

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : เครือข่ายตลาดทางเลือกในภาคเหนือตอนบน  
 ชื่อผู้เขียน : นายชมชวน บุญระหงษ์  
 ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต : สาขาวิชาการศึกษาจากระบบ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ :

รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ ลิ้มสุวรรณ	ประธานกรรมการ
อาจารย์ พงษ์ ยิมมันตะสิริ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยงยุทธ เปลี่ยนแดง	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาฐานคิด ความเชื่อ ระบบคุณค่า ของกลุ่มที่ดำเนินการด้านตลาดทางเลือกในภาคเหนือตอนบน องค์การ และกลุ่มทางสังคมที่ดำเนินการด้านตลาดทางเลือกในภาคเหนือตอนบน และเครือข่ายตลาดทางเลือกในภาคเหนือตอนบน

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่ และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนใน 9 จังหวัดภาคเหนือตอนบนซึ่งประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พะเยา น่าน ลำปาง ลำพูน แพร่ แม่ฮ่องสอน และตาก กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตพืชผักปลอดสารพิษบ้านนาฟานและเครือข่ายคือ ชมรมผู้ผลิตพืชผักปลอดสารพิษจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มผู้บริโภคและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจังหวัดเชียงใหม่ องค์การที่สนับสนุนและเกี่ยวข้องกับเกษตรกรรมทางเลือกและตลาดทางเลือก ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและการสัมภาษณ์ได้รับการวิเคราะห์ และนำเสนอขอการบรรยายและการอภิปราย ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

เกษตรกรมีฐานคิดว่า การทำการเกษตรที่เน้นการผลิตเพื่อขายเป็นสิ่งสำคัญ โดยมีกระบวนการผลิตที่ต้องพึ่งพิงปัจจัยการผลิต เทคโนโลยี และข่าวสารที่ตนเองไม่คุ้นเคยเลยนั้น ทำให้เกิดปัญหาแก่เกษตรกรหลายประการคือ ปัญหาสุขภาพทรุดโทรมอันเนื่องมาจากการใช้สารเคมีทางการเกษตรปัญหาการได้รับรายได้ที่น้อยไม่คุ้มค่ากับการลงทุนและแรงงาน ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย และปัญหาขาดความอบอุ่นในครอบครัวและชุมชน การแก้ไขปัญหาดังกล่าวของเกษตรกรคือการหันมาทำการเกษตรทางเลือกและตลาดทางเลือก โดยมีความหวังว่าเกษตรทางเลือกและตลาดทางเลือกจะก่อให้เกิดประโยชน์คือ การมีรายได้มั่นคง การมีทรัพย์สินมั่นคง การมีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง การมีอาหารที่เพียงพอและปลอดภัย ทำให้สมาชิกอยู่กันพร้อมหน้า และมีน้ำใจเพื่อการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์ การดำเนินการให้บรรลุความหวังของเกษตรกรที่ผ่านมานั้น เริ่มต้นจากการก่อตั้งกลุ่มทำการผลิตทางการเกษตรที่เน้นการผลิตทางธรรมชาติ และเน้นระบบการปลูกพืชที่ให้ความสำคัญกับความหลากหลายทางด้านชนิด สายพันธุ์ ขนาด รูปร่าง และระบบราก ส่วนด้านการตลาดจะเน้นความสัมพันธ์เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้บริโภค ซึ่งผลจากการปฏิบัติดังกล่าวได้เกิดประโยชน์แก่เกษตรกรคือ มีรายได้เพิ่มขึ้น สุขภาพของสมาชิกในครอบครัวดีขึ้น ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมดีขึ้น แม่บ้านได้มีโอกาสรับรู้ เรียนรู้และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สมาชิกในครอบครัวได้อยู่กันพร้อมหน้า และได้สร้างความผูกพันระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค

การบรรลุซึ่งความเชื่อและคุณค่าตลาดทางเลือกดังกล่าวได้นั้น เกษตรกร ผู้บริโภค และองค์กรสนับสนุน ได้มีการจัดกลุ่มหรือองค์กร ที่มีขนาดเล็กสมาชิกไม่เกิน 15 คน โดยที่สมาชิกในกลุ่มมีบทบาทหน้าที่ทุกคน แต่อาจแตกต่างกันตามความสามารถและศักยภาพของแต่ละคน ขณะเดียวกันเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาที่ใหญ่กว่าความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตหรือกลุ่มผู้บริโภค ที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจะจัดการได้ ทางกลุ่มดังกล่าวได้มีการสร้างเครือข่ายองค์กรเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นลักษณะของเครือข่ายองค์กรในแนวนอน โดยมีการเชื่อมโยงกันบนพื้นฐานของสิทธิและเสรีภาพที่เท่าเทียมกัน ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ของขบวนการตลาดทางเลือก ส่วนรูปแบบ วิธีการและกิจกรรมจะใช้ทั้งเป็นแบบไม่เป็นทางการและทางการ โดยเน้นความหลากหลายเป็นพื้นฐานหลักในวิถีคิดและการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกในขบวนการ ส่วนปัจจัยที่ทำให้องค์กรเข้มแข็งและยั่งยืนนั้นประกอบด้วย การตระหนักถึงความสำคัญของกลุ่มของสมาชิก การมีกลุ่มขนาดเล็ก ยืดหยุ่น ไม่เป็นทางการ เน้นการมีส่วนร่วมของสตรีและสมาชิก มี

หน่วยงานภายนอกที่สนับสนุนและติดตามอย่างต่อเนื่อง มีตลาดที่มั่นคงและหลายช่องทาง มีทรัพยากรป่าไม้ และน้ำที่สมบูรณ์

