

๑. ชื่อผลงาน โครงการขอนแก่นกรีนมาร์เก็ต (ตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น)

๒. ระยะเวลาที่ดำเนินการ ๑ สิงหาคม ๒๕๕๗- ๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๘

๓. ความรู้ความสามารถที่ใช้ในการดำเนินการ (ที่แสดงถึงศักยภาพในการบริหารจัดการ)

- ๓.๑ การพัฒนาแผนงานโครงการด้านการส่งเสริมผู้ผลิต ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและด้านกรีนมาร์เก็ต
- ๓.๒ การกำหนดตัวชี้วัดผลงาน โครงการ กิจกรรมและกระบวนการประเมินติดตามผล
- ๓.๓ การเป็นวิทยากรกระบวนการ เพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาสังคม

๔. สรุปสาระสำคัญของผลงาน และขั้นตอนการดำเนินการ

๔.๑ หลักการและเหตุผล

การเปลี่ยนแปลงสภาวะภูมิอากาศ ที่เรียกว่า “ปรากฏการณ์โลกร้อน” เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของผู้คน สัตว์และพืช ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบและไม่ต้องส่งต่อโลกที่บอบช้ำให้กับคนรุ่นหลัง นายกเทศมนตรีนครขอนแก่น จึงเชิญชวนพนักงานเทศบาลที่มีความสนใจเข้าร่วมพัฒนาโครงการขอนแก่นหัวใจไร้มลพิษ (Khon Kaen : Low Carbon City) โดยกำหนด ๔ ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ สังคมแห่งต้นไม้ , ยุทธศาสตร์ที่ ๒ สังคมไร้มลพิษ , ยุทธศาสตร์ที่ ๓ สังคมพิชิตพลังงาน และ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ สังคมคนรุ่นใหม่หัวใจสีเขียว ซึ่งในการสื่อสารให้คนรุ่นใหม่ซึ่งในนี้หมายถึงประชาชนทุกคนที่ยังไม่รู้ ไม่เข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบของสภาวะภูมิอากาศโลก ให้สามารถเตรียมความพร้อมและร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตราบนานเท่านาน ผ่านกิจกรรม “โครงการขอนแก่นกรีนมาร์เก็ต หรือตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น” เพื่อเชื่อมโยงให้รู้และเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเกษตร-อาหาร/โภชนาการ-สุขภาพ-สังคม-สิ่งแวดล้อม ที่มีผู้เกี่ยวข้อง ๓ กลุ่มสำคัญ คือ เกษตรกรและผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องและประชาชนผู้บริโภค โดยใช้กลยุทธ์ “อาหารศึกษา” เพราะถ้าหากปราศจากแนวคิดแนวปฏิบัติด้านอาหารศึกษาแทรกซึมอยู่ในวิถีการทำงานและการใช้ชีวิตแล้ว จะเกิดผลกระทบอันใหญ่หลวงส่งผลกระทบต่อวิกฤตการณ์อาหารของสังคมโลกในบั้นปลาย เสมือนคำเปรียบเทียบกับที่ว่า “เด็ดดอกไม้สะเทือนถึงดวงดาว ”

“อาหารศึกษา” หมายความว่า กระบวนการส่งเสริม พัฒนาวิจัย เพื่อให้ความรู้ ความตระหนักและพฤติกรรมที่ถูกต้องในห่วงโซ่อาหาร

เนื่องจากการคุ้มครองผู้บริโภคให้เกิดผลในทางปฏิบัติ จำเป็นต้องมีตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมแสดงให้เห็นอย่างต่อเนื่องและยาวนานเพียงพอในการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิด ทักษะและพฤติกรรมของผู้คน ขอนแก่นกรีนมาร์เก็ต หรือ ตลาดนัดสีเขียวขอนแก่น เกิดขึ้นจากการรวมตัว ร่วมคิด ร่วมทำของหลายภาคส่วน ได้แก่ เครือข่ายอเมริกัน เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือกภาคอีสาน หอการค้าจังหวัดขอนแก่น สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม เครือข่ายแรงงานนอกระบบ สมาคมคุ้มครองผู้บริโภค และ

หน่วยงานภาครัฐด้านการเกษตร ด้านการสาธารณสุข ด้านการพัฒนาชุมชนและสังคม โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเทศบาลนครขอนแก่น ฝ่ายส่งเสริมอาหารปลอดภัย เป็นภาคีหลักในการขับเคลื่อนกิจกรรม

๔.๒ แนวคิดและวัตถุประสงค์

- เพื่อสื่อสารองค์ความรู้ ความเข้าใจ สร้างความตระหนักเกี่ยวกับผลกระทบของสภาวะภูมิอากาศโลกและการเตรียมตัวให้พร้อมในการรับภาวะวิกฤติโดยเฉพาะด้านอาหาร
- เพื่อผลักดันให้เกิดอาหารปลอดภัยในชุมชนเมืองที่เป็นรูปธรรม
- เพื่อผลักดันให้มีการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว
- เพื่อให้มีพื้นที่หรือเวทีของผู้ผลิตพบผู้บริโภค อันจะนำมาซึ่งความไว้วางใจและพันธสัญญาร่วมกัน

๔.๓ เป้าหมาย

- มีพื้นที่การจำหน่ายสินค้าปลอดสารพิษเพื่อการเชื่อมโยงผู้ผลิตและผู้บริโภคอย่างต่อเนื่องอย่างน้อย ๑ แห่งต่อสัปดาห์
- ประชาชนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาวะโลกร้อน และสามารถเลือกบริโภคอาหารปลอดภัย ที่ผลิตอย่างใส่ใจในวิถีเกษตรอินทรีย์ได้

๔.๔ ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ประชุมคณะทำงานเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกัน
- ประชาสัมพันธ์เชิญชวนและคัดเลือกผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดสารพิษและสินค้าปลอดภัยในพื้นที่จังหวัดขอนแก่นและจังหวัดใกล้เคียง ระยะการเดินทางไม่เกิน ๕๐ กม.
- ตรวจสอบแปลง สถานที่ผลิตและให้ผู้ผลิตขอการรับรองผลผลิตตามประเภทกิจการ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- จัดทำ Action Plan ตามหลักการตลาด 4Ps เพื่อเป็นกรอบการทำงาน ดังนี้
 ๑. **Products ผลผลิตหลัก** ในเบื้องต้นมาจากกลุ่มเกษตรกรที่ผลิตแบบอินทรีย์ที่ทางเครือข่ายเกษตรกรรมทางภาคอีสานสนับสนุนและรับรอง รวมประมาณ ๓๐ ราย ประกอบด้วย กลุ่มน้ำพอง , กลุ่มหนองผือ ตำบลหนองบัว อำเภอเชียงยืน , กลุ่มบ้านกลางสูง และกลุ่มรอบ ๆ พื้นที่ขอนแก่น
 - ผลผลิตรอง** มาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลุ่ม OTOP และกลุ่มกองทุนตั้งตัว
 ๒. **Place** ที่ประชุมเห็นชอบร่วมกันที่จะจัดตลาดนัดทุกวันศุกร์ เวลา ๑๕.๐๐ - ๑๙.๐๐ น.

ณ ถนนด้านข้างอนุสาวรีย์พระนครศรีบริรักษ์ ริงบึงแก่นนคร และมอบหมายให้สำนักการสาธารณสุขเป็นผู้จัดการตลาด ควบคุมกำกับผังล๊อคจำหน่ายสินค้า ออกตรวจรับรองแปลงปลูกร่วมกับคณะทำงาน และสุ่มตรวจสอบสารปนเปื้อนในผลผลิต

๓. Promotion หรือการประชาสัมพันธ์ วางแผนงานออกเป็นช่วงก่อนเปิดตลาด 1 เดือน ในการผลิตสื่อ และช่วงก่อนเปิด ๑ สัปดาห์กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตจะเดินทาง (Road Show) ส่งหนังสือหน่วยงานต่าง ๆ พร้อมทั้งโชว์สินค้าที่จัดจำหน่าย ช่องทางประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย

- Spot วิทยูและออกรายการที่ FM๑๐๒ , จอ LED
- สถานีโทรทัศน์ช่อง ๑๑ กรมประชาสัมพันธ์ , KTV และ Home TV
- แม็กกาซีน หรือ เอกสารประชาสัมพันธ์ของหอการค้า เทศบาลฯ
- Web Site หน่วยงานต่าง ๆ ที่ร่วมจัด
- Face book ขอนแก่นกรีนมาร์เก็ต เทศบาลฯ และเครือข่ายอเมริกัน ฯลฯ

๔. Price ราคาของผลผลิตที่สมเหตุสมผล และมีราคาเทียบกับท้องตลาด ทั้งนี้ ในแต่ละเครือข่ายมอบหมายให้ผู้ประสานงานจัดทำรายการ Price List

- **การเปิดงานอย่างเป็นทางการ** กำหนดเปิดในวันที่ ๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๗ รูปแบบกิจกรรม ..กิจกรรม มีเวทีเสวนาของหน่วยงานและเครือข่ายที่มีข้อมูลด้านอาหารปลอดภัยเพื่อนำเสนอสู่สาธารณะ ประกอบด้วย
 - เทศบาลฯ โดยท่านนายกเทศมนตรีฯ กล่าว (Speech) ถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ของการจัดให้มี Khon Kaen Green Market
 - เวทีเสวนาของเครือข่ายร่วมจัด ประกอบด้วย
 - มูลนิธิ Thai PAN โดย ผศ.ดร.นพ.ปัทพงษ์ เกษสมบูรณ์ , เครือข่ายเกษตรกรทางเลือกภาคอีสานในนามผู้ผลิต และหอการค้าจังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นผู้เชื่อมโยงทุกเครือข่ายทั้งผู้ผลิตกลุ่ม ๑ ไร่ ๑ แสน และผู้บริโภคกลุ่มโรงแรม ร้านอาหารและสมาชิกหอการค้าจังหวัดขอนแก่น
- การสื่อสารองค์ความรู้และการจัดกิจกรรมตลาดอย่างต่อเนื่อง พร้อมกิจกรรมการสุ่มตรวจสอบปนเปื้อน สร้างความตระหนักอาหารปลอดภัย การดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนให้กับผู้บริโภค
- นายกเทศมนตรีนครขอนแก่น กำหนดจัดการประชุมติดตามความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องทุกเดือน เพื่อให้สามารถอำนวยความสะดวกแก้ไขปัญหาอุปสรรคและประชาสัมพันธ์สื่อสาร จนให้มีตลาดจำหน่ายสินค้าและอาหารปลอดภัยจากสารพิษ

๕. ผลผลิต/ผลลัพธ์ของงาน (เชิงปริมาณ/คุณภาพ)

๕.๑ การออกร้านจำหน่ายสินค้าของผู้ผลิต ผู้ผลิตที่เข้าร่วมจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เกษตรปลอดภัยจากสารพิษ (GAP) สินค้า OTOP อาหารปรุงสุกเพื่อสุขภาพ ไม่ใส่ผงชูรส ไม่ใช้น้ำตาลทรายขาว เป็นประจำและต่อเนื่องตลอดระยะเวลา ๗ เดือน ตั้งแต่วันที่ ๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๗ ถึงปัจจุบัน มากกว่า ๓๐ ราย (รายละเอียดผู้ผลิต ตามเอกสารภาคผนวก ๑)

๕.๒ นิทรรศการและการจัดกระบวนการเรียนรู้ให้กับผู้บริโภครวม ประกอบด้วย

๕.๒.๑ กลุ่มเครือข่ายจิตอาสาหมอเขียว ; การดูแลสุขภาพแนวเศรษฐกิจพอเพียงตามหลักแพทย์วิถีธรรม สาธิตการกัวชาชุดพิษฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพรฤทธิ์เย็นและสินค้ากลุ่มอโศก

๕.๒.๒ กลุ่มยุทธศาสตร์ที่ ๒ สังคมไร้มลพิษ ; แสดงการจัดการคัดแยกขยะตามหลักวิชาการ และจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์และน้ำหมักชีวภาพ

โครงการคนขอนแก่นหัวใจไร้มลพิษ
(Khon Kaen : Low Carbon City)
ประกอบด้วย ๔ ยุทธศาสตร์หลัก



๕.๒.๓ สมาคมผู้บริโภครวมและมูลนิธิ THAI PAN จัด

นิทรรศการ

“มหันตภัยร้ายทำลายสุขภาพ

น้ำตาลในเครื่องดื่ม” คิดสักนิดก่อนคิดกินน้ำตาล เพราะความต้องการบริโภคน้ำตาลของร่างกายมีเพียงวันละครึ่งช้อนชาเท่านั้น แค่นั้นข้าวเปล่า ผัก ผลไม้ ก็เพียงพอับความต้องการ น้ำตาลที่เหลือล้นเกิน คือ สาเหตุของความเจ็บป่วยโรคเรื้อรังในปัจจุบัน

