



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในการสื่อสารเพื่อสร้างเสริม
ตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่”

โดย อ.ศรีธรณ์ โรจนสุพจน์ และคณะ

ตุลาคม 2560

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ “การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในการสื่อสารเพื่อสร้างเสริม
ตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่”

คณะผู้วิจัย

- | | |
|-------------------------------|------------------|
| 1. อาจารย์ศรียรรณ โธณสุพจน์ | มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 2. อาจารย์ศิริไล ลิ่มจิระจรัส | มหาวิทยาลัยพายัพ |
| 3. อาจารย์ญานิศา จันทรเส็ง | มหาวิทยาลัยพายัพ |

ชุดโครงการ “การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยด้วยเครื่องมือการสื่อสาร”

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานวิจัยนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง "การใช้ประโยชน์จากงานวิจัยในการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่" นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาที่มาและปัญหาของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ และศึกษาทุนชนิดต่างๆที่ใช้ในการสร้างตลาดทางเลือก รวมทั้งเพื่อปฏิบัติการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม 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.

สารบัญ

บทคัดย่อ

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 นิยามศัพท์	4
1.4 กรอบแนวคิด	5

บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องสนามและเครือข่าย	6
2.2 แนวคิดเรื่องทุน	7
2.3 แนวคิดเกษตรอินทรีย์และตลาดทางเลือก	8
2.4 แนวคิดการสื่อสารในฐานะปฏิบัติการทางสังคม	9
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 การศึกษาความเป็นมาปัญหาและพัฒนาความเข้มแข็งของ เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่	15
3.2 การศึกษาทุนชนิดต่าง ๆ ในการสร้างและพัฒนาตลาด ทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่	15
3.3 การปฏิบัติการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ตลาด ทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่	16

บทที่ 4 ผลการวิจัย

4.1 ความเป็นมาและปัญหา	19
4.1.1 ที่มาของเครือข่าย	19
4.1.2 ตลาดทางเลือก	32
4.1.3 ช่วงเกษตรอินทรีย์	34
4.1.4 ปัญหาสองด้าน	37

4.2	ทุนชนิดต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างและพัฒนาตลาดทางเลือก	40
4.2.1	ทุนทางสังคม	40
4.2.2	ทุนวัฒนธรรม	46
4.2.3	ทุนเศรษฐกิจ	49
4.2.4	ทุนสัญลักษณ์	50
4.3	ปฏิบัติการการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ตลาดทางเลือก	53
4.3.1	สื่อการประชุม	53
4.3.2	สื่อตราสัญลักษณ์	57
4.3.3	สื่อวีดิทัศน์	61
4.3.4	สื่อกิจกรรม	63

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1	สรุป	73
5.2	อภิปรายผล	78
5.2.1	ตลาดทางเลือก : สนามที่ต้องสื่อสาร	78
5.2.2	ทุน : ปัจจัยที่ต้องสร้างและพัฒนา	80
5.2.3	ผลที่เกิดขึ้นจากปฏิบัติการการสื่อสาร	82
5.2.4	การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย	86
5.3	ข้อเสนอแนะ	90

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

เกษตรอินทรีย์เป็นที่น่าสนใจมิใช่เฉพาะกระแสแห่งยุคสมัยเท่านั้น แต่เป็นเรื่องที่ไม่มีใครปฏิเสธเพราะดีสำหรับทุกคน จนกระทั่งมีคำกล่าว organic for all

สนามเกษตรอินทรีย์ในสังคมไทยมีความหลากหลายอุดมการณ์และเกี่ยวพันกับมิติต่าง ๆ มากมาย ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สุขภาพ สิ่งแวดล้อม มีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาชน เข้ามาเกี่ยวข้องตลอดสายโซ่ของเกษตรอินทรีย์ แต่ที่ควรสนใจคือสนามของเกษตรกรรายย่อย ซึ่งเป็นเกษตรยากจนเสมอไม่ว่าจะอยู่ในยุคสมัยใด พวกเขา กำลังดิ้นรนให้อยู่รอดในกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลง

เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ก่อตั้งมาจากกลุ่มเกษตรกรรายย่อยจำนวนหนึ่ง จากอำเภอต่างๆ จำนวน 10 อำเภอ ผลิตอาหารอินทรีย์มาร่วม 20 ปี ปัจจุบันมีสมาชิกในเครือข่ายกว่า 200 ครอบครัว พวกเขาผ่านร้อนผ่านหนาวเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ มากมาย เช่น ปัญหาของการพัฒนาประเทศให้ทันสมัย การแย่งชิงทรัพยากรดิน น้ำ ป่า ปัญหาการตกค้างของสารพิษ ปัญหาสุขภาพ ปัญหาหนี้สิน ฯลฯ ความเคลื่อนไหวของเครือข่ายนี้จึงเป็นอาการของการปรับตัว มิใช่เพราะหลงรักเกษตรอินทรีย์ แต่เพราะเป็นหนทางหนึ่งที่เป็นไปได้ของความอยู่รอดหลุดพ้นจากวังวนปัญหาเดิม ๆ

ในการดำเนินงานของเครือข่าย มีสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนเป็นแกนกลางประสานงานทั้งการส่งเสริมความรู้ด้านการผลิต และการพัฒนาองค์กรผู้บริโภค มีกิจกรรมเชิงการบริหารจัดการร่วมกับตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ เป็นระยะ แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันสิ่งที่เครือข่ายต้องการพัฒนามากที่สุด คือเรื่องของการตลาด

ช่องทางกระจายผลผลิตหรือการตลาดเป็นเรื่องสำคัญ ใน พ.ศ. 2555 เครือข่ายได้ก่อตั้งตลาดนัดหรือที่เรียกว่า ช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่ เป็นตลาดทางเลือกที่สำคัญ มีคณะกรรมการบริหารจัดการกันเอง นอกจากจะเป็นพื้นที่จำหน่ายสินค้า ยังเป็นพื้นที่พบปะประชุม อบรมต่างๆ ก่อนหน้านี้เครือข่ายได้พัฒนาตลาดนัดน้อยใหญ่ขึ้นถึง 17 แห่ง กระจายอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่ ใช้สถานที่ในโรงเรียน โรงพยาบาล เช่าพื้นที่เอกชน หรือได้รับความอนุเคราะห์จากองค์กรต่าง ๆ บ้าง แต่ก็มีปัญหาจิปาถะและบางแห่งก็ต้องยกเลิกไป จึงพัฒนาตลาดของตนเองขึ้น และสามารถกำหนดหรือจัดการตนเองได้มากขึ้น

ตลาดแห่งใหม่ของเครือข่ายนี้นับเป็นตลาดทางเลือกของภาคประชาชนที่ถือว่ายังอยู่ในขั้นเริ่มต้น แม้จะก่อตัวมาห้าปี และยังมีประสบการณ์จากตลาดอื่น ๆ ดังกล่าวมาบ้างแล้วก็ตาม แต่การดำรงอยู่ของตลาดมิใช่เรื่องง่าย เพราะนอกจากจะต้องสื่อสารทำความเข้าใจภายในเครือข่ายกันเองแล้ว ก็ต้องสื่อสารสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค อีกทั้งยังต้องเผชิญกับตลาดเกษตรอินทรีย์อื่น ๆ อีก เช่น ตลาดเกษตรอินทรีย์ของภาคธุรกิจเอกชน (ตามกระแสเกษตรอินทรีย์ที่กำลังมาแรง) ที่สามารถสร้างการรับรู้ของสาธารณชนได้มากกว่า

เป้าหมายตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ไปไกลกว่าการปลูกผักเลี้ยงสัตว์เพื่อจำหน่าย แต่ต้องการให้เกษตรอินทรีย์เป็นเครื่องมือทำให้ชุมชนจัดการตนเองได้ บรรลุถึงความเป็นมนุษย์ที่มีศักยภาพและมีศักดิ์ศรี ฟังดูอาจเป็นอุดมคติแต่ก็เป็นหลักการสำคัญที่ทำให้เครือข่ายมีความภาคภูมิใจ และมีทิศทางที่จะเดินร่วมกันต่อไปในอนาคต แม้จะเผชิญอุปสรรคนานาประการตลอดเวลาที่ผ่านมา

กล่าวได้ว่าตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่นี้ เป็นตลาดที่ได้มิตินิยมของธุรกิจซื้อขายเท่านั้น แต่มีมิติของสังคมวัฒนธรรมเป็นตัวกำกับการดำรงอยู่และความเป็นไปของตลาดด้วยนับเป็นเรื่องน่าสนใจว่าเกษตรกรกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มหนึ่งกำลังแสวงหาแนวทางของตนเองในการอยู่อย่างมั่นคงปลอดภัยได้อย่างไรในวิถีที่ไม่ต้องพึ่งพาตลาด (ตามความหมายโดยทั่วไป) เพียงอย่างเดียว แต่ให้ความสำคัญกับวิถีทางสังคมและวัฒนธรรมที่พวกเขากำลังช่วยกันสร้างขึ้นมา

ปัจจุบันนี้เครือข่ายยังคงประสบปัญหา ช่วงเกษตรอินทรีย์ยังต้องการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคให้มากกว่าการเป็นเพียงผู้ขายกับผู้ซื้อ เครือข่ายยังคงต้องการแสวงหาช่องทางใหม่ ๆ ในการแพร่กระจายผลผลิต ต้องการสื่อสารสาธารณะให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ของภาคประชาชน ต้องการสร้างผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ฯลฯ ทั้งหมดยังคงเป็นเส้นทางเดินอีกยาวไกล

ที่กล่าวมาเครือข่ายย่อมต้องอาศัยทุนต่าง ๆ ในการก้าวไปข้างหน้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนความรู้ และหากความรู้คืออำนาจ เครือข่ายก็ต้องรู้จักแปลงทุนความรู้ซึ่งมีอยู่หลายแหล่งให้เกิดประโยชน์ได้

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญแหล่งหนึ่งของสังคมไทย สังคมทุนความรู้ไว้มากหลาย หนึ่งในความรู้ที่มีความสำคัญและเป็นหัวใจของการนำมาใช้ประโยชน์ในครั้งนี้ ก็คือความรู้เรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ก้าวหน้าในแวดวงสื่อสารเพื่อการพัฒนาและได้มีการใช้และสังเคราะห์ความรู้ในบริบทสังคมไทยดังที่ปรากฏในชุด

โครงการวิจัย "การสื่อสารเพื่อชุมชน" ของสกว.เองในทศวรรษที่ผ่านมา (โปรดดูกาญจนา แก้วเทพ 2548 ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน)

นอกจากนี้ยังมีทั้งความรู้เกษตรสมัยใหม่หรือเกษตรเชิงพาณิชย์ ความรู้เกษตรทางเลือกหรือเกษตรอินทรีย์ รวมไปถึงความรู้อื่น ๆ ที่อาจเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการเกษตรอีกมาก แต่สำหรับงานวิจัยของ สกว.ที่เน้นเรื่องตลาดทางเลือกของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้นั้นเริ่มมาตั้งแต่ต้น พ.ศ. 2540 เรื่อยมา (ชมชวน 2543 , อรุณี 2550 , มณี 2551 , ทรงเดช 2555) โดยที่ทั้งหมดเป็นงานศึกษาที่พยายามอธิบายความหมายของตลาดทางเลือก การแสวงหารูปแบบตลาดทางเลือกที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่ การจัดการตลาดในรูปแบบกรรมกรกร รวมไปถึงการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดทางเลือก ซึ่งสามารถนำความรู้เหล่านี้มาเป็นฐานหรือเป็นจุดเริ่มต้นในการทำทำความเข้าใจและแสวงหาแนวทางสร้างเสริมตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ให้เหมาะสมตรงกับความต้องการได้

นับเป็นต้นทุนความรู้สำคัญที่จะนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับทุนความรู้เดิมของชาวบ้านให้เหมาะสมกับพื้นที่และสถานการณ์ ความหมายของการประยุกต์ก็คือการผสมผสาน ไม่ว่าจะเป็นความรู้ดั้งเดิม ความรู้สมัยใหม่ ความรู้ภายใน ความรู้ภายนอก สามารถประยุกต์กลายเป็นเป็นความรู้ใหม่ ๆ ได้เสมอ

โครงการวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญต่อการใช้ประโยชน์จากการวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ของ สกว. โดยอาศัยการสื่อสารเป็นกระบวนการของการแปลงความรู้ดังกล่าวเพื่อใช้ประโยชน์ การสื่อสารนี้มักถูกมองข้ามและเป็นเพียงการถ่ายทอดสารเท่านั้น แต่แท้ที่จริงแล้วการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างความรู้ สร้างความหมาย และสร้างประโยชน์ร่วมกัน

กระบวนการทั้งหมดน่าจะช่วยส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ และช่วยให้คนทั้งหลายไม่ว่ายากดีมีจนเข้าถึงอาหารอินทรีย์ซึ่งดีสำหรับทุกคนได้อย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความเป็นมา ปัญหา และพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาทุนชนิดต่างๆในการสร้างและพัฒนาตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อปฏิบัติการการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 นิยามศัพท์

การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย หมายถึง การปรับประยุกต์หรือแปลงความรู้จากงานวิจัยของ สกว. มาใช้ให้เกิดประโยชน์กับตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง กลุ่มเกษตรกรรายย่อยจากอำเภอต่าง ๆ 10 อำเภอในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ สารภี สันทราย สันกำแพง แม่อน ดอยสะเก็ด แม่วาง แม่แตง สะเมิง พร้าว ฝาง และอีก 1 อำเภอจากลี้ จังหวัดลำพูน รวมเป็น 11 อำเภอ ได้รวมกลุ่มกันผลิตเกษตรอินทรีย์ และนำผลผลิตไปจำหน่ายที่ตลาดนัดต่าง ๆ ทั้งในชุมชนของตนเองและในตัวเมืองเชียงใหม่ สร้างความสัมพันธ์ช่วยเหลือแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน มีสมาชิกกว่า 300 ครอบครัว รวบรวม 1,500 คน

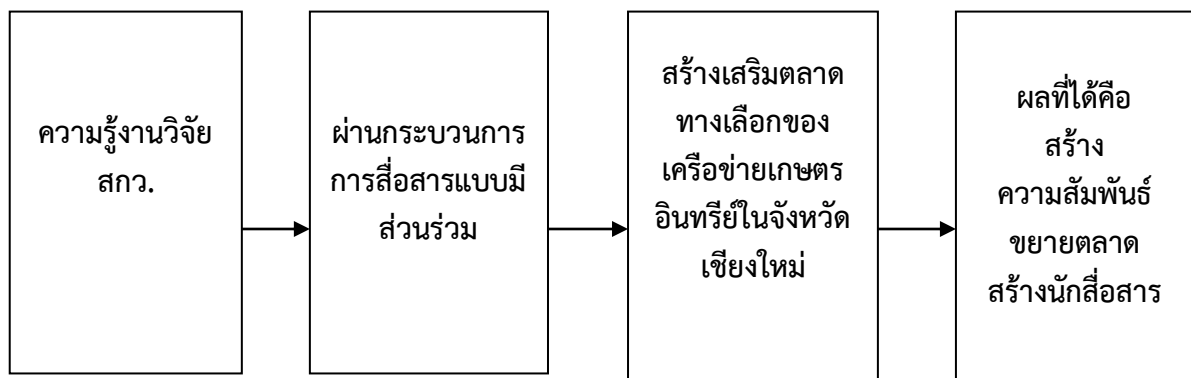
ตลาดทางเลือก คือ พื้นที่ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคอีกแบบหนึ่งที่แตกต่างไปจากตลาดในความหมายที่ถูกรับรู้และเข้าใจกันทั่วไป ตลาดทางเลือกมักเป็นตลาดขนาดเล็ก อาจมีหลายรูปแบบเช่น เช่น ตลาดนัด มีเป้าหมายและการดำเนินงานที่แตกต่างกันได้ในแต่ละพื้นที่ และยังเป็นตลาดที่มีได้ให้ความสำคัญสูงสุดที่การค้าขายทำกำไร แต่อยู่ที่คุณค่าต่าง ๆ ที่ตลาดนั้น ๆ จะร่วมกันสร้างขึ้น

ช่วงเกษตรกรอินทรีย์เชียงใหม่ คือ ตลาดทางเลือกชนิดหนึ่ง มีลักษณะเป็นตลาดนัดในเมือง เป็นพื้นที่ที่เกษตรกรกลุ่มต่างๆ มาจำหน่ายผลผลิต โดยมีคณะกรรมการซึ่งเป็นตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ มาร่วมบริหารจัดการพื้นที่ เช่น มีการประชุมกำหนดราคาผลผลิตทุก 3 เดือน รวมทั้งใช้พื้นที่พบปะและทำกิจกรรมอื่น ๆ ของเครือข่าย คำว่า ช่วง เป็นภาษาถิ่นแปลว่าลานหรืออาณาบริเวณเนกประสงค์มักเป็นพื้นที่สาธารณะ

การสื่อสาร หมายถึง ปฏิบัติการทางสังคมโดยอาศัยสื่อชนิดต่าง ๆ แบบมีส่วนร่วม

1.4 กรอบแนวคิด

เป้าหมายสำคัญของงานวิจัยครั้งนี้คือการนำความรู้จากงานวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างเสริมตลาดทางเลือกในแง่มุมต่าง ๆ ตามความต้องการของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยอาศัยกระบวนการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เขียนเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้ทบทวนทฤษฎี และงานวิจัยที่มีมาก่อน เพื่อเป็นแนวทางในการเข้าสู่ปัญหาและสร้างกรอบแนวคิดเป็นเครื่องนำทาง ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเรื่องสนามและเครือข่าย

หากมองสังคมเป็นสนาม (field) ก็เท่ากับว่ากำลังมองความสัมพันธ์ทางสังคมตามแนวคิดของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ และความสัมพันธ์ในสนามก็อาจมีทั้งร่วมมือหรือขัดแย้งกันก็ได้ (ดู กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) และอีกทั้งในแต่ละสนามก็ยังมีสนามย่อย (sub-field) ซึ่งทำให้ความสัมพันธ์มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นไปอีก แต่การมองแบบนี้เป็นวิธีที่จะช่วยให้เข้าใจสังคมสมัยใหม่ได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงว่า สังคมประกอบด้วยกลุ่มต่าง ๆ หรือสนามต่าง ๆ มากมาย มีความสัมพันธ์หลากหลาย แปรเปลี่ยนตลอดเวลาไม่เคยหยุดนิ่ง มีการปรับตัว ต่อรอง ต่อสู้กันอยู่เสมอ

กรณีเกษตรกรอินทรีย์ที่มีการกล่าวถึงกันมากในสังคมไทย ก็ถือเป็นสนามชนิดหนึ่งและประกอบด้วยสนามย่อย ๆ เช่น เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ เกษตรอินทรีย์ยังชีพ เกษตรอินทรีย์ยั่งยืน ฯลฯ เป็นต้น แต่ละสนามย่อยมีทั้งวิถีคิดและวิถีปฏิบัติที่แตกต่างกัน

เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นสนามย่อยที่มีการดิ้นรนต่อสู้ (Struggle) เสมอมา แม้ว่าจะก่อตั้งมาสองทศวรรษ แต่ก็ยังเป็นสนามเล็กมีอำนาจน้อยกว่าสนามอื่น เพราะมีเกษตรกรในเครือข่ายนี้เพียงร้อยละ 2 ของเกษตรกรทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่ และก็เป็นสนามเกษตรกรอินทรีย์ยากจนเพราะส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีปัญหาหนี้สินและปัญหาการสูญเสียที่ทำกิน แต่พวกเขาก็พยายามที่จะดำรงอยู่ตามวิถีทางที่พวกเขาเลือก น่าสนใจว่าพวกเขามีความสัมพันธ์ในสนามของตนเองและสนามอื่น ๆ อย่างไร

เมื่อมองสนามให้เป็นเครือข่าย ก็จะเห็นลักษณะความสัมพันธ์ที่สำคัญอีกแบบหนึ่งของเครือข่าย กาญจนา แก้วเทพ (2558) ได้เสนอว่า "เครือข่าย" คือรูปแบบของความสัมพันธ์ทางสังคมประเภทหนึ่ง ที่มีโครงสร้างเป็นแนวนราบหรือแนวนอน ความสัมพันธ์ระหว่างทุกหน่วยย่อยที่อาจจะเป็นได้ทั้งปัจเจกบุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบัน ฯลฯ ที่เข้ามาประกอบกันเข้าเป็นเครือข่ายจะมีความสัมพันธ์ที่เสมอภาคเท่าเทียม ไม่มีใครเหนือกว่าใครโดยอาจจะมี "แกนนำ" หรือ "แกนกลาง" ทำหน้าที่ "ประสาน"

ในแง่เนื้อเป็นความสัมพันธ์ภายในที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำหน้าที่ต่างๆ ของเครือข่าย เช่น สร้างความรู้ ถ่ายทอดวัฒนธรรม จัดการความขัดแย้งภายใน ระดมทรัพยากร เป็นพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตามเครือข่ายก็อาจมีจุดอ่อน มีชีวิตเป็นวงจรวัฏจักรขึ้น ๆ ลง ๆ ดังนั้นการที่เครือข่ายจะทำหน้าที่ได้ดีจำเป็นต้องมีทุนหรือพัฒนาทุนต่าง ๆ ขึ้นมา

เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่สร้างความสัมพันธ์ภายในเครือข่ายอย่างไร พึ่งพาตนเองอย่างไร และที่สำคัญมีการสั่งสมทุนอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนความรู้ และการเปลี่ยนแปลงทุนความรู้ ให้เป็นทรัพยากร ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้มีความสำคัญต่อการดำรงรักษาเครือข่ายให้ยั่งยืนต่อไป

2.2 แนวคิดเรื่องทุน

แนวคิดเรื่องทุนมีมานาน มีถ้อยคำที่กล่าวถึงทุนชนิดต่าง ๆ เสมอ เช่น ทุนธรรมชาติ ทุนทรัพยากร ทุนมนุษย์ ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม ทุนความรู้ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะเป็นทุนก็ต่อเมื่อได้ถูกนำมาใช้ในกิจการใดๆ ของสังคม (ถ้าอยู่เฉย ๆ ก็ยังไม่เป็นทุน) เช่นที่ดิน ยังไม่เป็นทุน จนกระทั่งได้นำที่ดินนั้นมาพัฒนาเป็นสถานที่เพาะปลูก เป็นต้น

ตามทัศนะของปีแอร์ บูร์ดิเยอ แบ่งทุนเป็น 4 ชนิด คือ ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม และทุนสัญลักษณ์ เป็นทุนที่มีความหมายครอบคลุมกว้างขวางทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรม แต่ที่สำคัญทุนเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปมาได้ เช่น แลกเปลี่ยนทุนความรู้ (ทุนวัฒนธรรม) ทั้งจากภูมิปัญญาภายในชุมชนตนเองผสมผสานประสานกับความรู้จากภายนอกนำมาสร้างเป็นทุนเศรษฐกิจเช่นผลิตพืชผลต่าง ๆ นำไปขายได้ราคา

ในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ย่อมต้องมีทุนหลายชนิด แต่งานวิจัยครั้งนี้จะให้ความสำคัญกับทุนความรู้ และในการนำความรู้ไปใช้จริง หัวใจอยู่ที่การแปลงความรู้เหล่านี้ให้เหมาะสมกับบริบทและสถานการณ์ ความหมายของการแปลง (นัยแรก) ก็คือการผสมผสาน การปรับประยุกต์ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ดั้งเดิม ความรู้ใหม่ ความรู้ภายใน ความรู้ภายนอกสามารถแปลงเพื่อให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ได้เสมอ หรือกล่าวได้ว่าความรู้ถูกสร้างขึ้นใหม่ได้จากทุนความรู้ที่มีมาก่อน และสามารถแปลงทุนความรู้นั้น(นัยสอง) เป็นทุนอื่น ๆ เช่น ทุนสังคม ทุนสัญลักษณ์ ที่สามารถสร้างพลังอำนาจ สร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายได้ โดยที่การแปลงทุนนี้จะอาศัยกระบวนการการสื่อสาร

2.3 แนวคิดเกษตรอินทรีย์และตลาดทางเลือก

เกษตรอินทรีย์ (organic agriculture) อาจเป็นคำที่มีความหมายได้หลายแนว แต่นิยามที่ยอมรับโดยทั่วไปเป็นนิยามของสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) ที่ระบุว่า “เกษตรอินทรีย์ คือ ระบบการผลิตที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสุขภาพดิน ระบบนิเวศ และผู้คน เกษตรอินทรีย์พึ่งพาอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ และวงจรธรรมชาติ ที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ แทนที่จะใช้ปัจจัยการผลิตที่มีผลกระทบทางลบ เกษตรอินทรีย์ผสมผสานองค์ความรู้พื้นบ้าน นวัตกรรม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่เป็นธรรม และคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคนและสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง”

จากนิยามก็จะเห็นชัดเจนว่า เกษตรอินทรีย์ให้ความสำคัญกับหลายสิ่งพร้อม ๆ กันไป เช่น ระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ ผู้คน ชุมชน สุขภาพ ความเป็นธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่น ไปจนถึงวิทยาศาสตร์ด้วย เรียกได้ว่าเกษตรอินทรีย์ เป็นวัฒนธรรมเกษตรชนิดหนึ่งที่ทั่วโลกกำลังตื่นตัว เนื่องเพราะการเกษตรที่ทำกันมาตลอดในยุคสมัยใหม่นั้นสร้างปัญหานานัปการ

อย่างไรก็ตามแม้จะมีความหมายที่เข้าใจตรงกันได้ไม่ยาก แต่เกษตรอินทรีย์กลับถูกมองได้หลายแนว ภาครัฐอาจมองแบบหนึ่ง ภาคธุรกิจเอกชนก็มองเกษตรอินทรีย์อีกแบบ ส่วนภาคประชาชนอาจไปอีกแนวทางก็เป็นได้

เกษตรอินทรีย์ที่เน้นผลผลิต (product) ก็จะมีแนวทางดำเนินงานโดยใช้กลไกตลาดเป็นตัวขับเคลื่อน มีเกษตรอินทรีย์เชิงเดี่ยว ผลิตจำนวนมาก มีการแปรรูป ส่งออก เป็นอุตสาหกรรมเกษตรขนาดใหญ่ เกษตรอินทรีย์ภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชนมักมองไปในแนวทางนี้

แต่ถ้าหากเป็นเกษตรอินทรีย์ที่เน้นกระบวนการ (process) ก็จะพบแนวทางดำเนินการอีกแบบ เช่น เน้นการสร้างความสัมพันธ์ของผู้คน สนับสนุนเกษตรกรรวม มีความหลากหลาย แปรรูปโดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ไม่ส่งออก การค้าที่เป็นธรรม เป็นต้น

สำหรับเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีแนวทางที่จะมองเกษตรอินทรีย์ในเชิงกระบวนการ มีเป้าหมายเรื่องการสร้างคน ชุมชน เมืองและชนบทอยู่ร่วมกัน ไม่แบ่งแยก ดังนั้นตลาดเกษตรอินทรีย์ที่เครือข่ายเลือกจึงเป็นตลาดทางเลือก

ตลาดทางเลือก (alternative market) หมายถึง รูปแบบความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมแบบใหม่ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคที่คำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เกื้อหนุนให้เกิดความเข้าใจ เห็นอกเห็นใจ รับผิดชอบซึ่งกันและกัน อันเป็น

รากฐานของการสร้างสรรค์สังคม ธรรมชาติที่ดีและงดงาม (ทรงเดช ก้อนวิมล และคณะ 2555)

นอกจากนี้อาจสรุปหลักการสำคัญของตลาดทางเลือกได้ดังนี้

1. ต้องให้การผลิตนำการตลาด ไม่ใช่ให้ตลาดนำการผลิต
2. ให้ความสำคัญในการจำหน่ายผลผลิตแก่ผู้บริโภคในชุมชนก่อน หากมีเหลือจึงขยายออกไป
3. จำหน่ายผลผลิตที่ใช้กระบวนการทางธรรมชาติ ไม่ใช่ปุ๋ยเคมี สารเคมี ป้องกันกำจัดศัตรูพืช ไม่ใช่สารเคมีในกระบวนการแปรรูปและการตลาด รวมทั้งไม่เอาเปรียบแรงงานเด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาส
4. ใช้หีบห่อที่สะอาด ประหยัด ใช้วัสดุท้องถิ่น และอนุรักษ์ธรรมชาติ
5. ซื้อขายในราคายุติธรรม
6. เกษตรกรเป็นเจ้าของสถานที่จำหน่าย มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตลาด
7. ลดค่าใช้จ่ายในการตลาดให้น้อยลง
8. เน้นการตลาดแบบขายตรง
9. ส่งเสริมการซื้อสินค้าจากกลุ่มเกษตรกรรายย่อย
10. ผู้บริโภค คือ เพื่อน

สำหรับเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จัดการตลาดทางเลือกของตนเอง ในแนวที่กล่าวมาข้างต้น ช่วงเกษตรกรอินทรีย์เชียงใหม่ เป็นตลาดทางเลือกขนาดเล็ก เป็นตลาดนัดในเมือง จำหน่ายผลผลิตตามฤดูกาล ขายตรง ห่วงโซ่อุปทานสั้น ความสำเร็จมีโชยยายใหญ่แต่ให้ดำรงอยู่ได้

2.4 แนวคิดการสื่อสารในฐานะปฏิบัติการทางสังคม

ความหมายของการสื่อสารในที่นี้ คือปฏิบัติการทางสังคม (social practice) ชนิดหนึ่งที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วม มิได้อยู่ภายใต้กฎ หรือมาตรฐานใดโดยเฉพาะแต่สามารถแหวกแนวมีอะไรใหม่ ๆ ได้เสมอ

การสื่อสารแบบนี้ไม่ผูกขาดว่าใครเป็นผู้ส่งสาร หรือใครเป็นผู้รับสาร บทบาททั้งสองสลับกันไปมา เพื่อสร้างความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน หมายถึงว่า เนื้อหาสารที่ใช้ก็มีเนื้อหาของใครโดยเฉพาะ แต่เป็นเนื้อหาที่ร่วมกันสร้างขึ้นมา สำหรับสื่อนั้นก็เปิดกว้างอะไรก็ได้แต่สามารถเป็นสื่อได้ หากสิ่งนั้นมีสถานะที่จะสื่อความหมายได้ ไม่ว่าจะเป็นตัว

บุคคล วัตถุ สิ่งของ กิจกรรม ไปจนถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้ในทางนิเทศศาสตร์ เรียกว่า สื่อบุคคล สื่อวัตถุ สื่อสถานที่ สื่อพื้นบ้าน สื่อกิจกรรม สื่อการประชุม สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อใหม่ สื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ และที่สำคัญอีกประการหนึ่ง การสื่อสารแบบนี้เกิดขึ้นในบริบทสังคมและวัฒนธรรมเสมอ ไม่อาจแยกออกมาจากสังคมได้ หมายถึงว่าทั้งการสื่อสารและสังคมต่างกำหนดซึ่งกันและกันหรือมีผลกระทบต่อกันและกัน ประหนึ่งเป็นสิ่งที่เดียวกันเลยทีเดียว

หลักการสำคัญของการสื่อสารแบบนี้วางอยู่บนแบบจำลองเชิงพิธีกรรม (ritual model) มีนัยว่า ผู้กระทำการสื่อสารกำลังร่วมกันทำพิธีกรรมบางอย่างและในพิธีกรรมนี้ไม่มีใครสำคัญกว่าใคร แต่คู่สื่อสารมีความเท่าเทียมกัน เน้นการมีส่วนร่วมแบ่งปันกัน มีศรัทธาเหมือนกัน มีความเป็นเพื่อน เป็นการสื่อสารสองทางและมีเป้าหมายร่วมกัน คือสร้างความรู้ สร้างประสบการณ์ สร้างความเข้าใจร่วมกัน

ในการแปลงทุนความรู้ของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จะใช้การสื่อสารหลายรูปแบบ แต่ทั้งหมดจะวางอยู่บนหลักการที่กล่าวมา

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีงานวิจัยของสกว. ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างเสริมตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดังต่อไปนี้

เริ่มต้นที่งานของ ไมตรี นันตะจันทร์ และคณะ (2556) ดำเนินโครงการวิจัย นวัตกรรมองค์กรกับการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืน จังหวัดลำพูน เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนเดิมของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีการขับเคลื่อนเกษตรกรรมยั่งยืน พบว่า มีแหล่งเรียนรู้ 20 แหล่งกระจายอยู่ทั่วไปทั่วจังหวัด ประกอบด้วย ราษฎรผู้รู้ด้านต่าง ๆ เช่น การทำนาอินทรีย์ การเพาะพันธุ์ผักหวานป่า การเพาะมะนาวไร้เมล็ด การทำสวนผสมผสาน การแปรรูปข้าวกล้อง การผลิตสารไล่แมลง การเลี้ยงกบ การเลี้ยงนกกระทา งานวิจัยนี้พยายามหาจุดร่วมกระชับเครือข่าย แสดงถึงศักยภาพซึ่งก็คือทุน หรือ องค์ความรู้ที่มีอยู่ในการทำเกษตรกรรมยั่งยืน

งานของไมตรีมีประโยชน์ในแง่ที่ชี้ให้เห็นว่า เกษตรอินทรีย์ที่สังคมรู้จักในปัจจุบันนี้มีใช้เกษตรแบบใหม่ไร้มาร แต่เกษตรอินทรีย์ที่ชาวบ้านในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ต่าง ๆ กำลังดำเนินการนั้นล้วนมีรากที่มาจากต้นทุนดั้งเดิมของชุมชน ดังนั้นในการสำรวจทำความเข้าใจเรื่องทุนชนิดต่าง ๆ ทั้งในแง่การผลิตและการสร้างตลาดทางเลือกนั้น มีทุนทางสังคมและวัฒนธรรมอะไรบ้างเป็นตัวกำกับสนับสนุนอยู่เบื้องหลัง เพราะการมีทุนดั้งเดิม

ผสมผสานกับทุนความรู้สมัยใหม่อาจเป็นคำตอบของความยั่งยืนของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ทั้งหลายก็เป็นได้

สำหรับการวิจัยด้านตลาดทางเลือกนั้น พบว่าเมื่อ 15 ปีที่แล้วที่จังหวัดเชียงใหม่ ชมชวน บุญระหงษ์ และคณะ (2543) ได้ทำวิจัยเรื่องระบบตลาดทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน โดยงานวิจัยนี้เสนอว่า ตลาดทางเลือกสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน คือความสัมพันธ์ที่ดีของกลุ่มองค์กรเกษตรกรรายย่อยและองค์กรผู้บริโภคในการจัดการผลผลิตเกษตรกรรมยั่งยืน มีเป้าหมายเพื่อความมั่นคงทางด้านอาหาร ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ การมีสุขภาพ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมที่ดี และเป็นธรรม

ตลาดนี้มีหลักคิดว่าการผลิตนำการบริโภค หมายความว่า มีผลผลิตอะไรตามฤดูกาลก็ควรบริโภคไปตามนั้น ไม่ผลิตฝืนธรรมชาติ ไม่ใช่สารเคมี หีบห่อสะอาด ประหยัด ใช้วัสดุท้องถิ่น ขายตรง ราคายุติธรรม คุณค่าตลาดทางเลือกสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืนอยู่ที่การช่วยกันสร้างสังคมใหม่เป็นสังคมแห่งการช่วยเหลือเกื้อกูล โดยเฉพาะการเกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเกษตรกรกับผู้บริโภค เมืองกับชนบท

ในเวลาไล่เลี่ยกันนี้ กลุ่มของชมชวน ยังทำวิจัยเรื่อง รูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการที่พยายามสร้างองค์กรผู้บริโภค โดยทดลองในโรงเรียน เพราะเป็นแหล่งที่มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับคุณค่าอาหารและสิ่งแวดล้อม มีชมรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ชมรมพฤกษศาสตร์ มีกิจกรรมต่างๆ พบปะกันได้สะดวก สามารถสร้างความตระหนักได้ง่าย แต่ชมชวนก็ยอมรับว่าการก่อตั้งกลุ่มผู้บริโภคในชุมชนเมืองค่อนข้างใช้เวลานาน เป็นไปได้ยาก เพราะคนเมืองมีธรรมชาติของการดำรงชีวิตต่างกัน หรือกล่าวได้ว่าการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคในตอนนั้นไม่ประสบผลสำเร็จ

จากการศึกษาของชมชวน (2543) ทำให้มองเห็นแนวคิดที่เป็นหัวใจสำคัญของตลาดทางเลือกซึ่งมีความแตกต่างจากตลาดสมัยใหม่โดยสิ้นเชิง ตลาดทางเลือกของชมชวนน่าจะเป็นพื้นที่ทางสังคมชนิดหนึ่งที่ชาวบ้านจะต้องร่วมกันสร้างขึ้นมาด้วยความเข้าใจ เป็นที่ยืนใหม่หลังจากที่ก้าวออกมาจากระบบตลาดเดิม ที่ให้ความสำคัญกับการนิยมนวัตกรรม และพวกเขาไม่สามารถกำหนดอะไรได้ งานวิจัยนี้น่าจะช่วยชี้ทิศทางการตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์ภาคประชาชน ดังนั้นในการสร้างเสริมตลาดทางเลือกจึงต้องสื่อสารกันภายในเครือข่ายสม่ำเสมอ เพื่อย้ำเตือนผลดีซ้ำอุดมการณ์ของเกษตรกรอินทรีย์

ต่อมา อรุณี เวียงแสง (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการตลาดปลอดภัยที่เหมาะสมและเป็นธรรมในช่วงการปรับเปลี่ยนระบบการผลิตสู่เกษตรกรรมยั่งยืนเครือข่าย

เกษตรกรรมทางเลือก อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน งานวิจัยนี้พยายามที่จะตอบคำถามว่า รูปแบบของตลาดผักปลอดสารพิษและการจัดการร่วมกันระหว่างผู้ผลิตผู้บริโภคที่เหมาะสมและเป็นธรรมนั้นควรเป็นอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบตลาดเกษตรทางเลือกต้องมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า ศักยภาพของผู้ผลิต และผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ดังนั้นรูปแบบที่เหมาะสมจึงมี 4 รูปแบบ คือ 1) ตลาดขายตรงในชุมชน ปลุกไว้บริโภคเอง ที่เหลือจึงขาย 2) ตลาดนัดในระดับอำเภอ กรณีผักปลูก อาหารจากป่า 3) ตลาดนัดในเมือง เน้นผลผลิตที่มีมูลค่าสูงขนส่งง่าย 4) ตลาดขายส่ง

สำหรับการสร้างเครือข่ายบริโภคนั้นต้องจัดกลุ่มให้ชัดเจน เช่น ผู้บริโภคที่เป็นร้านอาหารต้องจัดการเรื่องชนิด ปริมาณ และคุณภาพ ผู้บริโภคในหน่วยงาน มีอำนาจซื้อสูง ราคาอาจแพงกว่าปกติได้ ผลผลิตต้อง มีคุณภาพ หลากหลาย และสม่ำเสมอ ผู้บริโภคในโรงเรียน โรงพยาบาล (ขายตรง) ต้องการผลผลิตจำนวนมากอิงกับหลักโภชนาการ ผู้บริโภคทั่วไป (ตลาดนัด) มีความยืดหยุ่นสูง เป็นไปตามกลไกตลาด

อย่างไรก็ตามงานวิจัยก็แนะนำว่า การจัดการตลาดในเขตเมืองเป็นเรื่องยาก ต้องการการส่งเสริมที่ต่อเนื่อง รวมถึงกระบวนการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศนคติควบคู่กันไป

ต่อมาอรุณี เวียงแสง (2554) ก็ได้สรุปอย่างคมคายว่า ผลของการจัดการตลาดไม่ได้วัดที่กำไรสูงสุดหรือเงินที่ได้รับเท่านั้น แต่ต้องวัดที่คุณค่าในเชิงของอาหารปลอดภัย สิ่งแวดล้อมสะอาด และความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างคนขาย คนซื้อ ที่น่าจะมีค่ามากกว่ารายได้

มีข้อหนึ่งสังเกตว่างานศึกษานี้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารค่อนข้างมาก มีการใช้สื่อชนิดต่างๆ เช่น จัดทำสโปตวิทยุ เกษตรกรร่วมรายการวิทยุ จัดทำป้าย สติกเกอร์ ติดต่อกันนานถึง 6 เดือนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายผู้ผลิตกับผู้บริโภคในเขตเมือง

งานของอรุณีสามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งในแง่วิธีคิดและวิธีการ หมายถึงว่า เกษตรอินทรีย์เป็นวัฒนธรรมเกษตรชนิดหนึ่งที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคต้องคิดออกนอกตนเอง มองให้เห็นคุณค่าที่มากกว่าการซื้อขาย ดังนั้นเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ จำเป็นต้องมีวิธีคิดแบบนี้ ผ่านกิจกรรมการสื่อสารภายในให้สมาชิกเกิดความเข้าใจร่วมกันก่อนสำหรับในแง่วิธีการ เครือข่ายอาจสร้างรูปแบบการสื่อสารใหม่ ๆ ใช้สื่อหลากหลายมากขึ้นเหมาะสมกับผู้รับสารที่อยู่ในเขตเมือง

ในเวลาไล่เลี่ยกันนี้มีโครงการศึกษาและสรุปบทเรียนการจัดการตลาดทางเลือกของกลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชมรมรักษ์ธรรมชาติ จังหวัดยโสธร โดยมณี หงส์พิพิธและคณะ (2555) มีข้อค้นพบว่า ตลาดทางเลือกต้องมีผลผลิตเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค มีความต่อเนื่องสม่ำเสมอ มีการสร้างอัตลักษณ์ให้ชัดเจน สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิต

กับผู้บริโภค ตลาดในระดับเมืองต้องจัดบริเวณที่มีความเป็นธรรมชาติ มีการแสดงออกถึงวัฒนธรรมการกินของคนพื้นเมือง รวมทั้งต้องมีการประชาสัมพันธ์ หรือทำงานร่วมกับสื่อในระดับท้องถิ่น

งานวิจัยนี้แสดงภาพรวมของการจัดการตลาดหลายด้าน แต่ก็สามารถหยิบยกบางประเด็นที่เหมาะสมมาใช้ประโยชน์กับเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ได้ เช่น เรื่องการสร้างอัตลักษณ์และความน่าสนใจให้กับตลาด การสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค ตลอดจนการใช้การสื่อสารในระดับท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์

ทรงเดช ก้อนวิมล และคณะ (2555) ศึกษารูปแบบระบบตลาดทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน พื้นที่ ต.หนองตอกแป้น ต.หัวงัว อ.ยางตลาด และ ต.โคกสะอาด อ.ฆ้องชัย จ.กาฬสินธุ์ การวิจัยนี้เป็นโครงการต่อเนื่องจากการที่ได้มีการศึกษาการปรับเปลี่ยนทัศนคติจากเกษตรกรเคมีมาสู่เกษตรกรอินทรีย์ และการขยายแนวคิดการทำเกษตรอินทรีย์มาแล้ว และโครงการนี้เน้นการศึกษาระบบตลาดทางเลือก ได้ผลการศึกษาในทำนองเดียวกับงานวิจัยก่อนหน้านี้ นั่นคือรูปแบบตลาดทางเลือกมีได้หลากหลาย ปัจจัยที่เอื้อต่อการเกิดตลาด คือ ต้องมีคณะกรรมการดำเนินงานชัดเจน ติดตามผลการบริหารจัดการตลาดอย่างสม่ำเสมอ สร้างเครือข่ายผู้ผลิตและเครือข่ายผู้บริโภค มีการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และสถานที่ตั้งตลาดควรอยู่ในสถานที่เหมาะสม ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย สะอาด และปลอดภัย

ส่วนงานสื่อสารการเกษตรที่อาจนำมาใช้ประโยชน์ได้ คือ งานของจำรัส เสือดี และคณะ (2547) เรื่อง กระบวนการสื่อสารเพื่อขยายผลของการทำเกษตรโดยไม่ใช้สารเคมี งานวิจัยนี้ได้ศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อการลด เลิกใช้สารเคมีของชาวบ้านในจังหวัดพิจิตร พบว่ากลยุทธ์ที่สำคัญคือการใช้สื่อบุคคลในท้องถิ่นหรือปราชญ์ชาวบ้านเป็นวิทยากรในการทำเกษตรปลอดสารพิษ รวมไปถึงสื่อกิจกรรมและสื่อสาธิตต่าง ๆ เช่น การทำกากน้ำตาล การเพาะเมล็ดพันธุ์พืช ซึ่งเป็นสื่อที่ทำให้ชาวบ้านเข้าร่วมจับต้องมองเห็นผลได้ แต่ผู้วิจัยก็ยอมรับว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมต่างๆ ของชาวบ้านมิใช่เรื่องง่าย

แต่ข้อคิดจากงานวิจัยของจำรัสก็คือว่า ในการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมนั้นต้องเป็นการสื่อสารที่กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมจริงจัง สื่อที่ใช้มักเป็นสื่อบุคคลและสื่อกิจกรรม

เกี่ยวกับการวิจัยเรื่องนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2548) ได้วิเคราะห์ไว้อย่างน่าสนใจว่า องค์ความรู้ทางการเกษตรมิใช่พื้นที่ว่างเปล่า มีความรู้ชุดต่าง ๆ จับจองไว้แล้ว ในชุดความรู้ของเกษตรกรไทยเรื่อง การใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงนั้นเคยผ่านช่วงพัฒนามาเป็นยุค ๆ

แต่เดิมชาวบ้านมีความรู้บำรุงรักษาพืชโดยใช้วิธีธรรมชาติอยู่แล้ว เช่น ใช้สมุนไพรป้องกันแมลง ปลูกพืชหลายชนิดปะปนกัน แต่ต่อมาฐานความรู้ใหม่เรื่องการใช้ปุ๋ยและยาฆ่าแมลงก็แพร่กระจายเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของเกษตรแผนใหม่ แหล่งความรู้คือราชการและธุรกิจเอกชน

ในปัจจุบันเริ่มมีแนวคิดใหม่ๆ เข้ามาเป็นระลอกที่ 3 คือการชี้ให้เห็นอันตรายของการใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงและหันกลับมาใช้วิธีการควบคุมตามธรรมชาติที่ได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น

แต่เนื่องจากการผูกพันของฐานความรู้ชุดธรรมชาติถูกเขย่ากร่อนมาหลายทศวรรษ จึงต้องมีการซ่อมแซม กาญจนาจึงเสนอว่าในงานวิจัยเกษตรไม่ใช้สารเคมี จึงต้องการสื่อกิจกรรมที่มีเป้าหมาย 2 อย่างคู่ขนาน คือ สื่อสารเพื่อสร้างองค์ความรู้แล้วก็ต้องสื่อสารเพื่อสร้างคนด้วย

งานวิจัยที่ยกมาทั้งหมดนี้เป็นตัวอย่างงานวิจัยของ สกว. ที่จะนำมาใช้ประโยชน์กับเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ในแง่มุมต่าง ๆ ต่อไป

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม นักวิจัยและสมาชิกในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ จะต้องร่วมมือกันตั้งแต่ต้น เริ่มจากแสวงหาข้อมูล วางแผน ประสานงานผู้ที่เกี่ยวข้อง ตัดสินใจ ลงมือปฏิบัติ และประเมินผลร่วมกัน มีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เช่น การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สนทนากลุ่ม สังเกตแบบมีส่วนร่วม ประชุม สัมมนา ศึกษาจากเอกสาร การเยี่ยมเยียน และปฏิบัติการการสื่อสารต่างๆ เพื่อนำทุนความรู้ของ สกว. มาใช้ให้เกิดประโยชน์สร้างเสริมตลาดทางเลือก มีรายละเอียดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

3.1 การศึกษาความเป็นมา ปัญหา และพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก สังเกตแบบมีส่วนร่วม สนทนากลุ่ม ศึกษาเอกสาร การจดบันทึก

กลุ่มเป้าหมาย ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้อาวุโส แกนนำเครือข่าย คณะกรรมการช่วงเกษตรอินทรีย์ เกษตรกรในพื้นที่ นักพัฒนาเอกชน

ประเด็นศึกษา ที่มาและเหตุที่ต้องก่อตั้งเครือข่าย ปัญหาต่าง ๆ เช่น การแย่งชิงทรัพยากรดิน น้ำ ป่า ปัญหาเศรษฐกิจ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาสุขภาพ การสูญเสียที่ดิน หนี้สิน อุดมการณ์และเป้าหมายของเครือข่าย

ผลที่คาดหวัง ทั้งสมาชิกในเครือข่ายและผู้วิจัยเกิดความเข้าใจร่วมกัน ที่ได้ทบทวนอุดมการณ์ ที่มาที่ไปของเครือข่าย มองเห็นและเข้าใจปัญหา ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เชิงประวัติศาสตร์ รู้จุดเด่นและจุดด้อย เข้าใจรากเหง้าและบริบทปัจจุบัน รวมทั้งความหวังในอนาคตที่กำลังมุ่งไป

3.2 การศึกษาทุนชนิดต่าง ๆ ในการสร้างและพัฒนาตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก สังเกตแบบมีส่วนร่วม สนทนากลุ่ม ศึกษาเอกสาร การจดบันทึก

กลุ่มเป้าหมาย ผู้อาวุโส แกนนำเครือข่าย คณะกรรมการช่วงเกษตรอินทรีย์ พ่อ กาด แม่กาด เกษตรกร นักพัฒนาเอกชน

ประเด็นปัญหา ทุนชนิดต่าง ๆ เช่น ทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม ทุน สัญลักษณ์ ที่ใช้ในการสร้างตลาดทางเลือกหรือช่วงเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่

ผลที่คาดหวัง ทำให้ทราบทุนที่มีเช่น ทุนทรัพยากร ความรู้เดิม วัฒนธรรมการ ช่วยเหลือพึ่งพาซึ่งกันและกัน ความมุ่งมั่น พันธมิตรที่พึ่งพากันได้ เช่นองค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรภาครัฐ รวมทั้งความมีชื่อเสียง ของกลุ่มเกษตรกรต่าง ๆ

ในขณะเดียวกันก็จะทราบสิ่งที่ขาดหายเช่น ขาดความรู้ที่จำเป็นด้านการจัดการ กับสถานการณ์ปัจจุบัน สัมฤทธิผลของการมุ่งขยายเอากำไร มิติความสัมพันธ์ผู้ผลิตและผู้บริโภค หายไป ซึ่งอาจทำให้ตลาดอ่อนแอได้เป็นต้น

3.3 การปฏิบัติการการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ตลาดทางเลือก ของเครือข่าย เกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

เครื่องมือ ปฏิบัติการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมโดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อการประชุม อบรม สัมมนา สื่อวัตถุ สื่อมวลชนท้องถิ่น และสื่อใหม่

กลุ่มเป้าหมาย แกนนำเครือข่าย สมาชิกในเครือข่าย คณะกรรมการช่วง เกษตรอินทรีย์ แม่กาด พ่อกาด เกษตรกร ผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ เช่นผู้บริโภคประจำ ผู้บริโภคเป้าหมายเช่นนักศึกษาและคนทำงานบริเวณใกล้เคียงตลาด รวมทั้งผู้บริโภคหน้า ใหม่ทั่วไป

ประเด็นปัญหา ประเด็นที่สื่อสาร เป็นผลมาจากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ 2 ข้อแรก เช่น สื่อสารภายในเครือข่ายเพื่อย้าอุดมการณ์ สื่อสารในกลุ่มแกนนำและ คณะกรรมการเพื่อสร้างเสริมความรู้ด้านการจัดการ สื่อสารกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ในรูปสื่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น จัดงานเกษตรอินทรีย์ การออกร้าน การทำอาหาร การเยี่ยม สวน ฯลฯ สื่อสารกับผู้บริโภคทั่วไปโดยใช้สื่อวิทยุ สื่อป้าย สื่อใหม่เป็นต้น

ปฏิบัติการการสื่อสารทั้งหมดอาศัยความรู้จากงานวิจัยของสกว. เป็นหลัก ผสมผสานประยุกต์กับความรู้เดิม และความต้องการของเครือข่าย

ผลที่คาดหวัง ปฏิบัติการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนี้จะสร้างพลังอำนาจให้กับ เครือข่ายใน 3 ด้าน คือ **ด้านเศรษฐกิจ**หรือการซื้อขายให้มีความเข้มแข็งต่อเนื่อง **ด้าน สังคมวัฒนธรรม** ตลาดทางเลือกของเครือข่ายจะเป็นแหล่งสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต และผู้บริโภค ทั้งสองฝ่ายมีส่วนในการสร้างคน สร้างชุมชนให้เข้มแข็งยั่งยืน รวมทั้งเครือข่าย

สามารถสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนได้ **ด้านการสื่อสาร** เครือข่ายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นปฏิบัติการทางสังคมที่จะสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายเองต่อไป

ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เข้าไปสัมผัสกับกลุ่มเป้าหมายและเข้าร่วมในสถานการณ์ต่าง ๆ อธิบายภาพรวมได้ดังนี้

สัมภาษณ์แบบเจาะลึกในประเด็นที่มาเครือข่ายและปัญหาต่าง ๆ โดยสัมภาษณ์ ดร.ชมชวน บุญระหงษ์ ผู้อำนวยการสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน ลุงพัฒน์ อภัยมูล แกนนำชาวบ้าน ต.แม่ทา อ.แม่ฮอน ลุงอนันต์ สมจักร เกษตรกรรุ่นบุกเบิกและอดีตผู้บริหาร อบต.น้ำฮาว อ.แม่แตง ป่าแพญ ผู้อาวุโสและเกษตรกรรุ่นบุกเบิก อ.สันกำแพง แม่นาง เกษตรกรรุ่นบุกเบิก อ.สันกำแพง ลุงธนศักดิ์ อดีตประธานช่วงเกษตรอินทรีย์ ต.สบเปิง อ.แม่แตง และคุณวิลาศ ประธานช่วงเกษตรอินทรีย์ อ.สันทราย

สัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ได้แก่ แอ้ ปู อัน ปุ้ย ต้น หลิง เรื่องแรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์และความหวังในอนาคต

สนทนากลุ่ม โดยแบ่งเป็นกลุ่มเล็ก ๆ 3-5 คน ดังนี้ สนทนากลุ่มกับเจ้าหน้าที่สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนหลายครั้ง ได้แก่ อี๊ด แจ็ค นัท และน้ำฝนในเรื่องการทำงานของสถาบัน กลุ่มของป่าแพญและแม่นางเกษตรอินทรีย์สันกำแพงเกี่ยวกับอุดมการณ์เกษตรอินทรีย์ภาคประชาชน กลุ่มของลุงอินและลุงรัตน์เกษตรอินทรีย์สารภีประเด็นความรู้การปลูกผักอินทรีย์ กลุ่มของคุณวิลาศและคณะกรรมการช่วงเกษตรอินทรีย์เรื่องการจัดการตลาดทางเลือก

สนทนาอย่างไม่เป็นทางการกับเกษตรกรจากอำเภอต่าง ๆ อีกหลายคน เช่น ลุงอ้าย ธรรมธิ ปราชญ์ชาวบ้านด้านเกษตรอินทรีย์ ลุงช่วย เกษตรกรรุ่นบุกเบิก อ.ดอยสะเก็ด ป่าวินัส ป่าลอง เกษตรกรรุ่นบุกเบิกและเป็นผู้อาวุโสที่ได้รับความนับถือ ละอองดาว อาคม เกษตรกรที่มีความกระตือรือร้นมีความเป็นผู้นำของช่วงเกษตรอินทรีย์ และเกษตรกรคนอื่นๆ อีกที่มาช่วงเกษตรอินทรีย์เป็นประจำไม่ต่ำกว่า 20 คน

สัมภาษณ์แบบเจาะลึกประธานและอดีตประธานกรรมการช่วงเกษตรอินทรีย์ กรรมการบางคน เจ้าหน้าที่สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน และผู้ที่ทำเกษตรอินทรีย์มากกว่า 20 ปี ในเรื่องการสื่อสารในเครือข่ายและการบุกเบิกสร้างตลาดต่างๆของเครือข่าย

สนทนากลุ่มกับกรรมการช่วงเกษตรอินทรีย์สองครั้งเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงเกษตรอินทรีย์

สนทนากลุ่มกับผู้นำกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง ในประเด็นความรู้เกษตรกรอินทรีย์และเหตุผลที่ทำให้เกษตรกรอินทรีย์มานานนับ 20 ปี

สนทนากับแม่กาดบางกลุ่มที่มีความประสงค์หรือสนใจเรื่องการสร้างแบรนด์

สังเกตแบบมีส่วนร่วมที่ช่วงเกษตรกรอินทรีย์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของแม่กาดกับผู้บริโภคหลายครั้ง

ร่วมประชุมกับแม่กาดจำนวน 100 กว่าคนหลายครั้ง มีวาระการประชุม เช่น กำหนดราคาพืชผล การพัฒนาช่วง การสื่อสารภายในช่วง เป็นต้น

เข้าร่วมกิจกรรมอบรมเกษตรกรอินทรีย์ของสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน มีผู้เข้าร่วมประมาณ 60 คน

เยี่ยมเยียนดูงานการทำเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ต่างๆของอำเภอแม่แตงซึ่งเป็นพื้นที่ตัวอย่างที่ทำให้เกษตรกรอินทรีย์ประสบผลสำเร็จ

เยี่ยมเยียนดูงานการทำเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ตำบลแม่ทา อำเภอแม่ออน เน้นในประเด็นการทำตลาดทางเลือกของเกษตรกรรุ่นใหม่

สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนร่วมกับคณะผู้วิจัยจัดการประชุมทบทวนเป้าหมายของช่วงเกษตรกรอินทรีย์ มีผู้เข้าร่วม 100 กว่าคน เป็นการประชุมที่ต้องการย้ำเตือนถึงอุดมการณ์เกษตรกรอินทรีย์ที่ทำกันมากกว่า 20 ปี และในการประชุมครั้งนี้ยังได้ให้ทุกกลุ่มได้แสดงความต้องการ สร้างเป้าหมาย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว นับว่ามีความคิดที่หลากหลายมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่

ต่อมาจัดปฏิบัติการการสื่อสารต่าง ๆ ได้แก่ สื่อตราสัญลักษณ์ สื่อวีดิทัศน์ และสื่อกิจกรรม ซึ่งตลอดระยะเวลาของกระบวนการผลิตสื่อเหล่านี้มีการพบปะสนทนาทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการกับเกษตรกรและผู้บริโภคในช่วงเกษตรกรอินทรีย์สม่ำเสมอ ทำให้สามารถรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในระหว่างและหลังกระบวนการผลิตสื่อดังกล่าว

บทที่ 4

ผลการวิจัย

รายงานผลการวิจัยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

4.1 ความเป็นมาและปัญหาของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

4.1.1 ที่มาของเครือข่าย

จุดเริ่มต้นของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่เกิดขึ้น ช่วงกลางทศวรรษที่ 2530 เป็นช่วงที่เกษตรกรกลุ่มเล็ก ๆ นักพัฒนาเอกชน รวมทั้งผู้บริโภคกลุ่มหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารปลอดภัย ได้มีโอกาสพบปะกัน ในสถานที่เรียกว่า อิมบุญ ตลาดคำเที่ยง จากการสัมภาษณ์เกษตรกรรุ่นแรกที่ก้าวเข้ามาทำเกษตรอินทรีย์เช่น กลุ่มสันกำแพง กลุ่มแม่แตง และกลุ่มแม่ทา ก็พบว่า พวกเขามีอาชีพเป็นเกษตรกรมาอย่างยาวนาน สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ได้ปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม เหมือนชีวิตเกษตรกรไทยโดยทั่วไป เผชิญกับความไม่แน่นอนของดินฟ้าอากาศ ราคาพืชผล บางปีก็ได้กำไร บางปีก็ขาดทุน พวกเขาอยู่ในกระแสของเกษตรสมัยใหม่ ตลอดระยะเวลา 40 ถึง 50 ปีที่ผ่านมา

เกษตรกรกลุ่มนี้เล่าว่าพวกเขาปลูกพืชตามที่มีผู้มาแนะนำ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชน ส่วนใหญ่เป็นพืชเชิงเดี่ยวเช่น ถั่ว พริก ยาสูบ ฯลฯ เรียกว่าปลูกพืชตามกระแสมีคนเข้ามาแนะนำ มีแหล่งทุนให้กู้ มีผู้มารับซื้อ ปีแรก ๆ ก็ได้ผลดี พอทำติดต่อกันไปพืชผลก็ไม่เป็นไปอย่างที่ต้องการ ต้องใช้เคมีมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นปุ๋ยหรือยาฆ่าแมลง ทำให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ บางคนต้องกู้หนี้ยืมสิน ในที่สุดก็ต้องเลิกไป แต่แล้วก็กลับไปปลูกพืชชนิดอื่นตามกระแสในขณะนั้นอีก เป็นวัฏจักรวนเวียน เช่นนี้ ที่สำคัญเกิดปัญหาดินเสื่อม หลายคนมีปัญหาสุขภาพ พวกเขาเลยต้องมาคิดใหม่ มีโอกาสพบปะกับนักพัฒนาเอกชนและเกษตรกรในที่อื่น ๆ ที่ประสบปัญหาเดียวกัน ในที่สุดก็ตัดสินใจมาทำเกษตรอินทรีย์

พัฒนาการของเครือข่ายอาจแบ่งออกเป็นสองรุ่นคือรุ่นบุกเบิกวางรากฐานและคนรุ่นใหม่ดังนี้

(ก) **การวางรากฐาน** การที่จะตอบว่าเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ก่อตัวมาอย่างไร ก็ต้องย้อนกลับไปดูเกษตรกรกลุ่มต่างๆที่ประกอบกันขึ้นเป็นเครือข่าย แต่ละกลุ่มเป็นเกษตรกรรายย่อยอาศัยอยู่ในพื้นที่ตามอำเภอต่างๆทั่วจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเกษตรกรกลุ่มเล็ก ๆ นับสิบกลุ่ม แต่จะยกตัวอย่างกลุ่มที่ทำเกษตรอินทรีย์มานานนับ 20 ปีสามกลุ่ม คือกลุ่มสันกำแพง กลุ่มแม่แตง และกลุ่มแม่ทา เพื่อชี้ให้เห็นว่าเกษตรกรเหล่านี้มี

ปัญหาอะไรมาก่อน พวกเขาคิดอย่างไร และทำไมต้องเกษตรอินทรีย์ เรียกได้ว่าเป็นกลุ่มบุกเบิก ก่อนอื่นก็ต้องกล่าวก่อนว่า แนนอนที่สุดเกษตรกรเหล่านี้ก็เหมือนเกษตรกรไทยโดยทั่ว ๆ ไป ที่มีชีวิตลุ่มๆดอนๆ ผ่านร้อนผ่านหนาว ปรับตัวไปกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆเสมอไม่ว่าด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม พวกเขาใช้ชีวิตเป็นเกษตรกรภายใต้กระแสสมัยใหม่มานับ 40 - 50 ปี แต่ทว่าพวกเขาก็เป็นเกษตรกรกลุ่มเล็กมากที่เปลี่ยนแปลงตนเองหากเทียบกับเกษตรกรส่วนใหญ่ทั่วไปของสังคมไทย

(1) กลุ่มสันกำแพง กลุ่มแรกที่ต้องการกล่าวถึงคือกลุ่มที่เรียกตนเองในภายหลังว่าเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ ตำบลห้วยทราย อำเภอสันกำแพง บุคคลสำคัญที่เป็นผู้ลงหลักปักฐาน ได้แก่ ป้าเพ็ญ และแม่นาง ป้าเพ็ญก็ทำเกษตรเคมีมาก่อนเหมือนคนอื่นๆ ปลูกพืชเชิงเดี่ยว เช่น พริก ถั่ว พอปลูกข้าว ๆ ก็มีโรคพืช เช่น เชื้อรา ต้องใช้ยาเข้มข้นขึ้น นอกจากนี้ก็ใช้ฮอร์โมนกระตุ้นการเจริญเติบโต มีต้นทุน ต้องกู้เงินร่อนแสน และก็ทำงานหนัก เริ่มได้ยินเรื่องการแพ้ยา การเจ็บป่วยต่างๆของเกษตรกรที่รับจ้างพ่นยา

ป้าเพ็ญเล่าว่า มีการใช้สารเคมีมาตั้งแต่ปี 2520 และก็ใช้มากขึ้นเรื่อยๆตลอดจนถึงปี 2530 ถึง 2540 ตนเองฉลาดหรือโง่กันแน่ ไร่นาเขียวข่มุม พืชผักเติบโตสวยงาม ไม่มีแมลง ไม่มีนกหนู ไม่มีไส้เดือน แต่ลูก ๆ ของตนเองก็คลานเล่นเกลือกกลิ้งอยู่บนดิน ในไร่นาที่เต็มไปด้วยสารเคมีตกค้างหรือเปล่าก็ไม่รู้ จึงหันมาทำเกษตรอินทรีย์ประมาณปี 2540 สามปีแรกที่มาทำเป็นอินทรีย์ ปลูกผักไม่ค่อยได้ผล แต่ก็พยายามอดทนทำหวังที่จะอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ในช่วงนั้นก็ได้คุยกับหลายองค์กรเกี่ยวกับความรู้เรื่องอินทรีย์ มีโอกาสได้พูดคุยแลกเปลี่ยนกับเกษตรกรที่อื่น หลังจากนั้นก็ได้ผลดีขึ้นเป็นลำดับ เราปลูกหลากหลายทั้งไม้ผล ไม้ยืนต้น ผักสวนครัวมากมาย ผสมผสานปนเปปลูกตรงนั้นตรงนี้ทั่วไปหมดนับ 100 ชนิด และก็ยังเลี้ยงเป็ดเลี้ยงไก่ด้วย ไม่ปลูกพืชเชิงเดี่ยวเหมือนเมื่อก่อน แนนอนการทำเกษตรอินทรีย์ก็เหนื่อยแต่รู้สึกมีความสุข ในไร่นามีเสียงนกร้อง มีเสียงแมลง มีเสียงธรรมชาติ พืชผลของเราก็ให้สัตว์กินบ้าง เรากินบ้าง แล้วลูกหลานก็ได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ได้กินอาหารที่ไม่มีสารเคมีเจือปน ผู้ที่มาซื้อผักเรากินก็ได้ของดี เป็นการสร้างบุญ เราก็ไม่ได้หวังทำกำไรร้ายอะไร เราเป็นเกษตรกรธรรมดาไม่ได้เรียนสูง มีชีวิตพออยู่พอกิน เราให้ความสำคัญกับ"คุณค่า"มากกว่า"มูลค่า"

เบื้องหลังคำพูดเหล่านี้ เช่น คำว่า "คุณค่า" น่าสะท้อนถึงคุณธรรม ธรรมชาติ สุขภาพดี สิ่งแวดล้อมดี อยู่ร่วมกับสรรพสิ่งได้ และทั้งหลายทั้งปวงนี้ก็เป็นเรื่องที่ไม่สามารถแยกออกจากเกษตรอินทรีย์ได้

นอกจากนี้ป่าเพ็ญยังได้เล่าให้ฟังถึงภูมิปัญญาในการปลูกพืชอินทรีย์ทั้งที่เป็นภูมิปัญญาจากม่อน (ภาษาเหนือแปลว่าทวด) รวมทั้งภูมิปัญญาสมัยใหม่ที่ได้ไปเรียนรู้จากเวทีต่าง ๆ เช่น การปลูกพืชหลบแมลง การใช้เมล็ดข้าวพันธุ์พื้นเมืองลำดับต้นตั้งตรงเสี่ยงต่อโรคพืชน้อย การถอนหญ้าและหมักทิ้งไว้ให้เป็นปุ๋ย ฯลฯ

ในแง่ตลาดนั้นป่าเพ็ญขายพืชผักของตนเองในชุมชน ก่อนหน้านี้เคยไปร่วมตลาดนัดในเมือง แต่ตอนนี้อายุมากแล้วนำไปขายแถวหน้าวัดในชุมชนก็พอ ผู้คนรู้จักพืชผักของป่าเพ็ญดี รับรองอินทรีย์ร้อยเปอร์เซ็นต์ เรียกว่าเป็นยี่ห้อหรือแบรนด์ป่าเพ็ญเลยทีเดียว

ทางด้านแม่นางนั้น เป็นชาวนามาก่อน เป็นครอบครัวชาวนาที่ปรับตัวไปตามนโยบายเกษตรของรัฐ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อให้มีผลผลิตต่อไร่สูง เรียกว่าทำนาเคมีมาก่อน แต่แม่นางก็ได้เปลี่ยนมาเป็นนาอินทรีย์เพราะเห็นผลร้ายที่มีต่อเพื่อนชาวนา บางคนอ่อนเพลียหาสาเหตุไม่ได้ บางคนก็แพ้ด้วยอาการหลายอย่าง คนที่รับจ้างพ่นยาก็มักอ่อนแอมีปัญหาสุขภาพเนื่อง ๆ

แม่นางเคยคุยกับพระที่วัด นักพัฒนา และเพื่อนชาวนาอีกหลายคน ก็ได้ข้อสรุปว่าเป็นเพราะสารเคมีทางการเกษตรที่พวกเขาใช้เข้มข้นขึ้นเรื่อย ๆ แม่นางก็คล้ายป่าเพ็ญที่เล็งเห็นผลร้ายของเกษตรเคมีที่มีต่อครอบครัวตนเองและคนอื่น ๆ จึงหันมาทำนาอินทรีย์รวมทั้งผลร้ายต่อสิ่งแวดล้อม กล่าวคือดินในไร่นาเสื่อมคุณภาพลง ต้องใช้ปุ๋ยมากขึ้น ลงทุนมากขึ้น ผลผลิตก็ไม่แน่นอน กำไรบ้าง ขาดทุนบ้าง แต่ที่แน่ ๆ หนี้สินพอกพูน และนี่ก็ทำให้ทั้งสองเปลี่ยนวิถีชีวิตวิถีปฏิบัติใหม่หมด ซึ่งก็ไม่ง่าย ต้องอดทนทำต่อเนื่องหลายปีจึงเห็นผล

ปัจจุบันทั้งสองทำเกษตรอินทรีย์จนอยู่ตัว มีความรู้มากมายระดับปราชญ์ชาวบ้าน เดินทางไปทั่วประเทศ เป็นที่รู้จักกันดีในสนามเกษตรอินทรีย์ภาคประชาชน โดยเฉพาะแม่นางได้รับเชิญสื่อสารผ่านสื่อมวลชนหลายสำนัก บ้านสวนสันลมจอยของแม่นางที่สันกำแพงเป็นที่รู้จักทั่วไป

กลุ่มห้วยทราย สันกำแพง เป็นกลุ่มขนาดเล็กไม่ก็ครอบครัว ประมาณ 20 กว่าครอบครัวก็จริง แต่ทว่าก็มีความเข้มแข็ง เอาจริงเอาจัง มีโรงปุ๋ยหมักที่ทำจากฟางข้าวและมูลวัว มีเครื่องบด เครื่องอัดเม็ด ขायถูละ 20 บาท ให้กับผู้ที่ทำเกษตรอินทรีย์ทั่วไป เช่น โจน จันได ก็มาซื้อนํ้าพริกโกล เทคโนโลยีนี้ได้มาจากอาจารย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่เข้ามาทำวิจัยในชุมชน เรียกได้ว่ามีองค์ความรู้จากภายนอกมาสนับสนุน ชาวบ้านบอกว่าปุ๋ยหมักอาจสู้ปุ๋ยยูเรียไม่ได้ในแง่ที่ปุ๋ยยูเรียมองเห็นผลทันทีพืชผักใบเขียว แต่ปุ๋ยหมักทำให้ดินดีขึ้นเมื่อใช้ต่อเนื่อง ดินไม่เสีย มีธาตุอาหารอยู่เสมอ มีความยั่งยืน สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ไม่มีการเผาซังข้าว ไม่มีหมอกควันในพื้นที่ ชาวชนมืงานทำ มูลวัวมีทั่วไป เมื่อเก็บมาทำปุ๋ย ก็เอาปุ๋ย

ที่หมักเสร็จแล้วไปคืนเจ้าของว้าว นับเป็นความลงตัวอย่างหนึ่งที่เกษตรกรอินทรีย์ได้ลดต้นทุนเรื่องปุ๋ยและยังมีรายได้เพิ่ม

นอกจากกลุ่มผู้อาวุโสแล้วยังมีรุ่นถัดมาที่สืบทอดรุ่นบุกเบิก ได้แก่ ละอองดาว ซึ่งเป็นกรรมการช่วงเกษตรกรอินทรีย์คนหนึ่ง ละอองดาวเคยทำงานโรงงานอุตสาหกรรมมาก่อน ต่อมาเมื่อแต่งงานแล้วก็มาทำเกษตรอินทรีย์ โดยที่ส่วนใหญ่สามีเป็นคนทำ ทั้งปลูกข้าวไม่มากนัก พืชผักสวนครัว พริก ถั่วฝักยาว มะระขึ้นก ฯลฯ และยังเลี้ยงหมู และเลี้ยงวัวอีก 4-5 ตัว เท่าที่กำลังในครอบครัวจะทำได้ สามีละอองดาวเล่าว่ามีความสุขที่ได้ทำสวนหลากหลาย สามารถเลี้ยงครอบครัวได้ไม่ขัดสน ตัวเขามีหน้าที่ดูแลสวนเป็นส่วนใหญ่ ละอองดาวมีหน้าที่ไปขาย และยังทำงานในฐานะกรรมการช่วงเกษตรกรอินทรีย์ได้อย่างขยันขันแข็ง

ในกลุ่มสันกำแพงนี้ยังมีการสร้างแบรนด์ตามคำแนะนำเจ้าหน้าที่รัฐหรือเกษตรกรอำเภอ ซึ่งเข้ามาทำหน้าที่มีข้อเสนอเป็นพัก ๆ ตามนโยบายของรัฐบาลชุดต่าง ๆ แบรนด์ของห้วยทรายนี้ชื่อว่า "กุบหลวง" ทำมาสามปี ไม่รู้ตอนนี้ไฟล์ต้นฉบับหายไปไหน ป้าเพ็ญเอา logo มาให้ดู เป็นแบรนด์สำหรับหลายๆผลิตภัณฑ์ สมาชิกนำไปใช้ได้ เช่นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสมุนไพร น้ำมันหอม น้ำมันนวด ไปจนถึงน้ำผึ้ง

เกี่ยวกับเรื่องแบรนด์นี้ เท่าที่สังเกต เป็นการทำขึ้นตามคำแนะนำที่ว่าธุรกิจเกษตรกรอื่น ๆ มีแบรนด์กัน เราชาวบ้านก็มีบ้าง หวังจะขายสินค้าให้มากขึ้นอันเป็นเป้าหมายที่แคบไป อย่างไรก็ตามหากชุมชนต้องการแบรนด์จริง อาจต้องทบทวนกระบวนการสร้างแบรนด์กันใหม่

(2) กลุ่มแม่แตง อีกกลุ่มในรุ่นบุกเบิกที่น่าสนใจคือกลุ่มแม่แตง จากการจัดให้มีการดูงานเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรรุ่นใหม่ที่บ้านแม่แตง คณะผู้วิจัยพบว่ากลุ่มแม่แตงเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและทำเกษตรอินทรีย์มานาน เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่เป็นกำลังสำคัญของเครือข่าย พวกเขาเรียกตนเองว่าเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ต้นน้ำฮาว ตำบลสบเปิง อำเภอแม่แตง มีนายอนันต์ สมจักร หรือที่เรียกกันว่าลุงนันต์ เป็นประธานเครือข่าย

ลุงนันต์ ทบทวนความหลังที่มาทำเกษตรอินทรีย์ให้ฟังว่า กลุ่มของเราเริ่มทำเกษตรอินทรีย์มาตั้งแต่ประมาณต้นทศวรรษ 2540 ก่อนหน้านั้น ชาวบ้านแถบนี้ซึ่งเป็นเกษตรกร 90 เปอร์เซ็นต์ ทำเกษตรเชิงเดี่ยว คือปลูกพืชชนิดเดียวจำนวนมากส่งให้กับพ่อค้าที่มารับซื้อถึงในหมู่บ้าน ยกตัวอย่างเช่น ที่บ้านดอนเจียงที่ตนอาศัยอยู่ มีบริษัทเอกชนมาแนะนำให้ปลูกถั่วแระ จัดประชุมชาวบ้านกันที่วัด คุยกันว่าจะปลูกอย่างไร ขายที่ไหน ราคาเท่าไร สรุปแล้วลงทุนไร่ละสามพันบาท ตอนนั้นปุ๋ยยูเรียกระสอบละ 240 บาท ปีสองปีแรกก็ดี มีรายได้ไร่ละหมื่นกว่าบาท แต่พอทำนานไป ถั่วเริ่มมีปัญหา มีโรคพืช ไม่สมบูรณ์เหมือน

ที่ผ่านมา ต้นทุนก็เริ่มขยับ ต้องซื้อยาซื้อปุ๋ยเพิ่มขึ้น รายได้ก็ลดลง ทำให้เสียปีก็ขาดทุนใครที่กู้หนี้ยืมสินมาก็เดือดร้อน

ลุงนันต์ เล่าว่าต่อมาก็ทำอีกสารพัด ไม่ว่าจะเป็นลำไยปึงปอง มะม่วงมหาชนก และอื่น ๆ เราปลูกพืชตามกระแส ตามที่มีคนมาแนะนำ ไม่มีความรู้ เขาว่าอย่างไรก็ว่าตามเขาไป ตนเองได้มีโอกาสไปอีสาน ไปที่อุดรฯ ยโสธร เพื่อน ๆ เกษตรกรบอกว่าจะปลูกอะไรก็ให้คำแนะนำของตัวเอง ใช้สีบ้านเรากินแกงแค ก็ต้องดูว่าแกงแคประกอบไปด้วยผักอะไรบ้าง มีหลายชนิด มีประโยชน์ด้วย เป็นสมุนไพรก็มี ลดความดัน ลดไขมัน เราลืมไปแล้วที่จริงบรรพบุรุษของเราก็กินอย่างนี้อยู่อย่างนี้ ตอนนั้นยังไม่มีคำว่าเศรษฐกิจพอเพียง แต่พวกเราเข้าใจว่าหมายถึงอะไร ที่ผ่านมาเรามีหนี้สิน แม้เราจะปลูกมากมาย แต่เราก็ต้องซื้อแทบทุกอย่าง

ลุงนันต์ ญาติพี่น้อง และเพื่อนชาวบ้านก็เลยคิดกันใหม่ ตั้งกลุ่มกันขึ้นมา มี 22 ครอบครัว ได้มีโอกาสไปดูงาน ได้ความรู้เพิ่มเติมจากสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน ก็เลยมาทำอินทรีย์ มีการอมเดือนละ 10 บาท ให้กู้ไม่มีดอกเบี้ย เริ่มปลูกพืชหลากหลายบนผืนดินของตนเอง ลุงนันต์ บอกว่าตนเองมีที่ดิน 4 ไร่ ทำกับพี่น้องสามคน ปลูกลำไยและพืชผักสารพัดชนิด ผักในป่าก็เอามาปลูกด้วย ไม่ใช่สารเคมี เรามีรายได้ มีพืชผักเอาไว้กิน เลี้ยงเป็ด เลี้ยงไก่

ต่อมากลุ่มของเราก็กินอินทรีย์ด้วย ปลูกข้าวหลายพันธุ์ ปัญหาของเราก็คือเมื่อปลูกข้าวแล้วไม่มีที่ขาย เพราะไม่มีใครรับซื้อข้าวแดง เราต้องหาโรงสีและสถานที่จำหน่ายเอง

เจ้าหน้าที่สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน ช่วยหาที่สีข้าว ช่วยขายข้าวให้ เช่น เอาไปขายที่อัมบุญในตัวเมืองเชียงใหม่ ต่อมาเราพยายามตั้งโรงสีในหมู่บ้าน เราประสานงานหลายแห่งทั้งภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน มูลนิธิต่างๆ และแม้กระทั่งอบต. ในที่สุดเราก็รวมเงินได้กว่าสองแสนบาท สามารถตั้งโรงสีในหมู่บ้านได้ประมาณปี 2550 มีผู้ที่ปลูกข้าวอินทรีย์หลายกลุ่มทั้งในสบเปิง สันปายาง และที่อื่น ๆ มาสีข้าวกับเรา เราตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการกันเอง ทำให้มีรายได้ สามารถขายแลกเปลี่ยนหรือใช้แลกเปลี่ยนหมูได้ และยังสามารทำปุ๋ยอินทรีย์ ผลิตภัณฑ์ชีวภาพได้ด้วย พวกเราสามารถลดต้นทุนการผลิต ทำให้ครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้น มีกินมีอยู่ บางครอบครัวสามารถซื้อที่ดินเพิ่มได้ และที่สำคัญพื้นดินของเราก็คืออุดมสมบูรณ์ มีธาตุอาหาร ปลูกอะไรก็งอกงาม ไม่เหมือนเมื่อก่อนที่ยังทำเกษตรเชิงเดี่ยว ต้องใช้ยาใช้ปุ๋ยสารพัด นานเข้าดินก็เสื่อม กว่าที่จะฟื้นได้ไม่ใช่เรื่องง่าย

สำหรับลุงนันต์เอง ตอนนี้มีที่ดินเพิ่มรวมกัน 7 - 8 ไร่ มีรถสองคัน ไม่ต้องกู้ยืมแล้ว แม่บ้านก็หัดค้าขาย เป็นแม่กาเดไปขายตลาดนัดในเมือง แม่บ้านก็เก็บเงินเก่ง ลุงนันต์ก็

เลิกสูบบุหรี่เลิกสูบบุหรี่ มีสุขภาพดี ตอนนี้มีกินมีใช้ ไม่ได้ร่ำรวยอะไร แต่ก็ไม่ได้ยากจน รู้สึกพึงพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ มีเพื่อนชาวเกษตรอินทรีย์มากมาย ได้มีโอกาสเดินทางแบ่งปันความรู้ รู้สึกตนเองมีคุณค่า คนอื่นที่ซื้อผลิตผลของเราก็ได้ของดี ไม่มีสารเคมีเจือปน สิ่งแวดล้อมก็ดี สังคมก็ดี

(3) กลุ่มแม่ทา บุคคลสำคัญของเครือข่ายอีกคนหนึ่งที่จะต้องกล่าวถึง คือ ลุงพัฒน์ อภัยมูล อายุ 62 ปี ผู้ที่เรียกตนเองว่าเป็นเกษตรกรรายย่อยจาก ตำบลแม่ทา อำเภอแม่ออน จ.เชียงใหม่ หรือกลุ่มแม่ทา ลุงพัฒน์เป็นเกษตรกรรุ่นบุกเบิกที่ทำเกษตรอินทรีย์มานานนับ 30 ปี ถือเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงสำคัญของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ สะสมองค์ความรู้อินทรีย์ทั้งความรู้เก่าและความรู้ใหม่มากมาย ที่ได้มาจากประสบการณ์ของตนเอง และจากการพบปะแลกเปลี่ยนกับเกษตรกรอินทรีย์ในที่ต่าง ๆ ปราชญ์ชาวบ้าน นักพัฒนาเอกชน รวมทั้งจากนักวิชาการ

ถือว่าเป็นผู้ที่มีประสบการณ์โชกโชนไม่เฉพาะการทำเกษตรอินทรีย์เท่านั้น แต่รวมไปถึง เป็นผู้บุกเบิกแรกในการทำตลาดทางเลือกให้กับชุมชนและเครือข่ายเคียงบ่าเคียงไหล่กับผู้นำเกษตรกรคนอื่น ๆ มาจนถึงปัจจุบัน