เครือข่ายของตลาดทางเลือกในภาคเหนือตอนบน ได้มีการจัดองค์กรค่อนข้างจะเข้มแข็ง โดยมี ชมรมผู้ผลิตพืชผักปลอดสารพิษจังหวัดเชียงใหม่เป็นแกนหลัก มีสมาชิกประกอบด้วยกลุ่มผู้ผลิตพืชผักปลอดสารพิษจำนวน 10 กลุ่ม มีการได้คิดค้นและพัฒนามาตรฐานสินค้าเกษตรกรรมทางเลือกในภาคเหนือขึ้น เหตุผลที่ทำให้เครือข่ายตลาดทางเลือกเกิดขึ้น เนื่องมาจากความจำเป็นของกลุ่มผู้ผลิตที่ต้องการเรียนรู้ ประสบการณ์ด้านการผลิตและการตลาด ต้องการแก้ปัญหาด้านปัจจัยผลผลิต ต้องการแลกเปลี่ยนผลผลิต และจำหน่ายผลผลิต ต้องการหาตลาดร่วมกัน ต้องการควบคุมคุณภาพผลผลิตและราคา โอกาสที่จะทำให้ เครือข่ายขยายตัวและเติบโตมากขึ้นคือ กระแสด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ส่วนข้อจำกัดของการขยาย เครือข่ายคือ นโยบายของรัฐที่เน้นการพัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

Thesis Title            Alternative Marketing Network in Upper Northern  
Thailand

Author                    Mr. Chomchuan Boonrahong

M.Ed                      Nonformal Education

Examining Committee :

Assoc. Prof. Dr. Chukiat Leesuwat            Chairman

Lecturer                Pherk    Gypmantasiri            Member

Assist. Prof.            Yongyuth Plianpadung            Member

**Abstract**

The aim of this thesis is to study the thoughts, beliefs and values of groups, civil organizations, and alternative marketing networks involved in alternative marketing in upper northern Thailand.

The methods used to conduct this research involved both the study of theory and case studies of alternative marketing (library research) and direct primary source data collection within the target group. The primary source data collection was conducted using participant observation and focus groups. The focus groups were conducted in 9 provinces in upper northern Thailand : Chiang Mai, Chiang Rai, Payao, Nan, Lampang, Lamphun, Phare, Mae Hong Sorn, and Tak. The target populations included The Organic Vegetable Producers Network in Ban Na Fan, The Organic Vegetable Producers Association of Chiang Mai, The Organic Vegetable Consumers and Environmental Conservation Association of Chiang Mai, and other organizations that are involved with and sponsor alternative agriculture and alternative agricultural produce marketing. This data was collected

through direct observation and through interviews with informants during focus groups. Collected data was verified, analyzed, and presented in a descriptive and explanatory manner.

**Important findings are as follows:**

Agriculture producers believe that farming cash crops is extremely important. This includes farming techniques that expand output, the use of new technologies, and the ability to access news and information. The adoption of these new methods has produced a variety of problems. For instance : health problems related to the use of dangerous chemical pesticides and fertilizers, a drop in income related to the high price of inputs and the instability agricultural markets, destruction of natural resources and the environment, and the breakdown of traditional culture and society. In the minds of many the best method for solving these problems was hoped that alternative agriculture and alternative marketing would yield the following benefits : incomes would stabilize, the destruction of natural resources would cease, farmers' physical health would be strong and hardy, families would have enough food and food that is chemical free, and villagers would have enough water for farming.

Efforts to achieve these goals began with the organization of village level groups to farm using methods of alternative agriculture. This methods emphasized sustainability and self-reliance, natural methods of farming, and the planting of crops that were diverse in species, appearance, and root structure. Alternative marketing emphasized the direct participation and involvement of consumers. The results of these efforts have had the following effect on participants from the agricultural

sector : incomes have improved, the health of family members has improved, the environment in certain areas is recovering, women have gained greater access to knowledge and education and have been given more opportunities in decision making processes, families are living together, and ties between producers and consumers have increased.

The agricultural producer and consumer groups and associations mentioned above usually consisted of not more than 15 people. In most cases all members had some role in the process, with duties and responsibilities being allocated according to individual members' potential and experiences. At the same time, networks were formed between producers and producers, consumers and consumers, and producers and consumers. This was done in order to solve problems that were too big for the individual small groups to handle. These networks all had the similar quality of being bound together by the concepts of equality and human rights. In order to build networks for alternative agriculture markets the methods, organization and structure of the networks was all very similar. By emphasizing diversity in thinking and methods of action by the individual group members, the networks were able to build strong and sustainable organizational structures. It was realized that many aspects of the initial small groups were of great importance to the larger networks. For instance, the cooperation of women and all members of the groups in their activities, the importance of activities linking networks to outside organizations in order to seek sponsorship and make contacts, the importance of developing stable and diverse markets, and the importance of the conservation of local forests and water resources.

The Upper Northern Thailand alternative Marketing Network is in the process of developing a strong community organization, with the Chiang Mai Organic Vegetable Growers Association as its foundation. It currently has 10 organic vegetable producer associations as participating members. The Network has also been able to improve the quality of alternative agricultural produce. The reason for the organization of the network comes from the desire on the part of producers to learn from others experiences in the areas of production and marketing the desire to solve problems associated with the expansion of crop yields, the desire to exchange produce and exchange roles in production, the desire to work in cooperation to find new markets, and the desire to control the quality and prices of agricultural produce. The opportunity that has allowed the network to expand and grown primarily comes from influences from the areas of health and environmental conservation. Most of the limiting factors in the networks growth came from the governments current development policies which emphasize rapid growth.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved