



วิทยานิพนธ์

กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี
สู่ตลาดในประเทศจีน

THE COMMUNICATION PROCESS FOR ENHANCING THE MARKET ACCESS
OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS FROM
CHANTHABURI PROVINCE TO CHINA

DONG ZHENZHEN

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
พ.ศ. 2569

วิทยานิพนธ์

กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี
สู่ตลาดในประเทศจีน

THE COMMUNICATION PROCESS FOR ENHANCING THE MARKET ACCESS
OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS FROM
CHANTHABURI PROVINCE TO CHINA

DONG ZHENZHEN

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

เสนอต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

พ.ศ. 2569



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

เรื่อง

กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี
สู่ตลาดในประเทศจีน

THE COMMUNICATION PROCESS FOR ENHANCING THE MARKET ACCESS
OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCTS FROM
CHANTHABURI PROVINCE TO CHINA

DONG ZHENZHEN

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

3cr

ประธานสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร)

Dr. N.

ประธานที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.นิสากร ยินดีจันทร์)

Dr.

กรรมการที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี)

Dr.

กรรมการสอบ
วิทยานิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ภุชพัฒน แก้วตาธนาวัฒนา)

ได้รับอนุมัติจากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร

Dr.

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(อาจารย์ ดร.ภุชพัฒน แก้วตาธนาวัฒนา)

วันที่ 16 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2569

Dong Zhenzhen. (2569) กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัด
จันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการนวัตกรรมการสื่อสาร).
จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : อาจารย์
ดร.นิสากร ยินดีจันทร์, ประ.ด.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัด
จันทบุรีในตลาดประเทศจีน และ 2) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตร
อินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ
เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีน
เกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี ผู้บริหารท้องถิ่น นักวิชาการด้านการสื่อสารการเกษตร และ
ประชาชนชาวบ้าน รวมทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคและผู้นำเข้าชาวจีนให้ความสำคัญกับมาตรฐานการรับรองอินทรีย์
ความปลอดภัย คุณภาพ รสชาติ และบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะทุเรียนและมังคุด
อินทรีย์จากจังหวัดจันทบุรีซึ่งเป็นที่ยอมรับสูง นอกจากนี้ ยังพบว่าตลาดจีนมีการเติบโตต่อเนื่องทั้งใน
รูปแบบผลสดและผลไม้แปรรูป ซึ่งสะท้อนโอกาสทางการตลาดที่สำคัญของเกษตรอินทรีย์ไทย ในด้าน
กระบวนการสื่อสาร พบว่าความสำเร็จขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน ได้แก่ 1) การจัดการสื่อสาร
การตลาดแบบบูรณาการที่ครอบคลุมการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล
2) การสื่อสารกับภาครัฐเพื่อเข้าถึงนโยบายและมาตรการสนับสนุนที่เหมาะสม และ 3) การสร้าง
เครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ชุมชน และผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและ
ความยั่งยืนของการผลิตและการตลาด ข้อเสนอแนะจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ภาครัฐควรพัฒนากลไก
การสื่อสารที่ชัดเจนและเข้าถึงง่าย สนับสนุนการรับรองมาตรฐานสากล และผลักดันการสร้างตรา
สินค้าเกษตรอินทรีย์ไทย ในขณะเดียวกันเกษตรกรและผู้ประกอบการควรเสริมสร้างองค์ความรู้ด้าน
การตลาดออนไลน์ การจัดการคุณภาพ และการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ตอบสนองต่อผู้บริโภคจีน เพื่อ
เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและขยายโอกาสทางการตลาดอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : เกษตรอินทรีย์, การสื่อสารการตลาด, จันทบุรี, ตลาดผลไม้

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Dong Zhenzhen. (2026). **The Communication Process for Enhancing the Market Access of Organic Agricultural Products from Chanthaburi Province to China.**

Thesis M.Com.Arts. (Communication Innovation Management). Chanthaburi : Rambhai Barni Rajabhat University. Principal Thesis Advisor : Dr. Nisakorn Yindeechan, Ph.D.

Abstract

This research aimed to: 1) study the communication methods of television hosts' characteristics on online media, and 2) study the relationship between personal factors and the communication of television hosts' characteristics on online media. The research instrument measured host communication characteristics, including host characteristics, verbal communication, nonverbal communication, and storytelling/content creation. This study employed a quantitative research approach. Data were collected from 400 Chinese Douyin users, selected via quota and convenience sampling. The statistics used for data analysis included frequency distributions, percentages, means, standard deviations, t-tests, and F-tests for analysis of variance.

The research findings revealed that: 1) the overall communication of television hosts' characteristics on online media were at the highest level, with a mean of 4.41. Key aspects included appropriate makeup and attire, the ability to attract viewers, correct language usage and pronunciation, proper tone and speech, natural conversation initiation, and interesting content presentation skills. 2) Personal factors had a statistically significant relationship with the communication of television hosts' characteristics on online media at the 0.05 level. The results of this research can serve as guidelines for identifying and communicating the characteristics of high-quality and popular hosts in online media.

Keywords : Communication of Host Characteristics, Television Programs, Online Media

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัด จันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน” สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยใคร่ ขอกราบขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.นิสากร ยืนดีจันทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ได้กรุณาให้ คำแนะนำอย่างใกล้ชิดทั้งในด้านแนวคิด ทฤษฎี และกระบวนการวิจัย ตลอดจนกำลังใจอันล้ำค่าที่ทำให้ ผู้วิจัยสามารถดำเนินการศึกษาได้อย่างมั่นคง ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะ ศรี และ อาจารย์ ดร.เมทยา ปรียานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำที่สร้างสรรค์ ช่วย ชี้แนะในประเด็นเชิงวิชาการ และเสริมความสมบูรณ์ให้กับงานวิจัยในทุกขั้นตอน อีกทั้งขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงห์ สิงห์ขจร ประธานสอภวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ ต่อการปรับปรุงงานวิจัยนี้ให้มีคุณภาพสูงขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ภูริพัฒน์ แก้วตารณวัฒนา คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ที่ให้การสนับสนุนด้านวิชาการและส่งเสริมการ ทำวิจัยตลอดระยะเวลาเรียนในหลักสูตร นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอแสดงความซาบซึ้งใจต่อ ผู้ประกอบการธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ชาวจีน เกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี ผู้บริหารท้องถิ่น นักวิชาการ และประชาชน ชาวบ้าน ที่กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลเชิงลึกอันทรงคุณค่าในการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม ทำให้ผู้วิจัย ได้ข้อค้นพบที่สำคัญและสอดคล้องกับบริบทจริงในพื้นที่

ผู้วิจัยยังขอขอบคุณ เพื่อนร่วมรุ่นในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ที่คอยเป็นแรงสนับสนุน ทางจิตใจ ร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และช่วยเหลือในหลายด้าน รวมทั้ง ครอบครัวของผู้วิจัย ที่คอยให้ กำลังใจ ความเข้าใจ และความรักอันอบอุ่นตลอดเส้นทางการศึกษาครั้งนี้ สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอมอบผลงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นเกียรติแก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมและสนับสนุน เพื่อให้ เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารและการส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์ในสังคมไทยและ นานาชาติต่อไป

Dong Zhenzhen

สิงหาคม 2568

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(1)
บทคัดย่อภาษาไทย	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(5)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามนำการวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์.....	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.5 ประโยชน์ของการวิจัย.....	7
1.6 นิยามศัพท์การวิจัย.....	7
1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 ทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร.....	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการทำเกษตรอินทรีย์.....	18
2.3 แนวคิดและทฤษฎีการส่งเสริมเกษตร.....	36
2.4 สินค้าทางการเกษตรในจังหวัดจันทบุรีที่ส่งออกไปประเทศจีน.....	40
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	45
3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	37
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
3.3 การตรวจสอบข้อมูล.....	47
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	50
4.1 ความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน.....	50
4.2 เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี.....	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
สู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม.....	58
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	63
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	63
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	65
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	69
บรรณานุกรม.....	70
ภาคผนวก.....	73
ภาคผนวก ก. แบบสัมภาษณ์การวิจัย.....	74
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	75

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 กระบวนการกระบวนการทางการสื่อสาร.....	23
3.1 โครงสร้างวัตถุประสงค์และความสัมพันธ์ของแนวคิด/ทฤษฎี และวิธีการดำเนินการ.....	49

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดการวิจัยกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัด จันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน.....	9
2.1 แสดงกระบวนการสื่อสาร SMCR.....	12
2.2 แสดงการเปรียบเทียบสูตรการสื่อสารของลาสเวลล์กับองค์ประกอบของการสื่อสาร.....	13
2.3 แบบจำลองการสื่อสารของแซนน์และวีเวอร์.....	16
2.4 แสดงรูปแบบจำลองเชิงวงกลมแรมม์.....	17
2.5 การบริหารการสื่อสาร.....	22
4.1 สัมภาษณ์สิ่งและผู้บริโภคหรือผู้นำเข้าในจีนต้องการ.....	51
4.2 ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์.....	55
4.3 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี.....	59
4.4 ใช้เทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่เพื่อการสื่อสารการตลาด.....	61

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมสินค้าการเกษตรเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนโดยรวมในหลายพื้นที่ มีพื้นที่ครอบคลุมทั่วโลกและยังสามารถสร้างรายได้และยกระดับความเป็นอยู่ให้แก่ประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำเกษตรอินทรีย์ มีความสำคัญต่อมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เกษตรกรผู้ผลิตไม่ต้องสัมผัสสารเคมีจากการทำเกษตรโดยใช้ปุ๋ยยาเคมี ส่งผลต่อสุขภาพให้ดีขึ้นในระยะยาว ผู้บริโภคปลอดภัยจากสารเคมีตกค้างในผักและผลไม้ที่บริโภค สิ่งแวดล้อมสามารถเติบโตองงามได้โดยการพึ่งพาตนเอง พื้นผิวดินและน้ำ รักษาสมดุลของธรรมชาติและระบบนิเวศโดยรวมอย่างยั่งยืน ในปัจจุบันมีกระแสว่าการทำสินค้าการเกษตรโดยใช้สารเคมีเป็นสิ่งที่ก่อผลเสียต่อสภาพแวดล้อม จึงเกิดการทำสินค้าการเกษตรอินทรีย์ขึ้นมา ในปี 2562 มีเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นเป็น 3.1 ล้านครอบครัว โดยทำการผลิตในพื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน 451,875 446.88 ไร่ ทำให้พื้นที่เกษตรอินทรีย์คิดเป็นสัดส่วนราวร้อยละ 1.5 ของพื้นที่สินค้าการเกษตรทั้งหมด เป็นปีสองที่ประเทศไทยได้ขึ้นติดอันดับ 10 ประเทศที่มีเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ โดยประเทศไทยได้ขยับจากลำดับที่ 8 ของประเทศที่มีผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์จำนวนมากมาเป็นลำดับ 5 โดยประเทศอินเดียยังคงครองแชมป์ประเทศที่มีเกษตรกรอินทรีย์มากที่สุด จำนวน 1.366 ล้านครอบครัวรองลงมาคือ ยูกันดา เอธิโอเปีย แทนซาเนีย แล้วจึงประเทศไทย จำนวน 118,985 ครอบครัว แต่ถ้าดูในเชิงของพื้นที่เกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองประเทศไทยจะอยู่ลำดับที่ 50 กว่า จากทั้งหมด 186 ประเทศ นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่ธรรมชาติ ที่ได้รับการรับรองเกษตรอินทรีย์ (พื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตป่า-ธรรมชาติ) อีก 217.5 ล้านไร่ ตลาดเกษตรอินทรีย์โลกขยายตัวราวร้อยละ 9.6 รวมมูลค่า 106 พันล้านยูโร หรือราวๆ 3.71 ล้านล้านบาท โดยตลาดออร์แกนิกที่ใหญ่ที่สุดคือ สหรัฐอเมริกา (44.7 พันล้านยูโร) รองลงมาคือ เยอรมัน (12.0 พันล้านยูโร) และฝรั่งเศส (11.3 พันล้านยูโร) สำหรับสถิติเกษตรอินทรีย์ไทย ที่เก็บรวบรวมโดยมูลนิธิสายใยแผ่นดิน-กรีนเนท พบว่าในปี 2562 มีเกษตรกร 118,985 ครอบครัวที่ทำเกษตรอินทรีย์ โดยมีพื้นที่ที่ได้รับการรับรอง 1.778 ล้านไร่ โดยพื้นที่เกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ของไทยเป็นนาข้าว 1.056 ล้านไร่ ซึ่งเป็นผลจากโครงการ “ข้าวอินทรีย์ล้านไร่” ของกรมการข้าว ที่เริ่มต้นในปี 2560 ที่ทำให้ข้าวอินทรีย์ไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา แต่โครงการนี้ จะหมดลงในปี 2564 นี้ ซึ่งหลายฝ่ายคาดว่า จะส่งผลให้การรับรองลดลงอย่างรวดเร็วในช่วงปีหน้าด้วย (The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends, 2021: 141) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 เรื่องการพัฒนาภาคเกษตร ได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับการผลิตสินค้าการเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ โดย 1) พัฒนาระบบมาตรฐานสินค้าการเกษตรและอาหารให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งในกลุ่มสินค้าที่เป็นอาหารและไม่ใช่อาหาร อาทิ สมุนไพร ผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ยา พลังงานทดแทน วัสดุชีวภาพ รวมถึงการพัฒนาระบบการตรวจ

รับรองคุณภาพและระบบตรวจสอบย้อนกลับให้เป็นไปตามมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับของตลาดภายใน และต่างประเทศอย่างทั่วถึง และการกำกับดูแลให้มีการบังคับใช้กฎหมายเพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐาน สินค้าการเกษตรและอาหารอย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง 2) ส่งเสริมการผลิตสินค้าการเกษตรและอาหาร ให้ได้คุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยและการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาวะ โดยให้ความรู้ด้าน กระบวนการผลิตตามมาตรฐาน อาทิ หลักการปฏิบัติทางสินค้าการเกษตรที่ครอบคลุมถึงส่งเสริมการผลิต สินค้าการเกษตรและอาหารสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีมาตรฐานเฉพาะ อาทิ สินค้าการเกษตรอินทรีย์ สินค้าฮาลาล และสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการกำหนดมาตรการจูงใจในการปรับปรุงการผลิต และการส่งเสริมวางระบบการตรวจสอบย้อนกลับ รวมทั้งส่งเสริมการผลิตอาหารที่มีคุณภาพและ เพียงพอสำหรับเด็กในวัยเรียนเพื่อเพิ่มสุขภาวะและศักยภาพการเรียนรู้ และสร้างความตระหนักในการ บริโภคอาหารและโภชนาการที่ส่งผลต่อสุขภาวะ และ 3) ขับเคลื่อนการผลิตสินค้าการเกษตรอินทรีย์อย่าง จริงจัง โดยการสร้างแรงจูงใจในการปรับเปลี่ยนเข้าสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ผ่านมาตรการทางการเงิน การคลัง การส่งเสริมการผลิต การยกระดับราคาสินค้าการเกษตรอินทรีย์ให้แตกต่างจากสินค้าการเกษตร ที่ใช้สารเคมีตลอดจนมาตรการส่งเสริมตลาด และแนวทางอื่นๆ เช่น การใช้หลักการคาร์บอนเครดิต เป็นต้น การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับกลุ่มผู้บริโภค การพัฒนาระบบการรับรองมาตรฐานและ การพิสูจน์ตรวจสอบคุณภาพสินค้าการเกษตรอินทรีย์การส่งเสริมกระบวนการตรวจรับรองแบบมีส่วนร่วม รวมทั้งการจัดทำโซนนิ่งระบบเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นรูปธรรม โดยนำร่องในพื้นที่ที่มีความพร้อมและ เหมาะสม และเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อขยายฐานรายได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานรัฐมนตรี, 2560: 89) คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติจึงได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560-2564 ขึ้นโดยกำหนดกรอบแนวคิดในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์และดำเนินการภายใต้พื้นฐาน ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ที่สอดคล้องกับภูมิสังคมแต่ละพื้นที่และวิถีชีวิตดั้งเดิม เน้นการส่งเสริม เกษตรกรไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และพัฒนาการผลิตในเชิงการค้า ขยายเครือข่ายเชื่อมโยงสู่การค้า ระดับประเทศและระหว่างประเทศ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามวิถีพื้นบ้าน ที่เป็นระบบการผลิตเพื่อ พึ่งตนเองเป็นหลักและยึดตามวิถีธรรมชาติและไม่ใช้สารเคมีทุกชนิด ภาครัฐสนับสนุนด้านความรู้ด้านการ ผลิตและการสร้างตลาดอินทรีย์ในระดับต่าง ๆ โดยมุ่งให้ความสำคัญกับกลุ่มเกษตรอินทรีย์ที่มีความพร้อม เป็นผู้นำต้นแบบในการดำเนินการเพื่อให้มีอาหารปลอดภัย ได้มาตรฐาน และการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้ ได้การรับรองตามมาตรฐาน โดยเน้นการเทียบเคียงมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองที่เท่าเทียม ในระดับสากล และดำเนินการควบคู่กับการทำสัญญาการผลิต โดยรัฐอำนวยความสะดวกและกำกับดูแล ให้เกิดความเป็นธรรมของคู่สัญญาการขยายตลาดต่างประเทศ และจัดหาข้อมูลตลาด รวมทั้งการสร้าง ช่องทางจำหน่ายและเพิ่มพื้นที่ตลาดสินค้าการเกษตรอินทรีย์ เพื่อรองรับผลผลิตและผลิตภัณฑ์เกษตร อินทรีย์ รวมถึงการสร้างตราสินค้าการเกษตรอินทรีย์ไทยให้เป็นที่ยอมรับ (คณะกรรมการพัฒนาเกษตร อินทรีย์แห่งชาติ, 2560: 54)

การทำเกษตรอินทรีย์ เป็นแนวทางที่ปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ จึงทำให้คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยเล็งเห็นความสำคัญของการทำเกษตรอินทรีย์ซึ่งถือได้ว่าเป็นการทำสินค้าการเกษตรที่มีส่วนร่วมในการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมแบบปกติให้ยั่งยืน มีดำเนิการทำสินค้าการเกษตรภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงผลเสียของการทำสินค้าการเกษตรโดยใช้สารเคมี โดยผู้ที่ได้รับผลกระทบนั้นก็คือทุกสิ่งที่อยู่ในวงจรการผลิตไปจนถึงผู้บริโภค เนื่องจากอาหารการกินเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญมากที่สุดสำหรับสิ่งมีชีวิต เรื่องของอาหารถือเป็นประเด็นที่ค่อนข้างละเอียดอ่อนในแง่ของความถูกสุขอนามัยและสิ่งเจือปน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสารพิษตกค้างในอาหารจากอุตสาหกรรมสินค้าการเกษตร การสะสมของสารพิษในร่างกายผ่านการรับประทานอาหารที่ปนเปื้อนสารเคมีก่อให้เกิดผลกระทบที่ตามมา แบ่งออกเป็น 2 ภาวะ คือ ภาวะที่แสดงให้เห็นอย่างฉับพลัน เช่น การบริโภคอาหารที่ปนเปื้อนสารเคมีแล้วคลื่นไส้ วิงเวียนศีรษะ คลื่นไส้อาเจียน และภาวะที่ส่งผลต่อสุขภาพในระยะยาว เช่น การสะสมของสารเคมีที่ปนเปื้อนจากอาหารในร่างกายเมื่อสะสมมากขึ้นจะแสดงอาการให้เห็นโดยอาจก่อให้เกิดโรคต่างๆ ตามมา เกษตรอินทรีย์ยังมีความสำคัญต่อเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีเป็นอย่างมากและ เนื่องจากจังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่เกษตร ประมาณ 2,200,675 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 55.56 ของพื้นที่ทั้งหมด ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวน โดยพื้นที่ร้อยละ 70.44 ของพื้นที่สินค้าการเกษตรเป็นพื้นที่ปลูกไม้ผลไม้ยืนต้น จำนวนครัวเรือนเกษตรกร 75,327 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 45.40 ของครัวเรือนจังหวัด 165,906 ครัวเรือนโดย เฉพาะเป็นแหล่งผลิตผลไม้ที่สำคัญของประเทศ ประกอบด้วยทุเรียน เงาะ มังคุด คิดเป็นมูลค่า 10,287 ล้านบาท ในปี 2555 ปริมาณผลผลิตผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี ทุเรียน 206,175 ตัน มังคุด 69,550 ตัน เงาะ 145,663 ตัน ปริมาณผลไม้ที่กระจายไปจำหน่ายนอกแหล่งผลิตส่งออกต่างประเทศ (ผลไม้เกรดเอ) ร้อยละ 20 ส่วน ผลไม้ที่เหลือ ร้อยละ 80 อยู่ในเกรดบีและเกรดซี จำหน่ายในประเทศร้อยละ 70 และส่งออกชายแดนไทย-กัมพูชาร้อยละ 10 ซึ่งส่งผลให้ราคาผลผลิตตกต่ำ ผลไม้จังหวัดจันทบุรีคิดเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 15,000 ล้านบาท มูลค่าสินค้าการเกษตรปี 2554 โดยประมาณคิดเป็นมูลค่า 54,311 ล้านบาท ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ด้านพืช 43,600 ล้านบาท ปศุสัตว์ 1,785 ล้านบาท ประมง 8,926 ล้านบาท เมื่อปี พ.ศ. 2555 มีมูลค่าสินค้าการเกษตรอินทรีย์ ประมาณ 1,964.82 ล้านบาท (คิดจากพื้นที่โดยรวมประมาณ 89,310 ไร่ ผลผลิตประมาณ 98,241 ตัน) ปี 2556 แนวโน้มเพิ่มขึ้น มีมูลค่าประมาณ 2,327.31 ล้านบาท (คิดจากพื้นที่โดยรวมประมาณ 91,989 ไร่ ผลผลิตประมาณ 105,787 ตัน (สถาบันพัฒนาประชาสังคม, 2560)

สถานการณ์การใช้สารเคมีทางสินค้าการเกษตรของประเทศไทยดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการนำเข้าสารเคมีทางสินค้าการเกษตรมากเป็นลำดับต้นๆ ของโลก และมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ แม้ว่าสารเคมีทางสินค้าการเกษตรจำพวกปุ๋ยจะเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของพืชอาหาร ช่วยลดความเสี่ยงในเรื่องความเสียหายต่อผลผลิต ทำให้ผลิตภาพทางสินค้าการเกษตรเพิ่มสูงขึ้น สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและเศรษฐกิจของประเทศ แต่การใช้สารเคมีที่มากเกินไปจนเกินความจำเป็น และไม่ถูกต้องเหมาะสมจะทำให้เกิดผลกระทบด้านต่างๆ มากมาย ทั้งในด้านสุขภาพของเกษตรกร ผู้บริโภค ด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งด้านเศรษฐกิจของประเทศ ปัญหาด้านสุขภาพและความเสี่ยงจากสารเคมีทางสินค้าการเกษตรสามารถแบ่ง

ออกเป็น 2 ส่วน คือ ผลกระทบที่เป็นพิษเฉียบพลัน ซึ่งผู้ป่วยจะมีการในทันทีหลังจากสัมผัสสารเคมีเช่น คลื่นไส้ อาเจียน ปวดหัว ปวดกล้ามเนื้อ ท้องร่วง หายใจติดขัด และตาพร่า เป็นต้น และผลกระทบที่เป็นพิษเรื้อรัง ซึ่งเกิดจากพาหะสะสมที่ก่อให้เกิดโรคหรือปัญหาอื่นๆ เช่น มะเร็ง เบาหวาน อัมพฤกษ์อัมพาต โรคผิวหนังต่างๆ การเป็นหมัน การพิการของทารกแรกเกิด เป็นต้น นอกเหนือจากผลกระทบต่อเกษตรกรโดยตรง การตกค้างของสารเคมีกำจัดศัตรูพืชในอาหารได้เพิ่มความเสี่ยงต่อผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มรายได้ต่ำ และผู้บริโภคในเมืองที่พึ่งพาอาหารปรุงสำเร็จและไม่สามารถเข้าถึงผักและผลไม้ที่ปราศจากสารเคมี ปัญหาการตกค้างของสารเคมีในสิ่งแวดล้อม ซึ่งสาเหตุเกิดจากการแพร่กระจายของสารเคมีในระหว่างการฉีดพ่น เนื่องจากสารเคมีส่วนใหญ่จะกระจายจากบริเวณของพืชที่ต้องการฉีดพ่นลงสู่พื้นและบางส่วนระเหยอยู่ในอากาศทำให้มีการสะสมอยู่ในพื้นดินและน้ำ ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของสัตว์เลี้ยง และสัตว์ในธรรมชาติในที่สุดจะส่งผลให้เกิดการสะสมของสารเคมีในห่วงโซ่อาหารและทำให้สิ่งมีชีวิตในระบบห่วงโซ่อาหารทุกระดับได้รับผลกระทบ นอกจากนี้ยังทำลายแมลงที่เป็นประโยชน์ในการช่วยทำลายแมลงศัตรูพืช เช่น ตัวห้ำ ตัวเบียน หรือแมลงที่ช่วยผสมเกสร เช่น ผึ้ง เป็นต้น การใช้สารเคมีทางสินค้าการเกษตรยังเป็นพิษต่อไส้เดือนดิน ซึ่งเป็นสัตว์ที่ช่วยย่อยสลายเศษซากอินทรีย์วัตถุในดินทำให้ดินอุดมสมบูรณ์ทำให้ดินโปร่งร่วนซุยอากาศถ่ายเทได้ดี ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจนั้น ไม่เพียงแต่ผลกระทบภายนอกจากการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชในประเทศไทยที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เท่านั้น แต่ความเสียหายจากการใช้สารเคมีทางสินค้าการเกษตรที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ความเสียหายต่อการส่งออก โดยวิกฤตสารเคมีกำจัดศัตรูพืชตกค้างส่งผลกระทบอย่างมากต่อการส่งออกสินค้าการเกษตรไปยังต่างประเทศหากตรวจพบสารเคมีปนเปื้อนเกินอัตรากำหนด ซึ่งความเสียหายดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะผู้ส่งออกสินค้าทางการเกษตรและอาหารรายใหญ่ของโลก (สาคร ศรีมุข, 2556 : 6-11)

ภาคการส่งออกสินค้าสินค้าการเกษตรไปยังต่างประเทศในปัจจุบัน มีการเข้มงวดเรื่องสารเคมีตกค้างเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่นการส่งออกไปยังประเทศจีนก็ยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องสารเคมีตกค้างเป็นอย่างมาก ซึ่งที่ผ่านมาในงานพืชสวนก้าวหน้า ครั้งที่ 15 (HORITEX 2018) ที่ศูนย์วิจัยพืชสวนจันทบุรี วันที่ 14 ธันวาคม 2561 เวทีประชุมหารือ “GAP ไม่มีไม่ได้แล้ว” ได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมรับฟังกว่า 200 คน โดยมี ดร. เสริมสุข สลักเพชร อธิบดีกรมวิชาสินค้าการเกษตร ประธานประชุม ตอบคำถาม จากผู้ร่วมเวที อาทิ อาจารย์ปราโมช ร่วมสุข ประธานสถาบันทุเรียนไทย หน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น เกษตรจังหวัด 3 จังหวัดภาคตะวันออก ประธานแปลงใหญ่ทุเรียน จังหวัดระยอง จันทบุรี ตราด และสมาคมผู้ส่งออกทุเรียน มังคุด จันทบุรี-ชุมพร นายกสมาคมผู้ค้าและผู้ส่งออกผลไม้ไทย ผู้แทนผู้ประกอบการโรงคัดบรรจุ GMP ผลไม้ทั้งเปลือก จังหวัดระยอง จันทบุรี ตราด และ 7 ผู้แทนเกษตร GAP ดีเด่น เป็นต้น เพื่อหารือแนวทางการทำมาตรฐาน GAP ของทุเรียน และ GMP ของโรงคัดบรรจุ เพราะอนาคตทุเรียนต้องประสบปัญหาคู่แข่งด้านตลาดกับเพื่อนบ้านอาเซียนและเป็นผลไม้ที่สามารถส่งออกทำเงินได้ปีละกว่า 20,000 ล้านบาท โดยทางด้าน ดร. เสริมสุข สลักเพชร อธิบดีกรมวิชาสินค้าการเกษตร กล่าวถึงการค้าทุเรียนกับประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนที่เป็นคู่ค้าหลักของไทยว่า ไทย-จีน มีการทำพิธีสารระหว่างกระทรวงที่เกี่ยวข้องกัน ระหว่าง 2 ประเทศ ผลไม้ไทย 5 ชนิด คือ ทุเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่

มะม่วง และของจีน 5 ชนิด คือ แอปเปิ้ล สาลี่ ส้ม พุทรา องุ่น ที่ต้องขึ้นทะเบียนสวนและโรงคัดบรรจุ แต่ยังไม่เข้มข้น เรื่อง GAP/GMP การส่งออกมีการสวมสิทธิ์ GAP ในการส่งออก ใช้ทะเบียนโรงคัดบรรจุอื่นๆ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน GMP กรมวิชาการและการเกษตร ได้เตรียมดำเนินการ เรื่อง GAP ของสวนหรือเกษตรกร และเรื่อง GMP ของโรงคัดบรรจุแต่ไม่ได้รับความสนใจ เพราะเป็นความสมัครใจ ที่ผ่านมานับ 10 ปี การขายทุเรียนผลสดออกไปจำหน่ายมากในตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะกับตลาดจีนที่เป็นตลาดหลักไม่ได้มีการพัฒนาเรื่องมาตรฐานถึง “วันร้าย คืนร้าย” ปี 2561 จีนเข้มงวดจริงจังกับมาตรฐานทุเรียนผลสดจากไทยถึงกลับให้ไทยเข้มงวดในการออกไปสุขอนามัยพืช เนื่องจากตรวจพบแมลงศัตรูพืช (เพลี้ยแป้ง เพลี้ยหอย หนอนเจาะเมล็ด) และปริมาณยาต่างๆ ที่เกินมาตรฐาน ซึ่งจีนเตือนมาเป็นระยะๆ กว่า 1,000 ครั้ง ถึงเวลาแล้วที่สวนทุเรียนของเกษตรกรต้องมี GAP (Good Agricultural Practice : GAP) และโรงคัดบรรจุต้องมีมาตรฐาน GMP (Good Manufacturing Practice : GMP) เพื่อการตรวจสอบย้อนกลับทุเรียนที่มีปัญหาและเพื่อรับรองมาตรฐานทุเรียนไทยที่ส่งออกตลาดต่างประเทศที่มีคุณภาพ เพื่อแสดงศักยภาพของทุเรียนไทยที่มีคุณภาพมาตรฐานเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนในตอนนี้ ซึ่งอนาคตอันใกล้จะเป็นคู่แข่งสำคัญ (กาญจนา จินตกานนท์, 2562 : ออนไลน์)

กระบวนการสื่อสารนั้นมีความสำคัญและเป็นปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์เป็นอย่างดี เนื่องจากการสื่อสารด้านต่างๆ (สมหวัง อินทร์ไชย และคณะ, 2553: 9) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและคุณค่าของการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกันเองภายในกลุ่มผู้ทำเกษตรอินทรีย์ให้มีความเชื่อและปฏิบัติต่อไปอย่างเข้มแข็งและการสื่อสารกับผู้คนภายนอกให้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในการผลิตและการเลือกบริโภคสินค้าการเกษตรอินทรีย์ ทำให้เห็นถึงความสำคัญของระบบสินค้าการเกษตร ที่เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงใช้สารเคมีในกระบวนการสร้างผลผลิตทางสินค้าการเกษตรที่ส่งผลเสียต่อตัวเกษตรกรเองและผู้บริโภค ดังนั้นกระบวนการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่แสดงให้เห็นให้ผู้คนได้ตระหนักถึงผลลัพธ์ที่ได้และเป็นตัวอย่างที่ดีอีกทางเลือกหนึ่งของการทำสินค้าการเกษตรแบบยั่งยืน โดยข้อมูลเบื้องต้นนั้น ฝ่ายแผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี ได้ระบุเอาไว้ว่า โครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดจันทบุรี ขึ้นอยู่กับภาคเกษตรเป็นสำคัญ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดจันทบุรี (GPP) ในปี พ.ศ. 2559 มีสัดส่วนภาคสินค้าการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 55.40 โดยเป็นพื้นที่ปลูกไม้ผลยืนต้น จำนวน 1,689,279 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 73.93 (แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี พ.ศ.2561-2565 : 9)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคต่างให้ความสนใจเรื่องเกษตรอินทรีย์ พร้อมทั้งมีกระบวนการสื่อสารอย่างกว้างขวาง แต่จากการศึกษาวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังมีผู้ที่ศึกษาถึงปัญหาที่พบในกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี ปัจจัยกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรีให้ประสบความสำเร็จ แนวทางในกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี จากความสำคัญดังกล่าว จึงได้สนใจที่จะศึกษา “กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดใน

ประเทศจีน” ซึ่งจะเป็นประโยชน์โดยรวมต่อแวดวงการทำเกษตรอินทรีย์ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 คำถามนำวิจัย

- 1) ความต้องการสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีนเป็นอย่างไร
- 2) กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสมเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อศึกษาความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน
- 2) เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์การศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน” ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาขอบเขตของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วย กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจังหวัดจันทบุรี, เกษตรกรผู้ทำเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี, ผู้บริหารท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรี, ประชาชนชาวบ้านเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่เป็นที่ยอมรับใน จังหวัดจันทบุรีและผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการทางด้านกระบวนการสื่อสารและการสื่อสารการตลาด ในจังหวัดจันทบุรี

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยมุ่งศึกษาด้านเนื้อหาเกี่ยวกับความต้องการสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา ประกอบด้วย การเตรียมข้อมูล จัดลำดับข้อมูล การสัมภาษณ์ และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูล ระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ.2567 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ.2568

1.4.4 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจังหวัดจันทบุรี และกลุ่มเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี

1.5 ประโยชน์ของการวิจัย

- 1) เกษตรกรชาวสวนเกษตรอินทรีย์ได้ทราบถึงความต้องการสินค้าการเกษตรในตลาดประเทศจีน

- 2) หน่วยงานภาครัฐได้กำหนดนโยบายส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ไปในทิศทางที่ถูกต้อง
- 3) นักวิชาการ นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจได้แนวทางการกระบวนการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 กระบวนการสื่อสาร หมายถึง ขั้นตอนหรือวิธีการที่สาร (message) ถูกส่งจากผู้ส่งสาร (sender) ไปยังผู้รับสาร (receiver) ผ่านช่องทางหรือสื่อกลาง (channel) โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้รับเข้าใจและตีความสารนั้นตามที่ผู้ส่งตั้งใจ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจังหวัดจันทบุรี, เกษตรกรผู้ทำเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี, ผู้บริหารท้องถิ่น จังหวัดจันทบุรี, ประชาชนชาวบ้านเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่เป็นที่ยอมรับใน จังหวัดจันทบุรีและผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการทางด้านกระบวนการสื่อสารและการสื่อสารการตลาดในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งประกอบไปด้วยการวางแผนงานกระบวนการกลุ่ม กระบวนการทรัพยากร และการนำหรือการสั่งการรวมถึงการควบคุมกลุ่มเกษตรอินทรีย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกษตรกรผู้ทำเกษตรอินทรีย์และผู้ประกอบการธุรกิจได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนทั่วถึง และมีความรู้ความเข้าใจตรงกัน เกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์ และบุคคลภายนอกได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์รวมถึงมีความรู้ความเข้าใจในการเลือกบริโภคผลไม้อินทรีย์

1.6.2 การสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตร หมายถึง การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น คือ การที่ผู้รับสารทั้งภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่มมีความเข้าใจที่ดี และตรงกันกับผู้ส่งสาร ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่ทักษะในการสื่อสาร ความรู้ ปัจจัยของสาร ข้อมูลเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร และปัจจัยของสื่อ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

1.6.3 การส่งเสริมสินค้าการเกษตร หมายถึง กระบวนการในการให้บริการหรือระบบที่ช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวนโดยวิธีการให้ความรู้ เพื่อปรับปรุงวิธีการและเทคนิคทางสินค้าการเกษตร การปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผลไม้อินทรีย์ เพิ่มรายได้ รวมทั้งการปรับปรุงระดับความเป็นอยู่ระดับมาตรฐานทางสินค้าการเกษตร และสังคมของชีวิตกลุ่มเกษตรกรให้ดีขึ้น โดยการให้คำปรึกษา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ เพื่อให้ได้รับความรู้สามารถนำไปปฏิบัติได้

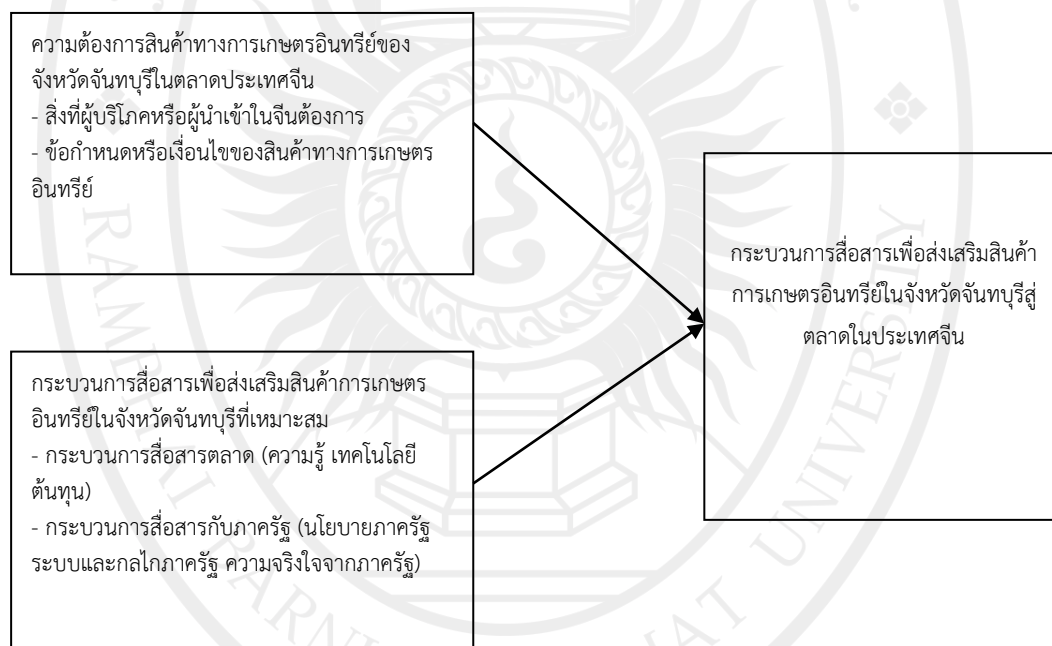
1.6.4 เกษตรอินทรีย์ หมายถึง การทำสินค้าการเกษตรที่ปลูกหรือปรับเปลี่ยนจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมที่มีการใช้สารเคมีในกระบวนการผลิตเป็นการใช้อินทรีย์วัตถุในการดำเนินการทุกกระบวนการทุกขั้นตอนในการผลิตผลไม้เพื่อบำรุงให้สวนผลไม้มีความอุดมสมบูรณ์และมีความแข็งแรงต้านทานโรคจากภาวะต่างๆ พัฒนาระบบการผลิตที่พึ่งพาตนเองโดยเป็นไปตามธรรมชาติ เพื่อรักษาสมดุลของธรรมชาติและความยั่งยืนของระบบนิเวศน์ และผลผลิตที่ได้จากการทำเกษตรอินทรีย์จะไม่มีสารเคมีตกค้างทำให้ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคได้รับความปลอดภัยจากสารเคมี