ลุงพัฒน์ระลึกความหลังให้ฟังว่า ตนเองก็เป็นเกษตรกรเช่นเดียวกับคนอื่น ๆ ที่ทำเกษตรเชิงเดี่ยวมาตั้งแต่ยังหนุ่ม ๆ ปลูกยาสูบ ถั่วลิสง มะเขือเทศ และอีกสารพัด ทำไปทำมามีหนี้สองแสน เหตุที่เป็นหนี้ก็เพราะค่าปุ๋ย ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าขนส่ง สูงขึ้นเรื่อย ๆ แต่ผลผลิตที่ขายเท่าเดิม ในครอบครัวก็ต้องใช้เงินซื้อข้าวปลาอาหาร

ในปี 2529 จึงรวมตัวกับเพื่อนบ้าน เครือญาติ ไม่ก็ครอบครัว หันมาทำเกษตรอินทรีย์ที่มีต้นทุนน้อยกว่า ปลูกพืชผักหลากหลายชนิด เลี้ยงสัตว์ด้วย ใช้แรงงานเป็นทุน ครอบครัวกินสิ่งที่ตนเองผลิต เหลือกก็เอาไปขาย ลดค่าใช้จ่ายในครอบครัวลงทันที สามารถปลดหนี้และเก็บเงินได้ จากมีที่ดินไร่กว่า บางส่วนก็ต้องเช่าทำกิน ปัจจุบันสามารถซื้อที่ดินทำกินได้กว่า 40 ไร่

นอกจากแรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์ในด้านเศรษฐกิจแล้ว ลุงพัฒน์ยังบอกว่าเกษตรอินทรีย์คือการดำเนินชีวิตของเราที่เกี่ยวข้องกับสังคมรอบ ตัวเชื่อมโยงกับสิ่งอื่น ๆ เช่น ทำเกษตรต้องใช้น้ำน้ำมาจากไหน มาจากป่า ต้องรักษาป่า ป่าในแถบที่อยู่อาศัยของลุงพัฒน์มีพื้นที่หลายหมื่นไร่ แบ่งเป็นป่าอนุรักษ์ ป่าใช้สอย ป่าชุมชน เป็นแหล่งชีวิตสำคัญของชาวบ้านมาหลายชั่วอายุคน ดังนั้นการทำเกษตรอินทรีย์เกี่ยวข้องกับการรักษาป่า แหล่งน้ำ ระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม แรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์จึงมิใช่แค่ทำให้เรามีกินเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของชีวิตชุมชนที่จะต้องช่วยกันดำรงรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วย

นอกจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพดี สังคมก็ต้องดีด้วย ถึงจะอยู่กันอย่างมีความสุข ลุงพัฒน์บอกว่าการรับประทานอาหารอินทรีย์ดีต่อสุขภาพ และการที่คนอื่นได้กินของดี มีสุขภาพดี ก็ถือว่าเป็นการทำบุญด้วย คิดอย่างนี้ทำอย่างนี้สังคมถึงจะดี

ลุงพัฒน์ยังได้พูดถึงตลาดทางเลือกที่เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ได้พัฒนาขึ้นมาตลอด 20 กว่าปีว่าในการทำตลาดทางเลือก ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด พวกเราต้องซื่อสัตย์ เป็นอินทรีย์จริง ถึงจะทำให้ผู้บริโภคไว้วางใจและเข้ามาจับจ่ายใช้สอย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคก็จะดี และนี่ก็จะทำให้ตลาดทางเลือกสามารถดำรงอยู่ได้

ในเรื่องของการสืบทอดไปยังคนรุ่นต่อไป ลุงพัฒน์มีทัศนะว่า คนรุ่นใหม่ทันสมัยอาจจะไม่สนใจเรื่องการเกษตร จะทันสมัยอย่างไรก็ตามสมัยไปเถอะ แต่ลุงพัฒน์อยากเตือนว่าอย่าลืมนึกถึงที่ดินของเราไว้เพราะเป็นแหล่งชีวิต อนาคตไม่มีความแน่นอน วิกฤตมีแน่ ต่อให้เศรษฐกิจล่มเราก็กินอยู่ได้ มีที่ทำกิน มีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีสังคมที่ดี ให้เอาอาหารเป็นตัวตั้ง ไม่ใช่เอาเงินเป็นตัวตั้ง อาหารมาจากไหน มาจากผืนดิน น้ำ ป่ามันเอง เราต้องรักษาแบบนี้ก็คือการดำรงชีวิตของเรา กล่าวได้ว่าลุงพัฒน์มองการทำเกษตรอินทรีย์ก็คือการดำรงชีพ (livelihood) ที่คนรุ่นใหม่ควรรักษาเอาไว้

ที่น่าสนใจอีกเรื่อง ลุงพัฒน์บอกว่าตนเองก็ทำวิจัยวิเคราะห์หนี้ ใช้ทุนสกว.ด้วยมีคนเข้ามาทักว่ากลุ่มแม่ทาทำวิจัยวิเคราะห์หนี้กันเขียวหรือ การวิเคราะห์หนี้ก็คือการวิเคราะห์ความทุกข์ของตนเอง ชุมชนต้องรู้และเข้าใจที่มาที่ไป โดยอาศัยความรู้จากการวิจัยเพื่อให้รู้สาเหตุที่แน่ชัดแล้วจะได้ปลดปล่อยตนเองออกจากทุกข์ได้ นับเป็นเรื่องน่าสนใจที่ลุงพัฒน์ให้ความสำคัญกับการแสวงหาความรู้โดยใช้วิธีแสวงหาความรู้ตามหลักวิชาการสมัยใหม่

เรื่องราวของเกษตรกรในรุ่นบุกเบิกยังมีอีกหลายกลุ่ม เช่นกลุ่มคอดยสะเกิดมีลุงช่วยเป็นกำลังสำคัญ กลุ่มสารภีก็มีลุงอิน ลุงรัตน์เป็นต้น กลุ่มต่างๆเหล่านี้ประสบปัญหาที่คล้ายกัน ต้องการที่จะออกจากปัญหาแสวงหาวิถีชีวิตแบบใหม่ที่ปลดปล่อยตนเองออกจากทุกข์ พวกเขามีความคิด การมองโลก การมองชีวิตที่คล้ายกัน จึงได้รวมตัวกันโดยมีสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนเป็นผู้ประสานตรงกลาง จึงก่อให้เกิดเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ขึ้น

จากทั้งหมดที่กล่าวมาอาจสรุปได้ง่าย ๆ ในเบื้องต้นนี้ว่า ชาวบ้านเหล่านี้มีท่าทีกลับไปเป็นเกษตรแบบพื้นบ้านที่มาจากบรรพบุรุษ ขณะเดียวกันก็ใช้ความรู้สมัยปัจจุบันผสมผสานด้วย มีความหลากหลายในสิ่งที่ผลิต พืชผักชนิดใดไม่ได้ผลก็ยังมีเหลือชนิดอื่น ๆ ลดความเสี่ยง เพิ่มความมั่นคง อาศัยธรรมชาติมากกว่าเทคโนโลยีสมัยใหม่ พวกเขาพยายามถอย

ห่างออกมาจากเกษตรแบบสายพานอุตสาหกรรมที่พวกเขากำหนดอะไรไม่ได้ นอกจากเป็นผู้ผลิตตามใบสั่ง

นอกจากนี้ที่สำคัญ เราจะมองเห็นมิติของสังคมวัฒนธรรม นั่นคือพวกเขารู้จักการแบ่งปันคนอื่นรู้จักที่จะมีความเอื้ออาทรต่อกัน ทั้งต่อเพื่อนมนุษย์ พืช สัตว์ และสิ่งแวดล้อมที่กำลังหดหายไปอย่างมากในสังคมสมัยใหม่

ถ้าจะว่าไปแล้ว กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์เหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสันกำแพง กลุ่มแม่แตง กลุ่มแม่ทา และกลุ่มอื่น ๆ รวมเป็น 11 กลุ่มที่ประกอบเป็นเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ พวกเขาเป็นเกษตรกรที่สามารถทำได้ทั้งในกระบวนการผลิตอาหารอินทรีย์ การแพร่กระจายผ่านช่องทางตลาดทางเลือกหลายรูปแบบทั้งในท้องถิ่นชุมชนของตนเอง และตลาดนัดในเมืองเช่นช่วงเกษตรอินทรีย์ และก็ยังบริโภคเองในสิ่งที่ผลิตด้วย ซึ่งทำให้พวกเขาพึ่งพาตนเองได้และมีความมั่นคงในระดับที่น่าพอใจ ต่างจากอดีต ที่ยังทำการเกษตรสมัยใหม่ใช้สารเคมี พวกเขาเป็นผู้ผลิตที่จริง แต่ไม่สามารถกำหนดราคาได้ มีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กระจายผลผลิต ชาวบ้านผู้ผลิตก็ต้องซื้อข้าวกิน ทำให้ควบคุมชีวิตตนเองยาก ต้องพึ่งพาผู้อื่น เกษตรกรได้รับผลกระทบค่อนข้างแรงจากปัจจัยภายนอก เช่น ปัจจัยราคาผลผลิตมีมากราคาก็ตกต่ำ พ่อค้ารับซื้อของราคาถูกก็จำเป็นต้องขาย ทำให้ขาดทุนปรากฏการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นบ่อย ๆ กับเกษตรกรไทยเสมอมา

อย่างไรก็ตามเมื่อได้สนทนากับเจ้าหน้าที่สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน และเกษตรกรรุ่นแรกก็พอจะสรุปให้เห็นถึงการทำการเกษตรเคมีเชิงเดี่ยวในช่วงเวลาที่ผ่านมา ทำให้เกิดผลดีบางประการเช่นการมีปริมาณอาหารเพื่อบริโภคมากขึ้น แต่เนื่องจากกระบวนการผลิตแบบนั้นเน้นการปลูกพืชหรือเลี้ยงสัตว์ชนิดเดียว และใช้พื้นที่เป็นบริเวณกว้าง ต้องพึ่งพิงปัจจัยการผลิตจากภายนอกไม่ว่าจะเป็นเมล็ดพันธุ์ พันธุ์สัตว์ ปุ๋ย อาหารสัตว์ เคมีภัณฑ์ต่างๆ ต้องใช้เทคโนโลยีและพึ่งพิงองค์ความรู้จากภายนอก เน้นการผลิตเพื่อขายส่งออก พึ่งตลาดต่างประเทศ มีพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคา ทั้งหมดนี้ทำให้เกิดปัญหาต่อเกษตรกรผู้บริโภค ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมหลายประการ เช่น (สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน. 2556)

- การเป็นหนี้ของเกษตรกรเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยการผลิตดังกล่าว โดยการกู้เงินเพื่อมาลงทุนด้วยดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงแต่ระบบตลาดไม่เป็นธรรม ราคาผลผลิตตกต่ำทำให้เกษตรกรขาดทุนและมีหนี้พอกพูนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

- การเป็นหนี้ทำให้เกษตรกรต้องขายที่ดินเพื่อชดเชยหนี้

- สุขภาพทรุดโทรมอันเนื่องมาจากการทำงานหนัก การใช้สารเคมีสังเคราะห์ การบริโภคอาหารที่ปนเปื้อน และความเครียด
- เป็นเกษตรกร แต่ต้องซื้อข้าวกิน เพราะจำหน่ายหมด รวมทั้งการปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ชนิดเดียวทำให้ขาดความมั่นคงทางด้านอาหาร และสิทธิที่จะเลือกบริโภคอาหารที่ปลอดภัย
- ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย ความหลากหลายทางชีวภาพ พันธุกรรมพืชสัตว์พื้นบ้านลดลง
- ลดการพึ่งพาตนเอง แต่หันไปพึ่งคนอื่น
- เกิดปัญหาสังคมตามมาอีกมากมาย

จากที่กล่าวมา เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่จึงก่อตั้งขึ้นและดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ รวมทั้งการให้คุณค่าที่ต่างไปจากการเกษตรกระแสหลัก อาจเรียกได้ว่าพวกเขาได้สร้างอุดมการณ์ร่วมขึ้นมา

ความหมายของเกษตรกรอินทรีย์ของพวกเขาไม่ใช่การปลูกผักเลี้ยงสัตว์ เพื่อการค้าขาย แต่พวกเขามองว่าเกษตรกรอินทรีย์คือชุมชนที่เกษตรกรและกลุ่มผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ทั้งในด้านลงทุนการผลิตแปรรูป ตลาด และด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและพัฒนาระดับเป็นชุมชนที่ยั่งยืน ที่สมาชิกทุกคนมีการพัฒนาทุกด้านของชุมชน มีการพัฒนาศักยภาพตนเองอย่างต่อเนื่อง คิดเป็น ทำเป็น แก้ปัญหาเป็น มีสุขภาพกายและจิตใจที่ดี มีความสุข ความสงบ มีการพึ่งตนเอง ได้รับความเป็นธรรม และมีความมั่นคงยั่งยืนทั้งทางด้านอาหาร เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมในที่สุด

(ข) เกษตรกรรุ่นใหม่และการปรับตัวต่อรอง

เกษตรกรรุ่นบุกเบิกคือผู้วางรากฐาน แต่ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาก็มีเกษตรกรรายย่อยอื่นๆ ที่ทำเกษตรอินทรีย์เข้าออกเครือข่ายแห่งนี้ด้วย เครือข่ายจึงมีความเคลื่อนไหวอยู่เสมอ มีเกษตรกรรุ่นใหม่เกิดขึ้น

เกษตรกรรุ่นใหม่ในที่นี้หมายถึงเกษตรกรที่ใหม่ในทางความคิด อาจมีช่วงอายุตั้งแต่ 20 กว่าปีไปจนถึง 50 กว่าปี อาจพึ่งทำเกษตรอินทรีย์ หรือทำมานานพอสมควรแล้ว แต่คนเหล่านี้พร้อมที่จะปรับตัวไปสู่รูปแบบใหม่ๆ ต้องการทำในสิ่งที่ท้าทาย

ยกตัวอย่างกลุ่มของ นพวรรณ ทิพย์วงศ์ หรือที่คนในช่วงเรียกว่าแอ้ แอ้ อายุ 50 ปี มีลูกสาวอายุ 12 ปี เป็นเกษตรกรอินทรีย์ในกลุ่มสันกำแพง แอ้เป็นคนอัยาศัยดี หน้าตาอัยัมแอ้มเสมอ แอ้เคยปลูกผักมาก่อน เป็นเกษตรกรเช่นคนอื่น ๆ แต่เมื่ออายุมากขึ้นจะปลูกผักแบบเดิมอยู่ได้ไหม แล้วลูกหลานจะทำแบบเราหรือไม่ ก็ไม่สามารถรับประกันได้ แอ้บอกกับคณะผู้วิจัย

ดังนั้นแอ้จึงขบคิดค้นหาวิธีอื่นๆที่จะเพิ่มคุณค่าให้กับเกษตรกรอินทรีย์ของตนเอง ที่จริงก็มีคนที่คิดแบบแอ้นี้อีกหลายคน เช่น วรรณยา ท่วมสัมฤทธิ์ หรือปู คู่หูที่คิดคล้ายกัน และมักทำกิจกรรมร่วมกันเสมอ

แอ้และปูเป็นคนหัวใหม่ ชอบการแปรรูป ชอบออกไปพบปะกับสังคมเกษตรกรอื่นๆ ไปร่วมตลาดนัด งานแฟร์ต่างๆ เดินทางบ่อย ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ แอ้บอกว่าโลกไปไกล เราต้องปรับตัวอยู่ในโลกสมัยใหม่ ลูกสาวทำการบ้านผ่านมือถือ ถ้าลูกไม่มีมือถือ ก็ไม่ได้ทำการบ้าน เราก็ต้องใช้มือถือ เราจึงต้องหาเงินซื้อเครื่องมือใหม่ ๆ เหล่านี้ให้ได้

แอ้แปรรูปหลายอย่าง เช่นปลูกกระเจียบทำแยม ปลูกพืชผักสมุนไพรทำยาหม่อง ยาต้ม แชมพู ที่ทำอย่างนี้ได้เพราะเคยไปอบรม ไปร่วมงานตามบูธต่าง ๆ เห็นอะไรใหม่ ๆ ก็ลองเอามาทำเอง ทำเกษตรกรอินทรีย์แบบแอ้ก็เหมือนนักวิจัยที่ต้องศึกษาดัดแปลงแปรรูปไปเรื่อยตอนนี้อากำลังทำข้าวแป้ง ได้ความรู้ี้มาจากการไปอบรมที่สถาบันวิจัยจุฬาภรณ์

แอ้เล่าให้ฟังว่าที่บ้านมีเครื่องบดยาเพราะทำสมุนไพร ก็เอามาปรับปรุงบดข้าวทำเป็นแป้งอินทรีย์แต่ก็ต้องซื้อเครื่องร่อนแป้งเพิ่ม ต้องร่อนให้เป็นผงละเอียด ส่งให้คนทำขนม ในช่วงที่ส่งให้แม่กาหลายคนที่ทำขนม ส่งให้กลุ่มแม่ทาที่ทำมัพฟิน ทำพิซซ่า

แป้งอินทรีย์กำลังไปได้ดี เริ่มมีคนรู้จัก สั่งซื้อผ่านทาง LINE ก็มี ต้องการ 3 กิโลบ้าง 5 กิโลบ้าง แอ้ก็ทำส่งเขาได้ ไม่ว่าแป้งมะลิแดง แป้งหอมนิล แป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้า ตามที่ผู้บริโภคต้องการ บางครั้งก็ติดแบรนด์ "กุบหลวง" ของกลุ่มสันกำแพง บางครั้งก็ไม่ได้ติด ผู้บริโภคเขาก็เชื่อถือเป็นอินทรีย์

แอ้มีความคิดว่า เราชาวเกษตรกรอินทรีย์ต้องรู้จักดัดแปลง แปรรูป ตลาดอินทรีย์จะเป็นตลาดใหญ่ต่อไปในอนาคต เกษตรกรยากจนอย่างเราต้องปรับตัว ปรับผลิตภัณฑ์ให้เข้ากับการบริโภคของคนรุ่นใหม่ เรายังคงเป็นอินทรีย์ที่หวังดีต่อผู้บริโภค อยากเห็นสังคมดีขึ้น มีความยั่งยืน แต่ที่เราต้องปรับตัว มีรายได้เพิ่มขึ้น มีช่องทางใหม่ๆที่ลูกหลานอาจเข้ามาสืบทอดต่อยอดเราได้ด้วย

กลุ่มของแอ้เป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ชอบพบปะผู้คน แสวงหาประสบการณ์

ใหม่ ๆ มองหาโอกาสใหม่ ๆ ช่องทางใหม่ ๆ อยู่เสมอ แอบบอกว่าบุคลิกเช่นนี้อาจทำให้แม่มากอดรุ่นบุกเบิกมีความหวังใจว่าจะหลงไปกับกระแสบริโภคนิยม หวังแต่เรื่องของการค้ากำไร ลืมอุดมการณ์ แต่จริงๆ แล้วกลุ่มของแอ้เข้าใจเรื่องที่มาที่ไปของช่วงเกษตรอินทรีย์เป็นอย่างดีมานั่งที่ช่วงเสมอ มีความผูกพันร่วมทุกข์ร่วมสุขกันมา ไม่หลงไปกับกระแส เพียงแต่ว่าเราก็ต้องปรับตัว

ถ้าจะว่าไปแล้วกลุ่มของแอ้มีความรู้เรื่องอินทรีย์เป็นอย่างดี มีประสบการณ์ต่างๆ ไม่น้อย แอบบอกว่าผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักหรือเข้าใจเกษตรอินทรีย์ พวกเขาสนใจเฉพาะคำว่าผักปลอดภัยหรือผักไร้สาร และมักพอใจเพียงแค่นั้น ที่ผ่านมามีคนไม่ค่อยเข้าใจอินทรีย์ บ้างพอรู้ว่าใช้มูลสัตว์เป็นปุ๋ยก็บอกว่าสกปรก และนี่ก็เป็นประเด็นสำคัญที่ต้องสร้างความเข้าใจ เปลี่ยนทัศนคติ ไม่ใช่เรื่องง่าย อีกอย่างหนึ่งผักอินทรีย์ก็ดูไม่ค่อยสวยงาม มีร่องรอยของแมลง สู้ผักของโครงการอื่นๆ ไม่ได้ ที่พืชผักดูสวยงามน่ารับประทาน แต่นั่นก็เป็นเกษตรที่ใช้สารเคมี และก็เรียกว่าผักปลอดภัย

เกษตรอินทรีย์แบบชาวบ้านต้องปรับตัว ต้องรู้จักความคิดของผู้บริโภค ความเข้าใจของสังคม ความต้องการของพวกเขา ต้องรู้จักเพื่อนเกษตรกรด้วยกันไม่ว่าจะเป็นอินทรีย์หรือไม่ก็ตาม พวกเราเป็นคนกลุ่มน้อยที่ต้องปรับตัว มิฉะนั้นจะอยู่ลำบากในอนาคต พวกเราควรมีเพื่อนให้มาก คบคนไปให้ทั่ว รวมไปถึงหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุน อันที่จริงแล้วกลุ่มของเราก็มีความสัมพันธ์กับเกษตรอำเภอ เทศบาล เคยร่วมงานกับเจ้าหน้าที่รัฐ

แอบบอกว่าภาครัฐมักจะทำอะไรเป็นโครงการๆ เป็นเรื่อง ๆ ไป เช่นทำน้ำหมัก ปลุกผักอย่างไร ทำเป็นครั้งคราว ไม่ต่อเนื่อง เมื่องบประมาณหมดก็จบกันไป รัฐต้องการให้คนเข้าร่วมเยอะ ๆ มีผลงานที่มองเห็นทันที แต่เกษตรอินทรีย์ของเราเน้นกระบวนการ มีประเด็นหลากหลายที่จะทำและก็ต้องทำอย่างต่อเนื่อง เรามองคนละมุม ทางรัฐก็หาว่าพวกอินทรีย์เป็นพวกหัวแข็ง เขาอยากให้เราทำตามที่เขาต้องการ บางเรื่องก็ไม่ค่อยลงรอยกัน

ในแง่ของการพยายามมีช่องทางใหม่ในการทำตลาดนั้น แอบบอกว่าเกษตรกรรุ่นใหม่จะไปหลายที่หลายแห่ง ขายผ่านทาง Facebook ก็มี ไปร่วมตลาดนัดอื่น ๆ ตามห้างที่เขาเชิญมาก็มี ขายข้างนอกช่วงต้องมี package อีกแบบ อย่างของแอ้ก็จะติดแบรนด์ "กุบหลวง" แต่ก็ต้องระวังอาจมีคนมาชும்ตรวจว่าผ่าน อย. หรือไม่ แต่ถ้าไปขายในนามขององค์กรเช่นสหกรณ์ ก็จะไม่มีการมายุ่ง นี่ก็เป็นเรื่องการค้ากับดูแลของรัฐที่มีขั้นตอนยุ่งยากพอควร เกษตรกรต้องเรียนรู้ เมื่อมีแบรนด์จะต้องขึ้นทะเบียนผ่านการตรวจสอบจาก

รัฐ เช่นเดียวกับเรื่องการกำหนดมาตรฐานอินทรีย์ในปัจจุบันที่มีความซับซ้อนเป็นข้อถกเถียง เกิดวิวาทะระหว่างภาครัฐกับภาคประชาชนอยู่เนืองๆ

เกษตรกรรุ่นใหม่อีกกลุ่มหนึ่งของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ เป็นคนรุ่นใหม่ จริง ๆ ทั้งในแง่อายุคือประมาณ 20 ต้นๆถึง 30 ต้นๆ และในแง่วิถีชีวิตความคิดความอ่าน แม้จะเป็นลูกหลานเกษตรกร แต่ก็เข้ามาใช้ชีวิตอยู่ในเมือง เรียนหนังสือในเมือง เป็นนักศึกษาหลากหลายสาขาวิชาในสถาบันการศึกษามีชื่อเสียง คนรุ่นใหม่กลุ่มนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสมัยใหม่เช่นเดียวกับเยาวชนคนหนุ่มสาวโดยทั่วไป พวกเขาจึงเป็นคนรุ่นใหม่ในแง่นี้ด้วย

เกษตรกรรุ่นใหม่ซึ่งเป็นคนหนุ่มสาวกลุ่มนี้เรียกขานตนเองว่า กลุ่มแม่ทา ออร์แกนิก ผู้ที่เป็นบุคคลสำคัญคนหนึ่งในกลุ่มคือ อ้น หรืออภิศักดิ์ กำเพ็ญ และมีพรรคพวกในกลุ่มอีกเกือบ 10 คน ได้รวมตัวกันสร้างวิถีชีวิตของตนเองได้อย่างน่าสนใจ

อ้นเล่าว่า กลุ่มได้ก่อตัวมาประมาณ 5-6 ปีแล้ว เดิมทีใช้ชื่อว่ากลุ่มกัลยาณมิตร พวกเราทำเกษตรอินทรีย์ตามรอยคนรุ่นพ่อรุ่นแม่ ซึ่งเป็นเกษตรกรเคมีมาก่อน และประสบกับปัญหามากมาย คนรุ่นพ่อรุ่นแม่ได้ต่อสู้กับอุปสรรคต่างๆบุกเบิกแนวทางให้กับพวกเราซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ แม้ว่าจะมีหนทางไปทำอาชีพอื่นตามที่ได้เล่าเรียนมา แต่พวกเราก็ไม่ไป ได้เลือกที่จะเป็นเกษตรกรสืบทอดต่อไป

ต้องกล่าวไว้ด้วยว่ากลุ่มแม่ทา เป็นชุมชนที่ตื่นตัวทำเกษตรอินทรีย์มานาน ได้สะสมองค์ความรู้ต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องพืชพันธุ์ การปรับปรุงดิน การป้องกันศัตรูพืช โดยไม่ใช่สารเคมี การรักษาป่า การจัดการน้ำ ฯลฯ นับเป็นอีกชุมชนหนึ่งที่มีภูมิปัญญาทั้งจากบรรพบุรุษและความรู้สมัยใหม่ที่เรียนรู้มาจากนักวิชาการและนักพัฒนา ชุมชนแม่ทาได้ต่อสู้มาอย่างยาวนาน จนเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียง มีองค์กรต่างๆทั้งในและต่างประเทศมาศึกษาดูงาน สิ่งเหล่านี้จึงเป็นรากฐานให้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ และขณะนี้พวกเขากำลังต่อยอดปรับปรุง แสวงหาช่องทางใหม่ๆในการทำตลาด เพื่อให้ดำรงอยู่ได้ท่ามกลางกระแสแห่งความเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน

กลุ่มแม่ทาออร์แกนิกได้ทำในสิ่งที่ก้าวหน้ามาก คือการทำตลาดโดยให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมแต่แรก นั่นคือจ่ายก่อนได้ผักที่หลัง และผู้ซื้อก็ไม่รู้ว่าจะเป็นผักอะไร ขึ้นอยู่กับว่าทางกลุ่มปลูกอะไรตามฤดูกาลและจัดส่งให้ แต่เป็นออร์แกนิกแท้ร้อยเปอร์เซ็นต์

การทำอย่างนี้ได้ ผู้บริโภคต้องมีความรู้ความเข้าใจวิถีอินทรีย์ มีความไว้วางใจ ไม่เอาความต้องการของตนเองเป็นที่ตั้ง ระบบแบบนี้เรียกว่าเป็นระบบสมาชิกก็ได้ เป็นระบบที่ชุมชนผู้บริโภคเป็นผู้สนับสนุนเกษตรกร หรือที่เรียกว่า CSA (Community

Supported Agriculture) เป็นระบบที่ผู้ผลิตและผู้บริโภคร่วมมือกัน เกื้อกูลกัน และมีความรับผิดชอบร่วมกัน

ตลาดแบบนี้เริ่มมาเมื่อ 5 ปีที่แล้ว มีผู้ปลูกเพียง 5 ครอบครัว ส่งผักอินทรีย์ให้กับสมาชิกที่เป็นผู้ซื้อทุกสัปดาห์ ผู้ซื้อจ่าย 200 บาท ก็จะได้รับผักและผลไม้ 7 ถึง 8 ชนิด ตามที่ทั้ง 5 ครอบครัวซึ่งเป็นผู้ปลูกรวบรวมส่งให้

ปัจจุบันมีผู้ปลูกเพิ่มขึ้น ส่งให้กับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคซึ่งเป็นคนในเมือง เป็นคนชั้นกลาง เป็นชาวต่างชาติที่มาทำงานและอาศัยอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่ มีให้เลือก 3 แบบ ราคา 200 250 และ 300 บาท เน้นอนตลาดแบบนี้ทำขนาดใหญ่ไม่ได้ เป็นตลาดทางเลือกเล็กๆแบบหนึ่งที่ตั้งผู้ปลูกและผู้ซื้อต้องเข้าใจกัน ตกลงกัน และสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ที่น่าสังเกต พวกเขาติดต่อกันโดยใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ กลุ่มของอันใช้สมาร์ทโฟน ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางติดต่อกับผู้ซื้อซึ่งเป็นคนในเมืองที่มีการศึกษา มีฐานะ มีสถานภาพทางสังคม และใช้สื่อใหม่เช่นกัน ถ้าจะว่าไปก็ไม่ใช่ว่าเรื่องแปลกออกจะเป็นเรื่องปกติธรรมดาของผู้คนในสังคมปัจจุบันที่ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอย่างเข้มข้นแทบทุกด้านของชีวิต และหากรู้จักใช้สื่อชนิดนี้ในพื้นที่ตลาดทางเลือกที่พวกเขาสร้างขึ้นมาเองได้ ก็ถือเป็นการใช้สื่ออย่างชาญฉลาดและสร้างสรรค์

การที่ได้สัมผัสกับเกษตรกรรุ่นใหม่ ๆ ทำให้พบว่าพวกเขาค่อนข้างมีความสนใจในวิถีชีวิตร่วมสมัย พวกเขาอยู่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เรียกได้ว่าพวกเขาก็มีความคิดความอ่านที่ต่างไปจากเกษตรกรรุ่นบุกเบิก คนรุ่นใหม่สนใจเรื่องการแปรรูป ต้องการมีแบรนด์ ไปร่วมกับกลุ่มอื่น ๆ

ก็ได้ ขึ้นห้างได้อย่างไม่เคอะเขิน อินทรีย์อยู่ที่ไหนก็เป็นอินทรีย์ เป็นคำพูดที่ออกมาจากปากคนรุ่นใหม่ คนเหล่านี้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ สนใจการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ อาการเช่นนี้อาจไม่ใช่เรื่องแปลก ไม่ใช่ความขัดแย้งกับอุดมการณ์ของรุ่นบุกเบิก แต่เป็นอาการปรับตัวให้อยู่ในสังคมสมัยใหม่ได้ ดังนั้นในสถานการณ์ปัจจุบันอาจพบแนวความคิดในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่สองแบบใหญ่ ๆ หากมองในแง่เศรษฐกิจ ความคิดแบบแรกซึ่งเป็นความคิดเดิมที่มีมาพร้อมกับการก่อตัวของเครือข่าย อาจเรียกได้ว่าเป็น moral economy ส่วนความคิดแบบที่สองซึ่งเป็นความคิดของคนรุ่นใหม่อาจเรียกว่าเป็น creative economy

คณะผู้วิจัยเห็นว่า สนามเกษตรอินทรีย์มีเคยอยู่หนึ่ง เคลื่อนไหวเป็นพลวัตเสมอ แม้จะอยู่ในสนามเดียวกัน เติบโตมาด้วยกัน แต่ทว่าก็มีความคิดใหม่ๆเกิดขึ้นเสมอ มีการปรับตัวต่อรองเสมอ ปัญหาอยู่ที่ว่าจะปรับตัวกันอย่างไรเพื่ออยู่ในโลกสมัยใหม่ได้โดยไม่

สูญเสียคุณค่า ศรัทธาเดิม หรืออุดมการณ์ที่สั่งสมกันมา นับเป็นโจทย์สำคัญที่จะต้องขบคิดร่วมกันต่อไป

4.1.2 ตลาดทางเลือก

ดังที่กล่าวแล้วว่าการรวมตัวกันของผู้ที่ต้องการผลิตเกษตรอินทรีย์มีมาตั้งแต่กลางทศวรรษ 2530 เมื่อมีการผลิต การหาตลาดย่อมเป็นเรื่องสำคัญที่อยู่ควบคู่กันไป แม้จะเชื่อว่าผลิตพอกิน ที่เหลือขายก็ตาม ตลาดทางเลือกของเครือข่ายมีหลากหลายรูปแบบเกิดขึ้นและพัฒนาไปตามยุคสมัยและสถานการณ์ต่างๆ อธิบายได้ดังนี้

- **ตลาดในชุมชน** นำเป็นตลาดแรกที่เกิดขึ้นของเกษตรอินทรีย์แบบชาวบ้าน ตลาดแบบนี้มีหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่มีคนเข้ามาซื้อในสวน ในไร่ นา การนำใส่รถจักรยานหรือมอเตอร์ไซค์ไปขายในชุมชนเช่นหน้าวัด โรงเรียน หมู่บ้านจัดสรร การจำหน่ายในตลาดสดของชุมชนอาจเป็นตลาดเช้าหรือตลาดเย็น การจำหน่ายที่ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์กรณีที่มีการรวมตัวกันจนกระทั่งมีศูนย์กลางของเกษตรอินทรีย์ในชุมชนนั้นๆเช่นศูนย์การเรียนรู้ที่ ต.สบเปิง อ.แม่แตง การไปจำหน่ายที่ตลาดนัดในอำเภอที่ชุมชนสังกัด ซึ่งจะมีตลาดนัดเป็นครั้งคราวเป็นต้น ตลาดในชุมชนเป็นตลาดขนาดเล็กที่มีความใกล้ชิดกับผู้บริโภค และผู้บริโภคก็คือคนในชุมชนนั่นเอง ตลาดแบบนี้จึงเป็นที่รู้จักได้ไม่ยากนัก อาศัยการพูดปากต่อปากก็เป็นที่รู้จักกัน หากเป็นผักของครอบครัวนี้ หรือกลุ่มนี้ ก็เป็นอินทรีย์แน่นอน ถึงแม้จะวางปะปนกับเกษตรกรคนอื่นที่ใช้สารเคมีก็ตาม ผู้บริโภคสามารถแยกแยะได้โดยอาศัยความเชื่อถือ ความไว้วางใจ และความเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดี

- **ตลาดขายส่ง** เครือข่ายเคยทดลองทำตลาดขายส่ง โดยสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนเป็นเจ้าภาพรับซื้อผลผลิตที่มีจำนวนมากจากเกษตรกรในเครือข่ายและนำไปจำหน่ายตลาดสี่มุมเมืองที่กรุงเทพฯ โดยขับรถบรรทุกไปกันเอง แต่ก็ทำได้ไม่นาน เพราะไม่คุ้มค่ากับค่าน้ำมันรถและอื่นๆ การทำตลาดขนาดใหญ่ยังเป็นปัญหา อย่างไรก็ตามการทำตลาดที่มีปริมาณมากนี้ก็ยังคงมีอยู่ในรูปของสหกรณ์ และจำหน่ายเฉพาะผลผลิตที่มีปริมาณมาก เช่น ข้าวอินทรีย์ เป็นต้น

- **ตลาดออนไลน์** เมื่อสังคมเปลี่ยน เทคโนโลยีมาถึง ตลาดออนไลน์ก็เป็นตลาดทางเลือกชนิดหนึ่งของคนธรรมดาสามัญได้ สมาชิกเครือข่ายบางคนกำลังริเริ่มทำเป็นส่วนตัว โดยเฉพาะเกษตรกรรุ่นใหม่ อาศัยสื่อสังคมออนไลน์แจ้งข่าวสาร ติดต่อซื้อขายอย่างง่ายๆ ในหมู่คนรู้จัก การตลาดแบบนี้ก็ยังคงเป็นเพียงตลาดเสริม

● **ตลาดนัดในเมืองเชียงใหม่** ตลาดแบบนี้ถือเป็นตลาดหลักที่สำคัญของเครือข่ายและดำเนินการต่อเนื่องกันมานานนับ 20 กว่าปี สามารถบุกเบิกมีถึง 18 แห่ง ดังนี้

- ตลาดนัด เจ เจ มาร์เก็ต ทุกวันเสาร์ เวลา 05.00 ถึง 10.00 น.
- โรงพยาบาลนครพิงค์ ทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์ เวลา 06.00 ถึง 12.00 น.
- ศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่ ทุกวันจันทร์ เวลา 11.00 ถึง 16.00 น.
- โรงเรียนพุทธโสภณ ทุกวันศุกร์ เวลา 14.00 ถึง 16.00 น.
- โรงเรียนดาราวิทยาลัย วันพุธ เวลา 14.00 ถึง 17.00 น.
- โรงเรียนปรินส์รอยแยลส์วิทยาลัย วันศุกร์ เวลา 14.00 ถึง 17.00 น.
- มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ตลาดหนองหอย ทุกวัน เวลา 07.00 ถึง 17.00 น.
- ตลาดนัดบ้านครูลาวัลย์ หลังมหาวิทยาลัยราชภัฏ ทุกวันจันทร์ เวลา 06.00 ถึง 10.00 น.
- ตลาดนัดYMCA ทุกวันเสาร์ เวลา 06.00 ถึง 12.00 น.
- ตลาดนัดหมู่บ้านแลนด์แอนด์เฮาส์ ทุกวันเสาร์ เวลา 13.00 ถึง 17.00 น.
- โรงพยาบาลสันทราย ทุกวันพุธ ศุกร์ เวลา 06.00 ถึง 12.00 น.
- ช่วงสุขภาพฟาง ทุกวันศุกร์ เวลา 06.00 ถึง 12.00 น.
- ตลาดนัดข้างไปรษณีย์ อ.พร้าว ทุกวันจันทร์ เวลา 06.00 ถึง 12.00 น.
- ตลาดน้อยเกษตรอินทรีย์ ทุกวันจันทร์ ศุกร์ เวลา 11.00 ถึง 17.00 น.
- ตลาดนัดอบต.บ้านเป้า อ. แม่แตง ทุกวันศุกร์ เวลา 13.00 ถึง 16.00 น.
- ตลาดนัดชาวสวน หน้าห้องสมุดพื้นบ้านย่านเวียง ทุกวันศุกร์ เวลา 13.00 ถึง 17.00 น.
- ช่วงเกษตรอินทรีย์ ทุกวันจันทร์ อังคาร พฤหัสบดี เวลา 14.00 ถึง 18.00 น.

จำนวนเกษตรกรที่มาขายในแต่ละตลาดจะมีจำนวนไม่เท่ากัน หากเป็นตลาดนัดขนาดเล็กมีเกษตรกรประมาณ 4-5 ราย ขนาดกลางประมาณ 15-20 ราย และขนาดใหญ่ประมาณ 30 รายขึ้นไป

เครือข่ายให้ความสำคัญกับตลาดแบบนี้เป็นอย่างมาก เพราะเป็นตลาดในโลกจริงที่สามารถพบปะกับผู้บริโภคที่เป็นคนในเมืองได้โดยตรง สามารถสร้างความสัมพันธ์ซึ่งเป็นเป้าหมายของตลาด ไม่ใช่เพียงแค่ซื้อขายเท่านั้น และในแง่เศรษฐกิจปริมาณการซื้อขาย

ขายก็มีมากพอที่จะทำให้เกษตรกรอยู่ได้ อย่างไรก็ตามตลาดนัดในเมืองแต่ละแห่งก็ใช้เวลาได้อย่างง่ายดาย ต้องต่อสู้กับอุปสรรคปัญหาต่างๆ มากมายด้วยความอดทน

เกษตรกรรุ่นบุกเบิกหลายคนเล่าตรงกันว่า ได้พยายามสร้างตลาดทางเลือกขึ้นมา เริ่มตั้งแต่ไปตั้งแผงขายผักแถวหน้าวัดในตัวเมือง ไปบุกเบิกแผงวางที่รกร้างของเอกชนเพื่อขอตั่งเพิงขายผัก จนกระทั่งต่อมาเจ้าของที่ได้เข้ามาพัฒนาจนเป็นตลาดที่มีชื่อเสียงและก็เก็บค่าเช่า นอกจากนี้ยังติดต่อสถานที่ราชการเพื่อขอมิพื้นที่วางจำหน่ายพืชผักอินทรีย์ จนกระทั่งสามารถมีตลาดนัดในเมืองได้หลายแห่ง

ตลาด 17 แห่งแรก เป็นพื้นที่เช่าเอกชนบ้าง เป็นพื้นที่ที่ไม่มีค่าใช้จ่าบบ้าง เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล ตลาดเหล่านี้ ทางเครือข่ายไม่สามารถเข้าไปบริหารจัดการได้อย่างเต็มที่ ทำให้มีปัญหาจิปาถะตลอดมา ขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของสถานที่ต้องการให้เป็นเช่นไร เช่นตลาดเจ เจ เป็นตลาดสำคัญที่ใช้เป็นสถานที่จำหน่ายและพบปะกันมานาน แต่ก็มีปัญหาตลอดมา เจ้าของที่ต้องการให้ย้ายไปอยู่ด้านในบ้าง จัดให้มีการจำหน่ายพืชผักที่ไม่ใช่อินทรีย์จากโครงการต่าง ๆ มาจำหน่ายใกล้เคียงปะปนกันบ้าง เป็นต้น สำหรับตลาดอื่นๆเช่นตลาดในโรงเรียนก็เป็นตลาดเล็ก ๆ ไม่ได้เปิดสม่ำเสมอตลอดเวลาช่วงไหนโรงเรียนปิดก็ไม่มีตลาด

ด้วยเหตุนี้จึงเกิดตลาดนัดแห่งที่ 18 ขึ้น เรียกว่าช่วงเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ โดยเช่าพื้นที่จากหน่วยงานของรัฐ แต่ทางเครือข่ายก็สามารถบริหารจัดการได้เองในระดับหนึ่ง

4.1.3 ช่วงเกษตรอินทรีย์

ช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่ ก่อตั้งมาห้าปีกว่า ถือเป็นพื้นที่ใหม่ที่มีแม่กาด ซึ่งก็คือสมาชิกเครือข่ายมาจำหน่ายสินค้าที่มากกว่า 30 ราย ถือเป็นตลาดทางเลือกขนาดใหญ่ เปิดจำหน่ายวันอังคารและวันพฤหัสบดี ตั้งแต่ 14.00 ถึง 18.00 น. ต่อมาได้เพิ่มจำหน่ายในวันจันทร์ด้วย มีผู้บริโภคมาจับจ่ายใช้สอยที่ตลาดนัดนี้มากถึง 200 ถึง 300 คนต่อวัน

เครือข่ายมีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการช่วงกันเอง โดยตั้งคณะกรรมการขึ้นมาหนึ่งชุด มีวาระสองปี และยังสามารถจ้างพนักงานประจำดูแลช่วงคณะกรรมการช่วงมีหน้าที่ดูแลความเรียบร้อย เช่นรับเรื่องร้องเรียน รักษาความสะอาด สนับสนุนให้แม่กาดสื่อสารพูดคุยกับผู้บริโภค ที่สำคัญทุกๆ สามเดือนจะจัดให้มีการประชุมแม่กาดทั้งหมดจำนวน 100 กว่าคน จากทุกกลุ่มทั่วจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อกำหนดราคาจำหน่ายพืชผลโดยคิดกำไร 15 เปอร์เซ็นต์จากต้นทุน และปรึกษาหารือในเรื่องอื่นใด

ในพื้นที่นี้ได้มีการประกาศชัดเจนว่า "ช่วงเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่ตลาด แต่เป็นพื้นที่ของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการผลิต แปรรูป ตลาด และร่วมกันกำหนดนโยบายของเกษตรกรอินทรีย์รายย่อย ผู้บริโภค และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยมีเป้าหมายคือการพึ่งตนเอง การเจริญเติบโตที่สมดุลและยั่งยืน ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น ชาติ และมวลมนุษยชาติ"

เครือข่ายมีความตั้งใจว่า ช่วงเกษตรอินทรีย์จะสร้างความมั่นคงให้แก่สมาชิกในเครือข่าย และจะเป็นศูนย์รวมให้สมาชิกเกษตรกรได้มาจำหน่ายผลผลิต เป็นตลาดที่เป็นธรรม เกษตรกรเป็นเจ้าของร่วม มีอำนาจในการบริหารและตัดสินใจ ผู้บริโภคได้เข้ามาเรียนรู้ร่วมกัน เป็นเพื่อนกัน ร่วมกันสร้างชุมชนที่ยั่งยืน ลดช่องว่างระหว่างเมืองกับชนบท

อย่างไรก็ตาม ก็ต้องอธิบายเอาไว้ด้วยว่า การได้มาซึ่งช่วงเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ไม่ใช่เรื่องง่าย เครือข่ายได้ต่อสู้เรื่องนี้มานาน ต้องการมีที่ดินที่เป็นตลาดของตนเอง แต่ก็ไม่สามารถทำได้เพราะมีเงินทุนน้อย เครือข่ายเคยขอกู้เงินเพื่อซื้อที่ดินทำตลาดที่ถาวรจากสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) แต่ก็ไม่สำเร็จเพราะเมื่อมาคิดถึงรายได้ของช่วงแล้วไม่สามารถผ่อนส่งค่าดอกเบี้ยได้ จึงต้องล้มเลิกความคิดไป

จนกระทั่งมาในยุคของรัฐบาลชุดหนึ่งที่สนใจเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงได้เสนอให้ความช่วยเหลือแก่กลุ่มเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่ หลังจากประสานงานกันพักใหญ่ก็ได้พื้นที่ช่วง ปัจจุบันมาซึ่งเป็นพื้นที่ของราชการและต้องเสียค่าเช่าเป็นรายปี แต่เรื่องราวก็ยังไม่จบเพราะเอกชนที่อยู่โดยรอบไม่เห็นด้วย เพราะเกรงว่าจะส่งเสียงดัง สกปรก มีรถเข้าออก บดบังทัศนียภาพ ไม่สวยงาม ไม่สงบ ก็ต้องมีการตกลงทำความเข้าใจอะลุ่มอล่วยกัน เข้าใจกันบ้างไม่เข้าใจกันบ้าง ก็อยู่กันมาจนถึงปัจจุบัน

ตลาดทางเลือกเป็นตลาดที่มีพัฒนาการหรือมีความพยายามที่จะสร้างขึ้นมาไม่ใช่ตลาดที่จะเกิดขึ้นได้ง่ายในสถานการณ์ปัจจุบัน เพราะตลาดทางเลือกมิได้มีแค่มิติเศรษฐกิจที่ต้องการกำไรเป็นเป้าหมายสูงสุด แต่มีมิติของสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นตัวขับเคลื่อนตลาดด้วย ที่สำคัญอาหารอินทรีย์ที่ถือว่าดีนั้น เป็นอาหารที่ไม่ว่าคนรวยหรือคนจน คนในเมืองหรือคนนอกเมือง คนชนชั้นบนหรือคนชนชั้นล่าง สามารถเข้าถึงได้อย่างเสมอภาคในตลาดแบบนี้ซึ่งเป็นตลาดอินทรีย์สำหรับทุกคน (organic for all) โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนจนที่มีโอกาสเข้าถึงอาหารที่ดีได้ยาก

ยังมีประเด็นน่าสนใจว่าช่วงเกชตรอินทรีย์แห่งนี้ได้เรียกตนเองว่าเป็น "กาดพูด" หมายถึงว่าเป็นตลาดที่ต้องสื่อสาร มีนัยว่าต้องสร้างความสัมพันธ์ เมื่อมีความสัมพันธ์ก็มีความเป็นชุมชน หรือเป็นสนามย่อยดังที่ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้

สำหรับผู้บริโภคคือใครนั้นก็อาจอธิบายได้ว่ามีผู้บริโภคอยู่สองกลุ่มใหญ่ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเหนียวแน่นกับเครือข่าย หรือเรียกได้ว่าเป็นขาประจำหรือแฟนพันธุ์แท้ ติดตามซื้อขายกันมาหลายตลาด ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นผู้บริโภคที่ค่อนข้างมีอายุ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพหลากหลาย มีความเป็นแม่บ้านสูง มักประกอบอาหารเอง เป็นกลุ่มที่ห่วงใยเรื่องของสุขภาพและเป็นกลุ่มที่มีความเข้าใจเกษตรกรอินทรีย์ได้ลึก เรียกได้ว่ามีความเป็นเพื่อนที่ติดตามอุดหนุนกันมานาน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะมีความเกรงอกเกรงใจแม่กาดเสมอไป พวกเขาก็กังคงเป็นผู้บริโภคที่มาตลาดโดยหวังจะได้รับสิ่งที่ตัวเองต้องการเป็นหลัก และก็อาจตั้งคำถามกับแม่กาดได้ในบางกรณี เช่น มีผู้บริโภคคนหนึ่งบ่นว่าวันนี้ทั้งตลาดไม่มีผักชนิดนั้นเลยหรือ บางทีก็บ่นว่าของบางอย่างแพงไปหรือไม่ หรือตั้งข้อสังเกตว่าเนื้อสัตว์บางชนิดเป็นอินทรีย์ได้จริงหรือเป็นต้น ซึ่งก็เข้าใจได้ว่านี่คือธรรมชาติของผู้บริโภค

อีกกลุ่ม คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่เรียกว่าชาจร เป็นผู้บริโภคที่มาช่วงเป็นครั้งแรก บ้าง มาเป็นครั้งคราวบ้าง เป็นผู้บริโภคที่ผ่านไปผ่านมาก็ลองแวะเข้ามาดูบ้าง หรือเป็นผู้บริโภคที่ได้รับคำแนะนำบอกต่อ ๆ กันมา ผู้บริโภคลักษณะทั่วไปนี้บางคนสนใจเรื่องของอินทรีย์มาก จะซักถามที่มาที่ไปสนใจพูดคุยกับแม่กาด บางคนก็ไม่เข้าใจอะไรเลยคิดว่าพืชผักที่ใส่มูลสัตว์มาเป็นปุ๋ยนั้นมีแต่ความสกปรกเต็มไปด้วยเชื้อโรค ผู้บริโภคทั่วไปเหล่านี้จะมีทัศนคติไม่เป็นแบบแผนเดียวกัน มีความแตกต่างหลากหลาย กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปชาติก็จัดอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปนี้ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคเหล่านี้ซึ่งอาจถือว่าเป็นผู้บริโภคหน้าใหม่ก็อาจพัฒนาเป็นผู้บริโภคที่มีความรู้มากขึ้นและเป็นผู้บริโภคที่มาช่วงเป็นประจำหรือเป็นแฟนพันธุ์แท้ต่อไปในอนาคตได้

อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะมีผู้บริโภคกี่กลุ่ม วิธีการมองผู้บริโภคของช่วงเกชตรอินทรีย์ก็เป็นการมองผู้บริโภคที่มีใช้แค่คนมาซื้อสินค้าเพื่อความพึงพอใจ แต่มองว่าผู้บริโภคคือหุ้นส่วน (partner) ที่มีส่วนช่วยให้เกิดสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ดีด้วย ผู้บริโภคเองก็ควรมีความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ในแง่นี้ ดังนั้นการสื่อสารกับคนอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งช่วงเกชตรอินทรีย์ให้ความสำคัญก็คือการสื่อสารอย่างต่อเนื่องกับสาธารณชนให้เกิดความเข้าใจทั้งเป้าหมายและวิธีการของเกษตรอินทรีย์

4.1.4 ปัญหาสองด้าน

ปัญหาของช่วงเกษตรอินทรีย์มีมากมายแต่ปัญหาสำคัญในปัจจุบันสามารถสรุปได้สองด้านใหญ่ๆ

ปัญหาแรก คือ ปัญหาเรื่องการปรับตัวต่อรองของคน 2 รุ่น ภายในเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ด้วยกันเอง ปัญหานี้เริ่มก่อตัวมาอย่างเงียบๆ เป็นปัญหาที่เนื่องมาจากความเปลี่ยนแปลงรวดเร็วของเมืองเชียงใหม่ เมืองที่มีผู้อยู่อาศัยหลากหลายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีห้างสรรพสินค้า ภัตตาคาร มีความทันสมัยต่างๆ เปรียบเทียบกับมหานครโดยทั่วไป ในแง่ของอาหารการกินก็มีความหลากหลายรสนิยม

อินทรีย์เองก็เป็นกระแสนึงที่คนในเมืองตื่นตัว ต้องการความปลอดภัยจากอาหารมากขึ้น ธุรกิจด้านนี้จึงขยายตัวเพื่อตอบสนองคนในเมือง ธุรกิจเอกชนปรับตัวเร็วเสมอ และกลไกตลาดก็ทำงานอย่างเข้มข้น

แน่นอนสถานการณ์เช่นนี้ย่อมกระทบช่วงเกษตรอินทรีย์ ในด้านดีก็อาจคิดว่าตลาดอินทรีย์เป็นตลาดที่ใหญ่ขึ้นและมีอนาคต ซึ่งน่าส่งผลดีกับเกษตรกร แต่ในอีกด้านหนึ่งช่วงก็มีอุดมการณ์ในเชิงสังคม และต้องการอะไรที่มากกว่าการบริโภค อินทรีย์คือวิถีที่จะสร้างความยั่งยืนที่แท้จริงในสังคม แต่กระแสอินทรีย์สมัยใหม่ได้ส่งผลกระทบในแง่ทำให้สมาชิกเครือข่ายหรือแม่กาดไขว้เขวได้ หลงไปกับกระแสการบริโภคและกำไร ในที่สุดก็อาจตกเป็นเหยื่อกลับเข้าไปอยู่ในระบบเกษตรอุตสาหกรรมแบบเดิมที่แม้จะเป็นอินทรีย์ก็ตาม ซึ่งเกษตรกรรุ่นก่อนได้ออกมาจากระบบนั้นแล้ว และได้สร้างช่วงเกษตรอินทรีย์ขึ้นมาด้วยความยากลำบาก จึงให้ความสำคัญกับพื้นที่ตรงนี้ซึ่งก็อาจเป็นพื้นที่เชิงสัญลักษณ์ที่ต้องการความร่วมมือจากสมาชิกทั้งรุ่นเก่ารุ่นใหม่และผู้บริโภค

นี่คือสถานการณ์ที่สำคัญปัจจุบัน โดยลำพังของตลาดทางเลือกที่เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ได้พัฒนามาอย่างยาวนานก็มีความยากลำบากอยู่แล้วแต่ก็ดำรงอยู่ได้ในระดับหนึ่ง แต่ปัจจุบันกำลังเจอกับกระแสอินทรีย์สมัยใหม่ ที่สมาชิกโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ของเครือข่ายเองอาจหันเหไป เรียกได้ว่าช่วงเกษตรอินทรีย์กำลังเผชิญกับการปรับตัวต่อรองในอีกระลอกหนึ่ง

ประเด็นคนรุ่นเก่า-รุ่นใหม่ที่อาจเห็นต่างกัน นับเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งของช่วงเกษตรอินทรีย์ในปัจจุบัน เพราะว่าการสืบทอดต่อเนื่องดำรงอยู่ของช่วงเกษตรอินทรีย์ต่อไปนั้น เป็นเรื่องที่ต้องมีการปรับตัวกันระหว่างคนสองรุ่น หรือสร้างความเข้าใจ

ร่วมกัน คนรุ่นเก่าเน้นตลาดที่เคารพธรรมชาติ มีความเอื้อเฟื้อ พึ่งพากันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ในขณะที่คนรุ่นหลังซึ่งเติบโตมากับสังคมสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับการบริโภค เน้นมิติเศรษฐกิจเป็นตัวนำ จะทำอย่างไรให้คนสองกลุ่มต่อรองสร้างอัตลักษณ์ร่วม (collective identity) ของช่วงเกษตรอินทรีย์ขึ้นมาได้โดยไม่เทน้ำหนักไปด้านใดด้านหนึ่ง จนเป็นความขัดกัน แต่เป็นการร่วมกันได้อย่างกลมกลืนเป็นอัตลักษณ์ร่วมที่ดำรงอยู่ได้ในโลกสมัยใหม่

ในกลุ่มเกษตรกรรุ่นเก่า พวกเขาเข้าใจดีว่าตลาดทางเลือกที่พวกเขาสร้างขึ้นมานานนับ 20 กว่าปี ต่างจากตลาดสมัยใหม่อย่างไร อย่างน้อยก็เรื่อง การผลิตและการบริโภคซึ่งมีความสำคัญเท่าเทียมกัน ต่างจากตลาดสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับการบริโภค หรือให้การบริโภคเป็นตัวนำ ดังคำกล่าวคลาสสิกที่ว่า " ผู้บริโภคคือพระเจ้า " ผู้บริโภคต้องการอะไร ก็ต้องตอบสนองให้ได้ตามนั้น ผู้บริโภคไม่เคยทำผิด ผู้ผลิตต่างหากที่ต้องทำอย่างใดก็ได้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ถึงที่สุด (แม้แต่การสร้างแบรนด์และสื่อสาร แบรนด์ในปัจจุบันของเอเยนซีระดับโลกก็ตกอยู่ภายใต้กรอบคิดอันแข็งแกร่งยาวนานนี้อย่างดั้นไม่หลุด คือต้องฟังผู้บริโภค หรือให้ผู้บริโภคกำหนด) แต่เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ภาคประชาชนไม่คิดอย่างนั้น พวกเขากลับคิดว่าการผลิตก็มีความสำคัญ ไม่จำเป็นต้องตามใจการบริโภคอย่างเดียว การตอบสนองให้ได้ทุกกรณีอาจเป็นอันตรายและไม่ยั่งยืน เช่นคำกล่าวของพวกเขาเองที่ว่า การผลิตควรนำการบริโภคได้ด้วย หมายถึงว่าควรบริโภคผลิตผลตามฤดูกาล ไม่ฝืนธรรมชาติ ซึ่งหากทำเช่นนั้นความหลากหลายจะคงอยู่ แต่ถ้าหากตามใจตนเอง ก็จะมีการตัดแปลงพันธุกรรม สารเคมี เกษตรเชิงเดี่ยว เป็นต้น ซึ่งเรื่องนี้เป็นเรื่องที่เราเข้าใจได้ยากสำหรับคนในยุคปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามก่อนที่จะสื่อสารบอกกับคนอื่นว่าตนเองเป็นอย่างไร ก็ต้องบอกกับตนเองให้ชัดเจนก่อนว่าตนเองคือใคร เพราะว่าหากไม่สร้างอัตลักษณ์ให้ตนเองก็จะมีคนอื่นมาสร้างให้ (อัตลักษณ์อาจสร้างได้ทั้งสองทาง) นอกจากนี้อัตลักษณ์อาจคงที่อยู่ได้ในระยะเวลาหนึ่ง แต่ทว่าอัตลักษณ์ก็เชื่อว่าจะไม่เปลี่ยนแปลงเลยตลอดกาล อัตลักษณ์ปรับเปลี่ยนใหม่ได้ ในประเด็นนี้คณะผู้วิจัยจึงสนใจว่าวิถีคิดของเกษตรกรรุ่นเก่ากับวิถีคิดของเกษตรกรรุ่นใหม่เป็นประเด็นปัญหาสำคัญอีกประเด็นหนึ่งที่จะต้องมีการจัดการให้ชัดเจนขึ้น ว่าตัวตนของช่วงเกษตรอินทรีย์คืออะไร จะสื่อสารให้เป็นรูปธรรมและปรับตัวอยู่ในโลกที่เปลี่ยนแปลงเร็วอย่างไร นับเรื่องนี้มีความสำคัญต่อการสืบทอดดำรงอยู่ของช่วงเกษตร

อินทรีในอนาคต ปัญหานี้เป็นปัญหภายในที่ต้องแก้ด้วยการสื่อสารเพื่อการจัดการภายใน ปัญหาที่สอง เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับการสื่อสาร ช่วงเกษตรอินทรีย์เรียกตัวเองว่า "กาดพูด" ซึ่งมีนัยว่าเป็นตลาดที่ต้องสื่อสารกับผู้บริโภคและประชาชนทั่วไป แต่สำหรับภารกิจนี้ก็ยังทำได้ไม่เต็มที่นัก ยังมีข้อจำกัดเช่น มีความเข้าใจเรื่องการสื่อสารต่าง ๆ กัน ยังมีทักษะไม่มากพอ ยังไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นตรงไหน แต่ที่แน่ๆเกษตรกรทั้งรุ่นบุกเบิกและรุ่นใหม่ต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า เราจะต้องประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปได้รู้จักเข้าใจเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง

สำหรับปัญหานี้เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับภายนอก ก็ต้องแก้ด้วยการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคหรือการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง ซึ่งเป็นความต้องการของเครือข่าย

มีข้อสังเกตว่าช่วงเกษตรอินทรีย์มีลักษณะเป็นตลาดทางเลือก คือมีใช้ตลาดที่ค้าขายแบบธุรกิจสมัยใหม่ซึ่งให้ความสำคัญกับมิติเศรษฐกิจเป็นหลัก แต่เป็นตลาดที่สร้างความสัมพันธ์ในมิติอื่นด้วยเช่น มิติวัฒนธรรม สุขภาพ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ดังนั้นการพยายามสื่อสารกับผู้บริโภคที่ช่วงเกษตรอินทรีย์พยายามทำตลอดมา โดยเรียกตัวเองว่าเป็น "กาดพูด" นั้น สะท้อนถึงความสำคัญของการพยายามสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการร่วมกันสร้างความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์ วัฒนธรรมการกินอยู่ สภาพแวดล้อมดิน น้ำ ป่า สุขภาพของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ความมั่นคงทางอาหาร ความเป็นธรรมในสังคม ทั้งหมดนี้เป็นวิถีที่พวกเขาพยายามสร้างขึ้นมา เรียกได้ว่าเป็นอุดมการณ์แบบหนึ่ง

สิ่งสำคัญของอุดมการณ์นี้ก็คือ พวกเขาไม่คิดว่าตลาดอินทรีย์เป็นแค่ธุรกิจ แต่เป็นวิถีชีวิต ซึ่งกลับกันกับกระแสเกษตรอินทรีย์ที่กำลังมาแรงอยู่ในขณะนี้ ที่มองกันว่าเป็นธุรกิจกระแสหนึ่งที่กำลังมีอนาคตเท่านั้น

เพราะฉะนั้นประเด็นการสื่อสารให้ความรู้กับผู้บริโภคของทั้งสองความคิดนี้จึงต่างกัน คณะผู้วิจัยเห็นว่า ธุรกิจเกษตรอินทรีย์เอกชนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดเชียงใหม่สื่อสารกับผู้บริโภคได้ง่าย เพราะพวกเขามองเพียงว่าอาหารอินทรีย์ที่ขายนั้นปลอดภัย รับประทานแล้วสุขภาพร่างกายดี ซึ่งสื่อสารได้ง่าย สั้น ตรงประเด็น ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความปลอดภัยเป็นหลัก ราคาแพงก็ไม่ใช่ไร อาหารอินทรีย์ไม่มีอะไรซับซ้อนไปกว่านี้

แต่สำหรับการสื่อสารให้ความรู้ของเกษตรกรชาวบ้านกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นเกษตรกรอินทรีย์ภาคประชาชน กลับมีความยากมากกว่า เพราะพวกเขาคิดว่าเกษตรกรอินทรีย์ของพวกเขาไม่ใช่แค่สินค้าที่ดีต่อสุขภาพเท่านั้น แต่เป็นเกษตรกรอินทรีย์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพสังคม สุขภาพสิ่งแวดล้อม แม้กระทั่งสุขภาพจิตวิญญาณ ไปจนถึงเกี่ยวข้องกับความเป็นธรรมในสังคมด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่ลึกและยากแก่การอธิบายไม่สามารถสื่อสารกันสั้นๆง่ายๆได้ และยังเป็นเนื้อหาหรือสารที่ผู้บริโภคทั่วไปไม่สนใจอยากรู้ด้วยซ้ำ อะไรที่ยากแก่ความเข้าใจ คนสมัยนี้มักจะมองข้าม สังคมสนใจแต่ความง่าย สำเร็จรูป บริโภคเร็ว หรือที่เรียกว่าซูปเปอร์ฟู้ด แต่กลับลดทอนความซับซ้อนหรือความยากลง

การเป็น "กาดพุด" ที่สามารถสื่อสารในวงกว้างผ่านสื่อต่างๆของช่วงเกษตรกรอินทรีย์จึงเป็นเรื่องไม่ง่าย อีกทั้งก็ไม่มีอำนาจเข้าถึงสื่อกระแสหลักในสังคมอีกด้วย อาศัยเฉพาะพุดปากต่อปากในตลาดก็มีพลังน้อยและอยู่ในวงแคบ พวกเขาไม่สามารถพูดได้เสียงดังและไปได้ไกลเหมือนธุรกิจเอกชนทั่วไป

อย่างไรก็ตามสำหรับปัญหานี้ พวกเขายังคงต้องการเรียนรู้และสื่อสารกับภายนอกต่อไปโดยมีกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญคือผู้บริโภคขาประจำ ผู้บริโภคหน้าใหม่ และสาธารณชนทั่วไป

4.2 ทูตชนิดต่างๆ ที่ใช้ในการสร้างและพัฒนาตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่

เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ที่อยู่กันมานานและสามารถพัฒนาตลาดทางเลือกได้หลากหลายมากถึงเพียงนี้ย่อมไม่ใช่เรื่องธรรมดา พวกเขามีทุนหลายชนิด คณะผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาทุนที่สำคัญ ๆ ของเครือข่ายดังต่อไปนี้

4.2.1 ทุนทางสังคม ทุนที่เห็นชัดเจนย่อมเป็นทุนทางสังคม กล่าวได้ว่าพวกเขารวมตัวกันมีเพื่อนมีพวกพ้อง มีสายสัมพันธ์ จนกระทั่งเป็นสนามเกษตรกรอินทรีย์ภาคประชาชนที่มีความสามารถระดมทรัพยากรและมีอำนาจต่อรองได้ในระดับหนึ่งทุนทางสังคม ในที่นี้จึงหมายถึง "เครือข่าย" นั่นเอง แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ

เครือข่ายภายใน หมายถึงการรวมตัวกันภายในกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ด้วยกันเอง ทุนนี้ถือเป็นทุนที่แข็งแกร่งที่สุด ตลอดระยะเวลายาวนานที่ผ่านมา เกษตรกรในเครือข่ายนี้มีความทรงจำร่วมกัน มีประวัติศาสตร์ร่วมกัน มีปัญหาคล้ายกัน มีการแสวงหาทางออกของปัญหาร่วมกัน มีการพึ่งพาช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีการแบ่งปันความรู้และ

ประสบการณ์ซึ่งกันและกันเสมอมา จึงทำให้มีความผูกพันกลายเป็นเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ อย่างเช่นในปัจจุบัน

ในการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ เกษตรกรรุ่นบุกเบิกก็มักจะพูดถึงการริเริ่ม ทำตลาดนัดในเมือง เช่น ไปขอใช้สถานที่ในโรงเรียนบ้าง พื้นที่หน้าวัดบ้าง พื้นที่รกร้างของ เอกชนบ้าง แล้วไปกางหญ้าตั้งเพิงเพื่อขายพืชผลที่นำมาจากบ้านนอก ชักชวนคนที่ผ่านไปมา ให้รู้จักและบริโภคผักอินทรีย์ นับเป็นความภาคภูมิใจอย่างหนึ่งที่ได้ก่อร่างสร้างตลาด ทางเลือกขึ้นมาด้วยตนเอง

กล่าวได้ว่าการมีเครือข่ายทำให้พวกเขามองเห็นวิธีการสร้างตลาดทางเลือก ของแต่ละพื้นที่ของแต่ละชุมชน และเรียนรู้จากกันและกัน

ต้องทำความเข้าใจด้วยว่า เมื่อพวกเขาตัดสินใจออกมาจากเกษตรเคมีมาทำ เกษตรอินทรีย์นั้น จำเป็นจะต้องทำตลาดเองด้วย ไม่ผ่านพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อในไร่นา เหมือนอดีต พวกเขาต้องเรียนรู้ที่จะบุกเบิกหาช่องทางในการจำหน่ายพืชผักอินทรีย์ใน ช่องทางใหม่ ๆ ทั้งในชุมชนของตนเองและในชุมชนเมือง ต้องอาศัยการปรับตัวอย่างมาก หรือพูดง่าย ๆ ว่าต้องหัดค้าขายไปด้วย ดังที่เกษตรกรรุ่นบุกเบิกอย่างลุงนันทเคยพูดว่าภรรยาผม ก็ต้องเป็นแม่ค้า พูดคุยกับผู้บริโภค รู้จักที่จะทำบัญชีรับจ่าย เรียนรู้เรื่องการทำบัญชี คราวเรือนด้วย เรียนรู้เรื่องการจัดการ เรียนรู้เรื่องการสร้างระเบียบวินัยที่จะใช้ร่วมกัน ซึ่งก็ ล้วนมาจากปัญหาต่าง ๆ ที่พบเจอจากประสบการณ์จริงของตัวเองแล้วพัฒนากันไป ความรู้ เหล่านี้ไหลเวียนอยู่ในเครือข่าย เกษตรกรอินทรีย์จากพื้นที่ต่าง ๆ ก็ได้แบ่งปันความรู้แบบใหม่ นี้ร่วมกันจนกระทั่งมาถึงปัจจุบัน

ดังนั้นความมีเพื่อนพ้องทำให้สามารถระดมสติปัญญาและสรรพกำลังมา ช่วยกันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างช่วงเกษตรกรอินทรีย์ในเวลาต่อมา ซึ่งถือว่าเป็นตลาด ทางเลือกที่สำคัญของเครือข่าย

ในช่วงเริ่มต้นของการพัฒนาช่วงเกษตรกรอินทรีย์นั้น เครือข่ายต้องศึกษาและ แสวงหาข้อมูลด้านต่าง ๆ ตั้งแต่เรื่องการขออนุญาต การทำสัญญา การปลูกสร้างอาคาร การ ดูแลสถานที่ การตั้งคณะกรรมการช่วง การกำหนดกติกาต่างๆ การบริหารจัดการภายใน การติดต่อกับเจ้าหน้าที่รัฐ ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่ต้องอาศัยความรู้และการสนับสนุนจากหลาย ฝ่าย แต่ด้วยการที่มีเพื่อนในเครือข่ายและแวดวงต่างๆทำให้เครือข่ายสามารถเดินหน้า ร่วมมือกันก่อตั้งช่วงเกษตรกรอินทรีย์ขึ้นมาจนเป็นผลสำเร็จ

ไม่เพียงเท่านั้นสมาชิกเครือข่ายก็ยังต้องระดมความคิด สติปัญญา แรงงาน วัสดุอุปกรณ์ ช่วยกันแผ้วถาง ก่อสร้างอาคาร ปรับปรุงสถานที่ และที่สำคัญได้ระดมแม่กาดในเครือข่ายจากอำเภอต่าง ๆ นำผลผลิตจากไร่ นา จากสวนของตนเองมาวางขายให้มีความหลากหลายและมีปริมาณมากพอ เพื่อสร้างความน่าสนใจหรือที่พูดกันว่าต้องทำให้ดูมีความคึกคัก มีคนมากมาย มีของขายเยอะแยะ จึงจะทำให้คนที่ผ่านไปมาแวะเข้ามาในช่วง จะทำให้มีผู้คนมาเยี่ยม มาจับจ่ายเลือกซื้อของได้หลายชนิดจากช่วง ดังนั้นแม่กาดต้องมาอยู่ประจำที่ช่วง ขาดหายไปไม่ได้ จะทำให้ดูเจียบเหงา ตลาดจะไม่ติด ด้วยวิธีคิดแบบไทยมุงนี้ ต้องอาศัยพี่น้องเพื่อนพ้องมาช่วยกัน

ต้องกล่าวเพิ่มเติมด้วยว่า เครือข่ายภายในที่นี้มีเฉพาะเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในอำเภอต่าง ๆ ของจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น แต่หมายถึงการเป็นเพื่อนกับกลุ่มเกษตรอินทรีย์อื่นๆ ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศอีกด้วย ไม่ว่าในภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคตะวันออก หรือภาคใต้ และยังรวมไปถึงการเป็นเพื่อนกับกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนต่าง ๆ ที่สนใจและให้ความสำคัญกับเกษตรอินทรีย์ รวมไปถึงกลุ่มนักวิชาการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถาบันการศึกษาที่มีการเรียนการสอนด้านการเกษตร และยังรวมไปถึงกลุ่มเกษตรกรกรชนเผ่าต่างๆ ที่ทำเกษตรอินทรีย์ เช่น กลุ่มปกาเกอะญอที่ปลูกกาแฟอินทรีย์ เป็นต้น

ความสัมพันธ์แบบนี้ถือว่าเป็นเครือข่ายภายใน เพราะมีลักษณะเป็นแนวนอน หรือมีความเสมอภาค ทุกกลุ่มถือว่าตนเองเป็นเพื่อนกัน ไม่ว่าจะมีการกิจของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน หรือมีวิธีดำเนินงานแตกต่างกันก็ตาม แต่กลุ่มต่างๆ เหล่านี้ต่างมีอุดมการณ์คล้ายกัน สอดคล้องกัน คือเชื่อมั่นในวิถีของอินทรีย์ซึ่งดีต่อทุกๆ คนและดีต่อสังคม

จากที่กล่าวมาถือว่า "เครือข่ายภายใน" เป็นทุนทางสังคมที่สำคัญของเกษตรกรอินทรีย์กลุ่มนี้

เครือข่ายกับภาครัฐ การเชื่อมโยงกับภาครัฐถือเป็นทุนทางสังคมชนิดหนึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่กับภาครัฐนี้ไม่ถึงกับแนบแน่น ใกล้ชิด และมีลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ ตาม แต่สถานการณ์และช่วงเวลา บางครั้งก็ร่วมมือกันดี แต่บางครั้งก็ขัดแย้งกัน

ความสัมพันธ์กับภาครัฐจะมีอยู่สองระดับ ระดับแรกเป็นความสัมพันธ์กับภาครัฐในพื้นที่หรือในท้องถิ่น เช่น ความสัมพันธ์กับฝ่ายปกครองกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

ความสัมพันธ์กับเกษตรอำเภอ ความสัมพันธ์กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น เทศบาล หรืออบต. เป็นต้น

เกษตรกรอินทรีย์ของเครือข่าย เช่นกลุ่มแม่ทา กลุ่มแม่แตง กลุ่มสันกำแพงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น บางคนเข้าไปทำงานเป็นสมาชิก หรือแม้กระทั่งเป็นผู้บริหารเอง ก็จะทำให้มีสายสัมพันธ์ สามารถมีโครงการ มีงบประมาณส่งเสริมกิจกรรมเชิงเกษตรต่างๆ เช่น การทำปุ๋ยหมัก การเพาะเห็ด ฯลฯ แต่ถ้าช่วงใดที่ห่างเหินไป ความหนาแน่นของการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างเกษตรกรกับอปท.ก็จะน้อยลงไปด้วย หรือแม้กระทั่งไม่ได้รับความร่วมมือเลย

สมาชิกเครือข่ายคนหนึ่งเคยเล่าว่าได้ทำโครงการเสนอต่อเทศบาลแต่ก็ได้รับการปฏิเสธ เขาบอกว่ากลุ่มเกษตรกรอินทรีย์มีคนเข้าร่วมน้อยบ้าง โครงการที่เสนอไม่เข้าหลักเกณฑ์บ้าง อย่างไรก็ตามก็ไม่พบว่ามีความขัดแย้งที่รุนแรงกับภาครัฐในระดับท้องถิ่นเลย ถ้าจะว่าไปแล้วองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นกลไกหลักสำหรับการสนับสนุนวิถีชีวิตของเกษตรกรกลุ่มต่าง ๆ ในพื้นที่ ดังนั้นความสัมพันธ์กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนี้จึงมีความสำคัญ ถือเป็นทุนชนิดหนึ่งที่ทุกฝ่ายต้องทำความเข้าใจ

ความสัมพันธ์กับรัฐในระดับที่สอง เป็นความสัมพันธ์ในระดับชาติหรือระดับประเทศ พบว่าในห้วงเวลาหนึ่งเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ได้มีความสัมพันธ์ที่ดีกับภาครัฐในระดับรัฐบาล กล่าวคือ ในช่วงต้นของทศวรรษ 2550 รัฐบาลในยุคนั้นได้เข้ามาเชื่อมโยงและช่วยเหลือเกษตรกรกลุ่มนี้ โดยถามว่าจะให้ช่วยอย่างไร คำตอบก็คือเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ต้องการมีพื้นที่ตลาดเป็นของตนเอง สามารถบริหารจัดการกันเองได้ และนั่นก็คือที่มาของช่วงเกษตรกรอินทรีย์ในปัจจุบัน นับเป็นการสนับสนุนโดยตรงจากรัฐบาลอย่างเป็นรูปธรรมที่สุดเท่าที่เคยมีมา คือ ให้เช่าที่ราชพัสดุก่อตั้งตลาดทางเล็กลงมา ซึ่งโดยทั่วไปเหตุการณ์แบบนี้แทบไม่มีโอกาสเกิดขึ้นได้เลย แต่ทว่าก็อาจเรียกเป็นทุนชนิดหนึ่งที่แกนนำเครือข่ายสามารถสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลระดับสูงในรัฐบาลได้

จากที่กล่าวมาก็ชี้ว่าทุนนี้เกิดขึ้นจากระบบปกติ เป็นความสนใจส่วนตัวของบุคคลในคณะรัฐบาลสมัยนั้นด้วยที่เข้ามาช่วยเหลือเกษตรกรอินทรีย์เหล่านี้ และถ้าจะว่าไปแล้ว โดยทั่วไปเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสมากกว่าที่จะขัดแย้งกับภาครัฐ และก็มีตัวอย่างให้เห็นในเวลาต่อมาว่า พวกเขาไม่เห็นด้วยกับการสนับสนุนพีซีเอ็มโอของภาครัฐ ไม่เห็นด้วยกับการสร้างมาตรฐานอินทรีย์ของภาครัฐ รวมทั้งเรียกร้องที่จะมี

ส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายเกษตรอินทรีย์ในระดับชาติด้วย พวกเขาอาจเห็นว่ารัฐมักลำเอียงและเอื้อประโยชน์ให้กับภาคธุรกิจเอกชนมากกว่าภาคประชาชน

การมีความสัมพันธ์กับภาครัฐจึงเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่ไม่ต้องการการสงเคราะห์และการควบคุมจากภาครัฐ แต่ต้องการเปลี่ยนนโยบายรัฐให้มีความเป็นธรรมกับผู้ยากไร้ เช่น เกษตรกร ชาวไร่ ชาวนาที่มีอำนาจน้อย สนับสนุนประชาชนที่ด้อยโอกาสให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ปฏิเสธการมุ่งเอาแต่กำไรและการแสวงหาความสุขในการบริโภค แล้วตกเป็นเหยื่อของระบบทุนนิยมหรือธุรกิจการค้าพาณิชย์ต่างๆ ที่ลดทอนคุณค่ามนุษย์ลง พวกเขาต้องการเห็นศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การแสวงหาสังคมที่ดีงาม และความเกื้อกูลกันของทั้งคนที่อยู่ในเมืองและนอกเมือง

ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายเกษตรอินทรีย์กับภาครัฐจึงเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่แน่นอนอาจแปรเปลี่ยนไปได้เสมอตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ด้านหนึ่งก็เป็นความหวาดระแวงไม่ไว้วางใจกัน แต่อีกด้านก็แสดงถึงความร่วมมือกัน ทุนแบบนี้ของเครือข่ายจึงเป็นทุนที่มีอยู่ในระดับหนึ่งเท่านั้น

เครือข่ายกับสาธารณชน การมีเครือข่ายกับสาธารณชน เป็นสิ่งที่เครือข่ายเกษตรอินทรีย์พยายามสร้างความสัมพันธ์กับประชาชนทั่วไปเสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนกลุ่มผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเมือง เรื่องของเกษตรอินทรีย์เป็นเรื่องของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค ขาดฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่ได้ แต่การพยายามมีเครือข่ายกับผู้บริโภคก็ไม่ใช่เรื่องง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างผู้บริโภคที่มองเห็นมากไปกว่าการบริโภคอาหารอินทรีย์ แต่เป็นเรื่องของวิถีชีวิตของทุกคน ไม่ว่าจะอาศัยอยู่ในเมืองหรือในชนบทก็ตาม

จากประสบการณ์ในอดีต พวกเขาพยายามอย่างมากที่จะสร้างองค์กรผู้บริโภคขึ้นมา (สนใจโปรดดูชมชวน 2547) หรือพยายามมีความสัมพันธ์กับผู้บริโภคในเมือง ในลักษณะที่มองว่าผู้บริโภคคือเพื่อน ผู้บริโภคไม่ใช่เจ้านายที่จะต้องตอบสนองทุกอย่าง แต่ผู้บริโภคคือเพื่อนที่เข้าใจ หรือรู้ใจกัน การมองผู้บริโภคแบบนี้ หรือสร้างความเข้าใจแบบนี้ นับว่าสวนกระแสกับการมองผู้บริโภคของกลไกตลาดสมัยใหม่ในปัจจุบันที่เอาผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางและต้องตอบสนองทุกความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ แม้แต่อัตลักษณ์ของผู้ผลิตหรืออัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือภาษาสมัยใหม่เรียกว่าแบรนด์นั้น ก็ยังต้องเป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคหรือต้องให้ผู้บริโภคเป็นผู้กำหนด

ผู้บริโภครือใคร และมีความสัมพันธ์กับเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่อย่างไร ก็อาจอธิบายได้ดังนี้

ผู้บริโภคมียุหลายกลุ่ม กลุ่มแรกเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเหนียวแน่นกับเครือข่าย หรือเรียกได้ว่าเป็นขาประจำหรือแฟนพันธุ์แท้ ติดตามซื้อขายกันมาหลายตลาด ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะเป็นผู้บริโภคที่ค่อนข้างมีอายุ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพหลากหลาย มีความเป็นแม่บ้านสูง มักประกอบอาหารเอง เป็นกลุ่มที่ห่วงใยเรื่องของสุขภาพ และเป็นกลุ่มที่มีความเข้าใจเกษตรกรอินทรีย์ได้ลึกกว่ากลุ่มอื่น เรียกได้ว่ามีความเป็นเพื่อนที่ติดตามอุดหนุนกันมานาน หากมีกิจกรรมเช่นการเยี่ยมสวนก็จะมีผู้บริโภคมกลุ่มนี้ที่เข้าร่วม แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคมกลุ่มนี้จะมีความใกล้ชิดสนิทสนม มีความเกรงอกเกรงใจกับแม่กาดเสมอไป พวกเขาก็กังคงเป็นผู้บริโภคที่มาตลาดโดยหวังจะได้รับสิ่งที่ตัวเองต้องการเป็นหลัก และก็อาจตั้งคำถามกับแม่กาดได้ในบางกรณี เช่นมีผู้บริโภคคนหนึ่งบ่นว่าวันนี้ทั้งตลาดไม่มีผักชนิดนั้นเลยหรือ บางทีก็บ่นว่าของบางอย่างแพงไปหรือไม่ หรือตั้งข้อสังเกตว่าเนื้อสัตว์บางชนิดเป็นอินทรีย์ได้จริงหรือเป็นต้น ซึ่งก็เข้าใจได้ว่าเป็นคือธรรมชาติของผู้บริโภค แต่ก็ถือว่าการมีเครือข่ายกับผู้บริโภคมกลุ่มนี้เป็นทุนทางสังคมที่สำคัญ

ผู้บริโภคมกลุ่มต่อมาก็เป็นผู้บริโภคที่คล้าย ๆ กับกลุ่มแรกในแง่ที่มีความรู้เรื่องของอินทรีย์พอควร มีความห่วงใยในเรื่องของสุขภาพ เป็นคนชั้นกลางที่มีอาชีพหลากหลาย และอาศัยอยู่ในเมือง แต่คนกลุ่มนี้ก็ได้มาจับจ่ายซื้อของที่ช่วงเกษตรอินทรีย์สม่ำเสมอเหมือนกับกลุ่มแรก พวกเขามาเป็นระยะ หายไปบ้าง กลับมาบ้าง การพูดคุยกับแม่กาดก็มีไม่มาก ส่วนใหญ่ก็จะเลือกซื้อของที่ต้องการแล้วก็กลับไป ไม่ได้ใช้เวลาอ้อยอิ่งอยู่ในชวงนานนัก กลุ่มนี้มีระยะห่างกับแม่กาด ไม่ค่อยได้คุยกันเพียงแค่อันนี้อันนั้นบ้าง

อีกกลุ่มคือผู้บริโภคทั่วไปที่เรียกว่าชาจร เป็นผู้บริโภคที่มาช่วงเป็นครั้งแรกบ้าง เป็นผู้บริโภคที่ผ่านไปผ่านมาก็ลองแวะเข้ามาดูบ้าง หรือเป็นผู้บริโภคที่ได้รับคำแนะนำบอกต่อกันมา ผู้บริโภคลักษณะทั่วไปนี้บางคนสนใจเรื่องของอินทรีย์มาก จะซักถามที่มาที่ไปสนใจพูดคุยกับแม่กาด บางคนก็ไม่เข้าใจอะไรเลยคิดว่าพืชผักที่ใช้มูลสัตว์มาเป็นปุ๋ยนั้นมีแต่ความสกปรกเต็มไปด้วยเชื้อโรค ผู้บริโภคทั่วไปเหล่านี้จะมีทัศนคติไม่เป็นแบบแผนเดียวกัน มีความแตกต่างหลากหลาย กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติก็จัดอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปนี้ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคเหล่านี้ซึ่งอาจถือว่าเป็นผู้บริโภคหน้าใหม่ก็อาจพัฒนาเป็นผู้บริโภคที่มีความรู้มากขึ้นและเป็นผู้บริโภคที่มาช่วงเป็นประจำหรือเป็นแฟนพันธุ์แท้ต่อไปในอนาคตได้

การมีเครือข่ายกับสาธารณชนเป็นทุนสำคัญมาก และจะต้องสื่อสารทำความเข้าใจกันไปอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง

4.2.2 ทุนวัฒนธรรม เครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่มีทุนวัฒนธรรมหรือเรียกว่าเป็นทุนความรู้ที่สำคัญและน่าสนใจ แบ่งออกเป็นความรู้ 3 ประเภท และสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความรู้เกษตรอินทรีย์ ทุนความรู้เรื่องการเกษตรถือเป็นทุนที่สำคัญและเป็นทุนที่มีอยู่มากที่สุดของเครือข่าย ทุนความรู้ชนิดนี้ถูกสะสมมาตั้งแต่บรรพบุรุษ เป็นภูมิปัญญาที่มีความหลากหลาย ไม่เหมือนกันเสียทีเดียวในแต่ละท้องถิ่น กล่าวเฉพาะเรื่องความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์นั้น ก็ถือเป็นการเกษตรแบบธรรมชาติที่ชาวบ้านใช้กันมานาน เพิ่งจะมาสะดุดหยุดไปเพราะอิทธิพลของเกษตรเคมีที่เข้ามาในสังคมไทยเมื่อ 50 ปีที่ผ่านมา ทุกวันนี้ความรู้อินทรีย์แบบดั้งเดิมก็ถูกนำมาปรับผสมผสานกับความรู้อินทรีย์รุ่นใหม่ เป็นทุนสำคัญที่พวกเขาใช้ในการผลิตพืชผลอินทรีย์ทั้งหลาย

ดังที่ได้กล่าวไว้บ้างแล้วตั้งแต่ต้นว่าพวกเขามีความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์อะไรบ้าง เช่น ความรู้เกี่ยวกับดิน การจัดการน้ำ เมล็ดพันธุ์ สายพันธุ์ต่าง ๆ การปลูก การดูแลรักษา การทำปุ๋ย การไล่แมลง การเก็บเกี่ยว การรักษาอาหาร ฯลฯ และจะไม่กล่าวถึงตัวองค์ความรู้เหล่านั้นอีก แต่มีสิ่งที่ต้องย้ำและกล่าวถึงในที่นี้ว่า การมีความรู้ที่หัวใจสำคัญของอินทรีย์ก็คือความหลากหลาย และความหลากหลายนี้เองก็ช่วยสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้น ลดความเสี่ยง สร้างความมั่นคงให้กับชีวิต ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ความรู้ความเข้าใจแบบนี้เป็นหลักสำคัญของการสร้างอุดมการณ์ร่วมของเครือข่ายและต้องสื่อสารให้ผู้บริโภคและสาธารณชนได้เกิดความเข้าใจต่อไป

ทุนความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์นี้ถือเป็นทุนความรู้ที่แข็งแกร่งที่สุด ความรู้แบบนี้เกิดขึ้นจากการสะสมภูมิปัญญาของชาวบ้านเอง รวมทั้งความรู้เกษตรอินทรีย์สมัยใหม่ที่พวกเขาได้รับจากเพื่อนในเครือข่าย และจากนักวิชาการในมหาวิทยาลัยผ่านโครงการต่าง ๆ ความรู้เกษตรอินทรีย์เป็นความรู้ที่มีพัฒนาการและมีการผสมผสานนำมาใช้อยู่เสมอ

ความรู้การจัดการตลาดทางเลือก แม้เครือข่ายจะเพียรพยายามทำตลาดมานาน แต่ทุนความรู้เรื่องการจัดการตลาดทางเลือกนี้ก็ยังถือว่า "อยู่ระหว่างการพัฒนา" ปรับตัวให้เข้ากับสภาพเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ความรู้เรื่องการจัดการตลาดเป็นความรู้ที่ไม่หยุดนิ่งเช่นเดียวกับความรู้อื่น ๆ ความรู้จะอยู่ได้ในระยะเวลาหนึ่ง แล้วก็จะมีรู้อื่นเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ดังนั้นความรู้จึงผันแปรอยู่เสมอ หากมองไปที่การจัดการตลาดสมัยใหม่ซึ่งถือว่าเป็นการตลาดที่มีอำนาจมาก ก็พบว่าระบบได้สร้างความรู้ขึ้นมาเสมอ เช่นการตลาดดิจิทัล การวางแผนตลาดยุคใหม่ ความเป็นเลิศในการให้บริการ ฯลฯ สะท้อนให้เห็นการปรับตัวที่เร็วมากของระบบนี้โดยมีแรงจูงใจในเรื่องของการแข่งขันและกำไรเป็นตัวผลักดัน

ความรู้การจัดการตลาดทางเลือกก็เช่นกัน ก็จะต้องพัฒนาสร้างความรู้ของตนเองต่อไปด้วย เพียงแต่อาจทำได้ช้ากว่าเพราะเป็นตลาดของผู้ที่มีอำนาจน้อย อีกทั้งองค์ความรู้ด้านการตลาดทางเลือกนั้นมีเป้าหมายที่กว้างกว่า คือมีเป้าหมายเชิงสังคมและวัฒนธรรม ไม่ใช่เป้าหมายเชิงเศรษฐกิจหรือเชิงการค้าเท่านั้น

ในการศึกษาทุนความรู้เรื่องการจัดการ คณะผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่าความรู้การจัดการตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่อาจมีอยู่สองแง่มุมที่น่าสนใจดังนี้

แง่มุมแรกคือ การจัดการช่วงเกษตรกรอินทรีย์โดยทั่วไป หมายถึงว่าเครือข่ายได้เรียนรู้สะสมประสบการณ์มาพอสมควรในเรื่องของการสร้างกฎเกณฑ์ ระเบียบวินัย และหน้าที่ของสมาชิกในการทำงานร่วมกัน พวกเขาสามารถบริหารจัดการกันได้ ไม่ว่าในเรื่องการกำหนดราคาพืชผล การตรวจสอบกันเอง การแก้ไขความขัดแย้งภายใน การร่วมมือทำกิจกรรมต่าง ๆ ฯลฯ ตลอดระยะเวลาของการวิจัย สังเกตว่าพวกเขาสามารถดำเนินกิจการประจำของช่วงเกษตรกรอินทรีย์ในแต่ละวันได้เป็นอย่างดีโดยอาศัยความรู้ต่าง ๆ ที่ได้สะสมมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากเกษตรกรรุ่นบุกเบิกและเจ้าหน้าที่สถาบันเกษตรกรกรมยั่งยืนที่ทำงานแข่งขันเป็นพี่เลี้ยง

ที่น่าสนใจพวกเขาใช้การจัดการแบบมีส่วนร่วม มีการเลือกตั้งคณะกรรมการช่วงเกษตรกรอินทรีย์ มีวาระการทำงานแน่นอน มีหลักเกณฑ์ที่ร่วมกันสร้างขึ้น มา มีการประชุมแม่กาดทุก 3 เดือนเพื่อกำหนดราคาพืชผลร่วมกัน มีวาระที่ทุกคนสามารถพูดแสดงความคิดเห็น แสดงปัญหา และเสนอแนวทางแก้ไขได้ นับเป็นระบบที่น่าสนใจ ทุกคนมีส่วนร่วมได้

อย่างเสมอภาค การตัดสินใจต่างๆ ก็ เป็นการตัดสินใจร่วมกัน ต่างจากระบบตลาดสมัยใหม่ที่โครงสร้างการจัดการขึ้นอยู่กับคนๆเดียวหรือคนกลุ่มเดียวที่มีอำนาจ

การจัดการแบบนี้อาจไม่เด็ดขาด ทันที แต่เป็นการจัดการที่อะลุ่มอล่วย ถ้อยทีถ้อยอาศัย ค่อย ๆ เรียนรู้ ยอมรับกันไป ก็ต้องใช้เวลา เป็นการจัดการที่มีความเป็นมนุษย์ มีความเห็นอกเห็นใจ มีความเข้าใจ ให้กำลังใจกัน ทุนความรู้แบบนี้พัฒนาเรื่อยมา ถือว่ามีอยู่ในระดับที่น่าพอใจ ทำให้ช่วงเกษตรอินทรีย์หรือตลาดทางเลือกดำเนินไปได้ ประทับใจประทับใจ และในปัจจุบันเรียกได้ว่าตลาดติดแล้ว เพราะทุกวันอังคารและวันพฤหัสบดีมีผู้เข้ามาร่วมในตลาดแห่งนี้คับคั่ง แม้ว่าเป็นเพียงสองวันในหนึ่งสัปดาห์ก็ตาม น่าสังเกตว่าเมื่อห้าปีที่แล้วที่ก่อตั้งตลาดทางเลือกแห่งนี้ แม่กาดมีรายได้แต่ละวันไม่คุ้มค่าเดินทางด้วยซ้ำ แต่ก็อดทนช่วยกัน ในปัจจุบันแม่กาดมีรายได้วันละ 500-800บาท มีผู้บริโภคเข้ามาที่ตลาดวันละ 200-300คน เครือข่ายมีความคาดหวังว่าในอนาคตตลาดจะขยายตัวทั้งในเชิงจำนวนผู้เข้าร่วมและจำนวนวันที่เปิดตลาด รวมทั้งการดำเนินภารกิจตามอุดมการณ์ในเชิงคุณภาพได้ด้วย

แง่มุมต่อมา คือการจัดการเพื่อหาช่องทางใหม่ๆในการขยายตลาด ทุนด้านนี้ยังมีน้อย หรือกำลังเริ่มต้น แต่ทุนความรู้การจัดการแบบนี้เริ่มก่อตัวอยู่ในเกษตรกรรุ่นใหม่

ความคิดเรื่องการขยายตลาดยังไม่ลงตัว ยังอยู่ในช่วงของการถกเถียงแสดงความคิดเห็น เช่นมีคำถามว่าต้องขยายตัวไปในห้างสมัยใหม่ได้หรือไม่ หรือต้องรักษารูปแบบตลาดเดิมเอาไว้เท่านั้น เมื่อไปอยู่ในห้างแล้วจะแข่งขันกับอินทรีย์ของธุรกิจเอกชนได้อย่างไร จะต้องทำตามกฎเกณฑ์ของห้างเท่านั้นใช่ไหม แล้วเกษตรกรทำได้ไหม จะสื่อสารกับผู้บริโภคอย่างไร จะเป็นการเข้าสู่ระบบเดิมหรือไม่ ผู้คนจะละทิ้งช่วงละทิ้งอุดมการณ์หรือไม่ ช่วงจะสามารถปรับตัวเป็นพื้นที่ทันสมัยที่คนทุกชนชั้นเข้ามาใช้พื้นที่ได้อย่างไร จะสร้างการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ตามอุดมการณ์ในช่วงได้อย่างไร ฯลฯ คำถามเหล่านี้สะท้อนอาการของการปรับตัวเมื่อเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงในโลกสมัยใหม่ที่กำลังปะทะกับช่วงเกษตรอินทรีย์อยู่ในขณะนี้

ถ้าจะว่าไปแล้วเครือข่ายก็พยายามพัฒนาช่องทางใหม่ ๆ ไม่หยุดนิ่ง เริ่มจากมีแม่กาดรุ่นใหม่ที่ใช้เทคโนโลยีเช่นสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางแบบหนึ่งเพื่อขยายข่าวสารขยายตลาดของตนเองเป็นการริเริ่มในกลุ่มเล็ก แม้จะทำได้ไม่มากนักก็ตาม

นอกจากนี้ก็มีการสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง เช่นกลุ่มสินค้าแพง สร้างแบรนด์ชื่อกุบหลวง เป็นความพยายามประยุกต์ใช้ความรู้การจัดการตลาดสมัยใหม่หวังสร้างช่องทางการรับรู้เกษตรกรอินทรีย์ของกลุ่มให้กว้างขวางขึ้น

กรณีการตลาดระบบสมาชิกของเกษตรกรรุ่นใหม่กลุ่มแม่ทา ก็คือตัวอย่างของการริเริ่มสร้างทุนความรู้การจัดการสมัยใหม่ แต่ก็ยังเป็นขนาดเล็กยังไม่แพร่หลายทั่วไป

สำหรับช่วงเกษตรกรอินทรีย์ซึ่งเป็นพื้นที่หลัก หรือเป็นตลาดทางเลือกที่สำคัญของเครือข่าย ที่ได้ทุ่มแรงกายแรงใจร่วมกันสร้างมานั้น ก็ถือว่าเป็นภารกิจหลักที่สมาชิกจะต้องพยายามแสวงหาวิธีการจัดการ เพื่อพัฒนาพื้นที่นี้ให้สามารถดำเนินการตามอุดมการณ์และขณะเดียวกันก็สามารถปรับตัวอยู่ในโลกสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงเร็วได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ทุนความรู้เรื่องการจัดการเพื่อหาช่องทางใหม่ ๆ หรือเพื่อพัฒนาตลาดทางเลือกให้มีความเข้มแข็งนั้น เป็นทุนที่อยู่ในระหว่างการสร้างและสะสม เป็นทุนสำคัญที่ทุกฝ่ายทั้งเกษตรกรรุ่นเก่าและเกษตรกรรุ่นใหม่จะเข้ามามีส่วนร่วมแสวงหากันต่อไป

4.2.3. ทุนเศรษฐกิจ ทุนเศรษฐกิจที่สำคัญคือที่ดิน เกษตรกรอินทรีย์ส่วนใหญ่ในปัจจุบันมีที่ดินเป็นของตนเอง มากบ้างน้อยบ้าง การมีที่ดินเป็นของตนเองถือเป็นทุนที่สำคัญเพราะเป็นฐานทรัพยากรที่จะทำให้สิ่งอื่นๆ ออกเงยขึ้นจากที่ดิน สร้างความมั่นคงให้กับชีวิตและครอบครัวต่อไป

ลุงพัฒน์แห่งบ้านแม่ทา ผู้นำเกษตรกรที่ต่อสู้เรื่องการเกษตรยั่งยืน ป่าไม้ ทรัพยากรน้ำ และที่ทำกิน เคียงบ่าเคียงไหล่กับพี่น้องเกษตรกรเครือข่ายต่าง ๆ มาอย่างยาวนานนับ 30 ปี กล่าวสรุปอย่างมั่นใจว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ต้องรักษาเอาไว้ก็คือที่ดินหรือที่ทำกินของเกษตรกร เป็นทุนสำคัญที่จะสร้างผลผลิตต่าง ๆ จากผืนดินของเราเอง ไม่มีเงินไม่เป็นไร สังคมจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร มีอุปสรรคปัญหามากมายแค่ไหนก็ตาม แต่ขอให้มีการทำกิน ถ้าเรามีที่ทำกินเป็นของเราเอง เราจะไม่อับจน เราจะเลี้ยงตนเองได้ เราจะพึ่งพาตนได้ ถ้าเราสูญเสียที่ดินเราก็กู้สูญเสียทุกอย่าง

ความคิดที่ชัดเจนแบบลุงพัฒน์ เป็นความคิดเดียวกันกับเกษตรกรคนอื่นๆ ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรรุ่นบุกเบิกที่เคยเผชิญกับปัญหาเรื่องที่ทำกินมาอย่างโชก

โซน ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรกลุ่มแม่แตง สันกำแพง ดอยสะเก็ด แม่วาง เชียงดาว หรือที่ไหนๆ ไม่ว่าจะเป็นพี่น้องเกษตรกรชนเผ่าหลายจังหวัดในภาคเหนือ ต่างก็เคยประสบกับปัญหาเรื่องที่ทำกิน เป็นประสบการณ์ที่สอนชาวบ้านว่า ต้นทุนชีวิตที่สำคัญของพวกเขาคือการมีที่ทำกินนี้เอง

เกษตรกรรุ่นบุกเบิกจึงพูดคุยประเด็นนี้กับรุ่นลูกรุ่นหลานเสมอว่า ต้องรักษาที่ดินเอาไว้ ไม่ขายเพียงเพื่อเห็นแก่เงินก้อนซึ่งใช้หมดได้ แต่ที่ดินจะอยู่ตรงนั้น สามารถสร้างผลผลิตเลี้ยงตนเองได้ตลอดไป หากใครที่เคยสูญเสียที่ดิน ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใดก็ตาม เช่น มีหนี้สินจากระบบเกษตรเคมี นำที่ดินไปจำนอง ถูกยึด หรือตั้งใจขายที่ดินเองเพื่อใช้หนี้ หรือเพื่อหวังมีเงินก็ตาม ก็ควรที่จะคิดใหม่ มีสำนึกกันใหม่ ริเริ่มทำเกษตรอินทรีย์ซึ่งมีต้นทุนต่ำ และต้องมีความอดทน มีวินัยกับตนเอง ในที่สุดแล้วชีวิตก็จะค่อยๆ ดีขึ้น เหมือนกับที่หลายครอบครัวได้กระทำมาแล้ว กลับมามีที่ทำกินของตนเองได้ หรือแม้แต่สามารถมีที่ดินเพิ่มขึ้นด้วย

นอกจากมองทุนทางเศรษฐกิจคือที่ทำกินของเกษตรกรแต่ละคน หรือแต่ละครอบครัวซึ่งเป็นการมองในเชิงปัจเจกแล้ว ก็สามารถมองทุนเศรษฐกิจในแง่ของส่วนรวมด้วย นั่นก็คือที่ดินหรือพื้นที่ช่วงเกษตรอินทรีย์ที่เข้ามาจากราชการและทำเป็นตลาดทางเลือก นั่นก็คือเป็นทุนทางเศรษฐกิจที่ทำให้เกษตรกรจากอำเภอต่าง ๆ แม่นภาจากที่ต่างๆ สามารถขายผลิตผลของตนเองจนกระทั่งยืนหยัดอยู่ได้ เลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ไม่ขาดทุน มีรายได้สม่ำเสมอ และสามารถดำรงวิถีชีวิตได้อย่างที่ต้องการ

ต้องมีข้อสังเกตเอาไว้ตรงนี้ว่า ทุนเศรษฐกิจที่สำคัญของเครือข่ายคือพื้นที่ที่ทำกินของแต่ละคน แต่ละครอบครัว และทุนเศรษฐกิจอีกแหล่งที่สำคัญไม่แพ้กัน คือพื้นที่ทางกายภาพที่ทำเป็นตลาดทางเลือก โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่ พื้นที่เหล่านี้สร้างผลผลิตและเป็นที่วางจำหน่ายสินค้า ทำให้เกษตรกรมีความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจโดยตรง ไม่เพียงเท่านั้นทุนเศรษฐกิจอันได้แก่ที่ทำกินและพื้นที่ช่วงเกษตรอินทรีย์สามารถที่จะแปลงเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมได้ในแง่เป็นพื้นที่เรียนรู้ แสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ และสร้างความสัมพันธ์ อันเป็นเป้าหมายที่มากกว่าการเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจ

4.2.4. ทุนสัญลักษณ์ ในที่นี้หมายถึงการเป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับ หรือมีชื่อเสียง ทุนชนิดนี้อาจมองได้สองระดับ

ระดับแรก คือการมองในระดับปัจเจก หมายถึงการเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปในแวดวงเกษตรอินทรีย์ของสมาชิกเครือข่ายบางคน มักได้แก่ เกษตรกรรุ่นบุกเบิกที่ได้เอ่ยนามมาก่อนหน้านี้แล้ว เช่น ป้าเพ็ญ แม่นาง ลุงนันต์ ลุงพัฒน์ ลุงช่วย เป็นต้น บุคคลเหล่านี้ทำเกษตรอินทรีย์มานาน ผ่านร้อนผ่านหนาว สะสมความรู้และประสบการณ์ส่วนตัวมาากจนเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป บุคคลเหล่านี้เดินทางไปในที่ต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อร่วมเรียนรู้ แลกเปลี่ยน เป็นวิทยากร ร่วมประชุมสัมมนากับกลุ่มต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน นอกจากนี้ยังมีสื่อมวลชนหลายสำนัก ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ ได้มาสัมภาษณ์ สทนา เผยแพร่เป็นที่รู้จักทั่วไป

ระดับที่สอง คือการมองในระดับเครือข่าย หมายถึงชื่อเสียงโดยรวมของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเหตุที่บุกเบิกมาก่อนใครเพื่อน ก็จะมีคนรู้จักมีพวกพ้องมากเมื่อเทียบกับกลุ่มเกษตรอินทรีย์อื่นๆ ที่มีอายุน้อยกว่า ชื่อเสียงในระดับนี้มีหลักฐานอธิบายได้ว่าทางเครือข่ายมักได้รับการติดต่อทั้งจากภาครัฐ เช่นการได้รับข้อเสนอให้ใช้ที่ดินของรัฐดังที่กล่าวไปแล้ว ก็ยังมีภาครัฐในระดับจังหวัด ได้แก่ ปศุสัตว์จังหวัดเชียงใหม่ได้มาพูดคุยให้ร่วมกันทำปศุสัตว์อินทรีย์

ทั้งภาครัฐกิจเอกชนในจังหวัด เช่นห้างสรรพสินค้าก็ได้มาชักชวนให้ไปร่วมตลาดนัด หรือกิจกรรมเชิงธุรกิจต่าง ๆ ที่ทางห้างจัดขึ้นเป็นครั้งคราว

รวมไปถึงภาคประชาชน ซึ่งได้แก่เพื่อนพ้องในเครือข่ายอื่นๆ เช่น เครือข่ายสิ่งแวดล้อม เครือข่ายที่ดิน เครือข่ายป่า ฯลฯ รวมทั้งองค์กรพัฒนาเอกชนต่าง ๆ ได้เชิญเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ

สิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนถึงการมีตัวตน เป็นที่รู้จัก และมีชื่อเสียงในระดับหนึ่งอย่างน้อยก็ในแวดวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากที่วิเคราะห์เรื่องของทุนของเครือข่ายมาทั้งหมดก็พอจะมองเห็นว่าเครือข่ายสร้างตลาดทางเลือกต่างๆ ขึ้นมาได้อย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นตลาดทางเลือกที่เครือข่ายสามารถบริหารจัดการเองได้มากที่สุดเท่าที่มีมา พวกเขามีทุนหลายชนิดก็จริง แต่ก็เป็ทุนที่ต้องต่อสู้ดิ้นรนแสวงหา ไม่ใช่ได้มาโดยบังเอิญ

เครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ เป็นสนามเกษตรอินทรีย์ภาคประชาชนที่ได้ก่อตัวมานานพอที่จะสะสมทุนต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นทุนที่มีมากบ้างน้อยบ้าง แต่

ทั้งหมดก็เป็นทุนที่ต้องเรียนรู้ มีประสบการณ์ ประสบปัญหา ผ่านอุปสรรค เผชิญความขัดแย้ง จนกระทั่งยืนหยัดเป็นอยู่อย่างเช่นปัจจุบันนี้

การวิเคราะห์แยกแยะให้เห็นทุนเป็นส่วน ๆ อาจทำให้คิดว่าเครือข่ายมีทุนหลายชนิดและสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น แต่แท้ที่จริงแล้วกว่าที่พวกเขาจะก้าวมาถึงจุดที่ยืนอยู่ในปัจจุบันนี้ได้ ก็ต้องผ่านการต่อสู้มาอย่างยาวนานและต้องมีความอดทนอย่างสูง การเป็นเกษตรอินทรีย์ภาคประชาชนเป็นสนามที่เล็กลงเมื่อเทียบกับสนามเกษตรเคมีหลัก โดยทั่วไปทั้งจังหวัด อีกทั้งยังต้องแสวงหาตลาดเอง พยายามมีเครือข่ายกับผู้บริโภคเอง ก็ถือว่าไม่ใช่เรื่องง่าย พวกเขาคือชุมชนกลุ่มเล็กๆ ที่พยายามแทรกตัวอยู่ในช่องว่างของสังคมขนาดใหญ่ มีความทุกข์ทรมานไม่น้อย

ในภาพรวมเครือข่ายได้ใช้ทุนเหล่านี้ในลักษณะผสมผสาน ทุนต่างๆ เชื่อมโยงกันอย่างแยกไม่ออกสามารถส่งเสริมให้เกิดทุนชนิดอื่นได้ เช่น ความผูกพันภายในเครือข่ายซึ่งเป็นทุนทางสังคมก็สามารถทำให้แลกเปลี่ยนความรู้เรื่องอินทรีย์และความรู้เรื่องการจัดการตลาดซึ่งเป็นทุนวัฒนธรรมได้ หรือการเป็นที่รู้จักซึ่งเป็นทุนสัญลักษณ์ก็ทำให้รัฐหันมามองให้ความช่วยเหลือโดยให้เช่าที่ดินก็เป็นการเปลี่ยนชื่อเสียงให้เป็นทุนทางเศรษฐกิจได้เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีทุนก็ไม่ได้หมายความว่าไม่มีปัญหา เครือข่ายเผชิญกับปัญหาด้านต่างๆ มาตลอด แต่ทว่าปัญหาปัจจุบันที่สำคัญและเป็นปัญหาใหม่ ก็คือปัญหาเกี่ยวกับเรื่องตลาดทางเลือกหรือช่วงเกษตรอินทรีย์นี้เองที่กำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงในโลกสมัยใหม่ ช่วงจะปรับตัวต่อไปอย่างไร อัตลักษณ์ของช่วงจะต้องถูกทบทวนหรือไม่ และตลาดจะสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคและสาธารณชนต่อไปอย่างไร ทั้งหมดนี้การสื่อสารก็จะเป็นเรื่องสำคัญที่จะถูกนำมาใช้เพื่อจัดการกับปัญหา

อันที่จริงการสื่อสารก็เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นอยู่แล้วตลอดเวลาในชีวิตทางสังคม เป็นเรื่องปกติที่ใคร ๆ ก็รู้จักและใช้การสื่อสารอยู่เสมอ แต่ในที่นี้ต้องการเน้นย้ำถึงการสื่อสารแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการสื่อสารที่จะเชื่อมโยงทุนต่าง ๆ สามารถแก้ปัญหามา และสร้างเสริมตลาดทางเลือกแห่งนี้ให้มีความเข้มแข็งและเป็นไปในทิศทางที่เครือข่ายต้องการได้ การสื่อสารแบบนี้ก็คือการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

4.3 ปฏิบัติการการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้มแข็งแก่ตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่

จากปัญหาสำคัญสองด้านในปัจจุบันที่กล่าวมา สามารถวางแผนการใช้สื่อเพื่อสนับสนุนการแก้ไขปัญหาร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับตลาดทางเลือกหรือช่วงเกษตรกรอินทรีย์ ได้ในสองลักษณะใหญ่ ๆ คือ ลักษณะแรกออกแบบเป็นการสื่อสารเพื่อการจัดการภายในตัวเอง กับอีกลักษณะหนึ่งคือการสื่อสารภายนอกหรือการสื่อสารกับผู้บริโภคอาจเรียกว่าการประชาสัมพันธ์

ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารลักษณะใด ทุกสื่อที่ผลิตขึ้นอยู่ภายใต้แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งการสื่อสารแบบนี้ถือเป็นปฏิบัติการทางสังคมชนิดหนึ่ง หมายถึงไม่ได้มองการสื่อสารเป็นเพียงเครื่องมือการถ่ายทอดข่าวสารจากฝ่ายหนึ่งไปยังอีกฝ่ายหนึ่งให้เกิดความเข้าใจเท่านั้น แต่การสื่อสารเป็นเรื่องของกระบวนการที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมสร้างความหมายร่วมกัน

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้ความสำคัญกับกระบวนการ เป็นการสื่อสารที่ตั้งใจให้เกิดขึ้น และที่สำคัญทุกฝ่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นการวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การผลิตสื่อ การรับผลที่เกิดขึ้นร่วมกัน การประเมิน ซึ่งเป็นวงจรเช่นนี้ต่อเนื่องกันไป โดยที่ทุกฝ่ายสามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการสร้างตัวสาร เลือกใช้สื่อ เลือกช่องทางหรือเลือกโอกาสในการสื่อสารได้

สำหรับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของช่วงเกษตรกรอินทรีย์ได้ออกแบบใช้สื่อหลายชนิดดังนี้

4.3.1 สื่อการประชุมเพื่อทบทวนเป้าหมาย

ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงและปัญหาที่กล่าวมาซึ่งเป็นปัญหาใหม่ กำลังก่อตัวแสดงอาการแต่ยังมิได้มีการสื่อสารกันอย่างเป็นทางการและส่วนรวม จึงมีความจำเป็นที่สมาชิกช่วงเกษตรกรอินทรีย์จะต้องพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจริงจังและมองไปในอนาคตร่วมกัน ดังนั้นการประชุมเพื่อทบทวนเป้าหมายจึงเกิดขึ้น

คณะผู้วิจัย สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน และคณะกรรมการช่วงเกษตรกรอินทรีย์ ได้จัดให้มีการประชุมแม่กาเพื่อทบทวนที่มาของช่วงเกษตรกรอินทรีย์และมองถึงเป้าหมายในอนาคตทั้งเป้าหมายระยะสั้น 1 ปี และเป้าหมายระยะยาว 5-10 ปี การประชุมจัดขึ้นเป็นพิเศษนอกเหนือจากการประชุมปกติ กล่าวคือได้เชิญแม่กาทุกคนจำนวน 100 กว่า

คนเข้าร่วม จัดประชุมทั้งวันในวันเสาร์ที่ช่วงเกษตรอินทรีย์ ทุกกลุ่มได้พูด ได้แสดงความคิดเห็น ได้แสดงทัศนะในแง่มุมต่างๆ อย่างน่าสนใจ

พวกเขามีข้อเสนอมากมายที่เกี่ยวกับการสื่อสารและการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ช่วงเกษตรอินทรีย์มีความน่าสนใจ มีเรื่องราวต่าง ๆ เป็นสถานที่ของการพบปะพูดคุย และเป็นสถานที่น่าแวะเข้ามาเยี่ยมชมเยียน ต่อไปนี้คือตัวอย่างข้อเสนอของเครือข่าย ซึ่งในวันประชุมแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้ระดมความคิดสามารถสรุป ข้อเสนอต่างๆของแต่ละกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มแรก ส่วนใหญ่มาจากอำเภอสนทราย มีข้อเสนอว่าช่วงเกษตรอินทรีย์ควรเป็นศูนย์กลางขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย ครบวงจร ทั้งขายปลีกและส่ง เป็นแหล่งให้ความรู้และสรรพคุณพืชผักต่างๆ เป็นศูนย์เรียนรู้มีการอบรมทำกิจกรรม รวมทั้งควรเป็นศูนย์อนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม มีกิจกรรมต่างๆ เช่น มีการสันถนาการบ้าง มีการออกกำลังกาย มีชุมชนคลองสำหรับพักผ่อนนั่งรับประทานอาหารได้ ปรับปรุงช่วงให้ทันสมัย และงดใช้ถุงพลาสติก

กลุ่มที่สอง เสนอความเห็นว่าการเพิ่มความมั่นใจให้กับแม่กาดว่าสินค้าของเรามีคุณภาพดี ควรสร้างมนุษยสัมพันธ์ต่อเนื่อง ผู้ที่มาช่วงแล้ว ก็อยากให้กลับมาอีกให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้เปลี่ยนกัน และที่สำคัญอยากให้ลูกหลานมาชิมซับ สืบทอด อยากให้คนรุ่นใหม่ที่ใช้ความคิดมากกว่าใช้แรงงาน มาร่วมจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วง มีการให้ทุนการศึกษา เรียนทางด้านเกษตรด้วย

กลุ่มที่สาม อยากให้มีป้ายช่วงเป็นที่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ ป้ายของทางราชการที่มีอยู่ ไม่ได้ทำให้คนที่ผ่านไปผ่านมาอยากเข้ามาแวะชม ที่ช่วงน่ามีวัยรุ่นเพิ่มขึ้น มีสินค้าแปรรูปที่คนรุ่นใหม่สนใจ ไม่ใช่มีแต่ผักกับผู้สูงอายุเดินไปเดินมาเท่านั้น ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดูดี สะอาด ใช้กล่องที่นำมาใช้ใหม่ได้ หากผู้บริโภคใช้ก็ควรลดราคาสินค้าเพื่อเป็นการจูงใจ แม่กาดก็ไม่จำเป็นต้องสวมเสื้อขาวนาขายของ เป็นเสื้อแบบอื่นแต่ก็มีเอี๊ยมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของช่วงได้ นอกจากนี้ยังมีร้านขายอุปกรณ์การเกษตร เมล็ดพันธุ์ต่างๆ หากกลัวว่าจะเป็นการค้าขายมากเกินไป ก็ให้มีกิจกรรมเช่นการทำตะกร้า การสาธิตการเพาะเมล็ดพันธุ์ เพื่อให้ผู้ที่มาซื้อของกินแล้วยังได้ความรู้กลับไปด้วย อาจมีการสาธิตวิธีทำอาหารพื้นเมือง ให้มีมุมหนึ่งของช่วงให้ผู้บริโภคมาชิมอาหารมาแลกเปลี่ยนวิธีทำอาหารกัน และในช่วงก็ควรมีป้ายบอกประโยชน์ของผักชนิดต่าง ๆ

กลุ่มที่สี่ ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรหนุ่มสาวจากตำบลแม่ทา อำเภอแม่ออน กลุ่มนี้อยากให้เกษตรกรรุ่นใหม่ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนกับเกษตรกรรุ่นเก่าให้มากขึ้น ไม่รู้จะไปเรียนรู้

ที่ไหน ก็ต้องมาเรียนรู้กันในช่วง คนรุ่นใหม่สนใจอยากให้มีงานอีเวนต์ในช่วง เอาวิถีทัศน์มาเปิดบ้าง สมาชิกคนไหนที่เคยออกอากาศทางโทรทัศน์ก็ให้เอามาเปิด เสนอให้ช่วงเป็นเหมือนร้านสะดวกซื้อ มีความเก๋แบบร้านกาแฟสมัยใหม่ นอกจากนี้ก็อยากให้มีการปรับภูมิทัศน์ให้ดูสวยงาม มีป้ายที่ให้ความรู้ว่าเกษตรอินทรีย์ปลอดภัย ปลอดภัยอย่างไร

กลุ่มที่ห้า กลุ่มนี้เสนอว่าอาหารอินทรีย์นั้นอร่อย สด ปลอดภัย ควรมีการทำอาหารให้ชิม ผู้ที่มาช่วงก็อยากจะกลับมาอีก นำมีการให้ความรู้เปรียบเทียบระหว่างอินทรีย์กับเคมี นอกจากนี้แม่กาดก็ต้องมีสุขภาพดี พุดจาสนุก สามารถอธิบายเรื่องของอาหารอินทรีย์ได้เป็นอย่างดี และทางช่วงก็ควรมีกิจกรรมให้ผู้บริโภคเยี่ยมชมแหล่งผลิตด้วย

สื่อการประชุมเพื่อทบทวนเป้าหมายเกิดขึ้นเนื่องจากว่าเริ่มมีการออกไปร่วมกับธุรกิจเอกชนตามห้างสรรพสินค้าหรืองานแฟร์ต่างๆที่ได้เข้ามาชักชวนเกษตรกรที่ขึ้นเกษตรกรุ่นบุกเบิกก็จะมีคำพูดว่า "ห้างไม่ใช่ของเรา" ต้องช่วยกันที่ช่วงเกษตรอินทรีย์ที่ร่วมกันสร้างมาก่อน ส่วนทางด้านเกษตรกรุ่นใหม่ก็จะมีคำพูดไปในทำนอง "อินทรีย์อยู่ที่ไหนก็เป็นอินทรีย์" นี่เป็นสัญญาณของการขัดกันที่เกิดขึ้นอันเนื่องมาจากแรงกระแทกจากกระแสอร์แกนิกที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน

การที่ทุกคนได้สื่อสาร ได้พูด ได้แสดงออกในที่ประชุมดังที่กล่าวมา เมื่อมองผ่านๆดูราวกับว่ากำลังแสดงวิสัยทัศน์ซึ่งเป็นเรื่องปกติธรรมดาของกลุ่มคน จะไม่เห็นความขัดกัน แต่เบื้องหลังก็คือการต่อรองทางความคิดซึ่งกันและกัน หรือกำลังผสมผสานกลั่นกรองความคิดเพื่อแสวงหาความพอดี

เกษตรกรุ่นบุกเบิกได้มีโอกาสเล่าถึงประสบการณ์ในอดีตและได้ย้าถึง "คุณค่า" ที่พวกเขาร่วมกันสร้างขึ้นมานับเป็นการผลิตซ้ำอุดมการณ์ ส่วนเกษตรกรุ่นใหม่เองก็ได้มีโอกาสแสดงทัศนะความคิดเห็น และความคาดหวังของพวกเขาในอนาคต สื่อการประชุมทำให้ทุกฝ่ายได้สื่อสารอย่างเป็นส่วนรวม ต่อหน้า ตรงไปตรงมา ได้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ได้ทบทวนอดีตและมองไปในอนาคตร่วมกัน

มีข้อน่าสังเกตว่าเกษตรกรุ่นบุกเบิกค่อนข้างมีความผูกพันกับสถานที่ (sense of place) และต้องการสร้างตลาดที่เกื้อกูล หากมองในเชิงเศรษฐกิจอาจเรียกว่าเป็น moral economy แต่เกษตรกรุ่นใหม่นิยมชมชอบวิถีชีวิตแบบใหม่และความท้าทายต่างๆ อาจเรียกว่าเป็นแนว creative economy ความคิดเหล่านี้ไม่เคยถูกนำมาแบ่งปันกันอย่างจริงจังมาก่อน

สื่อการประชุมเป็นสื่อที่มีความเหมาะสมอย่างมากกับสถานการณ์การต่อรองทางความคิดภายในช่วงเกษตรอินทรีย์ปัจจุบัน เพราะสื่อการประชุมมีคุณลักษณะที่สำคัญหลายประการ (โปรดดูกาญจนา แก้วเทพ 2549) สำหรับการใช้สื่อการประชุมในครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของสื่อตัวนี้น้อยสามประการ

ประการแรก การประชุมมีบรรยากาศทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ความเป็นทางการหมายถึงว่าได้พูดคุยกันอย่างจริงจัง มีสาระเข้มข้น ต่อหน้า และสิ่งที่พูดคุยสามารถนำไปใช้เป็นข้ออ้างอิงได้ว่าตกลงกันอย่างไรในที่ประชุม สำหรับความไม่เป็นทางการหมายถึงว่าพูดคุยกันอย่างเป็นกันเอง ล้อมวงคุยกันในช่วง เหมือนนั่งคุยกันใต้ถุนบ้าน มีบรรยากาศแบบสบายๆ อันเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของเกษตรกร การสื่อสารแบบนี้สร้างการยอมรับกันได้อย่างจริงใจ

ประการต่อมา การประชุมมีทั้งช่วงเวลาที่เป็นส่วนรวมและส่วนตัว ความเป็นส่วนรวม ได้แก่ นั่งคุยกันในประเด็นที่กำหนดในภาคเช้าและภาคบ่าย ขณะเดียวกันก็ออกแบบให้มีเวลาพักรับประทานอาหารที่แต่ละกลุ่มเอามาจากบ้านผสมกับอาหารที่ผู้จัดประชุมเตรียมไว้ ได้รับประทานร่วมกัน พักผ่อน คุยกันไปด้วยอย่างเป็นส่วนตัว เช่น เกษตรกรรุ่นบุกเบิกได้เล่าให้ฟังถึงประสบการณ์ในอดีตว่าทำอะไรมาบ้าง ส่วนลูกหลานหรือเกษตรกรรุ่นใหม่ก็ได้แบ่งปันความคิดวิธีการต่างๆ ที่จะสร้างมูลค่าให้กับเกษตรอินทรีย์ การประชุมที่มีลักษณะเป็นทางการและไม่เป็นทางการแทรกอยู่ส่งผลต่อการสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันได้มาก

