล้อมได้ตลอดเวลา

ลองคิดง่าย ๆ เช่น ทอดไข่เจียวรับประทานกับข้าว เวลาข้างกระทะที่มีน้ำมันติดอยู่ คราบน้ำมันก็จะไหลผ่านท่อน้ำในอ่างส่งตรงไปยังท่อระบายน้ำรวมทันที โดยไม่มีระบบกรองหรือกักคราบน้ำมันใด ๆ ทั้งสิ้น นี่ยังไม่คิดถึงน้ำยาล้างจานที่เป็นสารเคมีอีก เวลาอาบน้ำแต่งตัว คราบสบู่ แชมพู สระผม สเปรย์ผม ก็ล้วนสร้างมลพิษให้น้ำและอากาศทั้งสิ้น เวลานอน อากาศร้อนก็ต้องเปิดแอร์. ซึ่งทำให้บรรยากาศของโลกร้อนขึ้นทุกวันเช่นกัน ทำยังไงได้ ก็มันร้อนนี่นา

เราคงต้องยอมรับความจริงว่าการใช้ชีวิตที่เกิดมาเป็นมนุษย์นี้ ต้องใช้ทรัพยากรและทำลายทรัพยากรมากพอสมควร ทั้งนี้ การประกอบธุรกิจบางอย่างก็มีผลในทางทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมโดยตรง เช่น ธุรกิจค้าไม้ ขุดเจาะน้ำมัน เป็นต้น ส่วนที่ทำลายสิ่งแวดล้อมทางอ้อมนั้น คงไม่จำเป็นต้องยกตัวอย่างแล้ว

อย่างไรก็ตาม การเป็นองค์กรสีเขียวไม่ได้หมายความว่ากระดุกกระดิกทำอะไรไม่ได้เลย ห้ามใช้ทรัพยากรธรรมชาติโดยเด็ดขาด อย่างน้ำมันเป็นไปไม่ได้อยู่แล้ว แต่การเป็นหรือพยายามเป็นองค์กรสีเขียวหมายความว่า มีนโยบายและกระบวนการในการประกอบธุรกิจที่พยายามใช้ หรือทำลายสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด และหากเป็นไปได้ก็ต้องพยายามสร้างขั้นตอนแทน หรือพยายามบำบัดสภาพแวดล้อมที่ถูกทำลายไปให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ยกตัวอย่างเช่น เมื่อมีการตัดไม้มาใช้ ก็ต้องปลูกป่าทดแทน เป็นต้น หรือถ้าของบางอย่างมันสร้างทดแทนไม่ได้เช่น ถ้าขุดน้ำมันหรือถ่านหินมาใช้แล้ว ก็คงสร้างขึ้นมาคืนสู่ธรรมชาติไม่ได้ ก็ต้องหาวิธีขุดเจาะน้ำมันหรือถ่านหินที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด รวมทั้งมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อที่จะใช้ประโยชน์จากน้ำมัน หรือถ่านหินให้ได้สูงสุด และมีกากของทรัพยากรเหลือทิ้งน้อยที่สุด

สรุปก็คือว่า การประกอบธุรกิจสีเขียวคือ การดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของโลก เพราะโลกเรานี้ทุกคนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ อย่าแก้ปัญหาอย่างมักง่าย แคให้พ้น ๆ ตัว แต่มันไม่พ้นจากโลกนี้ แล้วก็กลับย้อนมาหาตัวต้นตอในที่สุด หนีไม่พ้น ยกตัวอย่าง เช่น การที่ประเทศอุตสาหกรรมบางประเทศ มีกากขยะนิวเคลียร์อันเป็นสารพิษมีอันตรายร้ายแรง ความสำเร็จของรัฐบาลของประเทศตนเองมีกฎหมายควบคุมการกำจัดสารพิษอย่างเคร่งครัด ดังนั้น จึงได้ลักลอบขนเอากากนิวเคลียร์ใส่เรือลอยในมหาสมุทร ซึ่งถือเป็นน่านน้ำสากลไม่มีประเทศใดเป็น

เจ้าของคอยตรวจตราดูแล แล้ววันหนึ่งเรือลำนั้นก็ลอยไปเกยหาดของประเทศใดประเทศหนึ่ง ที่กลายเป็นแพะโดยจำใจ และก็มีหลายกรณีเช่นกัน ที่บริษัทยักษ์ใหญ่บางบริษัททำการเจรจากับรัฐบาล ที่เห็นแก่เงินของประเทศด้อยพัฒนาบางประเทศ เพื่อทิ้งกากขยะ กากสารพิษต่าง ๆ ซึ่งนับเป็นกรรมของประชาชนตาต้า ๆ ของประเทศนั้นไป

ตลาดนัดสีเขียวในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น

1. ตลาดนัดสีเขียว ณ อาคารรีเจนท์เฮ้าส์ ถ.ราชดำริ เปิดทุกวันพฤหัสบดี เวลา 10.00 น. - 14.00 น.
2. ตลาดนัดสีเขียว ณ อาคารสำนักงานใหญ่ บ.ปูนซีเมนต์ไทย เขตบางซื่อ อังคารแรกของเดือน เวลา 10.30 น. - 14.00 น.
3. ตลาดนัดสีเขียว "ตลาด OZONE" ณ อาคารชาญอิสระ 2 ถ.เพชรบุรีตัดใหม่ ทุกวันศุกร์ 10.00 - 14.00 น.
4. ตลาดนัดสีเขียว กระทรวงสาธารณสุข ตลาดนัดทุกวันจันทร์ เริ่มเวลา 7.00 น. - 13.00 น.
5. ตลาดนัดสีเขียว โรงพยาบาลมิชชั่น ตลาดนัดทุกวันอาทิตย์เวลา 9.00 น. - 14.00 น.
6. ตลาดนัดสีเขียว ณ โรงเรียนรุ่งอรุณ ที่อาคารโรงเลี้ยงช้าง อังคารที่ 2 ของเดือน เวลา 14.00 น. - 17.00 น.
7. ตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี
8. ตลาดนัดสีเขียวโรงพยาบาลจังหวัดจันทมหาราชาคม และทุกวันอาทิตย์ที่สวนสาธารณะ
9. ตลาดนัดสีเขียวสวนดอกกรัก อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์
10. ตลาดนัดสีเขียวริมแม่น้ำโขงจังหวัดหนองคาย

2.2 เครือข่ายตลาดนัดสีเขียวจังหวัดมหาสารคาม ตลาดนัดสีเขียว: อัตลักษณ์ของตลาดแห่งทางเลือก และทางรอดของคนมหาสารคาม

เครือข่ายตลาดนัดสีเขียวจังหวัดมหาสารคาม เกิดขึ้นจากกระบวนการและแนวคิดของการขับเคลื่อนงานพัฒนาเกษตรกรรมยั่งยืน โดยจังหวัดมหาสารคามได้มี กลุ่มองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ร่วมสนับสนุน หนุนเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนวิถีการผลิตจากเกษตรเคมี สู่ระบบการเกษตรยั่งยืน และมีกลุ่มเกษตรกรที่ปรับเปลี่ยนวิถีการผลิต และมีผลผลิตออกมาสู่ระบบตลาดเพื่อสร้างรายได้ และความยั่งยืนของระบบสิ่งแวดล้อมในไร่นา ผลผลิตของเกษตรกรดังกล่าว โดยส่วนใหญ่เมื่อออกสู่ตลาด

ไม่มีความแตกต่างจากระบบผักที่ไม่ปลอดภัยสารพิษ (ราคา และคุณภาพ) ในขณะที่ผู้บริโภค ขาดความรู้ ความสนใจที่จะสร้างระบบการตลาดที่ปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค หรือ ผู้บริโภคขาดทางเลือกในการบริโภคสินค้าเกษตร หรือ ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในสินค้าที่ตนเองบริโภคว่ามีความปลอดภัย จริง หรือ ไม่ มากน้อยแค่ไหนจากปัญหาดังกล่าวนำมาสู่การแสวงหาทางออกของปัญหาโดยการดำเนินการ ร่วมกลุ่มกันเพื่อขับเคลื่อนงานเครือข่ายตลาดนัดสีเขียว

วัตถุประสงค์ในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ระหว่างเกษตรกรเพื่อยกระดับการเรียนรู้และ กระบวนการสร้างสำนึกแก่ผู้บริโภค ปัจจุบันเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวได้เริ่มเปิดตลาดเขียวในทุกๆ วัน อาทิตย์ตั้งแต่เวลา 14.00-19.00 น. สวนสุขภาพ เทศบาลศรีสวัสดิ์ มีเกษตรกรที่นำสินค้าพื้นบ้าน และผลิตภัณฑ์ปลอดภัยมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภคจำนวน 80 ราย และได้ประชุมร่วมกันเพื่อกำหนด นิยามความหมายของตลาดเขียวไว้ว่า หมายถึง ตลาดที่ปลอดภัย มีการแบ่งปัน รักใคร่ เป็น รูปแบบการผลิตที่ปลูกเอง กินเอง และมีเป้าหมายของตลาดสีเขียว คือการสร้างระบบความมั่นใจทั้ง ในระบบผู้ผลิตและผู้บริโภค, มีกระบวนการขยายแนวคิด,รูปแบบการทำการเกษตรที่ปลอดภัย (ไร้) สารพิษ มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์ ยุติธรรม และมีระบบความสัมพันธ์ทั้งภายในกลุ่มเกษตรกร และเกษตรกรกับผู้บริโภค โดยมีเครือข่ายและจำนวนเกษตรกรที่ดำเนินการผลิตเกษตรปลอดภัย อาหาร พื้นบ้านดังนี้

เครือข่าย	พื้นที่เป้าหมาย
สสส.มค	หนองผือ, บมทุ่ง, ส่องเหนือ, ไคร่นุ่น
โรงพยาบาลมหาสารคาม	หนองกุงเต่า, อุปราช, บ้านร่วมใจ,บ้าน ดงน้อย, หัวหนองคู
เทศบาลเมือง	ธัญญา, โนนศรีสวัสดิ์
เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือกภาค อีสาน (มัญญิน)	บ้านแมด, หนองไจ้, หนองคู, บ้าน ตำแย
โครงการปฏิรูปที่ดินในเขตเสื่อมโทรม	โนนธรรม, โนนทอง

เป้าหมายของการดำเนินการจัดตั้งเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวเพื่อดำเนินงานส่งเสริมระบบการผลิต การแปรรูปที่เอื้อต่อสุขภาพในพื้นที่เขตเทศบาลเมือง และในจังหวัดมหาสารคาม และสามารถผลิตอาหารที่ปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค โดยแนวคิดในการดำเนินงาน

- การสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยจากสารพิษ
- เป็นการส่งเสริม สนับสนุนเกษตรกรที่ยึดมั่นในการทำผลิตในวิถีพอเพียงให้มีช่องทางกระจายสินค้าในราคาที่เป็นธรรม
- เป็นการเชื่อมโยงประสบการณ์เรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ผลิต และผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยมีพื้นที่

สาธารณประโยชน์เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

โดยมีวัตถุประสงค์การดำเนินงานดังนี้

1. เพื่อรณรงค์เผยแพร่ผลผลิตที่เอื้อต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อส่งเสริมเกษตรกรรายย่อยที่ทำการผลิตในวิถีเกษตรพอเพียง
3. เพื่อเป็นเวทีระหว่างกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคในรูปแบบตลาดที่เป็นธรรม
4. เพื่อเป็นเวทีเชื่อมโยงประสบการณ์ความรู้จากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค

กฎระเบียบของตลาดนัดสีเขียว

สำหรับสินค้า ที่ให้มีการขายในตลาดสีเขียว มีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. เน้นผัก ผลไม้จากแปลงเกษตรกรและต้องตามฤดูกาล
2. เนื้อสัตว์ และอาหารแปรรูป เน้นผลผลิตในครัวเรือน เช่น ไก่ เป็ด ไข่ ที่เลี้ยงในระบบอินทรีย์หรือธรรมชาติ
3. ไม่ใช้ยาฆ่าแมลง
4. ไม่ใช้สารเคมี ปุ๋ยเคมี
5. มีองค์กรสังกัด และให้การรับรอง
6. มีโครงสร้างการทำงาน และมีการปฏิบัติงานจริง
7. มีการอบรมทรัพยากรภายในกลุ่ม (แล้วแต่ความเหมาะสมขององค์กรรับรอง)
8. มีการตรวจ ติดตามระดับแปลงสม่ำเสมอ โดยให้ถือเป็นหน้าที่ขององค์กรสังกัด หรือใช้กลุ่มเป็นกลไกในการตรวจสอบกระบวนการผลิต หรือดำเนินการร่วมกัน
9. ใช้สารอินทรีย์ในการเพิ่มผลผลิต

10. ไม่ใช้สารเคมีในการแปรรูปอาหาร (สารเคมีตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข และผงชูรส)

การบริหารจัดการตลาดนัดสีเขียว

ตลาดนัดสีเขียว มีมาตรฐานงานตลาด คือ

- การตรวจแปลงในทุกพื้นที่ โดยมีทีมพี่เลี้ยงและทีมวิจัยเป็นผู้ดำเนินงาน
- อาหาร เน้นที่ความเป็นท้องถิ่นอีสาน
- สมาชิกของเครือข่าย มาจากการคัดเลือก และการรับรองขององค์กรเครือข่ายคณะกรรมการตลาด มาจากการเสนอชื่อของแต่ละองค์กร ทั้ง 5 องค์กร

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยการสร้างกระบวนการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความเป็นเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวอย่างมีส่วนร่วม ภายใต้การสนับสนุนจาก สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.มหาสารคาม) พบว่า อัตลักษณ์ของเครือข่ายตลาดนัดสีเขียว จึงอยู่ที่ (1) **อัตลักษณ์ในเชิงวิถีคิด** ที่มองระบบการทำการเกษตรกรรมยั่งยืนที่ไม่ทำลายระบบสิ่งแวดล้อม เน้นระบบการผลิตที่พึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอก ใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาและต่อยอดให้มีความเหมาะสมกับระบบนิเวศท้องถิ่น (Ecological base) (2) **อัตลักษณ์เชิงปฏิบัติการ/วิถีการผลิต** ที่มุ่งเน้นการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมี เช่น ปุ๋ยเคมี และยาฆ่าแมลง หากแต่พัฒนาระบบนวัตกรรมท้องถิ่น มาสู่การทำปุ๋ยอินทรีย์ การทำน้ำหมักชีวภาพ องค์ความรู้เชิงเทคนิคที่ส่งผลให้เกษตรกรสามารถสร้างรายได้และลดรายจ่ายในระบบการทำการเกษตรได้ และมีการสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง (3) **อัตลักษณ์เชิงเป้าหมาย** เป็นอีกมิติหนึ่งของเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวที่มุ่งเน้นเป้าหมายที่สมดุลระหว่างเป้าหมายเชิงสิ่งแวดล้อมในแง่ของการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศ เป้าหมายของสังคมในแง่ของการสร้างโอกาส และความเสมอภาคให้แก่สังคม เป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ คือเป็นระบบการค้าที่เป็นธรรม นอกเหนือจากอัตลักษณ์ดังกล่าวแล้วกระบวนการขับเคลื่อนเครือข่ายตลาดนัดสีเขียว จะต้องมีการหนุนเสริมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งในกระบวนการสร้างตัวตนของเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวดังต่อไปนี้เพื่อนำมาสู่ความยั่งยืนที่ต่อเนื่องและเป็นทางเลือกให้แก่สังคมดังนี้

(1) **การสร้างอัตลักษณ์ของผู้ผลิต** ให้จัดการระบบการผลิตที่ปลอดภัยต่อตนเองและสภาพแวดล้อม, มีคุณธรรมและร่วมรับผิดชอบต่อสังคม (2) **การสร้างอัตลักษณ์ผู้บริโภค** คือ การสร้างความตระหนักในการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยพิช ปรับเปลี่ยนทัศนคติในการบริโภคที่เป็นไปตามกระแสของการปลูกพืชเศรษฐกิจเพื่อขาย มาเป็นการบริโภคผักพื้นบ้าน อาหารพื้นเมืองที่มีความสอดคล้องกับฤดูกาล (3) **อัตลักษณ์กระบวนการกลุ่ม** เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรในฐานะคนใน สร้าง

กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนาและยกระดับองค์ความรู้ (4) การสร้างอัตลักษณ์ของการบริหารจัดการเครือข่ายที่เน้นให้สมาชิกและคณะกรรมการได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เน้นความโปร่งใส ตรวจสอบได้ (5) อัตลักษณ์การสร้างพื้นที่สาธารณะ โดยการผลักดันช่องทางการสื่อสารสาธารณะต่อสาธารณชน สร้างพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ระหว่างเกษตรกรกับเกษตรกร และระหว่างภาคชนบทและภาคชุมชนเมือง

สำหรับองค์กรหลักที่เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวประกอบด้วย

- 1) ศูนย์ประสานงานพัฒนาเครือข่ายโครงการสร้างเสริมสุขภาพ จังหวัดมหาสารคาม (สสส.มค)
- 2) เครือข่ายประชาชนสีเขียว (เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก จังหวัดมหาสารคาม)
- 3) โครงการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในเขตปฏิรูปที่ดินด้วยการทำการเกษตรแบบผสมผสาน (คฟป)
- 4) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยท้องถิ่น จังหวัดมหาสารคาม
- 5) โรงพยาบาลมหาสารคาม
- 6) เทศบาลเมืองมหาสารคาม

กนกพร รัตนสุธีระกุล

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
หัวหน้าโครงการวิจัย กระบวนการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่ความเป็นเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวอย่างมีส่วนร่วม

2.3 แนวคิดเรื่องเกษตรอินทรีย์

ปัจจุบันแม้กระแสโลกมีการรณรงค์ให้ผู้คนหันมาบริโภคอาหารปลอดภัยและให้เกษตรกรหันมาทำเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่องก็ตาม แต่ดูเหมือนว่า บ้านเรานั้นให้ความสนใจน้อยมาก เกษตรกรส่วนใหญ่ยังนิยมใช้สารเคมีในภาคเกษตร ซึ่งเป็นที่ทราบกันว่าอันตรายของสารเคมีนั้นคร่าชีวิตผู้คนทั้งผู้บริโภคและผู้ใส่สารเคมีเพื่อการเกษตรมามากต่อมากแล้ว สาเหตุหลักที่เกษตรกรสนใจการทำเกษตรอินทรีย์น้อย ก็เพราะว่าส่วนหนึ่งเกษตรกรยังไม่เข้าใจคำว่าเกษตรอินทรีย์ จะมีข้อดีข้อเสียอย่างไร ขณะที่การใช้สารเคมีในภาคเกษตรนั้นเห็นผลชัดเจนคือสามารถกำจัดศัตรูพืชได้ตั้งใจ

ผลผลิตที่ออกมามีปริมาณมากและสวยด้วย ทั้งที่ความจริงบนความสวยงามของผลผลิตทางเกษตรที่มาจาก การใช้สารเคมีนั้น เป็นมหันตภัยอย่างร้ายแรงต่อสุขภาพของผู้บริโภค ดังเช่นตัวอย่าง ชาวอีสานจำนวนมาก ที่ล้มป่วยเป็นโรคทางเดินอาหาร และอาการท้องร่วงอย่างรุนแรง ที่เกิดจากการบริโภคพืชผักทางการเกษตรที่มาจากเมืองจีน ภายหลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายกำหนดเขตการค้าเสรี (เอฟทีเอ) กับจีน ซึ่งพืชผักที่มาจากเมืองจีนที่ตรวจพบว่าสารเคมีตกค้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะทะลักเข้ามาทางจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขงตอนบน แล้วไปขายในพื้นที่ภาคอีสาน มีจำพวกผักคะน้า บรอกโคลี กะหล่ำปลี และแครอท มีสารออร์แกโน ฟอสเฟต และคาร์บาเมตตกค้างมากที่สุด ดังนั้นจึงถึงเวลาแล้วที่บ้านเราต้องหันมาส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์อย่างจริงจัง โดยการกำหนดนโยบายของรัฐต่อการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ หรือการสะท้อนให้เห็นปัญหาในอดีต และแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ในอนาคต อันจะก่อให้เกิด การปรับตัวเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืนต่อไป

สหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements) หรือ IFOAM ได้ให้ความหมายของเกษตรอินทรีย์ไว้ว่า “เป็นระบบเกษตรที่ผลิตอาหารและเส้นใยด้วยความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ โดยเน้นที่หลักการปรับปรุงบำรุงดิน การเคารพต่อศักยภาพทางธรรมชาติของ พืช สัตว์ และนิเวศการเกษตร เกษตรอินทรีย์จึงลดการใช้ปัจจัยจากภายนอก และหลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช และเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ แต่ในขณะเดียวกันก็พยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิต และพัฒนาความต้านทานต่อโรคของพืชและสัตว์เลี้ยง หลักการเกษตรอินทรีย์นี้เป็นหลักการสากลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางด้านสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่นด้วย”

เกษตรอินทรีย์ และปศุสัตว์อินทรีย์สำหรับประเทศไทย

เกษตรอินทรีย์ และปศุสัตว์อินทรีย์สำหรับประเทศไทย มีความหมายตามมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติมีดังนี้

เกษตรอินทรีย์ (organic agriculture) หมายถึง ระบบการจัดการการผลิตด้านการเกษตรแบบ องค์กรวม ที่เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศ รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพ วงจรชีวภาพ โดยเน้นการใช้วัสดุ ธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุจากการสังเคราะห์ และไม่ใช้ พืช สัตว์ หรือ จุลินทรีย์ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรม (genetic modification) หรือพันธุวิศวกรรม (genetic engineering) มีการจัดการกับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการแปรรูปด้วยความระมัดระวัง เพื่อรักษาสภาพการเป็นเกษตรอินทรีย์ และคุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน (มกอช.9000 เล่ม 1-2546)

ปศุสัตว์อินทรีย์ (Organic livestock) หมายถึง ระบบการจัดการผลิตปศุสัตว์ที่มีความสัมพันธ์กลมกลืนระหว่างผืนดิน พืช สัตว์ที่เหมาะสม เป็นไปตามความต้องการทางสรีระวิทยา และพฤติกรรมสัตว์ ที่ทำให้เกิดความเครียดต่อสัตว์น้อยที่สุด ส่งเสริมให้สัตว์มีสุขภาพดี เน้นการป้องกันโรคโดยการจัดการฟาร์มที่ดี หลีกเลี่ยงการใช้ยาและสารเคมี (มกอช.9000 เล่ม 2-2548)

มาตรฐานบ่งชี้สินค้าเกษตรอินทรีย์

มาตรฐานสากลสำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์

ปัจจุบันยังไม่มีมาตรฐานสากลสำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ ก่อนหน้านี้นี้มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์พัฒนาขึ้นโดยสมาคมเอกชน ซึ่งอนุญาตให้สมาชิกติดเครื่องหมาย“เกษตรอินทรีย์” ได้ ต่อมา International Federation of Organic Agriculture Movement (IFOAM) ได้จัดทำร่างแนวทางการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์จนเป็นที่ยอมรับแพร่หลาย มาตรฐานของ IFOAM เป็นเพียงมาตรฐานขั้นต่ำในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ซึ่งแต่ละประเทศก็มียังรายละเอียดของมาตรฐานที่แตกต่างกันออกไป แต่ว่าแต่ละประเทศมีข้อบังคับที่เหมือนกัน คือ ดินและปุ๋ยต้องไม่มีสารเคมีสังเคราะห์ตกค้าง แต่ก็มีข้อยกเว้นว่า แม้จะใช้สารที่สกัดจากธรรมชาติแต่สารนั้นต้องไม่มีอันตรายต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (ที่มา ศูนย์ปฏิบัติการข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ กระทรวงพาณิชย์ Commerce Intelligence of MOC : CIM)

สรุปเกษตรอินทรีย์

เกษตรอินทรีย์ เป็นระบบการผลิตทางการเกษตรที่หลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ไม่ว่าจะเป็น ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและฮอร์โมนต่างๆ ที่กระตุ้นการเจริญเติบโตของพืชและสัตว์ ตลอดจนไม่ใช้พืชหรือสัตว์ที่เกิดจากการดัดต่อพันธุกรรมที่อาจเกิดมลพิษในสภาพแวดล้อม เน้นการใช้อินทรีย์วัตถุ เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด และปุ๋ยชีวภาพในการปรับปรุงบำรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ การปลูกพืชหมุนเวียน รวมทั้งใช้หลักการควบคุมศัตรูพืชโดยชีวภาพ และเน้นการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน

หลักการทำเกษตรอินทรีย์

1. ให้ความสำคัญกับการป้องกันการสูญเสียธาตุอาหารที่เกิดจากระบบการผลิต ลดการพึ่งพาแหล่งธาตุอาหารจากนอกฟาร์มที่มากเกินไป

2. การคลุมดิน ถือเป็นหัวใจของเกษตรอินทรีย์ เกษตรกรต้องหาอินทรีย์วัตถุต่างๆ มาคลุมหน้าดินอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นฟาง ใบไม้ ซึ่งอินทรีย์วัตถุเหล่านี้จะกลายเป็นอาหารของสิ่งมีชีวิต และจุลินทรีย์ในดิน ทำให้ดินฟื้นกลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้การไม่ใช้สารเคมีต่างๆ เช่น สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ยังเป็นการช่วยทำให้ดินสามารถฟื้นความสมบูรณ์ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้พืชที่ปลูกมีความแข็งแรงต้านทานโรคและแมลง รวมทั้งให้ผลผลิตสูง

3. สร้างความหลากหลายที่สัมพันธ์กันอย่างสมดุลในระบบนิเวศ โดยการปลูกพืชร่วมกัน หลายชนิดในเวลาเดียวกัน หรือเลื่อมเวลากัน การปลูกพืชหมุนเวียน รวมทั้งการเลี้ยงสัตว์ ซึ่งนับเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นการลดความเสี่ยงจากปัญหา โรคและแมลงศัตรูพืชระบาดอีกด้วย นอกจากนี้การไม่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจะมีส่วนช่วยให้ศัตรูธรรมชาติสามารถควบคุมศัตรูพืช ซึ่งเป็นการสร้างสมดุลนิเวศ

ตารางเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์จากเกษตรปลอดภัยประเภทต่างๆ