1.6.5 กลุ่มเกษตรกร หมายถึง ผู้ที่ปลูกพืชผลทางการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี

1.6.6 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีน หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรของชาวจีนที่ดำเนินกิจการด้านการผลิต แปรรูป และจำหน่ายสินค้าการเกษตรอินทรีย์ โดยยึดหลักการผลิตที่ปราศจากสารเคมีสังเคราะห์ ฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต และสารกำจัดศัตรูพืชที่เป็นอันตราย ทั้งนี้อาจมีการดำเนินธุรกิจภายในประเทศจีนเอง หรือขยายไปยังต่างประเทศ และดำเนินการอยู่ในจังหวัดจันทบุรี

1.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี” ผู้วิจัยได้นำหลักการ ปัจจัยในกระบวนการทางการสื่อสาร ของสุรพงษ์ โสธนะเสถียร และ กระบวนการสื่อสารของเดวิด เค.เบอร์โล (David K.Berlo) (1966) มาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังภาพประกอบ 1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัยกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน” ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับเพื่อศึกษาความต้องการสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารที่เป็นหนังสือ วารสารวิชาการ สื่ออินเทอร์เน็ต รายงานการประชุม หนังสือพิมพ์ เพื่อให้ได้แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาวิเคราะห์ เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร

- 2.1.1 ความหมายของทฤษฎีการสื่อสาร
- 2.1.2 แบบจำลองการสื่อสาร
- 2.1.3 กระบวนการทางการสื่อสาร

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการทำเกษตรอินทรีย์

- 2.2.1 ความหมายของคำว่า เกษตรอินทรีย์
- 2.2.2 หลักการของการทำเกษตรอินทรีย์
- 2.2.3 แนวทางของเกษตรอินทรีย์
- 2.2.4 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์
- 2.2.5 ผลไม้เกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการส่งเสริมเกษตร

- 2.3.1) หลักการส่งเสริมการเกษตร
- 2.3.2) รูปแบบในการส่งเสริมการเกษตร
- 2.3.3) กลยุทธ์ในการส่งเสริมการเกษตร
- 2.3.4) วิธีการและขั้นตอนในการส่งเสริมการเกษตร
- 2.3.5) เทคนิคในการส่งเสริมการเกษตร
- 2.3.6) ปรัชญาของการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- 2.3.7) วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
- 2.3.8) กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.4 สินค้าทางการเกษตรในจังหวัดจันทบุรีที่ส่งออกไปประเทศจีน

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร

2.1.1 ความหมายของทฤษฎีการสื่อสาร

ชินจิตต์ (2540 : 4) การสื่อสาร (Communication) โดยทั่วไปแล้ว หมายถึง กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือเพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมาโดยคาดหวังให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งต้องการ

ในขณะที่นักวิชาการหลายท่านได้แสดงทรรศนะและนิยามความหมายของการสื่อสารตามความรู้ ประสบการณ์และแนวคิดไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

ส่วน เอ็ดเวิร์ด สะเปียร์ (Edward Sapir) อ้างใน ประมะสตะเวทิน (2540: 28) กล่าวว่า "การสื่อสารคือการตีความหมายโดยสัญลักษณ์ต่อท่าทางที่แสดงเป็นสัญลักษณ์โดยไม่รู้ตัวต่อความคิดและต่อพฤติกรรมของบุคคล"

ทางด้าน วอร์เรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Warren W. Weaver) อ้างใน ประมะสตะเวทิน (2540: 28) ให้ความหมายการสื่อสารว่า "การสื่อสารเป็นคำที่มีความหมายกว้างและครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคนๆหนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่งการสื่อสารจึงไม่ได้หมายความว่าแค่เพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น หากยังรวมไปถึงดนตรีภาพการแสดงบัลเล่ต์และพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย"

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Schramm, 1974, p. 13) "การสื่อสารคือการมีความเข้าใจร่วมกันต่อสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (information signs)" ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (Charles E. Osgood) กล่าวว่า การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่งคือผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่งคือผู้รับสารโดยใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างทั้งสองฝ่าย

จากนิยามต่าง ๆ ข้างต้นทำให้สรุปได้ว่าการสื่อสารหมายถึงกระบวนการส่งรับข่าวสารข้อมูลโดยเริ่มต้นจากผู้ส่งสารส่งข่าวสารในรูปของสัญลักษณ์ภาพเสียงแสงการเคลื่อนไหวคำพูดตัวอักษรการแสดง ฯลฯ ผ่านช่องทางการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ไปยังผู้รับข่าวสารโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองตามที่ผู้ส่งสารคาดหวัง

2.1.2 แบบจำลองการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารนั้นมีผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวคิดมากมาย ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอแนวคิดแบบจำลอง และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1) แบบจำลองการสื่อสารของเดวิดเบอร์โล

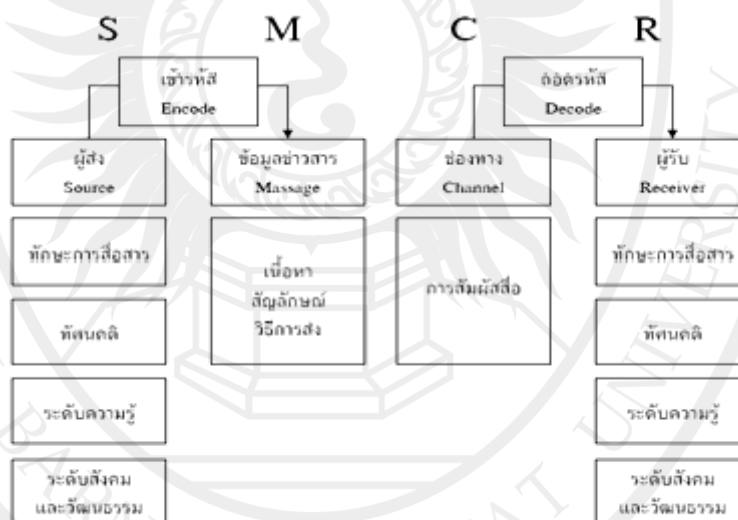
ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล เบอร์โล (Berlo, D. K) (1966) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะรับ แปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร ทฤษฎี S M C R ประกอบด้วย

(1) ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

(2) ข้อมูลข่าวสาร (message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

(3) ช่องทางในการส่ง (channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสาร ข้อมูลโดยผ่านประสาณทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

(4) ผู้รับ (receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การถอดรหัส” (decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสารความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผลตามลักษณะของทฤษฎี S M C R นี้ มีปัจจัยที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับที่จะทำการสื่อสารความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควรจะมี ความชำนาญในการส่งและการรับการเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้อง เช่น ผู้ส่งต้องมีความสามารถในการเข้ารหัสสาร มีการพูดโดยใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง ใช้คำพูดที่ชัดเจนฟังง่าย มีการแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่เข้ากับการพูด ท่วงทำนองลีลาในการพูดเป็นจังหวะ น่าฟัง หรือการเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้องสละสลวยน่าอ่าน เหล่านี้เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 แสดงกระบวนการสื่อสาร SMCR

แหล่งที่มา : (เบอร์โล Berlo, D. K, 1966)

เบอร์โล (Berlo, D. K) (1966) ยังได้กล่าวต่อว่า ส่วนผู้รับต้องมีความสามารถในการถอดรหัส และมีทักษะที่เหมือนกันกับผู้ส่งโดยมีทักษะการฟังที่ดี ฟังภาษาที่ผู้ส่งพูดมา รู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้ เป็นต้น ซึ่งผู้รับสารจะมีความแตกต่างกัน ดังนี้

(1) ทัศนคติ เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคติย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย เช่น ถ้าผู้ฟังมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูดก็มักจะมีความเห็นคล้อย

ตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงข้าม ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูดก็จะฟังแล้วไม่เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้น หรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติไม่ดีต่อกันท่วงทำนองหรือนำเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟัง แต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้วมักจะพูดกันด้วยความไพเราะอ่อนหวานน่าฟัง เหล่านี้เป็นต้น

(2) ระดับความรู้ ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อมจะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในเรื่องความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้ เช่น ไม่ใช่คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาว ๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น การที่หมอรักษาคนไข้แล้วพูดแต่คำศัพท์การแพทย์เกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ย่อมทำให้คนไข้ไม่เข้าใจว่าตนเองเป็นโรคอะไรแน่หรือพัฒนาการจากส่วนกลางออกไปพัฒนาหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบทเพื่อให้คำแนะนำทางด้านการเกษตรและเลี้ยงสัตว์แก่ชาวบ้าน ถ้าพูดแต่ศัพท์ทางวิชาการโดยไม่อธิบายด้วยถ้อยคำภาษาง่าย ๆ หรือไม่ใช้ภาษาท้องถิ่นก็จะทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้ หรือในกรณีของการใช้ภาษามือของผู้พิการทางโสต ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษามือ มาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกันได้ เหล่านี้เป็นต้น

(3) ระบบสังคมและวัฒนธรรม ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น การให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส หรือวัฒนธรรมการกินอยู่ ฯลฯ ดังนั้น ในการติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนาด้วย

2) แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์

ลาสเวลล์เป็นนักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันที่ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี ค.ศ. 1948 และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้คือ ใคร * พูดอะไร * โดยช่องทางใด * ไปยังใคร * ด้วยผลอะไร สูตรการสื่อสารของลาสเวลล์เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับใช้กัน ทั่วไปโดยสามารถนำมาเขียนเป็นรูปแบบจำลองและเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้ดังนี้

ใคร → พูดอะไร → โดยวิธีและช่องทางใด → ไปยังใคร → ด้วยผลอะไร

ผู้ส่ง → สาร → สื่อ → ผู้รับ → ผล

ภาพที่ 2.2 แสดงการเปรียบเทียบสูตรการสื่อสารของลาสเวลล์กับองค์ประกอบของการสื่อสาร
แหล่งที่มา: (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2548:45)

จากภาพแสดงการเปรียบเทียบสูตรการสื่อสารของลาสเวลล์กับองค์ประกอบของการสื่อสารสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

(1) ใคร (Who) เป็นผู้ส่งหรือผู้ทำการสื่อสาร เช่น ในการอ่านข่าว ผู้อ่านข่าวเป็นผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังทางบ้าน ในสถานการณ์ในห้องเรียนธรรมดาก็เช่นเดียวกัน ย่อมเป็นการพูดระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน หรือการที่ผู้เรียนกลายเป็นผู้ส่งโดยมีการตอบสนองกลับไปยังผู้สอน แต่ถ้าเป็นการสอนโดยใช้ภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ ตัวผู้ส่งก็คือภาพยนตร์หรือโทรทัศน์นั้น

(2) พูดอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (Says What, With What Purpose) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไป ผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไร โดยอาจเป็นข่าวสารธรรมดาเพื่อให้ผู้รับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละวัน หรืออาจเป็นการให้ความรู้โดยที่ผู้สอนจะต้องทราบว่าสอนเรื่องอะไร ทำไมจึงจะสอนเรื่องนั้น สอนเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และคาดว่าจะได้รับการตอบสนองจากผู้เรียนอย่างไรบ้าง

(3) โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (By What Means, In What Channel) ผู้ส่งทำการส่งข่าวสารโดยการพูด การแสดงกิริยาท่าทาง ใช้ภาพ ฯลฯ หรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เช่น ไมโครโฟน หรือเครื่องฉายภาพยนตร์ เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารให้ผู้รับรับได้โดยสะดวก ถ้าเป็นในการเรียนการสอน ผู้สอนอาจจะสอนโดยการบรรยายหรือใช้สื่อการสอนต่าง ๆ เพื่อช่วยในการส่งเนื้อหาบทเรียนไปให้ผู้เรียนรับและเข้าใจได้อย่างถูกต้อง ทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น

(4) ส่งไปยังใคร ในสถานการณ์อะไร (To Whom , In What Situation) ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับเป็นใครบ้าง เนื่องในโอกาสอะไร เช่น การอ่านข่าวเพื่อให้ผู้ฟังทางบ้านทราบข่าวสารประจำวัน หรือแสดงการทำกับข้าวให้กลุ่มแม่บ้านชม ผู้ส่งย่อมต้องทราบว่าผู้รับเป็นกลุ่มใดบ้างเพื่อสามารถเลือกสรรเนื้อหาและวิธีการส่งให้เหมาะสมกับผู้รับ ในการเรียนการสอนก็เช่นเดียวกัน การสอนผู้เรียนอายุ 8 ปี กับอายุ 15 ปี ต้องมีวิธีการสอนและการใช้สื่อการสอนที่ต่างกัน ผู้สอนต้องทราบถึงระดับสติปัญญา ความสามารถและภูมิหลังของผู้เรียนแต่ละคนว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการเรียน เช่น มีสื่อการสอนอะไรที่จะนำมาใช้สอนได้บ้าง สภาพห้องเรียนที่จะสอนเป็นอย่างไร เป็นต้น

(5) ได้ผลอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต (With What Effect, Immediate and Long Term?) การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังผ่านไปเฉย ๆ หรือจดจำด้วยซึ่งต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกัน และเช่นเดียวกันกับการเรียนการสอนที่จะได้ผลนั้นผู้สอนจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่าเมื่อสอนแล้วผู้เรียนจะได้รับความรู้มากน้อยเท่าใด และสามารถจดจำความรู้ที่ได้รับนั้นได้นานเพียงใด โดยที่ผู้เรียนอาจได้รับความรู้เพียงบางส่วนหรืออาจจะไม่ เข้าใจเลยก็ได้ การวัดผลของการถ่ายทอดความรู้นั้นอาจทำได้ยากเพราะบางครั้งผู้เรียนอาจจะไม่แสดงการตอบสนองออกมา และบางครั้งการตอบสนองนั้นก็อาจจะวัดผลไม่ได้เช่นกัน (ที่มา : ศูนย์สื่อสารนานาชาติแห่งจุฬาฯ)

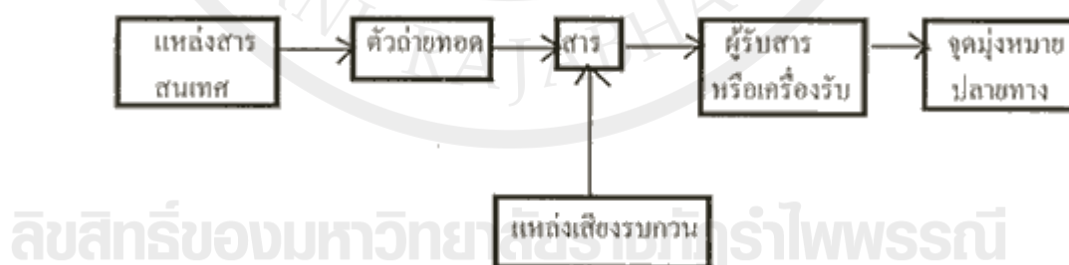
3) แบบจำลองการสื่อสารของแชนนอนและวีเวอร์

คล็อด อี. แชนนอน (Claude E.Shannon) และวอร์เรนวีเวอร์ (Warren Weaver) ได้คิดทฤษฎีการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรง การสื่อสารเริ่มด้วยผู้ส่งซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทำหน้าที่ส่งเนื้อหาข่าวสารเพื่อส่งไปยังผู้รับ โดยผ่านทางเครื่องส่งหรือตัวถ่ายทอดในลักษณะของสัญญาณที่ถูกส่งไปในช่องทางต่าง ๆ กันแล้วแต่ลักษณะของการส่งสัญญาณแต่ละประเภท เมื่อทางฝ่ายผู้ได้รับสัญญาณแล้ว

สัญญาณที่ได้รับจะถูกปรับให้เหมาะสมกับเครื่องรับหรือการรับเพื่อทำการแปลงสัญญาณให้เป็นเนื้อหาข่าวสารนั้นอีกครั้งหนึ่งให้ตรงกับที่ผู้ส่งส่งมาก ในขั้นนี้เนื้อหาที่รับจะไปถึงจุดหมายปลายทางคือผู้รับตามที่ต้องการ แต่ในบางครั้งสัญญาณที่ส่งไปอาจถูกรบกวนหรืออาจมีบางสิ่งบางอย่างมาขัดขวางสัญญาณนั้น ทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีความแตกต่างกันเป็นเหตุให้เนื้อหาข่าวสารที่ส่งจากแหล่งข้อมูลไปยังจุดหมายปลายทางอาจผิดเพี้ยนไปนับเป็นความล้มเหลวของการสื่อสารเนื่องจากที่ส่งไปกับข้อมูลที่ได้รับไม่ตรงกัน อันจะทำให้เกิดการแปลความหมายผิดหรือความเข้าใจผิดในการสื่อสารกันได้

จากทฤษฎีการสื่อสารนี้พิจารณาได้ว่า แชนนัลและวีเวอร์สนใจว่าเมื่อมีการสื่อสารกันจะมีอะไรเกิดขึ้นกับข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปนั้น ไม่ว่าจะเป็นการส่งโดยผ่านอุปกรณ์ระบบไฟฟ้า หรือการส่งโดยใช้สัญญาณต่าง ๆ เช่น เมื่อมีการเปิดเพลงออกอากาศทางสถานีวิทยุ เสียงเพลงนั้นจะถูกแปลงเป็นสัญญาณและส่งด้วยการกล้ำสัญญาณ จากสถานีวิทยุไปยังเครื่องรับวิทยุ โดยเครื่องรับจะแปลงสัญญาณคลื่นนั้นเป็นเพลงให้ผู้รับได้ยิน ในขณะที่สัญญาณถูกส่งไปจะมีสิ่งต่าง ๆ “สิ่งรบกวน” เช่น ในการส่งวิทยุระบบ AM สัญญาณจะถูกรบกวนโดยไฟฟ้าในบรรยากาศ หรือในขณะที่ครูฉายวิดีทัศน์ในห้องเรียน

การรับภาพและเสียงของผู้เรียนถูกรบกวนโดยสิ่งรบกวนหลายอย่าง เช่น แสงที่ตกลงบนจอโทรทัศน์ และเสียงพูดคุยจากภายนอก เป็นต้น หรืออีกตัวอย่างหนึ่งเช่นการพูดโทรศัพท์ ผู้ที่เริ่มต่อโทรศัพท์จะเป็นผู้ส่งเพื่อส่งข่าวสารโดยอาศัยโทรศัพท์เป็นเครื่องส่ง เมื่อผู้ส่งพูดไปเครื่องโทรศัพท์จะแปลงคำพูดเป็นสัญญาณไฟฟ้าส่งไปตามสายโทรศัพท์ เมื่อสัญญาณไฟฟ้านั้นส่งไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ของหมายเลขที่ติดต่อก็จะมีเสียงดังขึ้น และเมื่อมีผู้รับ โทรศัพท์เครื่องนั้นก็แปลงสัญญาณไฟฟ้าให้กลับเป็นคำพูดส่งถึงผู้รับหรือผู้ฟังซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของการสื่อสาร แต่ถ้าระหว่างที่ส่งสัญญาณไปมีสิ่งรบกวนสัญญาณ เช่น ฝนตกฟ้าคะนอง ก็จะทำให้สัญญาณที่ได้รับถูกรบกวนสั้นสะเทือนอาจรับไม่ได้เต็มที่ที่เป็นเหตุให้การฟังไม่ชัดเจน ดังนั้นเป็นต้น จึงสรุปได้ว่า “สิ่งรบกวน” คือ สิ่งที่ทำให้สัญญาณเสียไปภายหลังไปภายหลังที่ถูกส่งจากผู้ส่งและก่อนที่จะถึงผู้รับ ทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีลักษณะแตกต่างกัน และอาจกล่าวได้ว่าเป็นอุปสรรคของการสื่อสารเนื่องจากทำให้การสื่อสารไม่ได้ผลเต็มที่ถูกต้องตามที่ควรจะเป็น



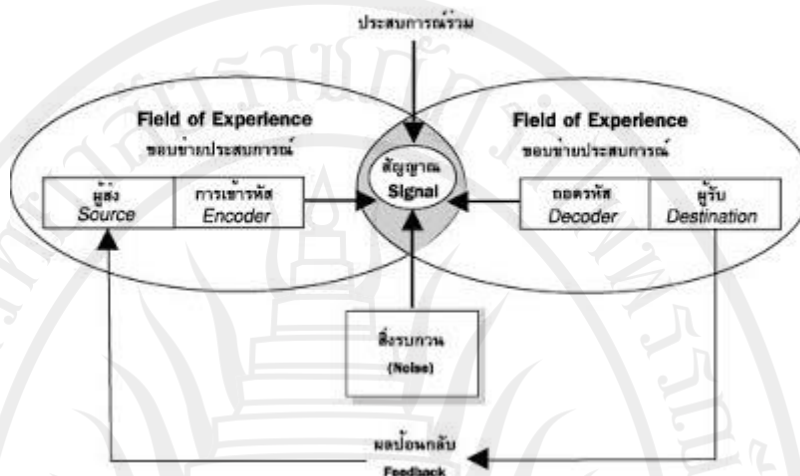
ภาพที่ 2.3 แบบจำลองการสื่อสารของแชนนัลและวีเวอร์
แหล่งที่มา: (สุพรรณ สรรค์, 2564:ออนไลน์)

4) แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์

ชแรมม์ได้นำรูปแบบจำลองการสื่อสารลักษณะกระบวนการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของแชนนั้น และวีเวอร์มาใช้เป็นแนวทางในการอธิบายการสื่อสารที่เกิดขึ้นในการเรียนการสอน โดยเน้นถึงวัตถุประสงค์ของการสอน ความหมายของเนื้อหาข้อมูล และการที่ข้อมูลได้รับการแปลความหมายอย่างไร นอกจากนี้ ชแรมม์ยังให้ความสำคัญของการสื่อความหมายการรับรู้ และการแปลความหมายของสัญลักษณ์ ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการเรียนการสอน ตามลักษณะรูปแบบจำลองของชแรมม์นี้ การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพเฉพาะในส่วนที่ผู้ส่งและผู้รับทั้งสองฝ่ายต่างมีวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ความรู้ เป็นต้น ที่สอดคล้องคล้ายคลึงและมีประสบการณ์ร่วมกัน จึงจะทำให้สามารถเข้าใจความหมายที่สื่อกันนั้นได้ ทั้งนี้เพราะผู้ส่งสามารถเข้ารหัสและผู้รับสามารถถอดรหัสเนื้อหาข่าวสารได้เฉพาะในขอบข่ายประสบการณ์ที่แต่ละคนมีอยู่ เช่น ถ้าเราไม่เคยเรียนภาษารัสเซีย เราคงไม่สามารถพูดหรือแปลความหมายของภาษารัสเซียได้ เป็นต้น ถ้าส่วนของประสบการณ์ของทั้งผู้ส่งและผู้รับซ้อนกันเป็นวงกว้างมากเท่าใด จะทำให้การสื่อสารนั้นเป็นไปได้โดยสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น เพราะต่างฝ่ายจะเข้าใจสิ่งที่กล่าวถึงนั้นได้เป็นอย่างดี แต่เมื่อใดที่วงของขอบข่ายประสบการณ์ซ้อนกันน้อยมากหรือไม่ซ้อนกันเลย แสดงว่าทั้งผู้ส่งและผู้รับแทบจะไม่มีประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารนั้นจะทำได้ยากลำบากหรือแทบจะสื่อสารกันไม่ได้อย่างสิ้นเชิง ซึ่งสามารถทราบได้จากผลป้อนกลับที่ผู้รับส่งกลับไปยังผู้ส่งนั่นเองเนื่องจากการสื่อสารนั้น เราไม่สามารถส่ง ความหมาย ของข้อมูลไปยังผู้รับได้ สิ่งที่ส่งไปเป็นเพียง สัญลักษณ์ ของความหมายนั้น เช่น คำพูด รูปภาพ เสียงเพลง ดังนั้น เมื่อมีการสื่อสารเกิดขึ้น ผู้ส่งต้องพยายามเข้ารหัสสารซึ่งเป็นสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อให้ผู้รับเข้าใจได้โดยง่าย ซึ่งสารแต่ละสารจะประกอบด้วยสัญลักษณ์ต่างๆมากมาย โดยที่สัญลักษณ์แต่ละตัวจะประกอบเป็นตัวบ่งบอกถึงสัญญาณของบางสิ่งบางอย่างซึ่งจะทราบได้โดยประสบการณ์ของคนเรา ผู้ส่งต้องส่งเป็นสัญลักษณ์เป็นคำพูด ภาษาเขียน ภาษามือ เป็นต้น เพื่อถ่ายทอดความหมายของสารที่ต้องการจะส่ง โดยพยายามที่จะเชื่อมโยงเนื้อหาสารเข้ากับประสบการณ์ที่สอดคล้องกันทั้งสองฝ่าย เพื่อให้ผู้รับสามารถแปลและเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์เหล่านั้นได้โดยง่ายในขอบข่ายประสบการณ์ของตน ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้ส่งต้องการส่งสารของคำว่า “คอมพิวเตอร์” ให้ผู้รับที่ยังไม่เคยเห็นคอมพิวเตอร์มาก่อน ผู้ส่งต้องพยายามใช้สัญลักษณ์ต่างๆไม่ว่าจะเป็นการอธิบายด้วยคำพูด ภาพ หรือสัญลักษณ์อื่นก็ตามเพื่อให้ผู้รับสามารถเข้าใจและมีประสบการณ์ร่วมกับผู้ส่งได้มากที่สุดเพื่อเข้าใจความหมายของ “คอมพิวเตอร์” ตามที่ผู้ส่งต้องการ

ให้ความสำคัญกับการสื่อความหมาย การสื่อสารจะเกิดมีประสิทธิภาพเมื่อผู้ส่งและผู้รับมีประสบการณ์ร่วมกัน หากในส่วนของประสบการณ์ของผู้ส่งและผู้รับซ้อนกันเป็นวงกว้างมากเท่าใด การสื่อสารนั้นเป็นไปได้โดยสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น แต่หากขอบข่ายประสบการณ์ซ้อนกันน้อยมากหรือไม่ซ้อนกันเลย แสดงว่าทั้งผู้ส่งและผู้รับแทบจะไม่มีประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารนั้นจะทำได้ยากลำบากหรืออาจสื่อสารกันไม่ได้อย่างสิ้นเชิง ซึ่งสามารถทราบได้จากผลป้อนกลับที่ผู้รับส่งกลับไปยังผู้ส่งนั่นเอง

รูปแบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์



ภาพที่ 2.4 แสดงรูปแบบจำลองเชิงวงกลมแรมม์
แหล่งที่มา: (ชแรมม์ Schramm, 1973)

กระบวนการสื่อสารนั้นมีผู้เชี่ยวชาญได้เสนอแนวคิดมากมายว่า การสื่อสารนั้นจำเป็นต้องมีผู้สื่อสาร สาร ผู้รับสาร จุดมุ่งหมายปลายทาง ปฏิกริยาป้อนกลับ ซึ่งจะเป็นกระบวนการที่ขาดไม่ได้ และกระบวนการเหล่านี้จะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในขั้นตอนต่อไปว่าถึงเรื่องของกระบวนการสื่อสาร สำหรับกระบวนการสื่อสารจะมีรูปแบบหรือลักษณะอย่างไรรั้นผู้วิจัยจะได้อธิบายในหัวข้อถัดไปนี้

5) กระบวนการการสื่อสาร

กระบวนการการสื่อสารเป็นประเด็นหลักเพราะกระบวนการการสื่อสารเปรียบเสมือนกลยุทธ์ที่สำคัญในการวางแผนความสัมพันธ์และระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประสิทธิภาพระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการเพื่อสังคมนั้น ๆ รวมทั้งกระบวนการการสื่อสารยังครอบคลุมถึงกลวิธีในการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ และแนวทางการสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการเพื่อสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยดังจะเห็นได้จากการวิจัยของ M.Diaz-Foncea and C.Marcuello. (Online, 2012, p.78) (อ้างถึงใน ภัทธิรา ธีรสวัสดิ์, 2019: 46-58) เรื่อง “กิจการเพื่อสังคมและตลาดเพื่อสังคม : รูปแบบและแนวโน้ม” ที่ได้มีการพูดถึงทิศทางของการเปิดพื้นที่ในกา ดำเนินกิจการเพื่อสังคมในรูปแบบขององค์กรภาคเอกชนซึ่งมีเป้าหมายในเชิงการพัฒนาชีวิตที่ดีของคนมากขึ้น โดยโอกาสที่เป็นไปได้ในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมรูปแบบนี้นั้นส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศที่เปรียบเสมือนเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างและพัฒนากิจการเพื่อสังคม โดย M.Diaz-Foncea and C. Marcuello ได้อธิบายหน้าที่พื้นฐานของเทคโนโลยีที่จะช่วยให้การดำเนินกิจการเพื่อสังคมประสบความสำเร็จไว้ใน 2 ลักษณะคือ

- 1) เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศเป็นเสมือนเครื่องมือสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการบริหารจัดการองค์กรในแง่ของการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องและ 2)

จัดเตรียมแนวทางการพัฒนาสำหรับการบริการที่เฉพาะเจาะจงที่อาจมีการปรับใช้กับการดำเนินกิจการเพื่อสังคมในลักษณะต่าง ๆ เท่าที่เป็นไปได้เช่น องค์กรอาจนำเสนอสินค้า/บริการ และ/หรือ ความเป็นตัวตนของกิจการบนพื้นที่ของสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศในรูปแบบของข้อมูลดิจิทัลลักษณะต่าง ๆ เพื่อสะท้อนความแตกต่างอันจะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันกับคู่แข่งอื่น ๆ ที่มีการนำเสนอสินค้า/บริการในตลาดเดียวกัน รวมทั้งสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศอาจถูกนำมาช่วยในการสนับสนุนรูปแบบการบริการบางอย่างที่เฉพาะเจาะจงได้ ดังนั้นในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “รูปแบบกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความยั่งยืนในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมของไทย” โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษารูปแบบการจัดการสื่อสารของผู้ประกอบกิจการเพื่อสังคมในไทยที่ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการเพื่อสังคม ซึ่งผลจากการดำเนินการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะนำไปสู่การมองเห็นยุทธศาสตร์ในการใช้การสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนกิจการเพื่อสังคมในบริษัทสังคมไทยอย่างเป็นรูปธรรม และง่ายต่อการที่ผู้ประกอบการกิจการเพื่อสังคมรายใหม่จะนำไปปรับใช้เพื่อสร้างความยั่งยืนในกิจการของตนต่อไป (ภักธิธำ ชีรสวัสดิ์, 2019: 46-58)

Nopparat Malalum (2020: ออนไลน์) ได้กล่าวเอาไว้ที่น่าสนใจว่า ที่ผ่านมามีประเทศไทยประสบปัญหาและสถานการณ์หลายอย่างที่เกิดขึ้นกระทันหัน การเปลี่ยนโลกธุรกิจ ได้ก่อให้เกิดความหลากหลายเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสภาพสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภค นำมาซึ่งผลประโยชน์ที่แตกต่างกันในการติดต่อดำเนินธุรกิจ และบ่อยครั้งก็ก่อให้เกิดความขัดแย้งขึ้นได้อยู่เสมอ ความขัดแย้งต่างๆ เหล่านี้ได้พัฒนากลายเป็นประเด็นปัญหาและลูกกลามจนทำให้เกิดภาวะวิกฤต ไม่ว่าจะเป็น เหตุการณ์วาระระเบิดใจกลางเมือง ณ สีแยกราชประสงค์ เหตุการณ์น้ำท่วมในปี 2554 เหตุการณ์ก๊วย13 ชีวิตที่หมู่ป่าติดถ้ำหลวง เป็นต้น และในปัจจุบันนี้ประเทศไทยกำลังเผชิญ กับโรคไวรัสตัวร้ายภัยคุกคามโลก “COVID 19” ที่กำลังแพร่การแพร่ระบาด มีผลกระทบอย่างมากต่อวิถีชีวิตของผู้คนจำนวนมาก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต วิธีการทำงาน และวิธีการซื้อขาย ของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ เป็นหนึ่งในความท้าทายที่สุดในเวลานี้ สำหรับธุรกิจ ในแวดวงการตลาดและการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือเรื่องกระบวนการสื่อสารในภาวะวิกฤต หรือ (Crisis Communication Management) ที่ในหน่วยงานจำนวนมากได้นำเทคนิคในด้านการสื่อสารมาประยุกต์ใช้กับเครื่องมือต่างๆ ขั้นตอนวิธีการการวางแผนการสื่อสาร รวมถึงการใช้กลยุทธ์ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ และกระบวนการในภาวะวิกฤตอย่างเป็นขั้นตอนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในกระบวนการสื่อสารในภาวะวิกฤตอย่างรอบด้าน ต้องวางแผนการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรในภาวะวิกฤต ควรวางแผนรองรับเหตุฉุกเฉินหรือ disruption ต่าง ๆ ให้ครอบคลุมทั้งแผนการสื่อสารเชิงรุกและเชิงรับ ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความโปร่งใส พร้อมทั้งกำหนดทีมงาน ผู้มีส่วนในการตัดสินใจ รวมถึงมีการสื่อสารในองค์กรล่วงหน้าให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับมาตรการต่าง ๆ เตรียมการทุกด้านที่เกี่ยวข้องให้พร้อม สามารถนำไปปฏิบัติได้ทันทีอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารอย่างโปร่งใส ด้วยความฉับไวทันทั่วทั้งที่ มีความยืดหยุ่นและจริงใจ คือหัวใจสำคัญในการเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาส และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น องค์กรต้องใส่ใจทุกคนในองค์กรรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างทั่วถึง เริ่มต้นจากการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการแพร่ระบาดและการดูแลสุขภาพอนามัยของบุคลากรภายในองค์กรทั้งหมด รวมทั้งการ

เพิ่มมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ เพื่อให้กระบวนการทำงานมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ ต้องขจัดความเชื่อและความเข้าใจที่ผิดด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว ต้องก้าวทันสถานการณ์และพร้อมชี้แจงแนวทางการรับมือ ด้วยข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน แยก Fact vs. Fake News ป้องกันความสับสนของข้อมูลข่าวสาร และพร้อมตอบสนองต่อสถานการณ์ได้ทันที ไม่ว่าจะทำงานจากที่บ้านหรือทำงานในออฟฟิศ ทุกฝ่ายจะต้องวางแผนและเตรียมการรองรับสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงต่างๆ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัด เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ซึ่งในยุคนี้มีเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ที่เข้ามาช่วยในการสื่อสารกับสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไป รวมถึงการสื่อสารภายในองค์กร เช่น การแถลงข่าวออนไลน์ผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ หรือการประชุมและจัดการอบรมผ่านแอปพลิเคชันที่มีให้เลือกมากขึ้นตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของโลก แม้ว่าวิกฤตินี้จะรุนแรงขึ้นทุกวัน เราต้องสื่อสารได้ด้วยความรู้ความเข้าใจอย่างทอ่งแท้ เพราะวิกฤตการณ์นั้นอาจจะเป็นโอกาสให้กับหลายๆองค์กรได้มีกิจกรรมตลอดจนการสร้างคุณค่าและความรับผิดชอบต่อสังคม อันจะนำมาซึ่งชื่อเสียงที่ดีในระยะยาว แม้วิกฤตจะสิ้นสุดลงแต่ถ้าเรายึดมั่นในการสื่อสารที่ดี ภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นจากการสื่อสารอย่างโปร่งใสถึงจะผ่านไปนานแค่ไหนก็ยังตราตรึงในหัวใจของสาธารณชนทั่วประเทศ

Kitpon Cherdchookitkul และ Surasak Jirawatmongkol (2017: 30-42) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จกระบวนการกลยุทธ์หรือระดับกลยุทธ์ซึ่งนำมาอภิปรายประยุกต์กับ

(1) ภาคผลิตทางด้านการให้บริการเพื่อสร้างการตลาดบริการสื่อสารสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้าให้เกิดขึ้นได้จาก

- (1.1) การยอมรับคุณภาพของการบริการ
- (1.2) วางกลยุทธ์ ให้มีจุดมุ่งหมายชัดเจนทั้งการบริหารจัดการและกระบวนการสื่อสาร
- (1.3) ควรมีการเชื่อมโยงพิพธิภณท์ท้องถิ่นเข้ากับพิพธิภณท์อุทยานการเรียนรู้ในรูปแบบพิพธิภณท์เมืองและสร้างความตระหนักในการสร้างเอกลักษณ์แต่ละพื้นที่ให้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
- (1.4) ควรคงหน่วยงานที่ปฏิบัติการดำเนินงานตามประเพณีปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร
- (1.5) ควรมีการสนับสนุนด้านการเงินบุคลากรทั้งระดับผู้นำของพิพธิภณท์และทีมงานสนับสนุนจนถึงการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการและการให้บริการของพิพธิภณท์
- (1.6) ควรให้ความสำคัญกับระดับการให้บริการด้านกระบวนการแสดงภายในและภายนอกพิพธิภณท์

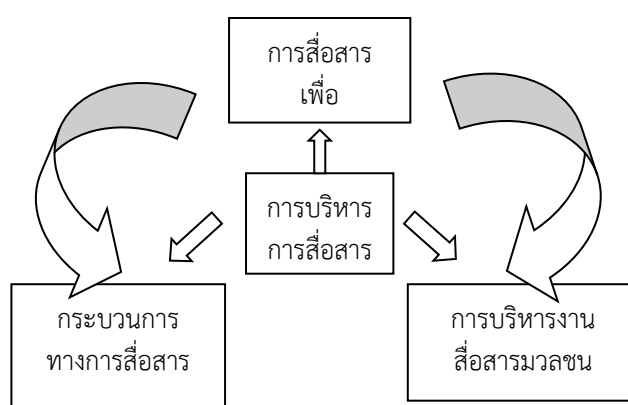
(2) ภาคผู้บริโภคให้ความสนใจกับการต้องให้เกิดความประทับใจในการบริหารจัดการทั้งเรื่องให้ควมรู้สึกยอมรับในความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการเข้าชม ตลอดจนสร้างสัมพันธ์กับกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์เชิงรุกในกิจกรรมการบริหารจัดการและการสื่อสารของพิพธิภณท์อุทยานการเรียนรู้สู่ความสำเร็จของการสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้า

สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการสื่อสารเป็นประเด็นหลักเพราะกระบวนการสื่อสารเปรียบเสมือนกลยุทธ์ที่สำคัญในการวางแผนความสัมพันธ์และระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีประสิทธิภาพระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการเพื่อสังคมนั้น ๆ รวมทั้งกระบวนการสื่อสารยังครอบคลุมถึงกลวิธีในการเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ที่ผ่านมาประเทศไทยประสบปัญหาและสถานการณ์หลายอย่างที่เกิดขึ้นกระชั้นชิด การเปลี่ยนโลกธุรกิจ ได้ก่อให้เกิดความหลากหลายเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสภาพสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภค นำมาซึ่งผลประโยชน์ที่แตกต่างกันในการติดต่อดำเนินธุรกิจ และบ่อยครั้งก็ก่อให้เกิดความขัดแย้งขึ้นได้อย่างเสมอ ความขัดแย้งต่าง ๆ การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการแพร่ระบาดและการดูแลสุขภาพอนามัยของบุคลากรภายในองค์กรทั้งหมด รวมทั้งการเพิ่มมาตรการป้องกันการแพร่เชื้อ เพื่อให้กระบวนการทำงานมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ต้องขจัดความเชื่อและความเข้าใจที่ผิดด้วยการให้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว ต้องก้าวทันสถานการณ์และพร้อมชี้แจงแนวทางการรับมือ ด้วยข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนภาคผลิตทางด้านการให้บริการเพื่อสร้างการตลาดบริการสื่อสารสร้างภาพลักษณ์และตราสินค้าให้เกิดขึ้นได้จากภาคผู้บริโภคให้ความสนใจกับการต้องให้เกิดความประทับใจในการบริหารจัดการทั้งเรื่องให้ความรู้สึกรับในความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการเข้าชม ตลอดจนสร้างสัมพันธ์กับกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์เชิงรุก

2.1.3 กระบวนการทางการสื่อสาร

1) ความหมายของกระบวนการทางการสื่อสาร

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2560 : 5) ได้อธิบายเอาไว้ว่า กระบวนการทางการสื่อสารหมายถึง การบริหารกระบวนการของหน่วยงานทั่วไป ที่พิจารณาควบคู่ไปกับความสัมพันธ์ภายใน/ภายนอกของหน่วยงานภายใต้สภาวะแวดล้อมของแนวความคิดทางการสื่อสารโดยแบ่งกระบวนการทางการสื่อสารออกได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) กระบวนการทางการสื่อสารในความหมายแคบหมายถึงกระบวนการทางการสื่อสารที่เน้นกระบวนการบริหารจัดการที่พาดพิงหรือเกี่ยวข้องกับแนวคิดทางด้านการสื่อสาร 2) กระบวนการทางการสื่อสารในความหมายกว้างหมายถึงกระบวนการทางการสื่อสารในความหมายแคบที่รวมการจัดระเบียบทางการสื่อสารไว้ด้วยการจัดระเบียบทางการสื่อสารเป็นการสื่อสารที่จัดไว้เป็นหมวดหมู่เพื่อสนับสนุนกระบวนการทางการสื่อสาร ภายใต้โครงการวิจัยการบริหารการสื่อสารสามารถสรุปเนื้อหาสาระได้เป็น 3 แนวทาง ได้แก่ การสื่อสารเพื่อกระบวนการ กระบวนการทางการสื่อสารและการบริหารงานสื่อสารมวลชน โดยเนื้อหาทั้งสามมิติดังกล่าวจะอยู่ภายใต้กรอบความคิดในเรื่องการบริหารการสื่อสารดังแผนภาพที่...