ประการสุดท้าย สื่อการประชุมมีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ความเข้าใจและทัศนคติต่างๆ รวมไปถึงการปฏิบัติด้วย เพราะการประชุมเป็นการสื่อสารที่เผชิญหน้า เป็นการสื่อสารสองทางที่แลกเปลี่ยนกันอย่างสะดวก เป็นการสื่อสารที่เปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคเท่าเทียม สามารถสร้างข้อตกลงร่วมกันได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น มีข้อสรุปว่าต้องมาช่วยกันในช่วงเกษตรอินทรีย์ก่อน หากเกษตรกรไปร่วมกับห้างสรรพสินค้าก็สามารถทำได้ในเวลาที่ไม่ตรงกับเวลาของช่วงเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

4.3.2 สื่อตราสัญลักษณ์

อย่างไรก็ตาม ได้มีกิจกรรมการสื่อสารภายในกลุ่ม หรือเป็นการสื่อสารเพื่อจัดการเกิดขึ้นอีก โดยให้สมาชิกได้ประชุม พูดคุยกันในหัวข้อเรื่องการสร้างตราสัญลักษณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์ มีผู้เข้าร่วม 60 คน แบ่งเป็น 5 กลุ่ม การสื่อสารกันในลักษณะนี้ ทำให้สมาชิกทั้งหมดได้นิยามตนเองร่วมกัน ต่อกันว่าตราสัญลักษณ์ของช่วงต้องสะท้อนอุดมการณ์แบบใด เท่ากับว่ากำลังลงความคิดกันอย่างถ้อยทีถ้อยอาศัย ดูเป็นธรรมชาติ กิจกรรมการสื่อสารนี้ถือว่าเป็นการผลิตซ้ำอุดมการณ์ร่วมของช่วงเกษตรอินทรีย์ หรือเพื่อกำหนดอัตลักษณ์ร่วมกันนั่นเอง

กระบวนการมีส่วนร่วมสร้างตราสัญลักษณ์เริ่มต้นจากวิเคราะห์ปัญหาร่วมกันว่า เมื่อมีความเปลี่ยนแปลงจากโลกสมัยใหม่และมีผลต่อวิถีชีวิตของคนรุ่นปัจจุบัน ช่วงเกษตรอินทรีย์ควรปรับตัวมีท่าทีอย่างไรต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งก็เป็นสิ่งที่ได้คุยกันมาพอสมควรแล้วในการประชุมเพื่อทบทวนเป้าหมาย การสร้างตราสัญลักษณ์ช่วงเกษตรอินทรีย์เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องมาจากนั้น โดยเป็นการระดมความเห็น สำรวจปัญหา และความต้องการอีกครั้งหนึ่งว่าอยากให้ช่วงเกษตรอินทรีย์มีรูปลักษณะเป็นอย่างไร

ขั้นต่อมาเป็นการร่วมกันออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยให้แสดงความคิดเห็นว่าควรมีภาพอะไร สีเส้นเป็นอย่างไร ควรมีข้อความว่าอย่างไร ในขั้นตอนนี้มีความเห็นที่หลากหลายมากขึ้นอยู่กับว่าผู้ออกความเห็นนั้นมีทัศนะอย่างไร เป็นขั้นตอนที่คุยกันอย่างยาวนาน ให้เหตุผลกันไปต่าง ๆ มีบรรยากาศของความสนุกสนาน เกษตรกรทุกคนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ในการแบ่งกลุ่มพูดคุยกันก็อาจสรุปประเด็นได้หลากหลาย

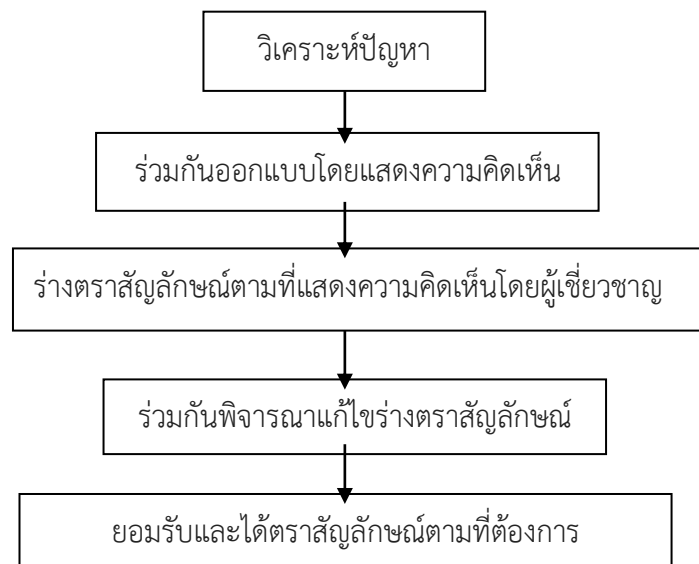
หลังจากผ่านสองขั้นตอนนี้แล้วซึ่งเป็นสองขั้นตอนที่สำคัญที่สมาชิกในช่วงเกษตรอินทรีย์ได้พูดกันหลายแง่มุมและก็มีข้อสรุปออกมาอย่างกว้างๆ ต่อมาในขั้นตอนนี้สามนี้จึงเป็นขั้นของการร่างตราสัญลักษณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบกราฟฟิกเป็นผู้ร่างตราสัญลักษณ์หลายๆแบบตามความคิดที่ได้รับมา

ในขั้นตอนที่สี่ เมื่อร่างตราสัญลักษณ์เสร็จแล้ว ก็มีการประชุมเพื่อที่จะพิจารณาถึงร่างตราสัญลักษณ์ที่ออกแบบมา ในขั้นนี้เกษตรกรที่เข้าร่วมได้เห็นตราสัญลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม ได้มีการพูดคุย ดิชม แสดงความคิดเห็น แสดงความต้องการเพิ่มเติมหรือตัดทอนบางอย่าง เช่นบางคนบอกว่าไม่ควรมีรูปมากเกินไปทำให้ดูรุงรัง บ้างก็บอกว่าให้มีภาพที่เด่นๆก็พอ เช่นภาพที่แสดงถึงความเกื้อกูลกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค บ้างก็บอกว่า

สีสันทที่ใช้ เช่น โทนเขียว น้ำตาล อาจจะเหมาะกับเกษตรอินทรีย์ก็จริง แต่ก็ยังเป็นสีสันทที่ไม่เร้าใจ น่าจะเพิ่มสีฉูดฉาดเพื่อกระตุ้นสมัย ตื่นเต้น สะดุดตาเป็นต้น ในขั้นนี้ก็เป็นโอกาสให้มีส่วนร่วม วิพากษ์วิจารณ์ถกเถียงแสดงความคิดเห็นกันอีก เพื่อที่จะปรับปรุงให้ตราสัญลักษณ์นั้น สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ร่วมกันให้มากที่สุด

ขั้นตอนสุดท้ายเป็นขั้นที่ได้มีการเสนอร่างตราสัญลักษณ์ที่ได้ปรับปรุงแล้วให้ ทุกฝ่ายได้พิจารณา ซึ่งทุกคนก็พึงพอใจยอมรับ ได้ตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของช่วง เกษตรอินทรีย์ได้อย่างที่ต้องการมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

กระบวนการพัฒนาตราสัญลักษณ์มี 5 ขั้นตอน เขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



การพูดคุยในครั้งนี้เมื่อถึงที่สุดแล้วก็ต้องแปลงสิ่งที่พูดคุยกันให้เห็นเป็น รูปธรรมในรูปของสื่อได้แก่การออกแบบตราสัญลักษณ์ การเขียนคำขวัญหรือสโลแกน การ ทำป้าย ผ่ากันเปื้อน หมวก ฯลฯ ทั้งนี้สิ่งที่ผลิตออกมาก็ต้องเป็นที่ยอมรับกันของทุกฝ่ายว่า เรามีตัวตนแบบนี้ (ยังไม่เคยมีการสร้างอัตลักษณ์ในรูปของสื่อ หรือแบรนด์ของช่วงมาก่อน มี เฉพาะตราสัญลักษณ์ของสถาบันเกษตรกรรมยั่งยืนเท่านั้นซึ่งเป็นพี่เลี้ยงของเครือข่ายเกษตร อินทรีย์แห่งนี้)

นับเป็นครั้งแรกที่สมาชิกมีกิจกรรมการสื่อสารแลกเปลี่ยน ถกเถียงกันว่าจะ สร้างตัวตนหรือสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มอย่างไรให้เห็นเป็นรูปธรรม

ตัวอย่างของการสื่อสารที่มองว่าตนเองเป็นเช่นไรของสมาชิกก็เช่น หากต้องทำตราสัญลักษณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์ ควรเป็นรูปอะไร ให้หลายๆกลุ่มแสดงความคิดเห็น บางกลุ่มบอกว่าต้องมีรูปทุ่งนาเพราะเราคือเกษตรกร บางกลุ่มก็บอกว่าต้องมีรูปคนที่จับมือกัน แสดงถึงความสัมพันธ์ทั้งของผู้ผลิตและผู้บริโภค บ้างก็บอกว่าต้องมีรูปที่แสดงถึงธรรมชาติ เช่น ป่าเขา สายน้ำ บ้างก็เห็นว่าควรมีสัญลักษณ์ของเชียงใหม่ บางกลุ่มก็คิดว่าจะต้องมีความทันสมัยด้วย เป็นต้น

พวกเขาได้แลกเปลี่ยนกันด้วยว่า ตลาดของพวกเขาดำรงมานานับ 20 ปี แม้ย้ายสถานที่ มีอุปสรรคทุกที แต่ผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งก็ยังสนับสนุน มีการพูดคุยกันว่าผู้บริโภคมีความเชื่อถือ ผู้บริโภคเชื่อว่าเกษตรอินทรีย์ของพวกเขาเป็นเกษตรอินทรีย์ที่มีความเป็นธรรมชาติ ดีต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่สารเคมีจริงๆ พวกเราก็ต้องซื่อสัตย์ ตรวจสอบกันเอง สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค จะสร้างอัตลักษณ์อะไรก็ต้องคำนึงถึงมุมมองของผู้บริโภคด้วย ให้เป็นเช่นนั้นจริงๆ สัมกับกับความเชื่อถือของผู้บริโภค

แน่นอนในการทำตราสัญลักษณ์ย่อมไม่อาจเอาความคิดทั้งหมดมาใส่ไว้ให้เห็นเป็นรูปธรรมทั้งหมดได้ ต้องตัดทอนบางอย่าง แต่นั่นก็ไม่สำคัญเท่ากับว่าสมาชิกทั้งรุ่นเก่ารุ่นใหม่ได้สื่อสารกันภายใน ทำให้เขามีโอกาสแลกเปลี่ยน ร่วมกันคิดในประเด็นที่ไม่ค่อยมีโอกาสแบ่งปันกันมากนัก ทำให้มองเห็นเกษตรอินทรีย์ของพวกเขาเอง ที่มีเป้าหมายหลายอย่าง มีมิติเชิงวัฒนธรรม มีความร่วมมือ มีความปลอดภัย มีความทันสมัยเรียกร้องความสนใจจากคนในยุคปัจจุบันได้ มองเห็นความเป็นเกษตรอินทรีย์ที่หลากหลาย ฯลฯ สุดท้ายแล้วพวกเขาจะพูดคุยแสดงความคิดเห็นกันอย่างเต็มที่ นับว่าคนรุ่นเก่าก็ได้รู้พื้น คนรุ่นใหม่ก็ได้เสนอความคิดสร้างสรรค์

จากการประชุมแลกเปลี่ยนเพื่อการมีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมของชาวช่วงเกษตรอินทรีย์ (ผ่านตราสัญลักษณ์ สโลแกน ป้าย ฝ้ายกันเปื้อนหมวก) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่าคนรุ่นเก่าได้ก้าวข้ามการเลือกที่จะมีกำไรหรือทำเพื่อประโยชน์สูงสุดของตนเองไปแล้ว ที่พวกเขายังคงทำเกษตรอินทรีย์ก็เพราะความพึงพอใจ แม้จะกำไรน้อย มองไม่เห็นทางรวย และยังต้องใช้แรงงานมากก็ตาม

แน่นอนผลประโยชน์เป็นแรงจูงใจ (motive) ที่สำคัญของเกษตรอินทรีย์ แต่เครือข่ายนี้มีได้ดำรงอยู่ได้ด้วยแรงจูงใจแบบนี้แบบเดียวเท่านั้น ความสนใจของเกษตรกรรุ่นใหม่ในการไปตลาดใหม่ หรือการไปขึ้นห้างที่ทันสมัย อาจไปด้วยแรงจูงใจที่ไม่ได้ต้องการกำไรอย่างเดียวก็ได้ แต่เป็นแรงจูงใจที่ต้องการปรับตัวเข้ากับโลกสมัยใหม่ให้ตลาดกระแส

หลักได้ทราบ ได้รับรู้ถึงการดำรงอยู่ของเกษตรอินทรีย์ชาวบ้าน ที่ขายอาหารอินทรีย์ด้วยความต้องการสังคมดีมีความเป็นธรรมด้วย

ในปัจจุบันก็มีข้อสรุปว่า การไปร่วมกับตลาดอื่น ตลาดสมัยใหม่ ก็เป็นสิ่งที่สมาชิกทำได้ แต่ก็อย่าลืมนำเอาความเป็นอัตลักษณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์ไปด้วย บอกให้คนอื่นรู้ว่าเราเป็นใคร และเป็นอย่างไร ที่แท้จริงพื้นที่ของเราก็อยู่ที่ช่วงเกษตรอินทรีย์แห่งนี้ ชักชวนให้ผู้อื่นมาสัมผัสได้ และนี่ก็นำเป็นการต่อรองชนิดหนึ่งของคนทั้งสองรุ่นผ่านกิจกรรมการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์

จากกิจกรรมนี้น่าทำให้เกิด consensus ในระดับหนึ่ง การพูดคุยเกี่ยวกับตลาดน่าจะกระทำกันอีกเป็นกิจกรรมการสื่อสารภายในที่มีอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาหรือแม้เพื่อการปรับอัตลักษณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์ต่อไป

กระบวนการทั้งหมดนี้คือการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม อาจต้องประชุมหลายครั้ง อาจล่าช้า อาจจะมีความเห็นแตกต่าง อาจวุ่นวายหาจุดที่ลงตัวไม่ถนัด แต่ก็มีความคุ้มค่าเพราะในที่สุดแล้วกระบวนการนี้ต้องการให้ทุกฝ่ายได้มาพูดคุยกันถึงอัตลักษณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์ที่ต้องร่วมกันสร้างขึ้นมานั่นเอง ตราสัญลักษณ์อาจเป็นเพียงวัตถุรูปแบบหนึ่งและไม่อาจสะท้อนอัตลักษณ์ทั้งหมดได้ แต่ตราสัญลักษณ์คือสื่อชนิดหนึ่งที่ทำให้ผู้เข้าร่วมสามารถเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ที่กำลังสร้างความหมายร่วมกัน (shared meaning) ขึ้นมา

ในเรื่องการสร้างสื่อตราสัญลักษณ์นี้ อันที่จริงกลุ่มเกษตรอินทรีย์ห้วยทรายอำเภอสันกำแพงมีประสบการณ์การสร้างแบรนด์มาก่อน โดยใช้ชื่อว่า "กุบหลวง" เป็นแบรนด์กลางของกลุ่มที่สมาชิกสามารถนำไปใช้ได้กับผลิตภัณฑ์ของตนเอง แบรนด์นี้ชาวบ้านมีส่วนร่วมสร้างขึ้นมา กุบหมายถึงหมวกที่ใช้สวมเวลาทำนาทำไร่ กุบจึงเป็นสัญลักษณ์วิถีชาวนาที่ทางกลุ่มภาคภูมิใจ ทางกลุ่มเล่าให้ฟังว่ามีเจ้าหน้าที่เข้ามาแนะนำให้มีแบรนด์ บอกว่าที่ไหนๆก็มีแบรนด์ กลุ่มเกษตรกรบ้านห้วยทรายก็ควรมี เพื่อสร้างการจดจำและช่วยขายผลผลิตทางการเกษตรได้ ทางกลุ่มจึงได้สร้างแบรนด์ดังกล่าวขึ้นมา

แต่สำหรับการผลิตสื่อตราสัญลักษณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์ในครั้งนี้มีเป้าหมายที่แตกต่างไปจากเดิมที่กลุ่มสันกำแพงเคยทำ เน้นอนตราสัญลักษณ์ย่อต้องการสะท้อนอัตลักษณ์และสร้างการจดจำรวมทั้งการขายได้ แต่มากกว่านั้น การมีส่วนร่วมสร้างตราสัญลักษณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์คือการต่อรองทางความคิดและมองหาอัตลักษณ์ร่วมของเกษตรกรรุ่นบุกเบิกและเกษตรกรรุ่นใหม่ที่กำลังเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอย่าง

รวดเร็วในโลกสมัยใหม่ และจำเป็นต้องสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งการผลิตสื่อตราสัญลักษณ์ก็คือกระบวนการที่ทำให้ทั้งสองฝ่ายได้มีพื้นที่สื่อสารอันเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสถานการณ์ปัจจุบัน

มีข้อสังเกตว่ากระบวนการสร้างตราสัญลักษณ์ นอกจากจะเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ร่วมของช่วงเกษตรอินทรีย์แล้ว ก็ยังเป็นการสื่อสารเพื่อการจัดการกับความขัดแย้งทางความคิดของผู้คนด้วย ดังที่กล่าวแล้วว่าทุกสนามไม่ว่าสนามใหญ่หรือสนามเล็ก อาจมีความขัดกันได้ในทุกชุมชนในทุกสังคมมีความเคลื่อนไหวไม่ลงรอยกันได้อยู่เสมอ มากบ้างน้อยบ้าง ถือเป็นเรื่องปกติ หรือแม้กระทั่งบางสังคมอาจขัดแย้งมากจนเป็นอันตรายได้ก็ตาม แต่ที่สำคัญต้องมีการสื่อสารที่เรียกว่าเป็นการสื่อสารเพื่อการจัดการกับความขัดแย้งนั้นด้วย สื่อชนิดต่างๆสามารถออกแบบนำมาใช้เพื่อจัดการกับความขัดแย้งนั้นได้ ดังเช่นกรณีช่วงเกษตรอินทรีย์ก็ถือว่ามีความขัดกันทางความคิดระหว่างเกษตรกรรุ่นบุกเบิกและเกษตรกรรุ่นใหม่ ดังนั้นการได้สื่อสารกันแบบมีส่วนร่วมผ่านสื่อตราสัญลักษณ์ก็คือการจัดการความขัดแย้งในรูปแบบหนึ่ง ทั้งสองฝ่ายอาจจะมองช่วงเกษตรอินทรีย์ต่างกัน แต่ก็สามารถต่อรองกันได้และสร้างอัตลักษณ์ร่วมกันได้ ก็ต้องไม่ลืมว่าอัตลักษณ์นั้นมีความคงตัวในระยะเวลาหนึ่ง แต่เมื่อเวลาเปลี่ยนไป สถานการณ์เปลี่ยนไป อัตลักษณ์ก็อาจจะถูกปรับสร้างขึ้นใหม่ได้ด้วย แต่ทั้งนี้ก็ต้องเป็นการยอมรับร่วมกัน (consent) ของสนามนั้นๆ

4.3.3 สื่อวิถีทัศน์

สื่อวิถีทัศน์เกิดขึ้นจากความคิดที่ว่า กลุ่มนักศึกษาในสถาบันการศึกษาต่างๆ ในเมืองเชียงใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมหาวิทยาลัยเอกชน ส่วนใหญ่เป็นคนชั้นกลางที่เติบโตมากับความเป็นเมือง ความทันสมัย ห้างสรรพสินค้า และการบริโภค อยู่ห่างไกลจากวิธีการผลิตเชิงเกษตร ไม่เห็นต้นทางหรือที่มาของอาหารต่าง ๆ อาจขาดความเข้าใจถึงวิถีชีวิตของเกษตรกร

ด้วยข้อสันนิษฐานดังกล่าว คณะกรรมการช่วงและคณะผู้วิจัยจึงร่วมกันออกแบบใช้สื่อวิถีทัศน์ โดยให้นักศึกษามีโอกาสได้สร้างความสัมพันธ์กับเกษตรกรรุ่นใหม่ของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้สร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยมีเป้าหมายว่านักศึกษาในเมืองจะมีความรู้ความเข้าใจเรื่องของเกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้น และพวกเขาอาจเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหม่ต่อไปก็ได้ ส่วนเกษตรกรรุ่นใหม่อีกมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้น มีช่องทางหรือโอกาสเพิ่มขึ้นในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตนเอง

นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพกลุ่มหนึ่งซึ่งเป็นนักศึกษาที่เรียนเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ได้เข้าไปเยี่ยมเยียนทำความรู้จักช่วงเกษตรอินทรีย์ พบปะกับแม่ภาค ได้ชิมอาหาร ได้สนทนากับผู้อาวุโสในช่วง ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่คณะผู้วิจัยและคณะกรรมการช่วงรวมทั้งสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืนได้จัดขึ้นเพื่อทำความรู้จักและเข้าใจวิถีชีวิตของผู้คนในเครือข่าย แล้วในที่สุดนักศึกษากลุ่มนี้ก็ได้ออกไปพบปะกับเกษตรกรรุ่นใหม่ในพื้นที่ ต.แม่ทา อ.แม่อน ซึ่งอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ใช้เวลาขับรถประมาณชั่วโมงครึ่ง

ทั้งนักศึกษาและเกษตรกรรุ่นใหม่ได้ใช้เวลาร่วมกันในกระบวนการผลิต วิถีทัศน์หลายครั้ง ส่วนใหญ่นักศึกษารับผิดชอบในเชิงเทคนิค อุปกรณ์ต่าง ๆ และการถ่ายทำ แต่ในส่วนของคุณข้อมูล เรื่องราว หรือเนื้อหา ผลิตโดยเกษตรกรรุ่นใหม่ แนวนอนสาระของวิถีทัศน์แสดงถึงที่มาที่ไปของวิถีอินทรีย์

พวกเขาได้ร่วมกันเรียนรู้แลกเปลี่ยนไม่ใช่เฉพาะในแง่ของกระบวนการผลิตสื่อ แต่ที่มากกว่านั้นได้เรียนรู้แลกเปลี่ยนทัศนคติ วิถีชีวิตของกันและกัน เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วม และเป้าหมายนี้มีมากกว่าการผลิตเพื่อเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ แต่สร้างเสริมให้นักศึกษาในเมืองได้ความรู้ความเข้าใจวิถีอินทรีย์ ส่วนเกษตรกรรุ่นใหม่ก็ได้เรียนรู้ถึงการเป็นนักการสื่อสารในอีกรูปแบบหนึ่ง

การผลิตสื่อวิถีทัศน์นี้ได้ถูกนำเอาไปใช้ในสองมิติ มิติแรกดังได้กล่าวไปข้างแล้ว นอกเหนือจากที่ทั้งสองฝ่ายได้เรียนรู้ในฐานะผู้ผลิตสื่อ ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ต่อกัน อันเป็นเป้าหมายของช่วงเกษตรอินทรีย์เองที่ต้องการให้เกษตรกรและผู้บริโภคเป็นเพื่อนกัน เมืองกับชนบทไม่แบ่งแยกต่างฝ่ายต่างเสมอภาคและเกื้อกูลกัน

มิติที่สองเป็นเรื่องของความสัมพันธ์กับสาธารณชนทั่วไป ผู้ผลิตได้นำสื่อวิถีทัศน์นี้ไปใช้ประโยชน์โดยเผยแพร่ผ่านสื่อ You Tube เพื่อให้ประชาชนผู้สนใจได้รับทราบ และเกิดความเข้าใจวิถีอินทรีย์ เป็นการประชาสัมพันธ์ลักษณะหนึ่งที่ไม่มีค่าใช้จ่าย และที่สำคัญเป็นการประชาสัมพันธ์แบบสื่อสารสองทาง กล่าวคือผู้ผลิตสื่อและผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างไม่จำกัดเวลาและสถานที่ และวิถีทัศน์บนโลกออนไลน์นี้จะอยู่ไปอีกล้านปี ผู้คนสามารถเข้าไปสัมผัสได้เสมอ และนี่ก็เป็นอีกเป้าหมายหนึ่งที่ทางช่วงเกษตรอินทรีย์เคยประกาศว่า "เราต้องประชาสัมพันธ์วิถีอินทรีย์ของเราให้ประชาชนเข้าใจ"

4.3.4 สื่อกิจกรรม

สื่อนี้ถือเป็นสื่อที่สำคัญเพราะได้รวมกิจกรรมการสื่อสารหลายรูปแบบเอาไว้ สื่อชนิดนี้ก็เหมือนการจัดงานโดยทั่วไปที่มักเรียกว่างานอีเว้นต์ แต่สำหรับสื่อกิจกรรมของช่วงเกษตรอินทรีย์ครั้งนี้เน้นในเรื่องของกระบวนการจัดงาน ที่ทุกฝ่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วม คิด วางแผน เพื่อตอบโจทย์ร่วมลงมือกระทำ และประเมินสิ่งที่เกิดขึ้น

กิจกรรมนี้เริ่มต้นด้วยการพูดคุยกันในที่ประชุมใหญ่ของแม่กาดนับ 100 คน เป็นการแลกเปลี่ยนกันในเรื่องของแนวคิดและภาพรวมของงานว่าจะออกมาอย่างไร จัดเพื่อเป้าหมายอะไร ใครคือผู้ที่จะต้องเข้ามามีส่วนร่วม หลังจากนั้นจึงได้ตั้งคณะทำงานขึ้นมา ประกอบไปด้วยประธานช่วงเกษตรอินทรีย์ ตัวแทนเกษตรกรทั้งรุ่นบุกเบิกและรุ่นใหม่ เจ้าหน้าที่สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน และคณะผู้วิจัย มีการประชุมกันหลายครั้งและเตรียมงานนับแรมเดือน

งานนี้ใช้ชื่อว่า "วิถีอินทรีย์ ชีวยั่งยืน@ช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่" จัดขึ้นระหว่างวันที่ 30-31 มกราคม 2560 ได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้สามประการคือ เพื่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ภายในเครือข่าย เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคได้พบปะแลกเปลี่ยนสร้างความสัมพันธ์ และเพื่อประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนผู้สนใจทั่วไปได้รู้จัก พบปะ สัมผัสกับช่วงเกษตรอินทรีย์มากขึ้น กลุ่มเป้าหมายก็ค่อนข้างครอบคลุม ทั้งเกษตรกรในเครือข่าย ผู้บริโภค นักเรียนนักศึกษา เจ้าหน้าที่รัฐ เทศบาล คนทำงาน นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไปที่สนใจ ตามที่คณะทำงานได้เชิญเข้าร่วม

คำว่าวิถีอินทรีย์ เป็นคำที่มีความหมายกว้างครอบคลุมวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับหลายสิ่งหลายอย่าง ไม่ใช่เพียงแค่การทำเกษตร และต้องการมีคำว่าช่วงเกษตรอินทรีย์ด้วย เพื่อเน้นพื้นที่ตรงนี้โดยเฉพาะคือเป็นตลาดทางเลือกสำคัญที่เครือข่ายสร้างขึ้น กิจกรรมที่เกิดขึ้นจริงสรุปได้ ดังนี้

การเสวนา ถือเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นได้ง่าย และผู้เข้าร่วมสามารถสื่อสารแสดงออกตอบโต้กันได้สะดวก เป็นการสื่อสารสองทางที่สร้างความรู้ความเข้าใจได้ดี การเสวนามีสองครั้ง ครั้งแรกจัดในภาคเช้าหลังพิธีเปิดงานเป็นการเสวนาเกี่ยวกับที่มาอุดมการณ์ และความหวัง ผู้ร่วมเสวนาประกอบไปด้วยเกษตรกรรุ่นบุกเบิก เกษตรกรรุ่นใหม่ และตัวแทนสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน มีผู้เข้าร่วมประมาณ 120 คน ประกอบด้วยแม่กาด ผู้บริโภค นักเรียน นักศึกษา พนักงานร้านค้า และประชาชนที่อาศัยใกล้เคียง ผู้เข้าร่วมหลายคนโดยเฉพาะกลุ่มคนอายุน้อยเข้ามาที่ช่วงเกษตรอินทรีย์เป็นครั้งแรก

สาระของการพูดคุยเริ่มต้นด้วยปัญหาของเกษตรกรตั้งแต่ในทศวรรษ 2520 เป็นการทำเกษตรพันธสัญญา ต้องปลูก ต้องเก็บเกี่ยวให้ตรงเวลา มีงานศพก็ไปไม่ได้ จึงเป็นเกษตรกรไร้ญาติ มีการใช้สารเคมีเข้มข้น ต่อมาพบว่ามีปัญหาดินเสื่อม สุขภาพไม่ดี เกษตรกรมีหนี้สิน เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากนโยบายหรือปัญหาเชิงโครงสร้าง เมื่อพบความทุกข์เช่นนี้ เกษตรกรจึงต้องหาทางออก เปลี่ยนวิถีชีวิตกันใหม่ เรียนรู้ร่วมกัน หันมาทำเกษตรอินทรีย์ เกษตรแบบผสมผสาน เกษตรทางเลือก เกษตรธรรมชาติ มีชื่อเรียกต่างๆ กัน ทดลองทำเรื่อยมาจนกระทั่งมีวันนี้

ตัวแทนเกษตรกรรุ่นบุกเบิกก็ได้เล่าประสบการณ์ของตัวเองว่าต้องปลูกพืชตามกระแส พืชเชิงเดี่ยว ทำตามที่บริษัทสั่งมา เขากำหนดอย่างไรก็เป็นไปตามนั้น ต่อมาทำอินทรีย์ก็มีปัญหาอุปสรรค แต่ก็ฝ่าฟันมาได้ อยากฝากลูกหลานว่าเกษตรกรเป็นรากแก้ว วัฒนธรรมของเรากินข้าวกินผัก อินทรีย์ดีต่อทุกอย่าง ปัจจุบันคนก็เริ่มรู้จักมากขึ้น อยากให้พี่น้องชุมชนเมืองกินดีเหมือนคนบ้านนอก คนในเมืองหลักเลี้ยงเคมีได้ยาก เพราะเขาไม่ปลูกเอง ก็อยากให้ลูกหลานสืบทอดวิถีแบบนี้

ส่วนตัวแทนเกษตรกรรุ่นใหม่บอกว่า วัยรุ่นไม่ค่อยสนใจเรื่องการเกษตร แต่เมื่อลองทำดู ก็ทำได้ไม่ยาก สบายด้วยซ้ำ กลางวันอยากนอนก็นอน ไม่มีใครว่า มีความอิสระเสรี ออกแบบชีวิตตนเองได้ และก็เชื่อว่าจะตัดขาดจากชีวิตในเมือง คนรุ่นใหม่ชอบทำอะไรท้าทาย แปรรูปผลผลิตของพ่อแม่ทำแยม ทำเต้าหู้ก้อน ทำได้สารพัด ตัวเองอยู่รอดได้ อยากทำอินทรีย์ให้วัยรุ่นกิน มีเกษตรกรรุ่นใหม่กลุ่มหนึ่งเปิดร้านกาแฟออร์แกนิก ในชุมชนทำพิซซ่า ทำสแต็ก ทำสลัดขาย รวบรวมผลผลิตที่มี ดัดแปลงต่อยอดให้เข้ากับรูปแบบวิถีชีวิตสมัยใหม่

การสนทนานี้ถือว่ามีค่ามาก โอกาสแบบนี้ก็เชื่อว่าจะเกิดขึ้นบ่อยนักที่เกษตรกรรุ่นบุกเบิกจะได้พูดคุยอย่างละเอียดถึงปัญหา ถึงเหตุผลที่ทำไมต้องเป็นอินทรีย์ ทำไมต้องรักษาช่วงซึ่งเป็นทั้งพื้นที่เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เป็นที่ยืนที่เห็นเป็นรูปธรรมที่สุด เกษตรกรรุ่นใหม่ก็ได้แสดงออกถึงความคิด ทศนะ และความคาดหวัง ในการใช้ชีวิตอยู่ในโลกสมัยใหม่ในวิถีของอินทรีย์ได้อย่างไร อย่างน้อยทั้งสองฝ่ายก็ได้เข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น ผ่านเวทีสื่อสารที่เปิดกว้างอย่างจริงใจและเสมอภาค ไม่มีอะไรดีไปกว่าการสื่อสารพูดคุยสำหรับสถานการณ์เช่นนี้

การเสวนาอีกเรื่องหนึ่งเป็นเรื่องของสุขภาวะ จัดขึ้นภาคเช้าในวันถัดมา เรื่องสุขภาพดีในวิถีชาวบ้าน ผู้นำการพูดคุยเป็นหมอเมืองล้านนาที่มีความรู้มีภูมิปัญญาเกี่ยวกับการแพทย์แผนโบราณ รู้จักพืชสมุนไพรนับพันตัวรวมทั้งวิธีการทำยา การรับประทาน เพื่อ

แก้ไขโรคต่าง ๆ และการบำรุงสุขภาพ กิจกรรมนี้เป็นสื่อสุขภาพที่ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้ แลกเปลี่ยนซักถามกัน เนื้อหาสาระเป็นเรื่องที่ทั้งแม่กาดและผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแม่กาดที่มีร่องรอยของโรคที่เกิดจากสารเคมีที่เคยใช้ในอดีต และผู้บริโภค จำนวนไม่น้อยที่มาช่วงนี้ด้วยเหตุผลเรื่องสุขภาพนี้เอง

เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้เข้าร่วมได้พูดคุยอย่างสนุกสนานและเป็นกันเอง นอกจาก จะมีความรู้เพิ่มเติมขึ้นแล้วยังเป็นการพูดคุยที่สร้างเสริมกำลังใจแก่กันและกัน เมื่อมีปัญหา สุขภาพก็สามารถใช้พืชผักสมุนไพรหลังบ้านที่มี ในการแก้ไขบรรเทาอาการเจ็บป่วยต่างๆ ใน เบื้องต้นได้

ประเด็นสุขภาพและการบำบัดรักษาด้วยสมุนไพร นับเป็นตัว "สาร" ที่สร้าง การมีส่วนร่วมในกระบวนการการสื่อสารได้เป็นอย่างดี

สื่ออาหาร ในการจัดงานครั้งนี้มีกิจกรรมน่าสนใจที่ทางผู้จัดงานได้ตั้งใจ สร้างสรรค์ขึ้นมา นั่นก็คือการสาธิตการทำอาหารซึ่งจัดขึ้นภาคบ่ายของทั้งสองวันที่จัดงาน การสาธิตในที่นี้มีข้อแตกต่างเพียงว่ามีวิธีทำอย่างไรอย่างที่เห็นในรายการโทรทัศน์ แต่ในที่นี้ จะเป็นสื่อหรือเป็นพื้นที่ของการสร้างความสัมพันธ์

ตัวอาหาร การทำอาหาร การชิมและการรับประทาน ล้วนเป็นกระบวนการ การสื่อสารที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าด้วยกัน ในที่นี้จึงขอเรียกว่า "สื่ออาหาร"

ในกิจกรรมครั้งนี้มีการสาธิตการทำอาหารหลายชนิดยกตัวอย่าง เช่น การ เพาะถั่วงอก อาจไม่ใช้การทำอาหารโดยตรง แต่เป็นการบอกถึงวิธีการได้มาซึ่งวัตถุดิบ สำหรับใช้ทำอาหารซึ่งก็คือถั่วงอกที่ไม่มีสารเคมี การสาธิตครั้งนี้เป็นการถ่ายทอดความรู้ ดั้งเดิม ค่าใช้จ่ายน้อย ใช้วัสดุในท้องถิ่น ทำเองได้ในครัวเรือน และมีความปลอดภัย นอกจากนี้ผู้สาธิตแสดงความแตกต่างระหว่างถั่วงอกที่ใช้สารฟอกขาวกับถั่วงอกที่ไม่ใช้ สารเคมีเลย รวมไปถึงการสังเกตลักษณะภายนอกและรสชาติของถั่วงอก

การเพาะถั่วงอก เป็นการเปิดพื้นที่แบ่งปันความรู้ดั้งเดิมสำหรับแม่กาดได้ นำเอาไปใช้ หลายคนไม่เคยรู้เลยว่าทำอะไร ทั้งๆ ที่เป็นเพื่อนกันในเครือข่ายมานาน สำหรับผู้บริโภคเองก็ได้ทราบถึงลักษณะของถั่วงอกที่ไม่มีสารเคมีเจือปน

การทำข้าวย่ำ อาหารชนิดนี้เป็นของชาวปักษ์ใต้ แต่ตั้งใจสาธิตในช่วง เกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ แสดงถึงการเป็นพื้นที่ของการข้ามวัฒนธรรมเชื่อมโยงผู้คน ผู้สาธิต เป็นผู้ที่ปลูกข้าวเอง ปลูกผักเอง และวัตถุดิบ 90 เปอร์เซ็นต์มาจากในสวนที่ปลูกอย่าง

หลากหลาย ผู้สาธิตอธิบายถึงพืชหลายชนิดที่นำมาใช้เป็นส่วนประกอบ มีบางชนิดไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย บางชนิดคือพืชชนิดเดียวกันแต่ต่างสถานที่ก็จะเรียกชื่อต่างกัน บางชนิดเป็นพืชหายากแต่ก็สามารถใช้พืชอย่างอื่นที่มีทดแทนได้ นับว่าผู้สาธิตมีความรู้เป็นอย่างดี นอกจากอธิบายสรรพคุณของพืชแต่ละชนิดแล้ว ยังรู้จักผสมผสานดัดแปลง และบอกว่าข้าวย่ำนี้เป็นอาหารฟิวชั่น และยังพยายามที่จะทำให้ดูทันสมัย เช่น การนำดอกอัญชัญสดมาเป็นส่วนประกอบด้วยเพื่อสร้างสีสัน

การทำมัฟฟิน เกษตรกรรุ่นใหม่สาธิตการทำมัฟฟิน ขนมฝรั่งที่ดูเท่ ผู้คนในโลกสมัยใหม่รับประทานได้ทั่วไป แต่แบ่งที่ใช้ทำเป็นแบ่งที่ผลิตขึ้นจากข้าวอินทรีย์ของเกษตรกรในเครือข่าย พวกเขาทดลองทำจนเป็นที่น่าพอใจของผู้บริโภค และได้ผลิตจำหน่ายเป็นการแนะนำผลิตภัณฑ์น้องใหม่ที่แปรรูปกันเองต่อไป แม้จะทำขนมทันสมัย แต่ก็ไม่ใช่ขนมดั้งเดิม พวกเขาสาธิตการทำขนมข้าวควบ ซึ่งเป็นขนมพื้นเมืองของชาวภาคเหนือ และต้องทำบนเตาถ่านเท่านั้น พวกเขาทำทั้งสองอย่าง เพื่อชี้ให้เห็นว่าของเก่าของใหม่อยู่ร่วมกันได้

สื่ออาหารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเป็นประจำในชีวิตมนุษย์ เป็นเรื่องที่ธรรมดาสามัญที่สุด และก็เป็นเรื่องที่เก่าแก่อยู่คู่กับมนุษย์ตลอดมา สื่อชนิดนี้มีเรื่องเล่าขานมากมาย แปรเปลี่ยนได้เสมอ แม้จะเป็นอาหารชนิดเดียวกัน เครื่องปรุงเหมือนกัน แต่การสื่อสารเพื่อการบอกกล่าวก็อาจต่างกัน เรียกได้ว่าตัวสารในกระบวนการของสื่ออาหารสามารถเชื่อมโยงไปสู่ประเด็นอื่นๆ ได้เสมอ

อาหารนำไปสู่เรื่องราวที่หลากหลายแตกต่างกันได้ เล่าเรื่องปลาเหมือนกัน แต่ไม่เหมือนกันเมื่อถูกนำมาทำน้ำปลา ปลาร้า หรือน้ำบูดู

ดังนั้นสื่อชนิดนี้ที่ดูไม่น่ามีอะไรให้สนใจเลย แต่กลับเป็นสื่อที่เชื่อมโยงผู้คนเข้าหากัน สร้างความเพลิดเพลิน สร้างความเข้าใจ สร้างความสัมพันธ์กันได้เป็นอย่างดี สื่ออาหารได้รับความสนใจมากจากผู้เข้าร่วมงาน

สื่ออาหารไม่ว่าข้าวย่ำฟิวชั่น ขนมมัฟฟิน และขนมข้าวควบ ที่เกษตรกรช่วงเกษตรอินทรีย์ได้แสดงออกจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม สามารถอ่านรหัสความหมายที่เชื่อมโยงกับอุดมการณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์เองที่ว่าเมืองกับชนบทไม่แบ่งแยกกันแต่เกื้อกูลกันนั้นได้ว่า สื่ออาหารของพวกเขาไม่ได้มีความหมายแห่งการแบ่งชนชั้น (class) แต่พยายามสร้างความหมาย "ไม่มีชนชั้น" ขึ้นมา หรืออย่างน้อยหากมีชนชั้นแต่ก็ร่วมมือกันได้ จริงๆ แล้วความเป็นเมืองและความเป็นชนบทกำลังเลือนหายไป ทุกสิ่งทุกอย่างกลายเป็นผสมผสานกัน (hybridization) อยู่ร่วมกันในโลกที่เปลี่ยนแปลงเร็ว หรือกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมต่างๆ เป็นสิ่งที่

เชื่อมโยงกันและหลอมละลายได้ ดังที่เกษตรกรรุ่นบุกเบิกและเกษตรกรรุ่นใหม่กำลังเรียนรู้ร่วมกันอยู่ในขณะนี้

ในทำนองเดียวกันสื่ออาหารเหล่านี้มีราคาไม่แพง คนร่ำรวยและคนยากจนเข้าถึงอาหารที่ดีได้อย่างเท่าเทียมกันในพื้นที่ตลาดทางเลือกแห่งนี้ ก็มีความหมายว่ากำลังสร้างความเป็นธรรมให้เกิดขึ้นและก็ยังหมายถึงการพยายามลบความเป็นชนชั้นให้หมดไปด้วย หากชนชั้นในปัจจุบันถูกแบ่งโดยอาหารที่รับประทานกัน

สื่อการแสดงหรือสื่อบันเทิง แม้ไม่ใช่สื่อหลัก แต่ก็เป็นที่ขาดไม่ได้ในงานที่มีความสำคัญเช่นนี้ สื่อชนิดนี้มีการพูดถึงไม่มากนักในระหว่างการประชุมเพื่อเตรียมงาน แต่ก็เป็นที่รู้กันว่าจะต้องมีย่างแน่นอน และในกลุ่มคนที่เตรียมงานด้านบันเทิงก็ทำอย่างเต็มที่

สื่อบันเทิงมีอยู่สองลักษณะ สื่อแรกเป็นการแสดงฟ้อนรำของชาวยอง ผู้กำกับดูแลและนักฟ้อนรำเป็นลูกหลานเกษตรกรในช่วง สิ่งแรก que เห็นในการฟ้อนรำคือความสนุกและชวนมอง ต่อมาจึงสัมผัสได้ถึงการแสดงออกทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์หนึ่งซึ่งไม่เหมือนการฟ้อนแบบล้านนาโดยทั่วไปในรายละเอียด ทั้งเสื้อผ้า และท่ารำ นักแสดงบอกว่าเป็นการฟ้อนรำแบบชาวยองโดยเฉพาะซึ่งไม่ค่อยแพร่หลาย

การแสดงหรือการฟ้อนรำเป็นสื่อวัฒนธรรมที่ทำให้มองเห็นความแตกต่างหลากหลายที่แฝงอยู่ในสังคมเกษตรที่ดูเหมือนกัน แต่แท้จริงแล้วมีความแตกต่างที่ต้องสร้างความเข้าใจกันเสมอ และนี่ก็เป็นตัวอย่างของการแสดงออกของกลุ่มย่อยที่อยู่ร่วมกับกลุ่มใหญ่ ชาวยองมีความภาคภูมิใจในชาติพันธุ์ของตนเอง ในขณะเดียวกันก็ภาคภูมิใจในความเป็นเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ด้วยเช่นกัน

สื่อบันเทิงอีกลักษณะหนึ่ง เป็นดนตรีสมัยใหม่ที่ใช้กีตาร์ เครื่องเคาะจังหวะขลุ่ย และอื่นๆ ผสมผสานกัน บทเพลงที่บรรเลงก็เป็นเพลงร่วมสมัย วงดนตรีนี้เป็นคนหนุ่มจากกรุงเทพฯ เป็นเพื่อนกับสมาชิกในเครือข่ายที่ได้ชักชวนกันมาร่วมงาน ดนตรีที่บรรเลงอาจไม่สร้างความประทับใจให้กับคนรุ่นเก่า แต่ก็น่าจะถูกใจคนรุ่นใหม่ นี่ก็เป็นสื่อบันเทิงอีกชนิดหนึ่งที่ต่างจากสื่อแรก แท้ที่จริงเก่า-ใหม่ก็ไม่เคยขาดจากกัน ช่วงเกษตรอินทรีย์ก็เช่นกัน มีส่วนผสมทั้งเก่าใหม่ที่จะต้องเรียนรู้อยู่ร่วมกันต่อไป

สื่อวัตถุหรือสิ่งของต่างๆ ในการจัดงานครั้งนี้เกษตรกรจากแต่ละอำเภอจัดทำ
 ชุมของตนเองเป็นแหล่งสาธิต หรือตั้งแสดงผลผลิตต่างๆ หรือแสดงภูมิปัญญาในรูปแบบใดๆ
 เพื่อให้เพื่อนเกษตรกรหรือผู้บริโภครู้จักได้เข้ามาเรียนรู้สัมผัสกับวัตถุสิ่งของเหล่านี้ แต่ละชุมได้
 ตกแต่งสร้างสรรค์กันเองอย่างเต็มที่ สามารถระดมความร่วมมือ ระดมทรัพยากร สิ่งที่เป็น
 จุดเด่นต่างๆของแต่ละกลุ่ม นำออกมาแสดงเผยแพร่กันอย่างคึกคัก ตัวแม่ภาคเองก็ได้สวม
 หมวก ใส่ผ้ากันเปื้อนที่มีโลโก้ที่พวกเขาได้ร่วมกันสร้างขึ้นมาก่อนหน้านี้ เพื่อเป็นการแสดง
 อัตลักษณ์ของเครือข่าย

บางชุมก็จัดอย่างพิถีพิถัน เช่นการนำใบมะพร้าวมาสานตกแต่งเป็นรูปต่างๆ
 ศิลปะแบบบ้าน ๆ เหล่านี้บอกเล่าเรื่องราวของท้องถิ่น ผู้ที่มาช่วยงานเป็นมิตรสหายในชุมชน
 ที่บางคนอาจไม่ใช่เกษตรกร แต่มีความสามารถเป็นช่างฝีมือก็เข้ามามีส่วนร่วม ทำให้เห็นวิถี
 ชีวิตของชาวเกษตรอินทรีย์หลากหลายมิติ มิใช่แค่การเกษตรเท่านั้น

ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมงานให้ความสนใจชุมต่างๆเหล่านี้มาก มีคนมาพูดคุย
 ซักถาม ถ่ายรูป ซื้อสิ่งของ ตลอดทั้งสองวันที่มีงาน สื่อชุมเป็นสื่อวัตถุตั้งแสดง แต่ก็สามารถ
 สร้างความหมาย เรื่องราวต่าง ๆ ได้ เป็นสื่อส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ของผู้คน ไม่ว่าจะ
 ภายในช่วงเกษตรอินทรีย์ด้วยกันเองหรือกับผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปที่เข้ามาชมงาน

ในแง่ของการสื่อสารภายในงาน น่าสนใจตรงที่พิธีกรได้ประกาศแจ้งผู้มาร่วม
 งาน ย้ำบ่อยๆหลายครั้งว่า เราเรียกพื้นที่ตรงนี้ว่า "ช่วง" ไม่ใช่ "ตลาด" ถ้าเรียกว่าตลาดก็จะ
 เป็นพื้นที่สำหรับการซื้อขายเท่านั้น แต่ช่วงของเราเป็นที่เรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนปลูกและ
 คนกิน มาคุยกันได้ แลกเปลี่ยนกันได้ ปลูกผักชนิดต่างๆ ยากง่ายอย่างไรถามกันได้ ปรุง
 อาหารไม่เป็น แม่ภาคก็พร้อมที่จะสอน

ช่วงนี้ต้องการฟื้นฟูความหลากหลายทางพันธุกรรม เราสนับสนุนปลูกพืช
 หลายชนิดตามฤดูกาล ถ้าผู้บริโภคอยากปลูก เราก็มีเมล็ดพันธุ์ ปลูกเองปรุงอาหารเองที่บ้าน
 ก็ได้ หรือถ้าผู้บริโภคมีความรู้อินทรีย์อื่นใดก็มาบอกเรา พูดคุยแลกเปลี่ยนกันได้ เราคือเพื่อน
 ที่เกื้อกูลกัน

พิธีกรยังได้พูดว่าเราเป็นช่วงที่รักธรรมชาติและรักษาสิ่งแวดล้อม ขยะอินทรีย์
 ในช่วงจะไม่เผา แต่จะเอากลับไปทำปุ๋ย ช่วงเราสนับสนุนถุงผ้า พยายามใช้พลาสติกให้น้อย
 ที่สุด ถ้าผู้บริโภคมีตะกร้าหรือถุงผ้าก็เอามาใส่ของที่ซื้อได้

กล่าวได้ว่างาน "วิถีอินทรีย์ ชีวยั่งยืน@ช่วงเกษตรอินทรีย์" ซึ่งเรียกว่าเป็นสื่อ
 กิจกรรมนั้น ได้รวบรวมการสื่อสารหลายแบบเอาไว้ มีสื่อหลากหลายและใช้ในแบบมีส่วนร่วม
 ร่วม รวมทั้งมีเป้าหมายทั้งสร้างความสัมพันธ์ภายในระหว่างคนสองรุ่น และยังเป็นการ

สื่อสารภายนอกหรือการประชาสัมพันธ์กับผู้บริโภคและสาธารณชนผู้สนใจที่เข้าร่วมงานด้วย เป็นการสื่อสารที่ตอบโจทย์แก้ไขปัญหาของช่วงเอง ด้วยตัวของช่วงเอง และเพื่อช่วงเอง

ต้องบอกเอาไว้ด้วยว่าในระหว่างการเตรียมงานนี้ ทางคณะกรรมการจัดงานได้ใช้สื่อหลากหลายพอสมควรเพื่อประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อป้าย จดหมายเชิญไปยังหน่วยงานต่าง ๆ ออกอากาศรายการวิทยุชุมชน การส่งข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ การส่งข่าวสารสื่อมวลชนท้องถิ่น ตัวประธานช่วงเกษตรอินทรีย์เองก็ได้ไปร่วมงานแถลงข่าวที่จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้สื่อข่าวเข้ามาสัมภาษณ์และนำข่าวสารไปเผยแพร่ผ่านทางสื่อต่างๆ ประธานช่วงเองก็ได้ประสบการณ์ใหม่ เรียนรู้ที่จะเข้าถึงช่องทางข่าวสารต่างๆ เรียนรู้ที่จะเป็นนักการสื่อสารในทุกรูปแบบ

เมื่อมีปฏิบัติการการสื่อสาร (treatment) หรือการใช้สื่อชนิดต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดแล้ว ก่อให้เกิดผลใน 3 ประเด็น แสดงเป็นตาราง ดังนี้

ตารางผลที่เกิดขึ้น	ก่อนปฏิบัติการการสื่อสาร	หลังปฏิบัติการการสื่อสาร
1. การสร้างความสัมพันธ์ภายใน	1. เริ่มมีความเข้าใจเรื่องตลาดตลาดเคลื่อนระหว่างเกษตรกรรุ่นบุกเบิกและเกษตรกรรุ่นใหม่ ทำให้อัตลักษณ์ไม่ชัดเจน มองตัวตนต่างกัน 2. ไม่มีการสื่อสารอย่างเป็นส่วนรวมไม่มีเวทีที่เหมาะสม	1. เกิดความเข้าใจร่วมกันใหม่ มีการย้าอุดมการณ์และการแสดงออกถึงการปรับตัวในโลกสมัยใหม่ อัตลักษณ์มีความชัดเจนขึ้น 2. มีเวทีแสดงออกอย่างเป็นส่วนรวม ได้สื่อสารแสดงทัศนะ เหตุผลอย่างกว้างขวางและเท่าเทียม
2. การขยายตลาด	1. ตลาดมีความคงตัวผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นขาประจำที่รู้จักช่วงเกษตรอินทรีย์ดีอยู่แล้ว	1. มีผู้มาเยี่ยมชมช่วงเกษตรอินทรีย์มากขึ้นเป็นผู้บริโภคหน้าใหม่

ตารางผลที่เกิดขึ้น	ก่อนปฏิบัติการการสื่อสาร	หลังปฏิบัติการการสื่อสาร
	2. การสื่อสารในช่วงเกษตรอินทรีย์ทำเป็นกิจวัตร ขาดความกระตือรือร้น ไม่ส่งผลต่อการขยายตลาด	2. เกษตรกรในช่วงเกษตรอินทรีย์ได้แสดงอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์บนผ้ากันเปื้อนที่ทำขึ้นใหม่ได้ พุดคุยสื่อสารกับผู้มาเยี่ยมด้วยความเต็มใจ สร้างความเข้าใจที่ลึกมากขึ้นกับผู้บริโภค ส่งผลต่อการสร้างความรู้ ความเชื่อถือ และการยอมรับของผู้บริโภคต่อไป เป็นการขยายตลาดในเชิงคุณภาพ
3. การสร้างนักสื่อสาร	1. มีความเข้าใจโดยทั่วไปว่าการสื่อสารคือการบอกกล่าว ถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านการพูดคุย ป้ายประกาศ สถานีวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว	1. เกิดการเรียนรู้เพิ่มขึ้นว่าการสื่อสารสามารถเป็นกระบวนการเข้ามามีส่วนร่วม ผ่านสื่อได้หลายชนิด เป็นการสื่อสารสองทาง สามารถเชื่อมโยงผู้คนแลกเปลี่ยนข่าวสาร เกิดการเรียนรู้ ปรับตัว ต่อรองสร้างพลังอำนาจให้กับผู้สื่อสารอยู่ในโลกที่มีหลายอัตลักษณ์ได้อย่างยั่งยืน

เกษตรกรได้เรียนรู้และมองเห็นผลที่เกิดขึ้นผ่านปฏิบัติการการสื่อสารหลายสื่อ หลายสถานการณ์ และหลายเป้าหมาย ตลอดระยะเวลาที่มีกระบวนการอย่างมีส่วนร่วมในช่วงเกษตรอินทรีย์

ความพยายามที่ยังไม่สำเร็จ

ต้องบันทึกเอาไว้ด้วยว่าในการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ช่วงเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นความต้องการของเครือข่ายนั้น ยังคงเป็นปัญหาต่อไปในแง่ของการทำประชาสัมพันธ์หรือการทำฟีดแบ็กในความหมายที่เข้าใจโดยทั่วไปนั้นว่า คือการเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรไปยังสื่อต่างๆ โดยหวังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และมักเป็นการสื่อสารทางเดียวที่องค์กรเป็นผู้กำหนด รวมทั้งใช้สื่อขนาดใหญ่ เช่น สื่อมวลชนเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง การพยายามเช่นนี้ยังถือว่าล้มเหลวและก็ไม่สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง

ในระหว่างการวางแผนออกแบบใช้สื่อก็มีความตั้งใจ และพยายามทำเช่นนั้น ได้ติดต่อยังสื่อมวลชนท้องถิ่นหลายแห่งไม่ว่าจะเป็นสถานีโทรทัศน์ของรัฐ สถานีโทรทัศน์เคเบิลทีวีของเอกชนสถานีวิทยุกระจายเสียงหลัก หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สื่อแต่ละแห่งก็มีความยินดีที่จะให้ความร่วมมือ แต่ด้วยโครงสร้างของการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนแต่ละแห่งและปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จึงมีข้อจำกัดและอุปสรรคต่างๆ เช่น มีคิวจองเต็มแล้ว เนื้อหาไม่สอดคล้องกับนโยบาย ต้องมีค่าใช้จ่าย ฯลฯ การใช้สื่อมวลชนในลักษณะการกุศลจึงไม่สามารถรับประกันความแน่นอนได้ นอกจากนี้ยังเป็นการสื่อสารทางเดียว การมีส่วนร่วมก็ไม่สามารถทำได้อย่างสะดวก

ด้วยเหตุนี้จึงต้องมาตั้งหลักกันใหม่ว่าจะทำประชาสัมพันธ์หรือสื่อสารกับสาธารณชนอย่างไร ทำอย่างไรถึงจะใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีส่วนร่วมได้ คำตอบก็คือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีคุณลักษณะสื่อสารสองทาง ตอบโต้กันได้สะดวก แต่การใช้สื่อใหม่ของช่วงเกษตรอินทรีย์ ก็ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นเท่านั้น ถ้าจะว่าไปแล้วเคยมีการทำเว็บไซต์ แต่ก็ไม่ได้ต่อเนื่องเพราะไม่มีเจ้าหน้าที่ประจำ

อย่างไรก็ตามเรื่องของการใช้สื่อใหม่นี้ มีสัญญาณตอบรับที่ดี อย่างน้อยเกษตรกรรุ่นใหม่ก็มีความสนใจและใช้เป็นการส่วนตัวอยู่แล้ว และที่สำคัญทางสถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน ซึ่งเป็นพี่เลี้ยงของเครือข่ายก็ได้มอบหมายให้มีผู้รับผิดชอบในการทำเพจของเครือข่าย เพื่อให้ทั้งเกษตรกรและผู้บริโภคได้มีพื้นที่พบปะกันในโลกออนไลน์ได้ด้วย ซึ่งก็

ถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วม เป็นการประชาสัมพันธ์ที่เป็นการสื่อสารสองทาง และยังเปิดโอกาสให้สาธารณชน เข้าถึงมีส่วนร่วมได้ง่าย เรื่องนี้จึงต้องพยายามต่อไป

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นเรื่องวิถีชีวิตของคนกลุ่มเล็กๆกลุ่มหนึ่งที่ทำเกษตรอินทรีย์ คนกลุ่มนี้ประกอบไปด้วยเกษตรกรรายย่อยยากจนจากอำเภอต่างๆในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นเพียงเกษตรกรส่วนน้อยที่รวมตัวกัน เรียกได้ว่าเป็นสนามย่อยสนามหนึ่งในสนามเกษตรอินทรีย์กว้างใหญ่ไพศาลและซับซ้อนของสังคมไทย

คนกลุ่มนี้คือเกษตรกรที่พยายามออกมาจากระบบเกษตรอุตสาหกรรมสมัยใหม่หรือเกษตรเคมี และกลไกตลาดซึ่งเป็นระบบหลักที่อยู่กับสังคมไทยมานาน พวกเขาคือเกษตรกรกลุ่มเล็กๆที่พบว่าไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ในระบบดังกล่าว จึงแยกตัวออกมาทำเกษตรอินทรีย์ซึ่งไม่ได้หมายถึงเพียงแค่ทำพืชผักอินทรีย์ในเรือนสวนไร่นาของตัวเองเท่านั้น แต่มีความหมายมากไปกว่านั้นคือเป็นวิถีชีวิตที่มีใช้แค่การยังชีพของตนเองแต่ต้องห่วงใยคนอื่น สิ่งแวดล้อม และสังคมในวงกว้าง พวกเขาสร้างอุดมการณ์ให้กับตนเองมาอย่างยาวนานร่วม 20 ปีโดยอาศัยทั้งองค์ความรู้ดั้งเดิมซึ่งเป็นเกษตรธรรมชาติที่สืบทอดมาจากรุ่นปู่ย่าตายาย มาจนถึงความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์สมัยใหม่ผสมผสานกันเช่นปัจจุบัน คนกลุ่มนี้เรียกว่าเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่

ที่สำคัญและน่าสนใจ พวกเขาสร้างตลาดทางเลือกของตนเองขึ้นมาหลายรูปแบบ แต่ตลาดทางเลือกที่สำคัญในปัจจุบันเรียกว่าช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่สามารถจัดการกันเองได้มากที่สุดเท่าที่เคยมีตลาดนัดในเมืองแบบนี้ และเป็นพื้นที่ที่ต้องการแสดงออกซึ่งความเชื่อและอุดมการณ์ของเครือข่าย

ช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่เป็นตลาดที่ไม่ต้องการให้การค้าขายเป็นอุปสรรคต่อการสร้างความผูกพันระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง รวมทั้งไม่เป็นอุปสรรคต่อความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งตลาดแบบนี้ถือว่าเป็นตลาดที่ต่างจากตลาดสมัยใหม่ในปัจจุบันที่เป็นเพียงพื้นที่แลกเปลี่ยนสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ตัดความสัมพันธ์แบบอื่นๆลง เกษตรกรเป็นเพียงผู้ผลิตต้นทาง และการผลิตนั้นขึ้นอยู่กับกลไกตลาด นวัตกรรมที่ตนเองไม่ได้สร้างขึ้นและควบคุมไม่ได้ พ่อค้าคนกลาง และการบริโภคที่ไร้

ขีดจำกัด แต่สำหรับกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์เชียงใหม่พวกเขาน่าจะเป็นผู้ประกอบการที่พึ่งพาตนเอง พวกเขาผลิต แปรรูกระจาย บริโภคอย่างครบวงจร และยังเป็นผู้ประกอบการที่ไม่ได้หวังเอากำไรอย่างเดียว แต่พวกเขายังห่วงใยเอาใจใส่ในเรื่องอื่น ๆ นอกเหนือจากเรื่องการค้าขาย นี่น่าจะเป็นความหมายใหม่ของคำว่าผู้ประกอบการ

กล่าวได้ว่าเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์แห่งนี้ได้หลีกหนีออกมาจากสนาม (field) เกษตรเดิมที่มีปัญหามากมายประการ และได้สร้างสนามย่อย (sub-field) ของตนเองขึ้นมาเป็นสนามที่ต้องการพึ่งพาหรือกำหนดตนเองให้สามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางสนามการเกษตรต่างๆในสังคมไทยซึ่งนับวันมีความซับซ้อนหลากหลายเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตามเชื่อว่าช่วงเกษตรกรอินทรีย์จะราบรื่นไร้อุปสรรค ตรงกันข้ามกลับเผชิญกับปัญหาและความท้าทายตลอดมา สำหรับปัญหาสำคัญในปัจจุบันของช่วงเกษตรกรอินทรีย์มีอยู่สองด้าน

ปัญหาแรก เป็นปัญหาที่เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของสังคมสมัยใหม่ กล่าวคือจังหวัดเชียงใหม่กำลังกลายเป็นมหานครที่มีความทันสมัยในทุกด้าน ในแง่ของการบริโภค มีความตื่นตัวเรื่องอาหารปลอดภัย เกิดกระแสอาหารอินทรีย์ ธุรกิจด้านนี้ขยายตัว ทำให้เกษตรกรรุ่นบุกเบิกมีความกังวลว่าเกษตรกรรุ่นใหม่ซึ่งมีแนวคิดทันสมัยชอบการแปรรูป และพร้อมปรับตัวไปกับกระแสความเปลี่ยนแปลง อาจละทิ้งช่วงเกษตรกรอินทรีย์และหลงไปกับกระแสของการบริโภคและการเอากำไรเป็นที่ตั้งหรือไม่ จะสืบทอดช่วงเกษตรกรอินทรีย์นี้ต่อไปอย่างไร หรือว่าจะถูกครอบงำหรือถูกกลืนไปกับกลไกตลาด ซึ่งก็หมายถึงกลับไปสู่ปัญหาแบบเดิมนั่นเอง ทั้งๆที่ได้ก้าวออกมานานแล้ว และนี่ก็คือประเด็นปัญหาสำคัญที่คนสองรุ่นจะต้องปรับตัวต่อโครงสร้างความเข้าใจกัน

ปัญหาต่อมา เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารกับผู้บริโภคและสาธารณชน ช่วงเกษตรกรอินทรีย์เป็นตลาดทางเลือกที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์อื่น ๆ ด้วยไม่ใช่เฉพาะแค่การค้าขาย ดังนั้นการสื่อสารกับสังคมภายนอกจึงเป็นสิ่งจำเป็น แต่ที่ผ่านมายังทำได้ไม่เต็มที่มากนัก เป็นปัญหาที่เกษตรกรทั้งรุ่นบุกเบิกและรุ่นใหม่ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์

ควรย้อนกลับไปดูด้วยว่าช่วงเกษตรกรอินทรีย์นี้ถูกสร้างขึ้นมามีได้อย่างไร หากมองในแง่ของทุนก็พบว่าเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่มีทุนที่แข็งแกร่งคือ ทุน

เครือข่ายและทุนความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์ ทุนทั้งสองชนิดเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่สะสมมานาน สามารถใช้ทุนเหล่านี้สร้างตลาดทางเลือกขึ้นมาได้และก่อเกิดทุนทางเศรษฐกิจตามมา ทำให้เกษตรกรอินทรีย์ดำรงชีพอยู่ได้มาจนถึงบัดนี้ แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ลืมนะว่าตลาดแห่งนี้ต้องการเป็นพื้นที่สร้างความสัมพันธ์ และทุนที่ต้องการในปัจจุบันนี้ก็คือทุนการสื่อสาร ทุนนี้มีความสำคัญต่อการเผชิญกับสถานการณ์ในโลกปัจจุบัน และตรงจุดนี้เองที่ความรู้การสื่อสารจากงานวิจัยที่มีมาก่อนจะเข้ามามีบทบาทนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์พัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ต่อไป

ปฏิบัติการการสื่อสารที่ใช้ในครั้งนี้อัดแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม นำมาประยุกต์ใช้กับช่วงเกษตรอินทรีย์เพื่อแก้ปัญหาสองด้านเป็นหลักสำคัญ โดยใช้สื่อหลายชนิดได้แก่

สื่อการประชุมเพื่อทบทวนเป้าหมาย

สื่อการประชุมเป็นสื่อแรกที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันภายในช่วงเกษตรอินทรีย์ สื่อนี้มีจุดเด่นตรงที่เป็นเวทีของการพูดคุยแบบมีส่วนร่วม เป็นการพูดคุยแบบเผชิญหน้า ใช้เหตุผล สามารถแลกเปลี่ยนกันได้ ลองความคิดเห็นได้ และนำไปสู่ความเข้าใจ และยอมรับกันได้ที่สุดในที่สุด

การประชุมทำให้มีการทบทวนที่มาและอุดมการณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์ประเด็นเหล่านี้ เกษตรกรรุ่นบุกเบิกมีบทบาทสำคัญให้ข้อมูลในฐานะผู้ริเริ่มวางรากฐาน หลังจากนั้นจึงเป็นการพูดคุยกันถึงเป้าหมาย ความคาดหวัง และอนาคตของช่วงเกษตรอินทรีย์ เปิดโอกาสให้เกษตรกรทุกคนโดยเฉพาะเกษตรกรรุ่นใหม่ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ทั้งในกลุ่มย่อยและต่อหน้าที่ประชุมใหญ่เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันทั้งหมด

สื่อตราสัญลักษณ์

ความสำคัญของสื่อนี้อยู่ที่กระบวนการการพูดคุยกันเพื่อสร้างตราสัญลักษณ์ขึ้นมา ตราสัญลักษณ์มิใช่มีหน้าที่เพียงแค่บอกกับผู้ที่พบเห็นว่าเป็นอย่างไร แต่ตราสัญลักษณ์ของภาคประชาชนมีความสำคัญในแง่ที่ว่าพวกเขากำลังร่วมกันสร้างอย่างไร สมาชิกกลุ่มเกษตรอินทรีย์ทั้งหมดได้มีโอกาสนิยามตนเองร่วมกัน ต่อกันว่าตราสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้น

จะต้องสะท้อนอุดมการณ์แบบใด กิจกรรมการสื่อสารนี้ถือว่าเป็นการกำหนดอัตลักษณ์ร่วมกันนั่นเอง

ที่ประชุมได้ถกเถียงและมีข้อเสนอเกี่ยวกับการออกแบบโลโก้ผ้ากันเปื้อนหมวก การเขียนคำขวัญหรือสโลแกน ที่สะท้อนความเป็นตัวตนของช่วงเกษตรอินทรีย์อย่างหลากหลาย บ้างบอกว่าต้องมีรูปทุ่งนาเพราะเราคือเกษตรกร บ้างก็บอกว่าต้องมีรูปคนที่จับมือกันแสดงถึงความร่วมมือระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค บ้างก็บอกว่าต้องมีสัญลักษณ์ของเชียงใหม่ และบ้างก็บอกว่าต้องมีความทันสมัยเป็นต้น

กระบวนการการผลิตสื่อตราสัญลักษณ์อย่างมีส่วนร่วมนี้ส่งเสริมให้เกษตรกรทั้งรุ่นบุกเบิกและรุ่นใหม่ได้แสดงออกถึงความรู้สึกรักคิด ความต้องการ ความคาดหวัง ความเป็นตัวของตัวเองอย่างอิสระ คุณเป็นธรรมชาติ และมีความจริงใจ ทำให้เข้าใจซึ่งกันและกันได้ อย่างลึกซึ้งมากขึ้น

ในที่สุดอุดมการณ์ก็ถูกย่อ รูปแบบลีลาชีวิตสมัยใหม่ก็ถูกแสดงออก ทั้งสองความคิดสามารถปรับตัวอยู่ร่วมกันได้ และนี่ก็คืออัตลักษณ์ร่วมที่สร้างขึ้นผ่านสื่อตราสัญลักษณ์

สื่อวิถีทัศน์

สื่อวิถีทัศน์ถูกนำมาใช้เพื่อให้นักศึกษากลุ่มหนึ่งที่ศึกษาเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ได้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสช่วงเกษตรอินทรีย์ เรียนรู้วิถีอินทรีย์จากเกษตรกรทั้งรุ่นบุกเบิกและรุ่นใหม่ในพื้นที่ นักศึกษาเหล่านี้มีโอกาที่จะพัฒนาเป็นผู้บริโภคหน้าใหม่ต่อไปได้ สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ก็ได้มีโอกาสทำความรู้จัก มองเห็นกระบวนการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีโอกาสเรียนรู้ถึงเทคนิคในการผลิตวิถีทัศน์ นอกเหนือจากได้แสดงอัตลักษณ์ของตนเองในฐานะผู้ผลิตแก่นักศึกษาซึ่งอยู่ในฐานะผู้บริโภคด้วย

สื่อวิถีทัศน์เป็นพื้นที่ของการสร้างเพื่อน สร้างความร่วมมือ และสร้างความสัมพันธ์กันได้ แม้จะเป็นกลุ่มไม่ใหญ่มากก็ตาม

สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรมถือเป็นสื่อที่สำคัญมากสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ เป็นสื่อที่ตั้งใจจะจัดขึ้นและใช้เวลาเตรียมตัวยาวนาน ออกแบบให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายได้เข้าร่วมทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมไปถึงสาธารณชนที่สนใจ

ถ้าจะว่าไปสื่อกิจกรรมก็คือการจัดงานอีเวนต์ในภาษาสมัยใหม่ เพียงแต่ไม่ได้เน้นเรื่องความบันเทิงสนุกสนาน แต่เป็นงานที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ ในกรณีของช่วงเกษตรอินทรีย์นี้ก็ต้องการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน และเพื่อให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคพบปะแลกเปลี่ยน รวมทั้งเพื่อประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจกับสาธารณชน โดยใช้ชื่องานว่า "วิถีอินทรีย์ ชีวยั่งยืน@ช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่"

ภายในงานจัดให้มีกิจกรรมการสื่อสารหลายประเภท ได้แก่ การเสวนาเพื่อย้าเตือนอุดมการณ์และมองอนาคตร่วมกัน การเสวนาเพื่อส่งเสริมสุขภาพและรักษาโรคด้วยภูมิปัญญาพื้นบ้าน การสาธิตการทำอาหาร การแสดงวัฒนธรรมและดนตรี การจัดชุมแสดงผลสินค้าและนวัตกรรมชาวบ้าน ซึ่งทั้งหมดนี้ก็คือสื่อชนิดต่างๆที่สามารถสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมเชื่อมโยงผู้คนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

กระบวนการผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วมก่อให้เกิดผล 3 ประการได้แก่

ประการแรกคือการสร้างความสัมพันธ์ภายใน ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับปัญหาช่วงเกษตรอินทรีย์กำลังเผชิญกับกระแสความเปลี่ยนแปลงในโลกสมัยใหม่ จึงต้องมีการทบทวนอุดมการณ์และเป้าหมายต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างเกษตรกรด้วยกันเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรรุ่นบุกเบิกที่ได้วางรากฐานให้กับตลาดทางเลือกแห่งนี้กับเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีแนวคิดสร้างสรรค์ปรับตัวไปกับสังคมสมัยใหม่ได้เร็ว ในที่สุดก็ได้สร้างอัตลักษณ์ร่วมขึ้นมา เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติอย่างน้อยก็ในอนาคตอันใกล้

ประการต่อมาคือประเด็นการขยายตลาด ช่วงเกษตรอินทรีย์ต้องการสนับสนุนจากผู้บริโภคและสังคมแน่นอน มิเช่นนั้นตลาดทางเลือกแห่งนี้ไม่สามารถดำรงอยู่ได้ เกษตรกรในเครือข่ายตระหนักถึงความสำคัญในประเด็นนี้เป็นอย่างดี แต่ในทางปฏิบัตินั้นก็ไม่ใช่เรื่องง่ายดายนัก ต้องกระทำอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง และนี่ก็เป็นปัญหาข้อหนึ่งของช่วงเกษตรอินทรีย์ หรือกล่าวในอีกแบบได้ว่าเป็นความต้องการของช่วงเกษตรอินทรีย์ที่จะสร้างความสัมพันธ์กับภายนอกหรือการประชาสัมพันธ์ ในการมีส่วนร่วมการสื่อสารที่ผ่านมาทำให้

สาธารณชนรู้จักช่วงเกษตรอินทรีย์มากขึ้น ได้มีโอกาสมาเยี่ยมชมอย่างใกล้ชิด ได้เข้าใจถึงอัตลักษณ์ของช่วงเกษตรอินทรีย์ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มผู้บริโภคหน้าใหม่ต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะผู้บริโภคที่เป็นคนรุ่นใหม่ แต่การขยายตลาดที่มีความหมายมากกว่านั้นเป็นการขยายตลาดในเชิงคุณภาพ นั่นคือผู้บริโภคได้เข้าใจเกษตรอินทรีย์อย่างลึกซึ้งมากขึ้นในหลายมิติ ถึงแม้จะมีผู้บริโภคจำนวนไม่มากแต่หากเข้าใจ ยอมรับ และให้ความร่วมมือ ย่อมส่งผลต่อการรักษาและขยายตลาดทางเลือกแห่งนี้ แม้อย่างช้าๆแต่มีความมั่นคง

ประการสุดท้ายเป็นผลที่เกิดขึ้นกับตัวเกษตรกรเอง คือการสร้างนักสื่อสารจากที่เกษตรกรในช่วงเกษตรอินทรีย์มีประสบการณ์เข้ามาเป็นผู้คิด วางแผน ตัดสินใจ และผลิตสื่อชนิดต่างๆ ทำให้เกิดการเรียนรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งยังมีประสบการณ์ในเชิงปฏิบัติหรือเพิ่มทักษะการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ด้วยส่งผลทำให้เกิดนักสื่อสาร

เกษตรกรที่เป็นนักสื่อสาร ถือว่ามีความสำคัญและเป็นความประสงค์ของช่วงเกษตรอินทรีย์เอง รู้ได้จากการที่เรียกตนเองว่าเป็น "กาดพูด" การเป็นนักสื่อสารนอกจากหมายถึงว่าสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังต้องเป็นผู้ที่สามารถใช้การสื่อสารในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความรู้ต่างๆ เพื่อที่จะเท่าทันความเปลี่ยนแปลงและปรับตัวยืนหยัดอยู่ในโลกที่มีหลายอัตลักษณ์ได้อย่างยั่งยืน

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

5.2.1 ตลาดทางเลือก : สนามที่ต้องสื่อสาร

จากการศึกษาที่มาและปัญหาของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ก็สามารถอภิปรายได้ว่าเครือข่ายแห่งนี้ได้สร้างตลาดทางเลือกที่เรียกว่าช่วงเกษตรอินทรีย์ขึ้นมา หากมองตามแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอ ก็สามารถกล่าวได้ว่าตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เป็นสนามขนาดเล็กหรือสนามย่อย (sub-field) ที่ดีนรน ต่อสู้ เคลื่อนไหว ไม่เคยหยุดนิ่งท่ามกลางสนามเกษตรเคมีขนาดใหญ่ซึ่งเป็นเกษตรอุตสาหกรรม กระแสหลักของสังคมไทยตลอดระยะเวลายาวนานที่ผ่านมา

สนามแห่งนี้เกิดขึ้นจากเปลี่ยนแปลงวิถีการเกษตรของสังคมไทยตั้งแต่อดีตที่เป็นเกษตรเคมีพันธสัญญาและอาศัยกลไกตลาดเป็นตัวขับเคลื่อน แต่กลับสร้างปัญหาให้กับเกษตรกรมากมายและไม่สามารถพึ่งตนเองได้ เกษตรกรส่วนหนึ่ง (ซึ่งต่อมาในภายหลัง

เรียกว่าเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่) จึงออกมาจากระบบดังกล่าวและสร้างตลาดทางเลือกของตนเองขึ้นมา นับได้ว่าเป็นการปรับตัวต่อครั้งสำคัญในระลอกแรก

สนามย่อยหรือตลาดทางเลือกแห่งนี้ไม่เหมือนตลาดทั่วไปที่ความสัมพันธ์จบลงเมื่อการซื้อขายเสร็จสิ้นและต่างฝ่ายต่างได้รับประโยชน์ตามที่ต้องการ แต่ตลาดทางเลือกเป็นตลาดแห่งความสัมพันธ์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าเป็นชุมชนหรือสังคมซึ่งผู้ที่เข้ามาร่วมในพื้นที่แห่งนี้ได้เข้ามาด้วยผลประโยชน์ส่วนตัวแต่เพียงอย่างเดียว แต่มีมิติของส่วนรวมอยู่ด้วย

น่าสนใจว่าตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ก็คือระบบความสัมพันธ์ทางสังคมที่มองว่าผู้ผลิตและผู้บริโภคมีความเสมอภาคเท่าเทียม เป็นเพื่อนที่มีความเกื้อกูลร่วมมือกันเพื่อให้สนามแห่งนี้ทำหน้าที่ต่างๆ ได้ เช่น สร้างความรู้ ผลักดันนโยบาย ถ่ายทอดวัฒนธรรม จัดการความขัดแย้ง ระดมทรัพยากร เป็นพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ ฯลฯ

ช่วงเกษตรอินทรีย์จึงมีตัวตนหรือมีอัตลักษณ์อีกแบบหนึ่งที่ไม่เหมือนตลาดทั่วไปหรืออาจเรียกว่าเป็นตลาดที่มีอุดมการณ์ (ideology) และก็ไม่สำคัญว่าอุดมการณ์นี้จะจริงได้แค่ไหน แต่ความสำคัญอยู่ที่ว่าตลาดทางเลือกแห่งนี้กำลังสร้างความแตกต่าง มุ่งไปในทิศทางที่ตนเองเชื่อมั่น หวังเห็นสังคมที่เป็นธรรม ไม่ว่าจะทำได้มากน้อยแค่ไหนอย่างไรก็ตาม และก็ยังต้องการสืบทอดส่งผ่านไปยังคนรุ่นต่อไปด้วย อุดมการณ์จึงเป็นสิ่งที่หล่อเลี้ยงตลาดทางเลือกแห่งนี้

อย่างไรก็ตามสนามแห่งนี้ก็เชื่อว่าจะราบรื่นไร้อุปสรรค แต่ตรงกันข้ามกลับต้องเผชิญกับปัญหาต่างๆ เสมอมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาของการรักษา (maintain) ตลาดที่ได้ร่วมกันสร้างขึ้นมา ซึ่งปัจจุบันกำลังเผชิญกับกระแสความทันสมัยที่เข้ามากระทบ รวมทั้งกระแสออร์แกนิกสมัยใหม่ที่มีกลไกตลาดเป็นตัวขับเคลื่อน เป็นปัญหาสำคัญที่ทางสนามกำลังปรับตัวต่อเป็นระลอกที่สอง

ตรงจุดนี้เองที่การสื่อสารจะก้าวเข้ามามีบทบาทเพื่อแก้ปัญหาให้กับสนามแห่งนี้ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาภายในสนามเองที่ต้องทบทวนและสร้างอัตลักษณ์ร่วมกันขึ้นมาใหม่ให้ชัดเจนเข้มแข็ง หรือการสื่อสารกับผู้บริโภคและสาธารณชนให้เข้าใจถึงวิถีอินทรีย์ของสนามอย่างถ่องแท้เพื่อสร้างความร่วมมืออย่างยั่งยืนต่อไป

มีข้อสังเกตว่าหากใช้ความคิดเรื่อง "กาตพุด" ของช่วงเกษตรอินทรีย์เองมาอธิบายความตั้งใจในการสร้างตลาดแห่งนี้ขึ้นมา ก็อาจกล่าวได้ว่าตลาดทางเลือกคือพื้นที่ของการสื่อสาร ตลาดมิใช่เป็นเพียงแค่พื้นที่ของการซื้อขายเท่านั้น แต่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์ต่างๆของผู้คนที่เข้าร่วม ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคมีโอกาสเท่ากันที่จะเป็นผู้ส่งสาร (sender) ผู้กำหนดตัวสาร (message) ผู้สร้างโอกาสหรือช่องทาง (channel) และเป็นผู้รับสาร (receiver) เรียกว่ามีส่วนร่วมในกระบวนการการสื่อสาร สามารถเรียนรู้ แลกเปลี่ยน แสดงออก ต่อรอง สร้างความหมาย และมีความเป็นเพื่อน มากกว่าที่จะมุ่งเป็นเพียงแค่ผู้ขายและผู้ซื้อเท่านั้น

ความรู้การสื่อสารเชิงกระบวนการแบบนี้เป็นทุนชนิดหนึ่งที่สามารถพัฒนาต่อมาจากพื้นฐานความเข้าใจของสนามที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารอยู่แล้วในทางหลักการ

5.2.2 ทุน : ปัจจัยที่ต้องสร้างและพัฒนา

ต่อเนื่องจากแนวคิดเรื่องสนามก็คือเรื่องทุน ทุนเป็นส่วนหนึ่งของสนาม หรือทุกสนามย่อมต้องมีทุน สนามไม่ได้เกิดขึ้นอย่างไร้ที่มาที่ไป แต่สนามเกิดขึ้นอย่างจงใจ และอาศัยทุนเป็นตัวขับเคลื่อน ฉะนั้นทุนจึงเป็นเรื่องที่ต้องสร้างและพัฒนาขึ้นมาดังเช่น ตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่แห่งนี้ก็เช่นกัน

ยิ่งสนามที่สวนกระแสหรือสนามที่ต้านอำนาจเชิงโครงสร้างหรือเป็นสนามที่ไม่เอาระบบใหญ่นั้นจะสามารถดำรงอยู่ได้อย่างไร การศึกษาทุนในสนามก็น่าจะเป็นคำตอบที่นำไปสู่ความเข้าใจได้ในระดับหนึ่ง

หากมองย้อนไปในอดีต ตลาดทางเลือกพัฒนาขึ้นมาด้วยทุนหลายชนิด มากบ้างน้อยบ้างสะสมกันมา แต่ทุนที่แข็งแกร่งพบว่าเป็นทุนความรู้และทุนเครือข่ายซึ่งเป็นคำตอบที่สำคัญ ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น

ประเด็นแรกความรู้เกษตรอินทรีย์ การสร้างชุมชนหรือการสร้างสนามต้องมีความรู้ กรณีตลาดทางเลือกหรือช่วงเกษตรอินทรีย์สร้างความแตกต่างจากตลาดอื่นด้วยความรู้อินทรีย์นี้เอง เป็นตลาดที่ตอบว่าความรู้อินทรีย์ที่สร้างขึ้นมานี้แตกต่างและสร้างวิถีชีวิตที่ดีให้กับชุมชนและสังคมส่วนรวมได้อย่างไร ความรู้เหล่านี้ต้องตอบกับสาธารณชนให้ได้

ความรู้อินทรีย์ของชาวบ้านมีสองแบบ แบบแรกเป็นความรู้ที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมซึ่งมีอยู่ในชุมชนต่างๆอยู่แล้วและความรู้เหล่านี้ถูกนำเข้ามาใช้อย่างกว้างขวางในอดีต ต่อมาเมื่อเข้าสู่เกษตรกรรมเคมีหรือเกษตรยุคใหม่ทันสมัย ความรู้ดังกล่าวก็ถูกละเลยแต่ก็ยังพบว่ามียังมีร่องรอยของภูมิปัญญาเหล่านี้หลงเหลืออยู่จำนวนไม่น้อยในชุมชน (โปรดคุณไตรี นันตะจันทร์ 2556)

ความรู้อินทรีย์อีกแบบเป็นความรู้สมัยใหม่ที่ชาวบ้านเรียนรู้จากสถาบันการศึกษาบ้างหรือจากแหล่งความรู้อื่นๆที่เครือข่ายมีการติดต่อสัมพันธ์กันอยู่(connection)

ความรู้เรื่องอินทรีย์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างและพัฒนาผสมผสานกัน เรียกได้ว่าตลาดทางเลือกแห่งนี้มีความรู้อินทรีย์ทั้งในมิติลึกและมิติกว้างถือเป็นจุดเด่นอย่างหนึ่ง

ความรู้อินทรีย์ไม่ว่าความรู้ดั้งเดิมหรือความรู้สมัยใหม่เป็นทุนทางวัฒนธรรมชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างอำนาจให้กับเจ้าของความรู้นั้นได้ หมายถึงว่าความรู้นี้เป็นความรู้อินทรีย์ที่อย่างน้อยผู้บริโภคกลุ่มหนึ่งยอมรับ เชื่อถือ ไว้วางใจ และติดตามอุดหนุนบริโภคผลผลิตจากตลาดทางเลือกแห่งนี้เสมอมา การยอมรับจากสังคมเป็นเครื่องค้ำจุนให้ตลาดมีความเข้มแข็งดำรงอยู่ได้ และนี่คือมิติของอำนาจที่ตลาดทางเลือกนี้ได้สร้างขึ้นมาจากความรู้ของตนเอง

ทุนอีกชนิดที่เด่นมากและพัฒนามาตั้งแต่แรกเริ่มคือทุนเครือข่ายซึ่งเป็นทุนทางสังคมที่ทำให้ตลาดทางเลือกแห่งนี้สามารถระดมทรัพยากรต่างๆทั้งความรู้และความร่วมมือที่แปลงออกมาเป็นการกระทำ (action) ต่าง ๆ

ทุนเครือข่ายก็หมายถึงการมีพวกพ้องผองเพื่อนที่ช่วยเหลือกันได้ เกษตรรายย่อยเหล่านี้มาจากหลายที่หลายแห่งห่างไกล แม้ส่วนใหญ่จะอยู่ในจังหวัดเดียวกันก็ตาม พวกเขามีจุดร่วมกันคือมีปัญหาคล้ายกันและต้องการออกจากปัญหานั้นด้วยวิถีอินทรีย์ จึงรวมตัวกันสร้างความผูกพันกันขึ้นมาโดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรรุ่นบุกเบิก ช่วยเหลือเกื้อกูลกันต่อสู้ดิ้นรนเคียงบ่าเคียงไหล่กันมาจนกระทั่งสามารถสร้างตลาดขึ้นมาด้วยน้ำพักน้ำแรงของตนเอง

ทุนเครือข่ายก่อให้เกิดความผูกพันและการมีส่วนร่วมในกิจการต่างๆของตลาดทางเลือกซึ่งเป็นอีกปัจจัยที่ค้ำจุนให้ตลาดดำรงอยู่ได้

ทุนมีความสัมพันธ์กับสนาม สนามจะปราศจากทุนไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สนามย่อยหรือสนามขนาดเล็กที่มีลักษณะขัดแย้งกับสนามใหญ่ สนามเกษตรอินทรีย์ของชาวบ้านที่อยู่ในการศึกษาครั้งนี้มีทุนสำคัญสองลักษณะที่กล่าวมาเป็นฐานสำคัญก็จริงอยู่ แต่ก็ต้องพัฒนาทุนอื่นๆ ขึ้นมาด้วยตามที่เขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในตลาดทางเลือกแห่งนี้ และทุนสำคัญอีกลักษณะหนึ่งที่จะต้องพัฒนาต่อเนื่องต่อไปก็คือทุนการสื่อสาร

5.2.3 ผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติการการสื่อสาร

ผลจากการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นสามารถอธิบายได้ 3 ประเด็นดังนี้

ประเด็นแรกได้แก่การสร้างความสัมพันธ์ ในปฏิบัติการการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมครั้งนี้ สิ่งที่เด่นและมีความสำคัญมากในเบื้องต้นคือการสร้างความสัมพันธ์ภายใน

ก่อนที่จะมีการใช้สื่อชนิดต่าง ๆ โอกาสที่คนสองรุ่นคือเกษตรกรรุ่นบุกเบิกกับเกษตรกรรุ่นใหม่จะสื่อสารกันอย่างจริงจังนั้น มีน้อยมาก ต่างฝ่ายต่างพูดกันคนละที คนรุ่นเก่าก็จะพูดว่าหางไม้ไขที่ของเรา คนรุ่นใหม่ก็จะบอกว่าอยู่ที่ไหนก็เป็นอินทรีย์ ทั้งสองฝ่ายไม่ได้ปะทะกันและก็ไม่มีเจตนาเช่นนั้น เพียงแต่ว่าไม่มีเวทีที่เหมาะสมที่จะลองความคิดเห็นในเรื่องนี้

แต่หลังจากที่ได้มีปฏิบัติการการสื่อสารร่วมกันแล้วในหลาย ๆ สื่อ ทั้งสองฝ่ายก็ได้มีโอกาสแสดงออกและให้เหตุผลสร้างความเข้าใจกัน คนรุ่นเก่าได้เผชิญความทุกข์ยากมาก่อน และออกมาจากระบบเดิมเพื่อสร้างระบบใหม่ ก็ย่อมต้องการให้ลูกหลานสืบทอดอุดมการณ์ มีความห่วงใยไม่อยากจะให้ลูกหลานหลงไปกับการค้าขายเพียงเพื่อหวังกำไรและในที่สุดก็หวนกลับไปเป็นเหยื่อในระบบเดิมอีก ส่วนคนรุ่นใหม่ซึ่งไม่เคยมีประสบการณ์เช่นคนรุ่นเก่า และเติบโตมากับความเป็นเมือง สมัยใหม่ ก็ได้แสดงออกว่าเกษตรอินทรีย์อาจต้องปรับตัวตอบสนองวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่ด้วย คนรุ่นใหม่คิดว่าหากขายผักสดเป็นกำ ๆ อยู่ การสืบทอดในอนาคตก็อาจจะลำบาก ปัญหาที่คนรุ่นใหม่มองก็ไม่ใช่ว่าปัญหาแบบคนรุ่นเก่า

การใช้สื่อแบบมีส่วนร่วมหลายครั้งทำให้เกิดเวทีพูดคุยกันโดยตรงและอย่างเป็นส่วนรวม เปิดโอกาสให้สร้างความสัมพันธ์และสร้างอัตลักษณ์ร่วมกัน

สาระในการพูดคุยกันสรุปได้ว่า ต้องให้ความสำคัญกับช่วงเกษตรอินทรีย์ก่อน ในเบื้องต้น เพราะเป็นพื้นที่สำคัญที่ต่อสู้กันมานานกว่าจะได้มา ต้องรักษาพื้นที่นี้ไว้เป็น

แหล่งเรียนรู้และแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ดังที่มีสื่อป้ายเขียนไว้เป็นเครื่องเตือนใจ และในการจัดงาน "วิถีอินทรีย์ ชีวยั่งยืน @ช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่" พิธีกรซึ่งเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ก็ได้ย้ำเรื่องนี้อย่างชัดเจน

ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการปรับปรุงช่วงเกษตรอินทรีย์ด้วย เกษตรกรรุ่นบุกเบิกก็เห็นว่าต้องทำให้ช่วงเป็นพื้นที่ที่น่าสนใจ ดึงดูดให้คนอยากเข้ามาจับจ่ายซื้อของ มีซุ้ม มีที่นั่งพักผ่อน มีร้านอาหาร มีผลิตภัณฑ์อินทรีย์แปรรูป เพื่อตอบสนองผู้บริโภคหลายรสนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในเมือง

สำหรับการไปร่วมตลาดนัดที่อื่นเป็นครั้งคราว ก็ไม่ใช่เรื่องน่ารังเกียจ การมีเพื่อนก็เป็นสิ่งที่ดี แม่กาดมีอิสระ แต่ก็ควรมาช่วยกันที่ช่วงก่อน ไม่ละทิ้งกัน และการไปที่อื่นก็นำเอาอัตลักษณ์ของเราไปบอกกล่าว ใส่ชุดที่มีอัตลักษณ์ของเราตามที่เพ่งทำกันมา แนะนำคนทั่วไปด้วยว่าเรามีพื้นที่ของเราที่นี่

น่าสังเกตว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกษตรกรรุ่นบุกเบิก มีความผูกพันกับช่วงเกษตรอินทรีย์แห่งนี้ (sense of place) และต้องการให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่นี้ให้เป็นที่ยืนที่มั่นคงต่อไปในอนาคต

นี่คือผลจากการได้สื่อสารพูดคุยกันสร้างความสัมพันธ์ภายใน ได้ต่อยอดกันได้แสดงความผูกพัน พื้นที่ และที่สำคัญได้สร้างอัตลักษณ์ร่วมกัน เกษตรกรทั้งสองรุ่นน่าจะเข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้น

เมื่อสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กันจนถึงที่สุดแล้วก็พบว่า อัตลักษณ์ร่วมเป็นปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นของการพัฒนาช่วงเกษตรอินทรีย์ต่อไป

อัตลักษณ์เป็นประเด็นที่มีความสำคัญโดดเด่นมากขึ้นในสังคมไทยปัจจุบัน ซึ่งเป็นสังคมที่ได้ก้าวมาถึงความเปลี่ยนแปลงอย่างมาก มีความหลากหลาย สังคมไทยไม่มีอัตลักษณ์เดียว แต่จะเห็นศาสนาหลายอัตลักษณ์ การเมืองหลายอัตลักษณ์ เศรษฐกิจหลายอัตลักษณ์ และรวมทั้งเกษตรหลายอัตลักษณ์ หรืออาจเรียกว่ามีสนามต่าง ๆ มากมายซ้อนทับกันอยู่ ไม่ว่าสนามใหญ่หรือสนามเล็ก และสนามเหล่านี้อาจกระทบกระทั่งกัน ขัดแย้งกัน หรือแม้แต่ร่วมมือกันก็ได้ ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปไม่หยุดนิ่งของสังคม

นอกจากนี้อัตลักษณ์มิใช่แค่สิ่งที่บอกว่าตนเองเป็นใครเท่านั้น แต่อัตลักษณ์สามารถสร้างอำนาจต่อรองให้กับเจ้าของอัตลักษณ์นั้นได้ด้วย การมีอำนาจต่อรองจะทำให้อัตลักษณ์มีความเข้มแข็งดำรงอยู่ได้ตามที่ต้องการ แต่หากอัตลักษณ์ไม่ชัดเจน หรือปราศจากอัตลักษณ์ ก็จะทำให้อ่อนแอ ลื่นไหลไปตามกระแส และมลายสูญสิ้นไปในที่สุดได้

ช่วงเกษตรอินทรีย์เชียงใหม่กำลังปรับตัวสร้างความชัดเจนให้กับตนเอง โดยอาศัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เพื่อแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างที่กำลังมากระทบอีกระลอก การสร้างอัตลักษณ์ร่วมน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับตลาดทางเลือกแห่งนี้

ประเด็นต่อมา เรื่องการขยายตลาด ประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอก คือผู้บริโภคและสาธารณชน เพื่อหวังให้เกิดความร่วมมือเป็นการขยายตลาดให้กว้างขึ้น

ก่อนที่จะมีปฏิบัติการการสื่อสาร ตลาดมีลักษณะคงตัว ไม่มีกิจกรรมที่เรียกร้องความสนใจให้ผู้คนเข้ามาเยี่ยมชม และถึงแม้แม่ภาคจะสื่อสารอยู่เสมอแต่ก็เป็นการกระทำที่เป็นกิจวัตร แต่หลังจากมีสื่อกิจกรรม ก็ทำให้มีคนที่รู้จักวงกว้างขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มครู นักเรียน นักศึกษาจากสถาบันต่าง ๆ รวมทั้งข้าราชการ และบุคคลทั่วไปที่เข้าร่วมงาน ตัวแม่ภาคเอง รู้สึกถึงบรรยากาศใหม่ มีความกระตือรือร้น และเรียนรู้มากขึ้นว่าต้องสื่อสารกับผู้บริโภคเป็นประจำเพื่อเป็นการตอกย้ำ ในขณะเดียวกันก็ต้องให้ความสนใจกับผู้บริโภคหน้าใหม่พยายามสื่อสารให้มากขึ้น และสำหรับสาธารณชนทั่วไปนั้นก็ให้มีโอกาสเข้ามาสัมผัสช่วงเกษตรอินทรีย์ ทั้งหมดนี้น่าจะส่งเสริมการขยายตลาดทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพไม่มากนักน้อยต่อไป

การขยายตลาดเชิงปริมาณอาจดูยาก ปฏิบัติการการสื่อสารที่ผ่านมาอาจทำให้มีคนมาเยี่ยมชมช่วงเกษตรอินทรีย์มากขึ้นก็จริง แต่ก็บอกไม่ได้ว่าจะเกิดผู้บริโภคหน้าใหม่ต่อไปก็มาน้อย แต่การสื่อสารอยู่เสมอ รวมทั้งการปรับปรุงสถานที่ก็อาจเป็นการสร้างโอกาสของการเพิ่มจำนวนผู้บริโภคต่อไป

สิ่งที่น่าสังเกตมากกว่าคือการขยายตลาดในเชิงคุณภาพ หมายถึงว่าปฏิบัติการการสื่อสารที่ร่วมกันสร้างขึ้นมา นั้น ทำให้เกษตรกรในช่วงเกษตรอินทรีย์หรือแม่ภาคได้เรียนรู้ว่า จะต้องสื่อสารบอกเรื่องราวของเกษตรอินทรีย์หรือความรู้อินทรีย์ซึ่งเป็นทุนที่มีอยู่มากและแข็งแกร่งที่สุดอย่างต่อเนื่อง ด้วยการพัฒนาสื่อต่าง ๆ ได้อีก ตั้งแต่สื่อง่าย ๆ และธรรมดาที่สุดเช่นสื่ออาหาร ไปจนถึงสื่อใหม่หรือสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมไทยกำลังใช้กันอยู่ เพื่อสร้างความมั่นใจ ความเชื่อถือ และการยอมรับจากผู้บริโภค แม้จะเป็นผู้บริโภคที่ไม่ใช่มวลชน เป็นเพียงผู้บริโภคประจำกลุ่มเล็กก็ตาม ในภาษาการตลาดสมัยใหม่อาจเรียกว่าความรักภักดีในตราสินค้า และสิ่งนี้สำคัญมากต่อช่วงเกษตรอินทรีย์ หากผู้บริโภคหรือสาธารณชนเชื่อถือยอมรับ โอกาสของการขยายตลาดอย่างยั่งยืนก็มีมาก

นอกจากนี้ การขยายตลาดในเชิงคุณภาพมีความเกี่ยวข้องกับการมีระเบียบวินัยและการจัดการของช่วงเกษตรอินทรีย์เองด้วย ในปฏิบัติการการสื่อสารที่ผ่านมา นอกเหนือจากที่ได้มีการพูดถึงประเด็นเรื่องความรู้อินทรีย์แล้ว ยังมีการย้ำเตือนถึงการมีวินัยและปฏิบัติตามกฎระเบียบ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความซื่อสัตย์ การเป็นอินทรีย์แท้ การตรวจสอบกันเองทั้งในช่วงเกษตรอินทรีย์และในสวนของเกษตรกร สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องของวินัยและการจัดการภายใน ที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและการยอมรับของผู้บริโภคโดยตรง

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารในเรื่องความรู้อินทรีย์กับผู้บริโภคหรือการสื่อสารเพื่อการจัดการภายในตลาดกันเองล้วนช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับจากกลุ่มผู้บริโภค ส่งผลต่อการรักษาและขยายตลาด สร้างเสริมความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นได้

ประเด็นสุดท้าย การสร้างนักสื่อสาร อย่างน้อยช่วงเกษตรอินทรีย์ได้เรียนรู้เรื่องการสื่อสารมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาร่วม ต้องใช้การสื่อสารเปิดกว้างสื่อสารกับผู้บริโภคให้มากขึ้น เพื่อที่จะได้บรรลุเป้าหมายของช่วง นั่นคือการสร้างความสัมพันธ์เกื้อกูลกันระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

สำหรับการเป็นนักสื่อสารนั้นเกษตรกรรุ่นใหม่ น่าจะได้ฝึกฝนทักษะใหม่เพิ่มขึ้นจากการที่ได้สัมผัสกับการผลิตสื่อวิทัศน์กับนักศึกษา จากการที่ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเปิดอกในที่ประชุมส่วนรวม จากการที่ได้เป็นผู้มีส่วนสำคัญในการจัดกิจกรรมต่างๆ ของช่วง การเป็นพิธีกร การเป็นผู้ดำเนินรายการ การเป็นนักแสดง รวมทั้งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารเพื่อการจัดงานในครั้งนี้

สำหรับกลุ่มแม่กาดก็ได้เรียนรู้ว่าการสื่อสารจะต้องกระทำสม่ำเสมอทั้งในฐานะผู้ส่งสารและผู้รับสาร การสื่อสารกับผู้บริโภคประจำก็จะต้องมีลักษณะของการตอกย้ำเป็นการสื่อสารในเชิงคุณภาพ ส่วนผู้บริโภคชาวนั้นก็ควรสื่อสารให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่มีท่าทีสนใจเรื่องของวิถีอินทรีย์ การสื่อสารให้ผู้คนเข้าใจเกษตรอินทรีย์ในแบบของเครือข่ายนั้นเป็นเรื่องไม่่ง่ายนัก แต่ต้องอดทนและกระทำต่อเนื่อง รวมทั้งต้องใช้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม แม่กาดเข้าใจดีว่าการมีส่วนร่วมของผู้ผลิตและผู้บริโภคนั้นสำคัญอย่างไรสำหรับเกษตรอินทรีย์ภาคประชาชนเช่นพวกเขา ในการสื่อสารก็เป็นไปในทำนองเดียวกัน

สำหรับการสื่อสารกับสาธารณชนในวงกว้างที่เรียกว่าการประชาสัมพันธ์นั้น ก็จะต้องปรับโดยใช้แนวคิดเดียวกับการสื่อสารกับผู้บริโภคในช่วงเกษตรอินทรีย์ คือการ

ประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วม และสื่อที่ใช้เป็นสื่อใหม่ที่มีคุณสมบัติตอบโต้กับสาธารณชนได้ สะดวกกว่าสื่อมวลชน

มีข้อสังเกตในประเด็นนี้ว่า ทั้งแม่กาตรุ่นบุกเบิกและรุ่นใหม่ได้เรียนรู้การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้ฝึกทักษะทั้งการเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร เรียกว่ามีโอกาพัฒนาเป็นนักสื่อสารที่ชาญฉลาด รู้จักสื่อ รู้ทันสื่อ และใช้สื่อเป็นมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม ถือเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับสนามเกษตรอินทรีย์เล็ก ๆ แห่งนี้ที่กำลังปรับตัวอยู่ในโลกสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงเร็ว

สนามเกษตรอินทรีย์ภาคประชาชนจะอยู่ได้มิใช่ด้วยสำนึกและความผูกพันเท่านั้น แต่จะอยู่ได้ด้วยการเท่าทันข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ต่างๆ ด้วย การเป็นนักสื่อสารจะทำให้พวกเขาสามารถแสวงหาและเข้าถึงเรื่องที่สำคัญเช่น นโยบายเกษตรอินทรีย์ของชาติ การรับรองมาตรฐานอินทรีย์ที่มีความซับซ้อน กระแสนโยบายกำลังไปในทิศทางใดทั้งระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับโลก เป็นต้น ซึ่งปัจจัยภายนอกเหล่านี้มีผลกระทบต่องานเขาแน่นอน การเป็นนักสื่อสารจึงสำคัญต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับตลาดทาง เลือกแห่งนี้ทั้งในแง่การสื่อสารกับผู้บริโภคให้เข้าใจ และในแง่ความสามารถในการแสวงหา ข่าวสารความรู้ที่สำคัญด้วย

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการ ที่ทำให้เกษตรกรในช่วงเกษตรอินทรีย์ได้ทำความเข้าใจและสร้างอัตลักษณ์ร่วมกัน เพื่อเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่ นอกจากนี้ยังช่วยขยายตลาดให้กว้างอย่างมีคุณภาพ และยังสร้างนักสื่อสารซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับตลาดทางเลือกแห่งนี้ ทั้งหมดส่งผลทำให้เกิดความเข้มแข็งช่วยให้คนกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มนี้ยืนหยัดอยู่ในสังคมได้อย่างมีศักดิ์ศรี

5.2.4 การใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

ที่จริงแล้วงานวิจัยเกี่ยวกับตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ให้การสนับสนุน เกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อเกือบ 20 ปีที่แล้ว (ชมชวน บุญระหงษ์ และคณะ 2543 , 2544) เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาตลาดทางเลือกของเกษตรกรรายย่อยที่หันมาทำเกษตรอินทรีย์ งานวิจัยครั้งนั้นถูกนำมาใช้ประโยชน์ในแง่ทำให้เข้าใจพัฒนาการของตลาดทางเลือก

ที่ไม่ได้เกิดขึ้นง่าย ๆ แต่เผชิญปัญหาล้มลุกคลุกคลาน แก้ไขสำเร็จบ้างไม่สำเร็จบ้าง อดทน ต่อสู้ร่วมกันมายาวนาน

งานวิจัยของสกว.ในแนวนี้นี้ยังมีอีกหลายโครงการ (อรุณี เวียงแสง 2550 , มณี หงส์พิพิธ และคณะ 2551 , ทรงเดช ก้อนวิมล และคณะ 2555) ต่างก็มีข้อค้นพบและ ข้อเสนอหลายด้าน แต่ที่สำคัญต้องพัฒนาเรื่องการสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค หรือกล่าว อีกแบบได้ว่าต้องพัฒนาเรื่องการสื่อสารซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องกระทำต่อเนื่อง

ในปัจจุบันตลาดทางเลือกของเครือข่ายซึ่งก็คือช่วงเกษตรอินทรีย์ได้พัฒนา ก้าวไปอีกระดับหนึ่งสามารถจัดการพึ่งตนเองได้อย่างน่าพอใจ แต่ทว่าก็ยังประสบกับปัญหา แบบใหม่ที่ต้องแก้ไขปรับตัวต่อไป

ตรงจุดนี้เองที่การสื่อสารเป็นเรื่องที่เน้นเป็นพิเศษในการสร้างเสริมความ เข้มแข็งให้กับตลาดทางเลือกของเกษตรอินทรีย์ชาวบ้าน จึงต้องกลับไปทบทวนดูว่าจะใช้ องค์ความรู้การสื่อสารชนิดใดจึงจะเหมาะสม และก็พบว่าในบรรดาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (development communication) ที่มีลักษณะก้าวหน้าในเวลา นั้นนั้น ได้แก่องค์ความรู้ที่สังเคราะห์มาจากชุดโครงการวิจัยของสำนักงานกองทุนสนับสนุน การวิจัย(สกว.) คือ ชุดโครงการสื่อเพื่อชุมชน (2544-2547) (โปรดดูกาญจนา แก้วเทพ 2548)

องค์ความรู้นี้สามารถนำไปใช้ให้เหมาะสมกับบริบท สภาพปัญหา และ ความต้องการของชุมชน โดยมีหลักการที่สำคัญคือ ต้องมองการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ให้ ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างเสมอภาคเท่าเทียม หรือที่เรียกว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) จึงจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้

การนำเอามาใช้ในครั้งนี้ เป็นการใช้นิเวศแนวคิด มิได้ใช้งานวิจัยเรื่องใด เรื่องหนึ่งในชุดโครงการเป็นการเฉพาะ แต่ได้นำแนวคิดนี้มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสื่อ ต่างๆของช่วงเกษตรอินทรีย์ ไม่ว่าจะเป็นสื่อชนิดใด มีเป้าหมายอย่างไร ก็สามารถนำแนวคิด นี้มาใช้ได้ แต่ก็มีข้อแม้ว่าสื่อที่ใช้ควรเป็นสื่อขนาดเล็กเช่น สื่อบุคคล สื่อการประชุม สื่อ กิจกรรม สื่อวัตถุ สื่อการแสดง สื่อวีดิทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ ฯลฯ ซึ่งสื่อชนิดนั้นมี คุณลักษณะที่ผู้ทำการสื่อสารสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการของการสื่อสารได้อย่าง สะดวก

แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมดังกล่าวที่พัฒนามาจากบริบทสังคมไทย มีความถูกต้องสมเหตุสมผล (validity) และมีความแข็งแกร่ง (strong) มากขึ้น ในทางทฤษฎี เพราะได้พิสูจน์แล้วว่าสามารถนำไปใช้ได้ ดังเช่นกรณีของการสื่อสารเพื่อสร้างเสริมตลาดทางเลือกของเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ ถ้าจะว่าไปแล้วการสื่อสารแบบนี้มีความเหมาะสมกับสังคมที่มีหลายชนวน หลายอัตลักษณ์ อย่างที่สังคมไทยกำลังเป็นไป

การใช้ประโยชน์ในอีกลักษณะหนึ่งคือการใช้ประโยชน์จากบทความใน "วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่" (กาญจนา แก้วเทพ. บรรณาธิการ 2558) ซึ่งเป็นวารสารวิชาการของ สกว. ได้ตีพิมพ์บทความชื่อ "การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี" เป็นผลงานของปณณัช ธนัทพรธรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี ซึ่งออกแบบให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างตราสัญลักษณ์และกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ ผลก็คือนอกจากสร้างการจดจำแล้ว ตราสัญลักษณ์ยังมีความสำคัญในแง่แสดงตัวตน หรืออัตลักษณ์ของผู้ผลิต และสร้างความภูมิใจ

การผลิตสื่อตราสัญลักษณ์ของช่วงเกษตรกรอินทรีย์ก็เป็นไปในทำนองเดียวกัน คือออกแบบให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม แต่ในกรณีนี้การมีส่วนร่วมผลิตสื่อตราสัญลักษณ์ของเกษตรกรเป็นกระบวนการของการต่อรองทางความคิดในกรณีที่ชุมชนมีความขัดกัน หมายถึงว่าสื่อตราสัญลักษณ์ไม่เพียงแค่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนแต่สามารถใช้เป็นกระบวนการต่อรองทางความคิดและสร้างอัตลักษณ์ร่วมของชุมชนขึ้นมาใหม่อีกก็ได้เช่นกัน

นอกจากนี้ก็ยังมียานวิจัยในนามของสกว. ที่มีแนวคิดการสื่อสารเพื่อการแก้ไขความขัดแย้งของชุมชนปรากฏอยู่ในงานวิจัยเรื่อง "การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมจัดการป่าชุมชนของชาวบ้านห้วยแก้ว กิ่งอำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่" ผลงานของศรัทธา โรจนสุพจน์ และคณะ ซึ่งงานวิจัยในครั้งนั้นได้ใช้แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้ชุมชนได้มีโอกาสใช้การสื่อสารในรูปแบบใหม่เพื่อออกจากความขัดแย้งที่บาดลึก หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการสื่อสารเพื่อการสมานบาดแผลของชุมชน (กาญจนา แก้วเทพ. 2547)

กล่าวได้ว่าความรู้ที่นำมาใช้ประโยชน์เป็นความรู้ทั้งในระดับแนวคิดและระดับปฏิบัติการ ที่ปรากฏอยู่ในเอกสารทางวิชาการต่างๆ ของสกว. โดยนำมาประยุกต์ผสมผสานให้เข้ากับภูมิปัญญาและบริบทของชุมชนนั้น ๆ ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับรูปแบบในการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยครั้งนี้มีอยู่ 2 ลักษณะ
ลักษณะแรก คือ การนำไปใช้เพื่อพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่

เครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ก็คือชุมชนหนึ่ง ในงานวิจัยนี้เรียกว่า
เป็นสนามเกษตรอินทรีย์สนามหนึ่งเล็ก ๆ ของชาวบ้านหรือภาคประชาชน เครือข่ายเกษตร
อินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ได้สร้างตลาดทางเลือกให้กับตนเองหลายลักษณะ แต่ตลาดทางเลือก
ที่สำคัญคือช่วงเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นพื้นที่ไม่ใช่เฉพาะแค่พื้นที่ทางกายภาพทำการค้าขาย
เท่านั้นแต่เป็นพื้นที่สำหรับสร้างความสัมพันธ์ต่างๆอีกด้วย และพื้นที่นี้ก็มีความสำคัญมากต่อ
การดำรงอยู่ของเครือข่าย

ความรู้เรื่องการสื่อสารจากงานวิจัยที่มีมาก่อนในครั้งนี้นำมาใช้อธิบาย
โดยตรง เป็นการโยกความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นจากชุดโครงสร้างดังกล่าวของสกว. ด้วยการนำแนวคิด
มาปรับประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ของเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่
และได้เกิดผลดังที่ได้อภิปรายไปแล้ว เป็นการใช้ประโยชน์จากงานวิจัยที่มีมาก่อนหน้านี้ให้
เกิดประโยชน์ได้จริง เป็นการพิสูจน์ว่าองค์ความรู้ที่สร้างขึ้นในสังคมไทยนั้นเป็นความรู้ที่เอา
มาใช้ได้จริงไม่ใช่เป็นความรู้ที่ถูกเก็บเอาไว้ในเชิงวิชาการเท่านั้น รูปแบบของการนำมาใช้ใน
ครั้งนี้ก็เป็นการนำมาใช้อย่างตรงไปตรงมาให้เกษตรกรได้เข้ามามีส่วนร่วมคิดร่วมผลิตสื่อ
แก้ไขปัญหาด้วยตนเองเรียนรู้ที่จะใช้สื่อด้วยตนเองเพื่อตนเอง ของตนเอง และโดยตนเอง จึง
สามารถส่งผลต่อการพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ให้มีความเข้มแข็งต่อไป

การพัฒนาเกิดขึ้นในแง่ของการสร้างพลังอำนาจให้กับสนามของตนเอง ไม่มี
ใครหยิบยื่นอำนาจให้ นอกจากจะต้องพัฒนาขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งสนามเล็กๆที่มีอำนาจ
น้อย ความรู้การสื่อสารแบบนี้ถูกนำมาพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ในแง่
ของการเพิ่มพลังอำนาจต่อรองให้กับตนเองเพื่อดำรงอยู่ได้ในสังคมไทยที่เปลี่ยนแปลงเร็ว

การนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในอีกลักษณะหนึ่งคือการพัฒนาทักษะการสื่อสาร
การเป็นนักสื่อสารโดยทั่วไปมักคิดว่าเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์ เป็นดีเจ เป็นนักข่าว
หรือมีอาชีพทางด้านสื่อสารมวลชน แต่จริง ๆ แล้วนักสื่อสารมีความหมายมากกว่านั้น และ
ใครๆก็เป็นนักสื่อสารได้ไม่เว้นแม้แต่ประชาชนทั่วไปที่ไม่เคยเรียนหนังสือเลยก็ตาม การเป็น
นักสื่อสารไม่ได้สงวนไว้กับคนกลุ่มใดโดยเฉพาะ แต่เป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนสามารถพัฒนาขึ้น
มาได้

เกษตรกรที่พัฒนาตนเองเป็นนักสื่อสารในที่นี้ หมายถึงว่าได้เรียนรู้และเปิด
โลกการสื่อสารออกไปมองเห็นความหมายของการสื่อสารที่ไม่ใช่ในแง่ของการบอกกล่าว
เท่านั้น แต่การสื่อสารคือกระบวนการสร้างความหมายร่วมกันเพื่อสร้างพลังอำนาจ

(empowerment) โดยใช้สื่อรอบตัวได้อย่างหลากหลาย นอกจากนี้การเป็นนักสื่อสารยังหมายถึงการพัฒนาความสามารถในการแสวงหาและรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารความรู้ต่างๆ ที่มีผลต่อเครือข่ายเกษตรอินทรีย์

รูปแบบของการใช้ประโยชน์ในลักษณะนี้เป็นการพัฒนาคนซึ่งมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการพัฒนาเครือข่าย

คณะผู้วิจัยเห็นว่า นี่เป็นประโยชน์จากงานวิจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง งานวิจัยนั้นมีใช้ทำเพื่อรู้เข้าใจในเชิงวิชาการ แต่ต้องนำเอาไปใช้เปลี่ยนแปลงสังคมได้ด้วยไม่ว่าในรูปแบบใด และเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จังหวัดเชียงใหม่ก็ได้เรียนรู้จากงานวิจัยเหล่านี้เพื่อที่จะสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับตนเองและสังคมต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะ

หัวใจของการสื่อสารที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งกระทำได้ในสื่อขนาดเล็ก (small scale media) ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face to face communication) และเกิดผลน่าพอใจในกรณีการสร้างเสริมตลาดทางเลือกหรือช่วงเกษตรอินทรีย์ดังที่รายงาน ซึ่งไม่น่าประหลาดใจเพราะได้พิสูจน์แล้วในงานวิจัยจำนวนไม่น้อยก่อนหน้านี้

สำหรับในปัจจุบัน ด้วยเหตุที่มีความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างก้าวกระโดดในสังคมไทย มีสื่อใหม่ (new media) เกิดขึ้นเช่นสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ซึ่งมีคุณสมบัติตอบโต้กันได้สะดวก (interactive) มีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม อีกทั้งสื่อนี้มีความน่าสนใจตรงที่มีศักยภาพที่จะเป็นได้ทั้งสื่อขนาดเล็กและสื่อขนาดใหญ่ (large scale media) ได้ด้วย

ดังนั้นจึงมีข้อเสนอว่าน่ามีการวิจัยโดยใช้แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในสื่อใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการประชาสัมพันธ์หรือแม้แต่การโฆษณาในสื่อใหม่ที่นำมาใช้กับวิสาหกิจชุมชนประเภทต่างๆ ซึ่งมีอยู่มากมายในสังคมไทย แต่เข้าถึงสื่อหลักในสังคมได้น้อย

สื่อการประชาสัมพันธ์หรือสื่อโฆษณาแบบมีส่วนร่วมผ่านสื่อใหม่ของกลุ่มชาวบ้านที่รวมตัวกันเพื่อสร้างพื้นที่ค้าขายและพื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม น่าจะเป็นปัจจัย

หนึ่งของการส่งเสริมการดำรงชีพ (livelihood) ของชาวบ้านอย่างที่ต้องการได้ในโลกสมัยใหม่

การวิจัยทำนองนี้ยังมีน้อยในภาคประชาชน ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ในโอกาสต่อไปควรเน้นศึกษาสื่อใหม่เหล่านี้ว่าจะมีบทบาทช่วยสร้างพลังอำนาจให้กับประชาชนได้อย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคนชายขอบ หรือกลุ่มคนอำนาจน้อย ที่สื่อใหม่กำลังแพร่หลายเข้าไป

บางที่อาจเห็นการมีส่วนร่วมในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยแนวนี้ในอนาคต

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. 2558. **เครือข่ายและเครือข่ายการสื่อสารในงานส่งเสริมและ
พัฒนาการเกษตร**. สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. 2551. **สายธารนักคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองกับ
สื่อสารศึกษา**. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2549. **การประชุม : เครื่องมือเพื่อการเปลี่ยนแปลง. ใน** ชัยกลิ่น คัด
กรอง **ตรงดู : สื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข**. กรุงเทพฯ
: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2548. **ก้าวต่อไปของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ :
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2548. **บทสังเคราะห์ภาพรวมขององค์ความรู้ของงานวิจัยเรื่องการ
สื่อสารการเกษตรในประเทศไทย (2544-2547)**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. 2547. **การสื่อสารเพื่อการเยียวยาบาดแผลของชุมชน : บทเรียนการ
ใช้สื่อสมัยใหม่ของชุมชนป่าห้วยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่**. เอกสารสังเคราะห์
งานวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- จำรัส เสือดี. (2547). **โครงการวิจัยเรื่องกระบวนการสื่อสาร เพื่อขยายผลของการทำ
เกษตรโดยไม่ใช้สารเคมี**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชมชวน บุญระหงษ์ และคณะ. 2543. **โครงการวิจัยเรื่องระบบตลาดทางเลือกที่เหมาะสม
สำหรับสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ชมชวน บุญระหงษ์ และคณะ. 2544. **โครงการวิจัยเรื่องรูปแบบองค์กรผู้บริโภคที่
เหมาะสมสำหรับอาหารปลอดภัยในระบบเกษตรกรรมยั่งยืน**. กรุงเทพฯ :
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปิ่นอนันต์ ธนัทพรธรรมรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี. **การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน
โดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ใน
ครัวเรือน บ้านคลองเตี๋ยพัฒนาตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี**.
ในวารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ปีที่ 7 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2558
(กาญจนา แก้วเทพ บรรณาธิการ) กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

- ทรงเดช ก้อนวิมล และคณะ. 2555. โครงการวิจัยศึกษารูปแบบระบบตลาดทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับสินค้าเกษตรกรรมยั่งยืน พื้นที่ ต.หนองตอกแป้น ต.หัวจัว อ.ยางตลาด และต.โคกสะอาด อ.ฆ้องชัย จ.กาฬสินธุ์ .กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มณี หงส์พิพิธ และคณะ. 2551. โครงการการศึกษาและสรุปบทเรียนการจัดการตลาดทางเลือกของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ชมรมรักษัธรรมชาติ จังหวัดยโสธร. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ไมตรี นันตะจันทร์ และคณะ. 2556. โครงการวิจัยเรื่องนวัตกรรมองค์การกับการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรรมยั่งยืนจังหวัดลำพูน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สถาบันชุมชนเกษตรกรรมยั่งยืน. 2556. เกษตรอินทรีย์ในระบบเกษตรกรรมยั่งยืนและระบบตลาดที่เป็นธรรม. เชียงใหม่ : โคชยัน มีเดีย ทีม
- อรุณี เวียงแสง. 2550. โครงการวิจัยเรื่องการจัดการตลาดผักปลอดสารพิษที่เหมาะสมและเป็นธรรมในช่วงการ ปรับเปลี่ยนระบบการผลิตสู่เกษตรกรรมยั่งยืน เครือข่ายเกษตรกรรมทางเลือก อำเภอยุยม จังหวัดแม่ฮ่องสอน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อรุณี เวียงแสง. 2554. ตลาดปลอดสารพิษตลาดในวิถีที่ขุนยวม แม่ฮ่องสอน ในโอกาสและทางเลือกของเกษตรกรบนเส้นทางสายโซ่อุปทาน. จันทรจรัส เร็วเดชะ. บรรณาธิการ . กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ภาคผนวก

ประมวลภาพกิจกรรมต่าง ๆ











แปรรูปขนมหลากหลาย จากแป้งข้าวพื้นบ้าน

Muffin ข้าวเหนียวดำ

ส่วนผสม
แป้งข้าวเหนียวดำ 150 กรัม ไข่ไก่ 1 ฟอง
นมผง 25 กรัม นม 70 กรัม นมข้นหวาน 50 กรัม นมข้นจืด 50 กรัม (ปรุงรส)
น้ำตาล 50 กรัม

วิธีทำ
1. ตีไข่ไก่กับนมผงจนเข้ากัน
2. เติมนมข้นหวาน นมข้นจืด และน้ำตาล ตีต่อจนเข้ากัน
3. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
4. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
5. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
6. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
7. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
8. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
9. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
10. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน

Dango คิงโงะ

ส่วนผสม
แป้งข้าวเหนียว 50 กรัม นมผง 40 กรัม นมข้นหวาน 50 กรัม นมข้นจืด 50 กรัม (ปรุงรส)

วิธีทำ
1. ตีไข่ไก่กับนมผงจนเข้ากัน
2. เติมนมข้นหวาน นมข้นจืด และน้ำตาล ตีต่อจนเข้ากัน
3. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
4. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
5. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
6. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
7. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
8. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
9. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
10. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน

คุกกี้ข้าว สุกครี้ง

ส่วนผสม
แป้งข้าวเหนียว 150 กรัม นมผง 25 กรัม นม 70 กรัม นมข้นหวาน 50 กรัม นมข้นจืด 50 กรัม (ปรุงรส)
น้ำตาล 50 กรัม

วิธีทำ
1. ตีไข่ไก่กับนมผงจนเข้ากัน
2. เติมนมข้นหวาน นมข้นจืด และน้ำตาล ตีต่อจนเข้ากัน
3. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
4. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
5. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
6. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
7. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
8. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
9. เติมนมผงที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน
10. เติมนมข้นจืดที่เหลือ ตีต่อจนเข้ากัน





ตราสัญลักษณ์ช่วงเกษตรอินทรีย์