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์จากเกษตรปลอดภัยประเภทต่างๆ

กระบวนการผลิต	ผลิตภัณฑ์อินทรีย์	ผลิตภัณฑ์ปลอดภัย จากสารพิษ	ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก	ผลิตภัณฑ์ไร้สารพิษ
1. การใช้ปุ๋ยเคมี	ไม่ใช่	ใช้ได้	ใช้ได้	ไม่ใช่
2. การใช้สารเคมี กำจัดแมลง	ไม่ใช่	ใช้ได้	ใช้ได้	ไม่ใช่
3. การใช้สารเคมี กำจัดวัชพืช	ไม่ใช่	ใช้ได้	ใช้ได้	ไม่ใช่
4. การใช้ฮอร์โมน สังเคราะห์แสง	ไม่ใช่	ใช้ได้	ใช้ได้	ไม่ใช่
5. การใช้เมล็ด พันธุ์ดัดแปลง พันธุกรรม(GMO)	ไม่ใช่	ไม่ได้ระบุถึงการ ห้ามใช้	ไม่ได้ระบุถึงการ ห้ามใช้	ไม่ได้ระบุถึงการ ห้ามใช้

2.4 แนวคิดเรื่อง GAP

GAP คือ การผลิตทางการเกษตรที่ดีและเหมาะสม หรือ Good Agriculture Practices (GAP) หมายถึง แนวทางในการทำการเกษตร เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพดีตรงตามมาตรฐานที่กำหนด ได้ผลผลิตสูงคุ้มค่าการลงทุนและขบวนการผลิตจะต้องปลอดภัยต่อเกษตรกรและผู้บริโภค มีการใช้ทรัพยากรที่เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืนทางการเกษตรและไม่ทำให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม โดยหลักการนี้ได้รับการกำหนดโดยองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO)

GAP ในประเทศไทย การนำหลักเกณฑ์ของ GAP มาใช้ในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน มีดังนี้

1) การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (Good Agriculture Practices : GAP)

สำหรับประเทศไทย กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการตรวจรับรองระบบการจัดการคุณภาพ : การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (GAP) โดยได้กำหนดข้อกำหนด กฎเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมิน ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่สอดคล้องกับ GAP ตามหลักการสากล เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการผลิตพืชในระดับฟาร์มของประเทศ รวมทั้งได้จัดทำคู่มือการเพาะปลูกพืชตามหลัก GAP สำหรับพืชที่สำคัญของไทยจำนวน 24 ชนิด ประกอบด้วย

- ผลไม้ ทุเรียน ลำไย กัลยไม้ สับปะรด ส้มโอ มะม่วง และส้มเขียวหวาน
- พืช ผัก มะเขือเทศ หน่อไม้ฝรั่ง ผักคะน้า หอมหัวใหญ่ กะหล่ำปลี พริก ถั่วฝักยาว ถั่วลันเตา ผักกาดขาวปลี ข้าวโพดฝักอ่อน หัวหอมปลี และหัวหอมแบ่ง
- ไม้ดอก กัลยไม้ตัดดอก และปทุมมา
- พืชอื่น ๆ กาแฟโรบัสต้า มันสำปะหลัง และยางพารา

การตรวจรับรองระบบ GAP ของกรมวิชาการเกษตรได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. กระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย
2. กระบวนการที่ได้ผลิตผลปลอดภัยและปลอดภัยจากศัตรูพืช
3. กระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย ปลอดภัยจากศัตรูพืชและคุณภาพเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภค

หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมินรับรองฟาร์ม GAP ข้อกำหนด หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมินที่ใช้ในการตรวจรับรองฟาร์ม GAP ทั้ง 3 ระดับ ประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงหลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมินรับรองฟาร์ม GAP

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
1. แหล่งน้ำ	- น้ำที่ใช้ต้องได้จากแหล่งที่ไม่มีสภาพแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดการปนเปื้อนวัตถุอันตรายและจุลินทรีย์	- ตรวจพินิจสภาพแวดล้อมหากอยู่ในสภาวะเสี่ยงให้ตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพน้ำ
2. พื้นที่ปลูก	- ต้องเป็นพื้นที่ที่ไม่มีวัตถุอันตรายและจุลินทรีย์ที่จะทำให้เกิดการตกค้างหรือปนเปื้อนในผลิตผล	- ตรวจพินิจสภาพแวดล้อม หากอยู่ในสภาวะเสี่ยงให้ตรวจสอบและวิเคราะห์คุณภาพดิน
3. การใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร	- หากมีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตให้ใช้ตามคำแนะนำหรืออ้างอิงคำแนะนำของกรมวิชาการเกษตร หรือ ตามฉลากที่ขึ้นทะเบียนกับกรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์	- ตรวจสอบสถานที่เก็บรักษาวัตถุอันตรายทางการเกษตร
	- ต้องใช้สารเคมีให้สอดคล้องกับรายการ	- สารเคมีที่ประเทศคู่ค้าอนุญาตให้ใช้ตรวจบันทึกข้อมูลการใช้
	- ห้ามใช้วัตถุอันตรายที่ระบุในทะเบียนวัตถุอันตรายทางการเกษตรที่ห้ามใช้	- ตรวจสอบบันทึกข้อมูลการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร และ
		- ตรวจสอบตัวอย่างวิเคราะห์สารพิษตกค้างในผลิตผลกรณีมีข้อสงสัย
4. การเก็บรักษาและการขนย้ายผลิตผลภายในแปลง	- สถานที่เก็บรักษาต้องสะอาด อากาศถ่ายเทได้ดีและสามารถป้องกันการปนเปื้อนของวัตถุแปลกปลอม วัตถุอันตรายและสัตว์พาหะนำโรค	- ตรวจสอบพื้นที่ อุปกรณ์
	- อุปกรณ์และพาหะในการขนย้ายต้องสะอาดปราศจากการปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค	- ภาชนะบรรจุขั้นตอนและวิธีการขนย้ายผลิตผล
	- ต้องขนย้ายผลิตผลอย่างระมัดระวัง	

ตารางที่ 3 แสดงหลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจประเมินรับรองฟาร์ม GAP (ต่อ)

ลำดับข้อกำหนด	เกณฑ์ที่กำหนด	วิธีการตรวจประเมิน
5. การบันทึกข้อมูล	- ต้องมีการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการใช้วัตถุอันตรายทางการเกษตร - ต้องมีการบันทึกข้อมูลการสำรวจและการป้องกันกำจัดศัตรูพืช - ต้องมีการบันทึกข้อมูลการจัดการ	- ตรวจสอบบันทึกข้อมูลของเกษตรกรตามแบบบันทึกข้อมูล
6. การผลิตให้ปลอดภัยจากศัตรูพืช	- ผลิตผลที่เก็บเกี่ยวแล้ว ต้องไม่มีศัตรูพืชติดอยู่ถ้าพบต้องตัดแยกไว้ต่างหาก	- ตรวจสอบบันทึกข้อมูลการสำรวจศัตรูและการป้องกันกำจัด - ตรวจสอบผลการคัดแยก
7. การจัดการกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ	- การปฏิบัติและการจัดการตามแผนควบคุมการผลิต - คัดแยกผลิตผลด้วยคุณภาพไว้ต่างหาก	- ตรวจสอบบันทึกข้อมูลการปฏิบัติและการจัดการเพื่อให้ได้ผลิตผลคุณภาพ
8. การเก็บเกี่ยว และการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว	- เก็บเกี่ยวผลในระยะที่เหมาะสมตามเกณฑ์ในแผนควบคุมการผลิต - อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บเกี่ยว ภาชนะบรรจุ และวิธีการเก็บเกี่ยวต้องสะอาดไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อคุณภาพของผลิตผล และปนเปื้อนสิ่งอันตรายที่มีผลต่อความปลอดภัยในการบริโภค	- ตรวจสอบบันทึกผลการคัดแยก - ตรวจสอบบันทึกการเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว - ตรวจสอบอุปกรณ์ ภาชนะบรรจุ ขั้นตอนและวิธีการเก็บเกี่ยว

หมายเหตุ:

ข้อกำหนดในข้อ 1-5 สำหรับกระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย

ข้อกำหนดในข้อ 1-6 สำหรับกระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัยและปลอดภัยจากศัตรูพืช

ข้อกำหนดในข้อ 1-8 สำหรับกระบวนการผลิตที่ได้ผลิตผลปลอดภัย ปลอดภัยจากศัตรูพืชและคุณภาพ

เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

2) การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับสัตว์ (Good Agriculture Practices : GAP) สำหรับประเทศไทย โดยกรมปศุสัตว์และกรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานหลัก ที่ให้การสนับสนุน และนำหลักเกณฑ์การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับสัตว์ (GAP สำหรับสัตว์) มาใช้ เพื่อยกระดับการเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย และเพื่อให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ ผู้บริโภคอาหารที่ได้จากสัตว์ และสิ่งแวดล้อมมีความปลอดภัย การปฏิบัติด้าน GAP สำหรับสัตว์ที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานราชการไทยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์นำไปปฏิบัติใช้นั้น แบ่งออกตามประเภทของสัตว์ ดังนี้

การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับปศุสัตว์ การนำหลักเกณฑ์การปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับสัตว์ (GAP สำหรับปศุสัตว์) มาใช้ในประเทศไทย กรมปศุสัตว์ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของระบบการเลี้ยงสัตว์อันเป็นจุดเริ่มต้นของห่วงโซ่การผลิตอาหารสัตว์ที่ต้องได้รับการจัดการด้านความปลอดภัย เพื่อช่วยลดปัญหาของอันตรายที่อาจเกิดขึ้นกับอาหาร และก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่การเลี้ยงปศุสัตว์ของไทย กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงได้ออกประกาศเรื่อง มาตรฐานฟาร์มเลี้ยงสัตว์ของประเทศไทย พ.ศ. 2542 ขึ้น เพื่อให้เป็นมาตรฐานการเลี้ยงสัตว์ของประเทศ เมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ. 2542 จำนวน 3 เรื่อง คือ 1) มาตรฐานฟาร์มเลี้ยงสัตว์ปีกของประเทศไทย 2) มาตรฐานฟาร์มเลี้ยงสุกรของประเทศไทย และ 3) มาตรฐานฟาร์มโคนมและการผลิตน้ำนมดิบของประเทศไทย โดยกรมปศุสัตว์เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการให้มีระบบการเลี้ยง การผลิตสัตว์ที่มีคุณภาพปราศจากสารตกค้าง ปลอดภัยต่อผู้บริโภค รวมทั้งเป็นที่ยอมรับของประเทศคู่ค้า ซึ่งขั้นตอนกระบวนการในการดำเนินงานนั้นอาศัย ความสมัครใจและความร่วมมือจากผู้ประกอบการฟาร์มเลี้ยงสัตว์เป็นหัวใจสำคัญ

การปฏิบัติทางการประมงที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำ (Good Aquaculture Practice) มาตรฐานการปฏิบัติทางการประมงที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำ (GAP สำหรับสัตว์น้ำ) เป็นส่วนหนึ่งของมาตรฐานและหลักเกณฑ์สำหรับกระบวนการผลิต ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ประมงที่ได้ถูกประกาศไว้ใน ประกาศกรมประมง เรื่อง มาตรฐานกระบวนการผลิต ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ประมง ณ วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ต้องควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อให้กระบวนการผลิต ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ประมงของผู้ประกอบการประมงเป็นไปตามมาตรฐานสากล ดังนั้นกรมประมงจึงได้ประกาศกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์สำหรับกระบวนการผลิต ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ประมงขึ้น สำหรับมาตรฐาน และหลักเกณฑ์สำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำที่ประกาศโดยกรมประมงประกอบด้วย

1. มาตรฐานการปฏิบัติทางการประมงที่ดีสำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำ (GAP) มาตรฐานดังกล่าวจะครอบคลุมทั้งในโรงเพาะฟักและฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำด้านสุขอนามัยฟาร์มและวัตถุดิบซึ่งต้องไม่มียาปฏิชีวนะตกค้าง ปัจจุบันกรมประมงได้มีการจัดทำมาตรฐาน GAP สำหรับสัตว์น้ำดังนี้

- มาตรฐานโรงเพาะฟักกุ้งก้ามกราม GAP
- มาตรฐานฟาร์มเลี้ยงกุ้งก้ามกราม GAP
- การรับรองการผลิตกุ้งทะเลตามมาตรฐาน GAP (โรงเพาะฟักและฟาร์มเลี้ยง)

2. มาตรฐานชั้นปลอดภัยฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำ มาตรฐานดังกล่าวเป็นมาตรฐานเบื้องต้นสำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำเพื่อให้ผลผลิตสัตว์น้ำจากฟาร์มมีความปลอดภัย ปัจจุบันกรมประมงได้มีการจัดทำร่างมาตรฐานชั้นปลอดภัยสำหรับสัตว์น้ำ ดังนี้

- ร่างมาตรฐาน และเกณฑ์ประเมินมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารขั้นต่ำ (Safety Level) สำหรับโรงเพาะฟักสัตว์น้ำ
- ร่างมาตรฐาน และเกณฑ์ประเมินมาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหารขั้นต่ำ (Safety Level) สำหรับฟาร์มเลี้ยงสัตว์น้ำจืด

ที่มา : กรมปศุสัตว์ กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2.5 แนวคิดเรื่องกลยุทธ์การตลาด

ในการดำเนินการตลาดนัดสีเขียว เราไม่สามารถหลีกเลี่ยงสถานการณ์ภายใต้ภาวะกดดันการแข่งขันด้านการตลาดได้ ดังนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ กลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นที่รู้จักและเป็นพื้นฐานที่สุดก็คือการใช้ 4P ที่เรียกว่า marketing mix (Product Price Place Promotion) ซึ่งหลักการใช้คือการวางแผนในแต่ละส่วนให้เข้ากัน และเป็นที่ต้องการของกลุ่ม เป้าหมายที่เราเลือกเอาไว้ให้มากที่สุด ในบางธุรกิจอาจจะไม่สามารถปรับเปลี่ยน ทั้ง 4P ได้ทั้งหมดในระยะสั้นก็ไม่ใช่ไร เพราะ เรา สามารถ ค่อยๆปรับกลยุทธ์จนได้ ส่วนผสมทางการตลาดได้เหมาะสมที่สุด ขออธิบายทีละส่วนดังนี้

1. Product ก็คือสินค้าหรือบริการที่เราจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัว product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้า หมายต้องการอะไร เช่นต้องการน้ำผลไม้ที่ สะอาด สด ในบรรจุภัณฑ์ถือสะดวก โดยไม่สนรสชาติ เราก็ต้องทำตามที่ลูกค้าต้องการ ไม่ใช่เราชอบหวานก็จะพยายามใส่น้ำตาลเข้าไป แต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่างคือ

1.1 สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและ ลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่นคุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทนโดยกลุ่มลูกค้าที่เราจะจับก็จะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)

1.2 สินค้าที่มีราคาต่ำนั้นคือการยอมลดคุณภาพในบางด้านที่ไม่สำคัญลงไป เช่นสินค้าที่ผลิตจากจีน จะมีคุณภาพไม่ดี นักพอใช้งานได้ แต่ถูกมากๆหรือ สินค้าที่เลียนแบบแบรนด์ดังๆ ในซูเปอร์สโตร์ ต่างๆ จริงๆแล้วสำหรับนักธุรกิจมือ ใหม่ควรเลือกในแนวทาง สร้างความแตกต่างมากกว่า การเป็นสินค้าราคาถูกเพราะ หากเป็นด้านการผลิตแล้วรายใหญ่ จะมีต้นทุนการผลิตที่ถูกกว่ารายย่อย แต่หากเป็นด้านบริการ เราอาจจะเริ่มต้นที่ราคาถูกก่อน แล้วค่อยๆ หาตลาดที่ราย ใหญ่ไม่สนใจ

2. Price ราคาเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญในการตลาด แต่ไม่ใช่ว่า คิดอะไรไม่ออกก็ลดราคาอย่างเดียวเพราะการลดราคาสินค้า อาจจะไม่ช่วยให้การขายดีขึ้นได้ หากปัญหาอื่น ๆ ยังไม่ได้รับการแก้ไข การตั้งราคาในที่นี้จะเป็นการตั้งราคาให้เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายของเรา เช่นหากเราขายน้ำผลไม้ที่จตุจักร ราคาอาจจะต้องถูกหน่อย แต่หากขายที่สยาม หากตั้ง ราคาถูกไปเช่น 10 บาท กลุ่มที่เป็นเป้าหมายอยากให้ซื้ออาจจะไม่ซื้อ แต่คนที่ซื้ออาจจะเป็นคนอีกกลุ่มซึ่งมีน้อยกว่า และไม่คุ้ม ที่จะขายแบบนี้ในสยาม ยิ่งไปกว่านั้นหากราคา และรูปลักษณะสินค้าไม่เข้ากัน ลูกคาก็จะเกิดความข้องใจและอาจจะกังวลที่จะซื้อ เพราะราคาคือตัวบ่งบอกภาพลักษณ์ของสินค้าที่สำคัญที่สุดอย่างใดก็ตาม ในด้านการทำธุรกิจขนาดย่อมแล้ว ราคาที่เราต้องการ อาจไม่ได้คิดอะไรลึกซึ้งขนาดนั้น แต่จะมองกันในเรื่องของตัวเลข ซึ่งจะมีวิธีกำหนดราคาง่ายๆดังนี้

2.1 กำหนดราคาตามลูกค้า คือการกำหนดราคาตามที่เราคิดว่า ลูกค้าจะเต็มใจจ่าย ซึ่งอาจจะได้มาจากการสำรวจ หรือแบบสอบถาม

2.2 กำหนดราคาตามตลาด คือการกำหนดราคาตามคู่แข่งในตลาด ซึ่งอาจจะต่ำมากจนเราจะมีกำไรน้อยดังนั้นหาก เรา คิด ที่จะกำหนดราคาตามตลาด เราจะต้องมานั่งคิดคำนวณย้อนกลับว่า ต้นทุนสินค้าควร เป็นเท่าไรเพื่อจะได้กำไร ตามที่ตั้งเป้า แล้วมาหาทางลดต้นทุนลง

2.3 กำหนดราคาตามต้นทุน+กำไร วิธีนี้เป็นการคำนวณว่าต้นทุนของเราอยู่ที่เท่าใด แล้วบวกค่าขนส่ง ค่าแรงของเรา บวกกำไร จึงได้มาซึ่งราคา แต่หากราคาที่ได้มาสูงมาก เราอาจจำเป็นต้องมีการทำประชาสัมพันธ์ หรือปรับภาพลักษณ์ ให้เข้ากับราคาดังนั้น

3. Place คือวิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า หากเป็นสินค้าที่จะขายไปหลายๆแห่ง วิธีการขายหรือการกระจายสินค้าจะมีความ สำคัญมาก หลักของการเลือกวิธีการกระจายสินค้านั้นไม่ใช่ขายให้มากสถานที่ที่สุดจะดีเสมอ เพราะมันขึ้นอยู่กับว่า สินค้าของท่านคือ อะไร และกลุ่มเป้าหมายท่านคือใคร เช่นของใช้ในระดับบน ควรจะจำกัดการขายไม่ให้มีมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้เสียภาพ ลักษณะได้สิ่งที่เราควรจะคำนึงอีกอย่างของวิธีการกระจายสินค้าคือต้นทุนการกระจายสินค้า เช่นการขายสินค้าใน 7-eleven อาจจะ กระจายได้ทั่วถึง แต่อาจจะมีต้นทุนที่สูงกว่า หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่เป็นการขายหน้าร้าน Place ในที่นี้ก็คือ ท่าเล ซึ่งก็ควรเลือกที่ ให้เหมาะสมกับสินค้าของเราเช่นกัน อย่างมาบุญครองกับ สยามเซ็นเตอร์ จะมีกลุ่มคนเดินที่ต่างออกไปและลักษณะสินค้าและ ราคาก็ไม่เหมือนกันด้วยทั้งที่ตั้งอยู่ใกล้กัน ท่านควรขายที่ใดก็ต้องพิจารณาตามลักษณะสินค้า

4. Promotion คือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบอกลูกค้าถึงลักษณะสินค้าของเรา เช่นโฆษณาในสื่อต่างๆ หรือการทำกิจกรรม ที่ทำให้คนมาซื้อสินค้าของเรา เช่นการทำลดราคาประจำปี หากจะพูดในแง่ของธุรกิจขนาดย่อม การโฆษณาอาจจะเป็นสิ่งที่เกินความจำเป็นเพราะจะต้องใช้เงิน

จะมากหรือน้อยก็ ขึ้นกับ ช่องทางที่เราจะใช้ ที่จะดีและอาจจะฟรีคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีผู้ใช้เพิ่มจำนวนขึ้นมากในแต่ละปี สื่ออื่นๆที่ถูกๆ ก็จะเป็นพวก โบปลิว โปสเตอร์ หากเป็นสื่อท้องถิ่นก็จะมี รถแห่ วิหขท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิธีในการเลือกสื่อนอกจากจะดูเรื่องค่าใช้จ่าย แล้วควรดูเรื่องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วย เช่นหากจะโฆษณาให้กลุ่มผู้ใหญ่ โดยเลือกสื่ออินเทอร์เน็ต(เพราะฟรี) ก็อาจจะเลือก เว็บไซต์ที่ผู้ใหญ่เล่น ไม่ใช่เว็บที่วัยรุ่นเข้ามาคุยกัน เป็นต้น

2.6 เศรษฐกิจพอเพียงกับทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ

เศรษฐกิจพอเพียงและแนวทางปฏิบัติของ ทฤษฎีใหม่ เป็นแนวทางในการพัฒนาที่นำไปสู่ความสามารถในการพึ่งตนเอง ในระดับต่าง ๆ อย่างเป็นขั้นตอน โดยลดความเสี่ยงเกี่ยวกับความผันแปรของธรรมชาติ หรือการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยต่าง ๆ โดยอาศัยความพอประมาณและความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี มีความรู้ ความเพียรและความอดทน สติและปัญญา การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และความสามัคคี

เศรษฐกิจพอเพียงมีความหมายกว้างกว่าทฤษฎีใหม่โดยที่เศรษฐกิจพอเพียงเป็นกรอบแนวคิดที่ชี้บอกหลักการและแนวทางปฏิบัติของทฤษฎีใหม่ในขณะที่ แนวพระราชดำริเกี่ยวกับทฤษฎีใหม่หรือเกษตรทฤษฎีใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาภาคเกษตรอย่างเป็นขั้นตอนเป็นตัวอย่างการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงในทางปฏิบัติ ที่เป็นรูปธรรมเฉพาะในพื้นที่ที่เหมาะสมทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ อาจเปรียบเทียบกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีอยู่ 2 แบบ คือแบบพื้นฐานกับแบบก้าวหน้า ได้ดังนี้

1. ความพอเพียงในระดับบุคคลและครอบครัวโดยเฉพาะเกษตรกร เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบพื้นฐานเทียบได้กับทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 ที่มุ่งแก้ปัญหาของเกษตรกรที่อยู่ห่างไกลแหล่งน้ำ ต้องพึ่งน้ำฝนและประสบความเสี่ยงจากการที่น้ำไม่พอเพียง แม้กระทั่งสำหรับการปลูกข้าวเพื่อบริโภคและมีข้อสมมติว่า มีที่ดินพอเพียงในการชดเชยเพื่อแก้ปัญหาในเรื่องดังกล่าวจากการแก้ปัญหาความเสี่ยงเรื่องน้ำ จะทำให้เกษตรกรสามารถมีข้าวเพื่อการบริโภคยังชีพในระดับหนึ่งได้ และใช้ที่ดินส่วนอื่นๆ สนองความต้องการพื้นฐานของครอบครัว รวมทั้งขายในส่วนที่เหลือเพื่อมีรายได้ที่จะใช้เป็นค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่ไม่สามารถผลิตเองได้ ทั้งหมดนี้เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในตัวให้เกิดขึ้นในระดับครอบครัว อย่างไรก็ตาม แม้กระทั่ง ในทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 ก็จำเป็นที่เกษตรกรจะต้องได้รับความช่วยเหลือจากชุมชนราชการ มูลนิธิ และภาคเอกชน ตามความเหมาะสม ความพอเพียงในระดับชุมชนและระดับองค์กรเป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งครอบคลุมทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 2 เป็นเรื่องของการสนับสนุนให้เกษตรกรรวมพลังกันในรูปกลุ่มหรือสหกรณ์หรือการที่ธุรกิจต่าง ๆ รวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายวิสาหกิจ กล่าวคือ เมื่อสมาชิกในแต่ละครอบครัวหรือองค์กรต่าง ๆ มีความพอเพียงขั้นพื้นฐานเป็นเบื้องต้นแล้วก็จะรวมกลุ่มกันเพื่อร่วมมือกันสร้างประโยชน์ให้แก่กลุ่มและส่วนรวมบนพื้นฐานของการไม่เบียดเบียนกัน การแบ่งปันช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามกำลังและความสามารถของ

ตนซึ่งจะสามารถทำให้ ชุมชนโดยรวมหรือเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ เกิดความพอเพียงในวิถีปฏิบัติอย่างแท้จริง.

2. ความพอเพียงในระดับประเทศ เป็นเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า ซึ่งครอบคลุม ทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ซึ่งส่งเสริมให้ชุมชนหรือเครือข่ายวิสาหกิจสร้างความร่วมมือกับองค์กรอื่น ๆ ในประเทศ เช่น บริษัทขนาดใหญ่ธนาคาร สถาบันวิจัย เป็นต้น

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในลักษณะเช่นนี้จะเป็นประโยชน์ในการสืบทอดภูมิปัญญา แลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี และบทเรียนจากการพัฒนา หรือร่วมมือกันพัฒนา ตามแนวทาง เศรษฐกิจพอเพียง ทำให้ประเทศอันเป็นสังคมใหญ่อันประกอบด้วยชุมชน องค์กร และธุรกิจต่าง ๆ ที่ ดำเนินชีวิตอย่างพอเพียงกลายเป็นเครือข่ายชุมชนพอเพียงที่เชื่อมโยงกันด้วยหลัก ไม่เบียดเบียน แบ่งปัน และช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ในที่สุด

พื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียงคือการค่อยๆเติบโตอย่างง่าย ๆ จากการกินอาหาร จากเรือกสวนไร่นาเราเอง ในขั้นต่อไปคือการผลิตส่วนเกินซึ่งสามารถนำไปขาย เพื่อเพิ่มรายได้ และ นำเงินนั้นมาซื้อวัสดุอุปกรณ์ไว้ใช้ในอนาคตได้อีก ซึ่งจะสามารถเพิ่มขีดความสามารถและพัฒนา รูปแบบการดำเนินชีวิตในแบบของตัวเองได้เป้าหมายของ ทฤษฎีใหม่คือการอนุรักษ์คุณค่าทาง การเกษตรดั้งเดิมให้อยู่ในมือของปวงประชาชน และเพื่อการป้องกันการอพยพหลังไหลเข้าเมือง การจะ ป้องกันการหลังไหลเข้าเมืองได้ ก็โดยการป้องกันการผูกขาดสินค้าการเกษตรขนาดใหญ่ที่จะไหลเข้า มา การกลืน/ครอบครองที่ดิน การทุจริตคดโกงและ การกระทำใดๆก็ตามที่จะเป็นอันตรายต่อการ ผลิตอาหารของชาติ ในท้ายที่สุดนี้จึงเป็นที่แน่ชัดว่า เศรษฐกิจพอเพียงไม่ว่าจะเป็นระดับบุคคลหรือ ระดับประเทศน่าจะเป็นทางออกหรือทางรอดให้กับสังคมไทย

2.7 บทสรุปจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี

ตลาดนัดสีเขียว เป็นช่องทางการกิน การใช้ ของคนรักสุขภาพกับวิธีการกิน การใช้ ซึ่ง "อาหาร" หนึ่งในปัจจัยสี่ ที่ทุกคนต้องกินตั้งแต่เกิด จนตาย เพื่อเติบโต เพื่ออยู่รอด เพื่อสร้างชีวิต ทำให้อาหารสัมพันธ์กับการกินของคนเราอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ยิ่งทุกวันนี้ความเจริญเดินทางไปอย่างรวดเร็ว อาหารได้พัฒนารูปแบบ สี สัน รสชาติ จนหลากหลายเพื่อดึงดูดใจคนด้วยการปรุงแต่ง ไม่ว่าจะเป็น สี สารเคมีต่างๆ เพื่อเพิ่มความอร่อย หรือยืดอายุไม่ให้เสียง่าย ล้วนกลายเป็นที่มีของโรคร้ายโดยที่ เราไม่รู้ตัว ดังกับคำที่ว่า "You are what you eat" "กินอะไร ก็เป็นแบบนั้น"

จากผลทางการแพทย์และงานวิจัยต่างๆ พบว่า 70 % ของโรคต่างๆ ที่เป็นอยู่ เกิดจาก พฤติกรรมการกินและการใช้ชีวิต หากเรารู้จักเลือกที่จะกินอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย สามารถ ป้องกันโรคร้ายไม่ให้เกิดกับเราได้ หลีกเลี่ยงการกิน หวาน เค็ม มัน ของดอง ของทอดต่างๆ ก็สามารถ ช่วยให้คุณห่างไกล โรคมะเร็ง เบาหวาน โรคไต ไขมันอุดตันเส้นเลือด ความดัน โรคหัวใจ และอื่นๆ อีกมากมาย ร้อยย่นนี้แล้วอย่ารอช้า... มาเริ่มต้นใส่ใจกับการกินเพื่อสุขภาพกันดีไหม... แต่จะเลือกซื้อ เลือกหาที่ไหน... ตลาด ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่คุณมั่นใจว่า สะอาด ปลอดภัย จากสารพิษและมีคุณภาพสม

ราคาจริงหรือ ดังนั้น ตลาดนัดสีเขียว จึงเป็น ทางเลือกใหม่ของผู้บริโภค และผู้ผลิตที่รักชีวิต รักตัวเอง ห่วงใยในสุขภาพและสิ่งแวดล้อมได้มาพบกัน โดยนำผลิตผลเกษตรอินทรีย์ อาหารปลอดสารเคมี ผลิตภัณฑ์ข้าวของเครื่องใช้ที่มีกระบวนการผลิตตามวิถีธรรมชาติไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีโอกาสได้พบปะ และคำนึงถึงคุณค่าสร้างเป็นรูปแบบตลาดนัดสีเขียวให้เกิดขึ้น เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของสังคมเมืองในยุคนี้ และได้ขยายพื้นที่เข้าสู่ชุมชนทุกระดับซึ่งดำเนินงานโดยเครือข่ายตลาดสีเขียว

บทที่ 3

วิธีการและขั้นตอนการดำเนินงาน

รายงานผลความก้าวหน้าระยะที่ 1 โครงการวิจัย เรื่อง พัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย มีขั้นตอน กระบวนการและผลการดำเนินงานระยะที่ 1 ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2554 ถึงวันที่ 30 ธันวาคม 2554 โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

3.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นเตรียมการ

1. จัดประชุมนักวิจัยและเตรียมความพร้อมให้กับนักวิจัยและคณะกรรมการตลาดนัด
2. ประชุมสมาชิกตลาดนัดสี่แยกไทยเลย เครือข่ายและภาคีความร่วมมือ
3. พัฒนาศักยภาพนักวิจัยและคณะกรรมการตลาดเพื่อแตกกรอบการศึกษาข้อมูลและการออกแบบเครื่องมือในการศึกษา เช่น การศึกษากระบวนการผลิต การศึกษาสภาพปัญหา และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตลาด
4. จัดประชุมเพื่อวางแผนการจัดเก็บข้อมูลระดับแปลง และชี้แจงเทคนิคการจัดการข้อมูล

ขั้นดำเนินการศึกษาข้อมูล

1. ปฏิบัติการเก็บข้อมูลสมาชิกตลาดนัดสี่แยกและผู้บริโภค
 - 1.1 เก็บข้อมูลระบบการผลิตของสมาชิก
 - 1.2 สภาพ ปัญหา เงื่อนไข ข้อจำกัดในการผลิตของเกษตรกรที่นำสินค้ามาขายในตลาด
 - 1.3 เก็บข้อมูลบริบทตลาด
 - 1.4 เก็บข้อมูลความพอใจ ความต้องการของผู้บริโภค
 - 1.5 เก็บข้อมูลองค์ความรู้ของผู้ผลิต
2. จัดเวทีสรุปและสะท้อนข้อมูล
3. การศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาดนัดสี่แยกจังหวัดมหาสารคาม 6 เดือน

แรก

4. เวทีค้นหาแนวทางพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย

ขั้นปฏิบัติการ

1. กิจกรรมสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้คณะกรรมการ สมาชิกเครือข่ายได้เรียนรู้กระบวนการตรวจสอบผลผลิตของสมาชิกเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวจังหวัดเลย
2. กิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงการผลิตของสมาชิกเดือนละ 2 ครั้ง
3. กิจกรรมการรณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพและสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค
4. กิจกรรมผู้บริโภคเยี่ยมแปลงผู้ผลิต

ขั้นสรุปผลการดำเนินงาน

1. เวทีสรุปผลการดำเนินงาน
2. จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

3.2 ผลการดำเนินกิจกรรม

ขั้นเตรียมการ

1. จัดประชุมทีมวิจัยและเตรียมความพร้อมให้กับทีมวิจัย ณ ห้องประชุมศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP จังหวัดเลย อ. เมือง จ. เลย วันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2554 เวลา 9.00 - 15.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม 18 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเตรียมความพร้อมทีมวิจัย
2. เพื่อวางแผนการทำงานร่วมกันของทีมวิจัย
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพของทีมวิจัย

ผลการดำเนินงาน

เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะของทีมวิจัยให้รู้บทบาทหน้าที่ในการทำงานร่วมกันและเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติแบบเดียวกันโดยมีหัวข้อให้ทีมวิจัยปฏิบัติ คือ

1. ทีมวิจัยไม่ควรเป็นผู้ให้ข้อมูลเอง
2. ทีมวิจัยควรเป็นผู้ที่ขยันในการจดบันทึก ไม่ควรจำแล้วไม่มีการบันทึก
3. ทีมวิจัยต้องกระทำการตนเป็นผู้รู้ข้อมูลน้อย เพื่อที่จะให้เกิดคำถามและได้ข้อมูลที่แท้จริง

จากสมาชิก

4. ทีมวิจัยควรเป็นผู้ที่รู้จักตั้งคำถามเพื่อที่จะได้มาซึ่งข้อมูลแบบเชิงลึกจากสมาชิก
- ผลที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรม

1. ทีมวิจัยและที่ปรึกษาโครงการได้ทบทวนเป้าหมายโครงการวิจัย

2. ทีมวิจัยสามารถวางแผนการวิจัย
3. ทีมวิจัยได้เรียนรู้กระบวนการวิจัยบทเรียน/ปัญหา/การแก้ไข
4. ทีมวิจัยได้รับทราบและเข้าใจร่วมกันกับภารกิจในการปฏิบัติงานภายใต้การดำเนิน

งานวิจัย

5. ทีมวิจัยได้รับทราบกระบวนการวิจัยตรงกัน
6. ทีมวิจัยได้ให้ความมั่นใจกับการทำงานวิจัยร่วมกันในการดำเนินงานต่อไป

2. จัดการประชุมสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย เครือข่ายและภาคีความร่วมมือ
ณ ห้องประชุมสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย อ.เมือง จ.เลย วันที่ 1 มิถุนายน 2554
เวลา 9.00-12.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 32 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อชี้แจงรายละเอียดโครงการ วัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานวิจัย
วิธีการดำเนินการ

1. ประสานคณะทำงาน ที่ปรึกษา และสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
2. เตรียมประเด็นและรูปแบบการประชุม
3. แบ่งบทบาทหน้าที่ในการทำงาน
4. ดำเนินการประชุมชี้แจงโครงการแก่สมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
5. สรุปผลการประชุมร่วม

ผลที่ได้จากกิจกรรม

1. สมาชิกตลาดนัดได้ทราบวัตถุประสงค์และเห็นภาพรวมของโครงการวิจัยฯ
2. สมาชิกได้เข้าใจสภาพและปัญหาปัจจุบันส่งผลกระทบอย่างไรบ้าง เช่น คุณภาพของ
สินค้าถูกรองเรียนเรื่องมีสารเคมีตกค้างในระดับไม่ปลอดภัย
3. สมาชิกได้ทราบถึงทางเลือกและวิธีการผลิตสินค้าที่ปลอดภัยได้อย่างไร

3. จัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพทีมวิจัยและคณะกรรมการตลาดนัด ณ ห้องประชุม
สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย อ. เมือง จ. เลย วันที่ 11 - 12 มิถุนายน 2554 ผู้เข้าร่วมประชุม
จำนวน 16 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกำหนดประเด็นในการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย
2. เพื่อเป็นการออกแบบเครื่องมือต่างๆ ที่จำเป็นต่อการเก็บข้อมูล

วิธีการดำเนินการ

1. ประสานคณะทำงาน ที่ปรึกษา และวิทยากร
2. เตรียมประเด็นและรูปแบบการประชุม
3. ดำเนินการประชุมและพัฒนาเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลที่ได้รับจากการเข้าร่วมจากกิจกรรม

1. มีประเด็นในการเก็บข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
2. เกิดแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และเครื่องมือ ในการเก็บข้อมูลสมาชิกตลาดนัด
3. เกิดแผนการดำเนินการเก็บข้อมูล

4. กิจกรรมประชุมเพื่อวางแผนการจัดเก็บข้อมูล ณ ห้องประชุมสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย อ. เมือง จ. เลย วันที่ 22 มิถุนายน 2554 เวลา 09.00 - 12.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 50 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลยทั้งหมด
2. เพื่อนำเครื่องมือที่ได้จากการออกแบบมาสอบถามกับสมาชิกตลาด

วิธีการดำเนินการ

1. ประสานคณะทำงาน ที่ปรึกษา และสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
2. จัดเตรียมเครื่องมือที่ได้จากการออกแบบ

ผลที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรม

1. ได้ทราบถึงจำนวนสมาชิก และ กลุ่มการผลิตที่แท้จริง
2. ได้ทราบถึงขบวนการผลิตสินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดนัด
3. ได้ข้อมูลที่รอบด้านและตรงตามประเด็นที่วางไว้
4. เกิดการกระบวนเรียนรู้ในการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน บทเรียน/

ปัญหา/การแสดงความคิดเห็น

5. กิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาดนัดสีเขียวจังหวัดเชียงใหม่

วันที่ 18 - 20 กุมภาพันธ์ 2555 นำนักวิจัยท้องถิ่นและสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลยไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาดนัดสีเขียวจังหวัดเชียงใหม่ ตลาดนัดสีเขียวบ้านหนองแบง และกลุ่มสมาชิกเกษตรอินทรีย์บ้านหนองแฝก อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ และเยี่ยมชมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มเกษตรอินทรีย์ ณ ตลาดวโรรส จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์การดำเนินกิจกรรมตลาดนัดสีเขียวและกระบวนการควบคุมผลผลิตของสมาชิก

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางในการปฏิบัติ
2. เกิดการแลกเปลี่ยนแนวคิดระหว่างสมาชิกตลาดนัดสีเขียว

ขั้นตอนดำเนินงาน

1. ประสานพื้นที่ศึกษาดูงาน
2. การศึกษาดูงาน
3. สรุปผลการศึกษาดูงาน

ผลการดำเนินงาน

ทางทีมวิจัยตลาดเขียวได้ความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์และการจัดการตลาดของสมาชิกในกลุ่มของแต่ละกลุ่ม ทำให้รู้และเป็นสิ่งยืนยันว่าทุกตลาดต้องมีกฎระเบียบและกฎข้อบังคับของกลุ่มทำให้สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเกิดการเชื่อมโยงกันและการจัดการภายในกลุ่ม กลุ่มจะส่งตัวแทนออกจำหน่ายผลผลิตแต่ละวัน วันละ 2 คนต่อ 1 ตลาด และใช้ระบบฝากขายและมีการหักเปอร์เซ็นต์ให้กับคนขายด้วย และผู้บริโภคก็ทราบว่าเป็นสินค้าตลาดสีเขียว เพราะทางตลาดได้ทำสัญลักษณ์ให้ลูกค้ารู้ คือ ที่คาดถุงผักต้องเป็นสีเขียว หมายถึง ผักอินทรีย์ สีฟ้า หมายถึง ผักปลอดสาร สีเหลือง หมายถึง ปลอดภัย ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น และที่สำคัญ คือ ความสามัคคีของสมาชิกกลุ่มจะไม่มีการขัดแย้งในทางที่ไม่ดีเลย มีแต่ช่วยกันทำให้กลุ่มเจริญและดียิ่งขึ้นไป ทำให้ทางตลาดสีเขียวไทยเลยได้อาเป็นแนวทางการดำเนินงาน

6. จัดเวทีสรุปและสะท้อนข้อมูล สภาพปัญหาของตลาด

วันที่ 13 มิถุนายน 2555 สถานที่ O-TOP หน้าอาชีวะศึกษาเลย จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม 20 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสรุปและสะท้อนข้อมูล สภาพปัญหาของตลาดร่วมกัน
2. เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเสนอรูปแบบการจัดระบบตรวจสอบผลผลิตของสมาชิกตลาดนัดสีเขียว

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบข้อมูลและ อธิบายผลที่เกิดขึ้นจากการวิจัยได้
2. สมาชิกตลาดนัดมีรูปแบบจัดระบบตรวจสอบผลผลิต
3. เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

ขั้นตอนดำเนินงาน

1. ประสานคณะทำงาน ที่ปรึกษา และประชาชนกลุ่มเป้าหมายในชุมชน
2. เตรียมข้อมูล และประเด็นที่ได้จากการศึกษาข้อมูลชุมชน
3. แบ่งบทบาทหน้าที่ในการทำงาน
4. ดำเนินการประชุม

ผลการดำเนินงาน

ทีมนักวิจัยและสมาชิกของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ได้ร่วมกันจัดเวทีสรุปและสะท้อนข้อมูล สภาพปัญหาของตลาด ได้ข้อสรุปร่วมกันว่าตลาดนัดสีเขียวไทยเลย จำเป็นต้องเข้าสู่กระบวนการทางตลาดแบบที่เรียกว่า การตลาดสีเขียว (green marketing) ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิต ดูแลสภาพแวดล้อมของสถานประกอบการให้สะอาดมีมาตรการกำจัดของเสียออกจากตลาดไม่ให้เกิดมลพิษ สิ่งแวดล้อม รวมทั้งในแง่วิจัยและพัฒนา ก็ต้องไม่ให้เป็นพิษภัยกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศวิทยา เช่น เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์โฟมซึ่งย่อยสลายได้ยากให้เป็นวัสดุอื่น เลิกใช้ถุงหรือขวดพลาสติก หันมาใช้วัสดุอื่นเพื่อการรีไซเคิลได้

นอกจากนี้ ยังได้ประชุมร่วมกันกำหนดนิยามความหมายของตลาดสีเขียวไทยเลยไว้ว่า ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย หมายถึง ตลาดที่ปลอดภัยจากสารพิษ มีการแบ่งปัน รักใคร่ เป็นรูปแบบการผลิตที่ปลูกเอง กินเองส่วนที่เหลือนำออกมาจำหน่ายแบ่งปันกัน และมีเป้าหมายของตลาดสีเขียว คือ การสร้างระบบความมั่นใจทั้งในระบบผู้ผลิตและผู้บริโภค มีกระบวนการขยายแนวคิดรูปแบบการทำเกษตรที่ปลอด (ไร้) สารพิษ มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์ ยุติธรรม และมีระบบความสัมพันธ์ทั้งภายในกลุ่มเกษตรกร และเกษตรกรกับผู้บริโภค โดยมีเครือข่ายและจำนวนเกษตรกรที่ดำเนินการผลิตเกษตรปลอดภัยจากสารพิษ

สำหรับกิจกรรมการพัฒนาลตลาด ได้ดำเนินการดังนี้

1. ร่วมกันเก็บขยะ กำจัดของเสีย ทำความสะอาด ปรับปรุงซ่อมแซมอุปกรณ์ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ชั้นวางสินค้า ป้ายราคา ป้ายประชาสัมพันธ์ บริเวณตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
2. ร่วมแรงกันปูพื้นตลาดด้วยอิฐบล็อกตลอดแนวตลาด ทำร่องน้ำให้น้ำไหลสะดวก เมื่อเกิดฝนตก ป้องกันไม่ให้น้ำขังขึ้นและเกิดเชื้อโรค

3. จัดทำแนววางและขยายเดินที่ของตลาดให้เป็นแนวเดียวกันเพื่อความเป็นระเบียบและดูสวยงาม

4. ทำป้ายประชาสัมพันธ์บอกที่ตั้งและบริเวณตลาดนัดสี่แยกไทยเลียดทั้งด้านหน้าและด้านหลังของตลาด

5. ทำบัตรให้สมาชิกให้สมาชิกที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดทุกคน

กล่าวโดยสรุปมีสมาชิกมาช่วยกันทำกิจกรรม จำนวน 25 คน ทำให้ตลาดเกิดความสวยงามมีระเบียบขึ้น พื้นที่ไม่แฉะ ทำให้ดูดีน่าซื้อมากขึ้น ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกทุกคนทั้งเรื่องแรงงานและสนับสนุนด้านอาหารและเครื่องดื่ม ทำให้เกิดสิ่งดีๆ มีความสามัคคีในหมู่คณะ

7. จัดเวทีสรุปผลการดำเนินงาน

วันที่ 6 สิงหาคม 2555 สถานที่สวนนางนงลักษณ์ นันทะปิ่น จำนวนผู้เข้าร่วม 25 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำเสนอข้อมูลและผลการดำเนินการวิจัยต่อชุมชน
2. เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเสนอรูปแบบการจัดระบบตรวจสอบผลผลิตของสมาชิกตลาดนัดสี่แยก

ผลที่คาดว่าจะได้

1. ทราบข้อมูลและ อธิบายผลที่เกิดขึ้นจากการวิจัยได้
2. สมาชิกตลาดนัดมีรูปแบบจัดระบบตรวจสอบผลผลิต
3. เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ประสานคณะทำงาน ที่ปรึกษา และประชาชนกลุ่มเป้าหมายในชุมชน
2. เตรียมข้อมูล และประเด็นที่ได้จากการศึกษาข้อมูลชุมชน
3. แบ่งบทบาทหน้าที่ในการทำงาน
4. ดำเนินการประชุม

ผลการดำเนินงาน

ทางทีมวิจัยและสมาชิกตลาดนัดสี่แยกไทยเลียด ได้ทำการสรุปบทเรียนและผลการดำเนินการของทีมวิจัยร่วมกับตลาดนัดสี่แยกไทยเลียด ว่าเราดำเนินงานมาเป็นระยะเวลา 18 เดือน เราได้เรียนรู้ได้ทำอะไรบ้างและจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างไร ผลสรุปออกมาว่า

กิจกรรมตลาดนัดสีเขียว

1. รูปแบบตลาดนัดสีเขียวไทยเลย จำหน่ายผลิตภัณฑ์เน้นการจำหน่ายสินค้าพืชผักและอาหารพื้นบ้าน ควบคู่กับการให้ความรู้ในตัวสินค้าจากผู้จำหน่ายถึงผู้บริโภค
2. มีการสาธิตและทำกิจกรรมเล็กๆน้อยๆตามประเด็นต่างๆตามที่กำหนดในแต่ละเดือน เพื่อกระตุ้นให้ตลาด(ผู้จำหน่ายและผู้บริโภค) ตื่นตัวอยู่เสมอ
3. จัดเป็นประจำทุกวันจันทร์และวันศุกร์ และย้ายสถานที่มาอยู่ที่ถนนช้างเท้าว่าการอำเภอเมืองเลย เพื่อความเหมาะสมและความยั่งยืนของตลาด
4. ตลาดต้องมีสินค้าครบถ้วนและหลากหลายมากขึ้นเพื่อรองรับตามความต้องการของผู้บริโภค
5. การตรวจสอบคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการที่จะเข้าร่วมจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียว จะต้องทำอย่างต่อเนื่อง ให้สมาชิกปฏิบัติตามกฎระเบียบโดยเคร่งครัด ผู้ใดฝ่าฝืนต้องมีบทลงโทษชัดเจนจากเบาไปหาหนัก
6. อุปกรณ์การประชาสัมพันธ์และรณรงค์ของเครือข่ายสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ควรให้นักออกแบบมืออาชีพมาร่วมออกแบบสื่อรณรงค์ต่างๆ เช่น ป้ายผ้าและธงราว บรรจุภัณฑ์ ถุงผ้า เป็นต้น เพื่อสื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

ระบบสมาชิกเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

1. ควรจัดหากองทุนสนับสนุนตลาดจากงบประมาณภาครัฐหรือสมาชิกควรสนับสนุนสมทบค่าสมาชิกตลาดเพื่อดำเนินกิจกรรมของตลาด ตั้งแต่การส่งเสริมการปลูกพืชผักปลอดสารพิษ การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ รวมทั้งการขนส่งนำสินค้าออกมาจำหน่าย
2. บัตรสมาชิกมีรูปแบบ(สี)ที่แตกต่างตามลักษณะสมาชิกดังนี้
 - สมาชิกฝ่ายผู้ผลิต
 - สมาชิกผู้จำหน่าย
 - สมาชิกฝ่ายผู้บริโภค(ผู้สนใจทั่วไปและผู้ที่ต้องการรับข่าวสาร)
3. การเป็นสมาชิกและประโยชน์ที่จะได้รับ อาทิ การได้รับข้อมูลข่าวสารและสามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่เครือข่ายจัดโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นต้น
4. ควรกำหนดราคาจำหน่ายสินค้าให้มีความเป็นธรรมต่อผู้บริโภคและสมาชิกของตลาดไม่เอาเปรียบผู้บริโภค
5. นำผลการศึกษาดูงานที่ไปปลูกรักจังหวัดราชบุรีมาใช้เกี่ยวกับการ หลักการทำเกษตรอินทรีย์มีหลักการสำคัญอยู่ 4 ข้อคือ

ด้านสุขภาพ คือ มิติด้านสุขภาพเกษตรอินทรีย์จะต้องส่งเสริมและสร้างความยั่งยืนให้กับสุขภาพอย่างเป็นองค์รวมของดิน พืช มนุษย์ และโลก

ด้านนิเวศวิทยา เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของระบบนิเวศวิทยา และ วัฏจักรแห่งธรรมชาติ การผลิตการเกษตรจะต้องสอดคล้องกับวิถีแห่งธรรมชาติและช่วยทำให้ระบบนิเวศและวัฏจักรธรรมชาติเพิ่มพูนและยั่งยืนมากขึ้น

ด้านความเป็นธรรม เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องอยู่บนตามสัมพันธ์ที่มีความเป็นธรรมระหว่างสิ่งแวดล้อมโดยรวมและสิ่งมีชีวิต ความเป็นธรรมนี้รวมถึงความเท่าเทียม การเคารพ ความยุติธรรม และการมีส่วนร่วมในการปกป้องพิทักษ์โลกที่เราอาศัยอยู่ทั้งในระหว่างมนุษย์เองและระหว่างมนุษย์กับสิ่งมีชีวิตอื่นๆ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ การบริหารจัดการเกษตรอินทรีย์ควรจะต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังและรับผิดชอบเพื่อปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้คนทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งพิทักษ์ปกป้องสุขภาพแวดล้อมโดยรวมด้วย

6. นำผลการศึกษาเปรียบเทียบกับตลาดสีเขียวจังหวัดมหาสารคามมาใช้

เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตลาดแห่งทางเลือก และทางรอดของคนมหาสารคาม 3 ประการ ได้แก่ (1) **อัตลักษณ์ในเชิงวิถีคิด** ที่มองระบบการทำการเกษตรกรรมยั่งยืนที่ไม่ทำลายระบบสิ่งแวดล้อม เน้นระบบการผลิตที่พึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอก ใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาและต่อยอดให้มีความเหมาะสมกับระบบนิเวศท้องถิ่น (Ecological base) (2) **อัตลักษณ์เชิงปฏิบัติการ/วิถีการผลิต** ที่มุ่งเน้นการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมี เช่น ปุ๋ยเคมี และยาฆ่าแมลง หากแต่พัฒนาระบบนวัตกรรมท้องถิ่น มาสู่การทำปุ๋ยอินทรีย์ การทำน้ำหมักชีวภาพ องค์ความรู้เชิงเทคนิคที่ส่งผลให้เกษตรกรสามารถสร้างรายได้และลดรายจ่ายในระบบการทำการเกษตรได้ และมีการสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง (3) **อัตลักษณ์เชิงเป้าหมาย** เป็นอีกมิติหนึ่งของเครือข่ายตลาดนัดสีเขียวที่มุ่งเน้นเป้าหมายที่สมดุลระหว่างเป้าหมายเชิงสิ่งแวดล้อมในแง่ของการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศ เป้าหมายของสังคมในแง่ของการสร้างโอกาส และความเสมอภาคให้แก่สังคม เป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ คือเป็นระบบการค้าที่เป็นธรรม

7. นำผลการศึกษาดูงานกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาดนัดสีเขียวจังหวัด

เชียงใหม่ ได้ความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์และการจัดการตลาดของสมาชิกในกลุ่มของแต่ละกลุ่ม ทำให้รู้และเป็นสิ่งยืนยันว่าทุกตลาดต้องมีกฎระเบียบและกฎข้อบังคับของกลุ่มทำให้สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเกิดการเชื่อฟังกันและการจัดการภายในกลุ่ม

3.3 เวทีการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกับหน่วยงานอื่น

1. ร่วมเวทีเสวนาโครงการเสวนาทิศทางการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในสถานการณ์เปลี่ยนแปลงของโลก ณ ห้องประชุม ชั้น 2 อาคาร 8 ชั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย วันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ. 2554 เวลา 09.00-15.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม 120 คน ประกอบด้วยทีมวิจัย ชุด 1 ชุด 2 ทีมวิทยากร ทีม สกว.ส่วนกลาง นักวิชาการ นักศึกษา เจ้าหน้าที่ ประชาชนทั่วไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเพิ่มเติมแนวคิด ทิศทางและหาแนวทางการร่วมมือในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยสกว.ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น
2. เพื่อนำเสนอความก้าวหน้าของการดำเนินงานโครงการวิจัยรุ่นที่หนึ่ง และแลกเปลี่ยนเรียนรู้กระบวนการทำงานวิจัยร่วมกันระหว่างนักวิจัยรุ่นที่ 1 และ 2 นักวิชาการ วิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ที่สนใจทั่วไป
3. เพื่อให้ทีมวิจัยได้มีความชัดเจนในทิศทางการปฏิบัติงานโครงการในระยะที่ สอง และสามารถปรับแผนงานให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ของโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ประชุมเตรียมการร่วมกับนักวิชาการหัวหน้าโครงการและที่ปรึกษา
2. จัดทำโครงการ
3. ประสานงานหน่วยงานในมหาวิทยาลัยและองค์กรร่วมจัด
4. ประสานงานทีมวิจัยในพื้นที่
5. ประสานทีมวิทยากร
6. ดำเนินงานตามโครงการเสวนาวิชาการฯ

ผลที่ได้รับจากการร่วมกิจกรรม

1. ทำให้ทราบข้อมูลทิศทาง แนวนโยบายภาครัฐ องค์กรภาคีเครือข่ายในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในสถานการณ์เปลี่ยนแปลงของโลก
2. ทำให้เข้าใจและเห็นภาพของกระบวนการขับเคลื่อนของภาคประชาสังคมจากทุกภาคีเครือข่ายในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีต่างๆ
3. ได้มีโอกาสเผยแพร่กิจกรรมของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มภาคีเครือข่ายมากขึ้น

2. สถานที่ ศูนย์กสิกรรมภูหลวง บ้านศรีเจริญ ตำบลเลยวังไสย์ อำเภอภูหลวง จังหวัดเลย วันที่ 8-9 มิถุนายน พ.ศ. 2554 เวลา 09.00 น. - 15.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม 24 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อหาเครื่องมือในการค้นคว้าการวิจัย
2. เพื่อแตกแขนงในการค้นหา

วิธีดำเนินการ

1. วิเคราะห์เครื่องมือประเด็นปัญหาในแต่ละด้าน เช่น สถานที่จำหน่าย คุณภาพสินค้า บุคลากร ราคาจำหน่าย การจัดการ

2. นำประเด็นปัญหามาแตกแขนงในการค้นหาปัญหาปลีกย่อยและการแก้ไข

ผลที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรม

1. ได้ข้อสรุปของประเด็นปัญหา
2. ปัญหาปลีกย่อยมีแนวทางการแก้ไข
3. รายงานความก้าวหน้าโครงการวิจัยท้องถิ่น

3. เข้าร่วมกิจกรรมการรายงานความก้าวหน้าของโครงการภาคีเครือข่าย ณ ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาอาชีพการเกษตรจังหวัดเลย(ศูนย์พืชสวนเลย) บ้านติดต่อ ตำบลนาอาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย วันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2554 เวลา 09.00 น. - 15.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม 44 คน

วัตถุประสงค์

1. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำวิจัยและข้อเสนอแนะกับโครงการรุ่นพี่ 16

โครงการ

2. รายงานความก้าวหน้าของโครงการตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

วิธีดำเนินการ

1. รายงานนำเสนอข้อมูลความก้าวหน้าของแต่ละโครงการ
2. รับฟังข้อมูลรุ่นพี่นำมาปรับปรุงแก้ไข

ผลที่ได้รับจากกิจกรรม

1. ได้วิธีการเขียนรายงาน การจัดเก็บข้อมูล
2. รู้วิธีการแก้ไขในแต่ละโครงการ

4. ร่วมศึกษาดูงานเกษตรอินทรีย์ร่วมกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย ณ ไร่ ปลูกรัก จังหวัดราชบุรี ตลาดศรีเมือง จังหวัดราชบุรี วันที่ 28 - 30 มิถุนายน 2554 ผู้เข้าร่วมดูงาน 20 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาดูงานด้านการทำเกษตรและเลี้ยงเบ็ดในระบบออแกนิกที่ไร่ปลูกรัก
2. เพื่อศึกษาดูงานด้านพัฒนาการผลิตสินค้าและควบคุมภาพสินค้าทางการเกษตร
3. เพื่อศึกษาดูงานด้านการจัดการระบบการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรของตลาดศรีเมือง

เมือง

4. เพื่อศึกษาดูงานด้านการตรวจสอบมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าทางการเกษตรให้ปลอดภัยได้อย่างไร

ได้รับทราบถึงหลักการทำเกษตรอินทรีย์มีหลักการสำคัญอยู่ 4 ข้อคือ

ด้านสุขภาพ คือ มิติด้านสุขภาพเกษตรอินทรีย์จะต้องส่งเสริมและสร้างความยั่งยืนให้กับสุขภาพอย่างเป็นองค์รวมของดิน พืช มนุษย์ และโลก บทบาทของเกษตรอินทรีย์ไม่ว่าจะเป็นการผลิตในไร่นา การแปรรูป การกระจายผลผลิต หรือการบริโภคต้องมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างสุขภาวะที่ดีของระบบนิเวศและสิ่งมีชีวิตทั้งปวง ตั้งแต่สิ่งมีชีวิตขนาดเล็กสุดในดินถึงตัวมนุษย์เราเอง เกษตรอินทรีย์จึงมุ่งที่จะผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูงและมีคุณค่าทางโภชนาการเพื่อสนับสนุนให้มนุษย์ได้มีสุขภาพที่ดีขึ้น

ด้านนิเวศวิทยา เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของระบบนิเวศวิทยา และวิถีการแห่งธรรมชาติ การผลิตการเกษตรจะต้องสอดคล้องกับวิถีแห่งธรรมชาติและช่วยทำให้ระบบนิเวศและวิถีการธรรมชาติเพิ่มพูนและยั่งยืนมากขึ้น

ด้านความเป็นธรรม เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องอยู่บนตามสัมพันธ์ที่มีความเป็นธรรมระหว่างสิ่งแวดล้อมโดยรวมและสิ่งมีชีวิต ความเป็นธรรมนี้รวมถึงความเท่าเทียม การเคารพ ความยุติธรรมและการมีส่วนร่วมในการปกป้องพิทักษ์โลกที่เราอาศัยอยู่ทั้งในระหว่างมนุษย์เองและระหว่างมนุษย์กับสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ

ด้านการดูแลเอาใจใส่ การบริหารจัดการเกษตรอินทรีย์ควรจะต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังและรับผิดชอบเพื่อปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้คนทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งพิทักษ์ปกป้องสุขภาวะแวดล้อมโดยรวมด้วย

ได้ความรู้เรื่องการวางระบบวางแผนและจัดการการผลิตสินค้าทางการเกษตร

1. การวางแผนการพัฒนาการผลิตสินค้าทางการเกษตรให้มีคุณภาพและปลอดภัยต่อกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างไร
2. พัฒนาและเพิ่มศักยภาพให้บุคลากรในองค์กรและผู้ประกอบการให้มีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกล มีศักยภาพสูงคู่คุณธรรมได้อย่างไร
3. กระตุ้นจิตสำนึกการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับบุคลากรในองค์กรได้อย่างไร

สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ได้รับจากการไปศึกษาดูงานในครั้งนี้ คือได้นำความรู้และประสบการณ์ในครั้งนี้มาวิเคราะห์ศึกษาหาวิธีนำมาปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ในการผลิตสินค้าทางการเกษตรและการจำหน่ายสินค้าให้มีคุณภาพและปลอดภัยกับผู้บริโภคที่สุด

5. กิจกรรม เวทีประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการร่วมกับอุตสาหกรรมจังหวัดเลย จัดโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (สมอ.) ณ โรงแรมภาลัย จังหวัดอุดรธานี วันที่ 5 สิงหาคม พ.ศ. 2554 เวลา 08.30 น. - 16.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดหนองคาย หนองบัวลำภู อุดรธานี และ เลย 400 คน

หัวข้อประชุม เรื่อง การรักษาคุณภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ความยั่งยืน พิธีเปิดการสัมมนาโดยเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเข้าร่วมรับฟังการบรรยายถึงความเป็นมาของโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. เพื่อให้รู้ถึงบทบาทและหน้าที่ของสมอว่ามีความสำคัญอย่างไรกับผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. เพื่อรับฟังวิธีการการพัฒนาคุณภาพและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่าง

วิธีดำเนินการ

1. ประสานกับคณะกรรมการและสมาชิกเพื่อหาตัวแทนเข้าร่วมประชุมสัมมนาในครั้งนี้
2. นำข้อมูลที่ได้รับฟังมาสรุปร่วมกันกับทีมวิจัยเพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาสินค้าใน

ตลาดนัดสีเขียวไทยเลยได้อย่างไรบ้าง

ผลที่ได้รับจากการเข้าร่วมในกิจกรรม

1. ทำให้รู้ถึงบทบาทและหน้าที่ของ สมอ ต่อผลิตภัณฑ์ชุมชน

2. ได้ความรู้และแนวทางวิธีการพัฒนาและควบคุมคุณภาพมาตรฐานสินค้าแต่ละชนิดแตกต่างกันอย่างไร
3. ทราบถึงวิธีการตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ อย่างไร
4. ได้นำความรู้และข้อมูลเหล่านั้นมาปรับเปลี่ยนใช้เพื่อเหมาะกับสินค้าที่มีวางจำหน่ายในตลาดนัดสีเขียวไทยเลยได้อย่างไรบ้าง

6. ร่วมประชุมแลกเปลี่ยนประสบการณ์และรายงานความก้าวหน้าโครงการงานวิจัย
ท้องถิ่นเพื่อท้องถิ่น ณ ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาอาชีพเกษตรกร(พืชสวน) อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย
วันที่ 9 สิงหาคม 2554 เวลา 09.00 น. - 15.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม 11 โครงการ
โครงการละ 3 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และรายงานความก้าวหน้าโครงการงานวิจัย
2. เพื่อสรุปข้อมูลที่ร่วมกันวิเคราะห์และหาแนวทางในการดำเนินขั้นตอนต่อไป

วิธีดำเนินการ

1. นำเสนอและร่วมกันอภิปรายข้อมูลงานวิจัย
2. นำข้อสรุปและข้อเสนอแนะมาปรับใช้ในงานวิจัย

ผลที่ได้รับจากกิจกรรม

1. ทำให้ทราบถึงความคืบหน้าของโครงการแต่ละโครงการ
2. รู้จักการวิเคราะห์ข้อมูลจากการแลกเปลี่ยนประสบการณ์มาปรับใช้ในโครงการตนเอง

7. กิจกรรมเวทีประชุมสัมมนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับโครงการวิจัยอื่นๆ
ณ บ้านแหล่งควาย ตำบล นาอาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย วันที่ 8 กันยายน พ.ศ. 2554
เวลา 09.00 น. - 15.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม 25 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำข้อมูลที่จัดเก็บมาวิเคราะห์ร่วมกัน
2. เพื่อสรุปข้อมูลที่ร่วมกันวิเคราะห์และหาแนวทางในการดำเนินขั้นตอนต่อไป

วิธีดำเนินการ

1. ติดต่อประสานกับคณะกรรมการและสมาชิกเพื่อส่งตัวแทนเข้าประชุม
2. นำข้อสรุปและรายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมส่งผู้ประสานงานโครงการ

ผลที่ได้รับจากกิจกรรม

1. ได้ข้อสรุปของข้อที่ลงพื้นที่จัดเก็บจากเครื่องมือที่ร่วมกันออกแบบ
2. ทำให้ข้อบ่งชี้ของข้อมูลที่จัดเก็บครบถ้วนหรือขาดข้อมูลส่วนใดไปบ้างที่จะต้องจัดเก็บ

เพิ่มเติม

3. ทำให้ทราบถึงความคืบหน้าของโครงการฯแต่ละโครงการฯ

8. กิจกรรม การประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เวทีนำเสนอผลงานวิจัยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้งานวิจัยท้องถิ่น

จัดโดย คณะผู้ประสานงานโครงการวิจัยท้องถิ่น ณ ห้องประชุมสัมมนาชั้น 2 อาคารศูนย์คอมพิวเตอร์และศูนย์ภาษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย วันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2554 เวลา 09.00 น. - 16.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม ทีมวิจัยโครงการวิจัยท้องถิ่น รุ่นที่ 1 และรุ่นที่ 2 รวม 90 คน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำเสนอผลงานวิจัยของกลุ่มอำเภอปากชม กลุ่มอำเภอภูหลวง กลุ่มอำเภอ

ด้านซ้าย

2. เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะของนักวิชาการ
3. เพื่อศึกษาวิธีการนำเสนอผลงานวิจัยต่อเจ้าหน้าที่ของสกว

ผลที่ได้รับการกิจกรรม

1. ได้แนวทางการจัดรวบรวมข้อมูล
2. ได้เห็นแนวทางในการจัดทำผลงานวิจัยเพื่อนำเสนอต่อเจ้าหน้าที่ของสกว
3. ได้เห็นถึงข้อผิดพลาดและบกพร่องของแต่ละโครงการที่นักวิชาการได้ชี้แนะแนวทาง

ในการแก้ไขและเพิ่มเติมในบ้าง

4. จากการเข้าร่วมประชุมในครั้งนี้ทำให้ได้มองเห็นข้อบกพร่องข้อผิดพลาดประการที่จะต้องดำเนินแก้ไขหรือหาข้อมูลเดิม

9. ร่วมประชุมเสวนาวิชาการ “บทสรุปรายงานกับทีมวิจัยจังหวัดหนองบัวลำภู

จัดโดย คณะผู้ประสานงานโครงการวิจัยท้องถิ่น ณ วังริสอร์ทวังสะพุง อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย วันที่ 6-7 ตุลาคม พ.ศ. 2554 เวลา 09.00-16.00 น. ผู้เข้าร่วมประชุม ทีมวิจัยโครงการวิจัยท้องถิ่น รุ่นที่ 1 และรุ่นที่ 2 รวม 30 คน

วัตถุประสงค์

1. ได้พบปะและเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารโครงการวิจัยร่วมกัน
2. ฝึกทบทวนการเขียนรายงานผลการวิจัยตามหัวข้อที่กำหนด

3. นำเสนอเนื้อหา ข้อมูลในการเขียนรายงานให้ที่ปรึกษาและผู้ประสานงานทราบและให้ข้อเสนอแนะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับการกิจกรรม

1. รู้หลักการวางเค้าโครงในการเขียนรายงาน
2. ได้ทราบทบทวนกรอบแนวคิดตามหัวข้อวิจัย เรื่อง เรื่อง พัฒนาการเรียนรู้เพื่อ

ควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

3. ได้รับข้อเสนอแนะจากที่ปรึกษาโครงการก่อนเขียนรายงาน

บทสรุปสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักวิจัยท้องถิ่นมีดังนี้

- การประชุมเตรียมความพร้อม ทำให้นักวิจัยท้องถิ่นได้เรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่นโดยคนในท้องถิ่นเอง
- การกำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อเตรียมความพร้อมทีมวิจัย เพื่อวางแผนการทำงานร่วมกันของทีมวิจัยและเพื่อพัฒนาศักยภาพของทีมวิจัย
- เป็นการเพิ่มทักษะของทีมวิจัยให้รู้บทบาทหน้าที่ในการทำงานร่วมกันและเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติแบบเดียวกันโดยมีหัวข้อให้ทีมวิจัยปฏิบัติ คือ ได้แก่ ทีมวิจัยไม่ควรเป็นผู้ให้ข้อมูลเอง ทีมวิจัย ควรเป็นผู้ที่ขยันในการจดบันทึก ต้องกระทำตนเป็นผู้รู้ข้อมูลน้อย เพื่อที่จะให้เกิดคำถามและได้ข้อมูลที่แท้จริงจากสมาชิกและทีมวิจัยควรเป็นผู้ที่รู้จักตั้งคำถามเพื่อที่จะได้มาซึ่งข้อมูลแบบเชิงลึกจากสมาชิก
- ผลที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรม ทีมวิจัยและที่ปรึกษาโครงการได้ทบทวนเป้าหมายโครงการวิจัย สามารถวางแผนการวิจัย ได้เรียนรู้กระบวนการวิจัยบทเรียน/ปัญหา/การแก้ไข ได้รับทราบและเข้าใจร่วมกันกับการกิจในการปฏิบัติงานภายใต้กระบวนการวิจัยตรงกัน ทีมวิจัยได้ให้ความมั่นใจกับการทำงานวิจัยร่วมกันในการดำเนินงานต่อไป
- การเข้าร่วมเวทีเสวนาร่วมกับภาคีเครือข่ายทำให้ทราบประเด็นในการกำหนดเครื่องมือการวิจัยและเพิ่มประสบการณ์ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
- ได้ทำการศึกษาและเรียนรู้การสร้างแบบสอบถามการตั้งประเด็นในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ รวมทั้งการเขียนรายงานการวิจัย.

บทที่ 4

ผลการดำเนินการ

4.1 ความเป็นมาของตลาดนัดสี่แยกไทยเลย

ตลาดนัดสี่แยกไทยเลยเป็นสัญลักษณ์แห่งความร่วมมือร่วมใจของคนเมืองเลย องค์กรพัฒนาเอกชน ตลอดจนกลุ่มเครือข่ายชาวบ้านและผู้บริโภค ต่างก็มีส่วนร่วมในการช่วยผลักดัน ส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดตลาดนัดสี่แยกไทยเลยขึ้นและศักยภาพของแต่ละบุคคล ตลาดนัดสี่แยกเป็นกิจกรรมหนึ่งที่อยู่ในโครงการเกษตรเพื่อสุขภาพลุ่มน้ำเลย มูลนิธิเลยเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งได้งบประมาณมาจาก สสส. เพื่อทำงานเกี่ยวกับเรื่องเกษตรอินทรีย์กับกลุ่มชาวบ้านในจังหวัดเลย

มูลนิธิเลยเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นองค์กรหลักองค์กรหนึ่งที่ผลักดันให้เกิดกิจกรรมตลาดนัดสี่แยก ร่วมกับองค์กรภาคี เช่น เกษตรจังหวัด สาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาลเลย พัฒนาชุมชน ศูนย์การศึกษาการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดเลย พาณิชยจังหวัด เครือข่ายพัฒนาภูหลวงอย่างยั่งยืน ท้องถิ่นจังหวัด สำนักงานจังหวัด ได้ประชุมแนวคิดร่วมกับภาคีครั้งแรกเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2549 หลังจากประชุมมูลนิธิเลย ฯ ได้พาผู้แทนองค์กรภาคีไปศึกษาดูงานที่ อ. พล จ. ขอนแก่น เมื่อวันที่ 20-22 พฤศจิกายน 2549 เพื่อศึกษากระบวนการผลิต และการบริหารงานของตลาดนัดสี่แยก

หลังจากกลับจากการดูงาน อ. พล จ. ขอนแก่น องค์กรภาคีได้ประชุมสรุปการศึกษาดูงาน และวางแผนในการเปิดตลาด กำหนดให้สมาชิกขายสินค้าทุกวันศุกร์ และได้เริ่มเปิดตลาดเป็นครั้งแรกเดือน พฤษภาคม 2550 บริเวณลานกว้างหน้าสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สวนสาธารณะ กุดป่อง ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย ผู้ว่าราชการจังหวัดเลย ได้เป็นประธานเปิดงาน

การบริหารการจัดการตลาดได้มีกรรมการจากตัวแทนสมาชิกกลุ่ม และองค์กรภาคี จำนวน 11 คน เข้ามาดูแลความเรียบร้อยของตลาด และมีการประชุมการประชุมกรรมการและองค์กรภาคีทุก 2 เดือน และมีการประชุมสมาชิกเดือนละครั้ง เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตของสมาชิกและรับทราบปัญหาของสมาชิก

หลังจากดำเนินการเปิดตลาดได้ระยะเวลา 1 ปี กรรมการได้มีมติให้ย้ายตลาด เนื่องจากบริเวณลานกว้าง หน้าสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สวนสาธารณะกุดป่อง ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จัก จึงย้ายไปที่ถนนจรดศรี หน้าอำเภอเมืองเลย ตั้งแต่วันที่ 27 มิถุนายน 2551 หลังจากย้ายมา ทำให้ผู้บริโภคเริ่มเป็นที่รู้จักและมาซื้อสินค้ามากขึ้น และได้ขยายวันขายเพิ่มขึ้นจากหนึ่งวัน เป็นสองวัน ทุกวันจันทร์และวันศุกร์

ปัจจุบันตลาดนัดฯ มีสมาชิกกลุ่มเพิ่มจาก 20 คน สมาชิกปัจจุบันเป็น 50 คน คณะกรรมการปัจจุบัน จำนวน 9 คน ประกอบด้วย

1. นายเชิด สิงห์คำป้อง	ประธาน
2. นางแววรัตน์ วันดี	รองประธาน / การเงิน
3. นางวิไล ศรีพรมมา	เลขานุการ
4. นางเตือนใจ ดวงศรี	การเงิน
5. น.ส.จอมสี สอนสุภาพ	บัญชี
6. นางสาว เลาสุพะ	ควบคุมคุณภาพ
7. แสงเดือน พรหมรักษา	กรรมการ
8. นางนงลักษณ์ นันทปิ่น	กรรมการ
9. นายพันธ์ กันระดก	กรรมการ

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนในการดำเนินการตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

1. สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย ทำหน้าที่ประสานงานและหนุนเสริมการจัดตั้งตลาดและตรวจสอบคุณภาพของผลผลิตปีละ 2 ครั้ง
2. โรงพยาบาลเลยและสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเลยให้ความร่วมมือในการตรวจปริมาณสารตกค้างในผลิตภัณฑ์ ปีละ 2 ครั้ง โดยร่วมกับสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย
3. มูลนิธิเลยเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาอย่างยั่งยืนร่วมหนุนเสริมกระบวนการพัฒนาตลาดนัดสีเขียว และพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่
4. สำนักงานพัฒนาชุมชน ร่วมพัฒนากลุ่มองค์กรชุมชนที่เข้าร่วมในการดำเนินการ
5. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเสริมกระบวนการพัฒนาศักยภาพตลาดนัดสีเขียวไทยเลย
6. เครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเลยร่วมกระบวนการพัฒนาศักยภาพสมาชิกตลาดนัดสีเขียวและร่วมกันตรวจสอบกระบวนการผลิต
7. ที่ว่าการอำเภอเมืองเลย อำนวยความสะดวกด้านสถานที่ในการจำหน่าย
8. ธนาคารออมสินสนับสนุนและส่งเสริมกระบวนการออมเงินของสมาชิกโดยมีการออมทุกวันศุกร์

โดยมีวัตถุประสงค์การดำเนินงานดังนี้

1. เพื่อให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง สำหรับคนรักสุขภาพ
2. เพื่อเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง
3. เพื่อส่งเสริมเกษตรกรรายย่อยที่ทำการผลิตในวิถีเกษตรพอเพียง
4. เพื่อเป็นเวทีระหว่างกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคในรูปแบบตลาดที่เป็นธรรมราคายุติธรรม

กฎระเบียบของตลาดนัดสีเขียว

สำหรับสินค้า ที่ให้มีการขายในตลาดสีเขียว มีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. เน้นผัก ผลไม้ อาหาร มาจากแปลงเกษตรกรผู้ผลิตที่ปลอดสารเคมี และต้องตามฤดูกาล
2. ไม่ใช่ยาฆ่าแมลง
3. ไม่ใช่สารเคมี ปุ๋ยเคมี
4. มีโครงสร้างการทำงาน และมีการปฏิบัติจริง
5. มีการออมทรัพย์ภายในกลุ่ม (แล้วแต่ความเหมาะสมขององค์กรรับรอง)
6. มีการตรวจ ติดตามระดับแปลงสม่ำเสมอ โดยให้ถือเป็นหน้าที่ขององค์กรสังกัด หรือใช้กลุ่มเป็นกลไกในการตรวจสอบกระบวนการผลิต หรือดำเนินการร่วมกันทั้งตรวจเลือดหาสารเคมีในร่างกาย
7. ใช้สารอินทรีย์ในการเพิ่มผลผลิต
8. ไม่ใช่สารเคมีในการแปรรูปอาหาร (สารเคมีตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข และผงชูรส)

บทบาทของคณะกรรมการ

กรรมการมีหน้าที่ดูแล และควบคุมสมาชิก ชี้แจงสมาชิกให้อยู่ในกฎกติกาของตลาดและมีหน้าที่ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆของรัฐ อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆแก่สมาชิก ดูแลสินค้าต่างๆที่จะนำมาในตลาด เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภคจัดเก็บข้อมูลของตลาด

หน้าที่ของสมาชิก

สมาชิกทุกคนมีหน้าที่ ผลิตผัก ผลิตอาหาร ผลิตผลไม้ ให้ได้มาตรฐานและปลอดภัยตรงตามกฎระเบียบของตลาด ต้องมีจิตสำนึกซื่อตรงในการผลิตให้ปลอดภัยสูงสุดแก่ผู้บริโภค และทำตามกฎระเบียบตลาดอย่างเคร่งครัด

การบริหารของคณะกรรมการ

การบริหารงานของคณะกรรมการตลาดส่วนใหญ่กรรมการก็จะเป็นสมาชิกที่ผลิตสินค้ามาจำหน่ายอยู่แล้ว ก็จะแบ่งหน้าที่ในการปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ประธาน จะมีหน้าที่ ดูแลทุกอย่างในตลาด
2. รองประธาน จะมีหน้าที่ เป็นผู้ช่วยประธานและปฏิบัติงานแทนเมื่อประธานไม่อยู่
3. เลขานุการ จะมีหน้าที่ บันทึกข้อมูลและประสานงาน