ภาพที่ 2.5 การบริหารการสื่อสาร

แหล่งที่มา: (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2560 : 5)

จากแผนภาพ งานวิจัยในระยะที่สองนี้จะเป็นการศึกษาวิจัยเฉพาะมโนทัศน์และความสัมพันธ์ระหว่างมโนทัศน์ในมิติของกระบวนการทางการสื่อสารโดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- (1) เพื่อค้นหาและรวบรวมตัวแปร (Variable) หรือมโนทัศน์ (concept) ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ (procedure) ในทางการสื่อสารและกรรมวิธีในทางกระบวนการขององค์การ
- (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกรรมวิธีในทางการสื่อสารกับการปฏิบัติในทางกระบวนการที่ใช้ในองค์การ
- (3) เพื่อศึกษาความแตกต่างที่เกิดจากการนำเอาปัจจัยในกระบวนการทางการสื่อสาร (จากวัตถุประสงค์ข้างต้น) ไปใช้ในแต่ละองค์การ

โดยปกติวงจรการวางแผนกระบวนการทางการสื่อสาร จะประกอบไปด้วย การรวบรวมข้อมูลดิบ การกำหนดวัตถุประสงค์ การวางแผนในการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การคัดเลือกสื่อที่จะใช้ การวางรูปแบบเนื้อหาสาระ การวางแผนกระบวนการการฝึกอบรม การนำไปปฏิบัติการประเมินแผนและโครงการโดยรวม (summative evaluation) หรืออาจกล่าวโดยสรุปพอสังเขปได้ว่า จะต้องประกอบด้วยขั้นตอนการนำมาประเมิน (assess) เพื่อกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ (strategize) สำหรับการนำไปปฏิบัติ (implement) (รายละเอียดใน Clampit 2005:259) ในทำนองเดียวกันต้องมีขั้นตอนสำหรับแผนในการปฏิบัติการทางยุทธศาสตร์อันประกอบด้วย การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การคัดเลือกสื่อที่จะใช้ความสามารถในการนำไปประเมินกระบวนการ (formative evaluation) การสร้างฐานข้อมูลและระบบสารสนเทศเพื่อกระบวนการ (Management Information System : MIS) (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2560 : 10)

2.1.4 ปัจจัยในกระบวนการทางการสื่อสาร

ปัจจัยในกระบวนการทางการสื่อสาร จะประกอบด้วยตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับตามน้ำหนักองค์ประกอบ ได้ดังนี้ คือ ผลกระทบจากการสื่อสาร ประโยชน์ที่ได้จากการใช้สื่อ ยุทธศาสตร์กระบวนการความสำเร็จจากการสื่อสาร กิจกรรมการสื่อสาร หน้าที่ในการสื่อสาร ผลกระทบจากกระบวนการกระบวนการบริหาร บรรยากาศทั่วไป ระบบการสื่อสาร ปัจจัยในกระบวนการ ลักษณะที่ใช้ในกระบวนการระดับการสื่อสาร เป้าหมายในการสื่อสาร แนววิเคราะห์นโยบายกระบวนการ การพัฒนาในการสื่อสารและเกณฑ์ในการเลือกสื่อ ซึ่งมีรายละเอียดทั้งในการวิจัยเชิงปริมาณและความเคลื่อนไหวของพฤติกรรมดังกล่าวในการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังจะกล่าวต่อไป

การสำรวจปัจจัยในกระบวนการทางการสื่อสารเนื่องจากแต่ละตัวแปรในองค์ประกอบยังประกอบด้วยตัวแปรย่อยจำนวนหนึ่งซึ่งสามารถนำไปอธิบายตัวแปรใหญ่แต่ละตัวได้ชัดเจนและละเอียดมากขึ้น จากปัจจัยหลักของกระบวนการทางการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย 17 ตัวแปรสามารถ

พิจารณาได้เป็น 4 ส่วนกล่าวคือจากสภาพแวดล้อม ปัจจัยเข้า กระบวนการเปลี่ยนแปลง และปัจจัยออก ซึ่งจะเรียงลำดับตามน้ำหนักองค์ประกอบโดยแต่ละกลุ่มประกอบด้วยตัวแปรตามกรอบความคิดดังนี้

กระบวนการกระบวนการทางการสื่อสาร			
สภาพการณ์แวดล้อม	ปัจจัยเข้า	กระบวนการเปลี่ยนแปลง	ปัจจัยออก
1. บรรยากาศทั่วไป 2. ยุทธศาสตร์ กระบวนการ	1. ปัจจัยใน กระบวนการ 2. แนววิเคราะห์ นโยบายกระบวนการ 3. หน้าที่ในการสื่อสาร 4. เกณฑ์ในการเลือก สื่อ	1. ลักษณะที่ใช้ใน กระบวนการ 2. กระบวนการบริหาร 3. ระบบการสื่อสาร 4. กิจกรรมการสื่อสาร 5. ระดับการสื่อสาร 6.การพัฒนาในการ สื่อสาร	1. เป้าหมายในการ สื่อสาร 2.ประโยชน์ที่ได้จาก การใช้สื่อ 3. ความสำเร็จจากการ สื่อสาร 4. ผลกระทบจาก กระบวนการ 5. ผลกระทบจากการ สื่อสาร

ตารางที่ 2.1 กระบวนการกระบวนการทางการสื่อสาร
แหล่งที่มา : (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2560 : 66-67)

1) การสื่อสารภายในกลุ่มหรือในองค์กร

เป็นการสื่อสารของกลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่ง การรวมตัวกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการแบ่งงานกันทำให้กับสมาชิกอย่างชัดเจนเพื่อทำงานออกมาเป็นประเภทต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่มีร่วมกัน องค์กรมี 2 ประเภท คือ องค์กรปฐมภูมิ (เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ) และองค์กรทุติยภูมิ (เกิดขึ้นด้วยบทบาท หน้าที่) หรือจะแบ่งเป็น องค์กรแบบเป็นทางการ (มีรูปแบบ) และองค์กรแบบไม่เป็นทางการ (ไร้รูปแบบ) การสื่อสารองค์กรเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถสื่อสารเฉพาะหน้าระหว่างกันได้ และมีความสนใจหรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยอาจเป็นการสื่อสารแบบ 1:1 หรือแบบหนึ่งคนต่อหลายๆคน เพื่อเป็นการส่งสารสู่สมาชิกในกลุ่มก็ได้ การสื่อสารกลุ่มได้แก่

1.1) การสื่อสารแบบกลุ่มเล็ก (Small-group communication) เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวน 3 คนขึ้นไป (แต่ไม่มากจนเกินไปสมาชิกรู้จักซึ่งกันและกันอย่างทั่วถึง และมีเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งการสื่อสารแบบกลุ่มเล็กนี้ จะเป็นไปอย่างไม่เป็นทางการ

1.2) การสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่ (Large-group communication) หรือการพูดในที่สาธารณะ เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวนมากจนไม่สามารถรู้จักซึ่งกันและกันอย่างทั่วถึง

ลักษณะการสื่อสารจะเป็นไปในทางการอภิปราย การบรรยาย หรือการปาฐกถา ซึ่งการสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่จะต้องมีหัวหน้าควบคุมการปฏิบัติงานอย่างเป็นอย่างเป็นทางการ

การสื่อสารภายในองค์กรหรือองค์กรแบ่งเป็น 2 แบบ คือ

(1) การสื่อสารภายในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจ, ความมั่นคง, เป็นศูนย์รวม โดยผ่านทางสายงาน ช่องทางและกิจกรรมต่างๆ

(2) การสื่อสารภายนอกองค์กร เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร, สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกิจการ โดยผ่านทางจดหมาย และสื่อต่างๆ (sites.google.com, 2564: ออนไลน์)

2) การสื่อสารกับภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ประกอบด้วย 8 ประเด็นหลัก และแบ่งเป็น 24 ประเด็นย่อย ในที่นี้จะเน้นถึงประเด็นหลัก หัวข้อที่ 4 คือ “ภาครัฐมีความทันสมัย ทันการเปลี่ยนแปลง และมีขีดสมรรถนะสูง สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่า เทียบได้กับมาตรฐานสากล สามารถรองรับกับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีความหลากหลายซับซ้อนมากขึ้น และทันการเปลี่ยนแปลงในอนาคต” หลายคนเชื่อว่าหากเราสามารถนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มีความก้าวหน้ามาประยุกต์ใช้กับระบบการบริหารจัดการภาครัฐได้อย่างเหมาะสมก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมหาศาลต่อวิธีการปฏิบัติราชการ การให้บริการแก่ประชาชน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ของภาคเอกชนและภาคการผลิตต่างๆ การบูรณาการข้อมูลข่าวสารระหว่างส่วนงานภาครัฐด้วยกัน รวมทั้งการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นด้วย หรือแม้แต่การทำให้เกิดการบังคับใช้กฎหมาย อย่างมีประสิทธิภาพ การดำเนินงานทุกขั้นตอนของกระบวนการยุติธรรมเกิดความชัดเจน นำไปสู่การตัดสินใจที่เป็นธรรม ไม่ล่าช้า มีมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งความเป็นภาครัฐที่ทันสมัยนี้จะสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.๒๕๖๐ หลายมาตรา เช่น จัดให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลหรือข่าวสารได้โดยสะดวก (มาตรา 59) พัฒนาระบบการบริหารราชการแผ่นดินให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี (มาตรา 76) ให้มีการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการบริหารราชการแผ่นดิน และการจัดทำบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ในการบริหารราชการแผ่นดิน และเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ประชาชน (มาตรา 258 ข) ให้มีการบูรณาการฐานข้อมูลของหน่วยงานของรัฐทุกหน่วยงานเข้าด้วยกัน เพื่อให้เป็นระบบข้อมูล เพื่อการบริหารราชการแผ่นดิน และการบริการประชาชน (มาตรา 258 ข) (เว็บไซต์ stabundamrong.go.th, 2564: ออนไลน์)

3) การสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ซึ่งเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดได้แก่

(1) การสื่อสารเผชิญหน้าแบบตัวต่อตัว เช่น การขายตรงโดยที่ผู้ขายมีได้โอกาสพูดคุยต่อหน้าลูกค้า เพื่อนำเสนอข้อมูล รายละเอียดสินค้าแก่ลูกค้า ซึ่งการสื่อสารแบบนี้อาจจะผ่านช่องทางหน้าร้านค้าของผู้ประกอบการ หรือเมื่อ ผู้ประกอบการไปออกงานแสดงสินค้า

(2) การสื่อสารออนไลน์ผ่านช่องทาง Social media ต่างๆ ทั้ง Web board , Facebook , Line หรือ Instagram เพื่อให้เกิดการสื่อสารสองทางระหว่างผู้ประกอบการกับ

ลูกค้า หรือผู้สนใจสินค้า เป็นการให้ข้อมูล ข่าวสารของสินค้า หรือข่าวสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแก่ผู้สนใจ ร่วมกับการใช้เครื่องมือสื่อสารอื่นๆ ผ่านช่องทางนี้ได้ เช่น เล่นเกมชิงของรางวัล แจกคู่มือส่วนลดในการซื้อสินค้า

(3) การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายกลางแจ้ง ป้ายในร่ม ป้ายเคลื่อนที่ เช่น ป้ายรถบัส ป้ายหลังรถตุ๊กตุ๊ก เป็นต้น ซึ่งการโฆษณาช่วยสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าได้ดี ทำให้พนักงานขายไม่ต้องแนะนำข้อมูลมากเมื่อไปพบลูกค้า ช่วยสร้างความมั่นใจและชักชวนให้ลูกค้าซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น เพราะรู้จักสินค้าอยู่ก่อนแล้ว แต่กรณีนี้การโฆษณาควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสินค้าของเราเพราะเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายสูง ผู้ประกอบการควรเลือกใช้สื่อการโฆษณาในรูปแบบที่เหมาะสมกับสินค้าและกำลังทรัพย์ของตนเอง เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือวิทยุท้องถิ่นที่สามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรง เป็นต้น

(4) การประชาสัมพันธ์ เป็นการทำให้สินค้าเป็นที่สนใจของสังคม โดยการทำให้เป็นข่าวซึ่งข่าวสารที่เสนอออกไปจะต้องเป็นความจริง และต้องเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจ เช่น การเปิดกิจการ การเปิดตัวสินค้าใหม่ การทำบุญ หรือการร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เป็นต้น นอกจากนี้ก็ยังมีกิจกรรมประชาสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่ง คือ การประชาสัมพันธ์แบบที่จ่ายเงินซื้อสื่อ โดยข่าวสารที่ส่งออกไปอยู่ในรูปการประชาสัมพันธ์ อาจจะได้เป็นการโฆษณาสินค้าโดยตรง อาจเป็นการโฆษณาบริษัทหรือองค์กรเพื่อส่งเสริมให้มีภาพลักษณ์ดีขึ้น

(5) การร่วมงานแสดงสินค้า เช่น งานแสดงสินค้าสมุนไพร งานแสดงสินค้าทางการเกษตร งานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ งานแสดงสินค้าเพื่อความงามและสุขภาพ เป็นการนำผลิตภัณฑ์ออกโชว์ให้ลูกค้าได้พบเห็น ได้รู้จัก เพื่อให้เกิดการทดลองใช้ และจดจำตราสินค้าได้ อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการจะได้พบกับผู้บริโภคโดยตรง ในการแสดงสินค้าผู้ประกอบการสามารถให้ข้อมูลต่างๆ แก่ลูกค้าเป้าหมายได้ ไม่ว่าจะเป็นการสาธิตการใช้งานสินค้า หรือการให้ชิมสินค้า หรือการแสดงกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน รวมถึงข้อมูลที่จะสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

(6) การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด การให้ของแถม การแจกตัวอย่าง การชิงโชค การจับฉลากการสะสมแต้ม การสะสมแสตมป์ หรือการจัดสินค้าเป็นชุดราคาพิเศษ

(7) การส่งเสริมการตลาด ณ จุดขาย เครื่องมือสื่อสารที่ใช้ เช่น การตั้งบูธแสดงสินค้าในแหล่งชุมชนเพื่อให้ลูกค้าได้ทดลองใช้หรือได้ทดลองชิม พร้อมกับมีการเล่นเกม แจกของรางวัลหรือแจกสินค้าตัวอย่างให้ไปทดลองใช้ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ เมื่อได้ของรางวัลที่มีตราสินค้าของเราหรือการได้รับสินค้าตัวอย่าง จะช่วยให้ลูกค้าจดจำแบรนด์สินค้าได้

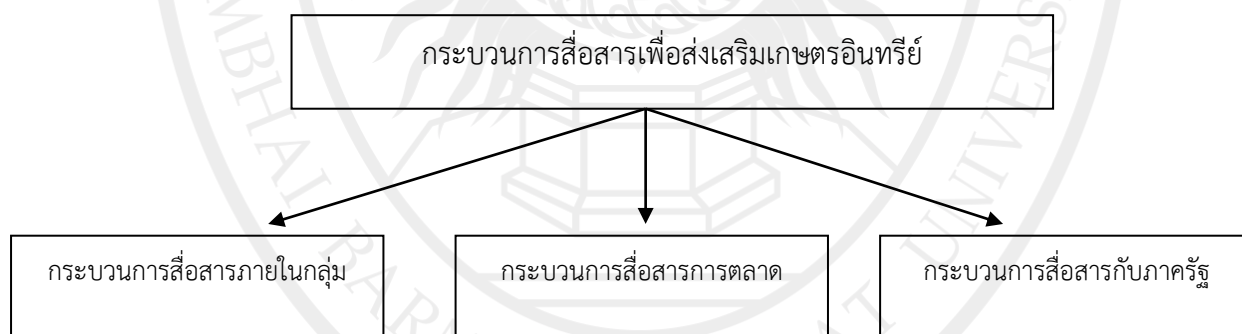
(8) การสัมมนาหรือการเปิดให้ดูงานในกิจการ เป็นการให้ความรู้และข้อมูลแก่ลูกค้าเป้าหมายได้ทราบถึงรายละเอียดของสินค้า ทั้งข้อมูลทางเทคนิค ขั้นตอนการผลิต การใช้งาน จุดเด่น จุดด้อย รวมถึงการบริการหลังการขาย เช่น ผู้ประกอบการขายสมุนไพรอบแห้งจัดสัมมนาให้ทราบว่า ทางกิจการมีผลิตภัณฑ์สมุนไพรอบแห้งอะไรบ้าง และสมุนไพรแต่ละชนิดมีประโยชน์อย่างไร สามารถนำไปใช้กับอุตสาหกรรมใดได้บ้าง หรือผู้ประกอบการเปิดให้นักเรียน นักศึกษาเข้าดูงาน เปิดเป็นศูนย์เรียนรู้ให้แก่ผู้สนใจ เป็นต้น

(9) การสนับสนุนกิจกรรมทั้งในระดับท้องถิ่น และระดับภูมิภาค เช่น สนับสนุนการแข่งขันกีฬาของสถานศึกษาในท้องถิ่น สนับสนุนงานด้านศาสนาในชุมชน หรือสนับสนุนงานด้านอาหาร เป็นต้น โดยเน้นการให้การสนับสนุนงานในด้านที่สอดคล้องกับสินค้าของตน

(10) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการที่มีบรรจุภัณฑ์ และฉลากหีบห่อที่สวยงาม ดูดี ทันสมัย มีข้อมูลข่าวสารของสินค้าครบถ้วน จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ ณ จุดขายได้อย่างดี ส่วนใหญ่ในการสื่อสารการตลาดจะใช้เครื่องมือมากกว่าหนึ่งอย่างขึ้นไป และทุกเครื่องมือที่ใช้ก็จะส่งข่าวสารหลักประการเดียวที่ต้องการสื่อให้แก่ลูกค้า ด้วยการนำเสนออย่างกลมกลืนเป็นแนวเดียวกันในทุก ๆ เครื่องมือ ไม่ว่าจะเป็นด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และเครื่องมืออื่น ๆ เพื่อให้ลูกค้าได้รับข่าวสารและภาพลักษณ์ของกิจการที่ต้องการสื่อสารได้อย่างชัดเจน

การสื่อสารการตลาดต้องวิเคราะห์หาจุดเด่นของตนเอง และพัฒนาจุดเด่นให้มีความเข้มแข็ง เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง แล้วนำเสนอจุดเด่นนี้เป็นจุดขายอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอผ่านเครื่องมือสื่อสารทุกเครื่องมือที่เลือกใช้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดการจดจำ และถ้าจุดเด่นจุดไหนที่นำเสนอมาแล้วอย่างต่อเนื่องจนผู้บริโภคจดจำได้แล้ว หรือกลายเป็นภาพพจน์ของสินค้าหรือองค์กรไปแล้ว เราควรตอกย้ำจุดเดิมนั้นต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดพลังในการจดจำในใจของลูกค้า (เว็บไซต์ bsc.dip.go.th, 2564: ออนไลน์)

สามารถสรุปแนวคิดและทฤษฎีกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ได้ดังนี้



จากผลสรุปแนวคิดทฤษฎีนี้ ผู้วิจัยจะนำไปเป็นกรอบและแนวทางในการศึกษาวิจัยในลำดับถัดไป

2.2 แนวคิดและทฤษฎีการทำเกษตรอินทรีย์

กิตติวดี สีด้า, ใจสะคราญ จาริกสมาน และ สันธุ์สรบ์ศร ยมสิด้า ได้กล่าวเอาไว้ว่า (2563: 55-62) ได้กล่าวเอาไว้ว่า เกษตรอินทรีย์มีจุดเริ่มต้นจากยุโรปต่อมาได้แพร่หลายไปยังสหรัฐอเมริกา และทั่วโลก ปัจจุบันนี้กลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบการผลิตทางการเกษตรที่ขยายออกไปอย่างกว้างขวาง เกษตรอินทรีย์เป็นระบบ การผลิตที่ให้ความสำคัญกับ ความยั่งยืนของสุขภาพดิน ระบบนิเวศ และผู้คน เกษตรอินทรีย์พึ่งพาอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ

และวงจรธรรมชาติ ที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ เกษตรอินทรีย์ผสมผสานองค์ความรู้พื้นบ้าน นวัตกรรม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.2.1 ความหมายของคำว่า เกษตรอินทรีย์

กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (2559: 2) ได้กล่าวเอาไว้ในเอกสาร สมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movement หรือ IFOAM) โดยได้ให้ความหมายเกี่ยวกับเรื่องเกษตรอินทรีย์ใจความว่า เป็นระบบ การผลิตทางการเกษตรที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญด้านความยั่งยืนของ ดิน ระบบนิเวศ รวมถึงสิ่ง สำคัญก็คือ มนุษย์ โดยกระบวนการดังกล่าว จะอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลาย ทางชีวภาพ และวงจรธรรมชาติที่มีลักษณะที่เป็นแบบเฉพาะและแตกต่างในแต่ละพื้นที่ ทั้งยังไม่ใช่ ปัจจัยการผลิตที่จะส่งผลกระทบต่อในทางลบ ทั้งนี้เกษตรอินทรีย์จะเป็นระบบที่บูรณาการระหว่างภูมิ ปัญญาท้องถิ่นกับนวัตกรรมและองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ในการร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดย ภาพรวม พร้อมส่งเสริมความสัมพันธ์อย่างเป็นธรรม ตลอดจนคุณภาพชีวิตที่ดีของสิ่งมีชีวิตต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องทั้งหมดในกระบวนการ

ในขณะที่ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) (2564: ออนไลน์ อ้างใน ศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิ ราช) ได้ให้ความหมายของเกษตรอินทรีย์ ว่า เป็นระบบกระบวนการผลิตการเกษตรแบบองค์รวม ที่ เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศวิทยา รวมถึงความหลากหลายทางด้านวงจรชีวภาพ โดยการดำเนินการผลิต นั้น จะมุ่งเน้นด้านการใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุดิบที่มาจากการสังเคราะห์ ที่ ไม่ได้ทำมาจากพืช สัตว์ หรือจุลินทรีย์ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรม หรือ พันธุวิศวกรรม อีกทั้งมีกระบวนการกับผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นการแปรรูปตั้งแต่ต้นนำไปจนถึงปลายน้ำด้วยความ ระมัดระวัง เพื่อเป็นการรักษาสภาพการเป็นเกษตรอินทรีย์และคุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในทุก ขั้นตอน

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (มปป, 22-30) ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า เกษตรอินทรีย์คือ ระบบ การเกษตรที่ผลิตอาหารและเส้นใย ด้วยความยั่งยืนทั้งทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ โดยเน้น หลักที่การปรับปรุงบำรุงดิน การเคารพต่อศักยภาพทางธรรมชาติของพืช สัตว์ และนิเวศการเกษตร เกษตรอินทรีย์ลดการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอก และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช และเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ แต่ในขณะเดียวกัน เกษตรอินทรีย์พยายาม ประยุกต์กลไกและวิถีการธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิต และพัฒนาความต้านทานต่อโรคของพืชและ สัตว์เลี้ยง หลักการเกษตรอินทรีย์นี้เป็นหลักการสากลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิอากาศ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วย

คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (2551: 17) ได้ให้ความหมายแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับ ที่ 1 พ.ศ. 2551– 2554 ว่า การเกษตรที่ใช้หลักการพึ่งพิง ความสมดุลตามธรรมชาติอย่างเป็นองค์รวม เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดระบบนิเวศการเกษตรที่ยั่งยืน สามารถให้ผลผลิตที่ดีในสภาพสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการอนุรักษ์ และฟื้นฟูอย่างต่อเนื่องอย่างยั่งยืน ผสมผสาน ระบบการเกษตรทุกระบบที่ส่งเสริม และปรับปรุงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เพื่อ ผลิตอาหารและปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีพที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยใช้หลักการสร้าง

ความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศเกษตรให้เกิดการผสมผสานเกื้อกูลกันและกันอย่างเป็นองค์รวม มีการหมุนเวียนใช้ทรัพยากรในไร่นาให้เกิดประโยชน์สูงสุด หลีกเลี่ยงการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอกระบบนิเวศเกษตร และใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นชีวภัณฑ์ และสารอินทรีย์ที่ได้จากสิ่งมีชีวิต รวมทั้งสารอินทรีย์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ปฏิเสธการใช้ปัจจัยที่เป็นสารเคมีสังเคราะห์รวมทั้งพันธุ์ที่ผ่านการปรับเปลี่ยนทางพันธุกรรม

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า เกษตรอินทรีย์ หมายถึง ระบบการผลิตทางการเกษตรที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญด้านความยั่งยืนของ ดิน ระบบนิเวศ รวมถึงสิ่งสำคัญก็คือ มนุษย์ โดยกระบวนการดังกล่าว จะอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ และวงจรธรรมชาติที่มีลักษณะที่เป็นแบบเฉพาะและแตกต่างในแต่ละพื้นที่ เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศวิทยา รวมถึงความหลากหลายทางด้านวงจรชีวภาพ โดยการดำเนินการผลิตนั้น จะมุ่งเน้นด้านการใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุดิบที่มาจากการสังเคราะห์ ที่ไม่ได้ทำมาจากพืช สัตว์ หรือจุลินทรีย์ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรม พยายามประยุกต์กลไกและวัฏจักรธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิต และพัฒนาความต้านทานต่อโรคของพืชและสัตว์เลี้ยง หลักการเกษตรอินทรีย์นี้เป็นหลักการสากลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิอากาศ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นเพื่อผลิตอาหารและปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีพที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยใช้หลักการสร้างความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศเกษตรให้เกิดการผสมผสานเกื้อกูลกันและกันอย่างเป็นองค์รวม มีการหมุนเวียนใช้ทรัพยากรในไร่นาให้เกิดประโยชน์สูงสุด หลีกเลี่ยงการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอกระบบนิเวศเกษตร และใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นชีวภัณฑ์ และสารอินทรีย์ที่ได้จากสิ่งมีชีวิต รวมทั้งสารอินทรีย์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ

2.2.2 หลักการของการทำเกษตรอินทรีย์

ตะวัน ห่างสูงเนิน (2557:40-43) ได้กล่าวถึงหลักการของการทำเกษตรอินทรีย์ที่จะตั้งอยู่บนพื้นฐานใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านนิเวศวิทยา ด้านความเป็นธรรม และด้านการดูแลเอาใจใส่ สามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

(1) **ด้านสุขภาพ** เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องส่งเสริม และสร้าง ความยั่งยืนให้กับสุขภาพอย่างเป็นองค์รวมของ ดิน พืช สัตว์ มนุษย์ และโลกสุขภาพของสิ่งมีชีวิตแต่ละปัจเจก และของชุมชนเป็นหนึ่ง เดียวกันกับสุขภาพของระบบนิเวศ การที่ผืนดินมีความอุดมสมบูรณ์ จะทำให้พืชพรรณต่างๆ แข็งแรงมีสุขภาพที่ดี ส่งผลต่อสัตว์เลี้ยงและ มนุษย์ที่อาศัยพืชพรรณเหล่านั้นเป็นอาหาร สุขภาพเป็นองค์รวม และ เป็นปัจจัยที่สำคัญของสิ่งมีชีวิต การมีสุขภาพที่ดีไม่ใช่ว่าปราศจาก โรคภัยไข้เจ็บ แต่รวมถึงภาวะแห่งความเป็นอยู่ที่ดีของกายภาพ จิตใจ สังคม และสภาพแวดล้อมโดยรวม ความแข็งแรง ภูมิคุ้มกัน และ ความสามารถในการฟื้นตัวเองจากความเสื่อมถอย ซึ่งล้วนเป็นองค์ ประกอบที่สำคัญของสุขภาพที่ดี บทบาทของเกษตรอินทรีย์ไม่ว่าจะเป็นการผลิตในไร่นา การแปรรูปการกระจายผลผลิตหรือการบริโภค ต่างก็มีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างสุขภาพที่ดีของระบบนิเวศ และสิ่งมีชีวิตทั้งปวงตั้งแต่สิ่งมีชีวิตที่มีขนาดเล็กสุดในดินจนถึงตัวมนุษย์เราเอง เกษตรอินทรีย์จึงมุ่งที่จะผลิตอาหารที่มีคุณภาพสูง และมีคุณค่า ทางโภชนาการเพื่อสนับสนุนให้มนุษย์ได้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้ เกษตรอินทรีย์จึงเลือกที่จะปฏิเสธการใช้ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช เวชภัณฑ์สัตว์ และสารปรุงแต่งอาหารที่อาจมีอันตรายต่อสุขภาพ

(2) ด้านนิเวศวิทยา เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องตั้งอยู่บนรากฐาน ของระบบ นิเวศวิทยา และวิถีการแห่งธรรมชาติการผลิตการเกษตร จะต้องสอดคล้องกับวิถีแห่งธรรมชาติ ช่วยทำให้ระบบและวิถีการ ธรรมชาติเพิ่มพูนยั่งยืนมากขึ้น หลักการเกษตรอินทรีย์ในเรื่องนี้ตั้ง อยู่บนกระบวนการที่มองเกษตรอินทรีย์ในฐานะองค์ประกอบหนึ่ง ของระบบนิเวศที่มีชีวิต ดังนั้นการ ผลิตการเกษตรจึงต้องพึ่งพาอาศัย กระบวนการทางนิเวศวิทยา และวงจรของธรรมชาติโดยการเรียนรู้ และ สร้างระบบนิเวศให้เหมาะสมกับการผลิตแต่ละชนิด ยกตัวอย่างเช่น ใน กรณีของการปลูกพืช เกษตรกรจะต้องปรับปรุงดินให้มีชีวิต หรือในการ เลี้ยงสัตว์ เกษตรกรจะต้องใส่ใจกับระบบนิเวศ โดยรวมของฟาร์ม หรือ ในการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เกษตรกรต้องใส่ใจกับระบบนิเวศของบ่อเลี้ยง การ เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ หรือแม้แต่การเก็บเกี่ยวผลผลิตจากป่า จะต้องสอดคล้องกับวิถีการและสมดุล ทางธรรมชาติ แม้ว่าวิถีการธรรมชาติจะ เป็นสากล แต่อาจจะมีลักษณะเฉพาะท้องถิ่นนิเวศได้ ดังนั้น กระบวนการ เกษตรอินทรีย์ จึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับเงื่อนไขท้องถิ่น ภูมินิเวศ วัฒนธรรม และ เหมาะสมกับขนาดของฟาร์ม เกษตรกร ควรใช้ปัจจัย การผลิต และพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เน้น การใช้การหมุนเวียน เพื่อที่จะอนุรักษ์ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมให้มีความยั่งยืน ฟาร์ม เกษตร อินทรีย์ควรสร้างสมดุลของนิเวศการเกษตร โดยการออกแบบ ระบบการทำฟาร์มที่เหมาะสม การ พันธ์ระบบนิเวศท้องถิ่น และการ สร้างความหลากหลายทั้งทางพันธุกรรม และกิจกรรมทางการ เกษตร ผู้คนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแปรรูป การค้า และการบริโภค ผลผลิต เกษตรอินทรีย์ ควรช่วยกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งในแง่ ของภูมินิเวศ สภาพบรรยากาศ นิเวศท้องถิ่น ความ หลากหลายทาง ชีวภาพ อากาศ และน้ำ

(3) ด้านความเป็นธรรม เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องอยู่บนความ สัมพันธ์ที่มีความเป็น ธรรมระหว่างสิ่งแวดล้อมโดยรวม และสิ่งมีชีวิต ความเป็นธรรมนี้ รวมถึงความเท่าเทียมการเคารพ ความยุติธรรม และ การมีส่วนร่วมในการปกป้องพิทักษ์โลกที่เราอาศัยอยู่ ทั้งในระหว่างมนุษย์ ด้วยกันเอง และระหว่างมนุษย์กับสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ในหลักการด้านนี้ ความสัมพันธ์ของผู้คนที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการผลิต และกระบวนการ ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในทุกระดับ ควรมีความสัมพันธ์กันอย่าง เป็น ธรรม ทั้งเกษตรกร คนงาน ผู้แปรรูป ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้า และผู้บริโภค ทุกคนควรได้รับโอกาส ในการมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีส่วนช่วยในการ รักษาอธิปไตยทางอาหาร และช่วยแก้ไขปัญหาความ ยากจน เกษตร อินทรีย์ควรมีเป้าหมายในการผลิตอาหาร และผลผลิตการเกษตรอื่นๆ ที่เพียงพอ และ มีคุณภาพที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมที่นำมาใช้ในการผลิต และการบริโภคควรจะต้อง ดำเนินการอย่างเป็นธรรม ทั้งทางสังคม และทางนิเวศวิทยา รวมทั้งต้องมีการอนุรักษ์ปกป้อง ให้กับ อนุชนรุ่นหลัง ความเป็นธรรมนี้จะรวมถึงว่าระบบการผลิต การ จำหน่าย และการค้าผลผลิตเกษตร อินทรีย์จะต้องโปร่งใสมีความ เป็นธรรม และมีการนำต้นทุนทางสังคม และสิ่งแวดล้อมมาพิจารณา เป็นต้นทุนการผลิตด้วย

(4) ด้านการดูแลเอาใจใส่ การบริหารจัดการเกษตรอินทรีย์ ควรจะต้องดำเนินการ อย่างระมัดระวัง และรับผิดชอบเพื่อปกป้อง สุขภาพ และความเป็นอยู่ของผู้คนทั้งในปัจจุบัน และ อนาคตรวมทั้ง พิทักษ์ปกป้องสภาพแวดล้อมโดยรวม ด้วยเกษตรอินทรีย์เป็นระบบที่ มีพลวัตร และมี ชีวิตในตัวเองซึ่งการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ทั้งจาก ปัจจัยภายใน และภายนอก ผู้ที่เกี่ยวข้องกับ เกษตรอินทรีย์ควรดำเนิน กิจกรรมต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มผลผลิตในการผลิต แต่ ใน

ขณะเดียวกันจะต้องระมัดระวังอย่าให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ จะต้องมีการประเมิน ผลกระทบอย่างจริงจัง และแม้แต่เทคโนโลยีที่มีการใช้อยู่แล้ว ก็ควร จะ ต้องมีการทบทวน และประเมินผลกันอยู่เนืองๆ ทั้งนี้ เพราะมนุษย์เรา ยังไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจ อย่างดีพอ เกี่ยวกับระบบนิเวศการเกษตร ที่มีความสลับซับซ้อน ดังนั้นเราจึงต้องดำเนินการต่างๆ ด้วยความ ระมัดระวังเอาใจใส่

จะเห็นได้ว่า หลักการของการทำเกษตรอินทรีย์ที่จะตั้งอยู่บนพื้นฐานใน 4 ด้าน ล้วน แต่สร้างความปลอดภัยให้ทั้งร่างกาย จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม และความเป็นไปของสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่ อาจคาดไม่ถึง ซึ่งจะมีแนวทางอย่างไรรั้น ผู้วิจัยจะได้อธิบายในหัวข้อแนวทางของเกษตรอินทรีย์ต่อไป

