

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ เครื่องข่ายการเรียนรู้ของชาวเขาที่ขายสินค้าในเขตเมือง
 เชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน Miss AYAKO TOMITA

ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาอนุระบบ

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดุสิต ดวงสา ประธานกรรมการ

 อาจารย์ วิสุทธิ์ วานิช กรรมการ

 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยงยุทธ เปลียนผดุง กรรมการ

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์นี้ มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาเครือข่ายทางสังคม และเครือข่ายการเรียนรู้ของชาวเขาที่ขายสินค้าในเขตเมืองเชียงใหม่ และเงื่อนไขปัจจัยที่เกี่ยวกับการขายสินค้าของชาวเขาเหล่านี้ โดยกำหนดพื้นที่ศึกษาในเขตเมืองเชียงใหม่โดยเฉพาะบริเวณตลาดไนท์บาซาร์ และบริเวณใกล้เคียง เช่น ตลาดอนุสาร ถนนท่าแพ และถนนลอยเคราะห์ เป็นต้น ในการศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต และสัมภาษณ์กลุ่มชาวเขาเผ่าอาข่าที่ขายสินค้าในเขตเมืองเชียงใหม่ จำนวน 10 คน ข้อมูลที่ได้รับการตรวจสอบความสมบูรณ์ และแยกแยะเป็นหมวดหมู่เพื่อตอบวัตถุประสงค์ การนำเสนอข้อมูลเป็นกรณีศึกษา จำนวน 10 กรณี และการบรรยายเชิงวิเคราะห์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

เครือข่ายทางสังคมของชาวเขาที่ลงมาจากหมู่บ้านบนพื้นที่สูง ส่วนหนึ่งอาศัยเครือข่ายใกล้ชิด ได้แก่ พ่อแม่ พี่ และสามี แต่อีกส่วนหนึ่งอาศัยเครือข่ายรอง ได้แก่ เพื่อนบ้าน ส่วนเครือข่ายทางสังคมของชาวเขาที่ขายสินค้าในเขตเมืองเชียงใหม่ ทุกคนอาศัยเครือข่ายรอง ได้แก่ เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ และผู้ผลิต แต่บางคนอาศัยเครือข่ายใกล้ชิดด้วย ได้แก่ พ่อแม่ พี่ สามี และภรรยา เป็นต้น นอกจากนี้ทุกคนอาศัยเครือข่ายขยายด้วย ได้แก่ ร้านค้า ลูกค้าประจำหรือนักท่องเที่ยว และผู้ให้เช่าสถานที่ เครือข่ายการเรียนรู้ของชาวเขาที่ขายสินค้าในเรื่องการเตรียมสินค้า ประเภทและลักษณะสินค้า วิธีการขายสินค้า ความต้องการของลูกค้า ส่วนใหญ่เรียนรู้จากเครือข่ายรอง ได้แก่ เพื่อนร่วมอาชีพ และผู้ผลิต แต่บางคนเรียนรู้จากเครือข่ายใกล้ชิด ได้แก่ พ่อแม่ พี่ สามี และภรรยา ส่วนในเรื่องการเลือกสถานที่ ส่วนใหญ่

ติดต่อกับผู้ที่ให้เช่าสถานที่ เช่น ผู้จัดการธนาคาร เจ้าของบริษัททัวร์ และโซว์รูม ซึ่งเป็น
เครือข่ายขยาย

เงื่อนไขปัจจัยที่เกี่ยวกับการขายสินค้าของเขา ต้องมีความรู้การขายสินค้า เช่น
การเตรียมสินค้าและลักษณะสินค้าที่จะขาย วิธีการขายสินค้า ความต้องการของลูกค้า ภาษา
และการพูดคุยกับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับฤดูกาลท่องเที่ยว และสถานที่ที่เหมาะสม นอกจากนี้
ความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้า ต้องมีผู้ช่วยเหลือ มีทุน ความมีอิสระในการทำธุรกิจ และการมี
ศิลปวัฒนธรรมเฉพาะของเผ่า

Thesis Title Learning Network of Hilltribe Venders in Chiang Mai City

Author Miss. AYAKO TOMITA

M.Ed. Nonformal Education

Examining Committee

Asst.Prof.Dr.Dusit Duangsa Chairman

Lect.Visut Vanich Member

Asst.Prof.Yongyudh Plianpadung Member

Abstract

This thesis examined learning and social networks of hilltribe venders in Chiang Mai City area as well as factors/conditions related to and governing their vending activities. Study sites were the Night Bazaar and neighboring vicinity such as Anusarn Market, Ta Pae and Loy Kroh Roads. Being of qualitative nature, the study relied in its data collection effort on field observations and interviews with 10 Akha venders. Collected data were subsequently checked, cross-checked, classified, then descriptively and analytically presented in 10 case studies.

Findings were as follows:

Their social networks primarily involved those within a close circle such as parents, brothers and sisters, and husbands. Secondary ones comprised neighbors. Some interviewed venders relied on the former type of networks while each and everyone relied on the latter. Moreover, all of them resorted to expanded networks, e.g., street shops, regular customers or tourists, and landlords.

Their learning networks, normally featuring goods preparation, types and nature of goods, selling methods/techniques, customer needs etc. Most interviewed venders learned from such secondary networks as covenders and producers. However, some learned from close, primary networks such as parents, husbands and wives, and brothers and sisters. As regards the choice of selling

location most of them contacted such landlords, i.e., expanded networks, as bank managers, tour agency owners, and showroom operators.

As far as factors/conditions related to or governing their vending activities were concerned. The following had been identified : sufficient knowledge about goods preparation, nature and types of goods to sell, selling methods/techniques; customer needs; language and conversations with customers; knowledge about tour seasons and appropriate vending location. Moreover, they had to have supporters, capital, entrepreneurial autonomy, and tribe-specific artistic and cultural knowledge and skills