4. เหยี่ยวนก จะมีหน้าที่ บริหารจัดการการเงินของตลาด
5. ฝ่ายตรวจสอบ จะมีหน้าที่ ควบคุมการผลิต ตรวจสอบสินค้าที่จะนำเข้ามาจำหน่ายในตลาด
การออกตรวจเยี่ยมสมาชิกอยู่เป็นประจำ โดยหมุนเวียนกันทุกกลุ่ม

4.2 ยอดจำหน่ายสินค้าของสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ประจำปี 2554

ในการดำเนินการศึกษาข้อมูลของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย โดยมีการเก็บข้อมูลรายได้จากสมาชิกตลาดนัดสีเขียวจำนวน 30 คนที่มาขายผลิตภัณฑ์ในระยะเวลา 3 เดือน ได้แก่ เดือนกรกฎาคม - กันยายน 2554 โดยเก็บข้อมูลทุกวันศุกร์ พบว่ามีรายได้รวมกันทั้งหมด เป็นเงินทั้งสิ้น 506,380 บาท โดย เดือนสิงหาคม 2554 มีรายได้ 231,100 บาท เดือนสิงหาคม 2554 มีรายได้ 169,820 บาท เดือนกันยายน 2554 มีรายได้ 205,380 บาท

ตารางที่ 4 แสดงรายได้ของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	ประเภทสินค้า	ยอดจำหน่ายรายเดือน (3 เดือนย้อนหลัง)		
				กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1	นางวิภาวรรณ สกุลเงิน	224/7 ต.ศรีสองรัก อ.เมือง จ.เลย	เชียงใหม่สดแปรรูป	24,540	-	23,800
2	นางปลิว สอนสุภาพ	147 ถ.เลย-เชียงใหม่ ต.กุดป่อง อ.เมืองจ.เลย	อาหารพื้นบ้าน	11,700	12,470	11,640
3	นางหนูเยี่ยม ทักษิลา	29/2 ถ.ศรีรัฐ ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย	ขนม เค้ก	4,975	4,030	4,700
4	นางแวรัตน์ วันดี	68/39 ถ.วิสุทธิเทพ ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย	ข้าวกล้อง ถั่วคั่วทราย	15,670	11,240	13,540
5	นางเสาะ เหลาสุพะ	104 ม. 13 ต.นาดินดำ อ.เมือง จ.เลย	ผักสดผลไม้ตามฤดูกาล	6,750	5,760	6,460

ตารางที่ 4 แสดงรายได้ของตลาดนัดสีเขียวไทเลย (ต่อ)

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	ประเภท สินค้า	ยอดจำหน่ายรายเดือน (3 เดือนย้อนหลัง)		
				กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
6	นางเทียมใจ กันแพงศรี	201 ม. 10 ต.นาดินดำ อ.เมือง จ.เลย	ผักสดผลไม้ ตามฤดูกาล	8,585	4,450	7,450
7	นางเดือนใจ ดวงศรี	227 ม. 1 ต.ศรีสองรัก อ.เมือง	ผักสดผลไม้ ตามฤดูกาล	3,510	4,520	4,920
8	นายนคร โสภาพร	114 ม. 5 ต.นา แหม อ.เมือง จ.เลย	ข้าวสาร	39,600	43,800	44,800
9	นายถนอม วงษ์สกุล	บ้านไร่ม่วง ต.น้ำ หมาน อ.เมือง จ.เลย	ผลไม้	1,650	-	2,100
10	นางนงลักษณ์ นันทะปิ่น	5 ม. 7 บ้านน้อย สนามบิน อ.เมือง	ผักและ อาหาร พื้นบ้าน	8,240	6,110	6,540
11	นางวิไล ศรีพรหมมา	39 ม. 3 ต.นา อาน อ.เมือง จ.เลย	ปลาต้ม ปลา ร้า	-	700	1,200
12	นางทองเพ็ชร บัวหอม	14 ม. 3 ต.นาอาน อ.เมือง จ.เลย	ผักตาม ฤดูกาล	4,285	3,770	4,300
13	นางทองยูน บุตรศรี	110 ม. 3 ต.นาอาน อ.เมือง จ.เลย	ผักตาม ฤดูกาล	3,910	1,760	2,700
14	นางสาวคำปู้ ธุระงาน	334 ม. 3 ต.นา อาน อ.เมือง จ.เลย	ผักตาม ฤดูกาล	6,730	3,520	3,400
15	นางหนูเตี้ย คำดี	105 ม. 1 ต.นา โป่ง อ.เมือง จ.เลย	เห็ดหอม และผักตาม ฤดูกาล	7,005	4,280	6,320

ตารางที่ 4 แสดงรายได้ของตลาดนัดสีเขียวไทเลย (ต่อ)

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	ประเภท สินค้า	ยอดจำหน่ายรายเดือน (3 เดือนย้อนหลัง)		
				กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
16	นายศุภชัย แสงดี	128/1 ม. 6 ต.บุษม อ.เมือง จ.เลย	ผักและผลไม้	1,700	-	1,640
17	นางพิน ศิริมา	181 ม. 1 ต.น้ำ หมาน อ.เมือง จ.เลย	ผักและข้าว หลาม	5,170	1,850	3,500
18	นางประไพ กันระดก	12/3 ม.4 ต.เชียง คาน อ.เมือง จ.เลย	มะพร้าวแก้ว	21,700	8,000	7,200
19	นางกองเพชร พูลศิลป์	151 ถ.เลย-เชียง คาน อ.เมือง จ.เลย	อาหาร พื้นบ้าน	1,325	3,700	3,620
20	นางแจ่มจันทร์ คำนุชิต	89 ม. 12 ต.นา อาน อ.เมือง จ.เลย	ผักและผลไม้	5,555	4,600	4,900
21	นางคำฝุ่น แก้วสมบัติ	58 ม. 12 ต.นา อาน อ.เมือง จ.เลย	ผักและผลไม้	1,000	-	1,200
22	นางสุพร ขะพินิจ	35 ม. 12 ต.นา อาน อ.เมือง จ.เลย	ผักและผลไม้	3,470	2,400	3,250
23	นางสุริยงค์ อุ่นแสง	231 ม. 12 ต. นาอาน อ.เมือง จ.เลย	ผักและผลไม้	-	-	-
24	นางนันทนา เชื้อบุญมี	159 สภ.เมือง อ. เมือง	ผักและผลไม้	-	-	-
25	นางวาสนา บุตรศรี	บ้านแหล่งควาย ต.นาอาน อ. เมือง	ผักและผลไม้	430	-	580

ตารางที่ 4 แสดงรายได้ของตลาดนัดสีเขียวไทเลย (ต่อ)

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	ประเภทสินค้า	ยอดจำหน่ายรายเดือน (3 เดือนย้อนหลัง)		
				กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
26	นางแสงเดือน พรหมรักษา	95 ม. 3 ต.ปลาบ่า อ.ภูเรือ จ.เลย	ผักสดผลไม้ตามฤดูกาล	3,500	-	3,300
27	นางปัทมา ศรีบุรินทร์	96 ม. 3 ต.ปลาบ่า อ.ภูเรือ จ.เลย	ผักสดผลไม้ตามฤดูกาล	-	-	-
28	นางสุภาพ วงศ์ศรี	46 ม. 3 ต.ปลาบ่า อ.ภูเรือ จ.เลย	ผักสดผลไม้ตามฤดูกาล	-	-	-
29	นายเชิด ป้องคำสิงห์	95 ม. 3 ต.ปลาบ่า อ.ภูเรือ จ.เลย	ผักสดผลไม้ตามฤดูกาล	-	-	-
30	นางวรลักษณ์ จุลพล	97 ม. 5 ต.ปากปวน อ.วังสะพุง จ.เลย	ข้าวสาร	40,080	32,590	32,400
รวมยอดจำหน่ายทั้งเดือน				231,100	169,820	205,460

4.3 สภาพปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสีเขียวไทเลย

ปัญหาด้านสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทเลย

1. สมาชิกตลาดนัดสีเขียวบางส่วนมีการนำผลผลิตจากตลาดทั่วไปมาขายในตลาดนัดสีเขียว เนื่องจากไม่สามารถผลิตที่ปลอดภัยได้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค
2. สมาชิกขาดความรับผิดชอบต่องบหน้าที่ที่รับมอบหมายในการดำเนินงานตลาดนัดสีเขียว เห็นได้จากมอบหมายงานแล้วสมาชิกไม่ดำเนินการ แล้วไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดนัดสีเขียวไทเลย ที่ตั้งกฎระเบียบข้อบังคับไว้
3. สมาชิกในตลาดไม่ให้ความร่วมมือในการดำเนินของตลาดนัดสีเขียวไทเลย เห็นได้จาก การที่สมาชิกของตลาดนัดสีเขียวไม่ร่วมทำกิจกรรม เช่น เวลาประชุมบาง

- คนก็จะไม่ค่อยให้ร่วมมือเข้าร่วมประชุม และหากมีการไปศึกษาดูงาน ก็จะมีแต่คณะเดิมๆที่เดินทางไปเข้าร่วมการศึกษาดูงาน แต่กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมก็ไม่เข้าร่วมเลย
4. สมาชิกในตลาดนัดสีเขียวไม่ได้มีการพัฒนาความรู้ในการจัดการตลาดและผลิตภัณฑ์ เห็นได้จากที่ทางสมาชิกไม่ค่อยได้เข้าร่วมศึกษาดูงาน เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานนั้นมาพัฒนาปรับใช้ผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งสมาชิกบางคนก็เลยไม่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการตลาดเลย
 5. สมาชิกตลาดนัดสีเขียวที่มาจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่ไม่ได้ร่วมดำเนินกิจกรรมอื่น ๆ มาก่อนบางส่วนไม่เข้าใจในอุดมการณ์ของการทำตลาดนัดสีเขียว ว่ามีเป้าหมายร่วมกันอย่างไร เช่น คำว่าเกษตรอินทรีย์ กับคำว่าเกษตรปลอดภัยแตกต่างกันอย่างไร นั้น เช่น คำว่าเกษตรอินทรีย์ ไม่ใช่สารใดๆทั้งสิ้น แต่หากเป็นเกษตรปลอดภัยก็ใช้ได้เป็นบางอย่าง จะมีช่วงเวลาปลอดภัยในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ซึ่งสมาชิกที่มาจากหน่วยงานอื่นจะไม่รู้เรื่องนี้เลย แต่ก็มีการวิจัยท้องถิ่นเข้ามาทำให้เกิดการพูดคุยขึ้น แลกเปลี่ยนทำความเข้าใจ แนะนำให้สมาชิกได้ตระหนักถึงการทำเกษตรอินทรีย์ ว่ามีความปลอดภัยอย่างไร มีการดูแลแบบไหน ปลูกพืชช่วงไหนเหมาะกับเวลานั้น เพื่อที่จะลดการใช้สารเคมี และดูแลรักษาง่ายขึ้น ส่วนเกษตรปลอด ก็ให้ความรู้เรื่อง ของเวลาการเก็บเกี่ยวที่ใช้สารเคมีแล้ว และหลังจากเก็บผลผลิตแล้ว จะปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่นำมาจำหน่ายยังขาดการควบคุมคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่ปลอดภัยในการบริโภค และในการดำเนินการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมามีเพียงสำนักงานเกษตรจังหวัดเลยร่วมกับโรงพยาบาลจังหวัดเลยมาช่วยในการตรวจสอบ แต่การดำเนินการจะทำตามงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการตรวจสอบ ซึ่งจะดำเนินการประมาณ 2 ครั้งต่อปี ซึ่งไม่เพียงพอต่อการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่ทางกลุ่มได้ผลิตสามารถตรวจสอบไม่ทั่วถึง บางครั้งก็สมาชิกไม่มาขายก็ไม่ได้ตรวจเลย เจ้าหน้าที่ก็จะไม่ได้รับการตรวจอีกเลย ทำให้การควบคุมคุณภาพนั้นไม่ทั่วถึง ส่วนมากที่เจ้าหน้าที่ที่เข้ามาตรวจ จะไม่มีการแจ้งล่วงหน้า ซึ่งบางครั้งก็เป็นปัญหา สมาชิกไม่ได้ขายก็จะไม่ได้ตรวจ เช่น การตรวจสิน ผัก ผลไม้ ผักสวนครัว ก็จะนำเก็บตัวอย่างไปตรวจ หากพบว่าสินค้านั้นมีสารเคมี ก็จะแจ้งทางคณะกรรมการตลาด เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณา ว่าแม่ค้าคนๆนั้นหยุด นำมาจำหน่าย ในระยะเวลา 3 เดือน เพื่อให้ไปปรับปรุง ขั้นตอนในการผลิต แล้วนำสินค้านั้นมาตรวจสอบใหม่อีกครั้ง หากมาตรวจอีกครั้งไม่มีพบสารเคมี ก็จะสามารถกลับมาจำหน่ายได้อีกครั้ง แต่ก็คณะกรรมการต้องทำทันบนไว้ ตักเตือน เพื่อไม่ให้มีประเด็นอีกครั้งต่อไป

2. สินค้าที่นำมาจำหน่ายยังไม่มีหลากหลาย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาล เห็นได้จากบางช่วงตลาดเกิดสินค้าซ้ำๆ กัน เช่น แตงกวา ถั่วฝักยาว มะเขือ จะซ้ำกันเยอะ ปลุกพร้อมกันหลายเจ้า ทำให้ล้นตลาด ทำให้เกิดขายไม่หมดบ้าง แตงกวา ถั่วฝักยาว ช่วงเดือน ต.ค – ธค จะปลูกไม่ได้เลย จะเกิดเพี้ยน ใบหยิก จะงอ ทำให้สินค้าไม่สวย แต่พอมีงานวิจัยเข้ามาทำให้รูปกระบวนการผลิต ว่าใครปลูกอะไร อย่าวไร สินค้าไม่ซ้ำกัน และแต่ผู้บริโภคจะเลือกสินค้า ซึ่งสินค้าจะไม่จำหน่ายซ้ำซ้ำ สังเกตจาก แม่ค้ากลับไว้วกว่ากำหนด กลับตั้งแต่เที่ยง ตลาดเริ่มตี 5 ถึง 6 โมงเย็น ของทุกวันจันทร์ และศุกร์
3. บรรจุภัณฑ์ของสมาชิกส่วนหนึ่งยังไม่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดยังไม่มีจุดยืน ควรมีการดำเนินการจัดทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดนัดสีเขียวได้เลย
4. ในการดำเนินการตรวจคุณภาพระดับแปลงยังไม่มีมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทำให้สมาชิกบางท่านมีการนำผลผลิตของเครือญาติมาจำหน่ายในตลาดแล้วอ้างว่าเป็นผลผลิตของตนเอง ซึ่งทางคณะกรรมการตลาดไม่สามารถที่จะตรวจแปลงได้ทุกเดือน เนื่องจากขาดงบประมาณสนับสนุนในการทำงาน เลยทำให้สมาชิกบางคนได้นำเอาเครือญาติมาขาย เช่น ผักสลัด ผักคะน้า แตงกวา ตามฤดูกาล ที่ทางสมาชิกผลิตไม่ทัน ก็แอบเอามาขายในตลาด ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาที่แก้ไม่ตก พอทางคณะกรรมการตลาดเข้าพูดคุยกล่าวตักเตือน ก็หยุดไป แต่พอนานไปก็นำกลับมาขายอีก ซึ่งบางครั้งทางคณะกรรมการก็ไม่ได้ตรวจ ทำให้เกิดปัญหาอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาด้านสถานที่

1. การจัดสถานที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากสถานที่จัดตลาดนัดสีเขียวปัจจุบันเป็นการกางเต็นท์บริเวณถนนเจริญศรีเพื่อจำหน่าย ในช่วงฤดูฝนจะลำบากในการเก็บเต็นท์ กางเต็นท์
2. ในพื้นที่ถนนเจริญศรี บริเวณข้างศาลากลางจะมีกิจกรรมตลาดนัดจากหน่วยงานต่าง ๆ บ่อยครั้ง จึงทำให้ตลาดต้องมีการย้ายสถานที่บ่อย
3. ในการดำเนินการตลาดนัดยังมีแม่ค้าหรือบุคคลภายนอกยังมาขายในพื้นที่ของตลาดนัดสีเขียวเนื่องจากเข้าใจว่าเป็นสถานที่ราชการทุกคนสามารถเข้ามาจำหน่ายได้ ซึ่งมีคณะกรรมการดำเนินการพูดคุย แม่ค้าหรือบุคคลภายนอกก็จะอ้างถึงหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนองค์กรของตนทำให้คณะกรรมการลังเลในการตัดสินใจหรือไม่ก็ยอมให้เข้ามาจำหน่ายในพื้นที่

ปัญหาด้านการตลาด

1. ผู้บริโภคบางส่วนในตลาดจะเป็นคนเฉพาะกลุ่ม ยังไม่มีการส่งเสริมให้มีผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น จะมีเฉพาะกลุ่มคนที่รักสุขภาพ ที่ใส่ใจเรื่องของการบริโภคที่ถูกสุขลักษณะ ที่ปลอดภัยจากการใช้สารเคมีต่างๆ เห็นได้จากปัจจุบันคนเป็นโรคภัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเบาหวาน ความดัน โรคไขมันอุดตัน ซึ่งเกิดจากสารเคมีตกค้างในร่างกาย เลยทำให้คนบางกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจ ใส่ใจสุขภาพ ก็จะหันมาให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าของที่เป็นเกษตรอินทรีย์ และเกษตรปลอดภัยของตลาดนัดสีเขียวไทยเลยมากยิ่งขึ้น
2. การประชาสัมพันธ์ยังขาดความต่อเนื่อง สืบเนื่องมาจากไม่มีงบประมาณในการสนับสนุนซึ่งปัจจุบันอาศัยผู้บริโภคช่วยประชาสัมพันธ์ให้ แบบปากต่อปาก

4.4 ข้อมูลสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทย

4.4.1 ข้อมูลบ้านกลางหมู่ที่ 3 ต. ปลาป่า อ.ภูเวียง จ. ภูเรือ

ประวัติความเป็นมา บ้านกลาง – ก่อตั้งเมื่อประมาณ พ.ศ. 2432 มีราษฎรบ้านหนองบัวพร้อม ประมาณ 5 – 6 ครัวเรือน นำโดยนายลือ ศรีบุรินทร์ และนายจำปา ศรีบุรินทร์ อพยพมาจับจองพื้นที่ทำกิน โดยการทำเกษตรเป็นหลัก ต่อมาได้มีญาติพี่น้องตระกูลศรีบุรินทร์ ททยอยมาเพิ่มเรื่อย ๆ และตั้งขึ้นเป็นหมู่บ้านบริเวณลุ่มน้ำสาน (อยู่ใกล้สถานีอนามัยในปัจจุบัน) แต่ไม่ได้ตั้งชื่อหมู่บ้าน ครั้งหนึ่งในฤดูฝนหนักมากและตกติดต่อกันหลายวันทำให้น้ำป่าไหลหลากมาท่วมหมู่บ้านอย่างรวดเร็ว ทำให้พืชสวนของชาวบ้านเสียหายมาก และทำมาหากินไม่ได้อยู่หลายวันนายลือและนายจำปาจึงได้หารือกันที่จะย้ายบ้าน และมีที่ใกล้ ๆ กันห่างกันประมาณ 800 เมตร ที่น้ำไม่ท่วมอยู่ทางทิศตะวันออกของหมู่บ้านเก่า จึงได้ชักชวนกันอพยพมาตั้งในที่แห่งใหม่และตั้งเป็นหมู่บ้านในปัจจุบัน ชื่อบ้านกลางได้มาจากภูมิประเทศที่มีภูเขาล้อมรอบและตั้งอยู่ระหว่างกลางหมู่บ้านต่าง ๆ ปัจจุบันมีทั้งหมด 195 ครัวเรือน มีประชากร 72 คน ชาย 370 คน หญิง 352 คน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีรายได้ครัวเรือนละประมาณ 150,000 – 200,000 บาทต่อปี และปัจจุบันมีนายเจ็ด สิงห์คำป่อง เป็นกำนันประจำตำบลปลาป่าและเป็นประธานตลาดนัดสีเขียวไทยและเป็นประธานปลูกผักปลอดสารบ้านกลางและมีสมาชิกอยู่ประมาณ 40 คน สถานที่จำหน่ายของกลุ่ม เกษตรที่สูงภูเรือ ตลาดสดภูเรือ ตลาดนัดสีเขียวไทย

สภาพปัญหา ภายในกลุ่มจะไม่ค่อยมีปัญหาเท่าไรเพราะทางกลุ่มมีการจัดการที่เป็นระบบ และมีกฎกติกาที่ชัดเจน ปัญหาที่มีก็คือภัยธรรมชาติและโรคของผักต่าง ๆ เพราะเราไม่ใช่สารเคมีและแหล่งผลิตอยู่ห่างสถานที่จำหน่ายมากทำให้ขนส่งลำบาก

ผลดี จากการที่ได้เป็นสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย คือสมาชิกมีรายได้ดีมากและเป็นที่รู้จักของคนอำเภอภูเรือและจังหวัดเลย เป็นความภาคภูมิใจอีกแห่งหนึ่งของตลาดนัดสีเขียวของเรา ตารางที่ 5 แสดงการปลูกผักบ้านกลาง

ลำดับที่	ชื่อ	ช่วง	ช่วงเวลาที่จำหน่าย	รายได้
1	หน่อไม้ฝรั่ง	พ.ย. – ม.ค.	พ.ย. – ม.ค.	รายได้ 150,000 บาทต่อกลุ่ม
2	สลัดแก้ว	ธ.ค. – มี.ค.	ธ.ค. – มี.ค.	
3	แตงหอม	พ.ค. – มิ.ย.	พ.ย. – มิ.ย.	
4	กระหล่ำม่วง	พ.ย. – ธ.ค.	พ.ย. – ธ.ค.	
5	ปอกหม้วน	ตลอดปี	ตลอดปี	
6	แครอท	พ.ย. – ก.พ.	พ.ย. – ก.พ.	
7	หัวผักกาด	พ.ย. – ก.พ.	พ.ย. – ก.พ.	
8	เสาวรส	ตลอดปี	ตลอดปี	
9	กล่ำปี	พ.ย. – ธ.ค.	พ.ย. – ธ.ค.	

4.4.2 ข้อมูลบ้านโป่ง หมู่ที่ 5 – 6 – 8 ต. นาแหม อ.เมือง จ. เลย

ประวัติของหมู่บ้าน โป่ง หมายถึง ดินเหนียวชนิดหนึ่ง มีสีแดงรสเค็มสัตว์ชอบกินมาก บ้านโป่งมีนายเพี้ย สุธิ เดิมเป็นคนบ้านหนองกาน้ำ ได้มาตั้งบ้านเรือนอยู่บ้านห้วยหวาย ได้มาเห็นทำเลเหมาะแต่การตั้งบ้านเรือน มีแม่น้ำไหลผ่านและมีที่ราบลุ่มจึงพากันทำมาหากิน และสร้างบ้านเรือน

ที่ตั้ง บ้านโป่งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอเมืองเลยห่างจากอำเภอและจังหวัด 26 กิโลเมตรใช้ระยะเวลาในการเดินทางจากจังหวัดเลยถึงบ้านโป่งประมาณ 32 นาทีเดินทางไปเชียงคานจะผ่านบ้านโป่ง

จำนวนประชากร 150 ครัวเรือน ชาย 229 คน หญิง 267 คน รวม 496 คน

ความเป็นมาของชุมชนบ้านโป่ง คือเรื่องนางผมหอมที่เคยอาศัยอยู่ในเมืองจำปา หรือเมืองท่าจำปา เคยเป็นตำนานเมืองๆหนึ่ง แต่ไม่เคยมีผู้ใดพบเห็น เนื่องจากได้ผู้ฟังไม่มีผู้ใดบูรณะรักษาไว้ เป็น

เมืองร้างอยู่บริเวณริมน้ำเลย อยู่เขตพื้นที่บ้านโป่ง ตำบลนาแหม อำเภอมือง จังหวัดเลย คนสมัยโบราณกล่าวกันว่า เดิมมีอิฐผุพัง มีหม้อดินจำนวนมาก แต่ได้สูญหายแตกกระจาย เหลือเพียงซากปรักหักพัง ปัจจุบันกลายเป็นพื้นที่ไร่นาของเกษตรกรไปแล้ว มีการจับจองทำไร่นานานาน แต่ไม่มีผู้ใดสามารถจะนำผืนดินเมืองจำปามาเป็นเอกสารสิทธิได้ เนื่องจากเป็นที่หลวงป่าสงวนแห่งชาติ สันนิษฐานกันว่า เป็นเพราะสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 หรือไม่ทำให้มีผู้คนล้มตายไป หรือเป็นเพราะเมืองจำปามีอาถรรพ์ แต่มีสิ่งหนึ่งที่ผู้เฒ่าผู้แก่เคยบอกกล่าวกับลูกหลานต่อกันว่า เคยมีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์มาก แม้จะมีคนขโมยนำไปขายต่อ แต่ไม่มีผู้ใดนำพระพุทธรูปองค์นี้ไปได้ แม้จะตัดเศียรพระพุทธรูปองค์นี้ไป แต่ก็กลับมาเหมือนเดิม ผู้คนสมัยนั้นไม่มีใครกล้าเข้าไปเมืองนั้นอีกเลย พระพุทธรูปองค์นี้มีชื่อว่า พระพุทธศิลาามงคมังเมือง (หลวงพ่อกิน หรือ พระหน้าดำ) ปัจจุบันมีการบูรณะให้มีสภาพใหม่ แต่เดิมพระพุทธรูปองค์นี้จะมีใบหน้าสีดำ จึงเรียกว่าพระหน้าดำ เนื่องจากเดิมอยู่ที่แจ้งตากแดดตากฝน โดยมีเกจิอาจารย์ที่เก่งกล้าสามารถอัญเชิญให้พระพุทธรูป มาประดิษฐานอยู่ ณ วัดเลยหลง(วัดศรีสุทธาวาส) ตำบลกุดป่อง อำเภอมือง จังหวัดเลย

นายนคร โสภาพร ตำแหน่งประธานกลุ่มโรงสีชุมชนบ้านโป่ง อยู่บ้านเลขที่ 114 ม. 5 ต. นาแหม อ.เมือง จ.เลย ผลิตข้าวขายให้ชุมชนตนเองและใกล้เคียง เป็นสมาชิกของตลาดนัดสีเขียว นำเข้ามาจำหน่ายที่ตลาดนัดทุกวันจันทร์และวันศุกร์

สภาพปัญหา คือการทำโรงสีชุมชนต้องทำงานกับคนหมู่มากปัญหาก็มีมาก เช่น การปลูกข้าวให้มีคุณภาพ หรือราคาข้าวของแต่ละสายพันธุ์หรือแม้แต่การปันผลให้สมาชิก และการจัดระเบียบการสีข้าว

ผลดี จากการเข้าร่วมตลาดนัดสีเขียวคือทำให้สมาชิกร่วมมือร่วมใจกันปลูกข้าวให้มีคุณภาพเพื่อจะได้ราคาดี และไม่เสียเปรียบเรื่องราคาให้กับโรงสีของนายทุนสามารถต่อรองราคากับนายทุนได้ ทำให้สมาชิกมีเงินปันผลและมีรายได้มากขึ้น และมีความสามัคคีกันมากขึ้นและดูแลผลประโยชน์ของกันและกัน และมีข้าวจำหน่ายตลอดปี

4.4.3 ข้อมูลบ้านน้อยสนามบิน หมู่ 7 ต. เมือง อ. เมือง จ. เลย

ประวัติความเป็นมา สมัยก่อนบริเวณหมู่บ้านรวมทั้งบริเวณศูนย์ราชการจังหวัดเลยเคยเป็นสนามบินเก่า ใช้ในการลำเลียงอวาระและกำลังพลต่าง ๆ ของทางราชการทหาร ก่อนก่อตั้งเป็นหมู่บ้านชาวบ้านได้มาปลูกบ้านและทำกินบนที่ดินของตัวเองและตามลำห้วยน้ำหมาน มีอยู่ประมาณ 10 หลังคาเรือนและมีชื่อเรียกต่าง ๆ เช่น บ้านน้อยน้ำหมาน บ้านนาสูง ต่อมาได้รวมกันกับบ้านน้อยท่าแพและหันนาหนอง โดยมีนายสวน จันโหมมาเป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก ต่อมาบ้านเจริญมากขึ้น การปกครองดูแลและเริ่มจะไม่ค่อยทั่วถึง

ดังนั้นเมื่อปี พ.ศ. 2520 ชาวบ้านน้อยน้ำหมานและบ้านนาสูง นำโดยนายสมหมาย ศรีสาธิต เป็นผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านในขณะนั้นทำเรื่องขอตั้งหมู่บ้านขึ้นใหม่ โดยเรียกว่าบ้านน้อยสนามบินเก่า ต่อมาคำว่า เก่า หายไปตอนไหนไม่ปรากฏ โดยมีนายสมหมาย ศรีสาธิต เป็นผู้ใหญ่บ้านคนแรก มีทั้งหมด 710 ครัวเรือน ประชากร 2,050 คน ชาย 951 คน หญิง 1,199 คน อาชีพส่วนใหญ่มีทุกอาชีพ การทำการเกษตรกรรมจะเป็นส่วนน้อย

กลุ่มปลูกผักบ้านน้อยสนามบิน โดย นางนงลักษณ์ นันทะปิ่น บ้านเลขที่ 5 หมู่ที่ 7 บ้านน้อยสนามบิน อ.เมือง จ.เลย มีสามี 1 คน ลูก 1 คน อาศัยอยู่กับ พ่อ – แม่ รวม 5 คน สามีทำงาน บ.ข.ส. ตนเองทำสวนผักปลอดสารมาขายที่ตลาดนัดสีเขียวทุกวันจันทร์และวันศุกร์

ผักที่ปลูกตลอดปี ผักบุ้งจีน ถั่วฝักยาว ต้นหอม ผักชี ผักตามฤดู ขายส่งตามโรงเรียนและร้านเนื้อย่าง

ตารางที่ 6 แสดงการช่วงเวลาการปลูกผักของกลุ่มบ้านน้อยสนามบิน

ลำดับ	ชื่อ	ระยะเวลา	ช่วงจำหน่าย	รายได้
1	ผักบุ้งจีน	ตลอดปี	ตลอดปี	
2	ถั่วฝักยาว	ธ.ค. – ก.พ.		
3	ต้นหอม-ผักชี	ธ.ค. – ก.พ.		
4	แตง	ธ.ค. – ก.พ.		
5	ผักตามฤดู	ธ.ค. – ก.พ.		

สภาพปัญหา คือ เรื่องเงินทุนและที่ดินทำกินเพราะพื้นที่มีน้อยและคนงานก็มีน้อย จึงผลิตไม่ได้มากนักเพราะโรคที่เกิดขึ้นกับผักต่าง ๆ เช่น เชื้อรา หนอน และแมลงต่าง ๆ

ผลดีจากการเข้าร่วมตลาดนัดสีเขียว คือ อยู่ใกล้สถานที่จำหน่ายและลูกค้ามากจนผลิตได้ไม่พอขายและมีรายได้ดีขึ้น

4.4.4 ข้อมูลบ้านห้วยม่วง หมู่ที่ 4 หมู่ที่ 10 หมู่ที่ 13 ต.นาดินคำ อ.เมือง จ.เลย

ความหมายของชื่อหมู่บ้าน บ้านห้วยม่วงเป็นคำที่เพี้ยนมาจาก บ้านซำก้านม่วง ซำ คือ ลักษณะของที่ลุ่มมีน้ำขังตลอดปี ม่วง คือ ซ่อนทำด้วยไม้ไผ่ (ก้านม่วงในที่นี้หมายถึง ลักษณะเขาของควายเผือก เขาเลที่โค้งงามเหมือนก้านม่วง) บ้านห้วยม่วงมี 138 ครัวเรือน ประชากร 432 คน ชาย 212 คน หญิง 220 คน อาชีพทำการเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่

ประวัติความเป็นมา บ้านห้วยม่วง ตำบลนาดินคำ อำเภอเมืองเลย จังหวัดเลย เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ.2441 ประมาณ 112 ปีที่แล้ว ได้มีราษฎรย้ายถิ่นฐานมาจากประเทศลาว และเป็นชาวน้ำปาดจังหวัดอุดรดิตถ์(ขุนบุตรดาทิพย์ หรือขุนบุตรตะวงศ์) และชาวลาวอพยพพร้อมราษฎรราว 6 ครอบครัว ได้มาตั้งหลักปักฐานอยู่ที่ซำก้านม่วง ตามการเล่าขานกันมาว่ามีควายเผือกเขาเล เขาคล้ายบ่วงสวยงาม เดินโซเซมาตกลงในหนองน้ำ ควายตัวนั้นพยายามปีนป่ายขึ้นจากหนองน้ำก็ขึ้นไม่ได้ เลยขาดใจตายที่หนองน้ำนี้ ชาวบ้านจึงเรียกหนองน้ำนี้ว่า หนองซำก้านม่วง

สถานที่ท่องเที่ยว /แหล่งเรียนรู้ชุมชน /สถานที่สำคัญ

1. ถ้ำผาผึ้ง ถ้ำนี้อยู่ไกลจากหมู่บ้านไปทางทิศตะวันออกประมาณ 2 กิโลเมตร อยู่สูงจากพื้นดินประมาณ 100 เมตร เป็นที่ท่องเที่ยวของคนหมู่บ้านและตำบลใกล้เคียง
2. วัดถ้ำปิยะ อยู่ถัดจากถ้ำผาผึ้งเป็นสำนักสงฆ์
3. แหล่งเรียนรู้ไร่นาสวนผสม ลุงบุญแทน เหล่าสุพะ อยู่ถัดจากถ้ำปิยะ ประมาณ 1 กิโลเมตร เป็นแหล่งเรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ ได้รับรางวัลระดับประเทศ

ประวัติและผลงานของนายบุญแทน เหล่าสุพะ

บ้านห้วยม่วง เป็นถิ่นที่อยู่ของเกษตรกรผู้นำนามว่า นายบุญแทน เหล่าสุพะ และนางเสาะเหล่าสุพะ สองสามี ภรรยาที่เป็นสมาชิกตลาดนัดสีเขียว ที่ได้นำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการแปลงไร่นาสวนผสม จากการสัมภาษณ์ บุคคลทั้งสอง ทำให้ทีมวิจัยเก็บข้อมูลเศรษฐกิจพอเพียง แปลงนายบุญแทนฯ ได้ดังนี้

1. มีความพอประมาณ

- ในอดีตปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์อย่างเดียว ต้นทุนการผลิตสูงประสบปัญหาขาดทุน ต้นทุนการผลิตสูง ทำให้เกิดภาวะหนี้สินมายาวนานจากการปลูกพืชเชิงเดียว
- ได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานต่างๆ เช่น รพช. สำนักงานเกษตรอำเภอและจังหวัด รวมทั้งดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ ในด้านการทำการเกษตรแบบผสมผสาน ตามแนวเกษตรทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงเกิดแนวคิดเริ่มสนใจคิดที่จะทำนาในปี 2544
- ลงมือเริ่มทำกิจกรรมการเกษตรแบบผสมผสานอย่างจริงจังในปี 2545 โดยทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ค่อยสะสมพันธุ์พืชไม้ผลที่ดี เข้ารับการอบรมศึกษาดูงานการขยายพันธุ์พืชและนำมาทดลองฝึกทำด้วยตนเอง จนเกิดความชำนาญ
- ดำรงตนอยู่ในความพอเพียง ไม่ใช่จ่ายฟุ่มเฟือย พอใจในสิ่งที่ตนเองมีอยู่
- มีอาหารกินครบ 5 หมู่ อยู่ภายในฟาร์ม สุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ เพราะไม่ใช่สารเคมี ผลผลิตเหลือจากกินก็แจก เหลือแจกเอาไปจำหน่าย สร้างรายได้ให้ครอบครัว ไม่มีหนี้สิน มีเงินออม
- แรงงานใช้ในครัวเรือน จำนวน 6 คน ไม่มีการจ้างจากภายนอก

2. ความมีเหตุผล

- ใช้ประโยชน์ในพื้นที่อย่างคุ้มค่า ศึกษาจากปัญญาท้องถิ่น ลองผิดลองถูกด้วยตนเอง ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ หลากหลายกิจกรรมสามารถเอื้อประโยชน์เกื้อกูลกัน งดการใช้สารเคมี หันมาพึ่งพาปุ๋ยชีวภาพ เห็นความสำคัญของการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม
- งดการจ่ายตลาด เพราะสินค้าในฟาร์มมีทุกอย่างที่ตลาดมี
- มีตลาดที่จำหน่ายสินค้าที่แน่นอน คือตลาดสี่แยก ซึ่งหน่วยงานราชการ โดยเฉพาะสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย จัดหาไว้ให้สำหรับสินค้าเกษตรปลอดสารพิษ จำหน่ายสินค้าเป็นประจำบริเวณหน้าว่าการอำเภอเมืองเลย ทุกวันจันทร์และศุกร์
- แปรรูปเพิ่มมูลค่าผลผลิต สร้างรายได้ทั้งปี
- มีความสามารถด้านการขยายพันธุ์ไม้ผล และพืชต่างๆภายในฟาร์ม

3. การมีภูมิคุ้มกันที่ดี

- ปลุกฝังสมาชิกในครอบครัวให้มีความขยัน อดทน ไม่ฟุ้งเฟ้อ ฟุ้งเพื่อ รู้จักประมาณตนไม่สร้างหนี้สิน และมีเงินออม ยามฉุกเฉิน เช่นเกิดภัยธรรมชาติ ทำความเสียหายแก่แปลง หรือยามเจ็บไข้ได้ป่วยจึงนำเงินออมออกมาใช้ และมีการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อที่จะได้ไม่ประมาทกับการใช้จ่ายในครัวเรือน

- ไม่จ้างแรงงาน พึ่งพาตนเอง มีภูมิคุ้มกันจากความเข้มแข็งด้านลด ละ เลิก อบายมุขและมีสุขภาพและใจที่ดี ภูมิคุ้มกันในร่างกายไม่บกพร่อง เพราะการไม่ใช้สารเคมี

4. ความรอบรู้

- เป็นผู้ใฝ่ศึกษาหาความรู้อยู่ตลอดเวลา เข้ารับการฝึกอบรมด้านการเกษตรแบบพอเพียง เกษตรปลอดสารพิษ และได้รับการอบรมจากหน่วยงานต่างๆ และได้ไปศึกษาดูงานอยู่เสมอ สนใจข่าวสารด้านเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่ผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์ อยู่เสมอ แล้วนำความรู้จากการอบรม ดูงาน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และภูมิปัญญาที่เกิดจากการเรียนรู้ด้วยตนเองตลอดชีวิตมาประยุกต์ใช้กับฟาร์มจนเกิดองค์ความรู้ใหม่ๆ และสามารถถ่ายทอดให้คนในชุมชนนำไปปฏิบัติและเกิดประโยชน์อย่างมาก คณะกรรมการขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงคัดเลือกแปลงทฤษฎีใหม่แห่งนี้เป็นศูนย์เรียนรู้พอเพียงด้านการเกษตรพอเพียง และเป็นจุดสาธิตและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลของกรมส่งเสริมการเกษตร

- มีเกษตรกรทั้งในพื้นที่และต่างพื้นที่สนใจมาศึกษาดูงานมากมาย โดยเฉพาะอาสาสมัครเกษตรของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ,เกษตรกรผู้เข้าร่วมโครงการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและได้มาตรฐานพอคำ แม่คำ ตลาดนัดสีเขียว (ตลาดสินค้าเกษตรปลอดสารพิษ)

5. ความมีคุณธรรม โดยใช้ธรรมะ 4 ข้อ หัวใจเศรษฐกิจ คือ

1. ทำงานไม่เกียจคร้าน (โดยทำกิจกรรมด้านการเกษตรแบบผสมผสาน มีหลายกิจกรรมในเวลาเดียวกันโดยไม่ ย่อท้อ ขยัน อดทน)

2. ประหยัด อดออม (เมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ต้องรู้จักประหยัด อดออม ไม่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย สล่วยสุหร่าย)

3. ใช้จ่ายแต่พอดี (ใช้จ่ายแต่สิ่งที่จำเป็น ไม่เกิดความต้องการของตนเอง)

4. อุดมในรายได้ (เมื่อมีรายได้ ต้องรู้จักอดออม เพื่อไม่ก่อให้เกิดหนี้สิน)

นอกจากนี้ นายบุญหนาและภรรยา ยังภูมิใจกับอีกมากมายที่ทำให้การดำรงชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่

การมีส่วนร่วมในสังคม และการเสียสละเพื่อส่วนรวม

1. เป็นคณะกรรมการศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลนาดินดำ
2. เป็นอาสาสมัครเกษตรของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
3. เป็นวิทยากรประจำจุดสาธิตของศูนย์บริหารและการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลนาดินดำ, สำนักงานประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, ศูนย์บริหารจัดการศัตรูพืชชุมชนและเป็นวิทยากรให้กับหน่วยงานราชการต่างๆ เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ, เกษตรจังหวัด, เทศบาลตำบล, สำนักงานพัฒนาที่ดิน, อำเภอเมืองเลย, สำนักงานพัฒนาชุมชน ในด้านการเกษตรผสมผสาน (เกษตรทฤษฎีใหม่) การใช้ชีวิวิธี และชีวภาพทดแทนการใช้สารเคมีการเกษตรและเทคนิคการขยายพันธุ์ไม้ผล เนื่องจากมีความพร้อม และมีความเสียสละในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้ที่สนใจได้เสมอ
4. เป็นแปลงทฤษฎีใหม่ที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตรพอเพียงประจำตำบลตามนโยบายขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
5. เป็นประธานโรงสีข้าวชุมชน
6. เป็นกรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์ตลาดสีเขียว
7. บริจาคเงินให้วัด งานบุญประเพณี งานทอดกฐิน ทอดผ้าป่าเป็นประจำทุกปี

มีครอบครัวอบอุ่นและเข้มแข็ง

ครอบครัวมีสมาชิก รวม 8 คน แต่ช่วยงานตากบยาย เจ้าของแปลงทฤษฎีใหม่ 6 คน ยกเว้นหลานชายที่อายุน้อย 2 คน ตากบยายสอนลูกหลาน ให้ประพฤติตัวเป็นคนดี ไม่ให้เบียดเบียนผู้อื่นให้ครองตนอยู่ในศีล 5 ไม่ยุ่งเกี่ยวกับอบายมุข สมาชิกทุกคนอยู่ด้วยกันอย่างรักใคร่ปรองดอง ช่วยเหลือและเห็นอกเห็นใจกันทุกอย่าง เมื่อมีปัญหาปรึกษารื้อกัน และร่วมฟันฝ่าอุปสรรคไปด้วยกันด้วยสามัคคีและความเข้มแข็ง บนพื้นฐานการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายและพอเพียง

รางวัลประกาศเกียรติคุณ

1. รองชนะเลิศระดับประเทศ ถ้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในการประกวด เกษตรกรดีเด่น ประเภทเกษตรกรทฤษฎีใหม่ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) ปี 2553

2. ชนะเลิศที่ 1 การประกวดเกษตรกรดีเด่น สาขาอาชีพไร่นาสวนผสมดีเด่น ระดับจังหวัดของกรมส่งเสริมการเกษตร ปี 2553

รูปแบบการผลิต ไร่นาสวนผสมของนายบุญแทน เหล่าสุพะ

ตารางที่ 7 แสดงรูปแบบการผลิตของนายบุญแทน เหล่าสุพะ

ประเภท	ชนิดของพืช	จำนวนผลผลิต/ปี	รายได้ทั้งหมด(บาท/ปี)
ข้าว	ข้าวนี้นวนาปีพันธ์ กข.8	2,025 กก.	-
พืชไร่	ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์	5,600 กก.	30,000
พืชสวน	ไม้ผลต่างๆ เน้นลิ้นจี่ ละมุด ลูกท้อ ลำไย มะพร้าว ฯลฯ	20,000 บาท	60,000
สัตว์	ไก่พื้นบ้าน	40 ตัว	-
ประมง	ปลาน้ำจืด (ปลานิล,ปลา ตะเพียน,ปลาไน)	20 กก./ปี	2,000
อื่นๆ(พืชฤดูแล้ง ร่วมกับการปลูกข้าว)	- แตงกวา	140	2,800
	- พักทอง	20	400
	- พืชผัก(หอม,กระเทียม)	280	30,000
	- หน่อไม้ไผ่เลี้ยง	200	10,000

ปฏิทินการผลิตนายบุญแทน เหล่าสุพะ

ตารางที่ 8 แสดงปฏิทินการผลิตของนายบุญแทน เหล่าสุพะ

ชนิดพืช/สัตว์	ช่วงเวลาผลิต											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1.ข้าวนาปี						←					→	
2.ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์					←					→		
3.มันสำปะหลัง		←		→								
4.ถั่วเหลืองฤดูแล้ง												↔
5.พืชผัก สมุนไพร	←										→	
6.ไม้ผลต่างๆ	←										→	
7.ปลาน้ำจืด	←										→	
8.ไก่พื้นเมือง	←										→	

4.5 แนวทางพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทย

ปัญหาด้านสมาชิกตลาดนัดสี่แยกไทย

1. สมาชิกตลาดนัดสี่แยกควรมีบทบาทอุดมการณ์ร่วมกันในการดำเนินการตลาดนัดสี่แยกไทย และมีการจัดทำแผนการดำเนินการตลาดร่วมกันของสมาชิก
2. การดำเนินการจะต้องมีการมอบหมายภารกิจ ร่วมกันของสมาชิกและมีการติดตามประเมินผลการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
3. ควรมีการสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินการตลาดนัดสี่แยกของสมาชิก บุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. ควรมีการชี้แจงรายละเอียดการดำเนินงานของตลาดนัดสี่แยกไทยให้หน่วยงานต่าง ๆ ได้เข้าใจในอุดมการณ์ของตลาดสี่แยก

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์ที่นำขายในตลาดจะต้องผ่านการตรวจสอบของคณะกรรมการตลาด หรือได้ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนจึงจะสามารถนำมาขายในพื้นที่ของตลาดนัดสี่แยกได้ รวมทั้งจะต้องสมัครเป็นสมาชิกตลาดอย่างถูกต้อง
2. คณะกรรมการและสมาชิกจะต้องมีการวางแผนการผลิตร่วมกันเพื่อให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

3. ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่นำมาจำหน่ายจะต้องมีการให้ความรู้กับผู้บริโภค เช่น การบอกสรรพคุณของผักพื้นบ้าน เป็นต้น
4. ควรมีกิจกรรมเยี่ยมกลุ่มสมาชิกอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการตรวจคุณภาพผลิตและให้กำลังใจสมาชิกตลาดนัดสีเขียว
5. ในการตรวจผลิตภัณฑ์ควรมีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
6. ควรมีการให้ความรู้และเครื่องมือในการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียว ให้กับกรรมการเพื่อง่ายต่อการตรวจสอบ

ปัญหาด้านสถานที่

1. การจัดสถานที่ควรมีเด่นชัดเฉพาะเพื่อแสดงความเป็นตลาดนัดสีเขียวไทย และมีการออกข้อปฏิบัติเกี่ยวกับสถานที่สุลักษณะ
2. การอนุญาตให้บุคคลอื่นเข้ามาใช้สถานที่จะต้องมีการแจ้งต่อคณะกรรมการและถ้าเป็นกลุ่มเกษตรกรจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่ขอมาจำหน่ายจะต้องมีหนังสือมายืนยันว่าได้รับการรับรองจากหน่วยงานนั้นแล้วและจะต้องผ่านมติของคณะกรรมการตลาดก่อน

ปัญหาด้านการตลาด

1. การส่งเสริมด้านการตลาดจะควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ควรมีกิจกรรมผู้ผลิตพบผู้บริโภค หรือมีกิจกรรมที่จะพาผู้บริโภคไปเที่ยวแปลงผู้ผลิต หรือ ยืนยันมาตรการผลิตของเกษตรกร
2. ควรมีลงทะเบียนผู้บริโภคเพื่อจัดทำเป็นทะเบียนผู้บริโภค เพื่อจะได้สะดวกในการประสานงานหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้ผลิต

4.6 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการใช้เกี่ยวกับช่องทางการตลาดสีเขียวและเครือข่ายตลาดสีเขียว

การศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการใช้เกี่ยวกับช่องทางการตลาดสีเขียวและเครือข่ายตลาดสีเขียวทั้งระบบการผลิต การตลาดทำงานสร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนผู้ผลิตและผู้ประกอบการในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ คำถามที่คาใจผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์คือ เมื่อได้ผลผลิตมาแล้ว จะเอาไปขายให้ใคร ขายที่ไหน และขายอย่างไร ขายได้ราคาสูงกว่าสินค้าที่ไม่ใช่เกษตรอินทรีย์หรือไม่โดยเข้าใจว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ มีต้นทุนสูงกว่าหากวิเคราะห์จากผลผลิตต่อไร่ และมีขั้นตอนยุ่งยาก ข้างยังเป็นการสวนทางกับเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นการเพิ่มผลผลิต เร่งให้ผลผลิตออกสู่ตลาด ซึ่งผู้

ประกอบ การแต่ละท่านก็ได้ช่วยกันระดมสมองเพื่อหาทิศทางการอยู่รอดของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และหาช่องทางการเข้าถึงผู้บริโภคในปัจจุบัน ได้บทสรุปเป็นข้อ ๆ ดังต่อไปนี้

1. สินค้าต้องดีและมีคุณภาพจริง ๆ เพราะคุณภาพของสินค้าเป็นหัวใจสำคัญอันดับแรกของการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคและตัวแทนจำหน่ายเปิดรับสินค้าได้ง่ายและเกิดการบอกต่อ
2. เปลี่ยนผู้ผลิตให้เป็นผู้บริโภคปัญหาไม่มีตลาดใหญ่รองรับในช่วงเริ่มต้น จึงต้องเริ่มต้นจากภายในชุมชนก่อน ปรับทิศทางการผลิตเพื่อบริโภคและซื้อขายหมุนเวียนกันในกลุ่มก่อน จากนั้นเมื่อผู้บริโภคภายนอกเริ่มเห็นความเคลื่อนไหวก็เริ่มทยอยเข้ามาหา ทำให้เครือข่ายค่อย ๆ ขยายออกไปเอง
3. ราคาเป็นธรรม คำว่า "เป็นธรรม" ในที่นี้ไม่ได้หมายความว่าต้อง "ราคาถูก" เสมอไป แต่หมายถึงราคาที่สมเหตุสมผลสำหรับทั้งผู้ผลิต คนกลาง และร้านค้าปลีก ทุกฝ่ายต้องพอมีกำไรให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เราอาจจะมองว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์มีราคาสูง แต่ทั้งนี้ต้องเข้าใจว่าเป็นสินค้าที่ผลิตน้อยจึงมีค่าใช้จ่ายต่อหน่วยสูงเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในระบบเกษตรอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการจำเป็นต้องอธิบายข้อมูลนี้ให้ร้านค้าและลูกค้าเข้าใจด้วยเข้าถึงใจผู้บริโภคด้วยการสื่อสาร นอกจากการออกแบบฉลากสินค้าหรือขึ้นวางสินค้าให้ดีแล้ว ผู้ประกอบการควรหาโอกาสพาสินค้าไปออกร้านและพบปะ พูดคุยให้ข้อมูลเชิงลึกกับลูกค้าตัวจริงบ้าง เพราะการให้ข้อมูลโดยตรงกับลูกค้า นั้น จะทำให้เกิดความประทับใจ และลูกค้าจะช่วยเผยแพร่ข้อมูลของเราต่อไปแบบปากต่อปาก

จากการศึกษาดูงานนำผลการศึกษาเปรียบเทียบกับตลาดสีเขียวที่ประสบความสำเร็จได้แก่ตลาดนัดสีเขียวจังหวัดมหาสารคามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตลาดแห่งทางเลือก และทางรอดของคนมหาสารคาม ที่มองระบบการทำการเกษตรกรรมยั่งยืนที่ไม่ทำลายระบบสิ่งแวดล้อม เน้นระบบการผลิตที่พึ่งพาตนเอง ลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอก ใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาและต่อยอดให้มีความเหมาะสมกับระบบนิเวศท้องถิ่น ส่งเสริมให้สมาชิก มุ่งเน้นการผลิตที่ไม่ใช้สารเคมี เช่น ปุ๋ยเคมี และยาฆ่าแมลง หากแต่พัฒนาระบบนวัตกรรมท้องถิ่น มาสู่การทำปุ๋ยอินทรีย์ การทำน้ำหมักชีวภาพ องค์ความรู้เชิงเทคนิคที่ส่งผลให้เกษตรกรสามารถสร้างรายได้และลดรายจ่ายในระบบการทำการเกษตรได้ และมีการสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เครือข่ายตลาดนัดสีเขียวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศ เป้าหมายของสังคมในแง่ของการสร้างโอกาส และความเสมอภาคให้แก่สังคม เป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ คือเป็นระบบการค้าที่เป็นธรรม สำหรับกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับตลาดนัดสีเขียวจังหวัดเชียงใหม่ ได้ความรู้เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์และการจัดการตลาดของสมาชิกในกลุ่มของแต่ละกลุ่ม ทำให้รู้และเป็นสิ่งยืนยันว่าทุกตลาดต้องมีกฎระเบียบและกฎข้อบังคับของกลุ่มทำให้สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และเกิดการเชื่อฟังกันและการจัดการภายในกลุ่ม

4.7 การเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย

1. ตลาดนัดสี่แยกไทยเลยร่วมกับทางโรงพยาบาลเลย ทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายในตลาดนัดสี่แยกไทยเลยทุก ๆ 2 เดือน และตรวจสอบหาสารตกค้างในกลุ่มสมาชิกและลูกค้า ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป ทุกๆ 6 เดือน ถ้ามีการตรวจพบสินค้าของใครจะให้คณะกรรมการ ตักเตือนก่อน ถ้าพบครั้งที่ 2 จะให้หยุดจำหน่ายก่อน 2 เดือน ถ้าพบอีกครั้งที่ 3 จะหยุดจำหน่ายใน ตลาดอีก (นอกจากการเป็นสมาชิกตลาดเลย) ถ้าตรวจพบสารพิษตกค้างในสมาชิกและประชาชน ทั่วไป ทางโรงพยาบาลจะเรียกไปพบ และให้คำแนะนำในการบริโภคอาหารและปฏิบัติตัวในการจัด สารพิษด้วยตัวเอง หากร่วมมือกับทางโรงพยาบาลเป็นเช่นเรื่องเรื่อย ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการ ตื่นตัว และตระหนักถึงความปลอดภัยจากการบริโภคอาหารที่มีสารเคมี ซึ่งจะตกค้างในร่างกายของ คนเรานั้นไปเรื่อยๆจะทำให้คนกลุ่มนั้นหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น

2. ได้มีการจัดฝึกอบรมให้สมาชิกให้มีความรู้ในการตรวจสอบเองเป็น และยังสามารถที่จะ ตรวจสอบให้คนอื่นในตลาดได้อีก ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้าในตลาดมากขึ้น ซึ่งก็หมายถึง ยอดจำหน่ายของสมาชิกมากขึ้น รวมทั้งรายได้ก็มากตามมา สมาชิกมีคุณภาพชีวิตดีขึ้นส่งผลต่อการ เปลี่ยนแปลง ถึงสมาชิกให้มีความรู้ และสามารถที่จะตรวจสอบสินค้าเองได้

3. ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอันตรายหรือพิษภัยจากสารพิษตกค้างเป็นระยะๆและต่อเนื่อง โดยมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนในกับตลาด พูดคุย ถึงอันตราย และ พิษภัยจากสารพิษที่ตกค้างในร่างกาย ให้สมาชิกได้ฟัง และได้ตระหนักถึงโทษที่จะเกิดต่อผู้บริโภค หากเราคิดที่จะทำให้ตลาดเป็นสี่แยก เรา ต้องสนใจสินค้า และลูกค้า เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อร่างกายของผู้บริโภค คือ ผู้จำหน่ายกินได้ คน บริโภคก็ต้องกินได้ มีความใส่ใจเรื่องของสุขภาพร่วมกันระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ

4. ผู้บริโภคเยี่ยมชมแปลงที่ผลิต วันที่ 27 มิถุนายน 2555 ทีมนักวิจัยและตลาดนัดสี่แยกไทยเลยได้นำสมาชิกตลาดสี่แยกไทยเลย ตัวแทนผู้บริโภค อ.ส.ม. และผู้สื่อข่าวท้องถิ่นและผู้สื่อข่าวส่วนกลาง ไปเยี่ยมชมผลิตของกลุ่มนายถนอม วงศ์สกุล บ้านไร่ม่วง ตำบลน้ำหวาน อำเภอเมือง จังหวัดเลย จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีผู้ร่วมสังเกตการณ์ จำนวน 50 คน ประกอบด้วย

สมาชิก	จำนวน 29 คน (รวมนักวิจัย)
ผู้บริโภค	จำนวน 12 คน
อ.ส.ม.	จำนวน 5 คน

ผู้สื่อข่าว จำนวน 4 คน

สิ่งที่ได้ ทุกคนได้เห็น ได้รู้ ได้สัมผัสความเป็นจริงในแนวทางทฤษฎีใหม่ในการดำรงชีวิตแบบพอเพียง ทำให้เกิดความรู้ในการใช้พืชต่างชนิดกันใช้ปราบศัตรูให้กันได้และเกิดความเชื่อมั่นในพืชผักที่จำหน่ายในตลาดเรา และนักข่าวก็ได้เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ทั้งของจังหวัดเองและของระดับประเทศ เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ และมติชนทำให้ตลาดนัดสีเขียวเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปมากขึ้น ก็ถือว่าเป็นความภาคภูมิใจส่วนหนึ่งของทีมวิจัยที่สามารถส่งเสริมแนะนำให้สมาชิกเกิดจิตสำนึกในการรักษาสุขภาพตัวเองและห่วงใยผู้อื่น ดังคำขวัญประจำตลาด คือ ยิ้มงาม ถามไถ่ ใส่ใจสุขภาพคนเลย อันเนี้ยว

นิยามคำว่า ยิ้มงาม หมายถึง สมาชิกทุกคนที่จำหน่ายสินค้าในตลาด จะมีใบหน้าและแววตาที่สดใสและใบหน้าจะอาบด้วยรอยยิ้มอยู่เสมอ

นิยามคำว่า ถามไถ่ หมายถึง สมาชิกทุกคนจะทำโดยอัตโนมัติ คือ ถามไถ่ลูกค้า พุดคุยและคุ้นเคย และเป็นกันเองกับลูกค้าประจำ

นิยามคำว่า ใส่ใจสุขภาพคนเลย หมายถึง สมาชิกจะใส่ใจสินค้าทุกประเภทที่นำมาจำหน่ายในตลาดอยู่ในระดับปลอดภัยและดีที่สุด

สำหรับผู้บริโภค ทุกอย่างจะต้องมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคให้มากที่สุด

5. ทำกิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงผู้ผลิต ทุก ๆ 3 เดือน ทางตลาดนัดสีเขียวไทยเลย จะต้องพาสมาชิกไปเยี่ยมชมแปลงของสมาชิก และทางคณะกรรมการตลาดจะเลือกจะไปตรวจสอบแปลงของใคร ซึ่งวันที่ 22 มิถุนายน 2555 กรรมการเลือกที่จะแปลงของ คุณนงลักษณ์ นันทะปิ่น อยู่บ้านน้อยสนามบึง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดเลย แปลงของคุณนงลักษณ์ฯ จะปลูกผักตามฤดูกาลเสริม เช่น มะเขือยาว ถั่วฝักยาว บวบยาว และต้นหอมผักชี เป็นต้น

สมาชิกที่ร่วมไปสังเกตการณ์ก็จะมีทั้งหมด 35 คน ประกอบด้วย อ.ส.ม. ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และผู้บริโภค ผู้สื่อข่าว ไม่ดูขั้นตอนในการปลูก การบำรุงรักษา และการสลับกันปลูกผักแต่ละชนิด เพื่อจะป้อนตลาดได้อย่างสม่ำเสมอ เป็นที่ถูกต้องของแขกผู้มาเยือน เพราะแปลงของคุณนงลักษณ์ฯ อยู่ไม่ไกลจากตลาดนัดสีเขียวและศูนย์ราชการของจังหวัดเลย และสามารถที่จะสั่งซื้อได้ตลอดเวลา ผู้บริโภคก็จะได้รับประทานของสดและปลอดภัยพิชร้อยเปอร์เซ็นต์

6. การรณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพบริเวณตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ได้มีการออกสื่อโฆษณาเชิญชวนผู้บริโภคให้หันมารักษาสุขภาพโดยการออกกำลังกาย และเลือกอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายให้เหมาะสมกับวัย และแจกแผ่นปลิว ทำให้คนหันมาสนใจสินค้าในตลาดนัดสีเขียวไทยเลยมาก

ขึ้น นอกจากนี้ ยังรณรงค์ให้สมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยให้ความสำคัญกับการกิน อยู่ หลับนอน รวมทั้งการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอและในทุกโอกาสทั้งในตลาดในแปลงผักหรือในบ้าน

องค์ความรู้ เทคนิคในการผลิตของเกษตรกร องค์ความรู้ได้จากการผลิตของเกษตรกร ของแต่ละสวน

1. น้ำส้มควันไฟ ใช้สำหรับกำจัดพวกเพลี้ย ตัวหนอน ที่มีทางกลุ่มเราได้เรียนรู้ ทำเรื่องของน้ำส้มควันไฟ เพื่อมาใช้กำจัดพวกเพลี้ย ในสวน
2. ที่ตัดแมลง วันทอง ใช้สำหรับ ดักล่อแมลง วันทอง ที่จะมาทำร้ายผลไม้ในสวน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้จาก สวนของคุณยายเสาะ เหลาสุพะ ที่เป็นสมาชิกในกลุ่มตลาดสีเขียวไทย
3. ทำปุ๋ยหมัก ถือได้ว่าใช้กันทุกสวน
4. ฮอร์โมนไข่ ใช้บำรุงดิน บำรุงผัก
5. ฮอร์โมนต้นกล้วย ที่ทำจากต้นกล้วย บำรุงดิน ทำให้ดินร่วนซุย เพิ่มออกซิเจน ใช้สมุนไพรรักษาต่างๆมาหมัก นำมาฉีดไล่แมลงทุกสวน ที่ได้ทำกันมา

ตัวอย่างที่ 4 แปลง ที่ไปสำรวจระยะแรก มีดังนี้

1. ลุงนคร โสภาพร อยู่บ้านโป่ง ตำบลนาแหม อำเภอมืองจังหวัดเลย โรงสีชุมชนผลิตภัณฑ์เด่นคือข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียว กข 6 มีจำหน่ายตลอดปี
2. ยายเสาะ เหลาสุพะ อยู่บ้านห้วยม่วง ตำบลนาดินดำ อำเภอมือง จังหวัดเลย จุดเด่นของสวน เป็นผลไม้ตามฤดูกาล และที่เด่นที่สุดคือละมุด ธันวาคม – กุมภาพันธ์ ของทุกปี มีทั้งหอมกะเทียม ช่วงเดือนพฤศจิกายน - มกราคม ของทุกปี แต่มีจำหน่ายตลอดปี
3. นางนงลักษณ์ นันทะปิ่น จุดเด่น อยู่ใกล้ตลาด และ ใกล้ที่ศูนย์ราชการ จะมีผลิตภัณฑ์ ที่เด่นๆ คือมีหน่อไม้ มะเขือยาว ถั่วฟักยาว ต้นหอม ผักชี แล้วก็มีผลไม้ตามฤดูกาล สามารถสั่งได้ตลอดเวลา รวดเร็ว ถูกค่าได้ผลผลิต ๆ ใหม่ ๆ สด ๆ

4. กลุ่มนายเชิด สิงห์คำป่อง จุดเด่นของสวนนี้ก็คือ ปลูกผักฤดูหนาว จุดเด่น สลัด
แก้ว กะหล่ำสีม่วง กะหล่ำรูปหัวใจ แครอท เป็นพื้นเมืองหนา จะมีจำหน่ายช่วง
ตุลาคม- กุมภาพันธ์ ของทุกปี บ้านกลาง ตำบลปาลา อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

บทที่ 5

สรุป บทเรียน สภาพปัญหา ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินโครงการพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย มีขั้นตอนกระบวนการและผลการดำเนินงานในระยะที่ 1 ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2554 – วันที่ 31 ธันวาคม 2554 สามารถสรุปการดำเนินการบทเรียนที่ได้จากการดำเนินการ สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินการและข้อเสนอแนะที่เกิดขึ้นในการดำเนินการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผล

การดำเนินโครงการวิจัยโครงการพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสี่แยก เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ขององค์กรในตลาดนัดสี่แยกไทยเลยเป็นอย่างไรบ้าง

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดกิจกรรมของตลาดนัดสี่แยกไทยเลย เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติงานจากหลายภาคส่วนในสำนักงานเกษตรจังหวัดเลย สำนักงานเกษตรอำเภอเมืองเลย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเลย สถานีพัฒนาที่ดินจังหวัดเลย ศูนย์บริการวิชาการด้านพืชและปัจจัยการผลิตเลย องค์การบริหารส่วนจังหวัดเลย มูลนิธิเลยเพื่อพัฒนาที่ยั่งยืน ร่วมกันดำเนินการจัดตั้งขึ้น โดยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ว่าราชการจังหวัด(นายพรศักดิ์ เจียรนัย) และนายอำเภอเมืองเลย ได้สนับสนุนด้านสถานที่ด้านหน้าว่าการอำเภอเมืองเลยเป็นสถานที่จัดตลาดนัดทุกวันจันทร์และวันศุกร์ เดิมมีเกษตรกรผู้ผลิตเข้ามาจำหน่ายในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย เพียง 10 ราย/กลุ่ม แต่ในปัจจุบันในตลาดนัดสี่แยกไทยเลยมีสมาชิกที่แจ้งความประสงค์จะนำผลิตภัณฑ์เข้ามาจำหน่ายในตลาดสี่แยกไทยเลย จำนวน 45 กลุ่ม แยกเป็นกลุ่ม พืชผักปลอดสารพิษ 30 กลุ่ม กลุ่มแปรรูปอาหาร 4 กลุ่ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) 9 กลุ่ม กลุ่มธงฟ้า 2 กลุ่ม และในแต่ละวันที่จัดตลาดนัดมีสมาชิกตลาดนัดสี่แยกไทยเลยนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายไม่น้อยกว่า 30 ราย จากข้อมูลผลการเก็บแบบสอบถามเบื้องต้นที่วิจัยได้สรุปข้อมูลของสมาชิกตลาดนัดสี่แยกไทยเลย เป็นดังนี้

1. สมาชิกตลาดนัดสี่แยกไทยเลยส่วนใหญ่เป็นสุภาพสตรี อายุโดยเฉลี่ย 45-50 ปี อายุสูงสุด 84 ปี อายุต่ำสุด 27 ปี

2. รายได้เฉลี่ย(ก่อนหักค่าใช้จ่าย) ต่อปีของสมาชิกตลาดนัดสีเขียวประมาณ 300,000-350,000 บาท/ปี รายได้สูงสุด จำนวน 600,000 บาท/ปี รายได้ต่ำสุดจำนวน 40,000 บาท/ปี

3. ยอดจำหน่ายของสมาชิกในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย 3 เดือนย้อนหลัง เดือนกรกฎาคม 2554 ยอดจำหน่าย 231,100 บาท เดือนสิงหาคม 2554 ยอดจำหน่าย 169,820 บาท เดือนกันยายน 2554 ยอดจำหน่าย 205,460 บาท

สภาพปัญหาและปัจจัยที่มีผลที่เกิดขึ้นในการดำเนินการตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ได้แก่

ปัญหาด้านสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

1. สมาชิกตลาดนัดสีเขียวบางส่วนมีการนำผลผลิตจากตลาดทั่วไปมาขายในตลาดนัดสีเขียว เนื่องจากไม่สามารถผลิตที่ปลอดภัยได้ทันกับความต้องการของผู้บริโภค
2. สมาชิกขาดความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ที่รับมอบหมายในการดำเนินงานตลาดนัดสีเขียว เห็นได้จากมอบหมายงานแล้วสมาชิกไม่ดำเนินการ แล้วไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ที่ตั้งกฎระเบียบข้อบังคับไว้
3. สมาชิกในตลาดไม่ให้ความร่วมมือในการดำเนินของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย เห็นได้จาก การที่สมาชิกของตลาดนัดสีเขียวไม่ร่วมทำกิจกรรม เช่น เวลาประชุมบางคนก็จะไม่ค่อยให้ร่วมมือเข้าร่วมประชุม และหากมีการไปศึกษาดูงาน ก็จะมีแต่คณะเดิมๆที่เดินทางไปร่วมการศึกษาดูงาน แต่กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมก็ไม่เข้าร่วมเลย
4. สมาชิกในตลาดนัดสีเขียวไม่ได้มีการพัฒนาความรู้ในการจัดการตลาดและผลิตภัณฑ์ เห็นได้จากที่ทางสมาชิกไม่ค่อยได้เข้าร่วมศึกษาดูงาน เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาดูงานนั้นมาพัฒนาปรับใช้ผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งสมาชิกบางคนก็เลยไม่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดการตลาดเลย
5. สมาชิกตลาดนัดสีเขียวที่มาจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่ไม่ได้ร่วมดำเนินเกษตรอินทรีย์มาก่อนบางส่วนไม่เข้าใจในอุดมการณ์ของการทำตลาดนัดสีเขียว ว่ามีเป้าหมายร่วมกันอย่างไร เช่น คำว่าเกษตรอินทรีย์ กับคำว่าเกษตรปลอดภัยแตกต่างกันอย่างไร นั้น เช่น คำว่าเกษตรอินทรีย์ ไม่ใช่สารใดๆทั้งสิ้น แต่หากเป็นเกษตรปลอดภัยก็ใช้ได้เป็นบางอย่าง จะมีช่วงเวลาที่ปลอดภัยในการเก็บเกี่ยวผลผลิต ซึ่งสมาชิกที่มาจากหน่วยงานอื่นจะไม่รู้เรื่องนี้เลย แต่ก็มียานวิจัยท้องถิ่นเข้ามาทำให้เกิดการพูดคุยกันมากขึ้น มีการแลกเปลี่ยนทำความเข้าใจ และแนะนำให้สมาชิกได้ตระหนักถึงการทำเกษตรอินทรีย์ ว่ามีความปลอดภัยอย่างไร มีการดูแลแบบไหน ปลูกพืชช่วงไหนเหมาะสมกับเวลานั้น เพื่อที่จะลดการใช้สารเคมี และ

ดูแลรักษาง่ายขึ้น ช่วยเกษตรกรปลอด ก็ให้ความรู้เรื่อง ของเวลาการเก็บเกี่ยวที่ใช้สารเคมีแล้ว และหลังจากเก็บผลผลิตแล้ว จะปลอดภัยต่อผู้บริโภค

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่นำมาจำหน่ายยังขาดการควบคุมคุณภาพ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่ปลอดภัยในการบริโภค และในการดำเนินการตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมามีเพียงสำนักงานเกษตรจังหวัดเลยร่วมกับโรงพยาบาลจังหวัดเลยมาช่วยในการตรวจสอบ แต่การดำเนินการจะทำตามงบประมาณของแต่ละหน่วยงาน ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการตรวจสอบ ซึ่งจะดำเนินการประมาณ 2 ครั้งต่อปี ซึ่งไม่เพียงพอต่อการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่ทางกลุ่มได้ผลิตสามารถตรวจสอบไม่ทั่วถึง บางครั้งก็สมาชิกไม่มาขายก็ไม่ได้ตรวจเลย เจ้าหน้าที่ก็จะไม่ได้รับการตรวจอีกเลย ทำให้การควบคุมคุณภาพนั้นไม่ทั่วถึง ส่วนมากที่เจ้าหน้าที่ที่เข้ามาตรวจ จะไม่มีการแจ้งล่วงหน้า ซึ่งบางครั้งก็เป็นปัญหา สมาชิกไม่ได้ขายก็จะไม่ได้ตรวจ เช่น การตรวจสิน ผัก ผลไม้ ผักสวนครัว ก็จะนำเก็บตัวอย่างไปตรวจ หากพบว่าสินค้านั้นมีสารเคมี ก็จะแจ้งทางคณะกรรมการตลาดเพื่อให้คณะกรรมการพิจารณา ว่าแม่ค้าคนๆนั้นหยุด นำมาจำหน่าย ในระยะเวลา 3 เดือน เพื่อให้ไปปรับปรุง ขั้นตอนในการผลิต แล้วนำสินค้านั้นมาตรวจสอบใหม่อีกครั้ง หากมาตรวจอีกครั้งไม่มีพบสารเคมี ก็จะสามารถกลับมาจำหน่ายได้อีกครั้ง แต่ก็คณะกรรมการต้องทำทันบนไว้ ตักเตือน เพื่อไม่ให้มีประเด็นอีกครั้งต่อไป
2. สินค้าที่นำมาจำหน่ายยังไม่มีหลากหลาย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ตามฤดูกาล เห็นได้จากบางช่วงตลาดเกิดสินค้าซ้ำๆกัน เช่น แดงกวา ถั่วฝักยาว มะเขือ จะซ้ำกันเยอะ ปลุกพร้อมกันหลายเจ้า ทำให้ล้นตลาด ทำให้เกิดขายไม่หมดบ้าง แดงกวา ถั่วฝักยาว ช่วงเดือน ต.ค – ธค จะปลูกไม่ได้เลย จะเกิดเพี้ยน ใบหยิก จะงอ ทำให้สินค้าพอ แต่พอมีงานวิจัยเข้ามาก็ทำให้รูปแบบการผลิต ว่าใครปลูกอะไร อย่างไร สินค้าไม่ซ้ำกัน และแต่ผู้บริโภคจะเลือกสินค้า ซึ่งสินค้าจะไม่จำหน่ายซ้ำกัน สังเกตจาก แม่ค้ากลับไว้วกว่ากำหนด กลับตั้งแต่เที่ยง ตลาดเริ่มตี 5 ถึง 6 โมงเย็น ของทุกวันจันทร์ และศุกร์
3. บรรจุภัณฑ์ของสมาชิกส่วนหนึ่งยังไม่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดยังไม่มีจุดยืน ควรมีการดำเนินการจัดทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตลาดนัดสีเขียวเลย
4. ในการดำเนินการตรวจคุณภาพระดับแปลงยังไม่มีดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ทำให้สมาชิกบางท่านมีการนำผลผลิตของเครือญาติมาจำหน่ายในตลาดแล้วอ้างว่าเป็นผลผลิตของตนเอง ซึ่งทางคณะกรรมการตลาดไม่สามารถที่จะตรวจแปลงได้ทุกเดือน เนื่องจากขาดงบประมาณสนับสนุนในการทำงาน เลยทำให้สมาชิกบาง

คนได้นำเอาเครือญาติมาขาย เช่น ผักสลัด ผักคะน้า แดงกวา ตามฤดูกาล ที่ทางสมาชิกผลิตไม่ทัน ก็แอบเอามาขายในตลาด ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาที่แก้ไม่ตก พอทางคณะกรรมการตลาดเข้าพูดคุยกล่าวตักเตือน ก็หยุดไป แต่พอนานไปก็นำกลับมาขายอีก ซึ่งบางครั้งทางคณะกรรมการก็ไม่ได้ตรวจ ทำให้เกิดปัญหาอย่างต่อเนื่อง

ปัญหาด้านสถานที่

1. การจัดสถานที่ไม่เหมาะสม เนื่องจากสถานที่จัดตลาดนัดสีเขียวปัจจุบันเป็นการกางเต็นท์บริเวณถนนเจริญศรีเพื่อจำหน่าย ในช่วงฤดูฝนจะลำบากในการเก็บเต็นท์ กางเต็นท์
2. ในพื้นที่ถนนเจริญศรี บริเวณข้างศาลากลางจะมีกิจกรรมตลาดนัดจากหน่วยงานต่าง ๆ บ่อยครั้ง จึงทำให้ตลาดต้องมีการย้ายสถานที่บ่อย
3. ในการดำเนินการตลาดนัดยังมีแม่ค้าหรือบุคคลภายนอกยังมาขายในพื้นที่ของตลาดนัดสีเขียวเนื่องจากเข้าใจว่าเป็นสถานที่ราชการทุกคนสามารถเข้ามาจำหน่ายได้ ซึ่งมีคณะกรรมการดำเนินการพูดคุย แม่ค้าหรือบุคคลภายนอกก็จะอ้างถึงหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนองค์กรของตนทำให้คณะกรรมการลังเลในการตัดสินใจหรือไม่ก็ยอมให้เข้ามาจำหน่ายในพื้นที่

ปัญหาด้านการตลาด

1. ผู้บริโภคบางส่วนในตลาดจะเป็นคนเฉพาะกลุ่ม ยังไม่มีการส่งเสริมให้มีผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น จะมีเฉพาะกลุ่มคนที่รักสุขภาพ ที่ใส่ใจเรื่องของการบริโภคที่ถูกสุขลักษณะ ที่ปลอดภัยจากการใช้สารเคมีต่างๆ เห็นได้จากปัจจุบันคนเป็นโรคภัยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเบาหวาน ความดัน โรคไขมันอุดตัน ซึ่งเกิดจากสารเคมีตกค้างในร่างกาย เลยทำให้คนบางกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจ ใส่ใจสุขภาพ ก็จะหันมาให้ความสนใจในการเลือกซื้อสินค้าของที่เป็นเกษตรอินทรีย์ และเกษตรปลอดภัยของตลาดนัดสีเขียวไทยเลยมากยิ่งขึ้น
2. การประชาสัมพันธ์ยังขาดความต่อเนื่อง สืบเนื่องมาจากไม่มีงบประมาณในการสนับสนุนซึ่งปัจจุบันอาศัยผู้บริโภคช่วยประชาสัมพันธ์ให้ แบบปากต่อปาก

การเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสี่แยกไทยเลย

1. ตลาดนัดสี่แยกไทยเลยร่วมกับทางโรงพยาบาลเลย ทำการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่จำหน่ายในตลาดนัดสี่แยกไทยเลยทุก ๆ 2 เดือน และตรวจสอบหาสารตกค้างในกลุ่มสมาชิกและลูกค้า ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป ทุกๆ 6 เดือน
2. การจัดฝึกอบรมให้สมาชิกให้มีความรู้ในการตรวจสอบเองเป็น และยังสามารถที่จะตรวจสอบให้คนอื่นในตลาดได้อีก ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้าในตลาดมากขึ้น ซึ่งก็หมายถึงยอดขายของสมาชิกมากขึ้น รวมทั้งรายได้ก็มากตามมา สมาชิกมีคุณภาพชีวิตดีขึ้น
3. ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอันตรายหรือพิษภัยจากสารพิษตกค้างเป็นระยะๆและต่อเนื่อง
4. ผู้บริโภคเยี่ยมชมแปลงที่ผลิต
5. ทำกิจกรรมตรวจสอบคุณภาพแปลงผู้ผลิต ทุก ๆ 3 เดือน ทางตลาดนัดสี่แยกไทยเลย จะต้องพาสมาชิกไปเยี่ยมชมแปลงของสมาชิก และทางคณะกรรมการตลาดจะเลือกที่จะไปตรวจสอบแปลงของใคร
6. การรณรงค์ตลาดนัดคนรักสุขภาพบริเวณตลาดนัดสี่แยกไทยเลย ได้มีการออกสื่อโฆษณาเชิญชวนผู้บริโภคให้หันมาดูแลสุขภาพโดยการออกกำลังกาย และเลือกอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายให้เหมาะสมกับวัย และแจกแผ่นปลิว ทำให้คนหันมาสนใจสินค้าในตลาดนัดสี่แยกไทยเลยมากขึ้น

องค์ความรู้ เทคนิคในการผลิตของเกษตรกร องค์ความรู้ได้จากการผลิตของเกษตรกร น้ำส้มควันไฟ ใช้สำหรับกำจัดพวกเพลี้ย ตัวหนอน ที่มีทางกลุ่มเราได้เรียนรู้ ทำเรื่องของน้ำส้มควันไฟ เพื่อมาใช้กำจัดพวกเพลี้ย ในสวน การทำที่ตัดแมลง วันทอง ใช้สำหรับ ดักล่อแมลง วันทอง ที่จะมาทำร้ายผลไม้ในสวน ทำปุ๋ยหมัก ถือได้ว่าใช้กันทุกสวน ฮอร์โมนไข่ ใช้บำรุงดิน บำรุงผัก ฮอร์โมนต้นกล้วย ที่ทำจากต้นกล้วย บำรุงดิน ทำให้ดินร่วนซุย เพิ่มออกซิเจน ใช้สมุนไพรพืชต่าง ๆ มาหมัก นำมาฉีดไล่แมลงทุกสวน ที่ได้ทำกันมา

5.2 บทเรียนสำหรับทีมนักวิจัยท้องถิ่น

1. การประชุมเตรียมความพร้อม ทำให้นักวิจัยท้องถิ่นได้เรียนรู้และทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการวิจัยเพื่อท้องถิ่นโดยคนในท้องถิ่นเอง เช่น
 - การกำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อเตรียมความพร้อมทีมวิจัย เพื่อวางแผนการทำงานร่วมกันของทีมวิจัยและเพื่อพัฒนาศักยภาพของทีมวิจัย
 - เป็นการเพิ่มทักษะของทีมวิจัยให้รับบทบาทหน้าที่ในการทำงานร่วมกันและเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติแบบเดียวกันโดยมีหัวข้อให้ทีมวิจัยปฏิบัติ คือ ได้แก่ ทีมวิจัยไม่ควรเป็นผู้ให้ข้อมูลเอง ทีมวิจัย ควรเป็นผู้ที่ขยันในการจดบันทึก ต้องกระตือรือร้นเป็นผู้รู้ข้อมูลน้อย เพื่อที่จะให้

เกิดคำถามและได้ข้อมูลที่แท้จริงจากสมาชิกและทีมวิจัยควรเป็นผู้ที่รู้จักตั้งคำถามเพื่อที่จะได้มาซึ่งข้อมูลแบบเชิงลึกจากสมาชิก

- ผลที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรม ทีมวิจัยและที่ปรึกษาโครงการได้ทบทวนเป้าหมายโครงการวิจัย สามารถวางแผนการวิจัย ได้เรียนรู้กระบวนการวิจัยบทเรียน/ปัญหา/การแก้ไข ได้รับทราบและเข้าใจร่วมกันกับภารกิจในการปฏิบัติงานภายใต้กระบวนการวิจัยตรงกัน ทีมวิจัยได้ให้ความมั่นใจกับการทำงานวิจัยร่วมกันในการดำเนินงานต่อไป

2. การเข้าร่วมเวทีเสวนาร่วมกับภาคีเครือข่ายทำให้ทราบประเด็นในการกำหนดเครื่องมือการวิจัยและเพิ่มประสบการณ์ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

3. ได้ทำการศึกษาและเรียนรู้การสร้างแบบสอบถามการตั้งประเด็นในการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ รวมทั้งการเขียนรายงานการวิจัย

บทเรียนสำหรับการสำรวจข้อมูลพื้นฐานสมาชิกและกลุ่มเก็บตัวอย่างข้อมูลเชิงลึกของหมู่บ้าน

1. ได้ศึกษาข้อมูลและสภาพปัญหา และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

2. ได้รับรู้ข้อมูลและองค์ความรู้ ภูมิปัญญา เทคนิค ในกระบวนการผลิตของเกษตรกรผู้นำในหมู่บ้านเพื่อขยายผล

3. เกิดทักษะจากการเรียนรู้ภาคสนามเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลฐานการผลิต องค์ความรู้การผลิต และการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

4. ทำให้ทราบทัศนคติและมุมมอง ปัญหา ข้อเสนอแนะของผู้นำเกษตรกร สมาชิกตลาดนัดสีเขียวที่มีต่อตลาดนัดสีเขียวดียิ่งขึ้น

5.3 สภาพปัญหาของการดำเนินการวิจัย

1. ทีมวิจัยท้องถิ่นส่วนใหญ่ เป็นผู้มีการศึกษาน้อยยังไม่เข้าใจว่างานวิจัยมีประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างไร อีกทั้งยังไม่มีความรู้กรอบแนวคิดและการออกแบบประเด็นปัญหาต่างๆได้ดีพอ

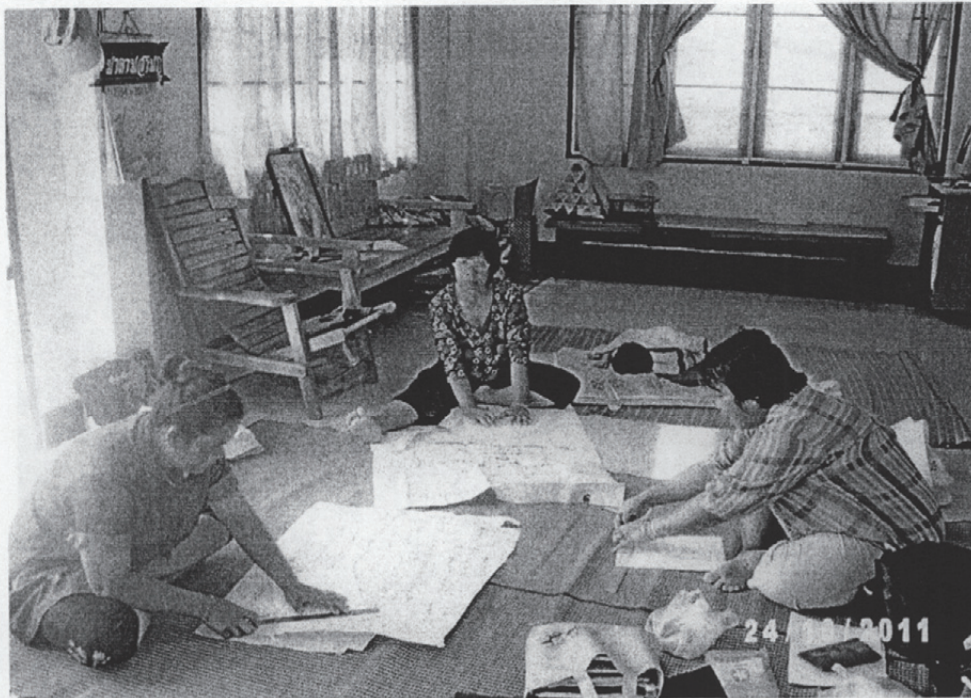
2. การวิจัยท้องถิ่นโดยนักวิจัยท้องถิ่นและชุมชน เป็นเรื่องใหม่และยังไม่เข้าใจกระบวนการวิจัย การกำหนดเครื่องมือการวิจัย การออกแบบสอบถาม ทำให้การดำเนินการวิจัยในระยะที่ 1 ลำบาก

3. กลุ่มเป้าหมายไม่ค่อยเก็บข้อมูลย้อนหลังทำให้ต้องเสียเวลาในการซักถามเก็บข้อมูลมาก ทำให้เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่งานวิจัยล่าช้า

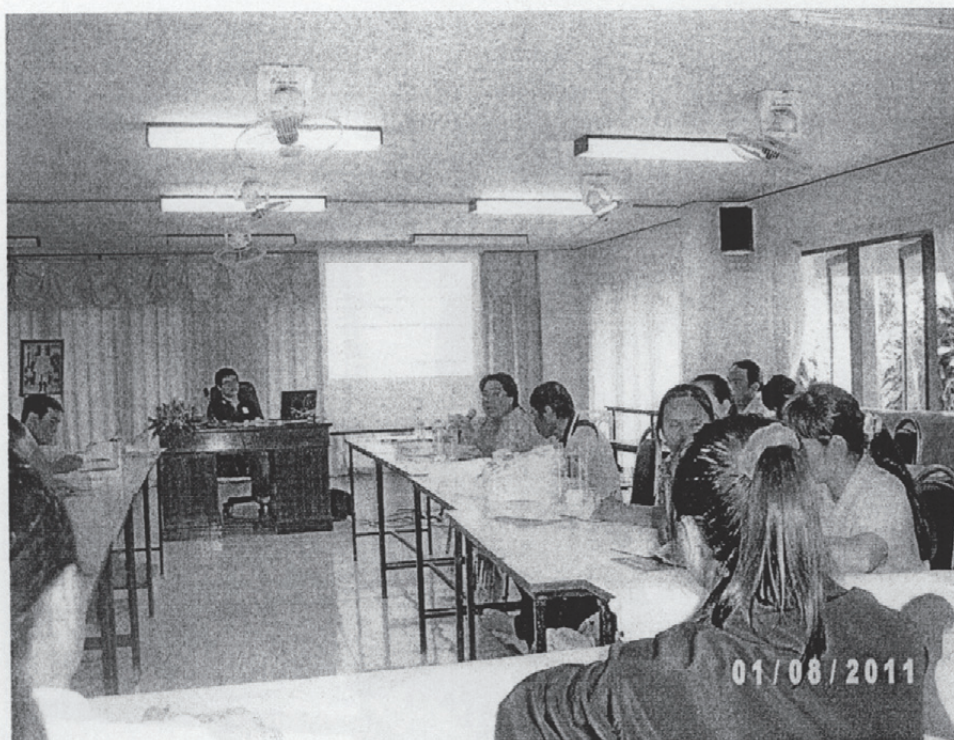
5.4 ข้อเสนอแนะ

1. ในช่วงเวลาการเตรียมความพร้อมของทีมนักวิจัยท้องถิ่น ควรมีการจัดสัมมนาทีมวิจัยท้องถิ่นและวิทยากรเน้นในเรื่องประโยชน์ของการทำวิจัยท้องถิ่นโดยนักวิจัยท้องถิ่นเอง
2. ควรมีระยะเวลาในการเตรียมความพร้อมมากขึ้นและเข้มข้นกว่าเดิม โดยทีมวิทยากรให้ความสำคัญและให้เวลาในการฝึกปฏิบัติ
3. ควรมีการสร้างเครือข่ายนักวิจัยท้องถิ่นเพื่อถ่ายทอดความรู้ เพิ่มทักษะและแลกเปลี่ยนประสบการณ์

ภาคผนวก

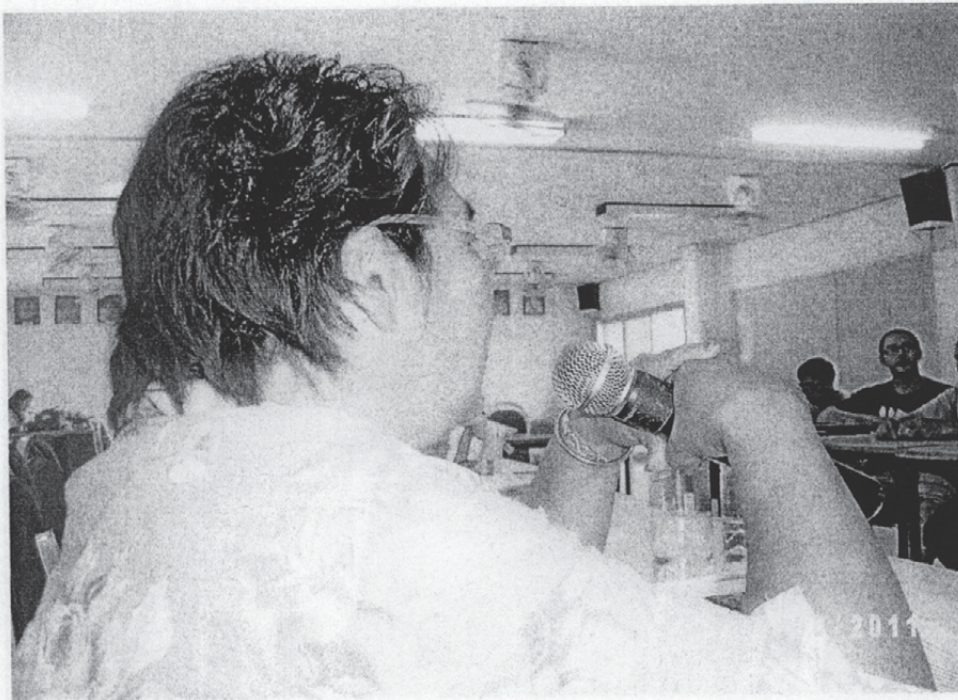


ภาพประกอบที่ 1 ทีมวิจัยรวบรวมข้อมูลจัดทำรายงาน

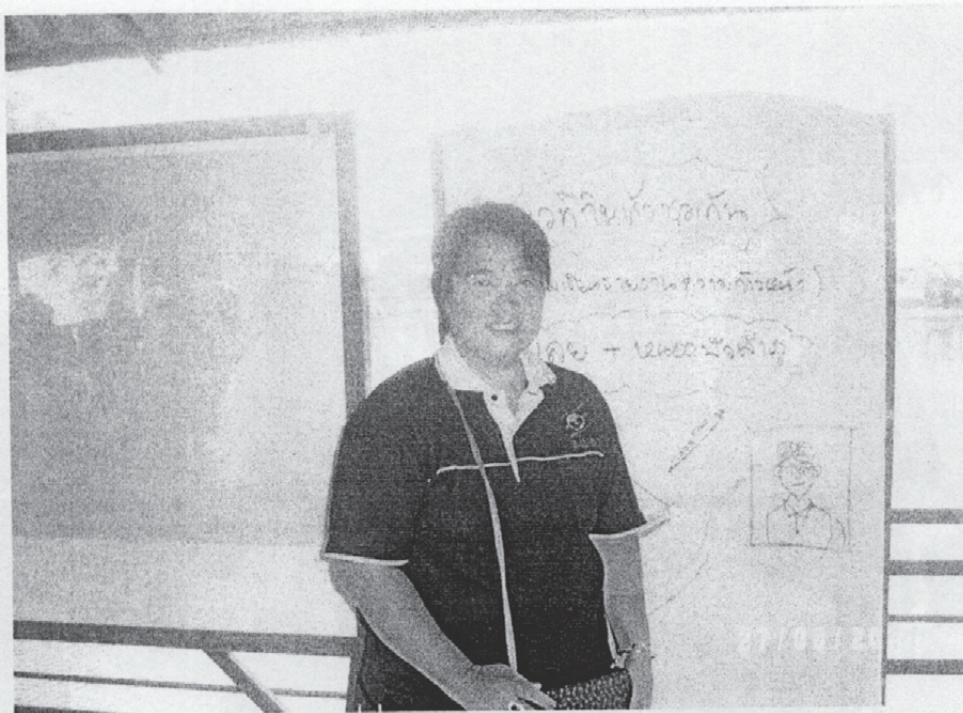


ภาพประกอบที่ 2 จัดประชุมทีมวิจัยและเตรียมความพร้อมให้กับทีมวิจัย

ภาพประกอบที่ 3 กิจกรรมนำกลุ่มนักเรียนวิจัยและคณะกรรมการตัดสิน



ภาพประกอบที่ 3 จัดการประชุมสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทย



ภาพประกอบที่ 4 กิจกรรมพัฒนาศักยภาพทีมวิจัยและคณะกรรมการตลาดนัด



ภาพประกอบที่ 5 ร่วมประชุมเสวนาวิชาการ “บทสรุปายงานกับทีมวิจัยจังหวัดหนองบัวลำภู



ภาพประกอบที่ 6 ตลาดนัดสี่แยกไทยเลย



ภาพประกอบที่ 7 ตลาดนัดสีเขียวไทยเลย ข้างศาลากลางจังหวัดเลย
(หน้าที่ว่าการอำเภอเมืองเลย) ทุกวันจันทร์และวันศุกร์



ภาพประกอบที่ 8 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 1



ภาพประกอบที่ 9 เวทีนำเสนอผลงานวิจัยและแลกเปลี่ยนเรียนรู้งานวิจัยท้องถิ่น



ภาพประกอบที่ 10 ศึกษาดูงาน



ภาพประกอบที่ 11 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 1



ภาพประกอบที่ 12 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 2



ภาพประกอบที่ 13 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 2



ภาพประกอบที่ 14 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 2

ภาพประกอบที่ 15 ร่วมเรียนรู้กับเกษตรกรชาวเขาเผ่าม้ง



ภาพประกอบที่ 15 ลงพื้นที่ตรวจเยี่ยมแปลงเพาะปลูก ครั้งที่ 3



ภาพประกอบที่ 16 ร่วมเรียนรู้กับเครือข่ายคนทำงานวิจัย

แบบสอบถาม

ข้อมูลสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกตลาดนัดสีเขียว โครงการพัฒนาการเรียนรู้เพื่อควบคุมคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ในตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

คำชี้แจงในการตอบ โปรดกรอกข้อความในช่องว่างหรือเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกตลาดนัดสีเขียวไทยเลย

1.1 ชื่อ สกุล.....

1.2 ที่อยู่.....บ้าน.....ตำบล.....อำเภอ.....
จังหวัด..... เบอร์โทร.....

1.2 อายุปี

1.3 การศึกษา

☐ 1. ประถมศึกษา ป.4

☐ 2. ประถมศึกษา ป.6

☐ 3. มัธยมศึกษา

☐ 4. มัธยมศึกษา

☐ 5. ปริญญาตรี

☐ 6. สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 สถานภาพ

☐ 1. โสด

☐ 2. สมรส

☐ 3. หม้าย

☐ 4. อื่น.....

1.5 สมาชิกในครัวเรือน.....คน

1.6 แรงงานในครัวเรือน.....คน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตของสมาชิกตลาดนัดสีเขียว

2.1 ข้อมูลที่ดิน

2.1.1 ที่ดินที่ปลูกสร้างที่อยู่อาศัย จำนวน.....ไร่

2.1.2 ที่ดินทำการเกษตร จำนวน.....ไร่

2.1.3 รวมจำนวนที่ดินทั้งหมด.....ไร่

2.2 ข้อมูลการผลิต

ผัก	ผลไม้	ข้าว	อาหารแปรรูป
1.	1.	1.	1.
2.	2.	2.	2.
3.	3.	3.	3.
4.	4.	4.	4.
5.	5.	5.	5.
6.	6.	6.	6.
7.	7.	7.	7.
8.	8.	8.	8.
9.	9.	9.	9.
10.	10.	10.	10.

2.3 กระบวนการผลิต

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 ต้นทุนการผลิต

- [] 1. ค่าปุ๋ย.....บาท [] 2. ค่าพันธุ์พืช.....บาท
- [] 3. ค่ายาปราบศัตรูพืช.....บาท [] 4. ค่าแรงงาน.....บาท
- [] 5. ค่าไถ่พรวนดิน.....บาท [] 6. อื่น ๆบาท

2.5 ผลตอบแทนที่ได้

2.5.1 ปริมาณผลผลิต.....ก.ก./ไร่

2.5.2 รายได้จากการขายผลผลิต.....บาท/ปี

2.6 ภาระหนี้สิน

- [] 1. กองทุนหมู่บ้าน.....บาท [] 2. ธกส.....บาท
 [] 3. ธนาคารอื่น ๆ.....บาท [] 4. กขคจ.....บาท
 [] 5. ค่าไถ่พรวดิน.....บาท [] 6. อื่น ๆบาท

2.7 รายได้

- [] 1. จากการเกษตร.....บาท [] 2. ลูกส่งให้.....บาท
 [] 3. รับจ้าง.....บาท [] 4. ค้าขาย.....บาท
 [] 5. จากเงินเดือน.....บาท/เดือน ระบุอาชีพ.....

ตอนที่ 3 ความรู้ความสามารถ

3.1 ความรู้ ความชำนาญของท่าน

.....

ตอนที่ 4 ข้อมูลแปลงผลิต

4.1 แผนทีแปลง



เหนือ

ประวัตินักวิจัย

1. นางแวรรัตน์ วันดี

เกิดวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2506 อายุ 48 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ
 ที่อยู่ที่ 68/39 ถ.วิสุทธิเทพ ต.กุดป่อง อําเภอมือง จังหวัดเลย 42000 โทร. 089-8405767
 การศึกษา จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนป่าติ้ววิทยาคม จ.ยโสธร
 ประวัติการทำงาน

- 2538 -2542 ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานจังหวัดชัยภูมิ ตำแหน่งอาจารย์สอนตัดเย็บเสื้อผ้า
 (ลูกจ้างประจำ)
 2547 จัดตั้งกลุ่มแม่บ้าน OTOP และเป็นคณะกรรมการเครือข่าย OTOP
 ระดับจังหวัด
 2550 ร่วมพัฒนาตลาดนัดสีเขียวไทเลย และเป็นคณะกรรมการตลาดนัด

2. นางจอมลี สอนสุภาพ

เกิดวันที่ 7 เมษายน 2506 อายุ 48 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ
 ที่อยู่ที่ 147 ถ.เลย – เชียงคาน ต.กุดป่อง อําเมือง จังหวัดเลย 42000
 การศึกษา ประกาศนียบัตรการวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาพานิชยกรรม
 วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย ปี 2528

3. นายถนอม วงษ์สกุล

เกิด 12 เมษายน พ.ศ. 2486 อายุ 68 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ
 ที่อยู่ 22 ม.1 ต.น้ำหมาน อ.เมือง จ.เลย 42000
 โทร. 084-7879048
 สมรสกับ นางอิม วงษ์สกุล มีบุตร 5 คน
 การศึกษา ประถมศึกษาปีที่ 4
 อาชีพ เกษตรกร

4. นายนคร โสภาศรี

เกิด 1 มีนาคม พ.ศ. 2491 อายุ 63 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ
 ที่อยู่ 114 ม.5 บ้านโป่ง ต.นาแก อ.เมือง จ.เลย 42000
 โทร. 081-7081396
 สมรสกับ นางอุทัย โสภาศรี มีบุตร 3 คน
 อาชีพ เกษตรกรและค้าขาย

5.นางเดือนใจ ดวงศรี

เกิด 3 เมษายน พ.ศ. 2507 อายุ 47 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ

ที่อยู่ 227 ม.1 ต.ศรีสองรัก อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 084-9076859

สมรสกับ นายพลิน ดวงศรี มีบุตร 4 คน

การศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 6

อาชีพ เกษตรกรและค้าขาย

6.นางทองเพ็ชร บัวหอม

เกิด 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2499 อายุ 54 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ

ที่อยู่ 14 ม.3 ต.นาอาน อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 089-3764309

สมรสกับ นายมีชัย บัวหอม มีบุตร 2 คน

การศึกษา ประถมศึกษาปีที่ 4

อาชีพ เกษตรกร

7.นางนงลักษณ์ นันทะปิ่น

เกิด 11 มีนาคม พ.ศ. 2510 อายุ 44 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ

ที่อยู่ 5 ม.7 ต.เมือง อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 085-6092876

สมรสกับ นายวิญญู นันทะปิ่น มีบุตร 1 คน

การศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 3

อาชีพ เกษตรกรและค้าขาย

8.นางเทียมใจ กันแพงศรี

เกิด 15 กรกฎาคม พ.ศ. 2515 อายุ 42 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ

ที่อยู่ 210 ม.10 ต.นาดินดำ อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 085-2327546

สมรสกับ นายชาลิน กันแพงศรี มีบุตร 1 คน

การศึกษา ประถมศึกษาปีที่ 6

อาชีพ เกษตรกร

9.นางแสงเดือน พรหมรักษา

เกิด 17 กันยายน พ.ศ. 2521 อายุ 33 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ
ที่อยู่ 95 ม.3 ต.ปลาบ่า อ.ภูเรือ จ.เลย

โทร.081-1847598

สมรสกับ นายนิพล พรหมรักษา มีบุตร 3 คน

การศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 3

อาชีพ เกษตรกร

10.นางปัทมา ศรีบุรินทร์

เกิด 17 เมษายน พ.ศ. 2527 อายุ 27 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ
ที่อยู่ 99 ม.3 ต.ปลาบ่า อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 081-1847598

สมรสกับ นายยอดชาย ศรีบุรินทร์ มีบุตร 2 คน

การศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 3

อาชีพ เกษตรกร

11.นางสุภาพ วังศิริ

เกิด 12 เมษายน พ.ศ. 2521 อายุ 33 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ
ที่อยู่ 46 ม.3 ต.ปลาบ่า อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 081-1847598

สมรสกับ นายชัยวัฒน์ วังศิริ มีบุตร 2 คน

การศึกษา ประถมศึกษาปีที่ 4

อาชีพ เกษตรกร

12.นายเชิด สิงห์คำป่อง

เกิด 21 กันยายน พ.ศ. 2499 อายุ 55 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ
ที่อยู่ 95 ม.3 ต.ปลาบ่า อ.ภูเรือ จ.เลย

โทร. 081-0527728

สมรสกับ นางอินตอง สิงห์คำป่อง มีบุตร 2 คน

การศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 6

อาชีพ เกษตรกร

13.นางเสาะ เหลาสุพะ

เกิด 15 มีนาคม พ.ศ. 2497 อายุ 57 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ

ที่อยู่ 104 ม.13 ต.นาดินดำ อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 0883408964 087-9485263

สมรสกับ นายบุญแทน เหลาสุพะ

การศึกษา ประถมศึกษาปีที่ 4

อาชีพ เกษตรกร

14.นางวิไล ศรีพรหมมา

เกิด 24 มิถุนายน พ.ศ. 2501 อายุ 53 ปี สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ

ที่อยู่ 39 ม.3 ต.นาอาน อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 089-3764309

สมรสกับ นายกองไล ศรีพรหมมา

การศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 6

อาชีพ เกษตรกรและค้าขาย

15.นางนันทนา เชื้อบุญมี

อายุ 61 สัญชาติไทย ศาสนาพุทธ

ที่อยู่ 159 บ้านหนองผักก้าม ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000

โทร. 080-7452082 042-812038

สมรสกับ นายเจน เชื้อบุญมี มีบุตร 2 คน

การศึกษา ประถมศึกษาปีที่ 4

อาชีพ เกษตรกรและค้าขาย