2.2.3 แนวทางของเกษตรอินทรีย์

คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (2560: ค-จ) ได้วางกรอบแนวคิดและ สาระสำคัญของการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560-2564 ไว้ว่า

(1) การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ ดำเนินการภายใต้พื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงมีความสมดุล พอประมาณ มีเหตุมีผล และภูมิคุ้มกัน สอดคล้องกับภูมิสังคมแต่ละพื้นที่และ วิถีชีวิตดั้งเดิม เป็นการพัฒนาตามลำดับขั้น

(2) แนวทางดำเนินงานในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ มี 2 แนวทางคือ 1) การพัฒนา เกษตรอินทรีย์วิถีพื้นบ้าน ที่เป็นระบบการผลิตเพื่อพึ่งตนเองเป็นหลักและยึดตามวิถีธรรมชาติและ 2) การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้ได้การรับรองตามมาตรฐาน โดยเน้นการเทียบเคียงมาตรฐานและระบบ การตรวจสอบรับรองที่เท่าเทียมในระดับสากล รวมถึงการสร้างตราสินค้าเกษตรอินทรีย์ไทยให้เป็นที่ ยอมรับ

(3) การพัฒนาบุคลากรด้านเกษตรอินทรีย์ ทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เกษตรกรให้เป็น เกษตรกรปราดเปรื่องเรื่องอินทรีย์ (Smart Farmer) กลุ่มเกษตรกรให้มีความเข้มแข็ง (SmartGroup) และการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์(Smart Enterprise)

(4) การสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้ผลิต ผู้บริโภค และเจ้าหน้าที่ของรัฐ เกี่ยวกับ ปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการผลิตและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

(5) การจัดทำฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์ ให้มีความสมบูรณ์ครอบคลุมทั้งทางด้านการ ผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด

(6) การวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีทางเลือกด้านเกษตรอินทรีย์ และนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ครอบคลุมการศึกษาและวิจัยปัจจัยการผลิต โดยกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคี ต่าง ๆ

(7) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเกษตรอินทรีย์ โดยส่งเสริมและสนับสนุนการ บริหารจัดการทรัพยากร ให้สามารถดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(8) การสร้างและพัฒนาสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีมาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ต่างประเทศ รวมถึงการสร้างระบบตรวจสอบรับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์แบบ ONE STOP SERVICE

(9) การสร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจ ระหว่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการที่ เกี่ยวข้อง (CLUSTER) เชื่อมโยงธุรกิจซึ่งกันและกัน ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งและสร้างขีด ความสามารถในการแข่งขันได้มากขึ้น

(10) แสวงหาแหล่งทุนเพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์และรักษาสภาพความเป็นอินทรีย์ โดยให้การสนับสนุนเกษตรกร หรือองค์กรเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์รวมถึงผู้ประกอบการในรูปแบบต่าง ๆ

(11) การกำหนดให้มีกลไกกำกับดูแลที่เชื่อมโยงทั้งในระดับชาติ ระดับจังหวัดและระดับพื้นที่ อย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนกระบวนการทำงานพัฒนาเกษตรอินทรีย์ร่วมกันระหว่างภาครัฐกับเครือข่ายเกษตรกร ชุมชน ภาคเอกชน และองค์กรพัฒนาเอกชนในการขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์

กรีนเนท (2562: ออนไลน์) ได้เสนอแนวคิดพื้นฐานของเกษตรอินทรีย์เอาไว้ว่า คือการทำเกษตรแบบองค์รวม จะแตกต่างกับการทำเกษตรสมัยใหม่ ที่มุ่งเน้นในการป้อนปัจจัยต่างๆเข้ากระบวนการผลิตโดยให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเพิ่มปริมาณและคุณภาพของผลผลิตของพืชที่ปลูกเท่านั้น ซึ่งเป็นความคิดแบบแยกส่วน เนื่องจากการให้ความสนใจเฉพาะเจาะจง โดยการเพิ่มคุณภาพหรือปริมาณของผลผลิตนั้น ส่วนใหญ่จะไม่มุ่งเน้นให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องผลกระทบโดยรวมว่าจะได้รับผลกระทบหรือไม่ ทั้งผลกระทบต่อทรัพยากรทางการเกษตร สิ่งแวดล้อม หรือระบบนิเวศทางการเกษตร ในขณะที่การทำเกษตรอินทรีย์นั้น มุ่งเน้นการทำเกษตรแบบองค์รวม ให้ความสำคัญในการเพิ่มคุณภาพหรือปริมาณผลผลิตเช่นกัน แต่จะให้ความสำคัญในเรื่องของการร่วมอนุรักษ์ระบบนิเวศ รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน โดยอาศัยกลไกและวัฏจักรระบบนิเวศทางธรรมชาติมาเป็นปัจจัยในการดำเนินงานการเกษตร ทั้งยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน, การรักษาแหล่งน้ำให้สะอาด ตลอดจนการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพของฟาร์มหรือสถานที่ ที่ดำเนินการผลิต จากข้อมูลดังกล่าวมาในข้างต้นจะเห็นได้ว่า เกษตรอินทรีย์จึงเป็นกระบวนการที่ปฏิเสธการใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยที่ทำมาจากสารเคมี ด้วยเหตุผลที่ว่า วัตถุดิบที่มีส่วนประกอบมาจากสารเคมีนั้นจะส่งผลกระทบต่อระบบกลไก และกระบวนการของระบบนิเวศ นอกจากนี้การทำเกษตรอินทรีย์ยังให้ความสำคัญในการสร้างความสมดุลของวงจรของธาตุอาหาร ,การใช้ทรัพยากรด้านพลังงานอย่างคุ้มค่า,การอนุรักษ์ระบบนิเวศการเกษตรและการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ทั้งนี้การทำเกษตรอินทรีย์จึงเป็นการบริหารจัดการด้านการเกษตรในเชิงบวก ซึ่งการบริหารจัดการในเชิงบวก จึงเป็นข้อแตกต่างของการทำเกษตรอินทรีย์(การทำเกษตรแบบธรรมชาติ หรือ เกษตรปลอดสารเคมี,เกษตรปลอดสารพิษ) กับการทำเกษตรที่พึ่งพาการใช้วัตถุดิบที่มีส่วนประกอบของสารเคมี ดังนั้นการทำเกษตรอินทรีย์จึงเป็นการทำเกษตรที่มุ่งให้ความสำคัญในการทำเกษตรในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศการเกษตร ไม่ว่าจะเป็น สวน ไร่ นา สำหรับเกษตรกรที่มีเลือกทำการเกษตรประเภทนี้จึงมีความจำเป็นต้องปรับกระบวนการทัศน์ ศึกษา เรียนรู้ เกี่ยวกับธรรมชาติและกระบวนการจัดการพื้นที่การเกษตรของตนสู่การทำเกษตรอินทรีย์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เกษตรอินทรีย์จึงเรียกได้ว่าเป็นแนวทางดำเนินการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานแห่งการเรียนรู้และภูมิปัญญา เนื่องจากการทำเกษตรอินทรีย์ ต้องมีการสังเกต, ศึกษา, วิเคราะห์-สังเคราะห์และสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการทำเกษตรในพื้นที่ของตนเอง ซึ่งจะมีเงื่อนไขทั้งทางกายภาพ (เช่นลักษณะของดินภูมิอากาศและภูมินิเวศ) รวมถึงเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น เพื่อคัดสรรและพัฒนาแนวทางเกษตรอินทรีย์ที่เหมาะสม และเหมาะสมกับพื้นที่ของตนเองอย่างแท้จริง นอกจากนี้เกษตรอินทรีย์ยังให้ความสำคัญกับ

ตัวเกษตรกรผู้ผลิตและชุมชนท้องถิ่น รวมถึงมุ่งหวังที่จะสร้างความมั่นคงในการทำการเกษตรสำหรับเกษตรกร ตลอดจนร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรกรรมวิถี การผลิตของเกษตรอินทรีย์เป็นวิธีการผลิตที่เกษตรกรต้องอ่อนน้อมและเรียนรู้ในการดัดแปลงการผลิตของตนให้เข้ากับวิถีธรรมชาติอาศัยกลไกธรรมชาติเพื่อทำการเกษตร ดังนั้นวิธีการผลิตเกษตรอินทรีย์จึงเป็นวิถีแห่งการเคารพและพึ่งพิงธรรมชาติซึ่งสอดคล้องกลมกลืนกับวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรพื้นบ้านของสังคมไทย แต่ในขณะเดียวกันเกษตรอินทรีย์ก็ไม่ได้ปฏิเสธการผลิตเพื่อการค้า เพราะตระหนักว่าครอบครัวเกษตรกรส่วนใหญ่จำเป็นต้องพึ่งพาการจำหน่ายผลผลิตเพื่อเป็นรายได้ในการดำรงชีพ ขบวนการเกษตรอินทรีย์พยายามส่งเสริมการทำการตลาดผลผลิตเกษตรอินทรีย์ทั้งในระดับท้องถิ่นประเทศและระหว่างประเทศ โดยการตลาดท้องถิ่นอาจมีรูปแบบที่หลากหลายตาม แต่เงื่อนไขทางสภาพเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นนั้น เช่น ระบบชุมชนสนับสนุนการเกษตร (Community Support Agriculture - CSA) หรือระบบอื่น ๆ ที่มีหลักการในลักษณะเดียวกัน ส่วนตลาดห่างไกลออกไปจากผู้ผลิต ขบวนการเกษตรอินทรีย์ได้พยายามพัฒนามาตรฐานการผลิตและระบบการตรวจสอบรับรอง ที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้ว่าทุกขั้นตอนของการผลิตแปรรูปและกระบวนการนั้นเป็นการทำงานที่พยายามอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมตลอดจนรักษาคุณภาพของผลผลิตให้เป็นธรรมชาติเดิมมากที่สุด จากแนวคิดหลักพื้นฐานของเกษตรอินทรีย์ที่มุ่งเน้นการทำการเกษตรที่อนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมแนวทางปฏิบัติของเกษตรอินทรีย์ จึงเน้นการผลิตความสอดคล้องกับวิถีธรรมชาติโดยการประยุกต์ปรับใช้กลไกนิเวศธรรมชาติสำหรับอาหาร, การสร้างความอุดมสมบูรณ์ของดิน, ความอนุรักษ์และฟื้นฟูนิเวศการเกษตร, การพึ่งพากลไกการทำเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ การหมุนเวียนธาตุสัมพันธ์แบบสมดุลของสิ่งมีชีวิตที่หลากหลาย, การธรรมชาติในการทำเกษตร, การพึ่งพาตนเองด้านปัจจัยการผลิต

(1) การหมุนเวียนธาตุอาหาร ในป่าธรรมชาติต้นไม้พืชพรรณได้รับธาตุอาหารจากดินและอากาศโดยธาตุอาหารในดินจะถูกดูดซึมผ่านทางรากส่วนธาตุอาหารในอากาศพืชจะได้รับจากการหายใจทางใบเมื่อพืชได้รับแสงก็จะสังเคราะห์ธาตุอาหารเหล่านั้นมาเป็นสารอาหารต่างๆซึ่งทำให้พืชเจริญเติบโตและเพิ่มชีวมวล (big mass) ของพืชเอง ไม่ว่าจะเป็นลำต้นที่ขยายใหญ่ขึ้น กิ่งก้านและใบเพิ่มขึ้น ฯลฯ เมื่อใบหรือกิ่งแก่ลงก็จะร่วงหล่นลงดินหรือบางส่วนของพืชอาจถูกสัตว์หรือแมลงกัดแทะและเมื่อสัตว์ถ่ายมูลออกมามูลเหล่านั้นก็กลับคืนลงสู่ดิน ทั้งชีวมวลจากพืชและมูลสัตว์ที่กินพืช (ที่เราเรียก “อินทรีย์วัตถุ”) กลับคืนสู่ดินก็จะถูกย่อยสลายโดยจุลินทรีย์และปลดปล่อยธาตุอาหารออกมาซึ่งรากพืชจะดูดซึมกลับไปเป็นธาตุอาหารอีกครั้งหนึ่งวัฏจักรหรือวงจรธาตุอาหารที่หมุนเวียนไปอย่างสมดุลนี้เองที่ทำให้พืชในป่าสามารถเจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืนเป็นเวลาหลายร้อยหลายพันปีเพราะธาตุอาหารทั้งหมดหมุนเวียนอยู่ในระบบนิเวศนั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง แน่แน่นอนว่าการทำเกษตรไม่ว่าจะเพื่อยังชีพหรือเพื่อจำหน่ายก็ตาม ธาตุอาหารส่วนหนึ่งย่อมสูญหายไปจากระบบนิเวศการเกษตรจากการบริโภคผลผลิตดังนั้นเกษตรกรจำเป็นต้องหาวิธีการที่เหมาะสมในการหาธาตุอาหารจากภายนอกฟาร์มมาชดเชยส่วนที่สูญเสียไป แต่ปัญหาการสูญเสียธาตุอาหารในฟาร์มที่สำคัญกว่าก็คือการสูญเสียธาตุด้วยอินทรีย์วัตถุ, การปลูกพืชเป็นปุ๋ยพืชสดพืชที่อยู่ในรูปของอินทรีย์วัตถุที่สามารถย่อยอาหารในดินที่เกิดขึ้นจากการชะล้างหน้าดิน, การกัดเซาะของลมฝนและน้ำ, ธาตุอาหารที่ไหลลงดินลึกชั้นล่างรวมถึงที่สูญเสียไปทางอากาศ ดังนั้นเกษตรอินทรีย์จึงให้ความสำคัญกับการป้องกันการสูญเสียธาตุอาหารที่

เกิดจากระบบการผลิต โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการพึ่งพาแหล่งธาตุอาหารจากภายนอกฟาร์ม แนวทางการหมุนเวียนธาตุอาหารในฟาร์ม อาศัยหลักการทางธรรมชาติ ด้วยการใช้อาหารพืชที่อยู่ในรูปของอินทรีย์วัตถุที่สามารถย่อยสลายได้ โดยจุลินทรีย์ ซึ่งจะช่วยให้วงจรธาตุอาหารหมุนเวียนได้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างของการหมุนเวียนธาตุอาหารในแนวทางเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญคือการใช้ปุ๋ยหมักปุ๋ย/ปุ๋ยชีวภาพ, การคลุมดินด้วยอินทรีย์วัตถุ, การปลูกพืชเป็นปุ๋ยพืชสด และการปลูกพืชหมุนเวียน เป็นต้น

(2) **ความอุดมสมบูรณ์ของธาตุอาหารในดิน** "ความอุดมสมบูรณ์ของดิน" ถือได้ว่าเป็นหัวใจของเกษตรอินทรีย์ ผิวดินในระบบนิเวศป่าธรรมชาติจะมีเศษซากพืชและใบไม้ปกคลุมอยู่ตลอดเวลาซึ่งอินทรีย์วัตถุที่คลุมดินนี้ นอกจากจะช่วยป้องกันการกัดเซาะและการพังทลายของหน้าดินแล้วยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นเพราะอินทรีย์วัตถุเหล่านี้เป็นอาหารของสิ่งมีชีวิตและจุลินทรีย์ที่อยู่ในดิน ดังนั้นการมีอินทรีย์วัตถุคลุมหน้าดินจึงทำให้ "ดินมีชีวิต" ขึ้น ซึ่งเมื่ออินทรีย์วัตถุเหล่านี้ย่อยสลายผุพัง(โดยการทำงานของสิ่งมีชีวิตและจุลินทรีย์ในดิน) ก็จะทำให้เกิดฮิวมัสซึ่งทำให้ดินร่วนซุย และสามารถเก็บกักน้ำและธาตุอาหารต่างๆ ได้เพิ่มมากขึ้น ดินจึงมีความชื้นอยู่ตลอดเวลาและมีธาตุอาหารเพียงพอให้กับพืชพรรณในบริเวณดังกล่าวเจริญเติบโตได้อย่างสมบูรณ์แข็งแรง ดังนั้นหลักการของการทำเกษตรอินทรีย์จึงจำเป็นต้องหาอินทรีย์วัตถุต่างๆ มาคลุมหน้าดินอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นฟางใบไม้หรือแม้แต่พืชขนาดเล็ก (เช่นพืชที่ใช้ปลูกคลุมดิน) ซึ่งอินทรีย์วัตถุเหล่านี้จะกลายเป็นอาหารของสิ่งมีชีวิตและจุลินทรีย์ในดิน ทำให้ดินฟื้นกลับมามีชีวิตอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้การไม่ใช้สารเคมีต่างๆ ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตและจุลินทรีย์ในดิน (เช่น สารเคมีกำจัดศัตรูพืช) เป็นการช่วยทำให้ดินสามารถฟื้นความสมบูรณ์ของตัวเองได้อย่างรวดเร็วเมื่อดินมีความสมบูรณ์พืชที่ปลูกก็แข็งแรงมีความต้านทานต่อโรคและแมลง รวมทั้งให้ผลผลิตสูง

(3) **ความหลากหลายที่สัมพันธ์กันอย่างสมดุลในระบบนิเวศ** นิเวศป่าธรรมชาติมีพืชพรรณและสิ่งมีชีวิตต่างๆ อยู่ร่วมกันอย่างหลากหลายสิ่งมีชีวิตต่างๆ เหล่านี้มีทั้งที่พึ่งพาอาศัยกัน แข่งขันกันหรือเป็นอาหารของสิ่งมีชีวิตอีกชนิดหนึ่ง แต่ต่างก็สามารถดำรงอยู่ร่วมกันได้อย่างสมดุลและมีเสถียรภาพพืชพรรณต่างๆ แม้จะมีแมลงหรือศัตรูที่กินพืชนั้นเป็นอาหารบ้าง แต่ก็ไม่ได้ทำลายพืชนั้นจนเสียหายไปทั้งหมดทั้งนี้เพราะพืชเองก็มีความสามารถที่จะฟื้นฟูตัวเองจากการทำลายของศัตรูพืชได้ และนอกจากนี้เมื่อมีแมลงศัตรูพืชเกิดขึ้นมากก็จะมีสิ่งมีชีวิตอื่นที่เป็นศัตรูตามธรรมชาติมาควบคุมประชากรของศัตรูพืชให้ลดลงอยู่ในภาวะที่สมดุล จากหลักการนี้เองการทำเกษตรอินทรีย์จะต้องหาสมดุลของการเพาะปลูกพืชที่หลากหลาย ไม่จะเป็นการปลูกพืชร่วมหลายชนิดในเวลาเดียวกันหรือเลื้อยเวลากัน ตลอดจนการปลูกพืชหมุนเวียนต่างชนิดกันรวมทั้งการเลี้ยงสัตว์ทั้งนี้การทำเกษตรที่หลากหลาย (ซึ่งมักนิยมเรียกกันว่า "เกษตรผสมผสาน") นับเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าและยังเป็นการลดความเสี่ยงภัยจากปัญหาโรคและแมลงศัตรูพืชระบาดอีกด้วย นอกจากนี้การไม่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจะมีส่วนช่วยให้ศัตรูธรรมชาติสามารถแสดงบทบาทในการควบคุมศัตรูพืชซึ่งเป็นการสร้างสมดุลนิเวศการเกษตรอีกรูปแบบหนึ่งเพราะการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชจะทำลายศัตรูธรรมชาติในสัดส่วนที่มากกว่าศัตรูพืชทำให้ศัตรูพืชกลับยิ่งระบาดรุนแรงมากขึ้นอีก

(4) การอนุรักษ์และฟื้นฟูนิเวศการเกษตร แนวทางสำคัญของเกษตรอินทรีย์ก็คือ การอนุรักษ์ระบบนิเวศการเกษตรและสิ่งแวดล้อมด้วยการปฏิเสธการใช้สารเคมีสังเคราะห์ทุกชนิด ทั้งนี้เพราะปัจจัยการผลิตที่เป็นสารเคมีสังเคราะห์ทำลายสมดุลของนิเวศการเกษตรและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช (ไม่ว่าจะเป็นสารเคมีฆ่าแมลง สารเคมีป้องกันกำจัดเชื้อราและสารเคมีกำจัดวัชพืช) มีผลต่อสิ่งมีชีวิตต่างๆ ที่อยู่ในฟาร์ม ทั้งที่อยู่บนผิวดินและใต้ดิน เช่น สัตว์และจุลินทรีย์ ในกลไกธรรมชาติสิ่งมีชีวิตต่างๆ เหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างสมดุลของนิเวศการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นการช่วยควบคุมประชากรของสิ่งมีชีวิตอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งศัตรูพืช หรือการพึ่งพาอาศัยกันในการดำรงชีวิตเช่นการผสมเกสร และการช่วยย่อยสลายอินทรีย์วัตถุ ซึ่งสิ่งมีชีวิตเหล่านี้ส่วนใหญ่มีทั้งที่เป็นประโยชน์ต่อพืชที่เกษตรกรเพาะปลูกหรืออย่างน้อยก็ไม่ได้สร้างผลเสียกับพืชที่ปลูกแต่อย่างใด แต่การใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชนั้นมีผลทำลายสิ่งมีชีวิตทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งมีชีวิตที่เป็นประโยชน์ ในขณะที่โรคและแมลงศัตรูพืชมักจะมีความสามารถพิเศษในการพัฒนาภูมิคุ้มกันต่อสารเคมี ดังนั้นเมื่อมีการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช แมลงที่เป็นประโยชน์จึงถูกทำลายได้โดยง่ายในขณะที่แมลงศัตรูพืชสามารถอยู่รอดได้โดยไม่เป็นอันตราย แม้แต่ปุ๋ยเคมีก็มีผลเสียต่อจุลินทรีย์และสิ่งมีชีวิตในดินทำให้สมดุลของนิเวศดินเสียดังนั้นเกษตรกรอินทรีย์จึงห้ามไม่ให้ใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นสารเคมีสังเคราะห์ทุกชนิดในการเพาะปลูก นอกเหนือจากการอนุรักษ์แล้ว แนวทางเกษตรอินทรีย์ยังเน้นให้เกษตรกรต้องฟื้นฟูสมดุลและความอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศด้วย ซึ่งหลักการนี้ทำให้เกษตรกรอินทรีย์มีความแตกต่างอย่างมากจากระบบเกษตรปลอดสารเคมีที่รู้จักกันในประเทศไทยแนวทางหลักในการฟื้นฟูนิเวศการเกษตรก็คือการปรับปรุงบำรุงดินด้วยอินทรีย์วัตถุและการเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพ สำหรับระบบเกษตรอินทรีย์ “ดิน” ถือว่าเป็นกุญแจสำคัญ เพราะการปรับปรุงบำรุงดินทำให้ดินไม่ได้รับธาตุอาหารอย่างครบถ้วนและสมดุล ซึ่งจะช่วยทำให้ดินไม่แข็งแรงมีความต้านทานต่อการระบาดของโรคและแมลงอันจะทำให้เกษตรกรไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ทั้งยังสามารถเพิ่มผลผลิตได้อย่างยั่งยืนกว่าการเพาะปลูกด้วยระบบเกษตรเคมีอีกด้วย นอกจากนี้ผลผลิตของเกษตรอินทรีย์ยังมีรสชาติดีและมีคุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน นอกเหนือจากการปรับปรุงบำรุงดินแล้วการเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพในไร่นาก็เป็นสิ่งจำเป็น นับเป็นเรื่องสำคัญต่อความยั่งยืนของระบบนิเวศการเกษตร เพราะการที่สิ่งมีชีวิตที่หลากหลายชนิดอยู่ร่วมกันย่อมก่อให้เกิดความเกื้อกูลและสมดุลของระบบนิเวศซึ่งจะช่วยเสริมสร้างกระบวนการและพลวัตทางธรรมชาติที่เกื้อหนุนต่อการทำเกษตรอินทรีย์อีกต่อหนึ่งวิธีการเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพอาจทำได้หลายรูปแบบเช่นการปลูกพืชร่วม, พืชแซม, พืชหมุนเวียน, ไม้ยืนต้น หรือการฟื้นฟูแหล่งนิเวศธรรมชาติในไร่นาหรือบริเวณใกล้เคียง

(5) การพึ่งพากลไกธรรมชาติในการทำเกษตร เกษตรอินทรีย์ตั้งอยู่บนปรัชญาแนวคิดที่ว่าเกษตรที่ยั่งยืนต้องเป็นการเกษตรที่เป็นไปธรรมชาติ ไม่ใช่การเกษตรที่ฝืนวิถีธรรมชาติ ดังนั้นการทำเกษตรจึงไม่ใช่การพยายามเอาชนะธรรมชาติ หรือการพยายามดัดแปลงธรรมชาติเพื่อการเพาะปลูกแต่เป็นการเรียนรู้จากธรรมชาติและปรับระบบการทำเกษตรให้เข้ากับวิถีแห่งธรรมชาติ กลไกในธรรมชาติที่สำคัญต่อการทำเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ วงจรการหมุนเวียนธาตุอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งวงจรไนโตรเจนและคาร์บอน วงจรการหมุนเวียนของน้ำ พลวัตของภูมิอากาศและแสงอาทิตย์ รวมทั้งการพึ่งพากันของสิ่งมีชีวิตอย่างสมดุลในระบบนิเวศทั้งในเชิงของการเกื้อกูลการพึ่งพาและห่วง

โซ่อาหารตามที่แตกต่างกันทั่วโลกย่อมมีระบบนิเวศและกลไกตามธรรมชาติที่แตกต่างกันออกไป เกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์จึงจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ถึงสภาพเงื่อนไขของท้องถิ่นที่ตนเองทำการเกษตรอยู่ การหมั่นสังเกตเรียนรู้วิเคราะห์-สังเคราะห์และทำการทดลอง เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ต้องดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องเพื่อที่ว่าระบบฟาร์มเกษตรอินทรีย์ของเกษตรกรแต่ละรายจะได้ใช้ประโยชน์จากกลไกธรรมชาติและสภาพนิเวศท้องถิ่นอย่างเต็มที่

(6) การพึ่งพาตนเองด้านปัจจัยการผลิต เกษตรอินทรีย์มีแนวทางที่มุ่งให้เกษตรกรพยายามผลิตปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่นปุ๋ยอินทรีย์ เมล็ดพันธุ์ ฯลฯ ด้วยตนเองในฟาร์มให้ได้มากที่สุด แต่ในกรณีที่เกษตรกรไม่สามารถผลิตได้เอง (เช่นมีพื้นที่การผลิตไม่พอเพียงหรือต้องมีการลงทุนสูงสำหรับการผลิตปัจจัยการผลิตที่จำเป็นต้องใช้) เกษตรกรก็สามารถซื้อหาปัจจัยการผลิตจากภายนอกฟาร์มได้ แต่ควรเป็นปัจจัยการผลิตที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น แนวทางนี้เป็นไปตามหลักการสร้างสมดุลของวงจรธาตุอาหารที่กระตุ้นให้เกษตรกรพยายามจัดสมดุลของวงจรธาตุอาหารในระบบที่เล็กที่สุด (ซึ่งก็คือในฟาร์มของเกษตรกร) และมีความสอดคล้องกับนิเวศของท้องถิ่นอันจะช่วยสร้างเสถียรภาพและความยั่งยืนของระบบการผลิตในระยะยาว นอกจากนี้การเลือกใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในท้องถิ่นยังเป็นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการขนย้ายปัจจัยการผลิตเป็นระยะทางไกล ๆ การพึ่งพาตนเองด้านปัจจัยการผลิตยังมีนัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญกล่าวคือเกษตรกรอินทรีย์ไม่ใช่เพียงแค่เทคนิคการผลิต แต่เป็นวิถีชีวิตและขบวนการทางสังคมจากประสบการณ์ของการพัฒนาระบบเกษตรเคมีที่ผ่านมาเกษตรกรสูญเสียการเข้าถึงและการควบคุมปัจจัยการผลิตและกระบวนการผลิตในเกือบทุกขั้นตอน จำเป็นต้องพึ่งพิงองค์กรภาครัฐและธุรกิจเอกชนในการจัดหาปัจจัยการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตเกือบทุกด้านจนเกษตรกรเองแทบไม่ต่างไปจากแรงงานรับจ้างในฟาร์มที่ทำงานในที่ดินของตนเองการส่งเสริมการพึ่งพาตนเองของเกษตรกรในระบบเกษตรอินทรีย์จึงเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความเข้มแข็งและความเป็นอิสระของเกษตรกรและองค์กรเกษตรกรซึ่งจะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาประชาธิปไตยระดับรากหญ้าอีกด้วย

จะเห็นได้ว่าเกษตรกรอินทรีย์นั้นเป็นระบบการเกษตรที่มีลักษณะเป็นองค์รวมที่ให้ความสำคัญในเบื้องต้นกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศการเกษตรและทรัพยากรธรรมชาติ แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ได้ละเลยมิติด้านสังคมและเศรษฐกิจเพราะความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อมไม่อาจดำรงอยู่ได้โดยแยกออกจากความยั่งยืนทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร (อภิชาติ ศรีสอาด, อัมพา คำวงษา และพัชรีย์ สำโรงเย็น, 2558: 5-13)

2.2.4 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์

วิไลลักษณ์ สุขสาย (มปป, 28-32) ได้กล่าวไว้ว่า มาตรฐานเกษตรอินทรีย์คือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นเกณฑ์ข้อกำหนดขั้นต่ำที่เกษตรกรผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตาม และหน่วยงาน รับรองจะใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจประเมินการผลิตและตัดสินใจในการรับรองฟาร์มที่ได้ปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานนั้น ๆ ปกติในการกำหนดมาตรฐานโดยส่วนใหญ่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์กลุ่มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้ค้า ผู้บริโภค รวมทั้งนักสิ่งแวดล้อม และนักวิชาการด้านต่าง ๆ จะมีส่วนร่วมในการให้ความคิดเห็นและตัดสินใจในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในแต่ละข้อความคาดหวังหรือการ ให้คุณค่ากับการปฏิบัติเกษตรอินทรีย์ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแต่ละส่วนจะถูกตรวจสอบ และยอมรับหรือปฏิเสธ โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ โดยเฉพาะเกษตรกรผู้ผลิต

และผู้ประกอบการ เพราะผู้ผลิตและผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่ต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขข้อกำหนดเหล่านั้น ดังนั้น มาตรฐานจึงเปรียบเสมือนหนึ่งเป็นกระบวนการแปลความคาดหวังและคุณค่าของเกษตรกรอินทรีย์ให้เป็นรูปธรรมในทางปฏิบัติ นอกจากนี้ในกระบวนการตัดสินใจกำหนดมาตรฐานนั้นจะต้องมีการสร้างฉันทามติ เพื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดยอมรับ ดังนั้นข้อตกลงในมาตรฐานจึงเปรียบเสมือนเป็น “สัญญาประชาคม” ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด นอกจากนี้สัญญาประชาคมนี้ได้มีการกำหนดรายละเอียดกระบวนการผลิตไว้อย่างค่อนข้างชัดเจน ทำให้มาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์มีสถานะเสมือนหนึ่งเป็น “ค่านิยม” ของเกษตรกรอินทรีย์ไปพร้อมกันด้วย จะเห็นได้ว่ามาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์เป็นภาพสะท้อนของสภาพการณ์การผลิตและการแปรรูปผลผลิตเกษตรกรอินทรีย์ที่เกษตรกรได้พัฒนาระดับความสามารถในการทำการผลิตและแปรรูปให้ก้าวรุดหน้ามากขึ้น ดังนั้นมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์จึงไม่ใช่มาตรฐานที่หยุดนิ่ง ไม่เปลี่ยนแปลง แต่เป็นสภาพการณ์ที่ยังสามารถมีการแปรเปลี่ยนได้ตลอดเวลาตามสภาพการณ์ของการผลิตเกษตรกรอินทรีย์ที่นับวันมีแต่จะก้าวรุดหน้าขึ้นไปเรื่อย ๆ ข้อกำหนดโดยสรุปของมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์ที่สำคัญ ได้แก่

(1) ระบบนิเวศการเกษตร ระบบการผลิตเกษตรกรอินทรีย์ต้องเอื้ออำนวยต่อการอนุรักษ์และฟื้นฟู สิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ผลิตจะต้องดำเนินการในการอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพและสภาพนิเวศ ท้องถิ่นดั้งเดิมไว้เพื่อให้พืชพรรณและสัตว์ท้องถิ่นสามารถมีที่อยู่อาศัยได้อย่างเพียงพอ นอกเหนือจากการ อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพแล้ว เกษตรอินทรีย์ยังจำเป็นต้องมีมาตรการในการอนุรักษ์ดินและน้ำอย่างจริงจังอีกด้วย โดยในการอนุรักษ์ดินนั้นครอบคลุมตั้งแต่การป้องกันการชะล้างพังทลายของหน้าดิน การอัด แน่นของหน้าดิน ดินเค็ม และการเสื่อมสภาพของดินด้วยเหตุปัจจัยอื่น ๆ ส่วนการอนุรักษ์น้ำนั้นเป็นเรื่องของ การใช้น้ำอย่างประหยัด ป้องกันไม่ให้เกิดน้ำเสียหรือปล่อยน้ำเสียลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะ การหมุนเวียนน้ำมาใช้ ใหม่ ซึ่งอาจดำเนินการโดยการเพิ่มปริมาณอินทรีย์วัตถุในดิน การออกแบบวิธีและระยะเวลาของการเพาะปลูก อย่างเหมาะสม การใช้วิธีการให้น้ำที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการออกแบบวางแผนการทำการเกษตร โดย คำนึงถึงเงื่อนไขข้อจำกัดของทรัพยากรน้ำที่มีอยู่ในท้องถิ่น

(2) การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ควรเริ่มจาก การมีแผนการปรับเปลี่ยนที่ชัดเจน โดยแผนการปรับเปลี่ยนดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดของ มาตรฐาน โดยอาจจะปรับเปลี่ยนฟาร์มทั้งหมดเข้าสู่เกษตรอินทรีย์พร้อมกัน หรือค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนบางส่วนของฟาร์มเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ก็ได้แต่ทั้งนี้แผนการปรับเปลี่ยนจะต้องระบุถึงขั้นตอนและระยะเวลาใน การปรับเปลี่ยนฟาร์มทั้งหมดเข้าสู่เกษตรอินทรีย์ รวมทั้งการจัดแยกระบบการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์และไม่ใช่ เกษตรอินทรีย์ออกจากกัน ซึ่งในแต่ละมาตรฐานอาจกำหนดระยะเวลาของการปรับเปลี่ยนแตกต่างกันไป ซึ่งในช่วงระยะปรับเปลี่ยนนี้อาจใช้เวลา 12 - 36 เดือนขึ้นกับมาตรฐาน โดยในช่วงนี้เกษตรกรสามารถทำการ เพาะปลูกหรือทำการผลิตตามปกติแต่จะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดของมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และผลผลิตที่ผลิตขึ้นมาจะไม่สามารถใช้ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ได้ (บางมาตรฐานอาจมีข้อกำหนดให้ใช้ตรารับรองมาตรฐานระยะปรับเปลี่ยนได้)

(3) การผลิตพืช ในระบบการปลูกพืช ควรเลือกปลูกพืชที่หลากหลายชนิดและพันธุ์ เพื่อสร้าง เสถียรภาพและความยั่งยืนของนิเวศฟาร์ม นอกจากนี้การปลูกพืชหลากหลายพันธุ์ยังเป็น

การช่วยรักษาความหลากหลายของพันธุกรรมพืชไว้ด้วย ในการสร้างความหลากหลายของการปลูกพืชนี้ควรมีการปลูกพืช หมุนเวียนโดยมีพืชที่เป็นปุ๋ยพืชสดรวมอยู่ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งพืชตระกูลถั่ว และพืชที่มีระบบรากลึก โดย จัดระบบการปลูกพืชให้มีพืชคลุมดินอยู่ตลอดทั้งปีสำหรับเมล็ดพันธุ์พืช และส่วนขยายพันธุ์มาตรฐานมี ข้อกำหนดที่ต่างกันออกไป แต่โดยหลักทั่วไปจะกำหนดให้เลือกใช้พันธุ์พืช (เมล็ด กิ่งพันธุ์ต้นกล้า) ที่ผลิตจาก ระบบเกษตรอินทรีย์แต่ในกรณีที่ไม่สามารถหาเมล็ดพันธุ์เกษตรอินทรีย์ได้มาตรฐานอาจมีข้ออนุโลมให้ใช้ เมล็ดพันธุ์ทั่วไปได้

(4) กระบวนการดิน และธาตุอาหาร กระบวนการดินที่ดีเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบเกษตรอินทรีย์การ ปรับปรุงดินและการบริหารจัดการดินและธาตุอาหารมีเป้าหมายเพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน ซึ่งรวมถึง กระบวนการให้มีธาตุอาหารอย่างเพียงพอกับพืชที่เพาะปลูก และเพิ่มพูนอินทรีย์วัตถุให้กับดินอย่างต่อเนื่อง โดย การสร้างกลไกของการหมุนเวียนธาตุอาหารในฟาร์ม รวมทั้งการป้องกันการชะล้างพังทลายของหน้าดิน และ การสูญเสียของธาตุอาหาร ซึ่งการจัดหาแหล่งธาตุอาหารพืชนั้นควรเน้นที่ธาตุอาหารที่ผลิตขึ้นได้ภายในระบบ ฟาร์ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กระบวนการให้มีการหมุนเวียนธาตุอาหารในฟาร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้ปุ๋ย ธาตุอาหารทั้งจากหินแร่ธาตุหรือปุ๋ยอินทรีย์และอินทรีย์วัตถุจากภายนอกฟาร์มนั้น ควรเป็นแค่แหล่งธาตุอาหารเสริมเท่านั้น ไม่ใช่เป็นแหล่งทดแทนการผลิตและการหมุนเวียนธาตุอาหารในฟาร์ม

(5) การป้องกันกำจัดศัตรูพืช ในระดับฟาร์ม การป้องกันกำจัดศัตรูพืชในระบบเกษตรอินทรีย์จะเน้นที่ การเกษตรกรรม กระบวนการศัตรูพืชโดยชีววิธีและวิธีกลเป็นหลัก ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อสร้างสมดุลของ ระบบนิเวศการเกษตรที่ทำให้พืชที่เพาะปลูกพัฒนาภูมิคุ้มกันโรคและแมลงและสภาพแวดล้อมของฟาร์มไม่ เอื้ออำนวยต่อการระบาดของโรคและแมลง ต่อเมื่อการป้องกันไม่เพียงพอเกษตรกรจึงอาจใช้ปัจจัยการผลิต สำหรับควบคุมและกำจัดแมลงศัตรูพืช ซึ่งกำหนดอนุญาตไว้ในมาตรฐาน

