ชื่อเรื่อง : รูปแบบการพัฒนาตลาดนัดสีเขียว อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์

ชื่อผู้ศึกษา : ดาวรุ่ง ดอนสมจิตร และคณะ สำนักงานสาธารณสุขอำเภอกมลาไสย

บทนำ

ตลาดนัดสีเขียวกมลาไสย เปิดขึ้นตั้งแต่วันที่ ๙ มกราคม ๒๕๕๘ เปิดขายบริเวณลานหน้าสำนักงานสาธารณสุขอำเภอกมลาไสย ทุกวันศุกร์ของสัปดาห์ เวลา ๑๖.๐๐น.-๑๙.๐๐ น. โดยมีเครือข่าย ๑๖ เครือข่าย ประกอบด้วย ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติกาฬสินธุ์ ชมรมเพื่อนธรรมชาติ กลุ่มผู้ผลิตอินทรีย์บ้านหัวขวา กลุ่มศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านสองห้อง สวนเห็ดเพียงพอดีคุ้มใต้ กลุ่มผู้ผลิตอินทรีย์บ้านบ่อ กลุ่มผักปลอดสารพิษบ้านโนนสวาง สวนโฮมบุญข้าวปลอดสารพิษ สวนละอองดาว ศูนย์พัฒนาพันธุ์พืชร้อยเอ็ดกาฬสินธุ์ กลุ่มผักปลอดสารพิษบ้านโนนเมือง สภาเกษตรกรจังหวัดกาฬสินธุ์ สำนักกองทุนฟื้นฟูเกษตรกร จังหวัดกาฬสินธุ์ ศูนย์กสิกรรมธรรมชาติ ต.หนองตอกแป้น กลุ่มผู้ผลิตอินทรีย์ศูนย์เรียนรู้โคกดงหวาย กลุ่มผู้ผลิตผักปลอดสารพิษบ้านนามล กิจกรรมของตลาดสีเขียว เป็นพื้นที่แห่งการแลกเปลี่ยนที่เป็นธรรมจำหน่ายพืชผักอินทรีย์ และปลอดสารพิษ อาหาร และผลิตภัณฑ์ของใช้ที่ผลิตจากสมุนไพร เช่นสบู่ ยาสระผม ฯลฯ เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายการพัฒนา ตลาดสีเขียวเป็นตลาดของคนกมลาไสย อย่างไรก็ตามการที่จะทำให้เกิดความยั่งยืน สำนักงานสาธารณสุขอำเภอกมลาไสยจึงได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาตลาดนัดสีเขียวอำเภอกมลาไสย

เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ( P–D–C–A) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาตลาดนัดสีเขียว อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ ใช้วิธีการสังเกต สัมภาษณ์ ถอดบทเรียน สรุปผลการดำเนินงานของตลาดนัดสีเขียว ในกลุ่มเครือข่ายผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องของตลาดนัดสีเขียว อำเภอกมลาไสย จำนวน ๑๖ คน ระยะเวลาที่ศึกษาระหว่างเดือนมกราคม ๒๕๕๘ ถึง พฤษภาคม ๒๕๕๙

ผลการศึกษา พบว่า ภาคีเครือข่ายที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดสีเขียวกมลาไสยประกอบด้วยกลุ่มผู้ผลิต ๑๖ กลุ่ม สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลกมลาไสย พัฒนาชุมชน เกษตรอำเภอ ท้องถิ่นอำเภอ การศึกษานอกระบบฯ เทศบาลกมลาไสย สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.) มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์ โดยขับเคลื่อนตลาดนัดสีเขียวภายใต้วาระอำเภอกมลาไสยเมืองอาหารปลอดภัย การพัฒนาด้านการผลิต มีการวางแผนผลิตเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค มีกิจกรรมการตรวจเยี่ยมแปลงของผู้ผลิตโดยกลุ่มเครือข่ายและภาครัฐ ๒ ครั้ง/ปี และผู้บริโภคสามารถตรวจเยี่ยมแปลงได้ทุกเวลา เพื่อความมั่นใจของผู้บริโภค มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และวางแผนการผลิตผักปลอดสารพิษเชื่อมโยงกับร้านอาหาร ด้านกิจกรรม ตลาดนัดสีเขียวเป็นศูนย์กลางสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริโภคและผลิตได้เข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน สร้างระบบตลาดที่มิใช่แค่กิจกรรมการซื้อขาย แต่เป็นตลาดที่สร้างระบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยมีเป้าหมายของการยกระดับให้เป็นตลาดที่ว่าด้วย “ตลาดแห่งความรักใคร่ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ พื้นบ้าน ปลอดภัย” โดยการจำหน่ายข้าวปลาปลอดสาร อาหารปลอดภัย ผักพื้นบ้านแล้ว ยังเป็นพื้นที่ของการจัดการความรู้ ให้คนได้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน มีการจัดเวทีแลกเปลี่ยนรู้อย่างต่อเนื่องใน กิจกรรมเสวนาผู้ผลิตพบผู้บริโภค, ทัวร์ผู้บริโภคเยี่ยมแปลงผู้ผลิต,กิจกรรมลานดนตรีสร้างความรู้ เกิดรูปแบบการหนุนเสริมงานกันอย่างลงตัวของภาคีองค์กรพี่เลี้ยง นอกจากเครือข่ายองค์กรชาวบ้านทั้ง 5 องค์กรจะเข้ามาร่วมมือกันทำงานแล้ว งานวิจัยยังก่อให้เกิดรูปแบบการทำงานหนุนเสริมกันอย่างบูรณาการและสมดุลตัวของภาคีองค์กรพี่เลี้ยง ซึ่งนับว่าเป็นครั้งแรกในจังหวัดที่การบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างลงตัวทีสุดในการร่วมกันผลักดันยุทธศาสตร์เกษตรปลอดสาร อาหารปลอดภัย อย่างเป็นรูปธรรม เกิดรูปแบบกลไกการบริหารจัดการตลาดสีเขียวที่เหมาะสมกับพื้นที่ โดยมีการคัดเลือกตัวแทนเครือข่ายผู้ผลิต เข้ามาทำหน้าที่เป็นคณะกรรมการ บริหารจัดการตลาด ทำหน้าที่ในการร่วมกันกำหนดกติกาและติดตาม เฝ้าระวังและตรวจสอบคุณภาพสินค้า การตรวจหาสารปนเปื้อนในอาหาร การตรวจหายาฆ่าแมลงในพืชผักของเกษตรกร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้า รวมถึงและความสะอาด และมีกรรมการระดับพื้นที่ทำหน้าที่ในการติดตาม ตรวจสอบ และสะท้อนความคิดเห็นของสมาชิกเข้าสู่เวทีของคณะกรรมการตลาด มีระบบการตรวจสอบย้อนกลับของผลผลิตที่นำมาจำหน่ายในตลาด สร้างระบบความมั่นใจและเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้า อาหารปลอดภัย ให้แก่ผู้บริโภค และจัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาตลาดสีเขียว ด้านการจัดการตลาด เพิ่มช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น เช่น โรงพยาบาล ร้านอาหาร การบริหารเครือข่ายมีคณะกรรมการบริหารจัดการส่วนกลาง ประสานสมาชิกถึงปริมาณและผลผลิตที่จะนำมาขายในแต่ละสัปดาห์ เพื่อแจ้งกลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มไลน์ตลาดนัดสีเขียว ด้านการประชาสัมพันธ์ มีการประชาสัมพันธ์ทางป้ายคัตเอาน์ประชาสัมพันธ์ วิทยุชุมชน และกิจกรรมบันเทิงดนตรีเพื่อชีวิต ศิลปะพื้นบ้านหมอลำ ณ บริเวณลานตลาดสีเขียว เพื่อสร้างบรรยากาศ และสร้างความสนใจแก่ผู้มาเลือกซื้อสินค้า จากการดำเนินการเปิดตลาดสีเขียวมาระยะเวลา ๑ ปี ๖ เดือน พบว่ามีผู้บริโภคซื้อสินค้าเฉลี่ย สัปดาห์ละ ๖๐ คน ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ รายได้ของผู้จำหน่ายเฉลี่ยต่อครั้ง ๕,๐๐๐ บาท เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของตลาดควรเพิ่มเครือข่ายผู้ผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค และเชื่อมโยงสินค้าสู่ร้านอาหาร ด้วยการจัดรูปแบบประชาสัมพันธ์ร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบที่ปลอดภัยจากเครือข่ายตลาดนัดสีเขียว