๕.๓ การตรวจวิเคราะห์สารปนเปื้อนในผลผลิตที่วางจำหน่าย ดำเนินการโดย อาสาสมัครคุ้มครองผู้บริโภค (อสคบ.ชุมชนดอนหญ้านาง ๑) ซึ่งผลการตรวจสอบสารปนเปื้อน ประเภท ยาฆ่าแมลง สารฟออร์มาลิน สารกันรา ในตัวอย่าง ผักสด ผักดอง ผลไม้ ปลาน้ำชี ถั่วงอก ทานตะวันงอก ข้าวสารกล้อง ไม่พบการปนเปื้อน ๑๐๐ เปอร์เซ็นต์



๕.๔ กิจกรรมการเรียนรู้ “PAINT & PLANT” และกิจกรรม “หิ้วตระกร้า ถูถุงผ้ามาจ่ายตลาด”



๕.๕ กิจกรรม “สื่อสารการตลาดและการประชาสัมพันธ์” พร้อมต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมตลาด

๖. ประโยชน์ของผลงาน/การได้รับการยอมรับ

- ได้รับการยอมรับและคัดเลือกจากผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น ตามนโยบายรัฐบาลในการจัดให้เป็น “ตลาดนัดชุมชนไทยช่วยไทยคนไทยยิ้มได้” ผู้ผลิตพบผู้บริโภค แห่งที่ ๑ ของอำเภอเมืองขอนแก่น
- ได้รับการสนับสนุนจากเกษตรจังหวัดขอนแก่นและหน่วยงานด้านการเกษตร ให้เป็น “ตลาดนัดเกษตรกร” พร้อมต้อนรับท่านผู้ตรวจกระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- ได้รับการไว้วางใจจากประชาชนผู้บริโภค ในการเข้ามาจับจ่ายซื้อสินค้า จากการสำรวจของนักวิชาการเกษตรและนักศึกษาฝึกงาน พบว่า มีผู้บริโภคเข้ามาซื้อสินค้า มากกว่า ๕๐๐ คน ในทุกวันศุกร์ ผู้ผลิตขายสินค้าได้หมด มีกำไร ทำให้มีกำลังใจในการผลิตที่ปลอดภัยยิ่งขึ้น
- โรงเรียนเทศบาลบ้านโนนหนองวัด ได้จัดให้เป็น “ศูนย์การเรียนรู้ของนักเรียน” ร่วมออกร้านจำหน่ายผลผลิต “วอเตอร์เครสปลอดสาร ; คนกินสวย คนขายรวย” ช่วยฝึกทักษะการขาย การสื่อสาร สร้างความเคยชิน ส่งผลให้เด็กนักเรียนมีอาชีพในอนาคตได้
- เครือข่ายแรงงานนอกระบบ ได้จัดเป็นที่ศึกษาดูงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของเครือข่ายแรงงานนอกระบบ จากประเทศลาว
- นักศึกษาต่างชาติ นักศึกษาแลกเปลี่ยน ให้ความสนใจร่วมเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของเกษตรกรและผู้ผลิตอาหารปลอดภัย
- เป็นหนึ่งกิจกรรม ที่ได้รับการถ่ายทำ สารคดี “เมืองนี้ที่ฉันรัก” ของโครงการ we

๗. ความยุ่งยากในการดำเนินการ/ปัญหา/อุปสรรค

- เป้าหมายของโครงการ คือ การเปลี่ยนแปลงแนวคิดและทัศนคติของประชาชน เพราะมีความเชื่อว่า “วิถีของคนที่เรียบง่าย คือ วิถีของเมืองที่เรียบง่าย ไม่สลับซับซ้อนเช่นกัน” ซึ่งจะทำให้การจัดการเมืองไม่ยุ่งยาก ดังนั้น การจะสื่อสารสร้างความเข้าใจให้กับผู้คน ต้องอาศัยความอดทนและทักษะการถ่ายทอดของบุคลากรที่น่าเชื่อถือ และมีความเข้าใจที่ลึกซึ้ง ณ ปัจจุบันซึ่งขัดแย้งกับการสื่อสารของกระแสหลักที่เน้นบริโภคนิยม การกระตุ้นเศรษฐกิจ ความรวดเร็วของการได้มาอย่างทันใจ และความรุนแรงของการกระทบกระทั่ง คำพูด วัฒนธรรม รวมถึงความใจร้าย ไม่ใจดีต่อตนเอง ไม่ใจดีต่อผู้อื่น สิ่งอื่นรอบๆ ตัว จึงอาจจะทำให้การขับเคลื่อนเป็นไปได้ช้า ไม่ทันกับปัญหาได้
- ปัญหาของงบประมาณในการดำเนินการ เนื่องจากโครงการเกิดขึ้นในช่วงปลายปีงบประมาณ และไม่ได้มีการคาดการณ์ไว้ จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องความคล่องตัว ต้องอาศัยงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดในการขับเคลื่อน ทำให้หลายกิจกรรมไม่สามารถขยายได้
- ปัญหาเรื่องสถานที่และการปรับแต่งภูมิทัศน์ เนื่องจากพื้นที่ตลาดนัดสีเขียว เป็นพื้นที่เกี่ยวเนื่องและอยู่ในแผนงานการปรับปรุงบึงแก่นนครในภาพรวม ดังนั้น จึงไม่สามารถทำ

การปรับปรุงเฉพาะอาคารซุ้มดอกเห็ดได้ ขณะเดียวกันการปรับปรุงโครงการใหญ่ก็ยังไม่สามารถดำเนินการได้ ในช่วงฤดูฝนก็อาจจะมีผลกระทบต่อตลาดบ้างไม่มากก็น้อย

- ปัญหาการจัดการจราจร ที่อาจมีการกระทบกระทั่งกันบ้างของผู้ใช้รถใช้ถนน รวมถึงการอนุญาตให้รถผ่านเข้า-ออก ในขณะที่ผู้ค้าบางรายยังขายอยู่
- ปัญหาเรื่องไฟฟ้าและเครื่องขยายเสียงในตลาด ทำให้การสื่อสารสู่ผู้ผลิตและผู้บริโภคขาดความต่อเนื่อง ขาดบรรยากาศและการกระตุ้น

๘. ข้อเสนอแนะ

- การขับเคลื่อนต้องอาศัยการบูรณาการของทุกภาคส่วนเข้ามาร่วมมือกันในการพัฒนา ดังนั้นหน่วยงานกลางคือท้องถิ่นเทศบาลนครขอนแก่น ต้องมีความยืดหยุ่นสูง ใจกว้างและมีความเป็นมืออาชีพ พร้อมทั้งต้องตระหนักชัดร่วมกันว่า ผลลัพธ์สุดท้าย คือ ผลประโยชน์ของประชาชนนครขอนแก่น เพราะหลักการ “พึ่งพากันและกัน คือ ชัยชนะในสังคม”
- คณะทำงาน ต้องจัดกระบวนการในการขับเคลื่อนอย่างเป็นขั้นเป็นตอนและมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน มีองค์กรและการมอบหมายงานผู้รับผิดชอบพร้อมกำหนดแผนงานที่เข้าใจง่าย และสื่อสารให้ทุกคนร่วมกันปฏิบัติ แผนงานกิจกรรมต้องเกี่ยวข้องกับ ๓ กลุ่มสำคัญ คือ เกษตรกรและผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้องและประชาชนผู้บริโภค โดยใช้กลยุทธ์ “อาหารศึกษา” ให้แนวคิดแนวปฏิบัติด้านอาหารศึกษาแทรกซึมอยู่ในวิถีการทำงานและการใช้ชีวิต
- โครงการขอนแก่นกรีนมาร์เก็ต จะขยายผลและยั่งยืนได้ต้องบูรณาการในการส่งเสริมสุขภาพชุมชน โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ๖ ด้าน คือ ๑) การจัดบริการพื้นฐานให้ครอบคลุมด้านการเกษตร การสาธารณสุขและการสื่อสารองค์ความรู้สู่ครัวเรือน ชุมชนและโรงเรียน ๒) การจัดองค์กรการทำงานให้กิจกรรมและแผนงานไปในทิศทางเดียวกัน ๓) ใช้เครื่องชี้วัดของการมีความเป็น “ปกติ” ในวงจรชีวิตมนุษย์และโรคเรื้อรังที่เกี่ยวข้องเป็นตัวชี้วัดของทั้ง ๓ กลุ่ม ๔) การเสนอนโยบายสาธารณะ เช่น ไม่กินหวาน ไม่ทานผงชูรส ๕) การนิเทศงานและจัดการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ และ ๖) จัดให้มีการติดตาม ประเมินผล และวิเคราะห์การดำเนินงานตามตัวชี้วัดเพื่อดูผลลัพธ์และผลกระทบเป็นระยะๆ