(6) การป้องกันมลพิษ การปนเปื้อน และการปะปน ในระดับฟาร์ม เกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ จะต้องมีการจัดการในการป้องกันมิให้ดินและผลผลิตเกษตรอินทรีย์ปนเปื้อนจากมลพิษ และสารเคมีสังเคราะห์ ทางทางเกษตรที่ไม่ได้รับอนุญาตให้ใช้ในระบบเกษตรอินทรีย์ซึ่งรวมถึง โลหะหนักและมลพิษจากโรงงาน อุตสาหกรรมและชุมชนรวมทั้งมีการจัดการการปนเปื้อน (เช่น การจัดทำแนวกันชนรอบแปลงเกษตร อินทรีย์ที่มีพื้นที่ติดกับแปลงเกษตรเคมีที่มีการใช้สารเคมีต้องห้าม หรือการทำบ่อพักน้ำ และมีการบำบัดน้ำด้วยชีววิธีก่อนที่จะนำน้ำนั้นมาใช้ในแปลงปลูกพืชเกษตรอินทรีย์รวมถึงการทำความสะอาดเครื่องมือทางการ เกษตรที่อาจปนเปื้อนสารเคมีต้องห้ามก่อนนำมาใช้ในแปลงเกษตรอินทรีย์) เป็นต้น

สรุปได้ว่า มาตรฐานเกษตรอินทรีย์คือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นเกณฑ์ข้อกำหนดขั้นต่ำที่เกษตรกรผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตาม การเกษตร ระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์ต้องเอื้ออำนวยต่อการอนุรักษ์และฟื้นฟู สิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ผลิตจะต้องดำเนินการในการอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพและสภาพนิเวศ ท้องถิ่นดั้งเดิมไว้เพื่อให้พืชพรรณและสัตว์ท้องถิ่นสามารถมีที่อยู่อาศัยได้อย่างเพียงพอ นอกเหนือจากการ อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพแล้ว การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ควรเริ่มจาก การมีแผนการปรับเปลี่ยนที่ชัดเจน โดยแผนการปรับเปลี่ยนดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดของ มาตรฐาน โดยอาจจะ

ปรับเปลี่ยนฟาร์มทั้งหมดเข้าสู่เกษตรอินทรีย์พร้อมกันการผลิตพืช ในระบบการปลูกพืช ควรเลือกปลูกพืชที่หลากหลายชนิดและพันธุ์ เพื่อสร้าง เสถียรภาพและความยั่งยืนของนิเวศฟาร์ม กระบวนการดิน และธาตุอาหาร กระบวนการดินที่ดีเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบเกษตรอินทรีย์ การปรับปรุงดินและการบริหารจัดการดินและธาตุอาหารมีเป้าหมายเพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน การป้องกันกำจัดศัตรูพืช ในระดับฟาร์ม การป้องกันกำจัดศัตรูพืชในระบบเกษตรอินทรีย์จะเน้นที่ การเขตกรรม กระบวนการศัตรูพืชโดยชีววิธีและวิธีกลเป็นหลัก การป้องกันมลพิษ การปนเปื้อน และการปะปน ในระดับฟาร์ม เกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ จะต้องมีการจัดการในการป้องกันมิให้ดินและ ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ปนเปื้อนจากมลพิษ

2.2.5 ผลไม้เกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี

จากรายงานสรุปข้อมูลจังหวัดจันทบุรี พ.ศ.2563 ข้อมูลสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ณ ราคาประจำ ปี ภาคการเกษตร ในปี พ.ศ. 2561 ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ พบว่า มีมูลค่าจำนวน 65,117 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 54.19 เป็นอันดับสูงสุด ของประเทศ จังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่ทำการเกษตร จำนวน 2,285,014 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 57.68 ของ พื้นที่ทั้งหมด 3,961,250 ไร่) โดยเป็นพื้นที่ปลูกไม้ผลยืนต้น จำนวน 1,689,279 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 73.93 พืชไร่ 369,515 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 15.86 พืชเกษตรอื่น ๆ 193,845 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 8.48 ที่ นา 32,140 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.41 และสวนผักและไม้ดอก 7,236 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 0.32 ผลผลิต พืชด้านพืชที่สำคัญ ได้แก่ ทูเรียน ยางพารา ลำไย และมังคุด เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดจันทบุรี, 2563: 6-7)

สำหรับการปลูกผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์นั้นได้เริ่มมีการปลูกอย่างแพร่หลายในจังหวัด จันทบุรี ทั้งมังคุด ลำไย เงาะ ทูเรียน ฯลฯ มีเป้าหมายเพื่อกลุ่มลูกค้ารักสุขภาพ (ประชาชนชาติธุรกิจ, 2561: ออนไลน์) ได้นำบทสัมภาษณ์ คุณรัฐไทย พงษ์ศักดิ์ มาเขียนไว้ในข่าวเศรษฐกิจภูมิภาคเอาไว้ว่า ในฤดูผลไม้เกษตรกรชาวสวนมักจะประสบปัญหาผลผลิตล้นตลาดทุกปี “รัฐไทย พงษ์ศักดิ์” ประธาน ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจชุมชนปถวิ จังหวัดจันทบุรี จึงรวมกลุ่มกับชาวสวนกว่า 40 ราย ร่วมมือกันเป็น เครือข่ายมีพื้นที่พันกว่าไร่ รุดหน้าทำสวนผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์แก้วิกฤตปัญหา “รัฐไทย” เล่าให้ฟัง ว่า ปัจจุบันตนเองอายุ 50 ปีแล้ว ทำสวนผลไม้มาตั้งแต่รุ่นพ่อ-แม่ ปัญหาที่ชาวสวนต้องประสบทุกปี คือผลไม้ล้นตลาดและขาดคุณภาพ แต่จะประกาศตัวเองว่าคุณภาพผลผลิตของตัวเองดีกว่าชาวสวนราย อื่นไม่สามารถทำได้ เพราะชาวสวนทุกคนต่างบอกว่าผลผลิตของตัวเองดี ฉะนั้น ต้องนำเสนอผลผลิต ที่มีคุณภาพดีจริงและปลอดภัยพิช แสดงจุดยืนที่แตกต่างจากผลไม้ใช้สารเคมี “สำหรับผมมีสวน ผลไม้ทั้งหมด 32 ไร่ เป็นผลไม้ 4 ชนิด ได้แก่ เงาะ ทูเรียน มังคุด ลองกอง และปลูกยางพาราอีก 10 กว่าไร่ นับตั้งแต่เริ่มเปลี่ยนจากผลไม้ใช้สารเคมีมาเป็นผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์ ตอนเริ่มแรกผม ทดลองกับสวน 2-3 แปลง เป็นแปลงผสมมีทั้งผัก ผลไม้ ยางพารา ข้อดีของการทดลอง คือ หากผลไม้ ไม่ออกดอกออกผล ยังมียางพาราที่สามารถสร้างรายได้ ใช้เวลานานพอสมควร 5-7 ปี ลองผิดลองถูก จนรู้จริงว่าปัญหาเกิดจากอะไร พยายามแก้ปัญหาให้ตรงจุด ในทุกเดือนจะมีการเปิดประชุมกับเพื่อน สมาชิกทุกคนเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในการแก้ปัญหาต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จและได้ขอ รับรองมาตรฐานจากแบบเกษตรอินทรีย์ไทยแลนด์ประมาณปี 2546-2547 ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับ สากลจนสามารถส่งออกได้” “รัฐไทย” บอกว่า ในการทำสวนผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์ต้องเป็นสวน

ผสมผสานเท่านั้น เพื่อป้องกันโรคและแมลง หากปลูกพืชเชิงเดี่ยวทั้งแปลงจะเกิดโรคและควบคุมแมลงได้ยาก คนที่จะทำสวนผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์จะต้องมุ่งมั่นทำด้วยใจ เพราะต้องมีการตรวจสอบย้อนกลับด้วย 1.คุณภาพ 2.สารเคมีตกค้าง การทำผลไม้ให้ได้ตรงตามมาตรฐานร้อยละ 100 จะต้องเตรียมปัจจัยให้พร้อม โดยเฉพาะปุ๋ยอินทรีย์สามารถนำมาทดแทนปุ๋ยเคมีได้ ต้องให้เพียงพอต่อพื้นที่ไร่ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ออกลูกสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด เนื่องจากพืชสามารถดูดสารอาหารจากปุ๋ยอินทรีย์ได้ช้ากว่าปุ๋ยเคมี ต้องเติมบ่อย และสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ยังมีเรื่องของการผสมเกสร จากเคยใช้ฮอร์โมนกระตุ้นต้องหันกลับมาเลี้ยงแมลงอย่างผึ้งเพื่อผสมเกสร จนสามารถสร้างผลผลิตที่ไม่มีสารเคมีอยู่เลย ยกตัวอย่าง เงาะ เมื่อใช้ฮอร์โมนหรือใช้สารเคมีสามารถแปลงเพศจนติดผลได้ง่าย แต่การใช้แมลงหรือแรงลม พืชจะมีเกสรตัวผู้ตัวเมียสลับกัน เป็นการอาศัยธรรมชาติ เมื่อออกผลพอมีสีสีเขียวเหลืองก็เริ่มหวาน วัดความหวานได้ตั้งแต่ 18-22 บริกซ์ ไม่ฉ่ำน้ำ สามารถทิ้งไว้ได้นานกว่า 10 วัน ส่วนมังคุดหากอยากได้คุณลักษณะหัวเขียว ผิวมัน เหมือนตลาดทั่วไปที่ใช้การพ่นสารเคมี 5 ครั้ง แต่สำหรับมังคุดแบบเกษตรอินทรีย์ต้องพ่นสมุนไพรแทนสารเคมีกว่า 15 ครั้ง ด้านทุเรียนปกติทั่วไป ชาวสวนจะตัดผลผลิตเมื่อผลแก่ร้อยละ 60-70 รสชาติจะไม่หวาน ไม่หอม มีแป้งอยู่ และจะเร่งผลสุกโดยการป้าย เป็นการป่มทางเคมี ส่วนทุเรียนแบบเกษตรอินทรีย์จะต้องตัดเมื่อผลแก่ร้อยละ 90นับอายุ 120-140 วันเท่านั้น “สรุปคือผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์ราคาจะไม่แตกต่างจากผลไม้ที่ใช้สารเคมีตามตลาดทั่วไป จุดสังเกตคือรูปลักษณะจะไม่สวยงาม แต่เนื้อในทั้งคุณภาพและรสชาติดี ในกลุ่มชุมชนปอแก้ว เราส่งขายไป 3 ช่องทาง คือ 1) ส่งขายที่อโศก ซูเปอร์มาร์เก็ต มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 2) ส่งออกไปยังประเทศจีนร้อยละ 5-10 เรียกได้ว่าส่งออกน้อยมาก แต่ทั้งราคาและคุณภาพไม่มีคู่แข่งเลย 3) เก็บไว้บริโภคและเปิดสวนต้อนรับนักท่องเที่ยว และการส่งขายที่อโศก ซูเปอร์มาร์เก็ต เราได้ราคาที่สูงกว่าตลาดทั่วไปร้อยละ 10-20 ทำให้ชาวสวนอย่างเรามีแรงและมานะในการสร้างผลผลิตที่ได้มาตรฐานต่อไป หลัก ๆ ราคามังคุดเฉลี่ยต่ำสุดและสูงสุดอยู่ที่ 70-100 บาทต่อกิโลกรัม 1 ไร่ให้ผลผลิต 700-1,500 กิโลกรัม ทุเรียนราคา 100-150 บาทต่อกิโลกรัม 1 ไร่ให้ผลผลิต 3-4 ตัน เป็นต้น” อย่างไรก็ตาม จากการดำเนินงานของกลุ่มชุมชนปอแก้ว 4 ปีที่ผ่านมา หากผลผลิตล้นตลาด กลุ่มก็แทบจะไม่ได้รับผลกระทบเลย เนื่องจากมีตลาด มีวิธีการระบาย คือ ส่งออกส่งที่อโศก ซูเปอร์มาร์เก็ต เปิดสวนให้นักท่องเที่ยวและเก็บไว้กินเองถือเป็นกลุ่มชาวสวนที่ประสบความสำเร็จ มีเงินเก็บ เงินออม มีเงินลงทุน และเงินรักษาตัวในอนาคต และหลังจากนี้ในปี 2562 ยังได้วางแผนต่อยอดเพื่อทำผักแบบเกษตรอินทรีย์กว่า 30 ชนิด และมีผักพื้นบ้านอีก 20 ชนิด เช่น ผักกวางตุ้ง ผักคะน้า ที่กำลังลงแปลงปลูกกันส่งขายต่อไป

นอกจากนี้ ไทยรัฐออนไลน์ (2564:ออนไลน์) ได้รายงานว่า เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2564 ที่ วัดโพธิ์ทอง ตำบลแสลง อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี ได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลง MOU ความร่วมมือ การค้าทุเรียนของภาคตะวันออก โดย นายฤทธิส ไชยศักดิ์ รองผู้ว่าราชการจังหวัดจันทบุรี เป็นประธาน มีพระครูสุวรรณโพธิ์ธรรม หรือพระอาจารย์ มั่นส ขันติธัมโม เจ้าอาวาสวัดโพธิ์ทอง นำสมาคมสัจจะธรรมะพุทธโพธิ์ทอง กลุ่มเกษตรกรชาวสวนทุเรียน จังหวัดจันทบุรี และภาคตะวันออก ลงนามบันทึกข้อตกลง MOU ร่วมกับ บริษัท ควิน โพรเซส ฟรุต จำกัด และเครือข่ายผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกและแปรรูป ว่าด้วย ความร่วมมือในการส่งเสริม สนับสนุนการค้าทุเรียนที่เป็นธรรม รวมถึงสนับสนุนให้เกิดการผลิตที่ปลอดภัย โดยมีหน่วยงานภาครัฐ,

ผู้ประกอบการ, สมาคม, สมาพันธ์ และเครือข่ายเกษตรกรร่วมเป็นสักขีพยาน การทำ MOU ในครั้งนี้ ถือเป็นครั้งแรกของฤดูกาลผลิตปีนี้ ที่ผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกและแปรรูปยักษ์ใหญ่ เข้ามาเพื่อร่วมสร้างมาตรฐานทุเรียนไทยให้ได้มาตรฐาน GAP และมาตรฐานการส่งออกทุเรียนไทยสู่ ตลาดโลก ขับเคลื่อนสู่การเป็นศูนย์กลางผลไม้โลก ร่วมส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลไม้ไทย ในการ เพิ่มมูลค่าสู่การเป็น Smart Farmer และร่วมพัฒนาเกษตรกรไทยสู่การเป็นผู้ประกอบการสากล ยุค 5.0 โดยความเป็นมา เกิดจากเครือข่ายทุเรียนแบบเกษตรอินทรีย์ ไทยแลนด์ หรือทุเรียนอินทรีย์ ซึ่งมี พระครูสุวรรณโพธิ์ธรรม หรือพระอาจารย์ มั่นส ขันติธัมโม เจ้าอาวาสวัดโพธิ์ทอง ประธานกลุ่ม สัจจะฯ ได้ส่งเสริมและสนับสนุน ให้เกษตรกรชาวสวน ซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มสัจจะสหกรณ์ฯ ใน จังหวัดจันทบุรี ทำเกษตรอินทรีย์ พร้อมทั้งดูแลเรื่องการตลาด ซึ่งเชื่อมโยงกับบริษัทรับซื้อทุเรียนเพื่อ การส่งออกและแปรรูป โดยขณะนี้ ทุเรียนแบบเกษตรอินทรีย์ ไทยแลนด์ สามารถทำการซื้อขาย ล่วงหน้าให้กับบริษัทคู่ค้าที่รับซื้อ ในราคาเริ่มต้นต่อกิโลกรัมถึงกว่า 1,000 บาท เลยทีเดียว พระครู สุวรรณโพธิ์ธรรม หรือ พระอาจารย์ มั่นส ขันติธัมโม เจ้าอาวาสวัดโพธิ์ทอง เปิดเผยว่า ปัจจุบันกลุ่ม สัจจะสหกรณ์ฯ ใน จังหวัดจันทบุรี มีสมาชิก 110,000 คน โดยร้อยละ 90 เป็นชาวสวนทุเรียน การ ทำ MOU จะพาสมาชิกเข้าสู่ระบบการปลูกทุเรียนอินทรีย์แบบยั่งยืน โดยใช้ตลาดนำ บริหาร ผลิต และวิจัย แบบครบวงจรผู้ประกอบการสากล รวมถึงทำให้กลุ่มชาวสวนมีรายได้ที่สูงขึ้น โดยหลังจาก ฤดูกาลผลิตปีนี้จะมีการต่อยอด พัฒนาระบบการสร้างความรู้ความเข้าใจกับชาวสวนรายใหม่ที่ไม่ได้เป็น สมาชิกของกลุ่มสัจจะฯ ให้ทราบถึงประโยชน์ของการผลิตทุเรียนคุณภาพ และการเข้าร่วม MOU ใน การทำข้อตกลง มีตลาดขายที่แน่นอนในระยะ 3-5 ปีล่วงหน้า "ในปัจจุบัน เกษตรกรได้หันมาปลูก ทุเรียนกันจำนวนมาก ถือว่ามีปริมาณที่อาจจะเกินกว่าความต้องการของตลาด แต่หากใช้วิธีนี้ในการ ซื้อขายล่วงหน้าใน 3-4 ปี และต่อไปในอนาคต ก็จะทำให้ไม่เกิดปัญหาทุเรียนล้นตลาด และราคา ตกต่ำในระยะยาวได้ ส่วนทุเรียนแบบเกษตรอินทรีย์ หรือทุเรียนอินทรีย์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ หมอนทอง ราคาต่อกิโลกรัม 1,000 บาท ผู้ประกอบการจะนำไปส่งจำหน่ายหรือแปรรูปเพิ่มมูลค่า เท่าใดก็สามารถทำได้" ด้าน น.ส.วรัญญูภักดิ์ ศรีมหัทธนะเวศิน ประธานกรรมการ บริษัท ควิน โพรเซสซิง จำกัด ในฐานะผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกและแปรรูป รายใหญ่ กล่าวว่า การทำ MOU ครั้งนี้ เพื่อช่วยเหลือเกษตรกรชาวสวน ในการผลักดันให้เกษตรกรสามารถทำทุเรียนส่งออกได้ ด้วยตัวเอง โดยเฉพาะในช่วงที่ผลผลิตออกมาจนล้นตลาด ไม่มีตลาดรองรับ จะมีการแนะนำและ เปิดรับซื้อผลผลิตจากชาวสวนมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งจะมีราคาที่สูงกว่าในตลาดกว่าร้อยละ 30 นอกจากนี้ ยังพยายามผลักดันให้เกษตรกรชาวสวนรวมกลุ่มเพื่อรวบรวมปริมาณผลผลิตให้ได้ เพื่อ เป็นฐานอำนาจในการสร้างและกำหนดราคาส่งออกได้ด้วยตัวเอง ขณะที่ภาวะปัจจุบันของทุเรียนของ ไทย ยังเป็นเบอร์ 1 ในการส่งออกไปยังประเทศจีนมากที่สุด โดยเฉพาะทุเรียนพันธุ์หมอนทอง ซึ่งคน จีนนิยมบริโภคจากไทยมากที่สุดในภูมิภาคนี้ นอกจากนี้ยังจะมีการร่วมมือกับผู้ประกอบการชาวจีนใน การแลกเปลี่ยนส่งออก และรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรระหว่าง 2 ประเทศ เหมือนเป็นพี่น้อง ไม่ใช่ เป็นคู่แข่ง แต่เป็นคู่ค้าที่ดีต่อกัน

สรุปว่า เกษตรอินทรีย์ หมายถึง ระบบการผลิตทางการเกษตรที่มุ่งเน้นและให้ความสำคัญ ด้านความยั่งยืนของ ดิน ระบบนิเวศ รวมถึงสิ่งสำคัญก็คือ มนุษย์ โดยกระบวนการดังกล่าว จะอาศัย

กระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ และวงจรธรรมชาติที่มีลักษณะที่เป็นแบบเฉพาะและแตกต่างในแต่ละพื้นที่ เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศวิทยา รวมถึงความหลากหลายทางด้านวงจรชีวภาพ โดยการดำเนินการผลิตนั้น จะมุ่งเน้นด้านการใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้วัตถุดิบที่มาจากการสังเคราะห์ ที่ไม่ได้ทำมาจากพืช สัตว์ หรือจุลินทรีย์ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรม พยายามประยุกต์กลไกและวัฏจักรธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิต และพัฒนาความต้านทานต่อโรคของพืชและสัตว์เลี้ยง หลักการเกษตรอินทรีย์นี้เป็นหลักการสากลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิอากาศ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นเพื่อผลิตอาหารและปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีพที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ โดยใช้หลักการสร้างความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศเกษตรให้เกิดการผสมผสานเกื้อกูลกันและกันอย่างเป็นองค์รวม มีการหมุนเวียนใช้ทรัพยากรในไร่นาให้เกิดประโยชน์สูงสุด หลีกเลี่ยงการใช้ปัจจัยการผลิตจากภายนอกในระบบนิเวศเกษตร และใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นชีวภัณฑ์ และสารอินทรีย์ที่ได้จากสิ่งมีชีวิตรวมทั้งสารอินทรีย์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หลักการของการทำเกษตรอินทรีย์ที่จะตั้งอยู่บนพื้นฐานใน 4 ด้าน ล้วนแต่สร้างความปลอดภัยให้ทั้งร่างกาย จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม และความเป็นไปของสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่อาจคาดไม่ถึง ซึ่งจะมีแนวทางอย่างนั้น จะเห็นได้ว่าเกษตรอินทรีย์นั้นเป็นระบบการเกษตรที่มีลักษณะเป็นองค์รวมที่ให้ความสำคัญในเบื้องต้นกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศการเกษตรและทรัพยากรธรรมชาติ แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ได้ละเลยมิติด้านสังคมและเศรษฐกิจเพราะความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อมไม่อาจดำรงอยู่ได้โดยแยกออกจากความยั่งยืนทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร มาตรฐานเกษตรอินทรีย์คือมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นเกณฑ์ข้อกำหนดขั้นต่ำที่เกษตรกรผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตาม การเกษตร ระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์ต้องเอื้ออำนวยต่อการอนุรักษ์และฟื้นฟู สิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ผลิตจะต้องดำเนินการในการอนุรักษ์และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพและสภาพนิเวศ ท้องถิ่นดั้งเดิมไว้เพื่อให้พืชพรรณและสัตว์ท้องถิ่นสามารถมีที่อยู่อาศัยได้อย่างเพียงพอ นอกเหนือจากการ อนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพแล้ว การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ การปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ควรเริ่มจาก การมีแผนการปรับเปลี่ยนที่ชัดเจน โดยแผนการปรับเปลี่ยนดังกล่าวจะต้องสอดคล้องกับข้อกำหนดของ มาตรฐาน โดยอาจจะปรับเปลี่ยนฟาร์มทั้งหมดเข้าสู่เกษตรอินทรีย์พร้อมกันการผลิตพืช ในระบบการปลูกพืช ควรเลือกปลูกพืชที่หลากหลายชนิดและพันธุ์ เพื่อสร้าง เสถียรภาพและความยั่งยืนของนิเวศฟาร์ม กระบวนการดิน และธาตุอาหาร กระบวนการดินที่ดีเป็นพื้นฐานสำคัญของระบบเกษตรอินทรีย์การปรับปรุงดินและการบริหารจัดการดินและธาตุอาหารมีเป้าหมายเพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของดิน การป้องกันกำจัดศัตรูพืช ในระดับฟาร์ม การป้องกันกำจัดศัตรูพืชในระบบเกษตรอินทรีย์จะเน้นที่การเขตกรรม กระบวนการศัตรูพืชโดยชีววิธีและวิธีกลเป็นหลัก การป้องกันมลพิษ การปนเปื้อน และการปะปน ในระดับฟาร์ม เกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ จะต้องมีการในการป้องกันมิให้ดินและผลผลิตเกษตรอินทรีย์ปนเปื้อนจากมลพิษ จังหวัดจันทบุรีมีพื้นที่ทำการเกษตร จำนวน 2,285,014 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 57.68 ของพื้นที่ทั้งหมด ปัจจุบันมีการปลูกผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์อย่างแพร่หลายในจังหวัดจันทบุรี มีทั้งมังคุด ลำไย เงาะ ทุเรียน ฯลฯ ส่วนใหญ่มีเป้าหมายเพื่อกลุ่มลูกค้ารักสุขภาพ ขณะนี้จังหวัดจันทบุรีได้รวมกลุ่มกับชาวสวนกว่า 40 ราย ร่วมมือกันเป็นเครือข่ายมีพื้นที่ปลูกผลไม้แบบเกษตรอินทรีย์พันกว่าไร่ ได้มีการลงนามบันทึกข้อตกลง MOU ความร่วมมือ การค้าทุเรียนของ

ภาคตะวันออก เครือข่ายผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกและแปรรูป และผลผลิตยังสามารถที่จะส่งขายในช่องทางอื่น ๆ ได้ด้วยเช่น ส่งห้างสรรพสินค้า เปิดให้บริการเป็นบุฟเฟต์ผลไม้เพื่อสุขภาพ เป็นต้น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการส่งเสริมเกษตร

การส่งเสริมการเกษตรตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Agricultural Extension และร่วมกับคำว่า Education หรือการศึกษา แต่คำว่าส่งเสริมโดยความหมายแท้แล้ว หมายถึง การสนับสนุนเกื้อหนุนทำให้ดีขึ้น ซึ่งพงษ์ศักดิ์ อังสิทธิ์ (2551, น.223-232) ได้กล่าวว่า วิธีการส่งเสริมการเกษตรเป็นกระบวนการของการนำความรู้ วิชาการและเทคโนโลยีไปสู่เกษตรกร ได้แก่ 1) วิธีการส่งเสริมแบบบุคคลต่อบุคคล ให้เกษตรกรหรือบุคคลผู้รับการถ่ายทอดความรู้ ได้เรียนรู้ตนเองอย่างเป็นอิสระ การถ่ายทอด ความรู้ไปสู่เกษตรกรโดยตรงเป็นรายบุคคล 2) วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มบุคคล (group method) โดยการการ ฝึกอบรม การสาธิต การศึกษาดูงานนอกสถานที่ 3) การส่งเสริมแบบมวลชน (mass method) โดยสื่อสารมวลชนจะ ช่วยในการส่งเสริมเผยแพร่ข่าวสาร ใช้กับคนจำนวนมากๆ ได้อย่างกว้างขวาง (ศิริกาญจน์ อะนันเอื้อ และคณะ. 2561 : 2534)

2.3.1 หลักการส่งเสริมการเกษตร

หลักการส่งเสริมการเกษตร คือ สารสำคัญที่ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติ เพื่อให้การส่งเสริมการเกษตรดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือโดยนัยที่เป็นสากล ก็คือ ข้อกำหนดที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเสริมขีดความสามารถให้แก่เกษตรกรในการใช้ทรัพยากรและสิ่งที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมกับศักยภาพ และความพร้อมที่มีอยู่จริง เพื่อที่จะทำให้ได้รับผลตอบแทนที่มีความคุ้มค่า ดังนั้นหลักการส่งเสริม การเกษตร จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความสอดคล้องกับนิยามของการส่งเสริมการเกษตร ซึ่งก็ได้มีผู้ที่ให้คำนิยามของการส่งเสริมการเกษตรที่แตกต่างกันไปตามแต่บทบาทหน้าที่และ มุมมองส่วนบุคคลตัวอย่างเช่น ผู้เชี่ยวชาญจากกรมส่งเสริมการเกษตร กรมประมง กรมพัฒนาที่ดิน สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ได้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงปฏิบัติการกับสถาบันกระบวนการดินสากล (IBSLAM) หลักสูตร “โครงการนำร่องเพื่อสร้างเครือข่ายงานส่งเสริมการเกษตรในประเทศไทย ระหว่างวันที่ 21 มิถุนายน กรกฎาคม พ.ศ. 2542 ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ซึ่งผู้เขียนก็ได้รับ เชิญให้เข้าร่วมด้วยเช่นกัน ได้มีการสรุปออกมาเป็นมติร่วมกันว่า “การส่งเสริมการเกษตร คือ กระบวนการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีให้แก่เกษตรกรโดยใช้การศึกษานอก ระบบและการศึกษาแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้เกษตรกรคิดเป็น ทำเป็นและแก้ปัญหาเป็น มีการ ตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง เพื่อการปรับปรุงกระบวนการผลิตและคุณภาพชีวิตโดยไม่ทำลายระบบ นิเวศในปัจจุบันและก็ไม่ก่อให้เกิดเป็นความเสียหายตามมาในอนาคต ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน” พัฒนา สุขประเสริฐ(2557 : น.13) อ้างถึงในกองวิเทศสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542

ดังนั้นโดยสรุปแล้ว หลักการส่งเสริมการเกษตร คือ สารสำคัญที่ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติในการพัฒนา เพื่อที่จะ ทำให้เกษตรกรได้มีความสามารถในการใช้สิ่งที่มีอยู่ได้อย่างถูกต้องและมี

ประสิทธิภาพ ตรงตาม ความพร้อมและศักยภาพที่มีอยู่จริง ให้สามารถที่จะใช้ชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างเป็นปกติสุข

2.3.2 รูปแบบในการส่งเสริมการเกษตร

รูปแบบในการส่งเสริมการเกษตร (Form or Pattern of Agricultural Extension) คือ ภาพปรากฏหรือแบบจำลองที่แสดงถึงกิจกรรมการทำงานในองค์รวมของการส่งเสริมการเกษตรว่า มี ขั้นตอนและลักษณะการดำเนินงานเป็นอย่างไร ตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งถึงจุดสิ้นสุดของการดำเนินงาน รูปแบบในการส่งเสริมการเกษตรที่ถูกต้องและมีความเหมาะสมกับธรรมชาติและ เป้าหมายของการส่งเสริมการเกษตรนั้นจะเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้การส่งเสริม การเกษตรเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จได้โดยง่าย โดยอาจจำแนก ประเภทของรูปแบบในการส่งเสริมการเกษตรได้จากลักษณะในการบริหารเวลาของเจ้าหน้าที่ ส่งเสริมกับลักษณะของขั้นตอนในการปฏิบัติงาน ซึ่งก็อาจจะเป็นได้ทั้งแบบเส้นตรง แบบวนกลับ หรือว่าเป็นแบบพลวัตร

2.3.3 กลยุทธ์ในการส่งเสริมการเกษตร

กลยุทธ์ในการส่งเสริมการเกษตร (Strategic in Agricultural Extension) คือ ชุด ของ เทคนิค หรือสิ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้ได้มีความสามารถในการใช้วิธีการและเทคนิคในการ ส่งเสริมการเกษตรให้เป็นไปได้อย่างเป็นระบบและครบวงจร ซึ่งก็จะช่วยให้การส่งเสริมการเกษตร ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพ ได้อย่างมั่นใจ กลยุทธ์ในการส่งเสริมการเกษตรอาจจะมีการเตรียมการและกำหนดไว้แล้ว ล่วงหน้าในแผนการดำเนินงานให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องมากที่สุดกับบริบทและ สภาพการณ์ตามที่เป็นจริง เพื่อการพัฒนาในอนาคต หรืออาจจะเป็นสิ่งที่ได้เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติใน ระหว่างที่ได้มีการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมเพื่อการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งไม่ว่าจะมีการจัดทำ เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการเกษตร ในช่วงเวลาใดก็ตาม ต่างก็มีวัตถุประสงค์ที่จะช่วยในการ ผลักดันให้กิจกรรมการส่งเสริมการเกษตรนั้นบรรลุผลได้ตามเป้าหมายที่ต้องการและอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความมั่นใจ นั่นเอง

2.3.4 วิธีการและขั้นตอนในการส่งเสริมการเกษตร

วิธีการและขั้นตอนในการส่งเสริมการเกษตร มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับ กระบวนการในการทำกิจกรรมการส่งเสริมการเกษตร ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมการทำงานที่มีความ ต่อเนื่องและสอดคล้องกันในเชิงระบบ เพื่อที่จะช่วยทำให้การส่งเสริมการเกษตรประสบความสำเร็จ ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกร ชุมชนและ/หรือสังคมได้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตามลำดับ เวลา และก็สอดคล้องกับเป้าหมายของการส่งเสริมการเกษตร

วิธีการในการส่งเสริมการเกษตร (Method of Agricultural Extension) คือ การ ปฏิบัติตามหลักการด้านการส่งเสริมการเกษตรที่มีลักษณะในการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน และ หรือมีความต่อเนื่องและก็สอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งวิธีการในการส่งเสริมการเกษตร สามารถทำการจำแนกได้ใน 2 ลักษณะ คือ การดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการเกษตรอย่างครบถ้วน ในทุกขั้นตอนกับการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการเกษตรเฉพาะในบางขั้นตอนเท่านั้น

ขั้นตอนในการส่งเสริมการเกษตร (Step of Agricultural Extension) คือ การปฏิบัติ งานการส่งเสริมการเกษตรตามลำดับขั้น หรือตามช่วงเวลา ซึ่งก็มีลักษณะของการปฏิบัติงานที่มีความต่อเนื่องและ สอดคล้องสัมพันธ์กัน เพื่อให้การส่งเสริมการเกษตรนั้นประสบความสำเร็จได้ อย่างมั่นใจ

โดยจะประกอบด้วยการวางแผนการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมการ ประเมินผลและการ นิเทศการส่งเสริม และการรายงานผลและการจัดทำธนาคารข้อมูล

2.3.5 เทคนิคในการส่งเสริมการเกษตร

เทคนิคในการส่งเสริมการเกษตร (Technique of Agricultural Extension) คือ ศิลปะหรือ กลวิธีเฉพาะที่ใช้ในการทำกิจกรรมการส่งเสริมการเกษตร เพื่อให้บรรลุผลได้ตาม เป้าหมายที่ต้องการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและด้วยความมั่นใจ โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ ตัดสินใจเลือกใช้เทคนิคที่ ถูกต้องและเหมาะสมต่อการทำกิจกรรมการส่งเสริมการเกษตร ได้แก่ เป้าหมายที่ต้องการจะมีการนำ เทคนิคในการส่งเสริมไปใช้ประโยชน์ ความสอดคล้องในระหว่าง กิจกรรมการส่งเสริมกับประเภทและ คุณลักษณะของเทคนิคที่ใช้ในการส่งเสริมความรู้และความ เข้าใจในคุณลักษณะของเทคนิคในการ ส่งเสริมศักยภาพและความพร้อมในการใช้เทคนิคในการ ส่งเสริมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วง ระยะเวลาที่ควร ได้มีการนำเทคนิคในการส่งเสริมไปใช้ ประโยชน์จริงในภาคสนาม

2.3.6 ปรัชญาของการส่งเสริมและพัฒนากการเกษตร

ปรัชญาของการส่งเสริมและพัฒนากการเกษตรนั้นเน้นในประเด็นที่สำคัญคือ

- 1) การส่งเสริมต้องเข้าถึงถิ่นของเกษตรกร
- 2) การส่งเสริมต้องช่วยเกษตรกรให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้
- 3) การส่งเสริมและพัฒนากการเกษตรย่อมอาศัยพื้นฐานความเข้าใจในด้านการเกษตร
- 4) การส่งเสริมการเกษตรต้องการการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

นอกจากนี้ปรัชญาหรือหลักยึดในการคิดและปฏิบัติงานส่งเสริมการเกษตรให้ประสบ ความสำเร็จก็จะต้องเริ่มงานจากสภาพการณ์ที่เป็นจริงของตัวเกษตรกรและครอบครัวของเขาต้อง ถือว่าเป็นบุคคลเป้าหมายที่สำคัญที่มีความรู้ความคิดในระดับหนึ่ง ต้องมีทัศนคติที่ดีและเข้าใจใน ปัญหา ที่เผชิญอยู่พยายามแก้ไขให้ถูกทางแนะนำช่วยเหลือให้เขาช่วยตนเองเทคโนโลยีที่นำเข้าไปต้อง มี ประโยชน์และเหมาะสม ตรงกับความสนใจและความต้องการของเขา

2.3.7 วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการส่งเสริมและพัฒนากการเกษตร

วัตถุประสงค์ทั่วไปของการส่งเสริมการเกษตร

- 1) เพื่อให้บริการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการและเทคโนโลยี
- 2) เพื่อพัฒนามาตรฐานความเป็นอยู่ของครอบครัวของบุคคลเป้าหมาย
- 3) เพื่อพัฒนาชุมชนเกษตรให้เจริญก้าวหน้าในด้านจิตใจ สังคม วัฒนธรรม
- 4) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและกำไรสุทธิด้านการเกษตรอย่างยั่งยืน
- 5) เพื่อให้เกษตรกรได้รับข่าวสารข้อมูลและการบริการสนับสนุนที่จำเป็นและ

เพียงพอ

- 6) เพื่อให้เกษตรกรรู้จักการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม (วิชาเกษตรและสหกรณ์ : ออนไลน์)

2.3.8 กรรมวิธีในการมีส่วนร่วมของประชาชน

กรรมวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชน สามารถทำได้หลายวิธี ที่สำคัญมี ดังต่อไปนี้ (โกวิทย์ พวงงาม, 2545, หน้า 11)

1) การเข้าร่วมประชุมอภิปราย เป็นการเข้าร่วมอภิปรายหรือเนื้อหาสาระของ แผนงานหรือโครงการพัฒนา เพื่อสอบถามความคิดเห็นของประชาชน

2) การถกเถียง เป็นการแสดงความคิดเห็นโต้แย้งตามวิถีทางประชาธิปไตย เพื่อให้ทราบถึงผลดี ผลเสียในกรณีต่าง ๆ โดยเฉพาะประชาชนในท้องถิ่นที่มีผลกระทบ ทั้งทางบวกและทางลบต่อความเป็นอยู่ของเขา

3) การให้คำปรึกษาแนะนำ ประชาชนต้องร่วมเป็นกรรมการใน คณะกรรมการ บริหารโครงการเพื่อให้ความมั่นใจว่ามีเสียงของประชาชนที่ถูกผลกระทบ เข้ามีส่วนร่วม รับรู้และร่วมในการตัดสินใจและการวางแผนด้วย

4) การสำรวจ เป็นวิธีการให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในเรื่อง ต่าง ๆ อย่างทั่วถึง

5) การประสานงานร่วม เป็นกรรมวิธีที่ประชาชนเข้าร่วมตั้งแต่การคัดเลือกตัวแทนของกลุ่มเข้าไปเป็นแกนนำในกระบวนการหรือบริหาร

6) การจัดทัศนศึกษา เป็นการให้ประชาชนได้เข้าร่วมตรวจสอบข้อเท็จจริง ณ จุดดำเนินการ ก่อนให้มีการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง

7) การสัมภาษณ์หรือพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับผู้นำ รวมทั้งประชาชนที่ได้รับผลกระทบเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่น

8) การไต่สวนสาธารณะ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าร่วมแสดง ความคิดเห็นตอนโยบาย กฎ ระเบียบในประเด็นต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อประชาชน โดยรวม

9) การสาธิต เป็นการใช้เทคนิคการสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้ประชาชนรับทราบอย่างทั่วถึงและชัดเจนอันจะเป็นแรงจูงใจให้เข้ามามีส่วนร่วม

10) การรายงานผล เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนทบทวนและสะท้อนผลการตัดสินใจต่อโครงการอีกครั้งหนึ่ง หากมีการเปลี่ยนแปลงจะได้แก้ไขได้ทันทั่วถึง

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนครอบคลุมการสร้างโอกาสที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนของชุมชนและของสังคมได้ร่วมกิจกรรมซึ่งนำไปสู่ และมีอิทธิพลต่อกระบวนการ พัฒนา และเอื้อให้ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกันการมีส่วนร่วมสะท้อนการเข้าเกี่ยวข้องโดยสมัครใจ และเป็นประชาธิปไตยในกรณีดังนี้คือ การเอื้อให้เกิดการพัฒนา การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน และการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมาย นโยบายและการวางแผนดำเนินการโครงการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดความต้องการของตัวเอง การตัดสินใจใช้ทรัพยากรเป็นผลมาจากการเห็นพ้องกันในเรื่องของความ ต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกัน จะต้องมีความจนเกิด ความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติ เหตุผลเบื้องต้นของการที่มีคนมารวมกันใดควร การเกลี้ยกล่อม หมายถึง การใช้คำพูดหรือการเขียน เพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือและการกระทำ ซึ่งการ เกลี้ยกล่อมมีประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในการปฏิบัติงานและถ้าจะให้ เกิดผลดีผู้เกลี้ยกล่อมจะต้องมีศิลปะในการสร้างความสนใจในเรื่องที่จะเกลี้ยกล่อมการมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดโครงการ การมีส่วนร่วมทางการเมือง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การ

ส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมืองโดยประชาชน หรือ ชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในกระบวนการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของกลุ่ม ควบคุมการใช้และการกระจายทรัพยากรของชุมชนอื่น จะก่อให้เกิดกระบวนการ และ โครงสร้างที่ประชาชนในชนบทสามารถแสดงออกซึ่งความสามารถของตนและได้รับ ผลประโยชน์จากการพัฒนา การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเข้าร่วมอย่างแข็งขันและอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้เสียในทุก ขั้นตอนของโครงการหรืองานพัฒนาชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในอำนาจ การตัดสินใจและหน้าที่ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชน ในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการลงทุน และการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

2.4 สินค้าทางการเกษตรในจังหวัดจันทบุรีที่ส่งออกไปประเทศจีน

จังหวัดจันทบุรีเป็นแหล่งผลไม้หลากหลาย ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง—และกำลังพัฒนาให้เป็นจุดหมายด้านอาหารและวัฒนธรรมที่โดดเด่น ฟาร์มอินทรีย์ในพื้นที่คลองพลู

1) คุณศิวพร บนพื้นที่กว่า 30 ไร่ เธอปลูกผักสวนครัวอินทรีย์ เช่น ผักชี ถั่วฝักยาว แตงกวา กะเพรา ผักบุ้ง ฯลฯ โดยใช้ปุ๋ยหมักชีวภาพตามหลักเกษตรยั่งยืน ระบบจัดการน้ำละเอียด เช่น มี 10 ประตุน้ำสำหรับผลไม้ และให้น้ำพืชผักเพียงวันละ 15 นาที ช่วยลดการใช้น้ำและรับมือกับภัยแล้งอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบทำงานแบบ เกษตรผสมผสาน มีทั้งพืชและสัตว์ (เปิด ทาน วัว) รวมถึงไม้ยืนต้นให้ร่มเงาเพื่อเสริมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เธอหันมาใช้เกษตรอินทรีย์หลังประสบปัญหาจากสภาพแวดล้อมในเมืองใหญ่ และมุ่งมั่นผลิตอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยรับประกันว่า “ผลิตภัณฑ์ของฉัน 100% อินทรีย์” และเปิดฟาร์มให้ผู้สนใจมาเยี่ยมชมและเข้าพักได้ด้วย (farm stay) ฟาร์มยังมีการนำเสนอ วัฒนธรรมของ “ซอง” (Chong)—ชนพื้นเมืองของจันทบุรี—ผ่านการพาเยี่ยมชมและชิมอาหารชุดพื้นบ้าน เช่น น้ำพริกกะทิ พะแนงไก่ฟักทอง ยำผลไม้ ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดประกอบจากผักสมุนไพรและวัตถุดิบท้องถิ่นอย่างเข้มข้น

รายละเอียดเด่น

ประเด็นหลัก	สิ่งที่น่าสนใจ
ฟาร์มอินทรีย์ (ตัวอย่าง)	คุณสวยาภรณ์ “Bess” lamjitkusol ปลูกผักสวนครัวอินทรีย์บนพื้นที่คลองพลู ใช้ระบบจัดการน้ำและทำเกษตรผสมผสาน
การใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ	กำหนดเวลาให้น้ำอย่างชัดเจน โดยเฉพาะสำหรับพืชผักสวนครัว (15 นาที) และผลไม้ (อินทรีย์เน้นความยั่งยืน)
วัฒนธรรมท้องถิ่นผนวกธรรมชาติ	นำเสนอวัฒนธรรมอาหารของคน Chong ผ่านเมนูที่ใช้สมุนไพรท้องถิ่นและพืชอินทรีย์
การท่องเที่ยวเกษตรเชิงประสบการณ์	เปิดฟาร์มให้ผู้สนใจเยี่ยมชม และเข้าร่วมทำอาหาร / ชิมเมนูพื้นบ้านในราคา 350 บาท/คน

2) ฟาร์มเมอร์ไรต์ (Merito Farm) มีงานวิจัยที่นำเสนอเป็นบทความในการประชุมวิชาการระดับชาติ พ.ศ. 2560 โดยศึกษา การบริหารจัดการฟาร์มเกษตรอินทรีย์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์กะทือร์แกนิก ของฟาร์มเมอร์ไรต์ จันทบุรี เป็นกรณีศึกษาที่เปิดเผยว่ามีการปลูกมะพร้าวแบบอินทรีย์ก่อนแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์กะทือร์แกนิกที่มีตรารับรองมาตรฐานอินทรีย์หลายระดับ รวมถึงเป็นผลิตภัณฑ์กะทือร์อินทรีย์เจ้าแรกของไทย

3) สวนลุงต๋อย – ทุเรียนอินทรีย์ มีรีวิวจากบล็อกในแอป Steemit พูดถึง “สวนลุงต๋อย” ซึ่งเป็นสวน ทุเรียนอินทรีย์ในจันทบุรี (“Lung Toy Garden, Organic durian garden Chonthaburi”) แม้เป็นข้อมูลจากรีวิวส่วนบุคคลก็ตาม แต่ถือว่าน่าสนใจในแง่ของการมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์จริงและเป็นที่รู้จัก (อย่างน้อยในวงเล็ก)

4) สวนอิสริย์ & ฟาร์มม้าเมืองจันทน์ อยู่ในแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว “เที่ยว ฟิน กับผลไม้เมืองจันทน์” ปี 2567 โดย บ้านสวนอิสริย์ เกษตรอินทรีย์และฟาร์มม้าเมืองจันทน์ ถูกจัดในฐานะหนึ่งในสวนเกษตรอินทรีย์ในจังหวัด เน้นการเปิดให้ผู้เยี่ยมชมเข้าชมและซื้อผลไม้อินทรีย์ (เช่น ผลไม้ตามฤดูกาล) และใช้รูปแบบ “ราคาชั่งตามน้ำหนัก” รวมถึงระบบการขายออนไลน์

5) ชุมชน “สวนฟื้นฟูวิถียั่งยืน” (The Feun Foo Community) เป็นกลุ่มหรือชุมชนที่มีแนวคิด เกษตรกรรมฟื้นฟู-เกษตรแบบยั่งยืน ในจังหวัดจันทบุรี มีเน้นแนวทาง Permaculture, Rewilding, Deep Ecology, การปลูกสวนอาหารป่า และการฟื้นฟูระบบนิเวศในพื้นที่ที่ดินเสื่อมโทรม แม้จะไม่ใช่ฟาร์มเชิงพาณิชย์ แต่เป็นแหล่งประสบการณ์อินทรีย์วิถียั่งยืน (The Nation Weekend. (2019)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉัตรสุตา วงศาอ้วน (2548: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารในภาวะวิกฤตของศูนย์ปฏิบัติการกระบวนการภาวะวิกฤต บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การศึกษาเนื่องมาจากการที่ในปัจจุบันมีสภาวะวิกฤตเกิดขึ้นบ่อยครั้งและการเกิดวิกฤตในองค์กรใหญ่จะมีการดำเนินงานรูปแบบและวิธีการรวมถึงกระบวนการสื่อสารภายในและภายนอกของศูนย์ปฏิบัติการกระบวนการภาวะวิกฤต บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยเลือกตัวแทนประชากรทั้งหมด 8 ท่านด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากตัวแทนของฝ่ายบริหาร 4 ท่านและจากตัวแทนของฝ่ายปฏิบัติการ 4 ท่านโดยอาศัยเครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือแนวคำถามปลายเปิดใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview) โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์ด้วยตัวเองและนำข้อมูลที่ได้รับมาสร้างข้อสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณาความอธิบาย

ผลจากการศึกษาพบว่า การดำเนินงานรูปแบบและกระบวนการภาวะวิกฤตใช้ทั้งกระบวนการทั้งเชิงรุกและเชิงรับโดยแบ่งเป็นกระบวนการในภาวะปกติจะเป็นกระบวนการเชิงรุกส่วนในภาวะวิกฤตจะเป็นกระบวนการเชิงรับโดยอาศัยแนวความคิดของ 4 R's Practices ได้แก่

1) Reduction การหาข้อมูลและสัญญาณบอกเหตุวิกฤตล่วงหน้าจะเกิดขึ้นมีโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์วิกฤตได้หรือไม่เมื่อมีความแน่ใจแล้วว่ามีความเสี่ยงที่จะเกิดจึงเตรียมการขั้นต่อไป

2) Readiness การเตรียมพร้อมรับสถานการณ์การเตรียมกระบวนการการจัดทำแผนเตรียมพร้อมเมื่อเกิดภาวะวิกฤตเป็นคู่มือในกระบวนการ

3) Response การโต้ตอบกลับในสถานการณ์นั้น

4) Recovery การพยายามแก้ไขกลับเข้าสู่ภาวะปกติให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้

ขั้นที่ 1 และ 2 จะเป็นกระบวนการเชิงรุกขั้นที่ 3 และ 4 จะเป็นกระบวนการเชิงรับ กระบวนการสื่อสารจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญในกระบวนการกับภาวะวิกฤตทั้งเชิงรุกที่อยู่ในภาวะปกติและกระบวนการเชิงรับในภาวะวิกฤต โดยกระบวนการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งในภาวะปกติที่ต้องมีความเตรียมพร้อมและในภาวะวิกฤตที่ต้องโต้ตอบและฟื้นฟูภาวะวิกฤตให้กลับสู่ภาวะปกติโดยเร็วจึงมีความจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายข้อมูลทางการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรโดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของภาวะวิกฤตทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสารข่าวสารทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารและแนวคิดทางด้านการประชาสัมพันธ์ทำการสรุปและอภิปรายผลจากข้อมูลที่ได้เพื่อทราบถึงลักษณะการดำเนินงานวิธีการและกระบวนการในการทำงานรวมทั้งศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกของของศูนย์ปฏิบัติการกระบวนการภาวะวิกฤต บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) วัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการกระบวนการภาวะวิกฤตฯ โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจการบินเพื่อลดกระทบที่มีต่อองค์การในด้านการเงินด้านชื่อเสียงและด้านการปฏิบัติการของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

อนวัช มีเคลือบ, กิตติมา ชาญวิชัย และจิรวัฒน์ วีรังกร (2560: 163-177) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้บริหารมหาวิทยาลัย บุคลากรงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ และศิษย์เก่าซึ่งผลการวิจัยพบว่ากระบวนการสื่อสารทั้ง 3 ด้านมีรายละเอียดดังนี้ 1) ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร มหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดค่านิยมร่วม วัฒนธรรม ประเพณีของสถาบันใช้การสื่อสารกลุ่มย่อยระดับเครือข่าย กลุ่มใหญ่ระดับสถาบัน ใช้สื่อใหม่ สื่อมัลติมีเดียในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้มีความสำคัญกับการเชิญศิษย์เก่าเข้าร่วมกิจกรรม มีการสื่อสารแบบเป็นทางการกับศิษย์เก่าอาวุโส 2) ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร มหาวิทยาลัยควรกำหนดโครงสร้างหน่วยงานดูแลชัดเจน มีสมาคม ชมรม มีฐานข้อมูลศิษย์เก่า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ จัดกิจกรรมประเพณี กำหนดยุทธศาสตร์ แผนพัฒนานักศึกษาเน้นศิษย์เก่าเข้ามามีส่วนร่วม ให้มีความสำคัญกับศิษย์เก่าต่างชาติ (ประเทศเพื่อนบ้าน) ยกย่องเชิดชูศิษย์เก่าด้วยรางวัลที่หลากหลาย กิจกรรมต้องเกิดจากความต้องการของศิษย์เก่า พัฒนาความสัมพันธ์ไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ 3) ด้านการประเมินกระบวนการ มหาวิทยาลัยควรสร้างรูปแบบการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย (University life) ให้สมบูรณ์ เช่น หอพัก กิจกรรมรับน้อง การเรียน กีฬา ชมรม มีการกำหนดแผนการจัดประชุมใหญ่ รวมทุกสมาคม ชมรม ประจำปีเพื่อวางแผนการจัดกิจกรรม บูรณาการกิจกรรมพัฒนานักศึกษา กับศิษย์เก่าสัมพันธ์ ไม่ควรมุ่งเน้นการระดมทุนจากศิษย์เก่า

ภรณ์ทิพย์ สิงห์นิล (2559: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการทางการสื่อสารของผู้บริหารเจนเนอเรชั่น วาย เพื่อสร้างการยอมรับจากบุคลากรภายในองค์กร งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมโดยเปิดเผยสถานะของผู้ศึกษา ที่มุ่งเน้นศึกษากระบวนการทางการสื่อสารของผู้บริหารเจนเนอเรชั่นวายที่สามารถสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นต่อบุคลากรภายในองค์กรได้

ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาการจัดระเบียบทางการสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับของผู้บริหารเจนเนอเรชั่น วาย 2. เพื่อศึกษากระบวนการทางการสื่อสารที่มีผลต่อการยอมรับของผู้บริหารเจนเนอเรชั่น วาย จากบุคลากรในองค์กร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริหารเจนเนอเรชั่น วายของบริษัทซูเปอร์ท่าเรือ ศรีเอทีพี จำกัด และแผนกดิจิทัล บริษัท เซ็นส์ เอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด มีการจัดระเบียบทางการสื่อสารที่สามารถจัดผลการศึกษามาได้ทั้งหมด 5 ประเด็น ได้แก่ ภาษาที่ใช้ วิธีการติดต่อสื่อสาร ขอบเขตการสื่อสาร ยุทธศาสตร์การสื่อสาร และแนวทางการปรับปรุงกระบวนการ และกระบวนการทางการสื่อสารที่สามารถจัดผลการศึกษามาได้ทั้งหมด 4 ประเด็น ได้แก่ สภาพการณ์แวดล้อม ปัจจัยเข้า กระบวนการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยออก และผลการศึกษาในส่วนของการยอมรับที่บุคลากรมีต่อผู้บริหารเจนเนอเรชั่น วาย โดยผู้บริหารทั้ง 2 ท่านได้นำคุณลักษณะเฉพาะและคุณลักษณะสำคัญในการปฏิบัติงานในองค์กรของคนเจนเนอเรชั่น วายมาประยุกต์ใช้กับการบริหารและกระบวนการทางการสื่อสาร เพื่อสร้างการยอมรับ โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการรักษาไว้ซึ่งสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บริหารและบุคลากร ซึ่งการนำเทคโนโลยีเข้ามามีใช้ในการสื่อสารจัดเป็นจุดเด่นของผู้บริหารเจนเนอเรชั่น วาย ทั้ง 2 ท่านที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้กระบวนการทางการสื่อสารสำเร็จลุล่วง และสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นจากบุคลากร นอกจากเรื่องของกระบวนการทางการสื่อสารแล้ว คุณลักษณะพิเศษบางประการของคนเจนเนอเรชั่น วาย ยังส่งผลต่อการสร้างการยอมรับ ทั้งประสบการณ์ ทักษะคิด บุคลิกนิสัยที่โดดเด่นของคนเจนเนอเรชั่น วาย ในเรื่องของการทำงานเป็นทีม การยืดหยุ่นในการทำงาน รับฟังความคิดเห็นของคนอื่น การให้อิสระกับกระบวนการบริหารงานของทั้งตนเองและบุคลากร ยังเป็นส่วนสำคัญที่สร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นต่อผู้บริหารเจนเนอเรชั่นวายจากบุคลากรภายในองค์กรได้อีกด้วย

ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์ (2560 :154-164) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านจำรุง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ของชุมชนบ้านจำรุง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research--PAR) เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือสำรวจชุมชน ได้แก่ ใ่อ่งชีวิต ปฏิทินการผลิต และผู้รู้ในชุมชน นอกจากนี้ ยังได้ใช้เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์การสังเกต การประชุมกลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมี ปัญหาในการทำเกษตรอินทรีย์ 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านแรงงาน ส่งผลให้เกษตรกรมี ทักษะคิดด้านการทำเกษตรอินทรีย์ว่า “ยุ่งยาก ผลผลิตน้อย และมีความเสี่ยง” ด้วยเหตุนี้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ดังนี้ 1) กลยุทธ์ “ลูกเปิดหัว” เพื่อเน้นให้เห็นข้อดีของ “ผลผลิตตาม วิถีอินทรีย์” 2) กลยุทธ์ “ความกลัว” เพื่อจัดการความเสี่ยงจากพ่อค้าคนกลาง 3)

กลยุทธ์ “1 ส่วน 1 ต้น” เพื่อให้เกษตรกรสวนผลไม้ตัดสินใจเปลี่ยนแปลงมาเริ่มทำเกษตรอินทรีย์ได้ง่ายขึ้น ส่งผลทำให้เกษตรกรกลุ่มหนึ่งได้เปลี่ยนมาเริ่มต้นทำ สวนผลไม้อินทรีย์ขึ้นมาภายในชุมชน

จิตรปิติ ฐิตินนตรี (2558: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องกระบวนการทางสื่อสารใน 3 โครงการหลักของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากรที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการสื่อสารกับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ แบบวัดผลครั้งเดียว โดยศึกษาเฉพาะผู้บริหารและพนักงาน ลูกจ้างของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งสิ้น 255 คน ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามกลับ จำนวน 251 คน เป็นเพศชาย จำนวน 103 คน และเพศหญิง จำนวน 148 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 ปฏิบัติงานอยู่ในระดับพนักงาน จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 โดยมีสังกัดอยู่ที่สำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ สาขา จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 68.9 และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน 4-7 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

โครงการเพิ่มทุนกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง ระยะที่ 3 พบว่า บุคลากรของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ดังนี้ ด้านผู้ส่งสารสามารถสื่อสารให้บุคลากรของสำนักงานทราบได้อย่างชัดเจน ด้านสารมีความน่าเชื่อถือ ด้านช่องทางการสื่อสารสามารถแจ้งข้อมูล ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และด้านผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารหรือคำสั่งที่ได้รับได้อย่างรวดเร็ว สำหรับลักษณะประชากร เพศและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ แต่อายุ ตำแหน่ง สังกัดและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน หัวข้อการค้นคว้าอิสระ กระบวนการทางการสื่อสารใน 3 โครงการหลักของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติมีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ ส่วนปัจจัยการสื่อสาร ผู้ส่งสารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ แต่สาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสารไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ

โครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) พบว่า บุคลากรของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ดังนี้ ด้านผู้ส่งสารสามารถเลือกใช้วิธีการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม ด้านสารมีความน่าเชื่อถือ ด้านช่องทางการสื่อสารสามารถแจ้งข้อมูล ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และด้านผู้รับสารมีทักษะในการอ่านที่ดี สามารถคิด วิเคราะห์ ทำความเข้าใจ ข้อมูล ข่าวสารหรือคำสั่งที่ได้รับได้อย่างรวดเร็วและรับรู้ความหมายของเนื้อหาได้ สำหรับลักษณะประชากร เพศ อายุ ตำแหน่งและระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ แต่ระดับการศึกษาและสังกัดนั้น มีผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ ส่วนปัจจัยการสื่อสาร ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพของการสื่อสารภายในองค์การ

โครงการเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ตามแนวทางประชารัฐ พบว่า บุคลากรของสำนักงานกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการสื่อสาร ดังนี้ ด้านผู้ส่งสารมีการสื่อสารให้ให้บุคลากรของสำนักงานทราบอย่างชัดเจน ด้านสารมีความน่าเชื่อถือ ด้าน

ช่องทางการสื่อสารสามารถแจ้งข้อมูล ข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และด้านผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจ ข้อมูล ข่าวสารหรือคำสั่งที่ได้รับได้อย่างรวดเร็ว สำหรับลักษณะประชากร เพศ อายุ ตำแหน่งและ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร แต่ระดับการศึกษา และสังกัดนั้น มีผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร ส่วนปัจจัยการสื่อสาร ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการสื่อสารภายในองค์กร

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน" นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน และเพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยประกอบด้วยดังนี้

- 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
- 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3) การตรวจสอบข้อมูล
- 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

การศึกษาวิจัยเรื่อง "กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน" ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 แหล่งข้อมูลบุคคลและเกณฑ์การคัดเลือก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประกอบด้วยแบ่งได้จำนวน 4 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจังหวัดจันทบุรี ทั้งหมด 10 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ มีตัวตนและสามารถให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี
- 2) เกษตรกรผู้ทำเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 คน เป็นผู้ที่ทำการเกษตรอินทรีย์มาแล้วอย่างน้อย 3 ปี
- 3) ผู้บริหารท้องถิ่น จังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 คน เป็นผู้บริหารระดับรองนายกฯ ขึ้นไป
- 4) ผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการทางด้านกระบวนการสื่อสารการเกษตรอินทรีย์ และการสื่อสารการตลาด ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 คน เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถด้านกระบวนการสื่อสาร
- 5) ประชาชนชาวบ้านเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่เป็นที่ยอมรับในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 คน

ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพิจารณาเลือกผู้ให้สัมภาษณ์จากตัวแทนกลุ่มต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยนี้ คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ ความเข้าใจ ด้านการ

สื่อสาร การจัดการการสื่อสาร การทำเกษตรอินทรีย์มาไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยมีพื้นที่ในการปฏิบัติการอยู่ใน จังหวัดจันทบุรี เพื่อความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล และตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1.2 แหล่งข้อมูลเอกสาร

แหล่งข้อมูลเอกสารที่ใช้ในการประกอบการตั้งสมมติฐาน การรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้มายัง ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาด ในประเทศจีน ซึ่งประกอบไปด้วยเนื้อหา บทความทั่วไป บทความทางวิชาการ ทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีการทำเกษตรอินทรีย์ แนวคิดและทฤษฎีการส่งเสริมเกษตร สินค้าทางการเกษตรใน จังหวัดจันทบุรีที่ส่งออกไปประเทศจีน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.3 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาการเตรียมข้อมูล การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่ม ตัวอย่าง การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การตรวจสอบข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลและการ วิเคราะห์ข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ.2567 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2568

3.1.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจังหวัดจันทบุรี และกลุ่ม เกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีลักษณะการเก็บข้อมูล ดังนี้ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

3.2.1 การวางแผนวิธีการในการเก็บข้อมูล

1) การศึกษาข้อมูลจากเอกสารหลักฐานชั้นปฐมภูมิ ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต และรวบรวม ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บทความทั่วไป บทความ เอกสารทางวิชาการ และวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับ เรื่องแนวคิดและทฤษฎีการทำเกษตรอินทรีย์ ทฤษฎีการจัดการทางการสื่อสาร ทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร การเปิดรับข่าวสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2) การศึกษาภาคสนามโดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.1) วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยจะมีประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาใน การวิจัย สอบถามเพื่อทราบถึงซึ่งข้อมูลที่เก็บจะเกี่ยวกับความต้องการสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ของ จังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน ความคิดเห็นและ สิ่งที่มีผู้บริโภคหรือผู้นำเข้าในจีนต้องการ ข้อกำหนด หรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ใน จังหวัดจันทบุรี กระบวนการสื่อสารภายในกลุ่ม กระบวนการสื่อสารตลาด กระบวนการสื่อสารกับภาครัฐ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ และให้ได้ข้อมูลหลายส่วน ครอบคลุมประกอบกันในทุกด้าน จากนั้นนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้มีการให้ข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยการพูดคุยสอบถามคำถามในลักษณะคำถามปลายเปิด มีกระบวนการในการเก็บข้อมูล ดังนี้

- (1) ประสานงานขอความร่วมมือขอสัมภาษณ์บุคคลที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกไว้แล้วข้างต้น
- (2) ผู้วิจัยทำหนังสือความอนุเคราะห์จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี เพื่อส่งให้บุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเชิญเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก
- (3) ผู้วิจัยส่งหนังสือแจ้งผู้ให้ข้อมูลหลัก
- (4) ผู้วิจัยเข้าพบผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่ได้นัดหมายไว้
- (5) ดำเนินการจัดทำรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.3 การตรวจสอบข้อมูล

การวิจัยให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง สมบูรณ์นั้นผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบข้อมูลที่ได้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยคำนึงถึงคุณภาพและหาความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยมีการตรวจสอบโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า โดยพิสูจน์ว่าข้อมูลผู้ศึกษาที่วิจัยได้มานั้น ถูกต้องครบถ้วนหรือไม่ วิธีการตรวจสอบคือการสอบแหล่งของข้อมูล ซึ่งงานวิจัยนี้จะใช้การตรวจสอบ 3 ด้าน ดังนี้

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล เป็นการพิสูจน์ว่าข้อมูลผู้ศึกษาวิจัยได้มานั้นจากหลายๆ แหล่งที่มา มาเปรียบเทียบกับว่าถูกต้องครบถ้วนหรือไม่ โดยการพิสูจน์การใช้ความหลากหลายของแหล่งข้อมูลทั้งในเชิงเวลา สถานที่ และบุคคล พิสูจน์ว่าข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน ที่ได้มานั้นถูกต้องแล้วหรือไม่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยจึงตรวจสอบความถูกต้องโดยการเปรียบเทียบจากแหล่งข้อมูลหลาย ๆ แหล่ง ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์รักษ์ไทย ประชาชนชาวบ้านเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ และผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการทางด้านการจัดการการสื่อสารและการสื่อสารการตลาด แล้วนำข้อมูลในประเด็นเดียวกันที่ได้จากการเก็บรวบรวม สัมภาษณ์เชิงลึก มาเปรียบเทียบกับว่ามีความคล้ายคลึงและเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ เพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล

2) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความหลากหลาย ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษา ทบทวนและวิเคราะห์เอกสาร ข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น บทความทั่วไป บทความ เอกสารทางวิชาการ และวิทยานิพนธ์ การศึกษาภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เกี่ยวกับเรื่องกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน โดยการจดบันทึกและการบันทึกเสียงเพื่อนำมายืนยันความครบถ้วน ถูกต้อง

3) ตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี โดยเป็นการยืนยันข้อมูล ที่พิสูจน์จากแนวคิด ทฤษฎีที่เลือกเพื่อมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีการทำเกษตรอินทรีย์ ทฤษฎีการจัดการทางการสื่อสาร ทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ได้มาซึ่งผลการวิจัยที่เที่ยงตรง เชื่อถือได้ มาปรับใช้ และบูรณาการกับองค์ความรู้ได้อย่างมีประโยชน์สูงสุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ประสานงานขอความร่วมมือจากบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอสัมภาษณ์เชิงลึก การดำเนินงานสนทนากลุ่มและการระดมสมองบุคคลที่มีส่วนสำคัญเกี่ยวกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจังหวัดจันทบุรี, เกษตรกรผู้ทำเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี, ผู้บริหารท้องถิ่น จังหวัดจันทบุรี, ปราชญ์ชาวบ้านเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่เป็นที่ยอมรับใน จังหวัดจันทบุรีและผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิชาการทางด้านกระบวนการสื่อสาร และการสื่อสารการตลาด ในจังหวัดจันทบุรีอย่างเป็นทางการ โดยแจ้งให้ทราบว่าในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนั้น ผู้วิจัยจะมีการบันทึกข้อมูลโดยวิธีการจดบันทึกข้อมูลเนื้อหาและการบันทึกเสียงของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการขออนุญาตก่อนทำการบันทึกเสียง เพื่อนำมาใช้ในการสอบทานความถูกต้องย้อนหลังได้

2) ผู้วิจัยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ ที่ออกโดยคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักตามที่ได้คัดเลือกไว้แบบเฉพาะเจาะจง

3) ผู้วิจัยส่งหนังสือแจ้งผู้ให้ข้อมูลหลัก พร้อมทั้งแนบเอกสารประกอบกับหนังสือขอความอนุเคราะห์ และแบบสัมภาษณ์ เพื่อมอบให้กับผู้ให้ข้อมูลหลักได้ศึกษาล่วงหน้าก่อนให้สัมภาษณ์จริง

4) ผู้วิจัยเข้าพบผู้ให้ข้อมูลหลัก ตามกำหนดวันที่และเวลาที่ได้นัดต่อประสานไว้ เพื่อทำการสัมภาษณ์กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน โดยมีการบันทึกเสียง บันทึกภาพ และการบันทึกข้อมูลที่ได้ระหว่างการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการระดมสมอง

5) ดำเนินการจัดทำรายงานสรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลที่ได้จากการสนทนากลุ่มและการระดมสมองเรื่อง การจัดการการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน ได้แก่

3.5.1 ตอนที่ 1 คือ ความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์จะเป็นข้อมูลแบบบรรยาย (Descriptive) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.5.2 ตอนที่ 2 คือ กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 3.1 โครงสร้างวัตถุประสงค์และความสัมพันธ์ของแนวคิด/ทฤษฎี และวิธีการดำเนินการ

วัตถุประสงค์	แนวคิด/ทฤษฎี	ระเบียบวิธีวิจัยกลุ่มเป้าหมาย	
		ผู้ให้สัมภาษณ์	วิธีการวิจัย

วัตถุประสงค์	แนวคิด/ทฤษฎี	ระเบียบวิธีวิจัยกลุ่มเป้าหมาย	
		ผู้ให้สัมภาษณ์	วิธีการวิจัย
1. เพื่อศึกษาความต้องการสินค้า การเกษตรอินทรีย์ของ จังหวัดจันทบุรีในตลาด ประเทศจีน	- แนวคิดและทฤษฎีการทำเกษตรอินทรีย์ - ทฤษฎีการจัดการทางการสื่อสาร - ทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร - ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร - แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม	- กลุ่มเกษตรกรอินทรีย์กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจังหวัดจันทบุรี, เกษตรกรผู้ทำเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี ผู้บริหารท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรี	- สัมภาษณ์แบบเจาะลึก - การดำเนินงานสัมภาษณ์เชิงลึก
2. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้า การเกษตรอินทรีย์ใน จังหวัดจันทบุรีสู่ตลาด ประเทศจีนที่เหมาะสม	- ทฤษฎีการจัดการทางการสื่อสาร - ทฤษฎีกระบวนการสื่อสาร - ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร - แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม	- ประชาชนชาวบ้านเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่เป็นที่ยอมรับใน จังหวัดจันทบุรีและผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการทางด้านกระบวนการสื่อสารและการสื่อสารการตลาด ในจังหวัดจันทบุรี	- การดำเนินงานสัมภาษณ์เชิงลึก

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน และเพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็นตอน ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน

ตอนที่ 2 เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสม

4.1 ตอนที่ 1 ความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน

จากกิจกรรมการสัมภาษณ์ 1) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจังหวัดจันทบุรีทั้งหมด 10 คน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ มีตัวตนและสามารถให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี เกษตรกรผู้ทำเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 คน เป็นผู้ที่ทำการเกษตรอินทรีย์มาแล้วอย่างน้อย 3 ปี ผู้บริหารท้องถิ่น จังหวัดจันทบุรี จำนวน 3 คน เป็นผู้บริหารระดับรองนายกฯ ขึ้นไป จากการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวจีนในจังหวัดจันทบุรีให้ประสบความสำเร็จ ได้ข้อสรุปดังต่อไปนี้

1) สิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้นำเข้าในจีนต้องการ



ผู้นำเข้าในจีน



แหล่งที่มา: Dong ZhenZhen

ระเบียบการรับรองผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของจีนฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค ผู้ผลิต และผู้จำหน่าย พร้อมยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกให้ได้มาตรฐาน โดยกำหนดให้กิจกรรมการผลิต แปรรูป นำเข้า และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกภายในประเทศต้องเป็นไปตาม

ข้อกำหนดที่ชัดเจน ทั้งนี้ “ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก” หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและแปรรูปตามมาตรฐานแห่งชาติ เพื่อการบริโภคของมนุษย์หรือใช้เป็นอาหารสัตว์ หน่วยงานหลักในการกำกับดูแลคือ คณะกรรมการผู้กำกับดูแลการรับรองและความสอดคล้อง (国家认监委) ซึ่งทำหน้าที่ทั้งในระดับส่วนกลางและร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นในการตรวจสอบและบังคับใช้กฎหมาย กระบวนการรับรองต้องดำเนินการโดยสถาบันที่ได้รับอนุญาตอย่างเป็นทางการ ผู้ยื่นขอต้องส่งเอกสารตามรูปแบบที่กำหนด สถาบันรับรองจะตรวจสอบเอกสารภายใน 10 วัน และแจ้งผลเป็นลายลักษณ์อักษร กรณีไม่รับคำขอต้องระบุเหตุผลอย่างชัดเจน หลังจากนั้นจะมีการตรวจภาคสนามและทดสอบตัวอย่างผลิตภัณฑ์ รวมถึงการตรวจสภาพแวดล้อมการผลิต หากผ่านเกณฑ์ ผู้ผลิตจะได้รับใบรับรองและสิทธิในการใช้ตราออร์แกนิกของจีน ใบรับรองมีอายุหนึ่งปีและต้องมีข้อมูลสำคัญครบถ้วน เช่น ชื่อผู้รับรอง รายการผลิตภัณฑ์ มาตรฐานที่ใช้ และวันที่ออกใบรับรอง หากมีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลสำคัญ ต้องแจ้งภายใน 15 วัน สำหรับผลิตภัณฑ์ที่นำเข้า จีนกำหนดให้ประเทศผู้ส่งออกสามารถยื่นขอประเมินความเทียบเท่าของระบบรับรองออร์แกนิก หากผ่านการรับรอง อาจมีการลงนามบันทึกความเข้าใจเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้า แต่หากไม่มีข้อตกลง ผู้นำเข้าต้องปฏิบัติตามมาตรฐานออร์แกนิกของจีนอย่างเคร่งครัด เอกสารการขอนำเข้าต้องมีทั้งภาษาจีนและเอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น ใบรับรองออร์แกนิกและใบอนุญาตจำหน่าย ในด้านการกำกับดูแล รัฐบาลมีอำนาจตรวจสอบทั้งกระบวนการรับรอง การผลิต การนำเข้า และการจำหน่าย พร้อมบังคับใช้ระบบข้อมูลเพื่อติดตามและควบคุมการใช้ตรารับรอง ผู้ประกอบการต้องจัดให้มีระบบติดตามย้อนกลับตลอดห่วงโซ่อุปทาน และเก็บบันทึกข้อมูลไว้อย่างน้อย 5 ปี หากพบการกระทำผิด เช่น การใช้ตราเกินขอบเขต การปลอมแปลงข้อมูล หรือพบการปนเปื้อนสารต้องห้าม สถาบันรับรองและผู้ประกอบการอาจถูกลงโทษ ตั้งแต่ปรับเงิน การเพิกถอนใบรับรอง จนถึงการห้ามดำเนินการรับรองเป็นเวลา 5 ปี ระเบียบนี้ยังมีบทกำหนดโทษชัดเจนต่อผู้ละเมิด ไม่ว่าจะเป็นการปลอมแปลงตรารับรอง การยื่นข้อมูลเท็จ หรือการใช้คำว่า “ออร์แกนิก” กับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้รับการรับรอง โดยมีโทษปรับสูงสุดถึง 30,000 หยวน และในบางกรณีอาจมีการประกาศรายชื่อผู้กระทำผิดต่อสาธารณะ ทั้งนี้ ระเบียบฉบับนี้มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2014 และได้ยกเลิกกฎระเบียบฉบับปี 2004 เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานการรับรองออร์แกนิกสากลและการพัฒนาตลาดในปัจจุบัน (สำนักงานกำกับดูแลตลาดแห่งชาติ สาธารณรัฐประชาชนจีน, 2023) สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของคุณ Zhang Yuting ว่า

“ตลาดจีนให้ความสำคัญอย่างมากกับทุเรียนและมังคุดอินทรีย์จากจันทบุรี เพราะเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงเรื่องรสชาติ หอมหวาน เนื้อเนียน และปลอดภัยจากสารเคมีตกค้าง ลูกค้าส่วนใหญ่จะถามถึงมาตรฐานรับรอง เช่น มกช. หรือ Organic Thailand และบางรายต้องการให้มีการรับรองที่จีนยอมรับด้วย เพื่อสร้างความมั่นใจ การสั่งซื้อมักเป็นแบบล่วงหน้าและต้องมีการควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอน ตั้งแต่คัดเลือกผลผลิต การบรรจุ ไปจนถึงการขนส่งให้ถึงจีนโดยไม่เสียคุณภาพ” (26 เมษายน 2568)

ในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณภาพของอาหารมากขึ้น ซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงวิธีการเลือกซื้อของพวกเขา แม้ว่าคุณลักษณะบางอย่างของอาหาร เช่น ลักษณะภายนอกหรือแบรนด์ จะมองเห็นได้ชัด แต่สิ่งที่ผู้บริโภคใส่ใจจริงๆ และยอมจ่ายเพิ่ม คือคุณลักษณะที่มองไม่เห็น

