

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