

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง "การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่" นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาที่มาและปัญหาของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาทุนชนิดต่างๆที่ใช้ในการสร้างตลาดทางเลือก รวมทั้งเพื่อปฏิบัติการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยอาศัยองค์ความรู้และข้อมูลเชิงวิชาการของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนา ออกแบบเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)

ผลการวิจัยพบว่าเกษตรกรในเครือข่ายได้เผชิญกับอุปสรรคปัญหามากมาย เช่น ปัญหาสารเคมีตกค้าง สุขภาพ หนี้สิน และไม่สามารถกำหนดวิถีชีวิตตนเองได้ จึงออกมาจากระบบเดิม หันมาทำเกษตรอินทรีย์ และได้สร้างตลาดทางเลือกที่มีเป้าหมายมากกว่าการค้าขาย และแม้ว่าเครือข่ายจะมีทุนหลายชนิดที่สะสมมานาน แต่ปัจจุบันกำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในโลกสมัยใหม่ จึงได้นำการสื่อสารเข้ามาใช้สำหรับแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

หลังจากมีการผลิตสื่อต่างๆ อย่างมีส่วนร่วม ทำให้เกิดความสัมพันธ์ทั้งระหว่างเกษตรกรด้วยกันเองและผู้บริโภค มีอัตลักษณ์ร่วม ได้ขยายตลาดเชิงคุณภาพ และสร้างนักสื่อสาร ซึ่งทั้งหมดนี้มีความสำคัญต่อการเพิ่มพลังอำนาจให้กับตลาดทางเลือกแห่งนี้ซึ่งเป็นสนามเกษตรกรอินทรีย์ขนาดเล็กให้สามารถยืนหยัดได้อย่างมีศักดิ์ศรีท่ามกลางสนามเกษตรกรอันหลากหลายของสังคมไทย

Abstract

Research Title : Research Utilization in Communication for Alternative Market
Promotion of the Organic Agriculture Network in Chiang Mai.

Author : Sritorn Rojanasupot
Sivilai Limjeerajarat
Yanisa Chanseng

This research objectives were to 1) explore the history and problems of the organic agriculture network in Chiang Mai 2) analyze the capital used in the alternative market of the organic agriculture network in Chiang Mai 3) operate participatory communication for the alternative market strenght of the organic agriculture network in Chiang Mai. The research was qualitative study using participatory action research (PAR).

The study found that farmers in the network were faced with many problems such as pesticide residue, health deteriorates, debts and could not achieve self reliance. So they turned to organic farming and created the alternative market for their own. Although the organic agriculture network had a variety of capital ,but the rapid changes in the modern world could effect the alternative market. So communication came into use for problem solving.

After the participation in many types of media production, There were 3 effects : 1) the media promoted good relations between farmers and consumers, including brought back collective identity 2) the media played the role of expanding the alternative market in quality 3) the media could create smart communicator. All of these showed that participatory communication could empower this alternative market, the sub-field of organic agriculture among several field of agriculture in Thai society.