เช่น ความปลอดภัยในการบริโภค คุณภาพการผลิต หรือความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค ผู้ผลิตและผู้ดำเนินการในระบบอาหาร จึงใช้ การรับประกันผลิตภัณฑ์ เช่น การติดฉลากบนบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงคุณสมบัติของอาหาร ใบรับรองคุณภาพ ต้นทางของผลิตภัณฑ์ และข้อมูลการติดตามย้อนกลับ นอกจากนี้ ผู้มีบทบาทในระบบอาหาร เช่น ผู้ผลิต ผู้แปรรูป ผู้จำหน่าย หน่วยงานรัฐบาล สถาบันอิสระ องค์กรผู้สนับสนุน และสื่อมวลชน ต่างก็มีส่วนในการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภคต่อฉลากและผู้ดำเนินการด้านอาหาร การรับรู้การรับรองหรือใบรับรองจึงไม่ได้มาจากฉลากเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวด้วย (Wu, W., Zhang, A., van Klinken, R. D., Schrobback, P., & Muller, J. M., 2021) สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ คำให้สัมภาษณ์ของคุณ Li Zhetian ว่า

“ผู้บริโภคในจีน โดยเฉพาะกลุ่มพรีเมียม ยอมจ่ายราคาสูงขึ้นหากสินค้ามีใบรับรองอินทรีย์และแหล่งผลิตที่ตรวจสอบได้ชัดเจน นอกจากรสชาติแล้ว สิ่งที่ถูกค่าให้ความสำคัญคือบรรจุภัณฑ์ต้องสวยงาม มีฉลากภาษาจีน พร้อม QR code สำหรับสแกนตรวจสอบย้อนกลับถึงแปลงปลูก ทำให้ผู้ซื้อเกิดความมั่นใจในความปลอดภัย และช่วยเพิ่มโอกาสขายซ้ำในฤดูกาลต่อไป” (27 เมษายน 2568)

ในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2024 ไทยครองตำแหน่งผู้นำการส่งออกผลไม้อบแห้งไปจีน โดยมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 125.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 4.24 พันล้านบาท สะท้อนความนิยมในผลิตภัณฑ์ไทยที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ผู้บริโภคจีนอย่างชัดเจน มูลค่าตลาดผลไม้อบและแปรรูปในจีนโตขึ้นอย่างน่าจับตามอง จาก 146.2 พันล้านหยวนในปี 2023 เติบโตขึ้นถึง 32.6% เมื่อเทียบกับปีก่อน และคาดว่าจะพุ่งสูงถึง 335.3 พันล้านหยวนภายในปี 2028 หรือประมาณ 1.55 ล้านล้านบาท กลุ่มผู้บริโภคชาวจีนมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับความใส่ใจด้านสุขภาพเป็นอันดับแรกของการเลือกซื้อผลไม้อบ โดยราว 82% ระบุว่า “สุขภาพและโภชนาการ” คือปัจจัยสำคัญ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนผสมอย่างละเอียด ทั้งสารเติมแต่ง ปริมาณน้ำตาล และแคลอรี ซึ่ง 80.6% ต้องการเห็นข้อมูลเหล่านี้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ช่องทางการซื้อออนไลน์ยังเติบโตเร็ว—มีผู้บริโภคกว่า 81.4% เลือกซื้อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ แม้มีคนจำนวนไม่น้อย (77.6%) ที่ยังคงเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกก็ตาม แนวโน้มการบริโภคยังเปลี่ยนไป ผู้บริโภคจีนเริ่มนิยมสินค้านวัตกรรมที่มีความหลากหลายมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ผลไม้อบรวม และผลไม้อบที่มีไส้ เช่น ลูกพลับกับเนย (persimmon with butter filling) หรือบาร์กรานอลผสม ผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถตอบโจทย์ความต้องการใหม่ในตลาด และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าไทย สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) จึงได้แนะนำให้ผู้ประกอบการไทยเร่งพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูงและนวัตกรรมโดดเด่น เพื่อแย่งชิงโอกาสในตลาดจีนที่คาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 1.5 ล้านล้านบาทภายในอีกสามปีข้างหน้า (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2568) สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของคุณ Li Zhetian ว่า

“ตลาดจีนไม่ได้ต้องการแค่ผลไม้สด แต่ยังสนใจสินค้าผลไม้แปรรูปอินทรีย์ เช่น ทุเรียนอบกรอบ มังคุดอบแห้ง หรือน้ำผลไม้สกัดเย็น ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าและกระจายความเสี่ยงด้านราคาผลไม้สดได้

เราจึงส่งเสริมให้เกษตรกรและผู้ประกอบการในพื้นที่พัฒนาสินค้าแปรรูปควบคู่กับการขายผลไม้สด” คำให้สัมภาษณ์ของคุณ Li Zhetian (27 เมษายน 2568)

ในปี 2559 เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนในจังหวัดจันทบุรีกำลังเผชิญกับช่วงเวลาเต็มไปด้วยความหวาดหวั่น: แม้ผลผลิตจะลดต่ำลงจากภัยแล้ง ตลาดทุเรียนกลับคึกคักผิดปกติ เมื่อ “ล้ง” หรือแหล่งรวบรวมผลไม้ที่เป็นตัวแทนซื้อจากชาวสวน เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะล้งจีนที่ส่งตัวแทนมาขอเหมาสวนให้ราคาสูงสุดและพร้อมจ่ายเงินมัดจำล่วงหน้า แม้กลุ่มล้งเหล่านี้จะช่วยให้ชาวสวนขายผลไม้ได้ในราคาสูงและมีตลาดรองรับแน่นอน แต่ภาพลักษณ์ในระยะยาวกลับเต็มไปด้วยความกังวล: เกษตรกรผู้ปลูกทุเรียนจากระยะยั้งสงสัยกันว่า หากล้งจีนรวมตัวกันและควบคุมตลาด ราคาทุเรียนอาจแกว่งขึ้นลงอย่างรุนแรง และธุรกิจผลไม้ไทยอาจสูญเสียการแข่งขันด้านราคา ด้านหน่วยงานภาครัฐก็ไม่ได้นิ่งนอนใจเช่นกัน กรมการค้าภายในได้เข้าตรวจสอบสถานการณ์อย่างใกล้ชิด มีการรวบรวมข้อมูลรายชื่อผู้ถือหุ้นของล้งจีนทั้งในรูปบุคคลจีนและล้งร่วมทุนไทย-จีน จำนวนทั้งสิ้น 1,094 รายทั่วประเทศ เพื่อตรวจสอบว่ามีระบบบัญชี หรือโครงสร้างการเงินที่ปิดบังความเป็นเจ้าของหรือไม่ เนื่องจากกฎหมายไทยห้ามชาวต่างชาติทำธุรกิจค้าปลีกผลไม้หากไม่ได้รับอนุญาตจากคณะกรรมการเฉพาะ ในประชาคมเชิงธุรกิจและภาคเกษตรภาพ การมาถึงของ “ล้งจีน” จึงเป็นดังดาบสองคม — ชาวสวนได้รับความมั่นใจจากตลาดและราคาที่สูงขึ้นในระยะสั้น ในขณะที่ในระยะยาว กลับต้องเผชิญความเสี่ยงจากกลุ่มผู้ซื้อที่อาจกำหนดเงื่อนไขการซื้อขายได้อย่างเข้มงวด และอาจทำให้ตลาดผลไม้ไทยเสียความยืดหยุ่นจากการแข่งขันทางธรรมชาติ สอดคล้องกับ คำให้สัมภาษณ์ของคุณ Luo Huanlan และเจ้าของสวนฟาร์มอินทรีย์ในพื้นที่คลองพลู ว่า

“สินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือทุเรียนพันธุ์หมอนทองและชะนี ส่วนมังคุดจะขายดีในช่วงกลางฤดูการผลิตผลไม้ เราต้องจัดการเรื่องเวลาเก็บเกี่ยวให้ตรงกับช่วงที่ตลาดจีนต้องการ เพื่อให้ราคาสูงและคุ้มค่ากับต้นทุนการผลิตอินทรีย์ ซึ่งสูงกว่าการปลูกแบบทั่วไปหลายเท่า แต่ผลตอบแทนจากตลาดจีนก็ถือว่าคุ้มค่า” คำให้สัมภาษณ์ของคุณ Luo Huanlan (28 เมษายน 2568)

“เราได้รับคำสั่งซื้อล่วงหน้าจากผู้นำเข้าจีนแทบทุกปี โดยเฉพาะทุเรียนและมังคุด เนื่องจากลูกค้าจีนให้ความสำคัญกับผลไม้ที่ปลูกแบบปลอดสารเคมี 100% และต้องการเอกสารยืนยันทั้ง GAP และ Organic เพื่อให้ผ่านการตรวจที่ฝั่งจีน การทำอินทรีย์ทำให้เราต้องคัดผลผลิตอย่างเข้มงวด เหลือแต่เกรดเอจริงๆ ซึ่งปริมาณไม่มากนัก แต่ก็ขายได้ราคาดี” คำให้สัมภาษณ์ของคุณศิวพร เจ้าของสวนฟาร์มอินทรีย์ในพื้นที่คลองพลู (28 เมษายน 2568)

สรุปได้ว่า ความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน กระแสความต้องการอาหารปลอดภัยและมีคุณภาพในจีนยังเชื่อมโยงกับแนวโน้มการบริโภคผลไม้อบและแปรรูป ซึ่งไทยเป็นผู้นำส่งออกปี 2024 มูลค่ากว่า 125.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดผลไม้อบในจีนเติบโตต่อเนื่องและคาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 335.3 พันล้านหยวนในปี 2028 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและข้อมูลโภชนาการอย่างละเอียด ช่องทางออนไลน์กลายเป็นตลาดหลัก ขณะเดียวกันก็เริ่มนิยมสินค้านวัตกรรม เช่น ผลไม้อบรวมและผลไม้มีไส้ ทำให้ผู้ส่งออกไทยต้องพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงและสร้าง

มูลค่าเพิ่ม อย่างไรก็ตาม การค้าผลไม้กับจีนยังมีความท้าทายโดยเฉพาะบทบาทของ “ล้งจีน” ที่เข้ามาเหมาสวนผลไม้ในพื้นที่ แม้จะทำให้ชาวสวนขายได้ราคาดีและตลาดมั่นคงในระยะสั้น แต่ก็เสี่ยงต่อการผูกขาดและควบคุมราคาในระยะยาว ภาครัฐจึงต้องติดตามตรวจสอบโครงสร้างการถือหุ้นและการดำเนินธุรกิจของล้งเพื่อป้องกันการทำธุรกิจค้าปลีกผลไม้โดยไม่ได้รับอนุญาต เกษตรกรอินทรีย์ในพื้นที่ เช่น คลองพลู ยืนยันว่าตลาดจีนคุ้มค่าต่อการลงทุน แม้ต้นทุนสูงและต้องคัดเกรดเข้ม แต่ผลตอบแทนและความต้องการสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ปลอดภัย 100% ทำให้มีคำสั่งซื้อล่วงหน้าแทบทุกปี

2) ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์



ภาพที่ 4.2 ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์

แหล่งที่มา: Dong ZhenZhen

จากการศึกษาเอกสารหลักฐานพบว่า “Environmental, Health, and Safety (EHS) Guidelines for Annual Crop Production” ซึ่งเผยแพร่โดย World Bank Group รวมถึง IFC เมื่อ

เดือนมีนาคม พ.ศ. 2559 เป็นเอกสารที่ให้คำแนะนำทางเทคนิคในรูปแบบของ มาตรฐานปฏิบัติทางอุตสาหกรรมระดับสากล (Good International Industry Practice หรือ GIIP) สำหรับโครงการที่เกี่ยวข้องกับการปลูกพืชรายปี (annual crops) อย่างข้าวโพด ถั่ว ผัก รากพืช พืชน้ำมัน และพืชไร่ ฯลฯ ทั้งในพื้นที่เขตหนาวและเขตร้อน แนวทางดังกล่าวเน้นให้โครงการต้องดำเนินการตาม เทคโนโลยีที่เหมาะสมในทางเศรษฐกิจ (reasonable cost) โดยสามารถปรับเปลี่ยนเป้าหมายให้เหมาะกับบริบทเฉพาะของแต่ละพื้นที่ ตามการประเมินสิ่งแวดล้อม (environmental assessment) ซึ่งต้องคำนึงถึงบริบทของประเทศเจ้าบ้าน ความสามารถในการรองรับของสิ่งแวดล้อม และความเหมาะสมด้านเทคนิคและการเงิน หากกฎระเบียบของประเทศที่ตั้งโครงการเข้มงวดยิ่งกว่ามาตรฐานในเอกสาร IFC โครงการต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบนั้น แต่หากมาตรฐานของโครงการมีเหตุผลเฉพาะที่ไม่จำเป็นต้องถึงมาตรฐานเดียวกัน ต้องมี คำอธิบายและการพิสูจน์ ว่าการปฏิบัติที่เสนอนั้นยังปลอดภัยต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม แนวทางนี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญหลากหลายด้าน เช่น การอนุรักษ์และจัดการดิน, การใช้สารอาหารพืช, การจัดการวัสดุเหลือทิ้งจากการเกษตร, การจัดการน้ำ, แนวทางควบคุมศัตรูพืชและการใช้สารกำจัดศัตรูพืชอย่างปลอดภัย, การใช้ปุ๋ยและสารเคมี, การอนุรักษ์ระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ, การปลูกพืชจีเอ็มโอ, การใช้พลังงาน, คุณภาพอากาศ และการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (International Finance Corporation, 2025) สอดคล้องกับ คำให้สัมภาษณ์ ว่า

“เราใช้ปุ๋ยอินทรีย์เท่านั้น ห้ามใช้ปุ๋ยเคมีหรือยาฆ่าแมลงสังเคราะห์แม้แต่ชนิดเดียว และต้องมีการตรวจดิน น้ำ และใบพืชเป็นประจำเพื่อยืนยันว่าไม่มีสารตกค้าง ผลผลิตทุกล็อตต้องผ่านการสุ่มตรวจจากหน่วยงานที่ได้รับการรับรอง และต้องเก็บบันทึกข้อมูลการดูแลแปลงทั้งหมดเพื่อใช้เป็นหลักฐานตรวจสอบย้อนหลัง ต้องใช้วิธีธรรมชาติ เช่น ปล่อยตัวห้ำตัวเบียน ใช้สารสกัดจากพืชหรือสมุนไพร และการจัดการเชิงระบบนิเวศ ห้ามใช้ยาฆ่าแมลงสังเคราะห์” คำให้สัมภาษณ์ของคุณ Ma Dongwei (2 พฤษภาคม 2568)

“กลุ่มเกษตรกรที่ทำอินทรีย์ร่วมกันต้องมี Internal Control System (ICS) เพื่อกำกับดูแลสมาชิกก่อนส่งผลผลิตเข้าสู่กระบวนการรับรอง” คำให้สัมภาษณ์ของคุณ ลุงต๋อย เจ้าของสวนลุงต๋อย (2 พฤษภาคม 2568)

จากการวิจัยเอกสารประกอบยังพบเพิ่มเติมว่า การเกษตรอินทรีย์นั้นมีปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตหลายด้านด้วยกันเช่น

1) ปัจจัยด้านเกษตรกร

(1) เกษตรกรขาดความรู้ เนื่องจากการเปลี่ยนจากเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ มักจะเกิดปัญหาขาดทุน เนื่องจากเกษตรกรขาดความรู้ในการทำเกษตรอินทรีย์ เพราะเกษตรกรอินทรีย์ ไม่มีสูตรตายตัวเหมือนกับเกษตรเคมี จึงทำให้เกษตรกรขาดความมั่นใจในการทำเกษตรอินทรีย์

(2) เกษตรกรต้องการผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ การทำเกษตรอินทรีย์ในช่วงแรกจะ ได้ผลผลิตน้อยกว่าการทำเกษตรเคมี เพราะอยู่ในช่วงการปรับความอุดมสมบูรณ์ของดิน ทำให้ เกษตรกรไม่พอใจในผลผลิตที่ได้ตามที่คาดการณ์ไว้ จึงกลับมาใช้เกษตรเคมีเหมือนเดิม

(3) เกษตรเคมีมีความเคยชินกับเกษตรกร เกษตรกรเลือกที่จะทำเกษตรเคมีมากกว่า เกษตรอินทรีย์ เพราะว่าการทำเกษตรอินทรีย์ต้องมีการดูแลอยู่บ่อยครั้ง แต่เกษตรกรไม่ต้องใช้ การดูแล เหมือนเกษตรอินทรีย์ ความสะดวกสบายทำให้เกษตรกรเลือกที่จะทำเกษตรเคมีมากกว่า เกษตรอินทรีย์

(4) ความเชื่อมั่นของเกษตรกรมีต่อเกษตรเคมีมากกว่า เกษตรกรรู้ดีว่าการใช้เกษตร เคมี จะส่งผลเสียให้แก่ตนเองและสิ่งแวดล้อม เกษตรอินทรีย์ความปลอดภัยมากกว่าเกษตรเคมี ส่งผลดี ต่อตัว เกษตรกรเองและผู้บริโภค แต่เกษตรกรก็ยังใช้เกษตรเคมีเหมือนเดิม

(5) เกษตรกรในหมู่บ้านหรือชุมชนไม่ร่วมมือกัน

(6) นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ไม่เป็นที่เข้าใจของเกษตรกร

(7) ไม่มีวัสดุในการผลิตเนื่องจากขาดเงินทุน

2) ปัจจัยด้านระบบธุรกิจ คือ สินค้าเกษตรอินทรีย์สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้ แต่มีความ ยุ่งยากในเรื่องของเกษตรกรต้องผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้มีคุณภาพสูง จึงจะส่งไปขายยัง ต่างประเทศ ได้ แต่การขยายภายในประเทศยังขาดตลาดในการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยที่ไม่ผ่าน พ่อค้าคนกลาง

3) ปัจจัยด้านค่านิยมของผู้บริโภค รูปแบบของสินค้าเป็นตัวก าหนดว่าผู้บริโภคจะ ยอมรับสินค้า หรือไม่ เนื่องจากรัฐบาลยังไม่ค่อยมีการประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่ในเรื่องความปลอดภัย 14 ในการบริโภค สินค้าเกษตรอินทรีย์ หากผู้บริโภคยังไม่เปลี่ยนแปลงค่านิยมในการบริโภค สินค้าเกษตร เคมีก็จะยังคงอยู่ เหมือนเดิม

4) ปัจจัยด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การส่งเสริมพื้นฐานการท าเกษตรอินทรีย์ให้แก่ เกษตรกรมี ความล่าช้า

5) ปัจจัยด้านอื่น

(1) การถ่ายทอดความรู้ไม่ได้มุ่งเน้นเรื่องท าเกษตรอินทรีย์ รัฐบาลจะเน้นการให้ ความรู้ ในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ เพื่อที่จะได้รับการรับรองมาตรฐาน แต่ไม่ได้ให้ความรู้ในการท าเกษตร อินทรีย์ให้กับ เกษตรกรอย่างแท้จริง

(2) การประชาสัมพันธ์โดยการใช้สื่อยังไม่เหมาะสม เนื่องจากเกษตรกรไม่สามารถ เข้าใจ สื่อนั้นเพราะไม่มีความถนัดในการอ่าน ถึงแม้จะมีหน่วยงานภาครัฐมาช่วยในเรื่องของการพิมพ์ แผ่นพับแต่ ถ้ามีผู้ที่มีความรู้เข้าไปแนะน าถ่ายทอดความรู้ในเรื่องเกษตรอินทรีย์จะเหมาะสมกว่า สอดคล้องกับคำให้ สัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

“ในหลายกรณี ผลผลิตอินทรีย์ได้ปริมาณน้อยกว่าการใช้สารเคมี 20–50% โดยเฉพาะในช่วงแรก ของการเปลี่ยนระบบ เนื่องจากต้องพึ่งพาวิถีธรรมชาติและดินยังฟื้นตัวไม่เต็มที่” คำให้สัมภาษณ์ของคุณ อิศริย์ เจ้าของสวน สวนอิสริย์ & ฟาร์มม้าเมืองจันทร์ (2 พฤษภาคม 2568)

“ปัญหาที่พบคือค่าเลี้ยงชีพมากกว่าปริมาณที่เราผลิตได้ เพราะการปลูกอินทรีย์ต้องใช้เวลาใน การฟื้นฟูดินและควบคุมศัตรูพืชโดยไม่ใช้สารเคมี ทำให้ผลผลิตต่อไร่ไม่สูงเท่าการปลูกทั่วไป แต่ลูกค้าจีน เข้าใจและพร้อมรอ เพราะเขามองว่าความปลอดภัยและคุณภาพสำคัญกว่าปริมาณ” คำให้สัมภาษณ์ของ คุณมานพ ผู้จัดการฟาร์มเมอริโต้ (30 เมษายน 2568)

นอกจากนี้ แม้เกษตรกรอินทรีย์จะให้ผลผลิตต่ำกว่าการปลูกทั่วไปถึง 10–18% แต่ราคาขายที่สูงกว่าของผลผลิตอินทรีย์—เฉลี่ย 29–32%—ช่วยให้เกษตรกรได้รับกำไรมากกว่าระบบทั่วไปถึง 22–35% ต้นทุนแรงงานในระบบอินทรีย์สูงกว่าประมาณ 5–7% แต่ต้นทุนด้านอื่น ๆ เช่น ปุ๋ยเคมีหรือยาฆ่าแมลงมีแนวโน้มเทียบเท่าหรือต่ำกว่าการปลูกแบบทั่วไป แม้จะพบปัญหาเช่น การแปลงพื้นที่เพื่อกำจัดสารเคมีก่อนเข้าสู่ระบบอินทรีย์ (ใช้เวลา 3 ปี) แต่ความต้องการผลผลิตอินทรีย์ยังสูงมากเมื่อเทียบกับปริมาณที่ผลิตได้ ผู้บริโภคพร้อมจ่ายในราคาพรีเมียมซึ่งช่วยชดเชยช่องว่างทางผลผลิตได้อย่างมีนัยสำคัญ (Crowder, D., 2015) สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ คุณ วิภา เจ้าของสวน“สวนพันธุ์พืชยั่งยืน” ว่า

“การจัดการศัตรูพืช วัชพืช และการบำรุงรักษา ต้องใช้แรงงานมาก เช่น การถอนหญ้า การใช้ปุ๋ยหมักที่ต้องขนย้ายบ่อย ทำให้ต้นทุนแรงงานสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ การเตรียมแปลง พื้นฟูดิน การจัดหาเมล็ดพันธุ์อินทรีย์ และระบบป้องกันการปนเปื้อน ต้องใช้เงินลงทุนมากกว่าการปลูกทั่วไป” คำให้สัมภาษณ์ของคุณ วิภา เจ้าของสวน“สวนพันธุ์พืชยั่งยืน” (2 พฤษภาคม 2568)

สรุปได้ว่าข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ การทำเกษตรอินทรีย์มีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลต่อการผลิต ปัจจัยด้านเกษตรกร ได้แก่ การขาดความรู้และความมั่นใจในการทำเกษตรอินทรีย์ ความเคยชินและความเชื่อมั่นต่อระบบเกษตรเคมีมากกว่า ความต้องการผลตอบแทนทันที ขาดความร่วมมือในชุมชน การไม่เข้าใจนโยบายของรัฐ และการขาดทุนทรัพย์หรือวัสดุการผลิต ปัจจัยด้านระบบธุรกิจ พบว่าแม้สินค้าอินทรีย์สามารถส่งออกได้ แต่ต้องมีคุณภาพสูงและผ่านกระบวนการตรวจสอบที่เข้มงวด ในขณะที่ตลาดภายในประเทศยังไม่พัฒนาและมีพ่อค้าคนกลางมาก ปัจจัยด้านค่านิยมผู้บริโภคก็เป็นอีกข้อจำกัด เนื่องจากผู้บริโภคจำนวนหนึ่งยังนิยมสินค้าเคมี ขณะที่การประชาสัมพันธ์เรื่องความปลอดภัยของสินค้าอินทรีย์ยังไม่ทั่วถึง ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่าการส่งเสริมความรู้และการถ่ายทอดเทคนิคการทำเกษตรอินทรีย์ยังล่าช้าและไม่ครอบคลุม ส่วนปัจจัยอื่น ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อยังไม่เหมาะสมกับกลุ่มเกษตรกรที่มีข้อจำกัดด้านการอ่าน ทำให้จำเป็นต้องใช้วิธีอบรมเชิงปฏิบัติการ แทนเอกสาร ข้อมูลจากคำให้สัมภาษณ์ยืนยันว่าผลผลิตอินทรีย์มักต่ำกว่าระบบเคมีในช่วงแรก เช่น คุณอิสริยา (2 พฤษภาคม 2568) ระบุว่าผลผลิตลดลง 20–50% เนื่องจากดินยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ขณะที่คุณมานพ (30 เมษายน 2568) กล่าวว่า คำสั่งซื้อมักมากกว่าปริมาณที่ผลิตได้ แต่ลูกค้าจืดยอมรอเพื่อคุณภาพและความปลอดภัย นอกจากนี้ การวิจัยของ Crowder (2015) พบว่าผลผลิตอินทรีย์ต่ำกว่าทั่วไป 10–18% แต่ราคาขายสูงกว่าราว 29–32% ส่งผลให้กำไรสูงกว่าระบบทั่วไป 22–35% แม้ต้นทุนแรงงานจะสูงขึ้น 5–7% แต่สามารถประหยัดต้นทุนปุ๋ยและสารเคมีได้ และแม้ต้องใช้เวลาฟื้นฟูพื้นที่ 3 ปีก่อนรับรองมาตรฐาน ความต้องการผลผลิตอินทรีย์ยังสูงจนสามารถขายในราคาพรีเมียมชดเชยช่องว่างของผลผลิตได้ท้ายที่สุด การทำเกษตรอินทรีย์จึงเป็นระบบที่ต้องอาศัยความรู้ การจัดการเชิงระบบนิเวศ ความร่วมมือระหว่างเกษตรกร กลไกควบคุมคุณภาพที่โปร่งใส และการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หากองค์ประกอบเหล่านี้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถตอบโจทย์ทั้งมาตรฐานสากลและความต้องการตลาดได้อย่างยั่งยืน

ตอนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีที่เหมาะสม



ภาพที่4.3 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี
แหล่งที่มา: Dong Zhenzhen

1) ปัจจัยด้านการจัดการสื่อสารการตลาด จากการศึกษพบว่า

(1) **ความรู้** ความรู้และความเข้าใจความสำคัญของการสื่อสารการตลาดและแบบบูรณาการในปัจจุบัน ทั้งด้านเทคนิคการค้า หลักการสื่อสารกับผู้เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาด การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การตลาดแบบเจาะจง ในทุกระดับ เป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อสารของความสำเร็จ สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปฎิภาณ กิตตินันท์วัฒน์ รองคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

"จากประสบการณ์ของผม ความรู้พื้นฐานด้านการตลาดไม่เพียงพออีกต่อไป โดยเฉพาะในภาคการเกษตรอินทรีย์ เราต้องเข้าใจการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการทั้งระบบ ตั้งแต่การวางกลยุทธ์ การสร้างข้อความที่สอดคล้องกัน ไปจนถึงการเลือกช่องทางสื่อที่เหมาะสม ซึ่งจะทำให้ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเข้าใจตรงกันและทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ผลลัพธ์จึงจะเกิดขึ้นได้จริง ในยุคนี้ความสำเร็จของการตลาดอยู่ที่การเชื่อมโยงทุกองค์ประกอบของการสื่อสารเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะธุรกิจการเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีจุดขายที่แตกต่าง เราต้องเข้าใจทั้งหลักการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์อย่างลึกซึ้ง ไม่ใช่แค่แยกทำ แต่ต้องผสานกันอย่างมีกลยุทธ์ ความรู้เชิงเทคนิคเหล่านี้ช่วยให้การสื่อสารตรงจุดและประหยัดต้นทุน" (5 พฤษภาคม 2568)

(2) เทคโนโลยี เทคโนโลยีในที่นี้หมายถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร ในยุคโลกาภิวัตน์นี้ การสื่อสารการตลาดมิใช่แต่จะใช้การสื่อสารแบบดั้งเดิม ในรูปแบบการบอกต่อ หรือการเขียนโฆษณาติดกำแพงอีกต่อไป เทคโนโลยีการสื่อสารได้ถูกนำมาใช้เพิ่มความสะดวกสบายและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายด้วย เทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ได้แก่ สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต หรืออุปกรณ์การสื่อสารอื่น ๆ ที่สามารถรับอินเทอร์เน็ตได้ ล้วนแต่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรีให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ คุณปรีชา วันวารี ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการสื่อสารและการตลาด จังหวัดจันทบุรี ว่า

"ผมใช้เทคโนโลยีการสื่อสารช่วยเล่าเรื่องราวการเกษตรอินทรีย์ของสวน เช่น การดูแลต้นไม้โดยไม่ใช้สารเคมี หรือการใช้ปุ๋ยหมัก ทำให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจและเห็นความตั้งใจของเรา การใช้สมาร์ทโฟนถ่ายภาพและไลฟ์สดยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นและเชื่อมต่อกับลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด" (6 พฤษภาคม 2568)



ภาพที่ 4.4 ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อการสื่อสารการตลาด
ที่มา : Dong Zhenzhen

(3) **ต้นทุน** ต้นทุนในที่นี้หมายถึงต้นทุนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรีให้ประสบความสำเร็จ การสื่อสารการตลาดอีกปัจจัยที่สำคัญคือต้นทุนที่จะใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การสร้างการรับรู้ทั้งออนไลน์ และแบบดั้งเดิมล้วนมีค่าใช้จ่าย แม้แต่การถ่ายรูปสร้างคอนเทนต์ก็ต้องจ่ายค่าตัวนางแบบ และช่างภาพ สำหรับสื่อดั้งเดิมต้องมีค่าพิมพ์เอกสาร ค่าปริ้นท์ต่าง ๆ และต้นทุนนี้อาจหมายรวมถึงต้นทุนทางสังคมด้วย ปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การส่งเสริมเกษตรกรชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรีประสบความสำเร็จได้ สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ คุณสมยศ ตาลชะล่า รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ว่า

"ต้นทุนทางสังคมก็สำคัญเหมือนกันนะครับ การสร้างเครือข่ายกับกลุ่มผู้ผลิตการเกษตรอินทรีย์ หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าก็มีค่าใช้จ่าย ทั้งค่าลงทะเบียน ค่าเดินทาง และค่าเตรียมบูธ แต่สิ่งเหล่านี้ช่วยให้เราได้เจอลูกค้าและคู่ค้าที่เชื่อมั่นในคุณภาพของเรา" (15 พฤษภาคม 2568)

2) ปัจจัยด้านการจัดการสื่อสารกับภาครัฐ

(1) **นโยบายภาครัฐ** เนื่องจากภาครัฐเป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมกิจการทุกประเภท ในราชอาณาจักร การพัฒนาโครงการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อกลุ่ม ตลอดจนการต้นต้ว ต้นรู้ ให้

ความสำคัญกับการเข้าไปรับทราบข้อมูลต่าง ๆ จากภาครัฐ หรือแม้แต่การนำเสนอสิ่งที่ทางกลุ่มต้องการเพื่อการขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มต่อไป ดังนั้นการสื่อสารกับภาครัฐ เพื่อให้ภาครัฐมีส่วนร่วมในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกรรวมชาวสวนผลไม้จังหวัดจันทบุรีจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่น่าไปสู่ความสำเร็จได้ สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ คุณสมยศ ตาลชะล่า รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี ว่า

"ผมมองว่าการสื่อสารกับภาครัฐเป็นเรื่องสำคัญมาก โดยเฉพาะถ้าเราทำการเกษตรอินทรีย์ เพราะภาครัฐมีทั้งนโยบายและโครงการสนับสนุน เช่น การอบรม การให้ความรู้ หรือเงินทุน ถ้าเราเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ได้เร็ว ก็จะช่วยให้เราปรับตัวและพัฒนาการผลิตได้ทันสถานการณ์" (15 พฤษภาคม 2568)

(2) ระบบและกลไกภาครัฐ เมื่อภาครัฐได้กำหนดนโยบายออกมาแล้ว ภาครัฐต้องมีระบบและกลไกที่มีการสื่อสารกับกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ที่เข้าใจง่าย ทำได้จริง ไม่สร้างภาระ ตรง ทันทสมัย และไม่ซับซ้อน เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรอาจไม่ถนัดเรื่องการติดต่อสื่อสารตามระบบและขั้นตอนของภาครัฐ จะเป็นการลดช่องว่างระหว่างนโยบายของภาครัฐและปฏิบัติคือกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ อันจะนำไปสู่การปฏิบัติและพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันของต่อไป สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของ คุณธีรพงษ์ กัญญาภักตร์ รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลท่าช้าง ว่า

"ผมคิดว่าภาครัฐเป็นเหมือนพลังเสริมสำคัญในการขับเคลื่อนการเกษตรอินทรีย์ ถ้าเรารู้จักสื่อสารและนำเสนอความต้องการของเราอย่างถูกวิธี ก็จะทำให้ภาครัฐเข้าใจและพร้อมสนับสนุน ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคนิค การตลาด หรือการประชาสัมพันธ์ผลผลิตของเรา" (15 พฤษภาคม 2568)

(3) ความจริงใจจากภาครัฐ การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ในกลุ่มผลไม้ทั้งรายย่อย และแบบรวมกลุ่ม ภาครัฐต้องแสดงให้เห็นถึงความจริงใจต่อประชาชนที่จะร่วมพัฒนากลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ไปด้วยกัน เมื่อภาคประชาชนเห็นถึงความจริงใจ ตั้งใจของภาครัฐ ประชาชนจะมีความกล้าที่จะสื่อสารกับภาครัฐอย่างมีความหวัง สอดคล้องกับ คำให้สัมภาษณ์ของคุณสุรีย์ นาวิสา ผู้อำนวยการฝ่ายการสื่อสาร เกษตรจังหวัดจันทบุรี ว่า

"ความจริงใจของภาครัฐมีผลต่อความเชื่อมั่นของเกษตรกรอย่างมาก ถ้าเราเห็นว่าโครงการและการช่วยเหลือเป็นไปอย่างโปร่งใสและจริงจัง เราก็พร้อมที่จะสื่อสารและเสนอแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาการเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่ไปด้วยกัน" (20 พฤษภาคม 2568)

สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการจัดการสื่อสารการตลาด **ด้านความรู้** เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทั้งการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดแบบเจาะจง เพื่อให้ทุกฝ่ายทำงานไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ **ด้านเทคโนโลยี** การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต และแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย และสร้างความเชื่อมั่นผ่านการนำเสนอข้อมูลและภาพลักษณ์ของการเกษตรอินทรีย์ **ด้านต้นทุน** การสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์มีค่าใช้จ่าย เช่น ค่าผลิตสื่อ ค่าจ้างช่างภาพ ค่าพิมพ์เอกสาร รวมถึงต้นทุนทางสังคมจากการเข้าร่วมกิจกรรม เครือข่าย และงานแสดงสินค้า ซึ่งช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดและความน่าเชื่อถือ สำหรับปัจจัยด้านการจัดการสื่อสาร

กับภาครัฐ **ด้านนโยบายภาครัฐ** การสื่อสารกับภาครัฐเพื่อเข้าถึงนโยบาย โครงการสนับสนุน และการอบรมต่าง ๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของเกษตรกรอินทรีย์ **ด้านระบบและกลไกภาครัฐ**ภาครัฐควรมีระบบสื่อสารที่เข้าใจง่าย ปฏิบัติได้จริง และไม่ซับซ้อน เพื่อให้เกษตรกรอินทรีย์สามารถปฏิบัติตามนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดช่องว่างระหว่างนโยบายและการปฏิบัติ **ด้านความจริงใจจากภาครัฐ** ความโปร่งใสและความตั้งใจจริงของภาครัฐในการพัฒนาเกษตรกรอินทรีย์ สร้างความเชื่อมั่นให้เกษตรกร พร้อมกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารและความร่วมมืออย่างมีความหวัง การประยุกต์กระบวนการสื่อสารในกรอบ SMCR Model

S – Source (ผู้ส่งสาร) กลุ่มเกษตรกรเกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดจันทบุรี (ทั้งรายย่อยและรวมกลุ่ม) หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด อบต. อบจ. ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและเทคโนโลยี ที่ให้คำแนะนำและร่วมสร้างคอนเทนต์ มีความรู้ด้านการตลาดแบบบูรณาการ และ ความเข้าใจนโยบายภาครัฐ มีเจตนาที่จะ สร้างการรับรู้ และ เพิ่มความเชื่อมั่น ให้แก่ผู้บริโภค

M – Message (สาร) เนื้อหาสารหลัก: คุณภาพและความปลอดภัยของผลผลิตเกษตรอินทรีย์ (ปลอดภัยเคมี) ขั้นตอนการผลิตที่โปร่งใสและได้มาตรฐาน ความสำเร็จและเรื่องราวของเกษตรกรในพื้นที่ การสนับสนุนและนโยบายจากภาครัฐลักษณะสาร: ชัดเจน ถูกต้อง สร้างความเชื่อมั่น เน้นภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ รูปแบบสาร ภาพถ่าย วิดีโอไลฟ์สด โปสเตอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ บทความออนไลน์

C – Channel (ช่องทางการสื่อสาร) สื่อออนไลน์: Facebook, Line, Instagram, TikTok, เว็บไซต์ตลาดออนไลน์ไลฟ์สดและคลิปวิดีโอเพื่อการเล่าเรื่อง (Storytelling) สื่อดั้งเดิม: การออกบูธในงานแสดงสินค้า การจัดประชุมชุมชน โปสเตอร์ แผ่นพับ นิตยสารท้องถิ่น ช่องทางภาครัฐ: ระบบแจ้งข่าวสารของหน่วยงาน (เว็บไซต์, กลุ่มไลน์) การประชุม/เวิร์กช็อปกับเกษตรกร

R – Receiver (ผู้รับสาร) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย: ผู้บริโภคในจังหวัดจันทบุรีและพื้นที่ใกล้เคียง ผู้บริโภคต่างจังหวัดและต่างประเทศที่สนใจเกษตรอินทรีย์ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องอื่น: ผู้ค้าคนกลาง ตัวแทนจำหน่าย หน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน คุณลักษณะผู้รับสาร:ใส่ใจสุขภาพ ต้องการสินค้าที่ปลอดภัยและมีคุณภาพ สนใจแหล่งผลิตที่โปร่งใสและมีมาตรฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน” มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน และเพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดประเทศจีนที่เหมาะสมโดยวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 วิเคราะห์ความต้องการสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน ตอนที่ 2 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีที่เหมาะสม ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยกระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีสู่ตลาดในประเทศจีน พบว่า

5.1.1 ความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน

1) สิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้นำเข้าในจีนต้องการ

ความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน กระแสความต้องการอาหารปลอดภัยและมีคุณภาพในจีนยังเชื่อมโยงกับแนวโน้มการบริโภคผลไม้อบและแปรรูป ซึ่งไทยเป็นผู้ส่งออกไปจีนในปี 2024 มูลค่ากว่า 125.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตลาดผลไม้อบในจีนเติบโตต่อเนื่องและคาดว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 335.3 พันล้านหยวนในปี 2028 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพและข้อมูลโภชนาการอย่างละเอียด ช่องทางออนไลน์กลายเป็นตลาดหลัก ขณะเดียวกันก็เริ่มนิยมสินค้านวัตกรรม เช่น ผลไม้อบรวมและผลไม้ไม้ไส้ ทำให้ผู้ส่งออกไทยต้องพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพสูงและสร้างมูลค่าเพิ่ม อย่างไรก็ดี การค้าผลไม้กับจีนยังมีความท้าทายโดยเฉพาะบทบาทของ “ล้งจีน” ที่เข้ามาเหมาสวนผลไม้ในพื้นที่ แม้จะทำให้ชาวสวนขายได้ราคาดีและตลาดมั่นคงในระยะสั้น แต่ก็เสี่ยงต่อการผูกขาดและควบคุมราคาในระยะยาว ภาครัฐจึงต้องติดตามตรวจสอบโครงสร้างการถือหุ้นและการดำเนินธุรกิจของล้งเพื่อป้องกันการทำธุรกิจค้าปลีกผลไม้โดยไม่ได้รับอนุญาต เกษตรกรอินทรีย์ในพื้นที่ เช่น คลองพลู ยืนยันว่าตลาดจีนคุ้มค่าต่อการลงทุน แม้ต้นทุนสูงและต้องคัดเกรดเข้ม แต่ผลตอบแทนและความต้องการสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ปลอดภัยมี 100% ทำให้มีคำสั่งซื้อล่วงหน้าแทบทุกปี

2) ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์

ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ การทำเกษตรอินทรีย์มีปัจจัยหลายด้านที่ส่งผลต่อการผลิต ปัจจัยด้านเกษตรกร ได้แก่ การขาดความรู้และความมั่นใจในการทำเกษตรอินทรีย์ ความเคยชินและความเชื่อมั่นต่อระบบเกษตรเคมีมากกว่า ความต้องการผลตอบแทนทันที ขาดความร่วมมือในชุมชน การไม่เข้าใจนโยบายของรัฐ และการขาดทุนทรัพย์หรือวัสดุการผลิต ปัจจัยด้านระบบ

ธุรกิจ พบว่าแม้สินค้าอินทรีย์สามารถส่งออกได้ แต่ต้องมีคุณภาพสูงและผ่านกระบวนการตรวจสอบที่เข้มงวด ในขณะที่ตลาดภายในประเทศยังไม่พัฒนาและมีพ่อค้าคนกลางมาก ปัจจัยด้านค่านิยมผู้บริโภคเป็นอีกข้อจำกัด เนื่องจากผู้บริโภคจำนวนหนึ่งยังนิยมสินค้าเคมี ขณะที่การประชาสัมพันธ์เรื่องความปลอดภัยของสินค้าอินทรีย์ยังไม่ทั่วถึง ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบว่าการส่งเสริมความรู้และการถ่ายทอดเทคนิคการทำเกษตรอินทรีย์ยังล่าช้าและไม่ครอบคลุม ส่วนปัจจัยอื่น ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อยังไม่เหมาะสมกับกลุ่มเกษตรกรที่มีข้อจำกัดด้านการอ่าน ทำให้จำเป็นต้องใช้วิธีอบรมเชิงปฏิบัติการ แทนเอกสาร ข้อมูลจากคำให้สัมภาษณ์ยืนยันว่าผลผลิตอินทรีย์มักต่ำกว่าระบบเคมีในช่วงแรก เช่น คุณอิสริยา (2 พฤษภาคม 2568) ระบุว่าผลผลิตลดลง 20–50% เนื่องจากดินยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ขณะที่คุณมานพ (30 เมษายน 2568) กล่าวว่า คำสั่งซื้อมีมากกว่าปริมาณที่ผลิตได้ แต่ลูกค้ายินยอมรอเพื่อคุณภาพและความปลอดภัย นอกจากนี้ การวิจัยของ Crowder (2015) พบว่าผลผลิตอินทรีย์ต่ำกว่าทั่วไป 10–18% แต่ราคาขายสูงกว่าราว 29–32% ส่งผลให้กำไรสูงกว่าระบบทั่วไป 22–35% แม้ต้นทุนแรงงานจะสูงขึ้น 5–7% แต่สามารถประหยัดต้นทุนปุ๋ยและสารเคมีได้ และแม้ต้องใช้เวลาฟื้นฟูพื้นที่ 3 ปีก่อนรับรองมาตรฐาน ความต้องการผลผลิตอินทรีย์ยังสูงจนสามารถขายในราคาพรีเมียมชดเชยช่องว่างของผลผลิตได้ท้ายที่สุด การทำเกษตรอินทรีย์จึงเป็นระบบที่ต้องอาศัยความรู้ การจัดการเชิงระบบนิเวศ ความร่วมมือระหว่างเกษตรกร กลไกควบคุมคุณภาพที่โปร่งใส และการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หากองค์ประกอบเหล่านี้ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถตอบโจทย์ทั้งมาตรฐานสากลและความต้องการตลาดได้อย่างยั่งยืน

5.1.2. กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีที่เหมาะสม

1) ปัจจัยด้านการจัดการสื่อสารการตลาด

(1) **ด้านความรู้** เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ทั้งการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดแบบเจาะจง เพื่อให้ทุกฝ่ายทำงานไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) **ด้านเทคโนโลยี** การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต และแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วยให้เข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย และสร้างความเชื่อมั่นผ่านการนำเสนอข้อมูลและภาพลักษณ์ของการเกษตรอินทรีย์

(3) **ด้านต้นทุน** การสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์มีค่าใช้จ่าย เช่น ค่าผลิตสื่อ ค่าจ้างช่างภาพ ค่าพิมพ์เอกสาร รวมถึงต้นทุนทางสังคมจากการเข้าร่วมกิจกรรม เครือข่าย และงานแสดงสินค้า ซึ่งช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดและความน่าเชื่อถือ

2) ปัจจัยด้านการจัดการสื่อสารกับภาครัฐ

(1) **ด้านนโยบายภาครัฐ** การสื่อสารกับภาครัฐเพื่อเข้าถึงนโยบาย โครงการสนับสนุน และการอบรมต่าง ๆ เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของเกษตรกรอินทรีย์

(2) **ด้านระบบและกลไกภาครัฐภาครัฐ** ควรมีระบบสื่อสารที่เข้าใจง่าย ปฏิบัติได้จริง

และไม่ซับซ้อน เพื่อให้เกษตรกรอินทรีย์สามารถปฏิบัติตามนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดช่องว่างระหว่างนโยบายและการปฏิบัติ

(3) ด้านความจริงจังจากภาครัฐ ความโปร่งใสและความตั้งใจจริงของภาครัฐในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ สร้างความเชื่อมั่นให้เกษตรกร พร้อมกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารและความร่วมมืออย่างมีความหวัง

กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีที่เหมาะสม การประยุกต์กระบวนการสื่อสารในกรอบ SMCR Model ดังต่อไปนี้

S – Source (ผู้ส่งสาร) กลุ่มเกษตรกรเกษตรอินทรีย์ ในจังหวัดจันทบุรี (ทั้งรายย่อยและรวมกลุ่ม) หน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด อบต. อบจ. ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและเทคโนโลยี ที่ให้คำแนะนำและร่วมสร้างคอนเทนต์ มีความรู้ด้านการตลาดแบบบูรณาการ และ ความเข้าใจนโยบายภาครัฐ มีเจตนาที่จะ สร้างการรับรู้ และ เพิ่มความเชื่อมั่น ให้แก่ผู้บริโภค

M – Message (สาร) เนื้อหาสารหลัก: คุณภาพและความปลอดภัยของผลผลิตเกษตรอินทรีย์ (ปลอดภัยเคมี) ขั้นตอนการผลิตที่โปร่งใสและได้มาตรฐาน ความสำเร็จและเรื่องราวของเกษตรกรในพื้นที่ การสนับสนุนและนโยบายจากภาครัฐลักษณะสาร: ชัดเจน ถูกต้อง สร้างความเชื่อมั่น เน้นภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ รูปแบบสาร ภาพถ่าย วิดีโอไลฟ์สด โปสเตอร์ สื่อสิ่งพิมพ์ บทความออนไลน์

C – Channel (ช่องทางการสื่อสาร) สื่อออนไลน์: Facebook, Line, Instagram, TikTok, เว็บไซต์ตลาดออนไลน์ไลฟ์สดและคลิปวิดีโอเพื่อการเล่าเรื่อง (Storytelling) สื่อดั้งเดิม: การออกบูธในงานแสดงสินค้า การจัดประชุมชุมชน โปสเตอร์ แผ่นพับ นิตยสารท้องถิ่น ช่องทางภาครัฐ: ระบบแจ้งข่าวสารของหน่วยงาน (เว็บไซต์, กลุ่มไลน์) การประชุม/เวิร์กช็อปกับเกษตรกร

R – Receiver (ผู้รับสาร) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย: ผู้บริโภคในจังหวัดจันทบุรีและพื้นที่ใกล้เคียง ผู้บริโภคต่างจังหวัดและต่างประเทศที่สนใจเกษตรอินทรีย์ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องอื่น: ผู้ค้าคนกลาง ตัวแทนจำหน่าย หน่วยงานสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน คุณลักษณะผู้รับสาร:ใส่ใจสุขภาพ ต้องการสินค้าที่ปลอดภัยและมีคุณภาพ สนใจแหล่งผลิตที่โปร่งใสและมีมาตรฐาน

5.2 อภิปรายผล

จากการออกแบบการจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในกลุ่มเกษตรกร ชาวสวนผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี

5.2.1 ความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน

1) สิ่งที่ผู้บริโภคหรือผู้นำเข้าในจีนต้องการ

จากข้อมูลที่ระบุว่าความต้องการสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีในตลาดประเทศจีน กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าผลไม้สดและแปรรูป ซึ่งคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 335.3 พันล้านหยวนในปี 2028 นั้น สามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication: IMC) ที่กล่าวในบทที่ 2 ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากผู้บริโภค

จีนหันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และให้ความสำคัญกับข้อมูลโภชนาการที่ครบถ้วน ดังนั้นผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์จีนจึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ผสมผสานทุกช่องทาง ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่สอดคล้องและน่าเชื่อถือ (Kotler & Keller, 2016) นอกจากนี้พฤติกรรมผู้บริโภคจีนที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของอาหารยังสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ซึ่งอธิบายว่าการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากค่านิยมส่วนบุคคลและปัจจัยด้านสังคม (Schiffman & Wisenblit, 2019) โดยเฉพาะในขั้นตอนการประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจีนจะให้ความสำคัญกับคุณภาพสินค้าและการรับรองมาตรฐานอินทรีย์ ซึ่งเป็นจุดแข็งของเกษตรอินทรีย์จีน ในด้านวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle: PLC) ตลาดผลไม้บอบและแปรรูปในจีนอยู่ในช่วงการเติบโต (Growth Stage) ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือการพัฒนานวัตกรรมสินค้าและการสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2016) สอดคล้องกับแนวโน้มที่ผู้บริโภคจีนเริ่มนิยมสินค้านวัตกรรม เช่น ผลไม้บอบรวมและผลไม้มีไส้ ขณะเดียวกัน ปัญหา “ล้งจีน” ที่เข้ามาเหมาสวนผลไม้ในพื้นที่ยังสามารถอธิบายได้ด้วยโมเดลโครงสร้าง-พฤติกรรม-ผลการดำเนินงาน (Structure-Conduct-Performance: SCP Model) ที่ชี้ว่าการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมการแข่งขันและผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ (Bain, 1959) แม้การมีล้งจีนช่วยให้ชาวสวนขายได้ราคาดีในระยะสั้น แต่ก็เสี่ยงต่อการผูกขาดและควบคุมราคาในระยะยาว ซึ่งภาครัฐต้องติดตามและกำกับอย่างใกล้ชิด ท้ายที่สุด ตลาดจีนสำหรับเกษตรอินทรีย์จีนถือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ที่มีความต้องการเฉพาะด้าน โดยลูกค้าพร้อมจ่ายราคาสูงเพื่อสินค้าที่ปลอดภัยและมีคุณภาพสูง แม้ต้นทุนการผลิตและการคัดเกรดจะสูง แต่ก็มีคำสั่งซื้อล่วงหน้าเกือบทุกปี ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของตลาดเฉพาะกลุ่มที่บทที่ 2 ได้อธิบายไว้ (Dalgic & Leeuw, 1994)

2) ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์

จากการศึกษาพบว่า ข้อกำหนดหรือเงื่อนไขของสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ ที่ส่งออกจากจังหวัดจันทบุรีไปยังตลาดประเทศจีนนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการจัดการสื่อสารการตลาดและการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับทฤษฎีด้านการสื่อสารการตลาด และมาตรฐานสินค้า

ประการแรก ปัจจัยด้านเกษตรกร เช่น การขาดความรู้ ความมั่นใจ และทุนทรัพย์ ตลอดจนความเคยชินกับระบบเกษตรเคมี สอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory) ของ Rogers (2003) ที่ชี้ว่าการนำระบบใหม่เข้าสู่การปฏิบัติจริงขึ้นอยู่กับความตระหนักรู้ ความเข้าใจในประโยชน์ และการรับรู้ความเสี่ยง หากเกษตรกรยังไม่เห็นผลตอบแทนชัดเจนหรือไม่มั่นใจในเทคนิคใหม่ การยอมรับก็จะช้า

ประการที่สอง ปัจจัยด้านระบบธุรกิจที่กำหนดให้สินค้าต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพอย่างเข้มงวดและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล สะท้อนถึงความจำเป็นในการสร้างความน่าเชื่อถือของแบรนด์และมาตรฐานการตลาดระหว่างประเทศ ซึ่งตรงกับแนวคิดการตลาดเชิงคุณค่า (Value-based Marketing) ที่เน้นการสร้างและสื่อสารคุณค่าที่แตกต่างเพื่อแข่งขันในตลาดโลก (Kotler & Keller,

2016) ในด้านค่านิยมผู้บริโภค พบว่ายังมีผู้บริโภคบางส่วนที่นิยมสินค้าเกษตรเคมี และการประชาสัมพันธ์เรื่องความปลอดภัยของสินค้าอินทรีย์ยังไม่ทั่วถึง สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ของ Schiffman และ Wisenblit (2019) ที่ระบุว่าพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์เดิมและข้อมูลข่าวสาร ซึ่งหากการสื่อสารการตลาดยังไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมาย ก็อาจทำให้การเปลี่ยนพฤติกรรมเกิดได้ช้า

ประการที่สาม ข้อจำกัดด้านการสื่อสารของหน่วยงาน เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านเอกสารในกลุ่มเกษตรกรที่อ่านไม่คล่อง สะท้อนความสำคัญของการเลือกช่องทางและรูปแบบสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสาร ตามโมเดล SMCR ของ Berlo (1960) ที่ชี้ว่าประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับทักษะและลักษณะของผู้ส่งสาร เนื้อหา ช่องทาง และการตีความของผู้รับสาร ดังนั้นการใช้วิธีอบรมเชิงปฏิบัติการ เอกสารจึงเป็นกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์บริบทจริง

ท้ายที่สุด การอ้างอิงข้อมูลจาก Crowder (2015) ที่ระบุว่าผลผลิตอินทรีย์อาจต่ำกว่าระบบเคมี 10–18% แต่สามารถขายได้ราคาสูงกว่าราว 29–32% และมีกำไรสูงกว่าระบบทั่วไป 22–35% แสดงให้เห็นว่าการทำเกษตรอินทรีย์ยังคงคุ้มค่าในระยะยาวเมื่อมีการจัดการเชิงระบบนิเวศ ความร่วมมือระหว่างเกษตรกร และกลไกควบคุมคุณภาพที่โปร่งใส ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Theory) ที่เน้นสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ดังนั้น หากองค์ประกอบทุกด้านทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ การผลิตสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีก็จะสามารถตอบสนองทั้งมาตรฐานสากลและความต้องการตลาดจีนได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

5.2.2 กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรีที่เหมาะสม

ปัจจัยด้านการจัดการสื่อสารการตลาดและการจัดการสื่อสารกับภาครัฐที่กล่าวถึงในกรอบการวิเคราะห์ SMCR สะท้อนความสำคัญของการประสานงานและการใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications: IMC) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler และ Keller (2016) ที่มองว่าการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการช่วยสร้างความสอดคล้องของสารในทุกช่องทาง ทำให้เกิดความชัดเจนและความเชื่อมั่นในกลุ่มผู้รับสารในมิติของ ด้านความรู้ เกษตรกรและผู้เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องเข้าใจทั้งเครื่องมือสื่อสาร เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดแบบเจาะจง ตรงกับทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovations) ของ Rogers (2003) ที่ชี้ว่าการปรับตัวเข้าสู่แนวทางใหม่ต้องอาศัยการตระหนักรู้ ความเข้าใจ และการฝึกใช้เครื่องมืออย่างต่อเนื่อง ด้านเทคโนโลยี การใช้สมาร์ทโฟน อินเทอร์เน็ต และแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นตัวอย่างของการปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Strauss และ Frost (2014) ว่าการตลาดดิจิทัลช่วยลดต้นทุนการสื่อสาร เพิ่มความรวดเร็ว และสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนกับลูกค้า โดยเฉพาะในตลาดเกษตรอินทรีย์ที่ต้องเน้นความโปร่งใสและคุณภาพ ด้านต้นทุน ทั้งต้นทุนการผลิตและต้นทุนทางสังคมจากการเข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับทฤษฎีการตลาดเชิงคุณค่า (Value-based

Marketing) ที่มองว่าต้นทุนเหล่านี้เป็นการลงทุนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือในระยะยาว (Kotler & Keller, 2016) ในส่วนของ ปัจจัยด้านการจัดการสื่อสารกับภาครัฐ ได้แก่ นโยบายภาครัฐ ที่เกษตรกรต้องเข้าถึงเพื่อใช้ประโยชน์จากโครงการและการอบรม ระบบและกลไกภาครัฐ ที่ควรเข้าใจง่าย และปฏิบัติได้จริง ความจริงใจจากภาครัฐ ที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและแรงจูงใจให้เกษตรกร ปัจจัยเหล่านี้ สอดคล้องกับโมเดลการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication Model) ของ Quebral (2012) ที่เน้นบทบาทของการสื่อสารระหว่างภาครัฐกับประชาชนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมในด้าน กระบวนการสื่อสาร SMCR ของ Berlo (1960) Source (ผู้ส่งสาร) เกษตรกร หน่วยงาน ภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญ ทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลและสร้างความน่าเชื่อถือ Message (สาร) เน้นคุณภาพ ความปลอดภัย และเรื่องราวของเกษตรกร พร้อมข้อมูลนโยบายสนับสนุน Channel (ช่องทาง) ใช้ทั้งสื่อ ออนไลน์และสื่อดั้งเดิม เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายหลากหลาย Receiver (ผู้รับสาร) คือผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ตัวแทนจำหน่าย และผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน กระบวนการนี้สะท้อนถึงแนวคิด Integrated Communication Strategy ที่รวมการใช้ช่องทางสื่อหลายรูปแบบเพื่อเพิ่มการเข้าถึงและสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ดังนั้น ปัจจัยทั้งด้านการจัดการสื่อสารการตลาดและการจัดการสื่อสารกับภาครัฐ เมื่อประยุกต์ใช้ในกรอบ SMCR จะช่วยให้การส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีมีความเป็นระบบ ครอบคลุมทั้งผู้ผลิต ผู้สนับสนุน และผู้บริโภค อันเป็นพื้นฐานของความสำเร็จในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัย สามารถนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้และเพื่อทำการวิจัยครั้งต่อไปได้ ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ภาครัฐควรมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายส่งเสริมการเกษตรอินทรีย์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดประเทศจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเน้นคุณภาพ ความปลอดภัย และมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและผู้นำเข้าในจีน ซึ่งปัจจุบันให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางอาหารและข้อมูลโภชนาการอย่างละเอียด การดำเนินการดังกล่าวควรครอบคลุมมาตรการควบคุมและตรวจสอบการดำเนินธุรกิจของ “ล้งจีน” ที่เข้ามาเหมาะสมผลไม้ในจังหวัดจันทบุรี เพื่อป้องกันปัญหาการผูกขาดและการควบคุมราคาในระยะยาว ทั้งนี้ ภาครัฐควรสนับสนุนการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและระบบโลจิสติกส์ที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มศักยภาพการสื่อสารการตลาดและการส่งออกของเกษตรกรอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ระบบสนับสนุนภายนอก (External Support Systems) ที่กล่าวถึงในบทที่ 2 ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมศักยภาพของผู้ผลิตให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดต่างประเทศ

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ในเชิงปฏิบัติ เกษตรกรควรได้รับการฝึกอบรมด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึง

ผู้บริโภคจีนได้อย่างตรงกลุ่มและมีประสิทธิภาพ โดยควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์หลายภาษา ได้แก่ ภาษาไทย ภาษาจีน และภาษาอังกฤษ ที่นำเสนอจุดเด่นของผลผลิต กระบวนการผลิตที่ปลอดภัยและมี และการรับรองมาตรฐานสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภคและคู่ค้า นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือระหว่างเกษตรกรในชุมชนเพื่อรวมปริมาณผลผลิตให้เพียงพอต่อคำสั่งซื้อและรักษามาตรฐานเดียวกัน ถือเป็นการสร้างเครือข่ายการผลิต (Production Networks) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเครือข่ายธุรกิจ (Business Networking) ที่บทที่ 2 ได้กล่าวถึงว่ามีบทบาทสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก

5.3.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

เพื่อให้การส่งออกสินค้าการเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดจันทบุรีไปยังตลาดจีนมีความยั่งยืน ควรส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมสินค้า เช่น ผลไม้อบรวม ผลไม้มีไส้ หรือการแปรรูปที่เพิ่มมูลค่า เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการบริโภคของผู้บริโภคจีนที่เริ่มนิยมสินค้านวัตกรรมและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อีกทั้งควรพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability System) ที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบแหล่งที่มาและกระบวนการผลิตได้อย่างโปร่งใส ซึ่งจะเสริมสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือในสินค้าพร้อมกันนี้ควรขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของจีน เช่น Tmall, JD.com และ Douyin ซึ่งจะช่วยเพิ่มการเข้าถึงตลาดเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางนี้สอดคล้องกับทฤษฎีนวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) ในบทที่ 2 ที่เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

5.3.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในอนาคตควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคจีน โดยเฉพาะความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าการเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารและการตลาดได้อย่างแม่นยำและตรงกับความต้องการของตลาดมากที่สุด นอกจากนี้ควรมีการวิจัยด้านผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของเกษตรอินทรีย์ในระยะยาว เพื่อเปรียบเทียบกับระบบเกษตรเคมีและประเมินความคุ้มค่าของการลงทุน รวมทั้งควรศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารต่อการสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การวิจัยตลาด (Market Research) และ ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Communication for Development) ที่บทที่ 2 กล่าวถึงว่ามีบทบาทในการวางแผนและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. ชุมชนสหกรณ์ การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด. กรุงเทพมหานคร.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (มปป). เกษตรอินทรีย์พลิกพื้นวิถีเกษตรกรไทย. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร.
- กาญจนา จินตกานนท์. (2562). ทูเรียนไทยส่งออก GAP & GMP ไม่มีไม่ได้แล้ว. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: https://www.technologychaoban.com/agricultural-technology/article_96768. เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2564.
- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560-2564. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. กรุงเทพมหานคร.
- จิตรปิติ ฐิตินันท์. (2558). การจัดการทางสื่อสารใน 3 โครงการหลักของสำนักงานกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมืองแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (วิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร). กรุงเทพฯ : บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฬาวินยานุกรม. (2554). แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title>. เข้าถึงเมื่อ 13 มิถุนายน 2564
- ฉัตรสุตา วงศาอ้วน. (2548). การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของศูนย์ปฏิบัติการจัดการภาวะวิกฤต บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ ว.ม. (การสื่อสารภาครัฐและเอกชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ตะวัน ห่างสูงเนิน. (2557). คู่มือการพัฒนาสินค้าสู่เกษตรอินทรีย์. กลุ่มพาณิชย์จังหวัดภาคเหนือ. สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่. บริษัทสันติภาพแพคเกจจิ้ง จำกัด. เชียงใหม่.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2564). หมอนทองครองใจคนจีน ดันปลูกออร์แกนิก ขยายล่วงหน้า 3-5 ปี กิโลละพัน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.thairath.co.th/news/local/east/2044612>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2564.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). “รัฐไท พงษ์ศักดิ์” นำชาวสวนจันทน์ ดัน “ผลไม้-ผักสด” ออร์แกนิกขึ้นห้าง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.prachachat.net/local-economy/news-237216>. เข้าถึง เมื่อ วันที่ 24 เมษายน 2564.
- ปสุพรรณ สอนศรี. (2564). แชนนอนและวีเวอร์ (Shannon and Weaver). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.gotoknow.org/posts/674690>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2564.
- ภัทธีรา อีรสวัสดิ์. (2019). รูปแบบการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างความยั่งยืนของกิจการเพื่อสังคมไทย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 7(2), 46-58.
- ภรณ์ทิพย์ สิงห์นิล. (2559). การจัดการทางการสื่อสารของผู้บริหารเจนเนอเรชั่น วาย เพื่อสร้างการยอมรับจากบุคลากรภายในองค์กร. วิทยานิพนธ์ ว.ม. (วิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยุพดีจิตติกุลเจริญ. (2537). ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ ชวนพิมพ์.

- ยุพาพร รูปงาม. (2545). การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงานงบประมาณ ในการปฏิรูป ระบบราชการ. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร. (2548). การสื่อสารของมนุษย์. กรุงเทพมหานคร. 21เซ็นจูรี.
- วิไลลักษณ์ สุขสาย. (มปป.). หนังสือเรียนสาระการประกอบอาชีพวิชาเลือกหลักเกษตรอินทรีย์. สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดเชียงใหม่. สำนักงานปลัดกระทรวง ศึกษาธิการ. เชียงใหม่.
- ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์อย่างมีส่วนร่วมของ ชุมชนบ้านจำรุง อำเภอกาญจนบุรี จังหวัดระยอง. วารสารสมาคมนักวิจัย. 22(2) 154-164.
- ศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช. (2564). สาระเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.stou.ac.th/OADThailand/aboutorganic.aspx>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2564.
- สำนักงานจังหวัดจันทบุรี. (2563). ข้อมูลสรุปจังหวัดจันทบุรี ปี 2563. ศาลากลางจังหวัดจันทบุรี. จันทบุรี.
- สถาบันพัฒนาประชาสังคม. (2560). เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ จันทบุรี สวนผลไม้ปลอดภัยที่ชุมชนร่วม สร้าง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.csdi.or.th/2017/11>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 มิถุนายน 2564
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2560). การจัดการทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พระเปิยทอง. ผู้แต่ง สุรพงษ์ โสธนะเสถียร พิมพ์ครั้งที่ 1
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎามนตรี. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ.2560-2564. สำนัก กฤษฎามนตรี. กรุงเทพฯ.
- สมหวัง อินทร์ไชย. (2553). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร GEN 1021. โปรแกรมวิชาภาษาและวัฒนธรรมไทย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย. เชียงราย.
- สำนักงานจังหวัดจันทบุรี. (2560). แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี พ.ศ.2561-2565. กลุ่มงานยุทธศาสตร์ และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. จันทบุรี.
- หนังสือพิมพ์มติชน. (2560). เกษตรจังหวัดจันทบุรี โชว์ผลสำเร็จโครงการแปลงใหญ่ สร้างความ เข้มแข็ง ด้านการผลิต การลดต้นทุน และการตลาด. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: https://www.matichon.co.th/publicize/news_578158. เข้าถึงเมื่อ 13 มิถุนายน 2564
- อนวัช มีเคลือบ, กิตติมา ชาญวิชัย และจิรวัฒน์ วีรังกร. (2560). การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนา ความผูกพันศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร, 12(1), 163-177.

- อภิชาติ ศรีสอาด, อัมพา คำวงษา, พชร สำโรงเย็น. (2558). เกษตรอินทรีย์ ทางเลือกในการผลิตสู่วิถีแห่งความยั่งยืน. หนังสือเทคโนโลยีเกษตรอินทรีย์. กรุงเทพฯ : นาคา อินเตอร์มีเดียร์, 2558. 5-13.
- Nopparat Malalum. (2020). 3 เทคนิคการจัดการการสื่อสารที่นักสื่อสารยุค COVID-19 ต้องมี. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://techsauce.co/pr-news/dcconsultants-crisis>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 29 เมษายน 2564.
- Kitpon Cherdchookitkul and Surasak Jirawatmongkol. (2017). รูปแบบการจัดการสื่อสารพิพิธภัณฑสถานการเรียนรู้กรุงเทพมหานครที่มีผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. วารสารกระแสนวัตกรรม, 18(33), 30-42.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดจันทบุรี. (2562). แผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์จังหวัดจันทบุรี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวน ปีงบประมาณ พ.ศ.2562. จันทบุรี.
- สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. (2565). เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ จันทบุรี สวนผลไม้ปลอดภัยที่ชุมชนร่วมสร้าง. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.tlg.rmutt.ac.th/pdf/21.pdf/> . เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 เมษายน 2565.
- นภดล แสงแข, วราภรณ์ ศรีบัณฑิต, นิศารัตน์ แสงแข, กัลยรัตน์ เจียมโฆสิต, และรมิดา กาญจนวงศ์. (2563). รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจังหวัดจันทบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 9(1), 122-136.
- จรัล บรรยงค์เสนา. (2563). จ.จันทบุรีจัดโครงการน้อมนำศาสตร์พระราชาสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ในกิจกรรม “มหกรรมเกษตรอินทรีย์ วิถีตนจันท” ที่ตลาดเจริญสุข. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG201205221858945>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 เมษายน 2565.
- กฤษ เหลือสมัย. (2564). เกร็ดเรื่องเล่า จาก “สวนสุสี” วิถีเกษตรอินทรีย์ เมืองจันทบุรี. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : https://www.technologychaoban.com/agricultural-technology/article_193460. เข้าถึงเมื่อวันที่ 13 เมษายน 2565.
- เว็บไซต์รวมพลังตามรอยพ่อของแผ่นดิน. (2563). เอามื้อสามัคคี จ.จันทบุรี ส่งต่อองค์ความรู้เกษตรอินทรีย์ ปลอดภัย ทั้ง ผู้ปลูก และ ผู้บริโภค . (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <https://ajourneyinspiredbytheking.org/th/news/news-detail.php?id=63>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2565.
- เว็บไซต์ stabundamrong.go.th. (2564). ภาครัฐทันสมัย ตามบริบทแห่งรัฐธรรมนูญและยุทธศาสตร์ชาติ . (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.stabundamrong.go.th/web/database/data15.pdf>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2564.
- เว็บไซต์ sites.google.com. (2564). ประเพณีของการติดต่อสื่อสาร. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://sites.google.com/a/damrong.ac.th/communicationandnetwork-wisaruta-m-2-10/prapheth-khxng-kar-suxsar>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2564.

- เว็บไซต์ bsc.dip.go.th. (2564). การสื่อสารการตลาดสำหรับ SMEs. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://bsc.dip.go.th/th/category/2017-10-27-07-51-56/2017-11-13-09-53-59>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2564.
- จังหวัดจันทบุรี. (2564). แผนพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดจันทบุรี พ.ศ.2566-2570. จันทบุรี. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด.
- ลัทธพร รัตนวรารักษ์, โสมรศมี จันทรัตน์, ชนกานต์ ฤทธินนท์, บุญธิดา เสงี่ยมเนตร, อุกฤษ อุนทะเลขะ, รัสรินทร์ ชินโชติธรรณ และ กัมพล ปันตะแก้ว. (2562). Digital technology กับ การยกระดับคุณภาพชีวิตเกษตรกรไทย. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.pier.or.th/abridged/2019/19/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2565.
- คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ. (2563). แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ.2560-2565. กรุงเทพฯ. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- อดิสรณ์ อ้นสงคราม. (2556). รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ผลกระทบจากการใช้เชื้อเชื้อเพลิงมีเดียของคณวิทย์ทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- สำนักงานกำกับดูแลตลาดแห่งชาติสาธารณรัฐประชาชนจีน. (2013). ข้อกำหนดการจัดการการรับรอง ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก. สืบค้นจาก https://www.gov.cn/zhengce/2022-10/25/content_5723496.htm
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2568, 17 กุมภาพันธ์). ผลไม้อบแห้งไทยครองใจผู้บริโภคจีน ยอดส่ง ออ อ ก พู่ ง . The Nation. สืบค้นจาก <https://www.nationthailand.com/business/economy/40046395>
<https://www.organicfarmthailand.com/how-to-grow-durian/>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2564.
- Berlo, D. K. (1966). The process of communication. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Green parrot. (2560). ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจชุมชน จันทบุรี เปิดให้นักท่องเที่ยวชมสวนผลไม้อินทรีย์ปลอดสารพิษ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <https://www.winnews.tv/news/15821>. เข้าถึงเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม 2564.
- The Nation Weekend. (2019, June 21). Chanthaburi on the table. The Nation Thailand. <https://www.nationthailand.com/thai-destination/30371545>
- Schramm, Wilbur. (1973). Channels and Audience in Handbook of Communication. Chicago: Rand McNally Collage.
- International Finance Corporation. (2016, March 30). Environmental, health, and safety guidelines for annual crop production. World Bank Group. Retrieved from <https://www.ifc.org/content/dam/ifc/doc/2010/2016-annual-crop-production-ehs-guidelines-en.pdf>
- Crowder, D. (2015, June 1). Why it might actually pay to be an organic farmer. TIME. Retrieved from <https://time.com/3902279/organic-farming-environment/>



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

**ประเด็นคำถามสำหรับการสัมภาษณ์การวิจัยเรื่อง
กระบวนการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี
สู่ตลาดในประเทศจีน**

1. คำถามสำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ชาวจีนในจันทบุรี

- 1) ปัจจัยใดที่ทำให้คุณเลือกซื้อหรือส่งออกสินค้าการเกษตรอินทรีย์จากจังหวัดจันทบุรีไปยังตลาดจีน ?
- 2) คุณให้ความสำคัญกับมาตรฐานใดบ้าง (เช่น มกษ., Organic Thailand, ใบรับรองจีน) ในการนำเข้าสินค้า ?
- 3) คุณมองว่าผู้บริโภคจีนมีพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างไรบ้าง (ด้านคุณภาพ รสชาติ ความปลอดภัย บรรจุภัณฑ์) ?
- 4) กระบวนการสื่อสารหรือการประชาสัมพันธ์รูปแบบใดที่ช่วยให้สินค้าอินทรีย์จากจันทบุรีเข้าถึงตลาดจีนได้ดีที่สุด ?
- 5) คุณเห็นข้อจำกัดหรือความท้าทายใดบ้างในการสื่อสารและทำการตลาดสินค้าอินทรีย์ในจีน ?

2. คำถามสำหรับ เกษตรกรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี

- 1) อะไรคือแรงจูงใจที่ทำให้คุณหันมาทำเกษตรอินทรีย์ ?
- 2) คุณมองว่ากระบวนการสื่อสารใดที่ช่วยให้สินค้าของคุณเป็นที่รู้จักในตลาดจีน ?
- 3) คุณมีความรู้หรือทักษะด้านการตลาดออนไลน์และการสื่อสารการตลาดมากน้อยเพียงใด ?
- 4) คุณได้รับการสนับสนุนด้านการสื่อสารจากหน่วยงานรัฐหรือเอกชนอย่างไรบ้าง ?
- 5) คุณคิดว่าปัญหาหลักของการสื่อสารเพื่อส่งเสริมสินค้าของคุณคืออะไร ?

3. คำถามสำหรับ ผู้บริหารท้องถิ่น (จังหวัดจันทบุรี)

- 1) นโยบายหรือมาตรการใดที่สนับสนุนการสื่อสารและการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์สู่ต่างประเทศ ?
- 2) จังหวัดมีแนวทางการประชาสัมพันธ์หรือสร้างแบรนด์สินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างไร ?
- 3) มีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐ ท้องถิ่น เกษตรกร และผู้ประกอบการอย่างไรบ้าง ?
- 4) ปัญหาเชิงนโยบายที่ขัดขวางการส่งเสริมสินค้าการเกษตรอินทรีย์คืออะไร และควรแก้ไขอย่างไร ?

4. คำถามสำหรับ นักวิชาการด้านการสื่อสารการเกษตร

- 1) จากมุมมองทางวิชาการ คุณคิดว่ากระบวนการสื่อสารใดเหมาะสมที่สุดในการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์สู่ตลาดจีน ?

2) ทฤษฎีการสื่อสาร (เช่น SMCR, ลาสเวลล์, ชแรมม์) สามารถประยุกต์ใช้อย่างไรในการวิเคราะห์การสื่อสารเกษตรอินทรีย์ ?

3) การสร้างความน่าเชื่อถือ (credibility) ของสินค้าการเกษตรอินทรีย์ในตลาดจีนควรใช้แนวทางสื่อสารแบบใด ?

4) คุณมองเห็นจุดแข็งและจุดอ่อนของการสื่อสารเกษตรอินทรีย์ในบริบทจีนอย่างไร ?

5. คำถามสำหรับ ประชาชนชาวบ้าน

1) คุณมองว่าความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถนำมาสื่อสารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าอินทรีย์ได้อย่างไร ?

2) ชุมชนมีบทบาทอย่างไรในการเผยแพร่หรือบอกเล่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปยังผู้บริโภคต่างประเทศ ?

3) มีวิธีการเล่าเรื่อง (storytelling) หรือสัญลักษณ์ใดที่สะท้อนอัตลักษณ์ของสินค้าเกษตรอินทรีย์จีนบุรีได้ชัดเจน ?

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ประวัตินักวิจัย

Name: Dong Zhenzhen

Date of birth: November 9th, 2000

Place of birth: Changzhi City, Shanxi Province, China

Current location: Houbeizhuang Street, Luzhou District, Shanxi Province, China

Educational background

- 2017 Changzhi No.4 High School
- 2019 Haikou University of Economics
- 2025 the Faculty of Communication Arts
- Communication Innovation Management
- Rambhai Barni Rajabhat University

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี