การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

นางสาวอัจฉรา ศิริวงศ์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2547
ISBN 974-53-1316-5
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE COMMUNICATION MANAGEMENT FOR AGRICULTURAL BUSINESS OF PHETCHABURI RIVER BASIN COMMUNITY

Miss. Atchara Siriwong

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Art in Development Communication

Department of Public Relation
Faculty of Communication Arts
Chulalongkorn University

Academic Year 2004
ISBN 974-53-1316-5

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี
โดย	นางสาวอัจฉรา ศิริวงศ์
สาขาวิชา	การประชาสัมพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิระโสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาต สถาปิตานนท์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อัจฉรา ศิริวงศ์ : การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี (THE COMMUNICATION MANAGEMENT FOR AGRICULTURAL BUSINESS OF PHETCHABURI RIVER BASIN COMMUNITY) อ. ที่ปรึกษา : รศ.อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต, 121 หน้า. ISBN 974-53-1316-5

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ และการทำเกษตรกรรมของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรตั้งแต่กระบวนการเริ่มผลิต จนกระทั่งนำผลผลิตออกสู่ตลาดและศึกษาถึงปัจจัยที่เกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เจาะลึก ชาวชุมชน ผู้นำชุมชน และกลุ่มบุคคลภายนอกซึ่งทำงานร่วมกับชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีวิวัฒนาการในการทำการเกษตรโดยได้รับแหล่งความรู้ในการทำการเกษตรจากบรรพบุรุษถ่ายทอดมาสู่รุ่นลูกรุ่นหลาน ในปัจจุบันการทำการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยโดยชาวชุมชนยอมรับเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งได้รับจากสื่อบุคคล และสื่อมวลชน นำมาพัฒนาผลผลิตของตนให้เพิ่มมากขึ้นและเปลี่ยนรูปแบบการทำการเกษตรแบบพอกินพอใช้เป็นการทำการเกษตรเพื่อการค้า

2. การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีในขั้นตอนการผลิต การดูแลผลผลิต และขั้นตอนการจำหน่ายผลผลิต การสื่อสารที่ใช้เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ การสื่อสารมวลชน และการใช้สื่อเฉพาะกิจ

3. ปัจจัยที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านภูมิประเทศ ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ของคนในชุมชน และปัจจัยด้านการสื่อสาร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ ลายมือชื่อนิสิต.....
สาขาวิชา นิเทศศาสตรพัฒนาการ ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา 2547 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4685251928 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD: COMMUNICATION MANAGEMENT / AGRICULTURAL BUSINESS/ PHETCHABURI
ATCHARA SIRIWONG : THE COMMUNICATION MANAGEMENT FOR AGRICULTURAL BUSINESS OF PHETCHABURI RIVER BASIN COMMUNITY. THESIS ADVISOR : ASS.PROF. UBOLWAN PITIPATANAKOZIT, 121 pp. ISBN 974-53-1316-5

The purposes of this research were:

1. To study the lifestyle and agricultures in the Phetchaburi river basin community in the past up to present;

2. To examine the communication management in agricultural business beginning from the production process up to the product is in the market;

3. To examine the supporting factors in agricultural management of the agriculturers of Phetchaburi river basin community.

To collect the data , a qualitative research method was used.

The findings were as follow:

1. The agriculturers in Phetchaburi river basin community developed their cultivation by a knowledge transferred by their ancesstors. At present , in oder to be able to produce their outputs more fruitfully , their cultivation has been changed corresponding to the new agricultural technologies (innovations) which they received from media persons and mass media. The pattern of agriculture which had been used to be sufficient for their own living became an agricultural business.

2. The communication management in agricultural business of the Phetchaburi river basin community , beginning from producing , taking care , and distributing of the products , is an interpersonal communication , group communication , mass communication and special media use.

3. The significant supporting factors of the agricultural business management of the Phetchaburi river basin community are three factors. They are the location , the human relationship in the community and the communication.

Department Public Relations Student's signature ……..
Field of study Development Communication Advisor's signature ……..
Academic year 2004 Co-advisor's signature ……

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีได้ เนื่องจากได้รับกำลังใจและการสนับสนุนจากหลาย ๆ ท่าน ขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. ปาริชาต สถาปิตานนท์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่กรุณาตรวจสอบแก้ไขวิทยานิพนธ์ และให้คำแนะนำกับผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณกำลังใจจากคุณพ่อและคุณแม่ที่ช่วยให้ลูกเข้มแข็งทุกครั้งเมื่อนึกถึงท่านในเวลาที่เกิดความรู้สึกท้อแท้ กำลังใจจากพ่อและแม่ทำให้ลูกสามารถต่อสู้กับอุปสรรคต่าง ๆจนมาถึงวันนี้ ขอบคุณพี่ ๆ และทุกคนในครอบครัว ศิริวงศ์ ที่เป็นกำลังใจให้กันอย่างเหนียวแน่นและทำให้รู้จักกับความรักของทุกคนในครอบครัวที่มีต่อน้องสาวคนนี้ ขอบคุณ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่ช่วยจุดประกายและให้คำแนะนำตลอดจนเป็นแรงบันดาลใจในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้

ขอบคุณเพื่อน ๆ Dev Com ทุกคน ที่ไม่เคยทิ้งกันและคิดว่าเราจะไม่ทิ้งกันตลอดไป ขอบคุณ พี่แอน พี่น้อยหน่า สังข์ อุ๋ย ง้วน ตลอดจนเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้องๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้ตลอดการเรียนปริญญาโทและการทำวิทยานิพนธ์

ขอบคุณครอบครัว ครูเพ็ญ เดชคุ้ม และ ครอบครัว เอี่ยมพันธ์ ที่เอื้อเฟื้อที่พักพิงระหว่างการเก็บข้อมูล ขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลามาให้สัมภาษณ์และทำให้เรารู้จัก “เพชรบุรี “ บ้านของเราดีขึ้น

ขอบคุณกำลังใจอีกหนึ่งกำลังใจจาก “หยู“ กำลังใจสำคัญที่อยู่เคียงข้างและคอยช่วยเหลือเสมอแม้จะเหนื่อยแค่ไหนก็ไม่บ่น

ขอบคุณสำหรับกำลังใจอีกหลาย ๆ กำลังใจ และบุคคลอีกหลาย ๆ คนซึ่งไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ที่มีส่วนในการทำให้งานวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณในความกรุณาอีกครั้งและผู้วิจัยจะขอจดจำความมีน้ำใจของทุกคนไว้ตลอดไป

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... จ
กิตติกรรมประกาศ..... ฉ
สารบัญ ..... ช
สารบัญภาพ..... ฌ
บทที่
1. บทนำ..... 1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... 4
ปัญหานำการวิจัย..... 5
ขอบเขตของการวิจัย..... 5
นิยามศัพท์..... 5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 6

2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจการเกษตร..... 7
แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการผลิตทางเกษตรกรรม..... 13
ทฤษฎีการผลิตทางเศรษฐศาสตร์..... 16
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารชุมชน..... 17
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการในชุมชน..... 20
แนวคิดประเภทของการสื่อสาร..... 22
แนวคิดการจัดการการสื่อสาร..... 26
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร..... 32
แนวคิดการสื่อสารภายในชุมชนและการพัฒนาชุมชน..... 37
ทฤษฎีการเผยแพร่กระจายและยอมรับนวัตกรรม..... 38
แนวคิดเรื่องการเจรจาต่อรอง..... 42
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่ หน้า

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย....49

วิธีเข้าถึงข้อมูล....50

การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย....50

การเก็บรวบรวมข้อมูล....51

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย....52

การวิเคราะห์.และการนำเสนอข้อมูล....52

4. ผลการวิจัย

ความเป็นมาของชุมชน....54

วิวัฒนาการในการทำการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....62

การยอมรับนวกรรมของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....66

ธุรกิจการเกษตรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....69

การจัดการชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....69

การจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....70

การจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....72

การสื่อสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....72

การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....76

ปัจจัยที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชน....85

5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย....90

อภิปรายผลการวิจัย....96

ข้อเสนอแนะทั่วไป....105

รายการอ้างอิง....107

ภาคผนวก....112

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์....121

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ หน้า
แผนภาพที่ 1 โครงสร้างธุรกิจการเกษตร....9
แผนภาพที่ 2 ขั้นตอนการยอมรับการปลูกข้าวพันธุ์ใหม่ของชาวนา....40
แผนภาพที่ 3 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม....41
แผนภาพที่ 4 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมโดยผ่าน
สื่อมวลชนและสื่อบุคคล....42
แผนภาพที่ 5 กระบวนการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชน
ลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....42
แผนภาพที่ 6 การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชน
ลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....85
แผนภาพที่ 7 รูปแบบการตลาดข้าวเปลือกในธุรกิจการเกษตรของชุมชน
ลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....88
แผนภาพที่ 8 รูปแบบการตลาดมะนาวในธุรกิจการเกษตรของชุมชน
ลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี....89

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ด้วยทรัพยากรที่สมบูรณ์ตลอดจนสภาพภูมิประเทศที่เหมาะสมจึงส่งผลให้ ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศประกอบอาชีพทำการเกษตร การเกษตรในประเทศไทยมีประวัติการพัฒนาที่ต่อเนื่องและยาวนานสืบต่อกันมาหลายยุคหลายสมัย ตั้งแต่การทำเกษตรเพื่อยังชีพ มาเป็นการเกษตรแบบพอกินพอใช้แล้ว ส่วนที่เหลือไปขาย จนปัจจุบันเป็นการทำการเกษตรเพื่อการค้าโดยตรง โดยมีการพัฒนาภายใต้แผนแม่บทในการพัฒนาประเทศที่เรียกว่า “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ” ซึ่งการพัฒนาในระยะที่ผ่านมาได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ 5 ปี ตั้งแต่การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504 - พ.ศ. 2509) มาจนถึงปัจจุบันเป็นแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 - พ.ศ. 2549) ซึ่งเป็นภาวะเข้าสู่ยุคแห่งการจัดระเบียบใหม่ทั้งทางเศรษฐกิจ การค้า สังคม อันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งทำให้วิวัฒนาการ และการพัฒนาการเกษตรของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงไปตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก วิวัฒนาการด้านการเกษตรของประเทศไทยสามารถแบ่งได้เป็นช่วงดังนี้

การพัฒนาในช่วงก่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ในช่วงระยะก่อนเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 การพัฒนาการเกษตรดำเนินไปภายใต้ระบบศักดินา เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินทำกิน ต้องเสียค่าเช่านาหรือค่าเช่าที่ดินให้แก่เจ้าของที่ดิน การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในยุคนี้มีในสมัยรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ได้มีการนำวิธีการสมัยใหม่หลายอย่างมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพัฒนาการทำนาหรือการผลิตข้าว เช่น การให้มีการประกวดพันธุ์ข้าว การส่งเสริมให้ชาวนาใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์ และเครื่องมือเครื่องใช้สมัยใหม่ และการริเริ่มการชลประทานแบบประเทศตะวันตก เป็นต้น

ช่วงระยะหลังเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2475 ระบบความสัมพันธ์ทางการผลิตได้เปลี่ยนจากระบบศักดินาเป็นระบบทุนนิยม การพัฒนาการเกษตรได้มุ่งเน้นปรับปรุงระบบค่าเช่านาหรือค่าเช่าที่ดินทำการเกษตร พัฒนาปัจจัยพื้นฐานในการผลิตและการชลประทาน มุ่งเน้นให้เกษตรกรมีโอกาสทำการเกษตรและประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรมากขึ้น โดยระบบการผลิตการเกษตรได้เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบการผลิตเพื่อการค้ามากยิ่งขึ้นเมื่อประเทศได้มี

การค้ากับต่างประเทศ และหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง การพัฒนาการเกษตรของประเทศไทยได้รับอิทธิพลและสนองตอบต่อความต้องการผลิตผลการเกษตรของโลกที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านปริมาณและชนิดของผลิตผล ผลิตผลการเกษตรของไทยจึงได้เริ่มกระจายออกไปสู่ พืชผลอย่างอื่นนอกจากข้าวมากยิ่งขึ้น

การพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-4 (พ.ศ. 2504-2524)

ในช่วงระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-4 การพัฒนาการเกษตรได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลผลิตการเกษตรเพื่อเร่งอัตราการขยายตัว มาตรการพัฒนาได้เน้นด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านการเกษตร ทั้งด้านการชลประทาน ที่ดินทำกิน ถนนหนทาง ตลอดจนการวิจัยและส่งเสริมการเกษตร เพื่อเสริมสร้างโอกาสทำการเกษตรให้กับเกษตรกร รวมทั้งเน้นมาตรการด้านการตลาดและยกระดับราคาผลิตผลการเกษตรเพื่อจูงใจเกษตรกรให้เพิ่มผลผลิตด้วย

การพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5-6 (พ.ศ. 2525 – 2534)

การพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5-6 เน้นการปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อให้ผลิตผลการเกษตรขยายตัวโดยการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้สูงขึ้นแทนการขยายพื้นที่ทำการเกษตรเช่นที่เป็นมาในอดีต และเน้นการผลิตที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ซึ่งรวมถึงการปรับปริมาณการผลิตให้อยู่ในระดับที่พอดี และพัฒนาคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของตลาด พร้อมกับกระจายการผลิต จากผลิตผลการเกษตรดั้งเดิมไปสู่ผลิตผลการเกษตรชนิดอื่นที่มีลู่ทางด้านการตลาดมากชนิดยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังให้ความสำคัญแก่การพัฒนาการเกษตรในพื้นที่ชนบทยากจน ตลอดจนส่งเสริมบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาการเกษตร (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร 2535: 5)

การพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7-9 (พ.ศ. 2535-2549)

ในช่วงระยะของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7-9 เริ่มมองเห็นความจำเป็นในการกำหนดแนวความคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development) การพัฒนาการเกษตรเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและปรับโครงสร้างการผลิต ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ได้ปรับแนวความคิดการพัฒนาจากเดิมเน้นเพียงเศรษฐกิจ เป็นการเน้นคน โดยให้คนเป็นศูนย์กลาง เน้นการพัฒนาศักยภาพของคน ในการพัฒนาการเกษตรนั้นยังคงให้ชนบทเป็นฐานการผลิตทางการเกษตรที่สำคัญของประเทศขณะที่ในส่วนของเมืองช่วยสนับสนุนในการช่วยเป็นแหล่งตลาดและการบริโภค นอกจากนี้แล้วยังเน้นในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมใน

ทุกภาคทั้งภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคเอกชนเพื่อให้เกิดพลังในการพัฒนา และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

จากวิวัฒนาการด้านการเกษตรของประเทศไทยที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องนั้น ทำให้เกษตรกรต้องมีการปรับตัวและมีการจัดการกับผลผลิตทางการเกษตรของตนเพื่อรับมือกับสภาพสังคมและความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไปจากการทำการเกษตรเพียงเพื่อยังชีพเป็นการเกษตรแบบการค้าหรือเป็นธุรกิจมากขึ้น ชาวเกษตรกรต้องมีการปรับตัวทั้งในด้านการเพิ่มผลผลิตของตนตลอดจนการติดต่อกับกลุ่มบุคคลภายนอก เช่น พ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อผลผลิตจากชุมชน ซึ่งชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีเป็นชุมชนตัวอย่างอีกชุมชนหนึ่ง ที่สามารถปรับตัวผ่านการเปลี่ยนแปลงในยุคสมัยต่างๆมาได้จนถึงปัจจุบัน ชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีเป็นชุมชนที่มีอาชีพหลักคือการประกอบอาชีพทำการเกษตร เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ริมฝั่งของแม่น้ำเพชรบุรี และอาศัยแม่น้ำเพชรบุรีเป็นแหล่งน้ำเพื่อการเพาะปลูก ประกอบไปด้วย ชุมชนในอำเภอชะอำ อำเภอท่ายาง อำเภอแก่งกระจาน อำเภอบ้านลาด และอำเภอบ้านแหลม ชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีเป็นชุมชนโบราณที่ชาวบ้านได้ตั้งถิ่นฐาน และทำการเกษตรมาช้านาน ชาวชุมชนมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องในการแสวงหาความรู้ของชาวบ้าน การสร้างเครือข่ายรวมกลุ่มเพื่อถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการเกษตร การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเพิ่มผลผลิตและทำให้ผลผลิตได้ราคา เช่นการกำหนดให้มะนาวสามารถออกผลนอกฤดูกาลได้ ทำให้ผลผลิตได้ราคาดี และสร้างรายได้เป็นจำนวนมากให้กับครอบครัวและชุมชน ส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่นี้อยู่ดีกินดี สามารถส่งเสียให้บุตรหลานได้รับการศึกษาในระดับสูงและนำความรู้กลับมาพัฒนาท้องถิ่นของตนเองต่อไปได้ เมื่อประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี จึงส่งผลให้ชุมชนเกิดการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งสภาพจิตใจและสภาพความเป็นอยู่ เนื่องจากชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีเป็นชุมชนที่มีความน่าสนใจ และสามารถเป็นตัวอย่างในเรื่องของชุมชนที่มีการจัดการในระบบธุรกิจการเกษตรของชุมชนได้อย่างชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาถึงการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี มีระบบการจัดการธุรกิจการเกษตรของ ชาวชุมชนที่ดี โดยผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาคือชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีในเขตอำเภอชะอำและอำเภอท่ายาง เนื่องจากเป็นชุมชนที่สามารถผลิตผลิตผลทางการเกษตรซึ่งทำรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ปีละหลายล้านบาท ชาวชุมชนมีความสามารถในการทำการเกษตรทำให้มีผลผลิตที่ได้ราคาดี ตลอดจนมีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอก เช่น มีการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง รวมทั้งการแสวงหาแหล่งรับซื้อสินค้าจากภายนอกด้วยตนเอง ซึ่งแตกต่างจากในอดีตที่เกษตรกรต้องรอให้พ่อค้าคนกลางมารับซื้อผลผลิตจากในพื้นที่เพียงอย่างเดียวโดยไม่สามารถต่อรองราคาได้ นอกจากนี้แล้วในปัจจุบันชาวเกษตรกรมีวิธีที่จะออกมาขายผลผลิตของตนเองหรือติดต่อกับตลาด

ในกรุงเทพฯได้โดยตรง ซึ่งทำให้ผลผลิตได้ราคาดีขึ้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยการจัดการการสื่อสารที่ดี ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงการจัดการการสื่อสารในระบบธุรกิจการเกษตรที่เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสำเร็จให้กับชุมชนนี้ โดยเริ่มทำการศึกษาตั้งแต่กระบวนการเริ่มผลิตจนกระทั่งนำผลผลิตออกสู่ตลาด

เนื่องจากลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีประกอบด้วยชุมชนในหลายอำเภอและมีพืชที่เป็นพืชเศรษฐกิจทำรายได้ให้กับประชาชนหลายชนิดเพื่อให้การวิจัยในครั้งนี้ได้ผลที่ชัดเจนดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่ในเขตอำเภอชะอำ และอำเภอท่ายางเป็นพื้นที่ตัวอย่างในการศึกษา เนื่องจากทั้งสองพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่มีจุดเด่นในการที่ชุมชนมีระบบการจัดการธุรกิจการเกษตรที่มีความเข้มแข็ง โดยกลุ่มเกษตรกรที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเป็นกลุ่มเกษตรกรที่ทำการเพาะปลูก พืชที่เป็นรายได้หลักของชาวชุมชนนี้ ได้แก่ มะนาว ข้าว และ ชมพู่ ซึ่งผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงกระบวนการ การสื่อสารในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนดังกล่าว ตั้งแต่กระบวนการเริ่มผลิตจนกระทั่งนำผลผลิตออกสู่ตลาด รวมถึงปัจจัยที่มีผลทำให้ชุมชนนี้มีระบบธุรกิจการเกษตรที่มีความเข้มแข็ง ส่งผลให้ประชาชนในชุมชนมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดี มีรายได้เพียงพอเลี้ยงครอบครัว ตลอดจนสามารถใช้องค์ความรู้ต่าง ๆ ปรับตัวให้ทันต่อสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลง สามารถพึ่งพาตนเอง และมีอำนาจในการต่อรองทางเศรษฐกิจได้ การศึกษาดังกล่าวเป็นการสร้างองค์ความรู้ เพื่อเป็นแนวทางให้ชุมชนอื่นๆ ที่ยังไม่มีแนวทางในการจัดการระบบธุรกิจการเกษตรในชุมชนได้มีโอกาสในการเรียนรู้จากประสบการณ์ของชุมชนที่มีการจัดการธุรกิจการเกษตรที่ดีในระดับหนึ่งแล้ว และสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างระบบการจัดการธุรกิจการเกษตรที่เข้มแข็งในบริบทของชุมชนของตนเองต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงการทำเกษตรกรรมของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตร ตั้งแต่กระบวนการเริ่มผลิตจนกระทั่งนำผลผลิตออกสู่ตลาด ของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตร ของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ปัญหานำการวิจัย

1. ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีวิวัฒนาการในการทำเกษตรกรรมตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร
2. ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตร ของชุมชนอย่างไร
3. ปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ซึ่งพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยคือพื้นที่ในเขตอำเภอท่ายาง และอำเภอชะอำ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ชุมชนมีระบบการจัดการธุรกิจการเกษตรที่ประสบความสำเร็จ และ อาชีพการเกษตรที่เลือกศึกษาคือเกษตรกรที่ทำการเพาะปลูก มะนาว ข้าว และ ชมพู่ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่ทำรายได้ ให้กับชาวชุมชนในพื้นที่นี้

นิยามศัพท์

การจัดการการสื่อสาร หมายถึง กระบวนการดำเนินงานด้านต่าง ๆของชุมชนที่เกี่ยวกับการดำเนินงานในเชิงการวางแผน การตัดสินใจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านข้อมูลข่าวสารและการบริหารการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ธุรกิจการเกษตร หมายถึง การเกษตรที่ผลิตเพื่อเน้นในด้านการจำหน่ายมากกว่าการผลิตเพียงเพื่อยังชีพโดยมีการจัดการระบบการทำการเกษตรอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ขั้นเริ่มทำการเพาะปลูก เก็บเกี่ยวผลผลิต ตลอดจนขั้นตอนการติดต่อนำผลิตผลนั้นออกสู่ตลาด

ชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี หมายถึง ชุมชนที่ตั้งอยู่ริมฝั่งของแม่น้ำเพชรบุรี และอาศัยแม่น้ำเพชรบุรีเป็นแหล่งน้ำเพื่อการเพาะปลูก ประกอบไปด้วย ชุมชนในอำเภอชะอำ อำเภอท่ายาง อำเภอแก่งกระจาน อำเภอบ้านลาด และ อำเภอบ้านแหลม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลจากการศึกษาวิจัยสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางให้ชุมชนอื่นๆที่ยังไม่มีการจัดการ ในเรื่องธุรกิจการเกษตรในชุมชนของตนได้มีโอกาสในการเรียนรู้จากประสบการณ์ของชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการเกษตรและสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เพื่อความสำเร็จในด้านธุรกิจการเกษตรในชุมชนของตนได้
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนการสื่อสารในการพัฒนาชุมชนสำหรับหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนต่อไป
3. เพื่อเป็นการพัฒนาองค์ความรู้และเป็นแนวทางในการสร้างระบบธุรกิจการเกษตรที่มีความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในระดับชุมชน และระดับประเทศ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี" ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีแนวคิดหลัก ดังต่อไปนี้ คือ

แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจการเกษตร
แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการผลิตทางเกษตรกรรม
ทฤษฎีการผลิตทางเศรษฐศาสตร์
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารชุมชน
แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการในชุมชน
แนวคิดประเภทของการสื่อสาร
แนวคิดการจัดการการสื่อสาร
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร
แนวคิดการสื่อสารภายในชุมชนและการพัฒนาชุมชน
ทฤษฎีการเผยแพร่และยอมรับนวัตกรรม
แนวคิดเรื่องการเจรจาต่อรอง

งานวิจัยเรื่อง การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีแนวคิดและทฤษฎีสำคัญที่เกี่ยวข้องดังนี้

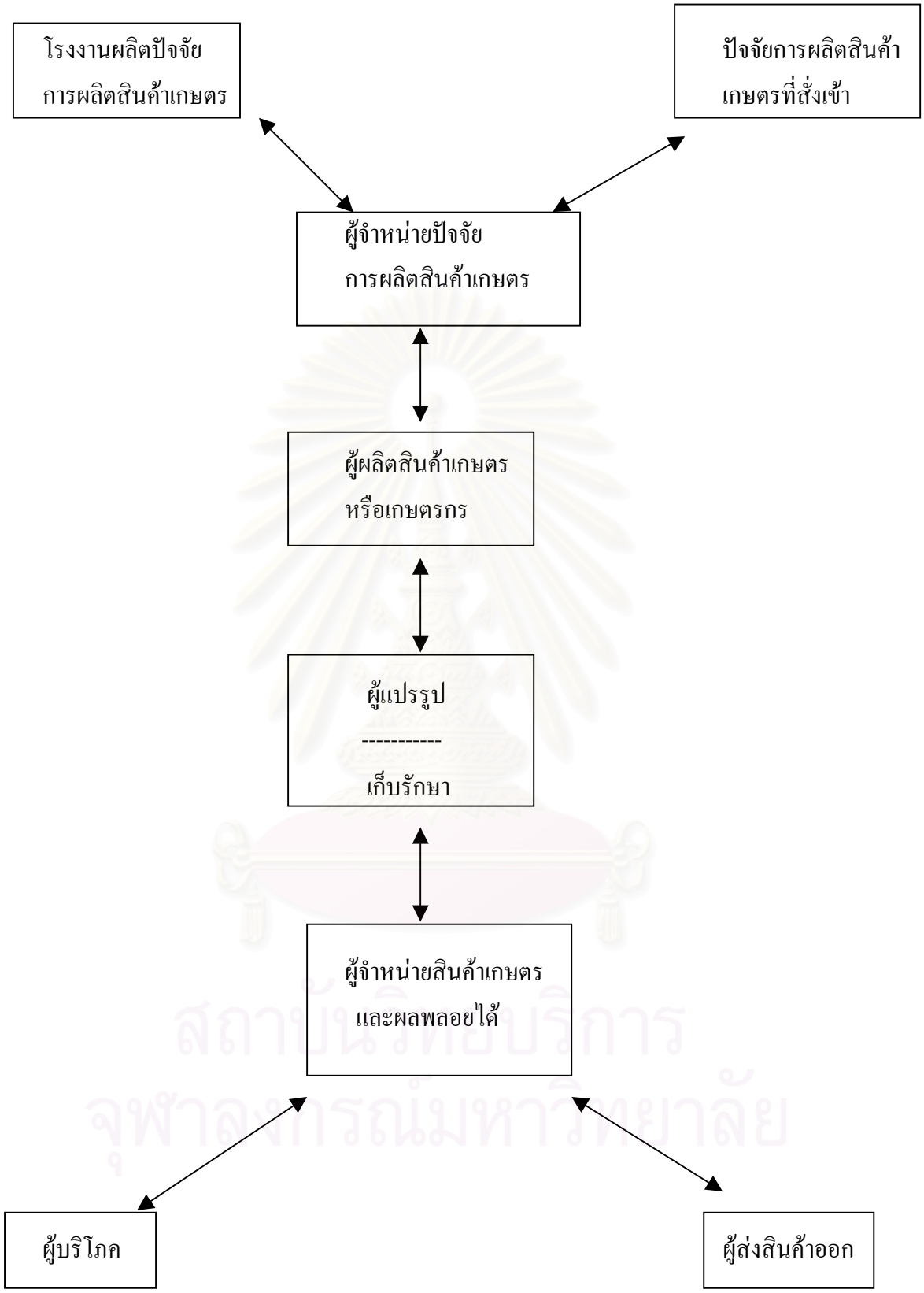
แนวความคิดเกี่ยวกับธุรกิจการเกษตร

ธุรกิจการเกษตร ตามความหมายของศาสตราจารย์ เจ.เดวิส และ เรย์ เอ โกลเบริ์ก (J.Davis and Ray A. Goldberg) (อ้างอิงใน สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์ ,2543) ได้ให้ความหมายธุรกิจการเกษตร ไว้ว่า ธุรกิจ การเกษตร หมายถึง การดำเนินงานทั้งหลายในด้านที่เกี่ยวกับการผลิตและการจัดจำหน่ายปัจจัยการผลิต กิจกรรมในฟาร์ม การเก็บรักษา การแปรรูป และการจำหน่ายสินค้าเกษตรและผลิตผลพลอยได้จากสินค้าเกษตร 10 ปีต่อมา อีเวลล์ พอล รอยด์ (Ewell Paul Roy) ได้ให้คำนิยามที่เน้นด้านอาหารและเส้นใย โดยให้ความหมายว่า ธุรกิจการเกษตรเป็นการประสานงานวิทยาการต่าง ๆในด้านการผลิตและการจำหน่ายปัจจัยผลิตทางเกษตร ตามด้วยการผลิตผลิตผลเกษตร การแปรรูปและการจัดจำหน่ายอาหารและเส้นใย จากความหมายเห็นได้ว่า ธุรกิจการเกษตรเป็นกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสาขาการเกษตรและที่ไม่ใช่

สาขาเกษตร ส่วนที่เกี่ยวข้องกับสาขาเกษตรได้แก่ การผลิตพืช เลี้ยงสัตว์ การเพาะเลี้ยงและจับสัตว์น้ำ การทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับ การค้าสินค้าเกษตรไม่ว่าจะเป็นระดับการรวบรวมสินค้าจากเกษตรกร การแปรรูป การขายส่ง การขายปลีก และการส่งออกสินค้าเกษตร ที่ไม่ใช่สาขาเกษตรได้แก่ การผลิตปัจจัยเป็นการผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเกษตรเช่น รถแทรกเตอร์ รถไถเดินตาม เครื่องใช้ในการปลูกหยอดเมล็ด เครื่องเก็บเกี่ยวผลผลิตและเครื่องจักรในการแปรรูปสินค้าเกษตร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยวิธีทางวิศวกรรม เข้ามาเกี่ยวข้องนอกจากเกี่ยวข้องวิธีทางวิศวกรรมซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับสาขาการเกษตรแล้ว ธุรกิจการเกษตรยังมีความเกี่ยวข้องกับสาขาอื่น เช่นในด้านการสื่อสาร ได้แก่ การติดต่อสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่พัฒนา กับเกษตรกร การสื่อสารระหว่างเกษตรกรด้วยกันเองหรือการติดต่อระหว่างเกษตรกร กับผู้ขายส่งหรือผู้ขายปลีก ในการทำธุรกิจการเกษตร เกษตรกร จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถที่จะใช้ปัจจัยการผลิตที่ถูกต้อง วิธีการบำรุงรักษาเพื่อให้ใช้ได้อย่างคงทน และมีประสิทธิภาพมากที่สุด เมื่อได้ผลผลิตสินค้าเกษตรขั้นต้นมาแล้ว ผู้ที่ทำหน้าที่รับช่วงต่อไปในด้านการตลาด และแปรรูป จำเป็นต้องมีความรู้ความชำนาญหลาย ๆ ด้านเช่นกัน เป็นต้นว่า การเก็บรักษาและขนส่งไม่ให้สินค้าเสียหาย แปรรูปให้อยู่ในลักษณะที่ผู้ใช้หรือ ผู้บริโภคต้องการ ธุรกิจการเกษตรจึงมีความเกี่ยวพันกับหลายฝ่ายแต่ละฝ่ายมีความรู้และความสามารถในหลายด้าน

การเกษตรในปัจจุบันมีความแตกต่างกับในอดีต เพราะในอดีตการทำการเกษตรเป็นแบบเลี้ยงตัวเองหรือเกษตรแบบยังชีพ ที่แต่ละครัวเรือนต้องพยายามผลิตทุกอย่างที่ต้องการใช้ในครอบครัว ถ้ามีเหลือจึงจะขายหรือนำไปแลกเปลี่ยนกับเพื่อนบ้านในส่วนที่ตนผลิตไม่ได้หรือผลิตได้ไม่เพียงพอกับความต้องการ แต่ในปัจจุบัน เกษตรกรส่วนใหญ่ประกอบการเกษตรแบบการค้า ผลิตสินค้ามาเพื่อขาย แล้วนำรายได้จากการขายมาเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ครอบครัวต้องการ การทำการเกษตรจึงจำเป็นต้องพิจารณาตลาดที่รองรับผลผลิตที่ผลิตขึ้นมา ดังนั้น การดำเนินงานธุรกิจการเกษตร ผู้ทำธุรกิจต้องมองภาพรวมทั้งในด้านการผลิตและการตลาดสินค้าเกษตรควบคู่ไปด้วยกัน ซึ่งต้องดูการเปลี่ยนแปลงการบริโภคของผู้บริโภค

โครงสร้างของธุรกิจการเกษตรมีรูปแบบในการดำเนินการเป็นแบบโครงสร้างตามแนวตั้ง (Vertical structure) เป็นการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ในส่วนต่าง ๆ ตั้งแต่ปัจจัยการผลิต จนกระทั่งการผลิต การแปรรูป และการจำหน่ายไปสู่ผู้บริโภค ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เป็นการพิจารณาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งตลอดทั้งระบบ (system approach) ดังนั้นจากลักษณะโครงสร้างที่กล่าวสรุปได้ดังรูปที่ 1 แต่ละส่วนของลักษณะโครงสร้างนี้จะมีผู้ประกอบการหลายคนและมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน



แผนภาพที่ 1 : โครงสร้างของธุรกิจการเกษตร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<u>ความสำคัญของธุรกิจการเกษตร</u>

ในเรื่องความสำคัญของธุรกิจการเกษตร สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์ (2531) ได้แบ่งความสำคัญของธุรกิจการเกษตรสามารถแบ่งได้ 3 ประการด้วยกันคือ

1. ความสำคัญในแง่ชีวิตประจำวันของมนุษย์ทั้งมวล มนุษย์มีความต้องการอาหารเพื่อการบริโภคและใช้สิ่งอื่นเข้าช่วยในการดำรงชีวิต การดำเนินงานธุรกิจการเกษตรเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การที่ผู้บริโภคได้รับอาหารในแต่ละมื้อในปัจจุบันเกิดจากการคาดคะเนและการตัดสินใจในการผลิตสินค้าเกษตรก่อนหน้านี้มาระยะหนึ่ง ระยะเวลาจะสั้นหรือยาวขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตผลเช่น ผักใช้เวลาสั้น แต่ถ้าเป็นสัตว์ขนาดเล็กเช่น สัตว์ปีกและสุกรก็ใช้เวลายาวขึ้น ประกอบกับการผลิตในปัจจุบันเป็นแบบการค้า ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้ประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ต้องคำนึงในช่วงที่ตัดสินใจผลิตว่า ธุรกิจที่ทำอยู่นั้นตรงกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ นั่นคือ การดำเนินธุรกิจการเกษตรเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์

2. ความสำคัญในแง่ธุรกิจ จากความหมายแสดงให้เห็นว่า กว่าสินค้าเกษตรจะผลิตได้ต้องมีผู้เกี่ยวข้องมาแล้วใน 2 ระบบย่อย คือ ปัจจัยการผลิตและการผลิตสินค้าเกษตรในระดับฟาร์ม เมื่อผลิตมาได้แล้วกว่าสินค้าจะถึงผู้บริโภคคนสุดท้ายต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ มากมายขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า บางชนิดออกจากไร่นาก็ไปสู่ผู้ขายปลีกและผู้บริโภคเลย บางชนิดต้องผ่านคนกลางหรือผู้ทำธุรกิจหลายขั้นตอน ยิ่งกว่านั้น ผลผลิตบางชนิดไม่ได้ผลิตเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคในประเทศเพียงอย่างเดียวยังสนองความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศอีกด้วย เช่น ไก่เนื้อ กุ้งกุลาดำ หน่อไม้ฝรั่ง กระเจี๊ยบขาว ข้าว เป็นต้น ดังนั้น ราคาผลิตผลเหล่านี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือปริมาณผลิตในประเทศเท่านั้น ยังขึ้นอยู่กับความต้องการและปริมาณผลิตในต่างประเทศด้วย ด้วยเหตุนี้ผู้ทำธุรกิจเกี่ยวกับผลผลิตเหล่านี้จะต้องทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทั้งด้านความต้องการ ปริมาณการผลิตและราคาอยู่ตลอดเวลา จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจอยู่ได้ ดังนั้นข้อมูลข่าวสารและการติดต่อสื่อสารจึงเป็นส่วนสำคัญในการที่จะทำให้ผู้ผลิตสามารถทราบความเคลื่อนไหวและความต้องการสินค้าเกษตรเพื่อปรับระดับการผลิตของตนให้ตรงกับความต้องการของตลาด จะเห็นได้ว่าตามลักษณะของธุรกิจการเกษตรแล้วการตัดสินใจทุกขั้นตอนของธุรกิจตั้งแต่กระบวนการผลิตและจัดหาปัจจัยการผลิตต้องสอดคล้องกับนโยบายโดยรวมที่กำหนดไว้ นักธุรกิจการเกษตรจำเป็นต้องทราบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร และต้องเกี่ยวพันกับคนอื่นมากน้อยเพียงใด เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจนั้นอยู่รอดและก้าวหน้าต่อไป ตัวอย่างเช่น ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต ถ้าผลิตหรือนำเข้าปัจจัยการผลิตมากเกินความต้องการของผู้ผลิตสินค้าเกษตร ทำให้สินค้าตกค้างอาจจะเสียหายและเสียต้นทุนเพิ่มขึ้น หรือสินค้านั้นอาจจะล้าสมัยสำหรับฤดูกาลต่อไปก็เป็นได้

3. ความสำคัญในแง่ของเศรษฐกิจของชาติ ธุรกิจการเกษตรเกี่ยวข้องกับการเกษตรทั้งหมดและบางส่วนของอุตสาหกรรม และถ้าทำให้ครบวงจรแล้วจะมีผลดังนี้

- มีการลงทุนด้านต่าง เป็นจำนวนมาก
- มีการใช้ผลิตผลและปัจจัยการผลิตอย่างต่อเนื่องและสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน
- สามารถเพิ่มมูลค่าและปริมาณให้กับผลผลิตนั้น
- สร้างงานมากมายให้กับคนในประเทศ

ปัจจุบันธุรกิจการเกษตรในประเทศไทยมีสินค้าเกษตรหลายชนิดที่ทำได้ครบวงจร เช่น ข้าวโพดซึ่งในอดีตผลิตมาเพื่อการส่งออกเป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ แต่ในปัจจุบันนำมาใช้ผลิตเป็นอาหารสัตว์ไม่เพียงพอกับความต้องการ และมีการนำเข้ามาบางส่วน ทำให้ประเทศไทยนอกจากส่งออกผลิตภัณฑ์แทนแล้วยังสร้างงานในธุรกิจการเลี้ยวสัตว์และธุรกิจต่อเนื่องจากการเลี้ยงสัตว์ ผัก ผลไม้บางชนิดและสับปะรดก็มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการส่งออก แต่ก็มีสินค้าเกษตรอีกหลายชนิดที่ประเทศไทยยังไม่มีเทคโนโลยีและมีอุปสรรคอื่น ๆ ที่ไม่สามารถทำให้ธุรกิจครบวงจรได้ เช่น มันสำปะหลัง ยางพารา และกาแฟ เป็นต้น ถ้าประเทศไทยสามารถนำสินค้าเหล่านี้มาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายที่ตลาดต้องการได้ นอกจากลดปัญหาความผันผวนของราคาสินค้าขั้นต้นที่รัฐบาลเข้าไปแทรกแซงโดยตลอดแล้ว ยังก่อให้เกิดการลงทุนที่ต่อเนื่องเปิดโอกาสให้คนในชาติมีงานทำมากขึ้นและมูลค่าสินค้านั้นเพิ่มขึ้นตามขั้นตอนการผลิตที่ทำ

<u>การจัดการธุรกิจการเกษตร</u>

สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์ (2531) ได้ให้ความหมายการจัดการธุรกิจการเกษตร คือ การใช้ทรัพยากรได้แก่ เงิน เครื่องมือ คน (แรงงาน) และที่ดิน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือ กำไรสูงสุด ผู้จัดการธุรกิจเกษตร ต้องเป็นผู้มีการตัดสินใจที่ดี มีความชำนาญในการใช้และควบคุมทรัพยากร เพราะ งานของผู้จัดการธุรกิจเกษตร คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับความไม่แน่นอนในสิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความต้องการในการจัดการธุรกิจการเกษตร เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการประกอบธุรกิจเกษตร ผู้จัดการธุรกิจเกษตรจะต้องมีเป้าหมายในแต่ละวันต่อเนื่องกันไป โดยต้องวางแผนและตัดสินใจเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย การวางแผนและการตัดสินใจเหล่านี้ขึ้นอยู่กับการตกลงใจใช้ทรัพยากร ได้แก่ ที่ดิน แรงงาน ทุน และการจัดการ ให้ดีที่สุด

ลักษณะของการจัดการธุรกิจการเกษตร

การจัดการธุรกิจการเกษตรใช้หลักการและความรู้ในการบริหารเหมือนกับธุรกิจอื่น ๆ ความแตกต่างระหว่างธุรกิจขนาดใหญ่กับธุรกิจขนาดเล็กกับธุรกิจอื่น ๆ คือ ศิลปะของการประยุกต์หลักการบริหารพื้นฐานเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานธุรกิจ ซึ่งข้อแตกต่างระหว่างการบริหารงานธุรกิจการเกษตรกับธุรกิจอื่น ๆ มีดังนี้

1. ธุรกิจการเกษตรมีเป็นจำนวนมาก แต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันตั้งแต่เส้นทางของผู้ผลิตจนถึง ผู้ขายปลีกในตลาด

2. เกษตรส่วนใหญ่ เกี่ยวข้องโดยตรงหรือโดยอ้อมกับเกษตรกรและมักสร้างอยู่รอบ ๆ ฟาร์มของเกษตรกรซึ่งไม่มีอุตสาหกรรมประเภทอื่นที่ในหลักการแล้ว ตั้งอยู่ใกล้แปลงวัตถุดิบ

3. ธุรกิจเกษตรมีขนาดเล็กแข่งขันอย่างอิสระในตลาดเสรี ซึ่งมีผู้ขายมากและผู้ซื้อน้อย ขนาดและจำนวนของธุรกิจเกษตรไม่เปิดโอกาสให้ผูกขาดเหมือนบริษัทขนาดใหญ่

4. ธุรกิจเกษตรเป็นการดำเนินงานแบบชุมชนขนาดเล็กที่ส่วนมากตั้งอยู่ในเมืองเล็ก ๆ และในชนบทที่ความสัมพันธ์ส่วนตัวมีความสำคัญและยาวนาน ประชาชนรู้จักกันรวมทั้งสมาชิกในครอบครัวอย่างดี ซึ่งอาจเป็นเวลาหลายชั่วคน

5. ธุรกิจเกษตรมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม โรค แมลง ฯลฯ ซึ่งเป็นศัตรูประจำของธุรกิจเกษตร

6. นโยบายและโครงการของรัฐบาลมีผลกระทบต่อธุรกิจการเกษตร ผู้ผลิตส่วนมากอยู่ภายใต้อิทธิพลโดยตรงจากแผนงานของรัฐบาล

ในการจัดการธุรกิจการเกษตรนอกจากต้องมีการวางแผนที่ดีแล้ว ยังต้องมีการวางแผนการสื่อสารที่ดีควบคู่ไปด้วยเช่นกันจึงจะทำให้การจัดการธุรกิจการเกษตรประสบความสำเร็จ

แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทเกษตรกรที่ประกอบการเกษตร

วิจิตร อาวะกุล (2535) ได้แบ่งประเภทของเกษตรกรที่ประกอบการเกษตรไว้ 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ

1. เกษตรกรแบบยังชีพ (Subsistence farmers) ซึ่งปลูกพืชเลี้ยงสัตว์เพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน อาจมีการเก็บผลิตผลที่เหลือไว้กินบ้างเล็กน้อย จึงไม่มีการปรับปรุงหรือหาวิธีการที่จะเพิ่มผลผลิต

2. เกษตรกรแบบทำการค้า (Modern Commercial farmers) เกษตรกรเหล่านี้ใช้วิชาการและเทคนิคสมัยใหม่เข้าช่วยในการผลิตพืชและสัตว์ เพื่อส่งขายในตลาด มีการใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง การเลือกพันธุ์ ใช้เครื่องจักร เครื่องมือทันสมัย จึงมีความต้องการข่าวสาร ความรู้วิชาการใหม่ ๆ อยู่เสมอ รวมทั้งต้องการเทคนิคและทักษะใหม่ๆในการประกอบอาชีพ

สรุปได้ว่าเกษตรแบบยังชีพ ไม่มีส่วนสนับสนุน ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติเพราะไม่มีการแลกเปลี่ยนซื้อขาย ในขณะนี้เกษตรกรแบบทำการค้า มีส่วนช่วยส่งเสริมผู้ประกอบอาชีพด้านอื่น ๆ เพราะมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้ากับผู้ประกอบธุรกิจอื่น ๆ ทำให้ระบบเศรษฐกิจมีเงินไหลเวียน จึงสรุปว่า เพราะเหตุนี้จึงต้องดำเนินการส่งเสริมการเกษตรให้เกษตรกรเป็นเกษตรเพื่อการค้า และเป็นเกษตรกรสมัยใหม่ ทันสมัย ใช้วิชาการและเทคโนโลยีทางการเกษตร ช่วยในการประกอบอาชีพเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร เพื่อบริโภคภายในประเทศและยังสามารถส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศได้

แนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยในการผลิตทางเกษตรกรรม

วิจิตร อาวะกุล (2535) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานในการผลิตทางเกษตรกรรม ประกอบด้วย ที่ดิน แรงงาน และทุน ซึ่งมีส่วนประกอบที่แตกต่างกันและเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อมและอิทธิพลที่ได้รับ

หน่วยประกอบอาชีพเกษตรกรรมขนาดเล็ก เช่น ครอบครัวชาวนา ถือครองที่ดินขนาดเล็ก และมีเงินทุนน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานเกษตรที่ใหญ่กว่า จะมีที่ดินและเงินทุนมากกว่า แต่ครอบครัวชาวนาจะมีแรงงานต่อพื้นที่มากกว่า หน่วยงานเกษตรที่ใหญ่กว่าในการผลิตความแตกต่างขององค์ประกอบ เป็นไปตามความเหมาะสมของการจัดการหน่วยงาน

ความก้าวหน้าทางเทคนิค การพัฒนาเศรษฐกิจ และรายได้ของผู้บริโภคที่สูงขึ้น มีส่วนการเปลี่ยนแปลงค่าและราคาองค์ประกอบการผลิต เช่น แรงงานซึ่งเป็นองค์ประกอบของการผลิตในสัดส่วนกับเครื่องจักร มีมูลค่าสูงขึ้น จึงเป็นเหตุให้มีการลงทุนเพื่อทดแทนแรงงานในบางส่วน

ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ หรือปัจจัยในการผลิตทั้ง 3 มีดังนี้

- กรณี มีแรงงานมาก มีทุนและที่ดินน้อย
- กรณี มีแรงงานน้อย มีทุนและที่ดินมาก
- กรณี มีแรงงานน้อย มีทุนมาก และมีที่ดินน้อย ฯลฯ

เกี่ยวกับปัจจัยหลัก ที่ดิน แรงงานและทุน กรณีสัดส่วนตามความสำคัญในการผลิตที่จะให้ผลผลิตในราคาที่ถูกที่สุด สัดส่วนดังกล่าวในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลง เนื่องจากค่าแรงงานสูงกว่าการลงทุนใช้เครื่องจักร บางส่วนของการผลิตจึงใช้เครื่องจักรเข้าทดแทนแรงงาน ซึ่งให้ผลผลิตที่สูงกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการเพิ่มแรงงาน การเปลี่ยนแปลงระยะยาว ในความสัมพันธ์ของราคาในปัจจัยการผลิตเป็นไปในรูปของความสมดุลรูปใหม่

จากกฎการถดถอยของการเติบโตผลผลิตในภาคเกษตรกรรม พิจารณาขอบเขตบทบาทของการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิต (ปุ๋ย อาหารสัตว์ ชั่วโมงการทำงาน) ที่มีผลต่อการผลิตให้ได้มูลค่ากำไรสูงสุดด้วยการลงทุนปัจจัยการผลิตให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ทำให้มีการปรับปรุงการบริหารงานในการผลิต ที่มีโครงสร้างของสัดส่วนปัจจัยการผลิตมากอย่างยิ่ง เช่น หน่วยผลิตเกษตรกรรมขนาดใหญ่ ที่จะประสบผลในการผลิตสูงสุด ต้องใช้แรงงานน้อยที่สุด ต้องใช้ชั่วโมงการทำงานต่อไร่น้อย เป็นลักษณะการบริหารงานแบบใช้แรงงานน้อย (Labor Extensive Organization) มีการใช้เครื่องจักรกล ในไร่นา การเพาะเลี้ยง การให้อาหาร เป็นต้น การใช้แรงงานให้น้อยนั้นเพื่อให้เกิดผลผลิตต่อแรงงานสูงขึ้น รวมถึงในด้านการผลิตนม หรือการเพิ่มการตกลูกของสัตว์เลี้ยง ในทางกลับกันสำหรับหน่วยผลิตเกษตรกรรมขนาดเล็ก ซึ่งมีข้อจำกัดในปัจจัยที่ดินที่มีขนาดเล็ก อันเป็นตัวกำหนดขอบเขตของขนาดการผลิต มีผลต่อการผลักดันให้เกิดการบริหารแบบใช้แรงงานมาก หรือใช้แรงงานถี่ (Labor Intensive Organization) เช่น ความถี่ของการใช้แรงงานในการเพาะปลูกพืชล้มลุก จำพวกผักหรือพืชเฉพาะอย่าง หรือสภาพภูมิประเทศและที่ตั้งอำนวยให้ รวมทั้งการเลี้ยงสัตว์ โค กระบือ สุกร สัตว์ปีก สัตว์น้ำ เพื่อให้เกิดผลผลิตต่อไร่สูงพอกับสัดส่วนของการใช้แรงงาน

<u>ความเหมาะสมในการพิจารณาถึงปัจจัยที่มีต่อผลผลิตทางเกษตรกรรม</u>

Progressive Cost ในการเพิ่มผลผลิตสูงขึ้น ต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยจะสูงตามไปด้วย

Proportional Cost การเพิ่มปริมาณการผลิตไม่มีผลต่อราคาต้นทุนต่อหน่วยไม่เปลี่ยนแปลง

Depressive Cost การเพิ่มปริมาณในการผลิตมีผลต่อการลดราคาต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลง

ลักษณะเฉพาะและข้อเสียเปรียบของเกษตรกรรม

1. กระบวนการผลิตต้องพึ่งธรรมชาติ ไม่สามารถควบคุม ชะลอ หยุด หรือเพิ่มการผลิตได้ตามความต้องการ

2. บังคับช่วงเวลาในการผลิตไม่ได้ ผลผลิตออกมาตามฤดูกาล

3. เก็บนานไม่ได้ เน่าเสีย เสื่อมคุณภาพได้ง่าย

4. ใช้ที่ดิน ซึ่งเป็นธรรมชาติ เป็นปัจจัยพื้นฐานการผลิต ลักษณะพื้นผิวระดับและคุณภาพดิน มีผลต่อการผลิต

5. ใช้เวลาในการผลิตที่ยาวนาน ทำให้แรงงาน เครื่องมือ เครื่องจักร ตลอดจนอาคารที่ใช้ในกระบวนการผลิต มีการใช้ไม่สม่ำเสมอตลอดปี ก่อให้เกิดความไม่มีประสิทธิภาพในการใช้และการลงทุน

6. กฎการถดถอย ไม่สามารถเร่งผลผลิตให้เพิ่มขึ้นในหน่วยพื้นที่การผลิตได้คุ้มกับการลงทุน จะต้องลงทุนเพิ่มมากแต่ได้ผลผลิตที่เพิ่มขึ้นน้อย เนื่องจากมีข้อจำกัดทางธรรมชาติจากเอกลักษณ์ของสินค้า

7. ภาระการลงทุนแตกต่างจากการลงทุนผลิตทางอุตสาหกรรมมาก เป็นภาระที่หนักโดยเฉพาะ Fix cost ที่มีอัตราสูงกว่าอุตสาหกรรม ทั้งอาคารและที่ดิน เนื่องจากระยะเวลาในการใช้ยาวนานมาก ทำให้มีรายได้คืนมาช้า แต่ละโครงการในการลงทุนจึงต้องแบกภาระทั้งดอกเบี้ย ค่าเสื่อมราคา ค่าซ่อมแซมและบำรุงรักษา

8. การใช้เครื่องจักรเข้าแทนที่แรงงานคนหรือสัตว์ไม่ได้เกิดผลดีดังเช่นการผลิตทางอุตสาหกรรม เนื่องจากเครื่องจักรไม่ได้ช่วยให้มีผลผลิตสูงขึ้นจากเดิม ไม่ว่าจะเป็นการเพาะปลูกเก็บเกี่ยว หรือเลี้ยงสัตว์

ตลาดสินค้าเกษตร

อุปสรรคต่าง ๆ มีมากอันเป็นข้อเสียเปรียบสินค้าอุตสาหกรรมที่มีตลาดที่ดีกว่าเนื่องจาก

1. อุปทานสินค้าเกษตรมีจำนวนมาก ทั้งประเทศด้อยพัฒนา และประเทศพัฒนาแล้วต่างผลิตสินค้าเกษตรทั้งสิ้น มีการเสนอสินค้าอย่างกระจัดกระจาย ทำให้เสียเปรียบผู้ซื้อ

2. ลักษณะสินค้าเกษตร มีน้อยประเภท จึงมีสินค้าชนิดเดียวกัน ผลิตจากประเทศต่าง ๆ มาก อันเป็นสาเหตุให้เกิดการแข่งขันกันในราคา ราคาสินค้าจึงถูกกดให้ต่ำ

3. อุปสงค์มีจำกัดในขนาด ไม่สามารถเพิ่มได้มาก เนื่องจากคนเราบริโภคอาหารไม่เกิน 3000 cal / วัน การเพิ่มจึงมีไม่มาก

4. มีฤดูกาลเก็บเกี่ยวที่ใกล้เคียงกันในซีกโลกเดียวกัน ผลผลิตที่ประดังออกมา ในช่วงเวลาหลังการเก็บเกี่ยวมีจำนวนมาก มีปัญหาไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน ด้วยเหตุผลอันจำกัดของสินค้าที่เน่าเสียง่ายและจากด้านการลงทุน ที่เกษตรกรต้องรีบขายผลผลิตเพื่อนำเงินไปใช้จ่าย

5. รายได้จากการเกษตรมีโอกาสเติบโตน้อย เนื่องจากผู้บริโภคที่มีรายได้สูงก็มิได้จ่ายซื้ออาหารสดหรืออาหารปรุงแต่งที่สูงกว่าเดิมนัก ทำให้รายได้เกษตรกรไม่เติบโตเท่ารายได้ของอาชีพนอกเกษตร นำมาซึ่งปัญหาความเหลื่อมล้ำของรายได้ระหว่างเมืองกับชนบท เมื่อจะขยายการผลิตสินค้าเกษตรที่มีอุปสรรคทั้งด้านการลงทุนข้อจำกัดที่ดิน ความคุ้มค่าพึ่งกับปัจจัยการลงทุนและสภาพการณ์ของตลาดสินค้า

ทฤษฎีการผลิตทางเศรษฐศาสตร์

ทฤษฎีการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ (อ้างใน สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร , 2535) กล่าวถึงการผลิตไว้ว่า การผลิต คือ การเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตหรือทรัพยากรที่ใส่เข้าไป (input or resources) ตามหลักเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องให้เป็นเศรษฐศาสตร์หรือผลผลิต (output or product) ที่มีอรรถประโยชน์ตามต้องการ การผลิตเกี่ยวข้องกับการใช้ศิลปะหรือเทคโนโลยีที่มีอยู่ในระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งองค์การธุรกิจการผลิต (firm) เป็นผู้ดำเนินการโดยตลอด ถ้าปราศจากเทคโนโลยีแล้ว การผลิตอาจเป็นไปไม่ได้ ปัจจัยการผลิตกับผลผลิตย่อมมีความสัมพันธ์ทางกายภาพซึ่งกันและกัน ปัจจัยการผลิต ประกอบไปด้วยสิ่งต่าง ๆ คือ

1. ที่ดิน
2. แรงงาน
3. ทุน
4. ผู้ประกอบการ

ปัจจัยที่สำคัญที่สุดในเรื่องของการผลิต คือ ผู้ประกอบการ เพราะเป็นปัจจัยมนุษย์ซึ่งสามารถที่จะทำการตัดสินใจจัดสรรปัจจัยอื่นให้เหมาะสมในการผลิตได้ ในการผลิตทางการเกษตร ผู้ประกอบการย่อมหมายถึงตัวเกษตรกรเอง ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสูงสุด เพราะเป็นปัจจัยที่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับปัจจัยอื่น ๆ เช่น การยอมรับการใช้เทคโนโลยี การตัดสินใจลงทุนเพื่อเพิ่มผลผลิต การจัดสรรแรงงาน ตลอดจนการดำเนินการผลิต ดังนั้น ในการจัดการเรื่องการผลิตจะเป็นไปอย่างไร ล้วนเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยาของตัวเกษตรกรเองทั้งสิ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารชุมชน

โซมาเวีย (Somavia ,1977) อ้างถึงในโศจิวัจน์ บุญประดิษฐ์ , 2543 ได้ประมวลคำนิยามใหม่ของ “การสื่อสารอีกแบบหนึ่งที่ไม่เหมือนเดิม ควรมีลักษณะดังนี้

1. การสื่อสารเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของมนุษย์ (Communication is a human need) การสื่อสารเป็นความต้องการที่จำเป็นอันขาดเสียมิได้ของบุคคลและสังคม และประชาชนจะต้องได้รับการตอบสนองความต้องการนี้ สิทธิที่จะได้รับและได้ส่งข่าวสารข้อมูลจึงเป็นสิทธิพื้นฐานประการหนึ่งของมนุษย์ทุกคน

2. การสื่อสารเป็นสิทธิอย่างหนึ่งของชุมชน (Communication is a delegated right) สังคม / ชุมชนแต่ละแห่ง ต้องมีสิทธิในการจัดการระบบและงานด้านการสื่อสารภายในชุมชนให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ และประวัติศาสตร์ของชุมชน การจัดการสื่อสารของชุมชนแต่ละแห่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกันจะเป็นรูปแบบใดก็ตาม จุดเน้นที่สำคัญที่สุดคือ การมีส่วนร่วม (Participation) และโอกาสเข้าถึง (Accessibility) การสื่อสารของชุมชน

3. การสื่อสารเป็นโฉมหน้าหนึ่งของกระบวนการศึกษา (Communication is a facet of education process) สื่อมวลชนจะเป็นสถาบันที่สำคัญที่สุดที่ทำหน้าที่ให้การศึกษา และ อบรมประชาชน อีกทั้งทำหน้าที่ตีความ โน้มน้าว ชี้แนะ และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษา

4. งานการสื่อสารต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิและหน้าที่พึงปฏิบัติ (Communication Task involves rights and obligations) สื่อมีสิทธิให้บริการด้านข่าวสารต่าง ๆ ทางสังคม แต่การมีสิทธินั้นจะต้องควบคู่มากับหน้าที่ความรับผิดชอบเสมอ การปฏิบัติงานของสื่อจึงต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ของสังคม

<u>คุณลักษณะของการสื่อสารชุมชน (Community Communication)</u>

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2542) กล่าวถึงลักษณะของการสื่อสารชุมชนดังนี้

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิกิริยาโต้ตอบ (Interactivity) กันอยู่ตลอดเวลาทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทางทำให้สถานะของผู้ส่งและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการผลัดเปลี่ยนบทบาทอยู่ตลอดเวลา

2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Communication) ทิศทางการไหลของข่าวสารมีลักษณะไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (ประชาชน) เท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้น การหลั่งไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลายมาจากทุกทิศทุกทาง ทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) แบบล่างสู่บน (Bottom-up) และแบบแนวนอน (Horizontal) ดังนั้น ข่าวสารจึงอาจจะไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชนบท ในเวลาเดียวกันชาวบ้านอาจจะส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่รัฐหรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน

มีนักวิชาการบางท่าน เช่น พาเวลกา (Pavelka) (อ้างถึงใน ศิรินันต์ ลิมปนชัยพรกุล 2546 : 18) ใช้เกณฑ์นี้ทำให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารใน 3 ทิศทาง คือ การไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงออกซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของชุมชน

3. เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน (purpose) มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน เช่น

(ก) การกำหนดเป้าหมายโดยการใช้ระดับผู้เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์ การสื่อสารชุมชนจะมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ ดังนี้

- ระดับชุมชนมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน
- ระดับหน่วยงานนอกชุมชน เป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการสื่อสาร
- ระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในระดับกว้าง

(ข) การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร อาจกำหนดเป้าหมายการสื่อสารชุมชนได้เป็น 3 เป้าหมายย่อยคือ

- เพื่อทำการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลและโน้มน้าวชักจูง อันมักได้แก่ ทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง (อย่างไรก็ตามทิศทางการไหลแบบอื่น ๆ ก็ใช้เป้าหมายนี้ได้เช่นกัน)
- เพื่อเป็นช่องทางการแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน (Community self-expression) อันอาจหมายรวมตั้งแต่การแสดงออกซึ่งความต้องการของ

ชุมชนไปจนกระทั่งถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชน

- เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคล (Development of the individual's self) ในหน่วยที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้ายๆ เป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

4. เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการ ของประชาชน (Need-oriented) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะของกระบวนทัศน์การพัฒนาแนวใหม่

5. หน้าที่ของการสื่อสาร วินดาลฮ์และคณะ (Windahl ,1992) ระบุหน้าที่ของการสื่อสารชุมชนประกอบด้วย

- หน้าที่ในการแสดงออก (Expression function) บุคคลหรือกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนได้
- หน้าที่ของสังคม (Social function) คือ การเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมเป็นชุมชนเดียวกัน
- หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information function) ซึ่งเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารทั่วไป ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปอย่างรอบด้าน ผู้ร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนได้แลกเปลี่ยนความรู้เพื่อยกระดับความเข้าใจ และความรู้ในเรื่องการสื่อสารและทักษะในการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมรวมการพัฒนาชุมชน
- หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (Control activation funcation) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้เนื่องจากการสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback)

เบอริแกน (Berrigan , 1979) เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการของการสื่อสารชุมชนคือ

1. เน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน

2. ต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (Acess) ได้ตลอดเวลาเพื่อให้หาข่าวสารเพิ่มพูนความรู้หรือเพื่อความบันเทิง

3. เป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (Participate) ในหลาย ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

4. เป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เพื่อชุมชน หมายความว่าตัวตนของชุมชนที่จะแสดงออกนั้น ต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน

5. เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งมาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนทุกคน

นักวิชาการไทยได้รวบรวมคุณลักษณะสำคัญที่ครอบคลุมองค์ประกอบย่อยของการสื่อสารทั้ง 4 ลักษณะคือ S-M-C-R ว่าควรมีลักษณะต่อไปนี้คือ

- ระดับความยาก-ง่ายของสื่อ ต้องเหมาะสมกับระดับและความสามารถในการรับสารของชาวบ้านโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ ต้องคำนึงถึงความสามารถในการอ่านของชาวบ้าน
- ประเภทของเนื้อหาสื่อ ต้องเป็นเรื่องที่เน้นหนักไปทางปัญหาเร่งด่วนหรือปัญหาในชีวิตประจำวันของคนในสังคมนั้น ๆ
- กลุ่มเป้าหมาย สื่อแต่ละชนิดควรจัดทำขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
- วิธีการนำเสนอ สื่อควรนำเสนอสิ่งที่เป็นปัญหา สภาพที่ก่อให้เกิดปัญหาแล้วเสนอแนะหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารช่วยกันคิดแก้ไขปัญหาดังกล่าว
- ความเกี่ยวกันของเนื้อหา ควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน
- บทบาทของสื่อ ช่วยผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิด ประสบการณ์และมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
- ความน่าสนใจ สื่อมีลักษณะง่ายแต่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจ โดยอาศัยภาพและเสียงเป็นตัวดึงดูดความสนใจ
- ความเกี่ยวข้องกับผู้รับ สื่อควรจะมีส่วนร่วมให้ผู้รับสารสามารถประเมินตนเองได้ เช่น หลังจากที่นำเสนอปัญหาและสาเหตุของปัญหาแล้ว อาจมีส่วนของเนื้อหาที่เป็นการตั้งคำถามว่าผู้รับสารเป็นส่วนใดของสาเหตุของปัญหาเป็นต้น

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการในชุมชน

เวทินี สตะเวทิน (2542) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ว่า เป็นกระบวนการสำคัญกระบวนการหนึ่งในการร่วมในการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ก็คือ กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Process) ซึ่งเป็นเรื่องกระบวนการสนทนาโต้ตอบกัน (Dialogical Process) ของสมาชิกในสังคมบนพื้น

ฐานแห่งความเท่าเทียมกัน (Equal basis) เพื่อค้นหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลงสังคม และดำเนินการร่วมกัน ในขณะที่มองบทบาทของภาครัฐบาลว่าเป็นผู้ให้การสนับสนุน (Facilitator) ในการพัฒนาต่างๆ โดยเชื่อว่าการสนทนาโต้ตอบกันของสมาชิกในสังคม คือ การระดมสมองของสมาชิกในสังคม (Brain Storming) ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้หันหน้าเข้าหากัน พูดคุยกัน เจรจากัน เพื่อทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารเบื้องต้น หลักการและแนวทางที่หลากหลายสำหรับการตัดสินใจร่วมกันเกี่ยวกับสังคมตน ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดสำนึกเชิงสาธารณะร่วมกัน (Public Conscientization) กระบวนการเรียนรู้กัน (Learning Process) ระหว่างสมาชิกในสังคมเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมที่เหมาะสม และเป็นที่เห็นพ้องต้องกันของสมาชิกในสังคม (เวทินี สตะเวทิน , 2542 : 29)

อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงสังคม ได้แก่ แนวคิดด้านประชาธิปไตยโดยทางการสื่อสาร (Democratic Communication) กล่าวคือ กระบวนการสนทนาโต้ตอบกันระหว่างสมาชิกในสังคม จำเป็นต้องดำเนินไป โดยคำนึงถึงการเท่าเทียมกันของบุคคล สิทธิ และเสียงของบุคคลในการแสดงความคิดเห็น (Right To Communicate) โอกาสในการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง (Accessibility To Information) การมีจิตสำนึกในเชิงประโยชน์ของสาธารณะเหนือประโยชน์ส่วนตน การตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตน การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และการปฏิบัติตามทางที่ได้รับ การเห็นชอบจากสมาชิกส่วนใหญ่ โดยเชื่อกันว่า ปรัชญาการสื่อสารในเชิงประชาธิปไตยจะนำไปสู่การเพิ่มพลัง (Empowerment) ให้กับสมาชิกในสังคม การกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรม หรือ โครงการต่างๆ ที่ได้ร่วมกำหนด ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการ ดูแล และตรวจสอบโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (ปาริชาต สถาปิตานนท์ ,2542:4)

นอกจากนี้ Scott Peck (1987) (อ้างถึงใน เวทินี สตะเวทิน ,2542 : 30) ได้เสนอว่าการที่จะเกิดการรวมตัวของคนในชุมชนได้เมื่อเกิดภาวะวิกฤตในชุมชน หรือ คนในชุมชนเห็นปัญหาร่วมกันในชุมชนแล้วจึงรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหา และเมื่อปัญหาต่างๆ หมดไป การรวมตัวของคนในชุมชนจะลดลงไปด้วยเช่นเดียวกัน แต่อย่างไรก็ตามเราสามารถที่จะสร้างสรรค์การ รวมตัวของคนในชุมชนขึ้นมาได้ โดยจะเรียกการรวมตัวในลักษณะนี้ว่า “Community By Design” โดยได้เสนอพื้นฐานต่างๆ ในการรวมตัวของประชาชนในลักษณะนี้ไว้ 6 ประการคือ

1. มีกระบวนการในการรวมตัว ซึ่งในกระบวนการต่างๆ เหล่านี้จะใช้การสื่อสารเป็น กลไกหลักในกระบวนการต่างๆ

2. มีการสื่อสารระหว่างบุคคลต่างๆ ที่เข้ามารวมตัวกัน ซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการรวมตัว และควรมีการสื่อสารที่ดีเป็นพื้นฐานในการรวมตัวกัน

3. ควรมีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้คนที่เข้าร่วมได้มีการเรียนรู้ เพื่อที่จะนำไปสู่การสนใจเข้าร่วมในที่สุด

4. การรวมตัวกันเป็นชุมชน สามารถที่จะถ่ายทอดให้คนในชุมชนได้รู้ในวิธีการต่างๆ

5. การสื่อสารในการสร้างชุมชนควรจะมีการเรียนรู้จากความเคยชิน

6. คนในชุมชนส่วนใหญ่จะรับรู้ว่าการทำตามกระบวนการเข้าร่วมเป็นอย่างไร แต่ถ้าพวกเขารู้ว่าการเข้าร่วมเป็นไปเพื่ออะไร จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมที่แท้จริง

อย่างไรก็ตามการทำงานร่วมกันของประชาชนตามหลักการของการมีส่วนร่วม ก็ยังขาดผู้ที่เป็นผู้นำในการดำเนินการต่างๆ ไปไม่ได้และในการสื่อสารในกลุ่มนั้น แต่ละคนจะมีสถานภาพและบทบาทที่แตกต่างกันไปตามหน้าที่และภารกิจที่ได้รับมอบหมาย สำหรับการสื่อสารในชุมชนผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการรวมประชาชนเข้าไว้ด้วยกันและเป็นศูนย์กลางในการที่จะเชื่อมโยงชุมชน และเชื่อมโยงข่าวสารในชุมชนไว้ด้วยกัน ซึ่งบุคคลนั้นก็คือ ผู้นำชุมชน หรือผู้นำกลุ่ม

แนวคิดเกี่ยวกับประเภทของการสื่อสาร

ปรมะ สตะเวทิน (อ้างถึ ในศิรินันต์ ลิมปนชัยพรกุล, 2546) ได้จำแนกประเภทของการสื่อสารไว้หลายรูปแบบ แต่ผู้วิจัยขอกล่าวรายละเอียดเฉพาะประเภทของการสื่อสารที่นำมาใช้วิเคราะห์ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

1. **การสื่อสารระหว่างบุคคล** (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (Direct) ในขณะคนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็น ผู้รับสาร ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีคน 2 คน และในกรณีของกลุ่มย่อย (small group) ซึ่งมีคนมากว่า 2 คนขึ้นไป มารวมตัวกัน

ในลักษณะที่สามารถติดต่อและเปลี่ยนสารได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2526) กล่าวว่า “การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และพัฒนาในรูปแบบต่าง ๆ ไม่จบสิ้น ในกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ ช่องทาง (Channel) การตอบสนองกลับ (Feedback) และสิ่งรบกวน (Noise)”

โดนัลด์ซัน และ เคริทซ์ (Donaldson and Kurtz) อ้างถึงในศิรินันต์ ลิมปนชัยพรกุล, 2546) ได้เสนอกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งให้เน้นถึงธรรมชาติในการติดต่อสื่อสารแบบต่อหน้า (Face-to-face Communication) และให้ความสำคัญกับการตอบสนองกลับ (Feedback) เป็นการแสดงให้เห็นถึงตัวแปรตาง ๆ ที่มีผลต่อการสื่อสาร รวมทั้งเน้นถึงความสำคัญของสารที่ผู้รับสารได้รับมากกว่าสารที่ผู้ส่งสารส่งไป ซึ่งได้แสดงรายละเอียดที่อธิบายตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังคำอธิบายต่อไปนี้

1. ลักษณะทางกายภาพของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Physical image) ได้แก่ อายุ เพศ เชื้อชาติ พฤติกรรม การแสดงออก การแต่งกาย ฯลฯ

2. ลักษณะทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Social and Psychological attributes) ซึ่งได้แก่

- บุคลิกภาพ (Pesonality)
- เปิดเผยหรือปิดบัง (Openness / Closeness)
- ความเชื่อ (Trust)
- ประนีประนอม (Conformity)
- อ่อนโยน (Sensitivity)
- น่าสนใจ (Interest)
- ต่อสู้กับอุปสรรค (Persistences against opposition)
- ความสามารถในการปรับใช้ (Adaptability)
- ประสบการณ์ (Experiences)
- ภูมิหลังทางวัฒนธรรม (Cultural background)
- การศึกษา (Education)
- อาชีพ (Occupation)

- สถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic status)
- อำนาจที่เป็นทางการ หรือไม่เป็นทางการ (Formal and informal power)
- ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills)
- ความพร้อมในการเรียนรู้ (Readiness to learn)
- ความสัมพันธ์ (Relationships)

3. ทัศนคติ ความเชื่อ และค่านิยม (Attitudes , Beliefs and Values) ได้แก่

- ความคาดหวัง (Expectations)
- อคติของแหล่งสารที่มีต่อตัวสารและต่อบุคคลอื่น (Biases of source toward message and other)
- ความเต็มใจ ความปรารถนาในการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Wilingness to interact)

4. แนวคิดต่อตนเอง (Self-concept) ได้แก่ มุมมองหรือทัศนะที่มีต่อตนเอง โดยอาศัยองค์ประกอบดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้อ 1,2 และ 3

5. สิ่งรบกวนภายใน (Internal noise) เช่นปัญหาสุขภาพทั้งทางกายและใจ ความหิว ความวิตกกังวล ความสะดวกสบาย เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังได้แสดงตัวอย่างบริบททางกายภาพและทางสังคมและรายละเอียดของช่องทางในการสื่อสารระหว่างบุคคล ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ได้แก่

1. รูปแบบทางสังคม (Social Setting)

- เหตุผลในการปฏิสัมพันธ์ (Reason for the interaction)
- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Role relationship between sender and receiver)
- กฎเกณฑ์ของความสัมพันธ์ (Rules of the relationship)
- บริบททางวัฒนธรรม (Cultural context)

2. รูปแบบทางกายภาพ (Physical Setting)

- สถานที่ (Location)
- เวลา (Time)
- ช่องว่าง (Space)
- ความใกล้ชิด (Proximity)
- ระดับของสิ่งรบกวน (Noise level)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. **ช่องทางการติดต่อปฏิสัมพันธ์** (Channels of Interactive Communication) ได้แก่

- **ภาษาพูด** (Verbal stimuli)
- **ภาษาท่าทาง** (Physical stimuli)
- **เสียง** (Vocal stimuli)

จากทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมของเดอ เฟลอร์ (De Fleur) (อ้างถึงในเกศินี จุฑาวิจิตร ,2542 : 110) ได้ชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เดอ เฟลอร์ พบว่า ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ มีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางการเกษตรหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบทที่มีความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและเพื่อนบ้านอย่างแนบแน่น

เกศินี จุฑาวิจิตร ได้กล่าวไว้ถึงสื่อบุคคลว่า จากทฤษฎีและรายงานการวิจัยต่าง ๆ สรุปได้ว่า สื่อบุคคล มีลักษณะที่เอื้ออำนวยต่อการชักจูงใจและโน้มน้าวใจดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ดำเนินไปอย่างง่าย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ คู่สื่อสารมีความใกล้ชิดกัน ซึ่งกระบวนการกลุ่มสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลได้

2. การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาหรือเผชิญหน้าเป็นการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้มีการซักถามได้ทันที ทั้งยังสามารถยืดหยุ่นการนำเสนอเนื้อหาได้ หากผู้ส่งสารได้รับการต่อต้านจากผู้ฟัง ก็อาจเปลี่ยนหัวข้อสนทนาได้

3. ผู้รับสารบางคนมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือและยอมรับความคิดเห็นหรือทรรศนะของสื่อบุคคลที่เขารู้จักคุ้นเคย และนับถือมากกว่าที่จะเชื่อบุคคลที่เขาไม่รู้จักคุ้นเคย

สรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในด้านการโน้มน้าวใจและชักจูงใจ ซึ่งต่างจากสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญอยู่ที่การให้ข่าวสารหรือความรู้

2. **การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ (**Large Group Comunication)

เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในที่เดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน เช่น การอภิปรายในหอประชุม การพูดหาเสียงเลือกตั้ง การสอนที่มีกลุ่มผู้เรียนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในหลายห้องเรียน จำเป็นต้องอาศัยการใช้สื่อการสอน เช่น โทรทัศน์วงจรปิดเข้าช่วย และการปราศรัยในงานสังคม เป็นต้น การสื่อสารในกลุ่มใหญ่นี้โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะติดต่อ

แลกเปลี่ยนสารกันโดยตรงมีอยู่น้อย และขาดลักษณะของการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person)

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัย และตอบปัญหาการวิจัยเกี่ยวกับกระบวนการการสื่อสารของชาวชุมชนลุ่มน้ำเพชรบุรี ว่ามีการสื่อสารอย่างไรจึงทำให้ชุมชนนี้เป็นชุมชนที่มีความสามารถในการปรับตัวโดยปรับตัวจากเศรษฐกิจแบบยังชีพในสมัยอดีต เป็นระบบเศรษฐกิจแบบการค้าในสมัยปัจจุบันได้

แนวคิดการจัดการการสื่อสาร

ในส่วนของแนวคิดการจัดการสื่อสาร ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2547) ได้กล่าวไว้ว่า คน เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการจัดการการสื่อสาร โดยในที่นี้ “คน”หมายถึงสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ (public) ซึ่ง โรนัลด์ ดี สมิท (Ronald D.Smith , 2002) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สาธารณชนมิใช่กลุ่มคนทั่ว ๆ ไป แต่เป็นกลุ่มคนพิเศษ ซึ่งมีความโดดเด่น (distinguishable) โดยในแต่ละพื้นที่ มักประกอบไปด้วยสาธารณชนหลากหลายกลุ่ม ซึ่งมักมีลักษณะบางอย่างร่วมกันภายในกลุ่ม (homogeneous) เช่น ความสนใจ ความเชื่อ วิถีการใช้ชีวิตเป็นต้น

<u>รูปแบบการสื่อสารในการจัดการ (Modes Of Communication Management)</u>

ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2547) ยังได้เสนอแนวคิดในการการจัดการการสื่อสารว่าการจัดการการสื่อสารมักดำเนินการภายใต้รูปแบบต่าง ๆในการจัดการ (modes) ที่สะท้อนเห็นนโยบายขององค์กรในด้านการสื่อสาร (communication policy) ซึ่งเกี่ยวข้องกับท่าที และวิธีการสื่อสารกับสาธารณชน โดยรูปแบบหลักในการจัดการการสื่อสาร ได้แก่ การจัดการการสื่อสารโดยอิงรูปแบบการโน้มน้าวใจ และการจัดการการสื่อสารโดยอิงรูปแบบการสร้างความเข้าใจร่วมกัน

1. **การจัดการการสื่อสารโดยอิงรูปแบบการสื่อสารโดยอิงหลักการโน้มน้าวใจ** เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในด้านการจัดการการสื่อสาร โดยนักจัดการการสื่อสารกลุ่มหนึ่งเน้นหนักการจัดการภายใต้รูปแบบการโน้มน้าวใจ โดยอิงหลักการต่าง ๆในการแสวงหาแนวทางในการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล นับตั้งแต่ความรู้ (knowledge) ทัศนคติ (attitude) และการประพฤติปฏิบัติต่าง ๆ (practices) หรือที่รู้จักกันในชื่อหลักการ เค-เอ-พี (KAP) ในขณะที่บางกลุ่มเน้นหนักการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจโดยเน้นการเปลี่ยนแปลงความตระหนัก (awareness) ความสนใจ (interest) ความปรารถนา (desire) และการกระทำ

(action) หรือที่รู้จักกันใน ชื่อสูตรไอดา (A-I-D-A) นอกจากนั้นบางกลุ่มยังให้ความสนใจจากการเปลี่ยนบุคคลจากสภาพที่ไม่ได้ตระหนัก (unawareness) ให้ก้าวไปสู่ความตระหนัก (awareness) ความเข้าใจ (comprehension) ภาพลักษณ์ (image) ทัศนคติ (attitude) และการกระทำ (action) ในที่สุด โดยเป็นพฤติกรรมในทิศทางที่สอดคล้องกับความปรารถนาขององค์กร

หลักการโน้มน้าวใจที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน คือ การโน้มน้าวใจในลักษณะการชนะร่วม (win-win) กล่าวคือ องค์กรและกลุ่มเป้าหมายต่างได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทางที่พึงปรารถนา

2. **รูปแบบการสื่อสารโดยอิงหลักการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (**mutual uderstanding) เป็นรูปแบบการสื่อสารในอีกแนวทางหนึ่ง โดยกรุนนิคและคณะพยายามนำเสนอให้สู่สังคมเป็นเวลากว่าสองทศวรรษ รูปแบบการสื่อสารดังกล่าวเน้นให้เห็นถึงความจำเป็นในการเน้นหนักในด้านการสร้างความเข้าใจระหว่างองค์กรและสาธารณชน โดยมองว่า การสื่อสารสองทางอย่างสมดุลระหว่างองค์กรและสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ เป็นสิ่งที่สำคัญ โดยองค์กรจำเป็นต้องดำเนินการบนพื้นฐานของการสร้างความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) และการเคารพยกย่องกัน (shared respect) ในหมู่สาธารณชน โดยการกระทำดังกล่าวได้ให้ความสำคัญกับการปรึกษาหารือกัน (dialogue) บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (equality) โดยเชื่อว่าการสื่อสารโดยอิงหลักการสร้างความเข้าใจร่วมกัน จะนำไปสู่การที่องค์กรสามารถสร้างสัมพันธภาพระยะยาวระหว่างองค์กรกับสาธารณชน และการปรับตัวขององค์กรอย่างเหมาะสมในท่ามกลางสภาวะแวดล้อมที่พลิกผัน

<u>กระบวนการจัดการการสื่อสารเชิงประยุกต์</u>

ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2547) ได้เสนอแนวในการวางแผนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ว่า การวางแผนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการภายหลังการกำหนดประเด็นปัญหาอย่างชัดเจนแล้ว โดยการวางแผนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ให้ความสำคัญกับกระบวนการในการวางแผน มากกว่าการพัฒนาในการบังคับให้คนทำงาน ซึ่งหมายความว่ากระบวนการวางแผนการสื่อสารให้ความสำคัญกับการดำเนินการต่าง ๆ ที่ทำให้สมาชิกในองค์กรได้รับทราบเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ร่วมกัน และใช้กระบวนการวางแผนเป็นเครื่องมือในการช่วยสมาชิกองค์กรตื่นตัวในการดำเนินการต่างๆ ที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับคุณลักษณะขององค์กร สถานการณ์แวดล้อม และความคุ้มค่าในด้านต่าง ๆ อาทิ กำลังคน กำลังเงิน

เป็นต้น นอกจากนี้ ปาริชาต สถาปิตานนท์ (2547) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการจัดการการสื่อสารเชิงประยุกต์ไว้ ดังต่อไปนี้

1. **การกำหนดประเด็นปัญหา** (problem identification)

ประเด็นปัญหา คือ เรื่องราวหรือประเด็นต่าง ๆ องค์กรให้ความสำคัญ และต้องการดำเนินการต่าง ๆเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น โดยเราสามารถกำหนดประเด็นปัญหาโดยพิจารณาจากเกณฑ์ด้านการจัดการ และเกณฑ์ด้านการสื่อสาร

1.1 การกำหนดประเด็นปัญหาโดยอิงการจัดการขององค์กร

การกำหนดประเด็นปัญหาโดยอิงการจัดการขององค์กร เน้นหนักการทำความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรและบริบทแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควบคู่ไปกับความเป็นไปได้ขององค์กรในการจัดการด้านต่าง ๆที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาดังกล่าว โดยในที่นี้ ประเด็นปัญหาประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ

- ปัญหาในลักษณะของอุปสรรค (obstacle) ซึ่งมักได้แก่ เรื่องราวต่าง ๆ ที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่และอาจส่งผลกระทบด้านลบต่อองค์กร (issues)เพียงแต่เรื่องราวดังกล่าวอาจยังอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่องค์กรสามารถจัดการได้ มิใช่ปัญหาที่ลุกลามใหญ่โต จนไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ได้
- ปัญหาในลักษณะของวิกฤติการณ์ (crisis) โดยบางครั้งปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการ อาจลุกลามใหญ่โตจนกลายเป็นวิกฤตที่องค์กรมักไม่สามารถจัดการหรือควบคุมสถานการณ์ต่าง ๆ ไว้ได้อย่าง ชัดเจน
- ปัญหาในลักษณะของโอกาส (opportunities) บางครั้งประเด็นปัญหาอาจไม่ใช่ปัญหาจริง ๆ ที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่และส่งผลกระทบใน ด้านลบต่อองค์กร แต่เป็นสิ่งต่าง ๆ ที่องค์กรมุ่งหวังอยากให้เกิดขึ้นจริงในอนาคตข้างหน้า หากมีการพยายามบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เพื่อให้สิ่งที่คาดหวังเกิดขึ้นจริง

1.2 การกำหนดประเด็นปัญหาโดยอิงบทบาทด้านการสื่อสารในการจัดการ

ในกรณีที่งานไม่บรรลุเป้าหมาย สิ่งหนึ่งที่ผู้บริหารมักกล่าวอ้างว่าเป็นจุดบกพร่องมักเกี่ยวกับการสื่อสาร นับตั้งแต่การอ่อนการประชาสัมพันธ์ การไม่สามารถเข้าถึงประชาชน หรือประชาชนไม่เข้าใจนโยบาย ในขณะเดียวกันบางครั้งต้นตอปัญหาอาจเป็นปัญหาอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ปัญหาการสื่อสาร เช่น ผลประโยชน์ทับซ้อน (conflict of interest) ขององค์กร หรือการขาดมาตรฐานด้านการปฏิบัติในการรองรับอย่างเหมาะสม เป็นต้น ดังนั้นนักจัดการการสื่อสาร

จึงจำเป็นต้องรู้จักคุณลักษณะของปัญหาการสื่อสาร และปัญหาอื่น ๆ ที่สามารถแก้ไขได้ด้วยมาตรการทางการสื่อสารควบคู่ไปกับมาตรการอื่น ๆ

ปัญหาการสื่อสาร ประกอบด้วย ปัญหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร และปัญหาที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร แต่สามารถใช้การสื่อสารเข้าไปเป็นมาตรการหนึ่งในการจัดการปัญหา

ปัญหาที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร ได้แก่ ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสาร วิธีการสื่อสาร และท่าทีต่อปัญหาต่าง ๆ ขององค์กร และพฤติกรรมการสื่อสารของกลุ่มเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น การที่องค์กรไม่สามารถกระจายข้อมูลให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การที่ข้อความที่ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายมีความคลุมเครือ การที่กลุ่มเป้าหมายขาดข้อมูลต่าง ๆ หรือได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน การที่กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลผิด ๆ หรือได้รับข้อมูลด้านเดียว การเลือกแนวทางในการสื่อสารผิดประเภท การไม่สามารถสื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มเป้าหมายไม่ได้รับรู้ หรือไม่เข้าใจในเนื้อความต่าง ๆ ที่สื่อความหมายอย่างชัดเจน

ปัญหาที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร แต่สามารถใช้การสื่อสารเข้าไปเป็นมาตรการหนึ่งในการจัดการปัญหา ในกรณีนี้ การแก้ไขปัญหาจะไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างชัดเจนหากเน้นหนักการแก้ไขปัญหาเฉพาะมาตรการทางการสื่อสารเท่านั้น โดยตัวอย่างของปัญหาดังกล่าว ได้แก่ ปัญหาด้านอัตราการเสียชีวิตของประชาชนอันเนื่องมาจากอุบัติภัยทางการจราจร เป็นปัญหาอาจดูเสมือนว่าไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร แต่จำเป็นต้องอาศัยมาตรการทางการสื่อสารควบคู่ไปกับมาตรการอื่น ๆ ในการจัดการกับปัญหา

2. **การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร**

ในการกำหนดเป้าหมายการสื่อสารจำเป็นต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ โดยพิจารณาถึงความสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ปรัชญาขององค์กร โครงสร้างขององค์กร ภารกิจขององค์กร วิสัยทัศน์ขององค์กร และการให้ความสำคัญกับสภาวะแวดล้อมภายนอกองค์กร เช่น นโยบาย กฎระเบียบ การเมืองการปกครอง สภาพเศรษฐกิจ วิถีการดำรงชีวิตและความสัมพันธ์ของคนกลุ่มต่าง ๆ

ส่วนในการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารนั้น จำเป็นต้องสอดคล้องกับเป้าหมายในการสื่อสาร และในขณะเดียวกันก็ควรคำนึงถึงจุดยืน (positioning) ขององค์กร โดยจุดยืนขององค์กรหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดต่าง ๆ ของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร และผลิตภัณฑ์ขององค์กรอื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มงานเดียวกัน หรือมีสินค้าประเภทเดียวกันด้วย

3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก

การพัฒนาเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการสื่อสารบ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของกลุ่ม ป้าหมายหลักว่า เป็นส่วนประกอบหนึ่งของวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร และเป็นส่วนประกอบที่ บ่งชี้ถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการสื่อสารขององค์กรในช่วงสุดท้ายเมื่อต้องมีการประเมินผลในด้านต่าง ๆ โดยกลุ่มเป้าหมายหลัก (target audience) หรือ กลุ่มสาธารณชนหลัก (target publics) ซึ่งหมายถึง กลุ่มบุคคลเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการสื่อสารขององค์กร

3.1 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักโดยอิงคุณลักษณะทางประชากร

ตามหลักธรรมเนียมปฏิบัติ เรามักพบการแบ่งกลุ่มเป้าหมายโดยอิงคุณลักษณะทางประชากร (demographic characteristics) โดยนิยมจัดกลุ่มเป้าหมายตามลักษณะทางเพศ ระดับอายุ ลักษณะอาชีพ ขนาดของครอบครัว ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ตลอดจนพื้นเพดั้งเดิมหรือถิ่นที่อยู่อาศัย

3.2 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักในเชิงยุทธศาสตร์

นอกเหนือจากการให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายในเชิงประชากรแล้ว ในเชิงยุทธศาสตร์มองว่า เราจำเป็นต้องพิจารณากลุ่มบุคคลอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรง หรือโดยอ้อมกับองค์กรด้วย การให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ จำเป็นต้องมีการเน้นหนักการดำเนินการไปที่กลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งเราสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักโดยอิงกลุ่มคน หรือการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักโดยอิงสถานการณ์ เป็นต้น

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยอิงหลักกลุ่มคนสำคัญ เชื่อมั่นว่า การตัดสินใจของบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องกับการออกความคิดเห็น การชี้แนะ หรือการวางตัวของบุคคลอื่น ๆ และในขณะเดียวกันก็เชื่อว่า บุคคลมีเครือข่ายในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจ

การกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักโดยอิงกลุ่มคนสำคัญ มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มคนกลาง (intercessory publics) และกลุ่มผู้นำทางความคิด (opinion leaders) ซึ่งให้ความสำคัญกับสาธารณชนหลัก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนกลาง (intercessory publics) และกลุ่มผู้นำทางความคิด (opinion leaders)

- *กลุ่มคนกลาง* หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ และบริการต่าง ๆ ขององค์กรต่อบุคคลอื่น ๆ โดยพวกเขาทำตัวเหมือน “สะพาน” ในการเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนสามารถให้ข้อคิดเห็นทั้งทางด้านบวกและด้านลบต่อองค์กรได้โดย

เขากล่าวว่า สื่อมวลชน เป็นตัวอย่างหนึ่งของคนกลาง เนื่องจาก สื่อมวลชนมิใช่คนกลุ่มเป้าหมายสุดท้ายที่องค์กรพยายามเข้าถึง แต่เป็นคนกลุ่มแรก ๆ ที่ต้องมีการติดต่อด้วย เพื่อให้พวกเขาทำหน้าที่เป็นคนกลางในการถ่ายทอดข้อมูลสู่คนกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป

นอกจากนั้นหากพิจารณาการสื่อสารในระดับกลุ่ม อาจพบว่า กลุ่มช่างเสริมสวย กลุ่มแม่ค้า กลุ่มคนขับรถแท็กซี่ หรือมอเตอร์ไซด์รับจ้าง อาจทำหน้าที่เป็นคนกลางในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างองค์กร และสาธารณชนกลุ่มอื่น ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเรื่องราวและเป้าหมายขององค์กร

- *กลุ่มผู้นำทางความคิด* ซึ่งประกอบด้วยผู้หญิง หรือผู้ชาย ที่กลุ่มเป้าหมายให้ความเคารพ นับถือ ศรัทธา หรือเป็นต้นแบบในการดำเนินการต่าง ๆ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความคิดและการแสดงความคิดเห็นของสาธารณะชนกลุ่มต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งพวกเขาอาจเป็นกลุ่มผู้นำทางความคิดอย่างเป็นทางการ (formal opinion leaders) อาทิ พระ หมอ ครู กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล หรือกลุ่มผู้นำทางความคิดอย่างไม่เป็นทางการ (informal opinion leaders) อาทิ ดารา นักแสดง หรือหัวโจกของกลุ่มต่าง ๆ เป็นต้น โดยคนกลุ่มนี้เป็นต้นแบบ (role models) กับสาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ เนื่องจากพวกเขามักเป็นบุคคลที่สาธารณชนกลุ่มต่าง ๆ ให้ความเคารพนับถือ เชื่อมั่น และศรัทธา

กลุ่มคนกลางและกลุ่มผู้นำทางความคิด เป็นบุคคลที่นักจัดการการสื่อสารจำเป็นต้องให้ความสำคัญ และพยายามทำความเข้าใจเกี่ยวกับมุมมองและท่าทีต่าง ๆ ของพวกเขา เนื่องจากพลังแรงศรัทธาที่คนกลุ่มอื่น ๆ มีต่อพวกเขา ผนวกกับการที่พวกเขามักมีข้อมูลต่าง ๆ อยู่ในมือและมีเครือข่ายในการแพร่กระจายข้อมูลสู่คนกลุ่มอื่น ๆ ทำให้พวกเขาสามารถแพร่กระจายข่าวสารทั้งที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการในลักษณะของปากต่อปาก (words of mouth) หรือข่าวลือ (rumors) ได้อย่างรวดเร็ว คล่องตัว และมีประสิทธิผล

การทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหาในเชิงมุมมองท่าทีและกิจกรรมของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มคนกลาง และกลุ่มผู้นำทางความคิดเห็นดังกล่าวข้างต้น จะช่วยทำให้องค์กรสามารถกำหนดประเด็นปัญหาได้อย่างชัดเจน ตลอดจนช่วยในการวางท่าทีและกำหนดวิธีการในการดำเนินการในลักษณะของการตอบโต้ หรือการหาแนวร่วมได้เป็นอย่างดี

<u>การกำหนดยุทธศาสตร์ในการสื่อสาร</u>

ยุทธศาสตร์ในการสื่อสาร หมายถึง แนวทางหลักต่าง ๆ ที่ทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารได้ ยุทธศาสตร์ในการสื่อสารเป็นแนวทางที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสารขององค์กร ตลอดจนการสะท้อนให้เห็นถึงบทบาท (roles) และจุดยืน (position) ในด้านการสื่อสารขององค์กรที่ชัดเจน

การกำหนดยุทธศาสตร์ในการสื่อสาร จำเป็นต้องดำเนินการอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ (vision) และเป้าหมาย (goal) ขององค์กร ภารกิจ (mission) ขององค์กร เป้าหมายในการสื่อสาร (communication goal) วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร (communication objective) ขององค์กร ตลอดจนสถานการณ์แวดล้อมภายนอก กลุ่มเป้าหมายหลัก และความคุ้มค่าในด้านต่าง ๆ เช่น กำลังคน กำลังเงิน เป็นต้น

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร

ในอดีตแนวคิดการสื่อสารจะเน้นที่การส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร แต่ในปัจจุบันแนวคิดของการสื่อสารจะเน้นที่การรับรู้และสร้างความเข้าใจร่วมกัน ดังที่ โรเจอร์ (Rogers , 1987 : 79) ได้ให้คำนิยามการสื่อสารว่า การสื่อสาร คือกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความหมายร่วมกัน ดังจะเห็นได้ว่าสิ่งที่ช่วยสร้างความเข้าใจให้กับคนในสังคมได้อย่างดีที่สุด คือ กระบวนการสื่อสาร นั่นเอง

เนื่องจากการสื่อสารมีลักษณะเป็นพลวัต (Dynamic) มีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และในแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสารนั้นจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ในแต่ละองค์ประกอบก็ล้วนแต่มีความสำคัญต่อผลของการสื่อสารทั้งสิ้น องค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วย

1. แหล่งสาร
2. สาร
3. ช่องทาง
4. ผู้รับสาร
5. ผลของการสื่อสาร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

องค์ประกอบของการสื่อสาร

1. **แหล่งสาร** การสื่อสารทุกชนิดต้องมีแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร แหล่งสารอาจเป็นคนคนเหนึ่งหรือคนหลายคนที่ทำงานร่วมกันเป็นองค์กร ที่พูด เขียน หรือแสดงกิริยาท่าทางให้บุคคลหรือองค์กรอื่น ซึ่งมีปัจจัยสำคัญอย่างน้อย 4 ประการในตัวของแหล่งสารที่กำหนดความสามารถของแหล่งสารในการสื่อสาร ปัจจัยที่สำคัญเหล่านี้ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้และระดับของสังคมและวัฒนธรรม การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ถ้าหากว่าแหล่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะทั้ง 4 ประการนี้ คล้าย ๆ กัน

แมคไกว์ (Mcguire) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร เกิดขึ้นจากการที่ผู้รับสารยอมรับในเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ปรากฏจริง ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจึงอยู่ที่การยอมรับของผู้รับสารต่อผู้ส่งสารว่ารู้ว่าสิ่งใดถูก และมีสิ่งใดเป็นสิ่งที่โน้มน้าวใจให้รับรู้ หรือกล่าวได้ว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารขึ้นอยู่กับการยอมรับในความชำนาญ (Expertise) และสิ่งที่ประจักษ์ (Objectivity)

2. **สาร** หมายถึง สิ่งเร้าที่แหล่งสารส่งออกไปยังผู้รับสาร ซึ่งหลายลักษณะ เช่นธรรมชาติของสาร (คลื่นเสียงในอากาศ) ลักษณะของสัญญาณที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ เป็นผลผลิตของผู้รับสารในแต่ละเรื่องที่จะสื่อสารกัน จะมีความคิดหลายประการที่ผู้ส่งสารจะเลือกเข้ารหัสก่อนที่จะส่งไปยังผู้รับ ผู้ส่งสารจะต้องเลือกเนื้อสารให้เหมาะกับผู้รับสารรวมทั้งการจัดลำดับความคิดเพื่อให้สามารถเข้าใจได้

3. **ช่องสารหรือสื่อ** เราอาจคิดถึงช่องสารในแง่ของคลื่นแสง คลื่นเสียง หรือสื่อในการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิทรรศการ ฯลฯ ซึ่งให้ข้อคิดเกี่ยวกับช่องสารในลักษณะของประสาทสัมผัสทั้งห้า ดังนั้น จึงเห็น ได้ยิน สัมผัส ลิ้มรส หรือดมกลิ่นสารได้

ในงานวิจัยฉบับนี้ได้แบ่งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารออกเป็น 4 ประเภท คือ

สื่อบุคคล

เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวถึง สื่อบุคคล (Human Media หรือ Personal Media) ไว้ว่าเป็นสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารความรู้ความเข้าใจและความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิมก่อนการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ โดยมี “คำพูด” เป็นพาหนะที่สำคัญที่สุด แม้ว่าในปัจจุบันจะมีการนำคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์การสื่อสารมาใช้ เพื่อช่วยขจัดข้อจำกัดด้านระยะทางและเวลาใน

การสื่อสารระหว่างบุคคล แต่เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยผ่าน “สื่อบุคคล” ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตายังคงมีความสำคัญเสมอ ตราบใดที่มนุษย์ยังอยู่ในสังคม ตราบนั้นย่อมเลี่ยงไม่พ้นที่จะต้องติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง (อ้างใน เกศินี จุฑาวิจิตร 2542 : 108) สื่อบุคคลในสังคม ประกอบด้วย สื่อบุคคลภายในท้องถิ่น (Localite) ได้แก่ ผู้นำความคิดเห็นในท้องถิ่น เช่น ผู้ใหญ่บ้าน ครู พระ แพทย์ ฯลฯ และสื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น (Cosmopolite) ได้แก่ นักพัฒนา หรือพัฒนากร ส่งเสริม ผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ ที่นำแนวคิดใหม่ ๆ หรือนวกรรมไปเผยแพร่ในท้องถิ่น

<u>สื่อเฉพาะกิจ</u>

ปรมะ สตะเวทิน กล่าวถึงสื่อเฉพาะกิจว่า หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ ใบปลิว คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ จดหมายข่าว วีดีทัศน์ เป็นต้น

นอกจากนั้นแล้ว สื่อกิจกรรม เป็นสื่อเฉพาะกิจรูปแบบหนึ่ง เกศินี จุฑาวิจิตร กล่าวถึงสื่อกิจกรรมว่าได้แก่ การจัดนิทรรศการ การจัดประกวด การจัดขบวนแห่ การจัดรถเคลื่อนที่ การจัดสนทนากลุ่ม การจัดรายการพิเศษทางวิทยุ การจัดวันสัปดาห์พิเศษ การพบปะและการประชุม

การพบปะและการประชุม (Meetngs and Conferences) เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่ายได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เช่นการจัดประชุมทางวิชาการ การจัดสัมมนาระหว่างผู้บริหาร การประชุมเชิงปฏิบัติการระหว่างผู้เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ การจัดอบรมให้ความรู้เฉพาะด้านแก่กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ได้รับทราบปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน ได้มีโอกาสสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่างทีมงาน

การจัดแสดงและนิทรรศการ (Displays and Exhibitions) เป็นการจัดแสดงผลงานความก้าวหน้าของโครงการ หรืออาจจะเป็นการจัดแสดงเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การจัดกิจกรรมการแสดงและนิทรรศการที่ดีจะต้องมีความน่าสนใจและเร้าใจให้ผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการที่จะได้เข้ามาสัมผัส ได้พบได้เห็นได้มีส่วนร่วมด้วยตนเอง

การจัดการประกวด (Contest) เป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่าง ๆ ได้มีโอกาสส่งผลลานเข้าร่วม อันจะเป็นการกระตุ้นให้พวกเขาเกิดความตระหนักในปัญหาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การจัดประกวดเรื่องสั้นวันเอดส์โลก กาจัดประกวดเรียงความเรื่อง “รักษ์เรา รักษ์โลก” เป็นต้น

สื่อมวลชน

ปรมะ สตะเวทิน กล่าวถึงสื่อมวลชนว่า หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ภายในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสารและภาพยนตร์

สื่ออื่น ๆ

สื่ออื่น ๆ ที่จะกล่าวถึงในที่นี้คือ หอกระจายข่าว ซึ่ง เกศินี จุฑาวิจิตร ได้กล่าวไว้ว่า หอกระจายข่าวเป็นสื่อที่มีอยู่ในชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วประเทศ หอกระจายข่าวเป็นสื่อที่ชาวบ้านใช้กันเองในหมู่บ้าน ในชุมชนหลายแห่ง ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็คือผู้คนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านนั้นเอง ซึ่งเป็นคนกลุ่มเดียวกันมีวิถีชีวิตคล้ายกัน เช่น ปัญหาจากภัยธรรมชาติ ปัญหาจากแมลงรบกวนพืช เป็นต้น

การสื่อสารด้วยสื่อหอกระจายข่าวจึงเป็นการสื่อสารกับคนเฉพาะกลุ่มที่สามารถระบุจำนวน เพศ อายุ อาชีพ ศาสนา ระดับการศึกษา ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีได้ โดยลักษณะดังกล่าวหอกระจายข่าวจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะใช้สื่อสารภายในชุมชน

4. **ผู้รับสาร** ผู้รับสารอาจเป็นคน ๆ หนึ่ง คนกลุ่มหนึ่ง หรือเป็นองค์กรก็ได้ โดยผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ การที่ผู้รับสารจะรับสารได้ดีแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยในตัวของผู้รับสาร อันได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติความรู้ ระดับของสังคม และวัฒนธรรม

5. **ผลของการสื่อสาร** ผลที่เกิดจากการสื่อสารอาจเป็นไปได้ตั้งแต่ผลในทางลบจนถึงผลในทางบวก หรืออาจเป็นผลในระยะสั้น หรือผลในระยะยาวก็ได้ การสื่อสารอาจจะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสารได้

การสื่อสารหนึ่ง ๆ จะสำเร็จได้ต่อเมื่อ การตีความหมายของสารที่ได้รับของผู้รับสารสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร ผลการสื่อสารจึงอาจเป็นทางด้านความนึกคิดหรือปัญญา (Cognitive or Intellectual) ด้านอารมณ์และความรู้สึก (Affctive) และด้านพฤติกรรมหรือการกระทำ (Behavioral)

<u>รูปแบบของการสื่อสาร</u>

มีการจำแนกรูปแบบของการสื่อสารในหลายลักษณะ ตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาแตกต่างกันไป ในที่นี้จะกล่าวถึงรูปแบบการสื่อสาร 3 ลักษณะ คือ

1. การสื่อสารทางเดียว (One Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร มีลักษณะเป็นเส้นตรง ไม่มีการย้อนกลับหรือดูปฏิกิริยาของผู้รับสารไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยแสดงความคิดเห็น โดยทั่วไปการติดต่อสื่อสารแบบนี้จะเป็นไปในรูปของนโยบายคำสั่งของผู้บริหารหรือผู้นำ เช่น การเสนอข่าวสาร วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

2. การสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารที่ผู้รับสารมีการตอบสนอง (Response) และมีการย้อนกลับ (Feedback) มายังผู้ส่งสารหรืออีกนัยหนึ่งการสื่อสารสองทางคือ กระบวนการสื่อสารที่คำนึงถึงปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งก็คือ ข่าวสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารใช้ติดต่อระหว่างกัน บุคคลที่กำลังส่งสารกันนั้น ต่างแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบ (Interact) กับสาร แทนที่จะเป็นเพียงผู้รับอย่างเดียว การติดต่อสื่อสารแบบสองทางเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีโอกาสไต่ถาม แสดงความคิดเห็น เป็นการโต้ตอบและเป็นการลดช่องว่างในการสื่อสารได้ดี

ฮารล์โรลด์ เจ ลีวิต (Harold J.Leavitt , 1964:143) ได้กล่าวถึงการทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางเดียวกับสองทาง พบว่าการสื่อสารทางเดียวเหมาะกับสถานการณ์ที่ผู้ส่งสารคนใดคนหนึ่งเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่จะทำการสื่อสารนั้นมากกว่า การสื่อสารทางเดียวรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทางการสื่อสารสองทางสามารถสร้างความมั่นใจแก่ผู้รับสารมากกว่าการสื่อสารทางเดียว การสื่อสารสองทางมีความถูกต้องแม่นยำกว่าการสื่อสารทางเดียว แต่ก็มักมีการรบกวนและยุ่งเหยิงมากกว่า

3. จำแนกตามลักษณะการใช้ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการสื่อสารซึ่งเกิดปฏิสัมพันธ์ในโครงสร้างที่มีแบบแผนกำหนดไว้อย่างแน่นอน ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงบทบาทและหน้าที่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นสำคัญ ตามแบบแผนที่ได้กำหนดไว้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศแจ้งนโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

1.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นเอง มักเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งทิศทางการไหลของข่าวสารจะไม่สามารถคาดคะเนได้ และการไหลของข่าวสารตามช่องทางการสื่อสารจะเป็นไปได้อย่างรวดเร็วกว่าช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการ

การสื่อสารภายในชุมชนกับการพัฒนาชุมชน

การสื่อสารภายในชุมชน เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนพลังภายในชุมชนให้เป็นชุมชนที่เข้มแข็งได้ ซึ่งในการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งในการพัฒนาชุมชน นอกจากนี้ปฏิบัติการทางการสื่อสารระหว่างคนภายในชุมชน (Communication practices) จะนำมาซึ่งการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่าเดิมของชุมชน ประกอบด้วยแนวคิด 2 แนวคิด คือ

1. การสร้างความหมายของชุมชน (meaning-making)

เดวิสและเจซินสกีส์ (Davis and Jasinski ,1993) อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ , กิตติ กันภัย , และปาริชาต สถาปิตานนท์ สโรบล (2543) อาศัยแนวการศึกษา “กลุ่ม” (group approach) เพื่อนิยามคำว่า “meaning making” ว่าได้แก่ เป้าหมายร่วม (common goals) ของชุมชนที่สังเกตได้จากการกระทำกิจกรรม 4 ลักษณะคือ

- การสร้างวิสัยทัศน์ร่วม (shared vision)
- การร่างการรับรู้สาธารณะ (shape public perception)
- การจัดการทรัพยากร (manage material resources)
- การสร้างกฎเกณฑ์ที่ชอบธรรม (establish legitimacy)

2. การสร้างกรอบความเข้าใจใหม่ (reframing) การสร้างกรอบความเข้าใจหรือความคิดใหม่ของคนภายในชุมชนที่มีต่อสังคมและอัตลักษณ์ของชุมชนเอง เมื่อต้องการเปลี่ยนแปลงผลจากสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่ชุมชนกำลังประสบอยู่ โดยผ่านปฏิบัติการทางภาษาที่มีลักษณะเป็น “พลวัต” (dynamic)

เจอร์เก็น ฮาร์เบอร์มาส (Juergen Habermas , 1984) นักคิดชาวเยอรมัน อธิบายคำว่า ปฏิบัติทางการสื่อสาร (Communicative Action) ต่างไปจาก เดวิส (Davis) และ เจซินสกีส์ (Jasinski) โดยสรุปว่าปฏิบัติการทางการสื่อสาร เป็นหัวใจของการสร้างพันธะทางสังคม (Social bounds) ที่จะนำไปสู่การกระทำร่วมกันภายในกลุ่ม / ชุมชน (collective action) การสื่อสารเป็นเสมือนสายใยซึ่งโยงความเข้าใจและทัศนะร่วมกันของสมาชิกในชุมชนเข้าด้วยกัน โดยยึดเอาผลประโยชน์และความสนใจส่วนตัวเป็นหลัก และประสานการทำงานกับคน

อื่น ๆ เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันองทั้งชุมชน แนวคิดดังกล่าว สามารถนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างชุมชนที่แตกสลายให้กลับเป็นชุมชนที่เข้มแข็งได้อีกครั้ง โดยการสร้าง communicative action ขึ้นภายในชุมชน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยคนนอก (outsider) และคนใน (insider) อาจให้ผลในแง่ “ความแรง” ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ระดับปัจเจกบุคคลซึ่งเป็นหน่วยย่อยที่สุดที่ประกอบขึ้นเป็นกลุ่ม / ชุมชน ประเด็นที่น่าศึกษาคือ ที่มาของความรู้สึกผูกพันจนเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนของปัจเจกบุคคล (individuals’s ties) ที่สามารถพัฒนาสู่ความเป็นชุมชนเข้มแข็ง

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม

Everett M.Roger (อ้างใน พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ 2547: 19) ได้สรุปทฤษฎีการแพร่กระจายไว้ว่าหลักการของทฤษฎีนี้ การจะทำให้การสื่อสารนวัตกรรมได้ผลจะต้องเข้าใจถึงปัจจัยสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังต้องเข้าใจคุณลักษณะที่สำคัญของนวัตกรรม ที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. ความได้เปรียบเชิงเทียบ (Relative advantage) คือ การที่ผู้รับนวัตกรรมคิดว่านวัตกรรมดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าความคิดเก่า สิ่งเก่าหรือวิธีปฏิบัติเก่าที่นวัตกรรมถูกนำมาใช้แทน ความได้เปรียบหรือผลประโยชน์ในลักษณะของรูปธรรมไม่ใช่สิ่งที่สำคัญที่สุด สิ่งที่สำคัญกว่าก็คือ การที่บุคคลเห็นว่าหรือรู้สึกว่านวัตกรรมเป็นสิ่งที่มีคุณค่า มีประโยชน์มากเพียงใดโอกาสที่นวัตกรรมนั้นจะถูกยอมรับก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

2. ความเข้ากันได้หรือไปด้วยกันได้ (Compatibility) คือการที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกหรือคิดว่านวัตกรรมนั้นไปด้วยกันได้หรือเข้ากันได้กับค่านิยม ประสบการณ์ในอดีต ตลอดจนความต้องการของผู้รับความคิดใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่ที่เข้ากันกับค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคมในปัจจุบันไม่ได้จะไม่ถูกยอมรับในระยะเวลาที่รวดเร็วเหมือนกับนวัตกรรมที่เข้ากันได้กับค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม

3. ความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน (Complexity) คือการที่ผู้รับนวัตกรรมเห็นว่าหรือรู้สึกว่านวัตกรรมนั้นยากแก่การนำไปใช้ นวัตกรรมบางอย่างเป็นเรื่องที่เข้ากันได้ทันที บางอย่างก็ยุ่งยากซับซ้อนยากแก่การเข้าใจและต้องใช้เวลาจึงจะเกิดการยอมรับนวัตกรรมที่ใช้ความเข้าใจเพียงเล็กน้อยเพื่อที่จะสามารถใช้มันได้ จะถูกยอมรับและนำไปใช้ได้รวดเร็วกว่านวัตกรรมที่เข้าใจได้ยาก

4. ความสามารถในการที่จะนำไปทดลองใช้ได้ (Trialability) คือการที่ผู้รับนวัตกรรมสามารถนำนวัตกรรมไปทดลองใช้ในปริมาณไม่มากได้ หรือการที่นวัตกรรมนั้นสามารถถูกแบ่งเป็นส่วน ๆ เพื่อไปทดลองใช้ในปริมาณจำกัดได้จะถูกยอมรับได้เร็วกว่านวัตกรรมที่ไม่สามารถแบ่งแยกเป็นส่วนเล็ก ๆ ได้

5. ความสามารถสังเกตได้ (Observability) คือ สิ่งที่สามารถมองเห็นได้โดยสมาชิกภายในระบบสังคมยิ่งสมาชิกในระบบสังคมสามารถมองเห็นผลของนวัตกรรมได้ง่ายเพียงใด นวัตกรรมนั้นก็จะถูกยอมรับได้ง่ายเพียงนั้น

นอกจากนี้ Everett M.Roger (อ้างใน พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ 2547: 20) ได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรมของบุคคลต่าง ๆ ออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นความรู้ (knowledge) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม โดยเมื่อบุคคลได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรม บุคคลอาจกระตือรือร้น (active) ในการแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาจากแหล่งสารต่าง ๆ อาทิ สื่อมวลชน ผู้นำทางความคิด ในขณะที่บุคคลบางกลุ่มอาจไม่กระตือรือร้น (passive) โดยได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ด้วยความบังเอิญ หรือเนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้เผยแพร่ข่าวสาร

2. ขั้นโน้มน้าวใจ (persuasion) สิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลในช่วงเวลานี้ ได้แก่ การที่บุคคลเริ่มมีความคิดเห็นหรือมีการเปรียบเทียบนวัตกรรมทั้งในด้านผลดีและผลเสีย โดยในช่วงเวลานี้ผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่นวัตกรรมจะต้องพยายามให้ข้อมูลเพื่อทำให้บุคคลเกิดความสนใจนวัตกรรม และมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม

3. ขั้นตัดสินใจ (decision) เป็นขั้นตอนที่บุคคลประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของตนและคนใกล้ชิดเกี่ยวกับนวัตกรรม ทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้หากมีการยอมรับนวัตกรรม เป็นต้น

4. ขั้นลงมือปฏิบัติ (implementation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะเริ่มนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้หรือทดลองใช้ ในขั้นนี้ข้อมูลข่าวสารจะมีบทบาทสำคัญมากต่อการรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรมต่อบุคคล ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม เป็นต้น โดยข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการยืนยันใช้นวัตกรรมต่อไป

5. ขั้นการยืนยัน (confirmation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อยืนยันความคิดที่ว่า “ตนสมควรรับนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง” โดยในขั้นตอนนี้บุคคลที่เคยปฏิเสธนวัตกรรมอาจเปลี่ยนใจกลับมารับนวัตกรรมนั้น ในขณะเดียวกับบุคคลที่รับนวัตกรรมไปแล้ว อาจเกิดการลังเลสับสน หรือตัดสินใจยุติการรับนวัตกรรมนั้นก็ได้ หากได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมในด้านไม่ดี

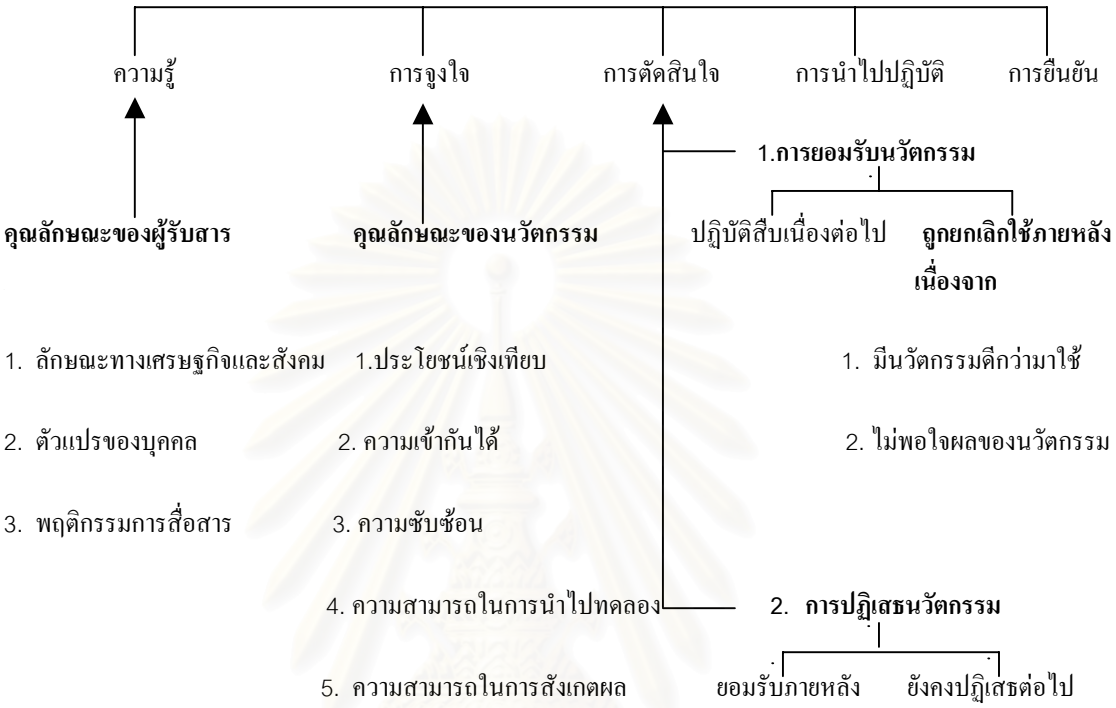
จากการทดลองวิจัยของกระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกา (อ้างใน พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ 2547: 21) ค้นพบว่าการยอมรับในการปลูกข้าวพันธุ์ใหม่ของชาวนามี 5 ขั้นตอน ซึ่งขั้นที่ 2 – 5 แตกต่างจากขั้นตอนข้างต้นและได้แสดงว่ามีการสื่อสารประเภทต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทเกี่ยวข้องในแต่ละขั้นตอนตามตารางต่อไปนี้

ขั้นรับรู้	ขั้นสนใจ	ขั้นประเมินผล	ขั้นทดลอง	ขั้นยอมรับ
ลำดับความสำคัญ	ลำดับความสำคัญ	ลำดับความสำคัญ	ลำดับความสำคัญ	ลำดับความสำคัญ
1. สื่อมวลชน	1. สื่อมวลชน	1. กลุ่มเพื่อนฝูง	1. กลุ่มเพื่อนฝูง	ประสบการณ์ส่วนบุคคล
2. กลุ่มเพื่อนฝูง	2. กลุ่มเพื่อนฝูง	2. หน่วยงานทางการเกษตร	2. หน่วยงานทางการเกษตร	1. กลุ่มเพื่อนฝูง
3. หน่วยงานทางการเกษตร	3. หน่วยงานทางการเกษตร	3. ตัวแทนจำหน่าย	3. ตัวแทนจำหน่าย	2. หน่วยงานทางการเกษตร
4. ตัวแทนจำหน่าย	4. ตัวแทนจำหน่ายและพนักงาน	4. สื่อมวลชน	4. สื่อมวลชน	3. สื่อมวลชน
				4. ตัวแทนจำหน่าย

แผนภาพที่ 2 ขั้นตอนการยอมรับการปลูกข้าวพันธุ์ใหม่ของชาวนา

<u>กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม</u>

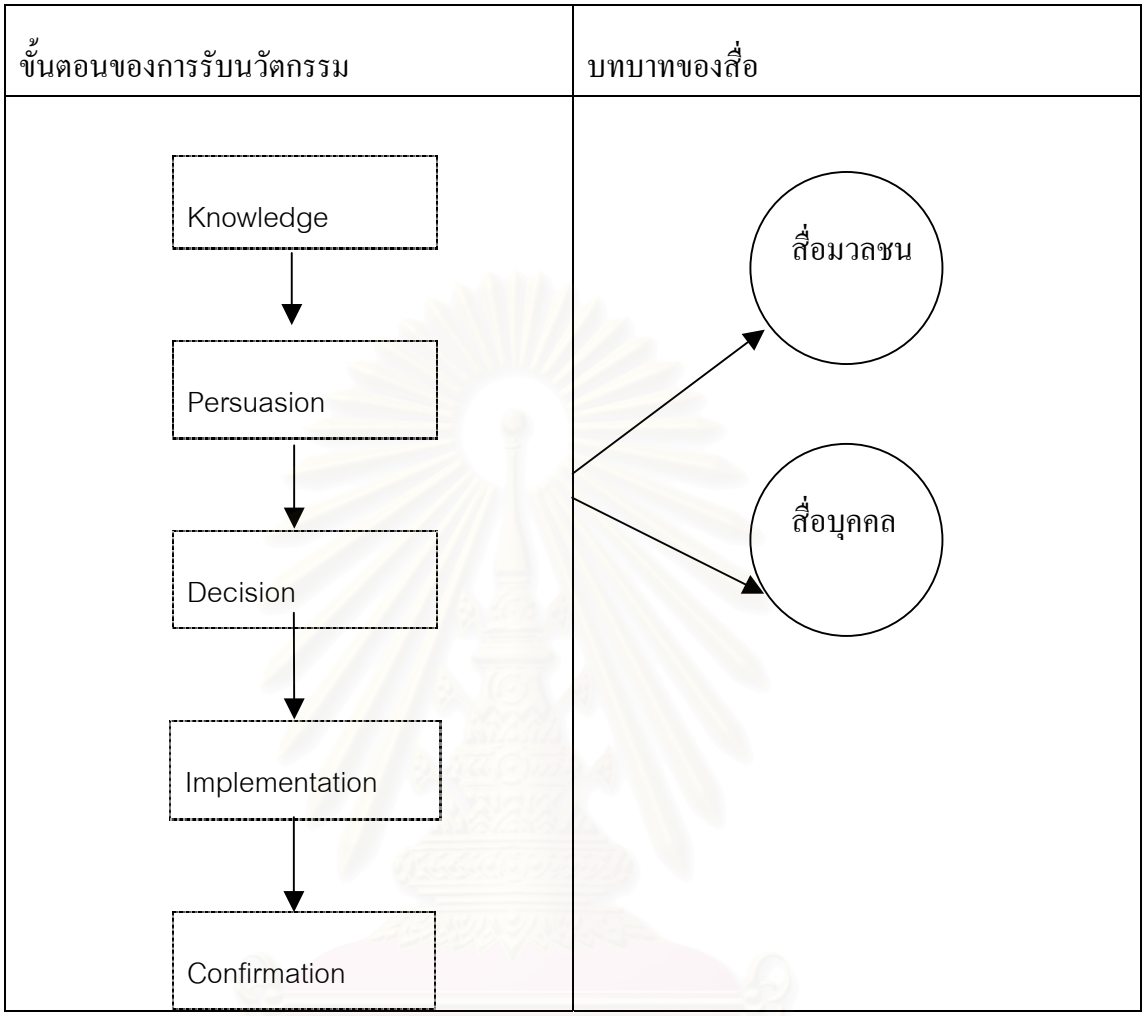
ช่องทางการสื่อสาร



ที่มา Rogers and Shoemaker 1971 : 168

แผนภาพที่ 3 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

นอกจากนี้ Rogers (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพและคณะ 2542 : 16) ได้เสนอว่า ลำพังการถ่ายทอดแนวคิดใหม่ ๆ จากสื่อมวลชนตรงไปยังประชาชนนั้นไม่สามารถจะรับประกันผลสำเร็จได้หากจำเป็นต้องใช้แบบจำลองสองจังหวะ (Two-Step Flow of Information) กล่าวคือ ต้องจัดให้ข่าวสารไหลจากสื่อมวลชนไปยังกลุ่มผู้นำความคิดในชุมชน (Opinion Leaders) เป็นจังหวะแรก จากนั้นจึงเป็นการไหลจังหวะที่สองจากกลุ่มผู้นำความคิดไปยังมวลชนอีกทอดหนึ่ง ความจำเป็นที่ต้องใช้แหล่งข่าวสาร 2 ชนิดนั้น เนื่องจากแหล่งข่าวสารแต่ละอย่างทำหน้าที่ได้เฉพาะตัว เช่น สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ได้เพียงถ่ายทอดและโน้มน้าวด้วยข้อมูลเท่านั้น แต่ในขั้นตอนการตัดสินใจลงมือปฏิบัติหรือการใช้นวัตกรรมนั้นต่อเนื่องไปอย่างถาวรยาวนานจำเป็นต้องอาศัยคำแนะนำและการสนับสนุนจากสื่อบุคคลที่เป็นกลุ่มผู้นำในท้องถิ่นเอง ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 4 กระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมโดยผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

แนวคิดเรื่องการเจรจาต่อรอง

Dean และ Peter (1993 : 4) ได้ระบุถึงวิธีการเจรจาต่อรอง สามารถกระทำได้ใน 3 รูปแบบ คือ

1. การเจรจาแก้ปัญหา โดยการตกลงร่วมกัน ซึ่งจะมีฝ่ายที่เป็นกลางมาร่วม ในการตัดสินใจด้วย
2. การเจรจาแก้ปัญหา โดยให้ฝ่ายที่เป็นกลางเป็นผู้ตัดสินใจ
3. การเจรจาแก้ปัญหา โดยทั้ง 2 ฝ่ายที่ขัดแย้งกันมาทำความตกลงร่วมกัน

การเจรจาต่อรองแก้ไขปัญหาเป็นกระบวนการทางด้านข่าวสารข้อมูล ที่ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของการเสนอ และการรับคำเสนอเท่านั้น ข้อมูลก็มีความสำคัญอย่างยิ่งการเจรจาต่อรองแก้ไขปัญหาจะต้องประกอบไปด้วย จุดยืน ความจำเป็น ผลประโยชน์ รวมทั้งเป้าหมายของแต่ละฝ่าย และผู้ที่มีหน้าที่เจรจาต่อรองจะเป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ และยุทธวิธีที่ใช้ (วีรจิต กลัมพะสุต , 2540:1)

ซึ่งกลยุทธ์ในการเจรจาต่อรองจะมีทั้งหมด 4 กลยุทธ์ด้วยกัน (Judith Dwyer , 1999:84)

1. ยุทธวิธีแบบ ชนะ – ชนะ การแก้ไขปัญหาความขัดแย้งวิธีนี้ คือ การที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็ได้ตามจุดประสงค์ที่ตนเองต้องการ โดยวิธีร่วมมือกันแก้ปัญหา และพยายามหาวิธีการที่จะสามารถช่วยให้ทั้งสองฝ่ายได้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งการแก้ปัญหาแบบนี้ ผลสำเร็จ ได้แก่ ทั้งสองฝ่ายไม่มีฝ่ายใดแพ้ฝ่ายใดชนะ ดังนั้นการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล และการรับฟังกันจะช่วยทำให้กลยุทธ์แบบ ชนะ – ชนะ บรรลุผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น

2. ยุทธวิธีแบบ ชนะ – แพ้ การเจรจาแบบนี้ คือ การที่ต่างฝ่ายต่างจะเอาชนะกัน และมักจะยุติลงที่ฝ่ายหนึ่งเป็นฝ่ายชนะ อีกฝ่ายเป็นฝ่ายแพ้ ซึ่งผู้ที่ใช้วิธีการเจรจาต่อรองแบบนี้มักจะแสดงความมีอำนาจเหนือกว่าอีกฝ่ายในการเจรจา

3. ยุทธวิธีแบบ แพ้ – ชนะ การเจรจาแบบนี้ ฝ่ายหนึ่งจะได้ อีกฝ่ายจะเสีย เช่นเดียวกันกับแบบชนะ – แพ้ แต่ในกรณีนี้คือ ฝ่ายหนึ่งจะแสดงท่าทีในการถอนตัวจากการเจรจาทำให้อีกฝ่ายหนึ่งได้ผลประโยชน์ไป

4. ยุทธวิธีแบบ แพ้ – แพ้ การแก้ปัญหาความขัดแย้งวิธีนี้คือการที่ทั้งสองฝ่ายต่างก็ไม่ได้ตามที่ตนต้องการ หรือแต่ละฝ่ายได้ส่วนที่ตนเองต้องการกันข้างละนิด การแก้ไขปัญหาแบบนี้มักจะใช้วิธีออมชอมกัน หรือไม่ก็อาจหาคนกลางช่วยตัดสินให้

การแก้ปัญหาที่มักจะใช้ หรือพบกันบ่อยๆ คือ แบบแพ้ – ชนะ และแบบแพ้ – แพ้ แต่ผลของการทดสอบ และค้นคว้าวิจัยในยุคใหม่ ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ให้ความเห็น และยืนยันว่าแบบชนะ – ชนะ เป็นการเจรจาที่มักจะได้ผล และสร้างความพอใจให้กับทั้ง 2 ฝ่ายมากที่สุด ดังนั้นวิธีการเจรจาแบบนี้จึงเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุดในการเจรจา เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคม

การต่อรองของชาวนาในรูปแบบที่หลากหลาย

ในงานวิจัยของ สุพิตา เริงจิต (2534) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องอุดมการณ์ของชาวนาในการต่อรอง โดยศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์ผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ในเขตพื้นที่อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของชาวนามีหลายรูปแบบ แตกต่างออกไปตามเงื่อนไขของสภาวะแวดล้อม และเงื่อนไขส่วนตัวของชาวนา ตั้งแต่รูปแบบการต่อรองแบบไม่เปิดเผย เช่นการพูดลับหลัง การปรับทุกข์ระหว่างกัน และการต่อรองแบบเปิดเผย แต่เป็นการต่อรองส่วนตัว คือการไม่ให้ความร่วมมือในการรวบรวมผลผลิต และการต่อรองแบบกลุ่มแต่ไม่เปิดเผย เพื่อร่วมกันสนับสนุนพ่อค้ากลุ่มใหญ่ที่คาดว่าจะให้ผลประโยชน์กับชาวสวนมากกว่าขึ้นมาบริหาร สหกรณ์ และรูปแบบการต่อรองแบบกลุ่มโดยเปิดเผย ซึ่งเป็นการต่อรองที่ก้าวหน้ามากที่สุดและเกิดผลของการต่อรองมากที่สุด และส่งผลกระทบกว้างที่สุดต่อกลุ่มชาวนา แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าการต่อรองในรูปแบบอื่นไม่สำคัญ การต่อรองทุกรูปแบบล้วนสะท้อนให้เห็นความไม่พอใจในสภาวะที่เป็นอยู่ของชาวนา และการต่อรองเล็ก ๆ น้อย ๆ ในชีวิตประจำวันเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการต่อรองที่ก้าวหน้ากว่านั้น เพราะมันช่วยยกระดับจิตสำนึกของชาวนาและสร้างความรู้สึกร่วมในกลุ่มของชาวนา เช่นเดียวกันกับการต่อรองแบบกลุ่ม นอกเหนือจากผลประโยชน์ทางวัตถุโดยตรงที่จะได้รับจากการต่อรองแล้ว

ปัญหาสำคัญของการต่อรองของชาวนาคือ มีลักษณะขาดความต่อเนื่อง และรวมตัวกันต่อรองกับปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อได้รับความพอใจระดับหนึ่งหลังการต่อรองระยะหนึ่ง กลุ่มชาวนาก็แตกสลายไปเพื่อกลับสู่การผลิต และการหาทางออกส่วนตัวอีกครั้ง ยังไม่ได้แก้ปัญหาถึงต้นเหตุที่จะต่อรองกับกลุ่มอื่น เช่น รัฐ พ่อค้าในสหกรณ์ ให้ได้ผลประโยชน์จากการผลิตของตนมากขึ้น

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุญธรรม คำพอ (2520) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างผู้ยอมรับกับผู้ไม่ยอมรับนวกรรม วิทยาการเกษตรแผนใหม่ ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตโครงการมูลนิธิบูรณะชนบท พบว่าเกษตรกรที่มีการศึกษาสูงกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 อ่านออกเขียนได้ดีมาก รับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน และมีการติดต่อกับบุคคลต่าง ๆ มากกว่า เป็นผู้ที่ยอมรับนวกรรมมากกว่าเกษตรกรที่จบการศึกษาต่ำกว่าชั้นประถมปีที่ 4 ซึ่งมีการรับรู้ข่าวสารและการติดต่อกับบุคคลน้อย จึงเห็นได้จากการศึกษานี้ว่า การมีระดับการศึกษามากกว่ามีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวกรรม

วีรวรรณ กาญจนรังสี (2520) ศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับข้าวพันธุ์ปรับปรุงใหม่ของเกษตรกร ในอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรที่ปลูกข้าวพันธุ์ใหม่มีจำนวนเพียงเล็กน้อย ส่วนใหญ่ปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองหรือพันธุ์ที่รัฐบาลเลิกส่งเสริมแล้ว เหตุผลที่ปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองเพราะ ปลูกตามบรรพบุรุษที่เคยปลูกมานานแล้ว บริโภคอร่อย และได้รับคำแนะนำจากผู้อื่นตามลำดับ เกษตรกรส่วนใหญ่ทราบว่ามีพันธุ์ข้าวที่รัฐบาลส่งเสริมอยู่หลายพันธุ์ โดยได้รับความรู้จากเพื่อนบ้านมากที่สุด รองลงมาได้แก่ วิทยุ กำนันผู้ใหญ่บ้าน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตามลำดับ

ยุพดี ชัยภักดิ์ (2523) ได้ศึกษาบทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับฝ้ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า สื่อบุคคลมีบทบาทในการยอมรับ นวกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมมากที่สุด โดยมีสื่อการประชุมอบรม สื่อมวลชน สื่อการทำไร่สาธิต มีบทบาทต่อการยอมรับนวกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมรองลงมาตามลำดับ และพบว่าการรับนวกรรมเร็วหรือช้าไม่มีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติทางด้านการศึกษา ความเป็นผู้นำ ความเป็นคนทันสมัย และการติดต่อสื่อสาร แต่มีความสัมพันธ์อยู่บ้างกับคุณสมบัติทางเศรษฐกิจ คือ กลุ่มผู้รับนวกรรมจะมีฐานะทางเศรษฐกิจสูงกว่าผู้รับนวกรรมช้า

หัสชัย พร้าโมต (2523) ได้ศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกรในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า สาเหตุบางประการที่เกษตรกรยอมรับการปลูกพืชดังกล่าว คือ การปลูกตามเพื่อนบ้าน ส่วนแหล่งความรู้ในการปลูกพืชในฤดูแล้ง การใช้ยา และการใช้ปุ๋ยส่วนใหญ่ได้จากเพื่อนบ้าน บรรพบุรุษ และพ่อค้าตามลำดับ

พรพิมล วรดิลก (2524) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกรในท้องที่กิ่งอำเภอพะโต๊ะ จ.ชุมพร ผลการศึกษาปรากฏว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อการยอมรับแตกต่างกันไป คือ สื่อบุคคล (เพื่อนบ้าน) มีผลต่อการยอมรับมากที่สุด และยังเป็นสื่อที่ให้ข่าวสาร เพิ่มหลังจากการปลูกกาแฟมากที่สุดด้วย สื่อเฉพาะกิจรองลงมา ส่วนสื่อมวลชนไม่มีผลต่อการยอมรับเลย

กัลยา หวังวิศิษฎ์ (2526) ได้ศึกษาเรื่องการยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ พบว่า เกษตรกรที่ยอมรับวิธีทำนาหว่านน้ำตามแผนใหม่ส่วนใหญ่เปิดรับสารจากสื่อมวลชนมากกว่าเกษตรกรที่ไม่ยอมรับ โดยเปิดรับข่าวสารจากวิทยุมากที่สุด ขณะเดียวกันก็เปิดรับสารจากผู้ใกล้ชิด และเจ้าหน้าที่เกษตรมากด้วยเช่นกัน

สุมน อยู่สิน (2527) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารและการผสมกลมกลืนเข้ากับวัฒนธรรมไทย ศึกษาเฉพาะกรณีชาวจีนในเขตเทศบาล นครเชียงใหม่ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับสื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และหนังสือพิมพ์ มีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติและการปฏิบัติตามวัฒนธรรมไทยแตกต่างกัน

สุมาลี อารยางกูล (2528) ศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างปลอดภัยของเกษตรกร อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสงคราม พบว่า การเปิดรับสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติในการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชอย่างปลอดภัย

นภา ชมไพบูลย์ (2530) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบทของกลุ่มเกษตรกรโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาบทบาทและประสิทธิภาพของกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาชนบท ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรในการพัฒนาชนบท ผลการวิจัยพบว่า การที่กลุ่มสามารถดำรงอยู่และมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องนั้น เป็นผลมาจากปัจจัยภายในอันเกิดจากสายสัมพันธ์ภายในกลุ่มที่มุ่งหวังที่จะแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยเฉพาะผู้นำมีบทบาทมาก ประกอบกับปัจจัยภายนอกได้แก่ ความสัมพันธ์ของกลุ่มเกษตรด้วยกัน การสนับสนุนองค์กรเอกชนและสถาบันการศึกษาที่มีส่วนในการส่งเสริมบางประการ อันเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความพยายามมากยิ่งขึ้น เป้าหมายประสิทธิภาพและเป้าหมายการมีส่วนร่วมของกลุ่ม มีการขัดแย้งอยู่บ้างควรมีการทำความเข้าใจในการศึกษามากขึ้น ทั้งนี้ตองคำนึงถึงพัฒนาการแต่ละช่วงของกลุ่มเกษตรกรและควรมีการศึกษาให้มีลักษณะเชิงประวัติศาสตร์มากยิ่งขึ้น

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2533) ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชน ตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชนโดยศึกษาเฉพาะกรณี อ.นครหลวง จ.พระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชนและจากการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน

เวทินี สตะเวทิน (2542) ศึกษาเรื่องการสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู โดยศึกษาเกี่ยวกับ พัฒนาการของประชาคมบางลำพู ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการก่อตัวของประชาคมบางลำพู กลไกการสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู พบว่า พัฒนาการของประชาคมบางลำพูแบ่งเป็น 4 ระยะ คือ ระยะเรียนรู้ ระยะปรับกระบวนการ ระยะเผชิญปัญหา และระยะแสวงหาทางออก ส่วนปัจจัยทีเกื้อหนุนต่อการก่อตัวของประชาคมบางลำพู ประกอบด้วย 5 ปัจจัย

คือ แนวคิดของบุคคลในการเข้าร่วม ความผูกพันของคนดั้งเดิมในพื้นที่ ลักษณะของแกนนำริเริ่มในการก่อตัว ลักษณะเครือข่ายการสื่อสารในการก่อตัว และการกระตุ้นจากบุคคลภายนอก ในด้านของกลไกการสื่อสารนั้นได้วิเคราะห์จากกิจกรรมเชิงรุกและกิจกรรมในเชิงปกป้องผลประโยชน์ของชุมชน พบว่า กิจกรรมเชิงรุก กลไกในการสื่อสารภายในแกนนำประชาคม ได้แก่ การประชุม การไปมาหาสู่ กลไกการสื่อสารระหว่างแกนนำกับประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ การติดประกาศชุมชน ใบปลิว รถกระจายเสียง การใช้กลไกกรรมการชุมชน เสียงสะท้อนจากชุมชน ส่วนกิจกรรมในเชิงปกป้องผลประโยชน์ของชุมชน กลไกการสื่อสารภายในแกนนำประชาคม ได้แก่ การประชุมระดมสมอง การพูดคุยกัน กลไกการสื่อสารระหว่างแกนนำประชาคมกับประชาชนในพื้นที่ เช่น การแจกแบบสอบถาม การจัดกิจกรรม กลไกการสื่อสารระหว่างแกนนำประชาคมกับบุคคลภายนอก ได้แก่ การยื่นจดหมายถึงผู้เกี่ยวข้อง การส่งข่าวให้สื่อมวลชน การประชุมเพื่อขอความร่วมมือ การประชุมเพื่อต่อรอง

โสจิวัจน์ บุญประดิษฐ์ (2543) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร โดยงานวิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ของชาวชุมชนบ้านครัว ลักษณะและปัจจัยที่ชาวชุมชนแสดงออกถึงความรู้สึกผูกพัน ความรู้สึกติดถิ่น และผสานความร่วมมือภายในชุมชน กลยุทธ์การสื่อสารของแกนนำชุมชนในการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้น ในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและการกระจายจราจร ผลการวิจัยพบว่า ปฏิสัมพันธ์ของชาวชุมชนเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีลักษณะสองทาง แบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับบุคคล ได้แก่ การทักทาย การพูดคุย ระดับกลุ่ม ได้แก่ การประชุม การพูดคุยของคนกลุ่มต่าง ๆ ระดับชุมชน เป็นการสื่อสารระหว่างกลุ่มหลาย ๆ กลุ่มที่มีความซับซ้อนกัน กลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนนั้นสิ่งสำคัญที่สุดคือ การสื่อสารภายในชุมชน ซึ่งเกิดจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นภายในชุมชน โดยใช้ “กิจกรรม” ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการดึงคนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ การใช้หลักศาสนาในการสร้างความสามัคคีของคนในชุมชน และการใช้คนนอก ได้แก่ นักวิชาการและสื่อมวลชน ช่วยเผยแพร่เรื่องราวของชุมชนให้เป็นที่แพร่หลาย

งานวิจัยต่างประเทศ

พี.เอ็ม ซิงกิ (P.M. Shingi , 1962) ได้เสนอวิธีการสำหรับการเข้าถึงเกษตรกรระดับท้องถิ่นอย่างตรงเป้าหมายที่สุด โดยให้ผ่านทางผู้นำความคิดเห็นซึ่งก็คือ สื่อบุคคล และจอห์น บาล์โคม (John Balcomb) ได้แสดงเหตุผลของความล้มเหลวของโครงการพัฒนาว่าเกิดจากการสื่อสารพิการ (Poor Coomunication) การให้ความช่วยเหลือด้านโสตทัศนูปกรณ์ที่ผลิต

มาจากศูนย์กลางมักจะไม่เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น บาร์โคม (Balcomb) เน้นว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาต้องการกระบวนการสองทาง (Two-way Process) หมายถึง การสนทนา (Dialogue) ซึ่งดีกว่าการโหมโฆษณา (Advertising Campaign)

ซิงห์ (Singh , 1967 : 36) ได้ศึกษาถึงการยอมรับปุ๋ยไนโตรเจนของเกษตรกรในประเทศอินเดีย พบว่า ตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับปุ๋ยไนโตรเจน ได้แก่ รายได้ ขนาดของที่ดิน และการมีส่วนร่วมในสังคม นอกจานี้ยังมีปัจจัยด้านการสื่อสารมาเกี่ยวข้องด้วยคือ การเดินทางเข้าไปในเมือง การสื่อสารระหว่างบุคคล การเปิดรับสื่อต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับปุ๋ยไนโตรเจน

ฟลิเกลและคิวลิน (Fligel and Kivlin , 1968) ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการยอมรับ นวกรรมของเกษตรกรในสหรัฐ ซึ่งทำการเกษตรเพื่อการค้าว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์คือประโยชน์เชิงเทียบในทางเศรษฐกิจ โดยชี้ให้เห็นว่านวกรรมที่ผู้ยอมรับจะได้ผลประโยชน์มากที่สุด เสี่ยงน้อยที่สุดและมีความไม่แน่นอนน้อยที่สุด น่าจะถูกยอมรับได้รวดเร็วที่สุดและยังชี้ให้เห็นว่า สำหรับเกษตรกรรายย่อยนั้น การลดความยุ่งยากของนวกรรมซึ่งถือว่ามีประโยชน์เชิงเทียบอย่างหนึ่งนั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราการยอมรับนวกรรมมากกว่าผลกำไรทางเศรษฐกิจ

โรเจอร์ส และ เมเนน (Rogers & Maynen ,1969) ได้วิจัยถึงความสัมฤทธิ์ผลในการ เผยแพร่วิทยาการใหม่ ๆ ในประเทศโคลัมเบีย และได้ค้นพบว่า ในการเผยแพร่นั้น สื่อบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวกรรม

คาสติลโล (Castillo , 1979) ได้สรุปผลงานของผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Channal) และแหล่งความรู้ทางการเกษตร ที่เกษตรกรได้รับแหล่งข่าวที่เป็นตัวบุคคลสำคัญที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม เพื่อนบ้าน และญาติ นอกจากนี้เขายังพบว่าเกษตรกรที่ไม่ได้รับการส่งเสริมโดยตรงจากเจ้าหน้าที่ ส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารจากวิทยุมากที่สุด และเป็นที่นิยมของเกษตรกรมากกว่าเอกสารหรือหนังสือพิมพ์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่าในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหรือการยอมรับการทำการเกษตรในรูปแบบใหม่นั้นโดยส่วนใหญ่มีการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารระหว่างบุคคล และสื่อมวลชน โดยในสื่อมวลชน วิทยุจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวกรรมของชาวชุมชนโดยเฉพาะในชนบทเป็นอย่างมาก ซึ่งรูปแบบในการสื่อสาร ตลอดจนการทำการเกษตรในรูปแบบใหม่หรือการยอมรับนวกรรมนั้นจะได้กล่าวต่อไปในงานวิจัยฉบับนี้

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง “การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี” ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลต่าง ๆ สำหรับตอบปัญหาการวิจัย และเพื่อให้เห็นกระบวนการสื่อสารของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่สมัยอดีตจนกระทั่งปัจจุบันชุมชนได้เปลี่ยนแปลงเป็นชุมชนที่มีระบบการจัดการธุรกิจการเกษตรที่มีความเข้มแข็ง มีอำนาจในการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางตลอดจนมีการพัฒนาการเกษตรในชุมชน ดังนั้นในการวิจัยผู้วิจัยได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน บริบทแวดล้อมภายในชุมชน และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชน โดยผู้วิจัยได้นำหลักการของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitaive Research) มาใช้เป็นแนวทางในการวิจัย โดยได้ดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย
2. การเข้าถึงข้อมูล
3. การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล
6. การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการทำวิจัยครั้งนี้ จำนวน 24 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้

- กลุ่มผู้นำชุมชน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบล ของพื้นที่ศึกษาเขตอำเภอท่ายาง จำนวน 3 คน และอำเภอชะอำจำนวน 3 คน รวม 6 คน
- กลุ่มชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีซึ่งประกอบอาชีพเกษตรกรรมและอาศัยอยู่ในเขตอำเภอท่ายางและอำเภอชะอำ พื้นที่ละ 7 คน รวม 14 คน
- กลุ่มบุคคลภายนอกที่ดำเนินงานร่วมกับชุมชน ได้แก่ เกษตรอำเภอ เจ้าหน้าที่พัฒนา ในเขตอำเภอท่ายาง และ ในเขตอำเภอชะอำพื้นที่ละ 2 คน รวม 4 คน

วิธีการเข้าถึงข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลำดับขั้นตอนในการเข้าถึงข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมทั่วไปในชุมชนจากเอกสารตามขอบเขตการวิจัย เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยและเตรียมความพร้อมในการเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย

2. ผู้วิจัยทำการศึกษาเบื้องต้น โดยลงสำรวจพื้นที่ของชุมชนในระหว่างการศึกษาและเข้าร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน และแนะนำตัวกับกลุ่มเป้าหมาย

3. ผู้วิจัยเข้าพบกลุ่มเป้าหมายและสัมภาษณ์ชาวชุมชนซึ่งประสบความสำเร็จในการทำสวนมะนาวและเป็นพลังในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนโดยนำความรู้ในการทำสวนมะนาวเผยแพร่ให้กับคนในชุมชน ในการเข้าพบครั้งนี้ผู้วิจัยได้แนะนำตัวโดยแสดงบทบาทของนักวิจัย จากนั้นอธิบายและบอกถึงจุดมุ่งหมายในการวิจัย แนวคำถามในการสัมภาษณ์ และประโยชน์จากการวิจัย และขอความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย

4. ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Paticipatory Observation) ในระหว่างการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน รวมไปถึงการสังเกตพฤติกรรม การแสดงออกของคนในชุมชนโดยทั่วไป

5. ผู้วิจัยได้พบปะเยี่ยมเยียนและร่วมทำกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายและกิจกรรมในชุมชนที่จัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าและใช้คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถเล่าเรื่องได้อย่างเต็มที่ ตามประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งไว้และยืดหยุ่นประเด็นคำถามตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์

2. แบบบันทึกภาคสนามของผู้วิจัย ซึ่งผู้วิจัยใช้ในการบันทึกข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ พูดคุย กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย

3. เครื่องบันทึกเสียงพร้อมเทป

4. กล้องถ่ายรูป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ประวัติความเป็นมาของชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และสภาพแวดล้อมทั่วไปในชุมชน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยและเตรียมความพร้อมก่อนเข้าพบกลุ่มเป้าหมาย

2. ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยได้เข้าไปแนะนำตัวกับผู้ให้ข้อมูลทุกคน เก็บข้อมูลแบบกำหนดสถานภาพและบทบาทของผู้วิจัยโดยเปิดเผย (Overt Role) และแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้การเก็บข้อมูลดำเนินไปด้วยความจริงใจ ความไว้วางใจ และการรักษาสัมพันธภาพตลอดระยะเวลาการวิจัย

3. ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์โดยในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวชุมชนผู้วิจัยได้ใช้วิธี Snow Ball Sampling Technique ซึ่งเป็นการไปพูดคุยกับคนในชุมชนคนใดคนหนึ่งและเขาก็แนะนำคนอื่น ๆที่ประสบความสำเร็จให้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลต่อไป

4. การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและใช้หลายวิธีผสมผสานกัน ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ และการสัมภาษณ์แบบมีจุดสนใจเฉพาะโดยในการสัมภาษณ์จะอยู่ในกรอบของประเด็นที่ต้องการศึกษาเพื่อตอบปัญหาการวิจัยดังนี้

- ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีการดำเนินชีวิตและการทำเกษตรกรรมตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร
- ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี มีการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตร ของชุมชนอย่างไร
- ปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่เป็นทางการ มีรายละเอียด ดังนี้

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์เชิงลึกไม่เป็นทางการ โดยศึกษาจากเทคนิคการสร้างและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ตั้งแนวคำถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดและขอบเขตการวิจัย โดยเนื้อหาของคำถามสามารถปรับได้ตามลักษณะของผู้ถูกสัมภาษณ์ ช่วงเวลา และโอกาส แนวคำถามเป็นคำถามปลายเปิดผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้ แนวคำถามประกอบด้วย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี โดยทั่วไป
    1.1 การดำเนินชีวิตประจำวันของชาวชุมชน
    1.2 ลักษณะของการทำการเกษตรในอดีต

1.3 ลักษณะของการทำการเกษตรในปัจจุบัน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่เริ่มทำการเพาะปลูกจนกระทั่งนำผลผลิตออกจำหน่าย

2.1 การสื่อสารระหว่างคนในชุมชน

2.2 การสื่อสารระหว่างผู้นำชุมชนกับประชาชนในชุมชน

2.3 การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่พัฒนากับชาวชุมชน

2.4 รูปแบบและวิธีการดำเนินกิจกรรม

2.5 การจัดการต่าง ๆ ภายในชุมชน

3. ปัจจัยที่เกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

3.1 การทำเกษตรกรรมของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีก่อนมีการจัดการธุรกิจการเกษตร

3.2 ผลตอบแทนที่ได้รับภายหลังจากการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยปฏิบัติดังนี้

1. ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยไดสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยโดยการแนะนำตัวและพูดคุยเรื่องทั่วไปกับกลุ่มเป้าหมายพร้อมทั้งบอกจุดประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายให้ความไว้วางใจผู้วิจัยและให้ข้อมูลอย่างไม่ปิดบัง ซึ่งจะทำให้ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่ครบถ้วนและมีความน่าเชื่อถือ

2. หลังจากผู้วิจัยเก็บข้อมูลในภาคสนามแล้ว ผู้วิจัยจดบันทึกข้อมูลภาคสนามทุกครั้งเพื่อจะได้ไม่ลืมข้อมูลที่ได้ในการเก็บข้อมูลแต่ละครั้ง

3. ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้จากการบันทึกเทปขณะสัมภาษณ์โดยนำมาถอดออกเป็นบทสนทนา จากนั้นทำการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากบทสนทนาดังกล่าวประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตขณะสัมภาษณ์ มาวิเคราะห์ แล้วนำมาเรียบเรียงตามลำดับเหตุการณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาประเด็นหลักและข้อสรุปรวม เพื่อนำมาตอบปัญหานำการวิจัย

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในแบบพรรณาวิเคราะห์ (Analysis Description)โดยนำเสนอข้อมูลตอบปัญหาการวิจัยในแต่ละข้อ เพื่อให้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารและปัจจัยการสื่อสารที่มีผลต่อการสร้างความเข้มแข็งให้กับชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง " การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี" เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผลการวิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth interview) จากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 24 คน โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มผู้นำชุมชน ในเขตพื้นที่ศึกษาอำเภอท่ายาง และอำเภอชะอำ จำนวน 6 คน กลุ่มเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอท่ายางและในเขตพื้นที่อำเภอชะอำ จำนวน 14 คน และกลุ่มบุคคลภายนอกที่ดำเนินงานร่วมกับชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอชะอำและอำเภอท่ายาง 4 คน ในการวิจัยครั้งนี้แยกเป็น 2 พื้นที่เพื่อให้เห็นความชัดเจนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี โดยในเขตพื้นที่อำเภอท่ายางธุรกิจการเกษตรที่ชาวชุมชนผลิตเป็นส่วนใหญ่ คือ มะนาว และชมพู่ ส่วนในเขตพื้นที่อำเภอชะอำ ธุรกิจการเกษตรส่วนใหญ่ คือ ข้าว ซึ่งพืชทั้ง 3 นั้นเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่ทำรายได้ให้กับเกษตรกร ในจังหวัดเพชรบุรี ที่ได้อาศัยลำน้ำเพชรบุรีอันเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงชาวเกษตรกรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพชุมชน
2. ผลการวิจัยซึ่งตอบคำถามเกี่ยวกับปัญหานำการวิจัย
    - 1.1 ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีวิวัฒนาการในการทำการเกษตรตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร
    - 1.2 ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี มีการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนอย่างไร
    - 1.3 ปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายและการศึกษาข้อมูลจากเอกสารพบว่า อำเภอท่ายางและอำเภอชะอำ มีลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นพื้นที่ราบและมีแม่น้ำเพชรบุรีไหลผ่าน พืชเศรษฐกิจหลักที่ปลูกในเขตพื้นที่อำเภอท่ายางได้แก่ มะนาว กล้วย ชมพู่ ส่วนในเขตพื้นที่อำเภอชะอำ พืชเศรษฐกิจหลัก คือ ข้าว การคมนาคมของทั้งสองอำเภอในปัจจุบันมีความสะดวกทั้งทางรถยนต์และทางรถไฟ สภาพชุมชนของทั้ง 2 อำเภอ ตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบันมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับแม่น้ำเพชรบุรีอย่างเหนียวแน่น ทั้งเป็นเส้นทางที่ใช้ในการ

คมนาคมในอดีตและเป็นแหล่งน้ำในการทำเกษตรกรรม ดังจะเห็นได้จากคำบอกเล่าของชาวชุมชนในอำเภอท่ายาง ซึ่งได้เล่าให้ฟังถึงการคมนาคมในสมัยก่อน ดังนี้

" จากหมู่บ้านเวลาไปท่ายางก็ใช้เรือ เรือจะไปจอดที่เขื่อนเพชร และพายทวนน้ำขึ้นมาจอดที่ท่า ที่ท่าจะมีเรือมารับผลไม้ต่อไป เป็นเรือต่อไปถึงท่ายาง"

(สมาชิกอาวุโสชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 7 ก.พ. 48)

" เมื่อก่อนเวลาไปขายผลผลิตที่เพชรทีหนึ่งต้องใช้เรือเอา ประมาณ 50 ปีที่แล้ว ขนผลิตผลไปขึ้นที่ตลาดท่าน้ำเพชร หรือขึ้นที่วัดท่าซิก ฝาก ๆกันไปขาย"

(สมาชิกอาวุโสชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 7 ก.พ. 48)

นอกจากนี้ชาวชุมชนยังใช้น้ำจากแม่น้ำเพชรบุรีในการอุปโภคและบริโภค ดังนั้นแม่น้ำเพชรบุรีจึงเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ที่หล่อเลี้ยงชีวิตชาวชุมชนในจังหวัดเพชรบุรีมาเป็นเวลายาวนาน

ความเป็นมาของชุมชน

จากการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มเป้าหมายและการศึกษาจากข้อมูลเอกสารพบว่า อำเภอชะอำและอำเภอท่ายาง เป็นอำเภอที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเพชรบุรี โดยเฉพาะอำเภอชะอำคนส่วนใหญ่จะรู้จักในนามของเมืองท่องเที่ยว ซึ่งมีหาดชะอำ และพระราชนิเวศน์มฤคทายวันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง แต่ในอีกด้านหนึ่งอำเภอชะอำเป็นอำเภอหนึ่งซึ่งเปรียบเสมือนอู่ข้าวอู่น้ำให้กับประชาชนทั้งในจังหวัดเพชรบุรี และในประเทศ เนื่องจาก พืชเศรษฐกิจหลักที่ปลูกในเขตพื้นที่อำเภอชะอำนั้น คือ ข้าว และประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร โดยพันธุ์ข้าวที่ปลูกกันนั้นได้แก่ ข้าวพันธุ์ชัยนาท พันธุ์สุพรรณ และพันธุ์ประทุม ส่วนในเขตพื้นที่อำเภอท่ายางนั้นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญคือมะนาว ซึ่งพื้นที่อำเภอท่ายางเป็นแหล่งผลิตมะนาวแหล่งใหญ่อีกแห่งหนึ่งในประเทศไทย นอกจากมะนาวที่เป็นพืชเศรษฐกิจหลักแล้วยังมี ชมพู่ มะม่วง และกล้วยเป็นพืชเศรษฐกิจรองที่นิยมปลูกในเขตพื้นที่นี้ โดยเฉพาะชมพู่เพชรซึ่งเป็นชมพู่ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีหลากหลายพันธุ์เช่น ชมพู่เพชรสุวรรณ ชมพู่เพชรสายรุ้ง ชมพู่เพชรน้ำผึ้ง ชมพู่ทับทิมจันทร์ ชมพู่ทูลเกล้า ชมพู่น้ำดอกไม้ และพันธุ์อื่น ๆ

รายละเอียดต่าง ๆ ของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ผู้วิจัยขอนำเสนอโดยแบ่งเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านเชื้อชาติ

ในเขตพื้นที่อำเภอชะอำประชากรส่วนใหญ่เป็นคนไทยและเป็นคนดั้งเดิมในชุมชนซึ่งประกอบอาชีพเกษตรกรรมมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายาย หรือถ้าหากมีคนภายนอกเข้ามาก็เป็นลักษณะย้ายตามคู่สมรสหรือเครือญาติที่เป็นคนในพื้นที่เพื่อมาประกอบอาชีพทำนา นอกจากการทำนามีอาชีพรองคือ อาชีพรับจ้างเป็นกรรมกรและขายของริมทะเล ดังคำบอกเล่าของสมาชิกท่านหนึ่งในชุมชนว่า

" เป็นคนที่นี่โดยกำเนิดตั้งแต่รุ่นปู่ของปู่ คนที่มาอยู่ที่นี่น่าจะอยู่มาประมาณ 200 กว่าปีแล้ว ไม่ทราบประวัติว่าใครมาอยู่เป็นกลุ่มแรก เท่าที่จำความได้ก็เห็นทำนากันอยู่แล้ว คนในชุมขนนี้เป็นคนไทยแท้ ๆ มีอาชีพทำนาเป็นหลัก"

(สมาชิกชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 48)

ในส่วนอำเภอท่ายางเมื่อประมาณ 50 – 60 ปีก่อน ประชากรส่วนใหญ่ที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานนั้นในระยะแรกจะเป็นคนที่อพยพมาจากต่างถิ่น บ้างก็อพยพย้ายถิ่นฐานจากในเมืองเพชรบุรีมาตั้งถิ่นฐานทำการเพาะปลูกที่นี่ บ้างก็เป็นชาวลาวเวียงจันทน์อพยพเข้ามา ดังนั้นเชื้อชาติในอำเภอท่ายางสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มชาวไทยแท้ กลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีน และกลุ่มชาวไทยเชื้อสายลาวเวียงจันทน์ ดังคำบอกเล่าของสมาชิกท่านหนึ่งได้กล่าวถึงลักษณะของเชื้อชาติของชาวชุมชนในอำเภอท่ายาง ดังนี้

"ชาวชุมชน 70เปอร์เซนต์ เป็นคนดั้งเดิม 30เปอร์เซนต์ เป็นคนลาวเวียงจันทน์ จากคำบอกเล่าของคนรุ่นก่อนเล่าให้ฟังว่า มีการอพยพมาตั้งแต่เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2400 ที่ท่านเจ้าเมืองต้อนประชากรมาเพื่อช่วยในการทำศึกสงคราม"

(สมาชิกอาวุโสชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 48)

"คนส่วนใหญ่เป็นคนที่นี่กันหมด ตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ มีคนไทยเกือบทั้งหมด มีคนจีนบ้าง ที่ย้ายเข้ามาอยู่ทีหลัง ย้ายตามครอบครัวมาบ้างแต่งงานกันบ้าง ตอนหลัง ๆ มาตั้งรกรากเพื่อทำการเกษตร"

(สมาชิกอาวุโสชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 48)

จากการสัมภาษณ์ชาวชุมชน แสดงให้เห็นว่าประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่แต่ดั้งเดิมและประกอบอาชีพเกษตรกรรมซึ่งสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ

ด้านศาสนาและความเชื่อ

ด้านศาสนา

คนในชุมชนนับถือศาสนาพุทธ โดยยังคงมีวัดเป็นศูนย์กลางในการประกอบพิธีทางศาสนา นอกจากนี้แล้ว วัดยังเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสื่อสารของคนใน ชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนมักจะไปทำบุญที่วัด ซึ่งเมื่อพบเจอกันก็จะถามทุกข์สุข ตลอดจนพูดคุยถึงข่าวสารต่าง ๆ ให้กันฟัง ดังคำบอกเล่าของสมาชิกอาวุโสในชุมชน ดังนี้

" ที่พบปะเจอกันก็มีที่บ้าน วัดก็มีบ้างตอนไปทำบุญแต่ถ้าเป็นงานประเพณีที่นี่ไม่ค่อยมีหรอก"

(สมาชิกอาวุโสชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 48)

ด้านความเชื่อ

ในเรื่องของความเชื่อชาวชุมชนยังมีความเชื่อที่สืบทอดกันมาตามสมัยโบราณ โดยเฉพาะชุมชนในพื้นที่อำเภอชะอำ คือ ความเชื่อในเรื่องของการบูชาพระแม่โพสพ ซึ่งมีพิธีกรรมทางศาสนาเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยพระจะทำการสวดเจริญพระพุทธมนต์ และจะเทศนาเกี่ยวกับการยกย่องพระคุณของพระแม่โพสพที่มีแก่คนให้กับชาวนาได้ฟัง ซึ่งในบทสวดจะมีเนื้อหาเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกสำนึกในบุญคุณของข้าวที่มีต่อเรา

"พิธีทำขวัญข้าว ลุงไปร่วมพิธีเป็นประจำก็เอาข้าวที่เกี่ยวไปร่วมงานให้พระท่านทำขวัญให้ เสร็จแล้วก็กินข้าวร่วมกัน... ส่วนประเพณีอื่น ๆ ก็มีบ้าง อย่างทำบุญวันพระ วันสำคัญต่าง ๆ ถ้าไม่ติดธุระก็จะไปร่วมด้วยตลอด มันเรียบง่ายดีแล้วก็จะได้เจอเพื่อนบ้านเยอะพราะคนที่นี่ก็ชอบไปทำบุญกันเวลาขอความช่วยเหลือก็จะไปกันเยอะ"

(สมาชิกอาวุโสในชุมชนอ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 25 ก.พ.48)

ด้านวัฒนธรรมประเพณี

ในด้านศิลปะวัฒนธรรมในส่วนของเขตพื้นที่อำเภอท่ายางเป็นอำเภอที่ไม่ค่อยมีเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรมและการสืบทอดประเพณีโบราณ เนื่องจากคนในชุมชนต้องทุ่มเทเวลาส่วนใหญ่ไปกับการประกอบอาชีพทำให้ไม่มีเวลาในการสานต่อและสืบทอดประเพณีวัฒนธรรม จึงทำให้เรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีในพื้นที่นี้มีน้อย

"ที่นี่ไม่ค่อยมีการสานต่อศิลปะ วัฒนธรรม เพราะชาวบ้านทำอาชีพเกษตร เช้าก็ไปไร่ เย็นก็ต้องเตรียมข้าวปลาอาหาร ทำให้ไม่ค่อยมีการสานต่อวัฒนธรรม ประเพณี"

(สมาชิกอาวุโส ชุมชนอ. ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 2548)

ที่ยังคงมีสืบทอดกันอยู่บ้าง เช่น ประเพณีสงกรานต์ ดังคำให้สัมภาษณ์จากสมาชิกอาวุโสในชุมชน ดังนี้

"มีการทำบุญท้ายกรานต์ (ทำบุญวันสงกรานต์) เป็นประเพณีของหมู่บ้าน ที่ทำกันมานานโดยจะมีพิธีทางศาสนาก่อน ทำกันในวันที่ 16 เมษา จะมีการรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ โดยลูกหลานก็จะมีการจัดเตรียมของชำร่วยไว้ให้ผู้อาวุโส ก็มีการให้โอวาทให้ศีลให้พรลูกหลาน ทำให้คนที่นี่มารวมตัวกันในรอบ 1 ปี โดยชาวบ้านช่วยกันจัด"

(สมาชิกอาวุโส ชุมชนอ. ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 2548)

ในส่วนของพื้นที่อำเภอชะอำนั้น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการทำนาเป็นหลักดังนั้นจึงมีพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการทำนาสืบทอดกันมาตั้งแต่ครั้งปู่ย่าตายาย จนถึงปัจจุบันนั่นคือการบูชาไหว้แม่พระโพสพ และการทำขวัญข้าว ซึ่งชาวชุมชนยังคงปฏิบัติกันมาอย่างต่อเนื่องเนื่องจากเป็นพิธีที่สร้างขวัญและกำลังใจให้กับชาวเกษตรกรในการต่อสู้กับปัญหาการเกษตรที่พบเช่นโรคข้าว หรือแมลงที่รบกวน ตัวอย่างที่อธิบายในเรื่องของประเพณีที่สืบทอดกันมานี้ ได้แก่

" พิธีกรรมที่ยังคงรักษาไว้ คือการทำขวัญข้าว ซึ่งเป็นความเชื่อที่ว่าข้าวเวลาไปอยู่ที่ท้องนาเป็นเวลานานก็ต้องโดนฟ้า โดนฝนจนทำให้ขวัญหนีหายไปจากตัวจึงต้องมีการเรียกขวัญกลับมาซึ่งในความเชื่อของคนไทย ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความเชื่อเรื่องขวัญมาก มีตั้งแต่ขวัญที่อยู่ติดมากับตัวของแต่ละคนตั้งแต่เกิด ก็ต้องทำการเรียกขวัญตลอดเวลา ข้าวก็เหมือนกันมีพระแม่โพสพสิงห์สถิตอยู่เมื่อไปอยู่ไกลตามท้องนาขวัญอาจตกหล่นหายไปเมื่อเก็บเกี่ยวแล้วชาวบ้านก็ทำพิธีร่วมกันเรียกว่า การทำขวัญข้าว"

(สมาชิกชุมชนอ. ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 2548)

นอกจากประเพณีที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของชาวชุมชนคือ ประเพณีการทำขวัญข้าวจะได้รับการสนับสนุนร่วมมือและสานต่อจากชาวชุมชนแล้ว ยังมีกลุ่มผู้นำชุมชนอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งมีบทบาทสำคัญในการร่วมสืบสานประเพณีนี้ คือ พระสงฆ์

"ผู้นำชุมชนจะนิมนต์ให้เทศนาเกี่ยวกับเรื่องบุญคุณพระแม่โพสพ.... พระรุ่นเก่าๆ ก็พยายามที่จะถ่ายทอดให้พระรุ่นหลังเพราะชาวนาเขายังจัดพิธีขวัญข้าวอยู่ ก็ไม่อยากให้สูญหายไป ประโยชน์ของการเทศนาคือ มันดูศักดิ์สิทธิ์และแสดงถึงความกตัญญูของชาวนาที่มีต่อพระแม่โพสพ ชาวนาจะได้ประกอบอาชีพทำนาต่อไป คนจะได้มีข้าวกิน"

(พระมหาโกมล อาจารสุโภ เจ้าอาวาสวัดชะอำ สัมภาษณ์ 25 ก.พ. 2548)

รูปปั้นพระแม่โพสพในอำเภอชะอำ

จากการศึกษาสภาพชุมชนในอำเภอชะอำ และ อำเภอท่ายาง สามารถสรุปได้ว่า สังคมในทั้งสองพื้นที่นั้นต่างก็เป็น “สังคมเกษตร” มีความผูกพันกับแม่น้ำเพชรบุรี แม้ว่าจะมีความแตกต่างกันบ้างในเรื่องของการรักษาวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งจะเห็นได้ว่าในชุมชนอำเภอท่ายาง จะมีการสืบทอดวัฒนธรรม ประเพณีพื้นบ้านน้อยมากเนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่ทำสวนมะนาวและผลไม้ ดังนั้นจึงไม่ต้องพึ่งความเชื่อทางศาสนาในเรื่องเกี่ยวกับการทำการเกษตร ซึ่งแตกต่างจากพื้นที่ในอำเภอชะอำซึ่งเกษตรกรมีอาชีพทำนาเป็นหลัก ทำให้สังคมในพื้นที่อำเภอชะอำนั้นยังคงรักษารูปแบบของสังคมสมัยก่อน เช่นความเชื่อในเรื่องของพิธีกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับข้าว ซึ่งเป็นความเชื่อที่เสริมกำลังใจให้กับชาวชุมชนซึ่งเป็นสังคมเกษตรกรรม เช่น พิธีทำขวัญข้าว ไว้ได้อย่างเหนียวแน่น เป็นต้น แต่สิ่งหนึ่งที่เหมือนกันของทั้งสองชุมชนนั่นคือ การเป็นชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ซึ่งอาศัยน้ำจากแม่น้ำสายเดียวกันในการประกอบอาชีพ และต่างก็เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรรมของคนในชุมชน

ด้านการประกอบอาชีพ

อาชีพหลักของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีคือ อาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำไร่ ทำสวน ในสมัยก่อนพืชที่นิยมปลูกได้แก่ ข้าว ฝ้าย ข้าวโพด ส้มเขียวหวาน ส้มโอ ไร่นาสวนผสม การทำการเกษตรเป็นลักษณะการทำการเกษตรแบบง่าย ๆ ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน ดังคำบอกเล่าของชาวชุมชนที่แสดงให้เห็นถึงการทำการเกษตรในสมัยก่อนของชาวชุมชนซึ่งเป็นการทำการเกษตรแบบง่าย ๆ ไม่มีอุปกรณ์ทุ่นแรงให้ความสะดวกดังเช่นในปัจจุบัน

“ คนสมัยก่อนทำไร่ สมัยนั้นเขาเรียกว่า ข้าวไร่ ทำโดยถางต้นไม้ใหญ่ แล้วเอาไฟจุด เสร็จแล้วใช้ไม้กระทุ้ง หยอดเมล็ดข้าวลงไปแล้วปิดปากหลุม สมัยก่อนทำด้วยจอบไม่มีรถไถ”

(สมาชิกอาวุโสในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 25 ก.พ.48)

ปัจจุบันอำเภอท่ายางเป็นพื้นที่ที่มีการปลูกมะนาวมากที่สุด รองลงมาเป็นชมพู่ เนื่องจากเป็นพืชที่ผลผลิตขายได้ราคาดี และมีตลาดรองรับ มีพ่อค้า แม่ค้ามารับถึงสวนโดยไม่ต้องหาตลาดด้วยตนเอง ดังนั้นจึงทำให้ชาวเกษตรกรในชุมชนนิยมปลูกกันมาก จนได้ชื่อว่าเป็นแหล่งผลิตมะนาวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและนอกจากนี้ยังเป็นแหล่งผลิตชมพู่ที่ขึ้นชื่อและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปซึ่งคือชมพู่เมืองเพชร อีกด้วย

พื้นที่ในการทำการเกษตรในชุมชนมีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากได้รับปัจจัยทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ให้กับชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี โดยสภาพทางภูมิศาสตร์

ของอำเภอท่ายางนั้นเป็นพื้นที่ที่มีดินอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งน้ำเพื่อใช้ในการเพาะปลูกที่สะดวกสบาย เนื่องจากมีแม่น้ำเพชรบุรีไหลผ่าน แม้พื้นที่ที่อยู่ไกลจากแหล่งน้ำก็มีโครงการเครื่องสูบน้ำพลังงานไฟฟ้าสูบน้ำจากแม่น้ำเพชรบุรีให้กับชาวเกษตรกรใช้ในการเพาะปลูก

การคมนาคมในอดีต

พื้นที่อำเภอท่ายางในสมัยก่อน การเดินทางติดต่อระหว่างกัน หรือระหว่างหมู่บ้านยังไม่สะดวกนักเส้นทางที่ใช้ติดต่อระหว่างกันเป็นทางเกวียน ถ้าหากเป็นพื้นที่ที่อยู่ใกล้กันชาวบ้านก็จะใช้วิธีการเดินไปมาหาสู่กัน หากเป็นหมู่บ้านอื่นที่อยู่ไกลออกไปบางครั้งก็ใช้เกวียนหรือเรือเป็นพาหนะในการเดินทางติดต่อกัน หลังจากยุคสมัยที่ใช้เกวียน ต่อมาก็เปลี่ยนเป็นการใช้จักรยานส่วนในเขตพื้นที่อำเภอชะอำ การเดินทางติดต่อกันในสมัยก่อน ใช้การเดินทางด้วยเท้าเพราะจำนวนหมู่บ้านยังไม่มาก ถ้าเป็นระยะทางไกลก็ใช้เกวียนโดยใช้วัวลาก ดังคำบอกเล่าของผู้อาวุโสในชุมชน ดังนี้

“เมื่อก่อนการเดินทางไปมาหาสู่กันก็ใช้เดินเอา เดินไปไหนไกล ๆ ก็เดินได้ คนเดี๋ยวนี้เดินเอาอย่างคนสมัยก่อนไม่ได้หรอกมันไม่ทนเหมือนคนเก่า ๆ “

(สมาชิกอาวุโสในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 25 ก.พ.48)

ปัจจุบันการติดต่อระหว่างกันในชุมชนเปลี่ยนจากการเดินเท้าเป็นจักรยาน เช่นเดียวกันกับชุมชนอำเภอท่ายาง

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากสมัยก่อนเป็นอย่างมาก จะเห็นได้ว่าสมัยก่อนคนในชุมชนมีความผูกพันและสนิทสนมกันอย่างเหนียวแน่น มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เช่นในการเก็บเกี่ยวผลผลิตในสมัยก่อนมีการช่วยเหลือพึ่งพากัน โดยการลงแขก หรือ “เอาแรง “ คือการช่วยเหลือในการเก็บเกี่ยวผลผลิตระหว่างสมาชิกในชุมชนโดยผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป ดังได้รับฟังจากการบอกเล่าของผู้สูงอายุในชุมชนซึ่งเล่าให้ฟังถึงความผูกพันระหว่างคนในชนสมัยก่อน ดังนี้

“สมัยก่อนเวลาเก็บเกี่ยวเป็นการเอาแรงไม่ต้องจ้างกัน ใช้หมุนเวียนช่วยกันไป วันนี้ดายหญ้าในไร่นาย ก พรุ่งนี้ก็ไปช่วยนาย ข สิบคนยี่สิบคนช่วยกัน แต่ปัจจุบันไม่มีแล้ว ต่างคนต่างอยู่ จะทำก็ใช้วิธี จ้างเอา โดยจ้างแรงงานจากคนภาคอื่นที่มารับจ้างแถวนี้ โดยมากจะเป็นคนอีสาน มารับจ้าง แถมปัจจุบันมีเครื่องทุ่นแรงเยอะ เช่นเครื่องตัดหญ้า ทำให้ความสัมพันธ์ของ

คนในชุมชนสนิทกันน้อยกว่าก่อน ต่างคนต่างอยู่ เมื่อก่อนรู้จักกันหมด มีเรื่องอะไรก็คุยกันในทุ่งในนา ในนาที่เอาแรง คุยกันไปทำงานกันไป "

(สมาชิกอาวุโสในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 25 ก.พ.48)

สมาชิกในชุมชนอีกท่านหนึ่งก็มีความคิดเห็นในลักษณะเดียวกัน ดังนี้

" สมัยก่อนการเก็บเกี่ยวข้าวก็ใช้การลงแขกเอา เมื่อสมัยก่อนไม่ต้องจ้างเลย บ้านใครเกี่ยวก็แห่กันไปช่วย เจ้าภาพก็เลี้ยงข้าวเลี้ยงน้ำ ถ้าบ้านเราทำนาเยอะกว่าก็ต้องส่งคนไปเอาแรงเกี่ยวข้าวเยอะกว่าหน่อย หรือบ้านไหนมีกำลังคนน้อยก็ทำตามกำลัง "

(สมาชิกอาวุโสในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 25 ก.พ.48)

ซึ่งสภาพชุมชนในปัจจุบันมีลักษณะแตกต่างไปจากสมัยก่อนในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน คนในชุมชนมีความใกล้ชิดกันน้อยกว่าในอดีต ดังคำบอกเล่าของสมาชิกอาวุโสในชุมชน ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า

" ปัจจุบันไม่มีการลงแขก เอาแรงแล้ว สมัยผมวัยรุ่น เมื่อประมาณ 30 – 40 ปีที่แล้วยังมีอยู่ ทำกับข้าวกับปลาเลี้ยงกัน วิถีชีวิตชาวชุมชนเปลี่ยนแปลงไปเป็น 10 ปีแล้ว จากสมัยก่อน พริก ตะไคร้ มีก็แบ่งกัน พอเด็กรุ่นใหม่ไปเรียนในเมือง กลับมาก็นำสิ่งใหม่มาครอบ จากที่เคยมีอะไรแบ่งปันกันก็เปลี่ยนเป็นขาย พอสังคมเริ่มเห็นแก่ตัวก็ทำให้ความสัมพันธ์มีน้อยลง"

(สมาชิกอาวุโสในชุมชนอ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 25 ก.พ.48)

ดังนั้นจากการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะความสัมพันธ์ของผู้คนในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีการเปลี่ยนแปลงไปจากสมัยก่อน กล่าวคือ ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนทั้งสองในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กันน้อยลง เช่นการลงแขกเกี่ยวข้าว เอาแรงช่วยเหลือกันในปัจจุบันมีน้อยลงจนแทบไม่มีเหลือเลย ปัจจุบันการเกี่ยวผลผลิต จะเป็นการจ้างแรงงานเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้แล้วการมีเครื่องมืออำนวยความสะดวกเข้ามาช่วยในการประกอบอาชีพ หรือการที่ชุมชนเริ่มเปิดกว้างรับสิ่งใหม่ ๆ และวัฒนธรรมใหม่ ๆ จากสังคมเมืองมากขึ้นก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในชุมชนมีความสนิทสนมกันน้อยลง

วิวัฒนาการในการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ในการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่สมัยอดีตนั้น เป็นการทำการเกษตรแบบไม่มีแบบแผน ทำการเกษตรแบบพอกินพอใช้ เมื่อมีผลผลิตเหลือก็นำผลผลิตออกจำหน่าย วิธีการปลูกพืช ทำไร่ ทำนา เป็นการสืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยปู่ ย่า ตา ยาย โดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการทำการเพาะปลูก และบำรุงรักษา หรือในบางครั้งก็อาศัยความสนใจในการแสวงหาความรู้ของแต่ละคน เช่นที่ไหนที่มีการเพาะปลูกได้ผลผลิตที่ขายได้ราคาดี ก็จะมีการเข้าไปซักถามเพื่อจะนำข้อมูลไปปรับปรุง หรือทำการเพาะปลูกในพื้นที่ของตน

"สมัยแรกไม่เคยคิดจะปลูกมะนาว ครั้งแรกที่ปลูกแค่ 80 กิ่ง แต่ปลูกแล้วไม่ได้ผล ก็ใช้วิธีการจำวิธีปลูกที่ดีของคนอื่น มาทำตามอย่าง แล้วลองผิดลองถูกไปเรื่อย ๆ วิธีไหนได้ผลดีก็จำไว้"

(สมาชิกในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 2 มี.ค. 48)

"ความรู้ที่ลุงใช้ในการทำนาเป็นความรู้ที่สืบทอดมาจากปู่ย่าตายายของลุงเอง ที่เขาจะสอนลูกหลานว่าต้องปลูกยังไง ดูแลยังไงแล้วก็เอามาทำมาปฏิบัติกัน"

(สมาชิกอาวุโสในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 12 มี.ค.48)

จากการศึกษาถึงวิวัฒนาการในการทำการเกษตรในเขตพื้นที่อำเภอท่ายางในสมัยก่อนนั้น พืชที่ปลูกส่วนใหญ่เป็นพืชไร่ เช่น ข้าวฟ่าง ข้าวโพด และมันสำปะหลัง ต่อมาเมื่อผลผลิตเริ่มผลิตได้ไม่คุ้มกับการลงทุน ชาวเกษตรก็หันมาปลูก มะนาว และ ชมพู่ ซึ่งผลผลิตให้ราคาดีกว่า และจากนั้นก็นิยมปลูกกันเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้พื้นที่นี้เป็นตลาดใหญ่ในการผลิต โดยเฉพาะมะนาว ที่ส่งขายทั่วประเทศ ซึ่งในการทำการเพาะปลูกในยุคแรก ๆ นั้นเกษตรกรใช้เพียงความรู้ พื้นฐาน ในการเพาะปลูกเท่านั้น

"ครั้งแรกที่เริ่มปลูก เมื่อสมัย 20 ปีที่แล้ว ตอนนั้นก็ไม่มีความรู้อะไร ใช้ความรู้พื้นบ้าน ได้กิ่งมาก็ปลูกเลย การดูแลรักษาอย่างไรนั้นปลูกไปก็เป็นไปเอง ไม่ได้วางแผนในการเพาะปลูกอะไร"

(สมาชิกในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 25 ก.พ.48)

การเพาะปลูกในสมัยแรกเป็นการเพาะปลูกที่ไม่มีการวางแผน เป็นการใช้ความรู้ที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ เป็นการวางแผนการเพาะปลูกแบบไม่เป็นทางการ เป็นลักษณะ

กะช่วงเวลาและปลูกแบบทดลองหาวิธีปลูกที่เหมาะสมไปเรื่อยๆ จนพบวิธีที่ดีสำหรับพืชของตน ดังการให้สัมภาษณ์ของเกษตรกรในชุมชน ดังนี้

" การวางแผนปลูกข้าวที่นี่ก็มี ในอดีตฝนฟ้ายังตกต้องตามฤดูกาล เราจะเริ่มหว่านกล้าตั้งแต่เดือน 6 ประมาณหนึ่งเดือน แล้วก็จะดำนาในเดือน 7 (เดือน 7 ไทย) พอเดือน 12 ก็จะเริ่มเก็บเกี่ยวกันประมาณเดือน พ.ย. เดือน ธ.ค. พอเดือนอ้ายปลายธันวาคม เดือนยี่ เดือน 3 เดือน 4 ก็เก็บเกี่ยวเสร็จ ส่วนมากใช้การนับเดือนเอาเป็นการวางแผนที่ไม่เป็นทางการ"

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 12 มี.ค. 48)

" ความรู้ที่ใช้ก็มาจากพ่อแม่ เป็นภูมิปัญญาเดิมเขาเก่งกันอยู่แล้ว อย่างมะนาวก็จะกะเวลาให้ออกได้ช่วงกันยายน – ตุลาคม แล้วเขาก็จะกะให้ออกก่อนหน้าฝน เพราะถ้ามะนาวออกก็ได้ราคาถูกเขาก็ไม่ทำกัน จึงต้องมีการกะเวลาเอาเอง เขาก็จะรู้กันเอง"

(สมาชิกในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 25 ก.พ.48)

ในส่วนของการดูแลผลผลิตนั้นก็ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดกันมาเช่นกัน ดังคำให้สัมภาษณ์จากชาวเกษตรกรในชุมชนดังนี้

"ในสมัยก่อนนี้ทุกบ้านจะมีที่ผูกไว้ที่ใต้ถุน วัวมันต้องกินหญ้า พอกินหญ้าแล้วมันจะถ่าย พอตอนเช้าก็จะมาเก็บมูลรวมกันไว้ พอตอนค่ำก็จะสุมไฟไว้ไล่ยุง ตรงนี้มันเป็นภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นเมื่อเวลาเราเผาหญ้า เผาฟาง มันก็จะเกิดการสั่งสมแร่ธาตุในดิน พอถึงหน้านาก็เอาตรงนี้ไปใส่ในนา นาก็จะสมบูรณ์"

(คุณยิน เรื่องสว่าง:ประธานชุมชนชะอำ สัมภาษณ์ 2 มี.ค. 48)

ด้านการเก็บเกี่ยวผลผลิตของชาวเกษตรกรในชุมชนนั้น ตั้งแต่สมัยอดีต จนถึงปัจจุบัน เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตและนำผลผลิตออกจำหน่ายไม่ต้องหาตลาดในการรองรับผลผลิต แต่จะมีพ่อค้า แม่ค้า มารับโดยตรงจากแหล่งผลิตคือจากสวนหรือไร่นาของเกษตรกรโดยตรง

"แหล่งรับซื้อที่นี่มีเยอะ อย่างตลาดหนองบ้วยเป็นแหล่งใหญ่ที่สุด ถ้าเป็นเมื่อก่อนก็จะเป็นที่บ้านลาดแต่ไม่ค่อยไปเพราะมันไกล แล้วก็มีแม่ค้ามารับซื้อถึงบ้านและมีตลาดรับซื้อเล็ก ๆ ในหมู่บ้านด้วย"

(สมาชิกชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 48)

แต่ในแต่ละชุมชนจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของอำนาจในการต่อรองราคาผลผลิตของตนเพื่อให้ได้ราคาสูง ซึ่งขึ้นอยู่กับพืชที่ปลูกในพื้นที่นั้น ๆ เช่นในพื้นที่อำเภอท่ายาง พืชที่ปลูกคือ มะนาว และชมพู่ ซึ่งเป็นพืชที่ตลาดมีความต้องการเป็นอย่างมาก ผลผลิตได้ราคาดี มีพ่อค้า และแม่ค้าเข้ามาจับจองตั้งแต่ยังไม่สามารถเก็บเกี่ยวได้ ชาวสวนมีอำนาจในการต่อรองราคา ทั้งในปัจจุบันทางหน่วยงานราชการก็ให้การสนับสนุนโดยมีการจัดตั้งตลาดหนองบ้วย ซึ่งเป็นโครงการของสหกรณ์การเกษตรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในการจัดหาตลาดกลาง เพื่อเป็นแหล่งรับซื้อและขายผลผลิตที่ใกล้กับแหล่งผลิตของเกษตรกรทำให้ผลผลิตได้ราคาดีขึ้นโดยที่เกษตรกรไม่ต้องเดินทางไกล และช่วยประหยัดค่าขนส่งได้

"การติดต่อกับพ่อค้าที่มารับซื้อผลผลิตจะโทรไปบอกเขา หรือมีพ่อค้ามารับซื้อถึงในหมู่บ้าน บางครั้งถ้าของไม่เยอะก็เก็บไปเอง ส่วนใหญ่จะขายได้ตลอด มีความแน่นอนสูง"

(สมาชิกชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ. 48)

แต่ในทางกลับกัน การขายผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรในบางพื้นที่เช่น อำเภอชะอำนั้น ส่วนใหญ่เกษตรกรไม่สามารถที่จะต่อรองราคาข้าวของตนได้เนื่องจาก ไม่ทราบราคาตลาดว่าในช่วงนั้น ๆ ว่าราคาข้าวอยู่ที่เท่าไร ซึ่งโดยปกติทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จะแจ้งราคาข้าวโดยผ่านเป็นเอกสารรายสัปดาห์ให้กับทางเกษตรอำเภอ และทางเกษตรอำเภอจะแจ้งเรื่องให้กับผู้นำชุมชนเพื่อแจ้งกับเกษตรกรต่ออีกทอดหนึ่ง แต่เนื่องจากขั้นตอนในการส่งเรื่องล่าช้าไม่ทันกับการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกร ดังนั้นในการขายผลผลิตจึงต้องอิงราคาเดิมจากปีที่แล้ว ซึ่งอาจเป็นราคาที่ต่ำกว่าราคาปัจจุบัน

นอกจากนี้เกษตรกรบางรายไม่มีสิทธิ์ที่จะเลือกพ่อค้าคนกลาง หรือโรงสีเนื่องจากบางครั้งในการทำนาทางเกษตรกรรายนั้นได้จำนำผลผลิตในการซื้อปุ๋ยไว้กับโรงสีนั้น ๆ ทำให้เมื่อขายผลผลิตต้องขายกับโรงสีที่ได้นำปุ๋ยมาใช้ในการผลิต ทำให้ไม่มีอำนาจหรือโอกาสในการต่อรองราคา แต่ก็มีเกษตรกรบางรายใช้วิธีเปรียบเทียบราคาของโรงสีที่ให้ว่าโรงสีใดให้ราคาดีกว่าก็ขายให้กับโรงสีนั้น แต่การที่จะนำผลผลิตออกไปขายเองนั้น ชาวเกษตรกรในชุมชนบอกว่าไม่คุ้มกับค่าใช้จ่าย ให้ทางโรงสีมาจัดการสะดวกกว่า ดังคำให้สัมภาษณ์ของชาวชุมชน ดังนี้

"สถานที่ขายข้าวคือจะมีเจ้าของโรงสีมารับซื้อที่นาเลยเป็นข้าวสด พอรถตัดข้าวเสร็จก็ยกข้าวขึ้นรถเลย เจ้าของโรงสีเองจะไม่รู้ว่าข้าวจะตัดได้เมื่อไหร่ แต่ชาวนาจะเป็นคนไปบอกเจ้าของโรงสีแล้วนัดวันมาตัดข้าว"

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 12 มี.ค.48)

“โรงสีเขามารับซื้อถึงที่เลย พอตัดข้าวเสร็จก็ยกขึ้นรถมีคนแบกให้เสร็จไม่ต้องทำอะไรมันสะดวกดีแล้วก็ไม่คิดขายข้าวเองเพราะยุ่งยากไม่มีรถ ไม่มีแรงงาน เดี๋ยวนี้แรงงานหายากออกไปทำงานโรงงานหมด “

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 12 มี.ค.48)

“การขายผลผลิตก็จะมีคนมารับถึงที่ เมื่อตัดข้าวในนาจะเก็บข้าวไว้กิน 2-3 ตัน คือการตัดสดไม่ว่าจะถูกหรือแพงเพราะไม่มีที่ตากข้าว ไม่มียุ้งเก็บข้าวด้วยแล้วคนอื่นก็ทำเหมือนกัน มันไม่ยุ่งยากเวลาติดต่อก็ให้ลูกชายโทรศัพท์ไปบอก เขามีคนมาเองเสร็จสรรพ เราก็คอยดูเวลาตวงข้าวเท่านั้น เคยคิดที่จะขายข้าวเองแต่ก็ไม่มีเครื่องมือ ไม่มีรถเองมันลำบาก เคยคิดที่จะรวมกลุ่มชาวนาแต่เขาก็ไม่เอาด้วยมันไม่คุ้มเขา เขาต้องทำงานเพิ่มมากขึ้น แต่ได้เงินไม่มากกว่าเดิมเท่าไหร่”

(คุณใจ พรหมมีเดช (อดีตผู้นำชุมชน) อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 2 มี.ค. 48)

“...ที่ไม่คิดขายข้าวเองเพราะยุ่งยาก เราไม่มีรถไม่มีคนมากขนาดนั้น คนที่นี่เขาก็ขายกันแบบนี้มานาน สะดวกดีแล้วเราก็ไม่ต้องเหนื่อยด้วย”

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

การทำการเกษตรในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกษตรกรมีการวางแผนในการเพาะปลูกมากขึ้น มีสื่อต่าง ๆ ที่ให้ความรู้กับเกษตรกรมากขึ้น ทั้งรายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ รวมทั้งหนังสือที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรในเรื่องต่าง ๆ นอกจากสื่อต่าง ๆ เหล่านี้แล้วยังมีเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ทันสมัย รวมทั้งเกษตรกรรู้จักใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการทำการเกษตรอีกด้วย เช่นการใช้ท่อน้ำพีวีซีซึ่งในสมัยก่อนเกษตรกรใช้ท่อนกล้วยกันน้ำ แต่ในปัจจุบันใช้ท่อน้ำพีวีซี เนื่องจากท่อนกล้วยช่วยประหยัดน้ำแต่ต้นทุนสูง หรือการติดตั้งมินิสปริงเกอร์ช่วยในการรดน้ำเป็นต้น

การทำการเกษตรในสมัยปัจจุบันเกษตรกรต้องลงทุนสูง เช่นการลงทุนในเรื่องของ ปุ๋ย หรือยารักษาพืช ดังนั้นการทำการเกษตรจึงออกมาในลักษณะของการทำการเกษตรแบบการค้าเนื่องจากเกษตรกรหวังผลกำไรเพื่อให้คุ้มกับการลงทุน ดังคำให้สัมภาษณ์ของชาวชุมชนดังนี้

“เมื่อก่อนไม่ได้ใช้ปุ๋ยยามาก แต่เดี๋ยวนี้ต้องใช้มากเพราะอย่างน้อย มะนาวต้องใส่ปุ๋ยเดือนละครั้ง ต้องทำอะไรก็ได้ให้ผลผลิตเยอะ ๆ เมื่อก่อนผลตอบแทนไม่มากพออยู่พอกิน อยู่อย่างสบาย ๆ แต่ตอนนี้ต้องเน้นว่ามันคืออาชีพ”

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

การยอมรับนวกรรมของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

การทำการเกษตรในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก เนื่องจากเกษตรกรมีการวางแผนในการเพาะปลูกมากขึ้น มีสื่อต่าง ๆ ที่ให้ความรู้กับชาวเกษตรกรมากขึ้น ทั้งสื่อมวลชน รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ ตลอดจนหนังสือต่าง ๆ ที่ผลิตเพื่อให้ความรู้กับชาวเกษตรกร นอกจากสื่อต่างๆ แล้ว ยังมีเครื่องมือ เครื่องใช้ที่ช่วยทุ่นแรงในการทำการเกษตรมากขึ้น ทำให้ไม่ต้องใช้แรงมากเหมือนในสมัยก่อน

รูปแบบในการยอมรับนวกรรมของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนจากตัวอย่างในเรื่องของการดูแลผลผลิตในสมัยอดีตซึ่งมีความแตกต่างกับการดูแลผลผลิตในปัจจุบันอย่างเห็นได้ชัด เช่นในกรณีของการดูแลชมพู่ จากในสมัยก่อนเมื่อชมพู่ออกดอกชาวสวนต้องทำนั่งร้านขึ้นไปตามความสูงของต้นชมพู่เพื่อทำการห่อลูกชมพู่ เพื่อป้องกันแมลงต่าง ๆ ที่มารบกวนและทำลายผลผลิต และเมื่อผลผลิตเริ่มประสบปัญหาราคาตกต่ำเนื่องจากมีชมพู่สายพันธุ์อื่น ๆ จากในพื้นที่อื่นเข้ามาอีกหลายสายพันธุ์ ทำให้ชาวสวนต้องคิดปรับตัวในการลดต้นทุนการผลิตของตน โดยการเปลี่ยนจากการทำนั่งร้านสูง ๆ เพื่อขึ้นไปห่อชมพู่ที่อยู่ด้านบนเป็นการตัดยอดชมพู่ให้เตี้ยลง เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการทำนั่งร้านและง่ายในการดูแลรักษา ซึ่งความรู้ตรงนี้ชาวสวนได้ให้สัมภาษณ์ว่าได้มาจากการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง โดยฟังวิทยุที่เกี่ยวกับรายการเกษตรชื่อรายการ “สีสันชีวิตไทย” เมื่อนำความรู้ที่ได้รับมาทดลองทำก็เห็นว่าได้ผลผลิตดีขึ้น และเมื่อยิ่งตัดยอดออกกลับได้ผลผลิตมากขึ้นโดยไม่ได้เป็นอย่างที่เคยมีความเชื่อในสมัยก่อนจึงได้รับวิธีการดูแลรักษาชมพู่วิธีใหม่และยกเลิกการใช้นั่งร้านในที่สุด ดังคำให้สัมภาษณ์ของคุณสมพงษ์ เอี่ยมพันธ์ เกษตรกรที่รับแนวความคิดการดูแลรักษาชมพู่แนวใหม่

“ฟังรายการสีสันชีวิตไทย เขาให้ความรู้ในการปลูกพืชแต่ก่อนชมพู่ต้องทำนั่งร้านปีละเป็นแสน ทั้งค่าไม้และค่าแรง รวมกันแล้วขายได้ยังไม่คุ้มทุนที่ลงไป เมื่อก่อนต้องสร้างนั่งร้านเพราะไม่กล้าตัด เพราะเชื่อว่าถ้าตัดยอดแล้วชมพู่จะไม่ออกดอก แต่พอตัดแล้วกลับออกทั้งปีให้ผลดีขึ้น ดกขึ้นกว่าเดิม และผลไม่แตกเพราะโดนลมพัดด้วย ในปัจจุบันก็เริ่มลองตัดทุกต้นไม่ว่าจะมะนาว หรือ กะท้อนก็ให้ผลดีเหมือนกัน”

(คุณสมพงษ์ เอี่ยมพันธ์ เกษตรกร อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

การทำสวนชมพู่ในอดีตสมัยที่ใช้นั่งร้าน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การทำสวนชมพู่สมัยปัจจุบันโดยยกเลิกการใช้นั่งร้าน

การเปลี่ยนแปลงโดยการยอมรับแนวคิดใหม่ของชาวชุมชนนั้นสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2540) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมนั้นถูกนำมาใช้เพื่อให้รายได้ต่อหัวประชากรเพิ่มขึ้นและมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้วิธีการผลิตที่ทันสมัยขึ้น อีกตัวอย่างหนึ่งที่ชี้ให้เห็นถึงการยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ของคนในชุมชน คือ การเปลี่ยนจากการใช้ปุ๋ยเคมีซึ่งในอดีตชาวชุมชนนิยมใช้กันเป็นอย่างมากโดยเปลี่ยนมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์ ซึ่งได้จากการหมักวัตถุดิบจากธรรมชาติซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนอยู่แล้ว เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยและยังได้ประโยชน์ในการช่วยถนอมและฟื้นฟูหน้าดินที่เสื่อมสภาพจากการใช้สารเคมีให้อุดมสมบูรณ์ขึ้นอีกด้วย

ธุรกิจการเกษตรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าอาชีพหลักของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีคืออาชีพการทำเกษตรกรรมซึ่งในการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีจะมีการวางแผนการทำการเกษตรอย่างเป็นขั้นตอนโดยเกษตรกรจะวางแผนว่าในแต่ละช่วงของการเพาะปลูกในระยะเวลานั้น ๆ ควรทำอะไร เช่น ในการปลูกมะนาวเกษตรกรก็จะพยายามกะระยะเวลาในการที่มะนาวจะให้ผลผลิตโดยกะให้ออกผลในช่วงเดือนกันยายน – เดือนตุลาคม เนื่องจากในช่วงนี้ผลผลิตมะนาวจะมีราคาสูง ซึ่งการวางแผนในการทำการเกษตรของชาวชุมชนโดยส่วนใหญ่ได้รับความรู้สืบทอดจากบรรพบุรุษทั้งวิธีการปลูก ตลอดจนการดูแลรักษา โดยเป้าหมายหลักในการประกอบอาชีพการเกษตร หรือการทำธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนนั้นคือ การที่สามารถลดต้นทุนการผลิตได้ ขายผลิตผลได้ราคาดี และมีกำไรสูงสุด ซึ่งในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้นั้น เกษตรกรต้องมีเป้าหมายในแต่ละวันต่อเนื่องกันไป ซึ่งจากการวิจัยพบว่าเกษตรกรมีการวางแผนในการทำการเกษตรของตนเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายในการจำหน่ายผลผลิตของตนให้ได้ราคาดี ดังที่ชาวชุมชนได้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับการวางแผนในการทำการเกษตรของตนไว้ดังนี้

“อย่างมะนาวก็จะกะเวลาออกได้ช่วงกันยายน – ตุลาคม ช่วงนี้มะนาวจะแพงก็ทำให้ออกผลได้ แล้วเขาก็จะกะให้ออกก่อนช่วงหน้าฝน เพราะถ้ามะนาวออกก็ได้ราคาถูก เขาก็ไม่ทำกัน จึงต้องมีการกะเวลาเอง”

(คุณรัชนี ทับจิตร์ เกษตรกร อ. ท่ายาง สัมภาษณ์ 2 มี.ค. 48)

“มีการวางแผนการเพาะปลูก เช่น ชมพู่เราก็ต้องดูด้วยว่าถ้าปลูกช่วงนี้จะไปชนกับผลไม้อื่นหรือเปล่า ไม่อย่างนั้นก็จะทำให้ผลผลิตของเราราคาตก ส่วนการเพาะปลูกเราก็วางแผนโดยใช้ฤดูเป็นเกณฑ์ แล้วก็ดูน้ำด้วยว่าเพียงพอหรือเปล่า”

(คุณผาณิต ตันติสุขารมย์ เกษตรกร อ. ท่ายาง สัมภาษณ์ 2 มี.ค. 48)

การจัดการชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

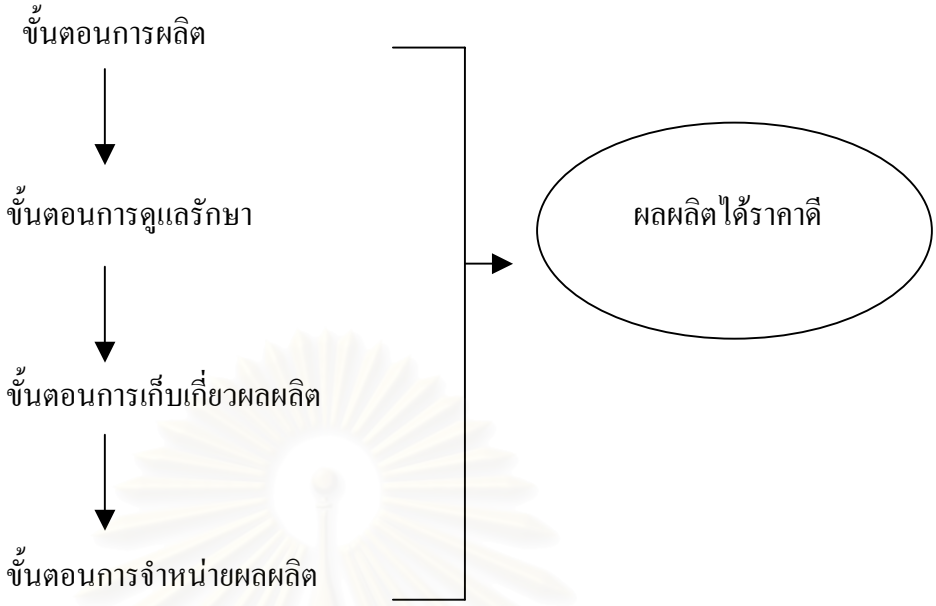
ในด้านการจัดการชุมชนของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีระบบการจัดการชุมชนของตนโดยเห็นได้จากการจัดให้มีการประชุมหมู่บ้านร่วมกันทุกเดือนเพื่อให้ชาวชุมชนได้ปรึกษาหารือถึงปัญหาต่าง ๆ ที่ตนประสบและได้พูดคุย ปรึกษาหารือและหาทางในการแก้ไขปัญหาร่วมกัน หรือในบางครั้งหากประสบปัญหาทางด้าน

การเกษตรที่มีปัญหาลักษณะเหมือน ๆ กันในหลาย ๆ คน เช่น ปัญหาเกี่ยวกับโรคพืช ชาวชุมชนก็จะมีการรวมตัวกันและส่งเรื่องไปยังหน่วยงานราชการเพื่อให้ทางหน่วยงานราชการส่งเจ้าหน้าที่เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหา และอบรมให้ความรู้กับชาวชุมชน หรือในบางครั้งการจัดการในชุมชนก็จะมีลักษณะเป็นการปรึกษาระหว่างกันของชาวชุมชนเอง คือ หากชาวชุมชนรายใดที่ประสบปัญหาในการทำการเกษตร ก็จะมีการพูดคุยปรึกษาเพื่อนบ้าน หรือชาวชุมชนรายอื่น ๆ ที่เคยมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น และสามารถให้คำแนะนำได้ ซึ่งการสื่อสารที่ใช้ในการจัดการชุมชนจะมีลักษณะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสื่อสารเป็นกลุ่ม และการสื่อสารระหว่างบุคคลในการแก้ไขปัญหา และการจัดการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน

การจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้นจากการวิจัยพบว่าการทำการเกษตรของชาวชุมชนตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบันมีการวางแผนการทำการเกษตร แม้ว่าการทำการเกษตรในสมัยอดีตชาวชุมชนไม่ได้ใส่ใจในการวางแผนการทำการเกษตรมากนักเนื่องจากการทำการเกษตรในสมัยอดีตเป็นการทำการเกษตรแบบยังชีพ ไม่มุ่งหวังผลกำไรเป็นเพียงการทำการเกษตรแบบพอกินพอใช้ ซึ่งแตกต่างจากการทำการเกษตรในปัจจุบันซึ่งเป็นการทำการเกษตรที่มีแบบแผนมากขึ้น มีเทคโนโลยีต่าง ๆ ช่วยในการทำการเกษตร ลักษณะของการทำการเกษตรเป็นเกษตรแบบการค้า และเป็นธุรกิจมากขึ้น เกษตรกรมีการวางแผนในการทำการเกษตรของตนเนื่องจากมุ่งหวังในเรื่องของกำไร เพื่อให้สามารถบรรลุถึงวัตถุประสงค์ในการทำธุรกิจการเกษตรคือ สามารถจำหน่ายให้ผลผลิตได้ราคาสูงและคุ้มค่ากับการลงทุน ซึ่งการจัดการธุรกิจการเกษตรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 5 กระบวนการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

แต่ละขั้นตอนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี เกษตรกรต่างมีเป้าหมายหลักเดียวกันคือ สามารถลดต้นทุนการผลิตในแต่ละขั้นตอนเพื่อส่งผลให้ผลผลิตของตนได้ราคาดี มีกำไรคุ้มค่ากับการลงทุน ซึ่งแต่ละขั้นตอนในการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีเกษตรกรมีวิธีการจัดการธุรกิจการเกษตรของตนดังนี้

ขั้นตอนการผลิต

ในขั้นตอนการผลิตนั้นชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีการวางแผนการเพาะปลูกของตน โดยเลือกทำการเพาะปลูกพืชที่ผลผลิตได้ราคาดี เป็นที่ต้องการของตลาด เกษตรกรจะกะระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวให้ทันช่วงเวลาที่พืชชนิดนั้นขายได้ราคาดี เช่น เกษตรกรที่ปลูกมะนาวก็จะมีการกะช่วงเวลาการเก็บเกี่ยวมะนาวให้ทันในช่วงเดือนกันยายน หรือ ตุลาคมซึ่งเป็นช่วงที่มะนาวขายได้ราคา

ขั้นตอนการดูแลรักษา

ขั้นตอนการดูแลรักษาผลผลิต เกษตรกรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีโดยส่วนใหญ่ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งสืบทอดกันมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษในการดูแลรักษาผลผลิตของตน เช่น ในการทำสวนมะนาว เมื่อขนาดต้นมะนาวยังเล็ก ต้นมะนาวจะไม่ชอบอยู่ในที่แดดจัด เกษตรกรก็จะใช้วิธีในการดูแลให้ร่มเงามะนาวของตนโดยการปลูกพืชเช่นกล้วย หรือมะละกอระหว่างต้นมะนาวเพื่อให้ร่มเงากับมะนาว นอกจากพืชที่ปลูกจะให้ร่มเงากับมะนาวแล้วยังสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตของกล้วยและมะละกอเพื่อไปขายทำรายได้ให้กับเกษตรกรได้อีกทางหนึ่ง นอกจากเกษตรกร

จะได้รับความรู้จากบรรพบุรุษซึ่งเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านแล้ว บางครั้งความรู้ในการดูแลรักษาผลผลิตของเกษตรกรก็อาจได้รับจากสื่อมวลชน เช่น รายการเกี่ยวกับการเกษตรทางวิทยุ อีกทางหนึ่งด้วย

ขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและการจำหน่ายผลผลิต

ขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและการจำหน่ายผลผลิตเกษตรกรมีวิธีลดต้นทุนในการเก็บเกี่ยวผลผลิตของตนโดยบางครั้งเกษตรกรจะเป็นผู้ติดต่อให้พ่อค้า แม่ค้า เข้ามาเก็บเกี่ยวหรือรับผลผลิตที่สวนเพื่อลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกไปส่งผลผลิตด้วยตนเอง

จากการศึกษาวิจัยพบว่าในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีต้องอาศัยปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยเป็นส่วนช่วยในการจัดการธุรกิจการเกษตรของเกษตรกรและปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือ การสื่อสาร ซึ่งผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงการสื่อสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีในหัวข้อต่อไป

การสื่อสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

จากการศึกษาพบว่า ชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีลักษณะเป็นสังคมชนบท และชาวชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรมดังนั้นการสื่อสารที่ใช้ในชุมชนจึงมีลักษณะทั้งที่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารเป็นกลุ่ม และมีรูปแบบการสื่อสารทั้งที่เป็นรูปแบบการสื่อสารทางเดียวและการสื่อสารสองทาง ซึ่งการสื่อสารที่พบในชุมชนสามารถแบ่งเป็นลักษณะต่างๆ ได้ดังนี้

1. **การสื่อสารระหว่างบุคคล**

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นรูปแบบการสื่อสารที่พบเห็นในชุมชนมากที่สุดและเป็นการสื่อสารที่ชาวชุมชนใช้มากที่สุด เป็นทั้งการพูดคุยพบปะแลกเปลี่ยนข่าวสารกันแบบตัวต่อตัว ในลักษณะการไปมาหาสู่ การใช้โทรศัพท์พูดคุยกัน หรือการพบเจอกันตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น วัด ทุ่งนาในระหว่างการทำการเกษตร หรือ ที่ตลาด เป็นต้น

“ การติดต่อกัน จะมีการไปมาหาสู่กันเสมอทั้งที่บ้านและที่นาเพราะบ้านอยู่ใกล้กันและพบกันที่นาเพราะต้องทำนาทุกวันหัวนาก็อยู่ติดกัน กินข้าวกลางวันที่ห่อมาร่วมกันเพราะนาอยู่ไกลจะไม่กลับไปที่บ้านและมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่องเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ และพูดคุยเกี่ยวกับลูกหลาน ไต่ถามความเป็นอยู่กันเสมอ ๆ”

(สมาชิกในชุมชน อ. ชะอำ สัมภาษณ์ 6 มี.ค.48)

และอีกช่องทางหนึ่งซึ่งชาวชุมชนได้พบปะพูดคุยกันคือ การพบปะกัน เมื่อมีการทำบุญที่วัดซึ่งเป็นศูนย์กลางในการพบปะพูดคุยกันของคนในชุมชน

"การติดต่อกันในชุมชนจะเจอกันก็เวลากลางวันถ้าว่างก็จะเอาอาหารไปถวายพระเพล บางครั้งไปพูดคุยกับท่านเรื่องธรรมะหรือบางครั้งก็จะพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องการทำนาว่าผลผลิตเป็นอย่างไร "

(สมาชิกอาวุโสในชุมชน อ. ท่ายาง สัมภาษณ์ 6 มี.ค.48)

2. การสื่อสารโดยใช้สื่ออื่น ๆ

การสื่อสารโดยใช้สื่ออื่น ๆ เป็นการสื่อสารอีกลักษณะที่พบในชุมชนซึ่งเป็นการสื่อสารโดยผ่านทางหอกระจายข่าวของหมู่บ้าน การสื่อสารโดยใช้หอกระจายข่าวเป็นการสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็วเนื่องจากทำให้ประชาชนทราบข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และเมื่อมีเรื่องเร่งด่วนก็ทำให้ประชาชนรับรู้ได้อย่างรวดเร็ว เป็นสื่อที่ทำให้ชาวชุมชนได้รับรู้ข่าวสารและความรู้ใหม่ ๆ ได้อย่างสม่ำเสมอ ดังที่ชาวชุมชนได้ให้สัมภาษณ์ไว้ ดังนี้

" การสื่อสารถึงกันในหมู่บ้านนี้ก็มีการกระจายกันปากต่อปาก มีอะไรด่วนก็ใช้หอกระจายข่าวเอา เพราะมันเร็วดี "

(สมาชิกชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 12 มี.ค. 48)

"หอกระจายข่าวใช้ทุกวัน นอกจากมีข่าวมาประกาศแล้วก็จะมีข่าวแจ้งทั่วไป เช่น การนัดหมายประชุมหมู่บ้าน หรือ การนัดอบรมสมาชิกในชุมชนโดยที่ทางราชการจะทำหนังสือมาที่ผู้นำชุมชนแล้วให้ผู้นำชุมชนเอาข่าวไปกระจายต่อให้ลูกบ้าน"

(สมาชิกชุมชนอ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 12 มี.ค. 48)

นอกจากหอกระจายข่าวจะใช้ในการประกาศข่าวแล้ว ในชุมชนยังใช้หอกระจายข่าวในการเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรอีกด้วย

"เมื่อทางเกษตรมาให้ความรู้วันไหน ผมก็จะทำการจดบันทึกไว้แล้วตอนเช้าก็นำความรู้ที่ทางเกษตรมาอบรมให้ไปออกหอกระจายข่าวให้ชาวบ้านฟัง"

(คุณยิน เรืองสว่างประธานชุมชนชะอำ สัมภาษณ์ 6 ก.พ. 48)

3. การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่

นอกจากลักษณะการสื่อสารในชุมชนดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังมีรูปแบบการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งคือ การสื่อสารในลักษณะเป็นกลุ่มใหญ่ คือการประชุมหมู่บ้านซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือนที่ศาลากลางหมู่บ้าน ดังที่ชาวชุมชนได้ให้สัมภาษณ์ไว้คือ

" ที่นี่มีการประชุมร่วมกันทุกวันที่ 7 ของทุกเดือน ใครมีเรื่องอะไรก็เอาไปประชุม พูดคุยกัน โดยคุยทั้งตัวแทนจาก อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน บางครั้งก็มีเจ้าหน้าที่จากอำเภอมาร่วมประชุม"

(สมาชิกอาวุโสในชุมชนอ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 12 มี.ค. 48)

" ที่นี่มีการประชุมหมู่บ้าน โดยผู้ใหญ่บ้านแล้วก็มี อบต. สัญจร การประชุมเลือกตั้ง มีการกระจายการทำงาน โดยรับข้อมูลมาอีกต่อหนึ่ง ผู้ใหญ่บ้านเป็นสื่อกลางบอกต่อกรรมการหมู่บ้าน"

(สมาชิกอาวุโสในชุมชนอ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 12 มี.ค. 48)

การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ในลักษณะของการประชุมร่วมกันทุกเดือนของชาวชุมชนเป็นการสื่อสารที่ช่วยให้ชาวชุมชนได้พบปะพูดคุย และได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในชุมชน

นอกจากลักษณะการสื่อสารที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น จะขอกล่าวถึงรูปแบบการสื่อสารที่พบเห็นในชุมชน ซึ่งจากการวิจัยพบว่ารูปแบบการสื่อสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี มี 2 รูปแบบคือ การสื่อสารทางเดียว และการสื่อสารสองทาง

การสื่อสารทางเดียว

ลักษณะของรูปแบบการสื่อสารทางเดียวจากการสัมภาษณ์พบว่า ลักษณะของการสื่อสารทางเดียวที่พบในชุมชนนั้น เช่น การรับข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ในการทำการเกษตร จากทางสถานีวิทยุ และ เกษตรกรที่สามารถอ่านหนังสือได้ก็จะหาความรู้เพิ่มเติมจากการอ่านหนังสือที่แนะนำเกี่ยวกับการทำการเกษตร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการทำการเกษตรของตน ดังคำให้สัมภาษณ์ของชาวชุมชนดังนี้

" นอกจากความรู้ที่ได้จากเจ้าหน้าที่แนะนำแล้ว น้าก็ได้ความรู้จากหนังสือ โลกเกษตรและอุตสาหกรรม บางครั้งก็ได้ความรู้จากรายการวิทยุ อย่างรายการสีสันชีวิตไทย หรือรายการเกษตรทางโทรทัศน์ตอนเช้าเป็นประจำ "

(คุณสมพงษ์ เอี่ยมพันธ์ เกษตรกร อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 12 มี.ค. 48)

การสื่อสารสองทาง

รูปแบบการสื่อสารสองทางที่ปรากฏในชุมชนจากการศึกษาวิจัยพบว่า มีลักษณะเป็นการถ่ายทอดความรู้ให้กันจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งคือจากรุ่นพ่อแม่สู่รุ่นลูก และอีกลักษณะหนึ่งเช่นการถ่ายทอดความรู้ระหว่างชาวชุมชนด้วยกันเอง โดยเมื่อคนในชุมชนได้รับความรู้ใหม่ในการทำการเกษตร และเมื่อได้ทดลองทำแล้วทำให้ผลผลิตของตนดีขึ้นก็จะทำการถ่ายทอดให้คนในชุมชนคนอื่น ๆ ได้รับทราบ นอกจากการถ่ายทอดระหว่างบุคคลแล้ว ยังมีลักษณะ การสื่อสารสองทางอีกลักษณะหนึ่งคือ การประชุมร่วมกันในหมู่บ้าน ซึ่งเป็นการประชุมร่วมกันทุกเดือน หรือบางครั้งหากทางเกษตรกรมีปัญหาในการเพาะปลูกทางผู้นำชุมชนก็จะทำการเชิญวิทยากร หรือเกษตรอำเภอมาให้คำแนะนำตลอดจนตอบข้อซักถามของเกษตรกรเพื่อช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับพืชที่เกิดขึ้น

"ความรู้ในการทำนาป้าเรียนรู้มาจากพ่อแม่ที่เขาสอน แล้วก็ทำให้ดูเลย ก็จำ ๆ เอามาพอโตขึ้นก็ลองทำเอง"

(สมาชิกอาวุโสในชุมชนอ.ชะอำ สัมภาษณ์ 13 มี.ค. 48)

"การติดต่อสื่อสารกับทางราชการพวกเกษตรเขาก็แนะนำข่าวมาบอกไว้ที่ป้า แล้วป้าก็จะเอาข่าวไปกระจายให้สมาชิกรู้ตอนที่ประชุมแล้วก็ไปบอกประธานชุมชน เขาก็จะไปกระจายข่าวทางหอกระจายข่าวให้ "

(สมาชิกอาวุโสในชุมชนอ.ชะอำ สัมภาษณ์ 13 มี. ค. 48)

ในส่วนของหน่วยงานภายนอกชุมชนเมื่อติดต่อกับทางชุมชนก็จะใช้การสื่อสารในรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งการสื่อสารแบบเป็นทางการคือการทำเอกสารแจ้งให้กับผู้นำชุมชนได้นำไปกระจายข่าวให้กับชาวชุมชนเพื่อนัดวันที่จะเข้าไปอบรม หรือในบางครั้งใช้การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เช่นการโทรศัพท์เข้าไปแจ้งกับผู้นำชุมชน หรือบางครั้งก็มีการใช้การสื่อสารทั้งสองรูปแบบ ดังคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

"เวลาติดต่อกับชุมชนส่วนใหญ่ก็มักจะมีการนัดไป โดยนักการเกษตรที่รับผิดชอบในพื้นที่นั้น ๆ ทำโดยการทำหนังสือราชการไป เช่น เรื่องจะมีการอบรมก็จะนัดชาวบ้านหรือการใช้

โทรศัพท์โทรไปแจ้งที่ประธานกลุ่มหรือการเจาะจงไปที่ตัวบุคคลเลยแล้วให้เขาไปกระจายข่าวต่อกันเอง "

(คุณไพบูลย์ เกษตรอำเภอท่ายาง สัมภาษณ์ 2 มี.ค. 48)

การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

จากการศึกษาวิจัยพบว่ารูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีไม่ว่าจะเป็นชมพู่ มะนาว หรือข้าวนั้นพบว่ามีรูปแบบการสื่อสารหลากหลายรูปแบบเข้ามาเกี่ยวข้อง ในทุกขั้นตอนของการผลิตตั้งแต่เริ่มทำการเพาะปลูก การดูแลผลผลิต การเก็บเกี่ยวตลอดจนการนำผลผลิตออกจำหน่าย ซึ่งในแต่ละขั้นตอนนั้นมีเป้าหมายและมีการจัดการการสื่อสารในหลายรูปแบบซึ่งสามารถแบ่งการจัดการการสื่อสารเป็นขั้นตอนต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. **การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการผลิต**

ในขั้นตอนการผลิตนั้นการสื่อสารที่พบเห็นส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการโดยเป้าหมายในการจัดการการสื่อสารของเกษตรกรในขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาความรู้ในการทำการเกษตรเพื่อนำมาใช้ในการปลูกพืชของตน โดยเกษตรกรจะมีการสังเกตการทำการเกษตรของเกษตรกรรายอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จ และจะเข้าไปซักถามถึงวิธีการเพาะปลูก การคัดเลือกพันธุ์พืช ซึ่งเห็นได้จากการสื่อสารส่วนใหญ่ที่เกษตรกรใช้ในขั้นตอนการผลิตนั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ เมื่อเห็นเกษตรกรในชุมชนรายใดที่ปลูกพืชแล้วผลผลิตได้ราคาดี เกษตรกรรายอื่นก็จะมีการสอบถาม และแนะนำให้ปลูกพืชชนิดนั้น ๆ ต่อกันไป เช่น ในอำเภอท่ายางเมื่อปลูกมะนาวแล้วผลผลิตได้ราคาดี ชาวชุมชนก็ใช้วิธีสอบถามขั้นตอนในการเพาะปลูกและการดูแลรักษาจากเจ้าของสวนนั้น ๆ แล้วนำไปทดลองปฏิบัติกับสวนของตน หรือในกรณีการปลูกกล้วยหรือมะละกอ สลับกับมะนาว โดยลงกล้วยก่อนแล้วจึงปักกิ่งมะนาวเพื่อให้กล้วยได้เป็นร่มเงาให้กับมะนาวในขณะที่ต้นมะนาวยังเล็ก เนื่องจากต้นมะนาวเมื่อแรกปลูกจะไม่ชอบแดดจัด แต่เมื่อมะนาวโตขึ้นและไม่ต้องการร่มเงาเกษตรกรจะเริ่มตัดต้นกล้วยหรือมะละกอที่ปลูกให้ร่มเงาทิ้ง ซึ่งจากการปลูกกล้วยและมะละกอนั้นนอกจากจะมีประโยชน์ในการช่วยบังแดดให้กับมะนาวในขณะที่ยังเล็กแล้วยังสามารถนำผลไปขายเพื่อนำเงินที่ขายกล้วย และมะละกอมาเป็นเงินทุนในการซื้อปุ๋ยบำรุงมะนาว หรือดูแลรักษามะนาวได้อีกด้วย ซึ่งการเพาะปลูกแบบนี้เกษตรกรก็จะมีการบอกต่อๆเผยแพร่ระหว่างกัน เมื่อชาวชุมชนเห็นว่าปลูกแบบดังกล่าวแล้วได้ประโยชน์จริงก็จะมีการปลูกตามกัน

“ความรู้ในการทำเกษตร ได้จากการแสวงหาที่ไหนทำดี ก็ไปดูและถามเขาหรือเมื่อจัดงานเกษตร มีการออกร้านก็ไปดูไปปรึกษา รวมกับความรู้เดิมของเราผสมผสานกัน”

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

การปลูกพืชเพื่อให้ร่มเงาขณะต้นมะนาวมีขนาดเล็ก

ในพื้นที่อำเภอชะอำซึ่งมีการทำนา ความรู้ส่วนใหญ่ในการทำนาเกษตรกรจะได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เช่นวิธีการปลูกข้าวต้องมีการสังเกตว่าช่วงไหนเกษตรกรต้องทำอะไร อย่างไร โดยลักษณะการสื่อสารที่ใช้ก็จะเป็นลักษณะสื่อบุคคลเช่นเดียวกัน ดังคำให้สัมภาษณ์ของเกษตรกรในชุมชน ดังนี้

"ความรู้ในการทำนาป้าเรียนรู้มาจากพ่อแม่ที่เขาสอน แล้วก็ทำให้ดูเลยก็จำๆ เอามาพอโตขึ้น ก็ลองทำเอง "

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

2. การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการดูแลรักษาผลผลิต

การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการดูแลรักษาผลผลิตของเกษตรกรนั้นมีเป้าหมายเพื่อให้ทราบวิธีในการดูแลรักษาผลผลิตของตนให้ถูกวิธี และรู้วิธีในการแก้ปัญหาโรคพืชหรือปัญหาเกี่ยวกับพืชที่เกิดกับผลผลิตของตนได้ถูกต้อง ซึ่งในธุรกิจการเกษตรของเกษตรกรในขั้นตอนนี้นอกจากจะใช้รูปแบบการสื่อสารในรูปของสื่อบุคคลช่วยแนะนำและให้ความรู้เช่นเดียวกันกับขั้นตอนการผลิตแล้ว จากการศึกษาวิจัยพบว่า ยังมีการใช้รูปแบบการสื่อสารประเภทอื่นอีกด้วย ซึ่งสื่ออีกประเภทที่พบในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนนั่นคือ สื่อมวลชนซึ่งเป็นรูปแบบของการสื่อสารทางเดียว สื่อมวลชนที่เป็นที่นิยมของเกษตรกรคือ วิทยุ เกษตรกรส่วนใหญ่ให้สัมภาษณ์ว่าตนได้ความรู้ใหม่ ๆ ในการทำการเกษตร ทั้งการปลูกพืช การบำรุงดูแลรักษา จากสื่อวิทยุ เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ง่าย และรวดเร็ว โดยเกษตรกรเมื่อได้รับฟังคำแนะนำจากรายการเกษตรทางวิทยุก็นำมาประยุกต์ใช้กับการทำการเกษตรของตน ทำให้ผลผลิตดีขึ้นและมีรายได้สูงขึ้น เช่นกรณีของคุณสมพงษ์ เอี่ยมพันธ์ ผู้ซึ่งประกอบอาชีพทำสวนชมพู่ ใน อำเภอท่ายาง ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ตนได้รับความรู้จากรายการวิทยุเกี่ยวกับการเกษตรชื่อรายการ "สีสันชีวิตไทย " ในการยกเลิกการทำนั่งร้านในการดูแลรักษาชมพู่ ซึ่งในสมัยก่อนการทำสวนชมพู่นั้นเมื่อชมพู่เริ่มออกดอกออกผล เกษตรกรต้องทำนั่งร้านเพื่อขึ้นไปห่อผลชมพู่เพื่อกันการรบกวนจากแมลงต่าง ๆ ที่จะทำลายผลชมพู่ ซึ่งการทำนั่งร้านนั้นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำสูงจนเมื่อราคาชมพู่ตกต่ำ ทางเกษตรกรพยายามคิดหาวิธีในการลดต้นทุน โดยได้รับความรู้จากรายการวิทยุเพื่อการเกษตร "รายการสีสันชีวิตไทย" ได้ให้คำแนะนำในการดูแลชมพู่ว่าไม่จำเป็นต้องทำนั่งร้านเพียงแค่ตัดยอดให้ต้นชมพู่เตี้ยลงก็เพียงพอแล้ว เมื่อคุณสมพงษ์ลองปฏิบัติตามก็เห็นว่าได้ผลดี ชมพู่ออกผลมากกว่าเดิม และไม่มีความเสียหายเนื่องจากลมพัดผลชมพู่กระทบกัน ซึ่งเมื่อชาวเกษตรกรรายอื่นเห็นว่าได้ผลผลิตที่ดี ก็มาสอบถามและปฏิบัติตาม นอกจากในเรื่องการดู

แลรักษาชมพู่แล้ว ความรู้ที่เกษตรกรได้รับจากสื่อวิทยุอีกเรื่องหนึ่งก็คือเรื่องการใช้ปุ๋ยอินทรีย์แทนสารเคมีเพื่อรักษาหน้าดินให้พื้นดิน กลับมาอุดมสมบูรณ์ เป็นต้น

นอกจากการสื่อสารผ่านทางวิทยุแล้วเกษตรกรยังได้รับความรู้ผ่านทางสื่อประเภทอื่น คือ โทรทัศน์ และหนังสือที่เกี่ยวกับการเกษตร แต่เกษตรกรที่ได้รับความรู้จากหนังสือนั้นยังจำกัดอยู่ในวงแคบ เนื่องจากมีข้อจำกัดที่เกษตรกรบางคนไม่รู้หนังสือก็จะไม่สามารถรับความรู้จากสื่อชนิดนี้ได้โดยตรง ต้องอาศัยคำบอกเล่าหรือการถ่ายทอดจากเกษตรกรที่สามารถอ่านหนังสือได้อีกทอดหนึ่ง นอกจากสื่อที่ได้กล่าวไปแล้วยังมีหอกระจายข่าวซึ่งติดตั้งไว้ในแต่ละหมู่บ้าน โดยข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายข่าว เช่นการแนะนำเรื่องการทำการเกษตร ตลอดจนแจ้งข่าวสารต่าง ๆ ทั้งจากหน่วยงานราชการ และข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะจัดขึ้นในชุมชนให้กับคนในชุมชนได้รับรู้

การสื่อสารอีกรูปแบบที่ได้พบเห็นนอกจากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และหอกระจายข่าวแล้ว ยังมีการสื่อสารกลุ่มใหญ่เป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่พบในขั้นตอนการดูแลรักษาผลผลิต ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้พบเห็นได้จาก เมื่อเกษตรกรประสบปัญหาในการเพาะปลูก เช่น เกิดโรคพืช หรือ แมลงรบกวนก็จะมีการรวมตัวกันและแจ้งเรื่องไปยังผู้นำชุมชน เพื่อให้ผู้นำชุมชนแจ้งกับทางเกษตรอำเภอเพื่อจัดหาวิทยากรมาจัดการอบรมและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหาให้กับเกษตรกรในชุมชน ดังคำให้สัมภาษณ์ของเกษตรกรในชุมชน ดังนี้

"ปัญหาศัตรูพืชเกษตรกรจะพบโดยตรงไม่รู้จะแก้ปัญหาอย่างไร บางครั้งไปซื้อยามารักษาเอง ยานั้นก็เป็นอันตราย รักษาไม่ถูกโรคก็ไม่หาย ทางเกษตรอำเภอก็เข้ามาช่วยแก้ปัญหาเช่นแนะนำยาและนำยามาให้ทดลองใช้ก่อน และมีการเข้ามาให้ความรู้แต่ไม่บ่อย เช่นเรื่องการกำจัดแมลง การสอนให้รู้จักแมลงที่เป็นศัตรูพืชว่าขยายพันธุ์เร็วแค่ไหน โดยเรานัดกันก่อนว่าทางเกษตรอำเภอจะมาวันไหนแล้วผมก็จะไปบอกต่อชาวบ้าน แล้วก็จะไปรวมตัวกันที่ศาลากลางบ้านคนก็มาฟังกันเยอะ"

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

ศาลาประชุมกลางหมู่บ้าน

แต่โดยส่วนใหญ่แล้วความรู้ในการทำการเกษตรของชาวชุมชนจะใช้ความรู้เดิมหรือจากการสอบถามเพื่อนบ้านซึ่งเป็นสื่อบุคคลเป็นหลัก เนื่องจากการติดต่อกับหน่วยงานราชการบางครั้งมีความล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการหรือบางครั้งปัญหาที่เกิดเป็นปัญหาต้องการการแก้ไขเร่งด่วน เกษตรกรก็จะแก้ไขไปตามวิธีของตนหรือตามวิธีที่สอบถามจากชาวบ้านผู้มีประสบการณ์ไปก่อน หรือบางครั้งเจ้าหน้าที่ก็ให้การอบรมในเรื่องที่เกษตรกรมีความรู้อยู่แล้ว ซึ่งไม่ใช่ความรู้ใหม่จึงทำให้ชาวบ้านไม่ให้ความสนใจในการอบรมของเจ้าหน้าที่ เป็นต้น

“คำแนะนำที่เจ้าหน้าที่เกษตรเอามาให้ ก็ไม่ค่อยทำให้มีความรู้มากขึ้น ส่วนใหญ่จะรู้อยู่แล้ว เคยแนะนำพันธุ์ข้าวก็แนะนำพันธุ์ชัยนาท คนที่นี่เขาก็ปลูกกันอยู่แล้ว ก็เลยไม่ค่อยได้ปฏิบัติตามเท่าไรนัก “

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

"ไม่ค่อยได้ติดต่อกับเจ้าหน้าที่เกษตร เพราะคนที่นี่ทำเก่งกว่าพวกเขา เราได้สัมผัสมันทุกวันย่อมมีความรู้ดีกว่ามาก แต่ถ้าจะติดต่อก็เป็นเรื่องของอาชีพเสริมที่ทำให้พวกเขาเข้ามาให้ความรู้กับชาวบ้านได้ เพราเป็นสิ่งที่ชาวบ้านยังไม่รู้จัก ทำไม่เป็น แต่ถ้าเป็นเรื่องเกษตรกรรมคนที่นี่จะไม่ยอมรับกันเพราะเขาทำกันมานาน ย่อมรู้ดีกว่าอยู่แล้ว พัฒนากรและนักเกษตร จึงไม่ค่อยมีผลงานนัก สำหรับที่นี่"

(สมาชิกในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

"การทำการเกษตรเป็นแบบภูมิปัญญา ไม่ใช่ความรู้จากทางราชการ เป็นสิ่งที่ชาวชุมชนมีอยู่แล้ว เป็นประสบการณ์ตรง เช่น การห่อชมพู่ การแต่งกิ่ง ทางราชการจะทำอย่างเราไม่ได้ จึงไม่ค่อยมีความรู้ทางราชการมาเกี่ยวข้องสำหรับการทำการเกษตรของที่นี่"

(สมาชิกในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

กล่าวโดยสรุปในการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีใช้การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการดูแลผลผลิตโดยผ่าน สื่อในรูปแบบต่าง ๆ คือสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่ออื่น ๆ เช่น หอกระจายข่าว เป็นต้น

3. การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและจำหน่ายผลผลิต

การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและจำหน่ายผลผลิตนั้นเกษตรกรมีเป้าหมายในการสื่อสารในขั้นตอนนี้คือ เพื่อให้ผลผลิตของตนได้ราคาดี ดังนั้นในการจัดการการสื่อสารของเกษตรกรในขั้นตอนนี้จะพบว่าการสื่อสารที่ใช้จะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นส่วนใหญ่ เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตเกษตรกรจะทำการติดต่อกับพ่อค้าคนกลาง ที่ได้เคยติดต่อหรือจับจองผลผลิตของตนไว้แล้ว ให้เข้ามาเก็บเกี่ยวหรือรับผลผลิตของตน และทำการตกลงราคากัน ซึ่งราคาในการจำหน่ายนั้นทางเกษตรกรจะใช้วิธีในการซักถามกับเกษตรกรที่ผลผลิตออกก่อนและทำการขายไปก่อนหน้านี้ว่าขายไปในราคาเท่าใด และจากนั้นก็ทำการตั้งราคาขายผลผลิตของตน โดยอิงราคาของเกษตรกรที่ขายผลผลิตไปก่อน หรือในบางพื้นที่เกษตรกรจะสามารถนำผลผลิตของตนไปขายได้โดยตรงกับผู้บริโภค หรือพ่อค้า แม่ค้ารายอื่น ๆ เนื่องจากมีตลาดกลางรองรับผลผลิตทางการเกษตรอยู่ใกล้ชุมชน เช่น ในอำเภอท่ายาง มีตลาดหนองบ้วย รองรับผลผลิตของเกษตรกร เป็นต้น

“อย่างป้านี่ก็เคยไปขายเองที่กรุงเทพฯ มีคนรู้จักเขาแนะนำมาเพราะคิดว่าเอาไปขายเองแล้วจะได้ราคามากกว่า ได้ราคาสูงแต่มันไม่คุ้มก็เหมือนเราขายอยู่แถวนี้ แต่ถ้าราคาต่างกันมากก็ไปขายเอง ถ้าไม่คุ้มก็ฝากขาย”

(สมาชิกในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

“ผลผลิตที่ได้ก็เอาไปขายที่ตลาดหนองบ้วย บางทีก็โทรไปให้แม่ค้ามารับซื้อผลผลิต แต่บางทีก็เอาไปขายเองเพราะจะได้ดูราคาด้วยว่า เราขายเท่านี้ได้ราคาเดท่าไร เปรียบเทียบราคาเอา”

(สมาชิกในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

กล่าวโดยสรุป รูปแบบการสื่อสารที่พบเห็นในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การสื่อสารทางเดียว ที่พบเห็นในชุมชน เช่นจากการที่เกษตรกรติดตามข่าวสาร หรือความรู้ด้านการเกษตร จากวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือเกี่ยวกับการเกษตร ตลอดจนหอกระจายข่าวในแต่ละหมู่บ้าน เพื่อใช้ในการปรับปรุงหรือเป็นความรู้ใหม่ในการทำการเพาะปลูกของตน

2. การสื่อสารสองทาง การสื่อสารในรูปแบบนี้จะพบเห็นเป็นส่วนใหญ่ในชุมชนเนื่องจากเกษตรกรนิยมที่จะซักถามหรือหาข้อมูลในการทำการเกษตรระหว่างกัน เช่นข้อมูลในการเพาะปลูก เมื่อเห็นเกษตรกรรายใด ที่ผลผลิตขายแล้วได้ราคาดี ก็จะมีการซักถามถึงวิธีปลูกและการดูแลรักษา จากนั้นก็จะลองนำไปปฏิบัติ หรือในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวผลผลิตชาวเกษตรกรก็จะทำการสอบถามราคาระหว่างกันว่าในช่วงนั้นราคาของผลผลิตอยู่ที่ราคาเท่าไหร่เพื่อใช้อ้างอิงราคาผลผลิตของตน เป็นต้น

3. การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ การสื่อสารในลักษณะนี้จะพบเห็นเมื่อมีการประชุมหมู่บ้าน ซึ่งผู้นำชุมชนจะนำนโยบายจากทางรัฐบาลซึ่งส่งผ่านทางเกษตรอำเภอ หรือทาง อบต. มาเผยแพร่ให้กับคนในชุมชนได้รับทราบ หรือในบางครั้งเราสามารถพบเห็นการสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ได้จากการที่ชาวชุมชนได้รวมตัวกันเพื่อขอให้ทางเกษตรอำเภอจัดวิทยากรเข้ามาอบรมให้ความรู้ในเรื่องที่ชาวชุมชนกำลังประสบปัญหา เช่น ปัญหาเรื่องแมลงทำลายผลผลิต หรือปัญหาเกี่ยวกับเรื่องปุ๋ย เป็นต้น

สรุปการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

จากการศึกษาวิจัยพบว่าการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินการธุรกิจการเกษตรนั้นมีการสื่อสารหลายรูปแบบเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆเกษตรกรที่ทำการสื่อสารต่างมีจุดมุ่งหมายหลักเดียวกันคือต้องการที่จะขายผลผลิตของตนได้ราคาดีและมีกำไรสูง โดยการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีในแต่ละขั้นตอนของการดำเนินการธุรกิจการเกษตรนั้นสามารถสรุปขั้นตอนในการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ได้ดังนี้

1. เป้าหมายในการจัดการการสื่อสาร การทำธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนในลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้น เกษตรกรมีเป้าหมายในการทำธุรกิจการเกษตรคือเพื่อสามารถผลิตผลผลิตได้โดยใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ และได้ผลผลิตดี มีคุณภาพ และสามารถขายได้ในราคาสูง คุ้มค่ากับการลงทุน

2. กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายในการจัดการการสื่อสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 กลุ่มเกษตรกร การจัดการการสื่อสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้นกลุ่มเป้าหมายในการจัดการการสื่อสารที่สำคัญคือเกษตรกรโดยในการที่จะทำให้การประกอบอาชีพการเกษตรของชุมชนมีการพัฒนาและปรับตัวเข้าสู่การทำการเกษตรแบบการค้าหรือธุรกิจการเกษตรได้นั้น จำเป็นต้องให้ความรู้กับเกษตรกรในชุมชนเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ โดยความรู้ที่ถ่ายทอดให้กับเกษตรกรในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง หรือในบางครั้งเป็นการถ่ายทอดให้แก่เกษตรกรในชุมชนด้วยกันเอง โดยเมื่อเกษตรกรรายใดมีวิธีเพาะปลูก หรือวิธีการดูแลรักษาพันธุ์พืชของตนซึ่งเมื่อปฏิบัติแล้วผลผลิตได้ราคาดีก็จะมีการสอบถามและแนะนำให้ปฏิบัติต่อ ๆ กันไป

2.2 กลุ่มพ่อค้าที่รับซื้อผลผลิต ในการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตร กลุ่มพ่อค้าเป็นกลุ่มที่สำคัญอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนโดยสามารถชี้ให้เห็นว่าการจัดการธุรกิจการเกษตรในชุมชนนั้นสามารถบรรลุผลสำเร็จได้ตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ ดังนั้นกลุ่มพ่อค้าจึงเป็นกลุ่มสำคัญที่ต้องกำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายในการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี เพื่อให้สามารถวางแผนการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวนี้ได้อย่างถูกต้องชัดเจน เช่น การเจรจาต่อรองกับพ่อค้า หรือแม่ค้าที่รับซื้อผลผลิตเพื่อให้ได้ราคาดี เป็นต้น

3. กลยุทธ์หรือกลวิธีในการสื่อสาร จากการศึกษาวิจัยพบว่ากลยุทธ์หรือกลวิธีในการสื่อสารกับชาวชุมชนที่เหมาะสมที่สุด คือการใช้รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารมวลชน ตามลำดับ โดยการใช้รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลจะสามารถเข้าถึงชาวชุมชนได้ดีที่สุด ซึ่งในการสื่อสารเพื่อให้ความรู้กับคนในชุมชนนั้นสามารถผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้ เช่น

3.1 สื่อกิจกรรม โดยการจัดนิทรรศการให้ความรู้ในการทำการเกษตร ตลอดจนการจัดให้มีการประกวดและให้รางวัลแก่ผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกรที่มีผลผลิตที่ดีมีคุณภาพเพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับเกษตรกรรายอื่น หรือเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลผลิตทางการเกษตรของคนในชุมชนออกสู่ตลาดภายนอก

3.2 การสาธิต ในการสื่อสารโดยผ่านการสาธิตนั้นจากการศึกษาวิจัยพบว่าการสื่อสารจะพบในรูปแบบของการสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่โดยเมื่อถึงเวลาประชุมหมู่บ้านซึ่งจัดขึ้นในแต่ละเดือนนั้นจะมีการประชุมร่วมกันทั้งเจ้าหน้าที่เกษตร ชาวชุมชน และผู้นำชุมชน ซึ่งเจ้าหน้าที่เกษตรก็จะทำการสาธิตการทำการเกษตรในเรื่องต่าง ๆ ตามที่ชาวชุมชนทำเรื่องขอไปให้กับชาวชุมชน เช่น การสาธิตการทำปุ๋ยจุลินทรีย์เพื่อให้เกษตรกรสามารถลดค่าใช้จ่ายในการซื้อปุ๋ยเคมีซึ่งมีราคาแพง เป็นต้น

3.3 การสื่อสารระหว่างกันในชุมชน การสื่อสารระหว่างกันในชุมชนเป็นการสื่อสารในรูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นการสื่อสารที่พบเห็นได้มากที่สุดและชาวชุมชนใช้มากที่สุดเนื่องจากสะดวกและรวดเร็ว สามารถตอบปัญหาข้อข้องใจของเกษตรกรที่มีปัญหาในการทำการเกษตรได้โดยทันที โดยในการสอบถามข้อมูลในการทำการเกษตรนั้นเกษตรกรจะสอบถามจากผู้มีประสบการณ์หรือผู้ที่สามารถปลูกแล้วได้ผลผลิตที่ดี มีราคาและมีคุณภาพ

3.4 การสื่อสารโดยผ่านหอกระจายข่าว เป็นการสื่อสารที่ทำให้คนในชุมชนได้รับข่าวสารและความรู้ได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึงทั้งข่าวสารที่เกี่ยวกับการเพาะปลูก การดูแลรักษาผลิตผลทางการเกษตร ราคาจำหน่ายผลผลิต ตลอดจนข่าวสารข้อมูลความรู้ต่าง ๆ จากทางราชการ

3.5 การสื่อสารมวลชน การสื่อสารมวลโดยเฉพาะสื่อวิทยุ เป็นอีกสื่อหนึ่งที่สำคัญในการจัดการการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี เนื่องจากทำให้เกษตรกรได้รับความรู้และแนวทางใหม่ ๆ ในการทำการเกษตร ตลอดจนได้รับความรู้ในการดูแลผลผลิต และสื่อมวลชนยังสามารถให้ข้อมูลในด้านราคาผลผลิตกับเกษตรกรได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

เป้าหมายการสื่อสาร	กลุ่มเป้าหมาย	กลวิธีในการจัดการการสื่อสาร	ผลที่ได้รับ
- ใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ	- กลุ่มเกษตรกร	- สื่อกิจกรรม	- ผลผลิตได้
- ผลผลิตได้ราคาสูง	- กลุ่มพ่อค้า	- การสาธิต	- ราคาสูง
		- การสื่อสารระหว่างบุคคล	

แผนภาพที่ 6 การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ทิศทางการไหลของข่าวสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

การสื่อสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีลักษณะการไหลของข้อมูลข่าวสารในหลายทิศทาง ทั้งในลักษณะการไหลของข้อมูลข่าวสารจากเบื้องบนสู่เบื้องล่าง (top-down) คือ เจ้าหน้าที่รัฐ ผู้นำชุมชน ไปสู่เบื้องล่าง คือ เกษตรกร เช่นในเรื่องของการให้การอบรมในด้านการเกษตรจากเจ้าหน้าที่การเกษตรหรือพัฒนาชุมชน หรือจากการนำข่าวสารจากทางราชการมาบอกต่อให้กับคนในชุมชนของผู้นำชุมชน หรือทิศทางการไหลของข่าวสารจากล่างขึ้นบน (bottom up) คือจากเกษตรกร สู่ผู้นำชุมชน หรือจากเกษตรกรสู่เจ้าหน้าที่รัฐ เช่นการปรึกษาเพื่อหาวิธีในการแก้ปัญหาศัตรูพืช หรือการสื่อสารแบบแนวนอน (horizontal) คือการสื่อสารระหว่างเกษตรกรด้วยกัน เช่น การสอบถามข้อมูลในการทำการเกษตร ซึ่งการสื่อสารในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้น จะพบเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารในลักษณะการสื่อสารแบบแนวนอนเป็นส่วนใหญ่

ปัจจัยที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

การจัดการธุรกิจการเกษตรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้นมีปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการทำธุรกิจการเกษตร ดังนี้

1. **ปัจจัยด้านภูมิประเทศ**

เพชรบุรีมีสภาพภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์ มีปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ในการทำการเกษตร เนื่องจากเพชรบุรีมีแหล่งน้ำที่ใกล้กับพื้นที่การเกษตร โดยเฉพาะชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีซึ่งมีแม่น้ำเพชรบุรีไหลผ่าน ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีจึงมีความได้เปรียบในเรื่องของภูมิประเทศที่เอื้ออำนวย มีน้ำใช้ในการทำการเกษตรอย่างพอเพียง และชาวเกษตรกรส่วนใหญ่มีพื้นที่ในการ เพาะปลูกเป็นของตนเอง ซึ่งชาวชุมชนได้ให้สัมภาษณ์ไว้ดังนี้

"คนในชุมชนนี้ลืมตาอ้าปากไม่ได้ถือว่าเกียจคร้าน เพราะพื้นที่ที่ทำการเกษตรมีแหล่งน้ำทั้งหมด พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์มีแม่น้ำเพชรไหลผ่าน คนในชุมชนส่วนใหญ่ก็มีที่เพาะปลูกเป็นของตัวเอง"

(คุณไพโรจน์ บวงสรวง อบต. อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 2 มี.ค. 48)

"...ที่นี่เป็นแหล่งดินดี น้ำดี ทำให้มีฐานชีวิตค่อนข้างดี แต่ถ้ามีภัยแล้งก็ลำบากนิดหน่อย ดินที่นี่เป็นดินดีมาก น้ำใต้ดินอุดมสมบูรณ์"

(สมาชิกชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 2 มี.ค. 48)

2. **ปัจจัยด้านบุคคล**

จากการศึกษาข้อมูลพบว่าปัจจัยด้านบุคคลเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชน เนื่องจากเมื่อบุคคลใดในชุมชนทำการเกษตรและได้ผลผลิตที่ขายได้ราคาดีก็จะเป็นตัวอย่างให้กับเกษตรกรรายอื่นในชุมชน และเป็นแหล่งข้อมูลในการให้ความรู้กับเกษตรกรผู้สนใจ ในบางครั้งได้รับเชิญให้เป็นวิทยากรไปเผยแพร่ให้ความรู้กับชุมชนอื่นๆ อีกด้วย ซึ่งปัจจัยทางด้านบุคคลเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลกับชาวเกษตรกรรายอื่น ๆ เนื่องจากเป็นตัวอย่างที่เห็นได้จริงและเห็นได้อย่างชัดเจน จึงเป็นแรงจูงใจในการจัดการธุรกิจการเกษตรของตน ดังคำให้สัมภาษณ์ของชาวชุมชน ดังนี้

"การติดต่อระหว่างชุมชนก็มีการติดต่อถึงกัน บางครั้งมีการเชิญชาวชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการทำการเกษตรมาเป็นวิทยากรอาสา ไปเป็นวิทยากรให้ความรู้กับชาวชุมชนในหมู่บ้านอื่น"

(สมาชิกในชุมชน อ.ท่ายาง สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

3. **ปัจจัยด้านการสื่อสาร**

จากการศึกษาวิจัยพบว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการธุรกิจการเกษตรในชุมชน เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ชาวเกษตรกรในชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจในการประกอบอาชีพของตน ซึ่งรูปแบบการสื่อสารที่ส่งผลในการจัดการธุรกิจการเกษตรชองชุมชน มีดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.1 รูปแบบการสื่อสารสองทาง

เป็นรูปแบบการสื่อสารที่พบเห็นเป็นส่วนใหญ่ในการประกอบอาชีพการเกษตรของชาวชุมชน ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้รับสารสามารถสอบถามผู้ส่งสารกลับได้โดยทันทีเมื่อเกิดความไม่เข้าใจ เป็นการสื่อสารในรูปแบบ “การสื่อสารสองทาง” จะเห็นได้จากการที่ชาวชุมชนมีการสอบถามกันในเรื่องของการทำการเกษตร หรือการสอบถามผู้นำชุมชน หรือเกษตรอำเภอเมื่อมีการ อบรมให้ความรู้ด้านการเกษตรกับคนในชุมชน

“ทางเกษตรอำเภอเข้ามาเดือนละครั้ง จะมาพูดคุยเรื่องการดูแลผลผลิตทางการเกษตร ว่าดูแลอย่างไรให้ได้ผลดี และการแก้ปัญหาเรื่องโรคพืชและแมลง”

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

3.2 การสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ

อีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนคือการมีการสื่อสารที่สม่ำเสมอทำให้ชุมชนเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะเห็นได้จากการที่ชุมชนจัดประชุมร่วมกันทุกเดือน เพื่อรับทราบข่าวสารจากทางราชการ ตลอดจนการแลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างคนในชุมชน

“ในชุมชนมีการจัดการประชุมทุกวันที่ 7 ของทุกเดือน ใครมีเรื่องอะไรก็เอาไปประชุม โดยมีทั้ง อ.บ.ต. ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เข้าประชุมด้วย ในบางครั้งอาจมีเจ้าหน้าที่อำเภอเข้ามาร่วมประชุม เช่น พัฒนากร นายอำเภอ เกษตรอำเภอ มาร่วมประชุมด้วย ใครมีเรื่องอะไรหรือปัญหาอะไรก็แจ้งที่นั่น”

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

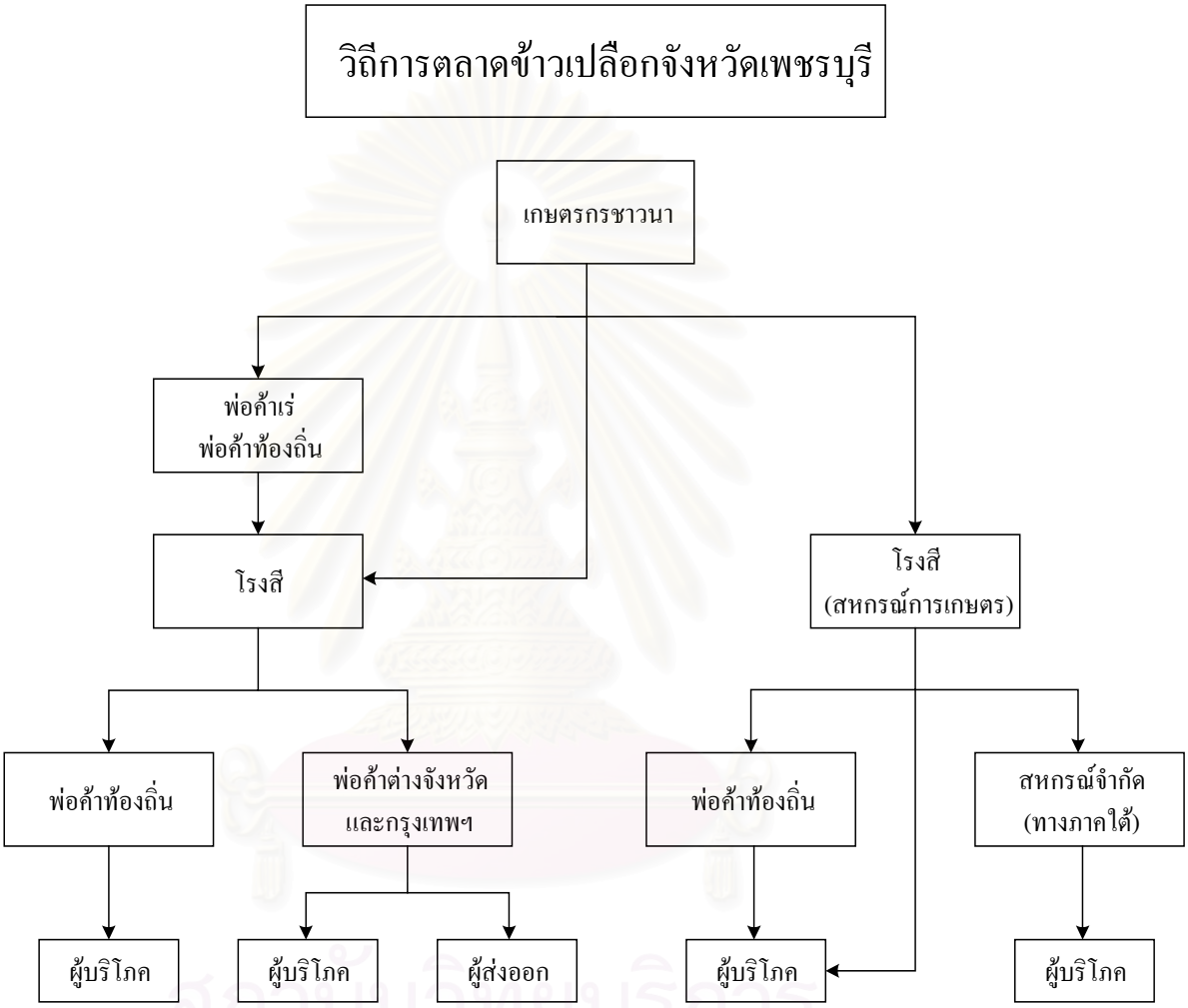
“มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่เกษตรเขาจะเข้ามาดูอยู่เรื่อย ๆ มีการติดตามบัญชี มีการติดตามผลเรื่องการเพาะปลูก”

(สมาชิกในชุมชน อ.ชะอำ สัมภาษณ์ 8 ก.พ.48)

3.3 ใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสาร

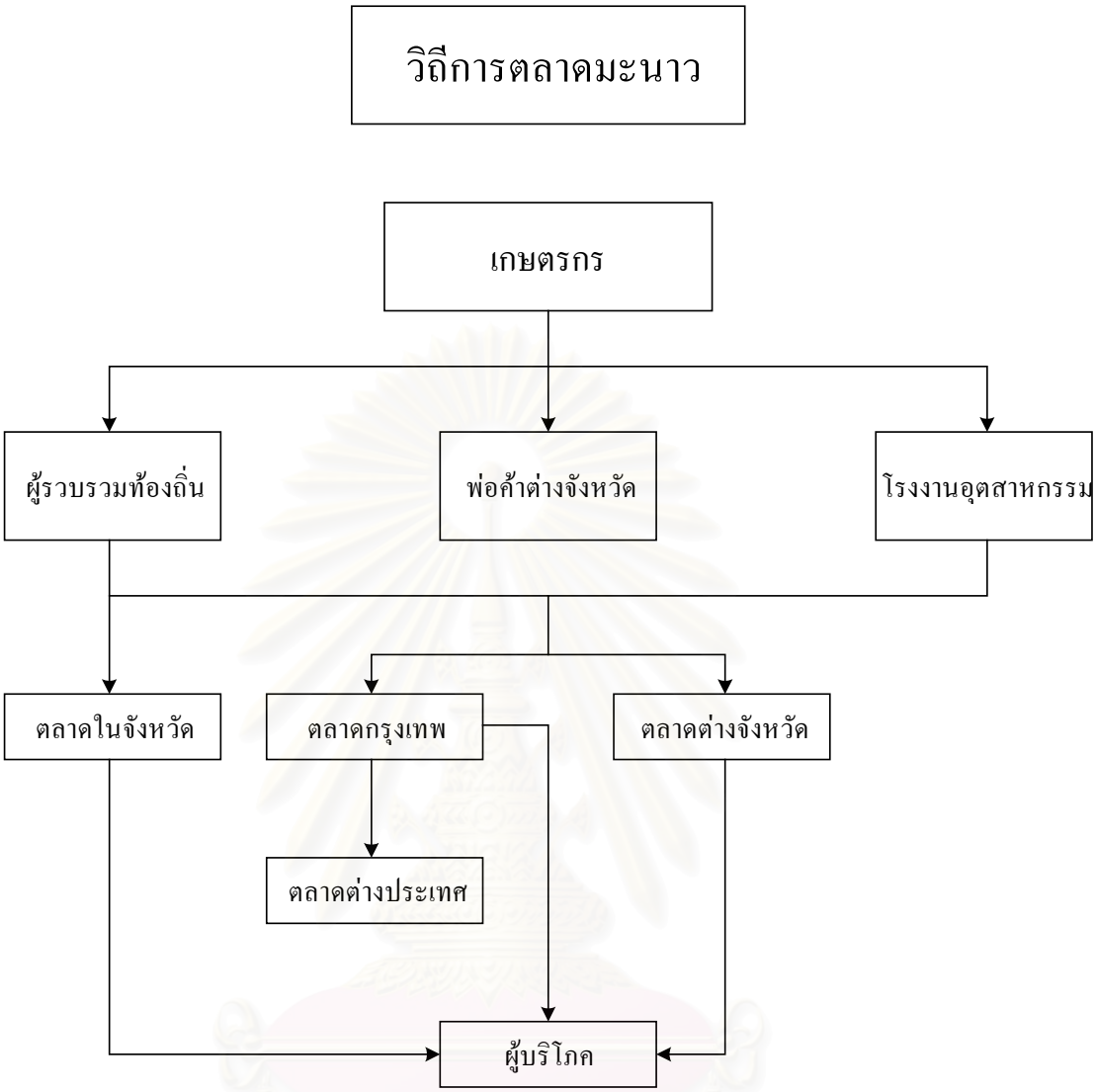
นอกจากสื่อบุคคลที่ชาวชุมชนใช้ในการจัดการธุรกิจการเกษตรแล้วสื่อมวลชน เช่นรายการวิทยุ และโทรทัศน์รวมทั้ง วารสารการเกษตร ยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สำคัญของเกษตรกรในการจัดการธุรกิจการเกษตรของตน โดยเฉพาะวิทยุเนื่องจากเกษตรกรในชุมชนมักจะฟังรายการที่เกี่ยวกับการเกษตรเพราะวิทยุเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงชาวเกษตรกรได้ง่าย เพราะพกพา

สะดวกสามารถฟังขณะทำงานได้ เมื่อฟังแล้วเกษตรกรก็จะนำมาปรับใช้ ผสมผสานกับการเกษตรของตน เพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีหรือบางครั้งก็สามารถติดตามราคาผลิตผลในช่วงนั้นๆ ได้ สื่อมวลชนจึงเป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งที่สำคัญสำหรับชาวเกษตรกรในชุมชน



ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี

แผนภาพที่ 7 : รูปแบบการตลาดข้าวเปลือกในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี



ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดเพชรบุรี

แผนภาพที่ 8 : รูปแบบการตลาดมะนาวในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงวิวัฒนาการในการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรตั้งแต่กระบวนการเริ่มผลิตจนกระทั่งนำผลผลิตออกสู่ตลาด ของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสังเกต และสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีซึ่งประกอบอาชีพเกษตรกรรม และกลุ่มบุคคลภายนอกที่ดำเนินงานร่วมกับชุมชน รวมทั้งสิ้น 24 ท่าน สรุปผลการศึกษาวิจัยตามปัญหานำการวิจัยมีดังต่อไปนี้

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีวิวัฒนาการในการทำเกษตรกรรมตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร

ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ว่า วิวัฒนาการในการทำการเกษตรของชุมชนลุ่ม แม่น้ำเพชรบุรีในอดีตเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2500 ซึ่งเป็นปีก่อนหน้าที่ประเทศไทยจะมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาตินั้น การทำการเกษตรเป็นลักษณะการทำการเกษตรแบบพอกินพอใช้ เมื่อมีผลผลิตเหลือจึงนำออกจำหน่าย ซึ่งการเริ่มต้นทำการเกษตร ตลอดจนการดูแลรักษานั้นยังเป็นการปลูกและดูแลแบบไม่มีแบบแผน ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านหรือความรู้ในการเพาะปลูกที่ได้รับการถ่ายทอดมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ รุ่น พ่อ แม่ ปู่ ย่า หรือบางครั้งได้รับความรู้จากการสอบถามจากเพื่อนบ้านในละแวกเดียวกันเป็นหลัก การทำการเกษตรในสมัยก่อนใช้วิธีการลองผิดลองถูกในการเพาะปลูก หากเป็นวิธีที่ได้ผลก็จะจำไว้และถ่ายทอดให้กับลูกหลานต่อไป สมัยก่อนโรคพืชและโรคแมลงต่าง ๆ มีน้อย ฝนยังคงตกตามฤดูกาล การบำรุงรักษาและดูแลพันธุ์พืชจึงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากเท่าปัจจุบัน เมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวผลผลิตจะมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันซึ่งเรียกว่า

การลงแขก หรือการเอาแรง เป็นการหมุนเวียนไปช่วยเก็บเกี่ยวผลผลิตระหว่างกันของคนในชุมชน และเมื่อนำผลผลิตออกจำหน่ายจะมีพ่อค้า แม่ค้า หรือโรงสีเข้ามาติดต่อกับทางเกษตรกรโดยตรง บางครั้งเกษตรกรก็จะนำผลผลิตไปขายโดยตรงด้วยตนเอง ซึ่งในสมัยก่อนวิธีการนำผลผลิตไปขายด้วยตนเองไม่เป็นที่นิยมเนื่องจากการคมนาคมยังไม่สะดวก หากต้องการเข้าไปในตัวอำเภอหรือในเมือง ชาวชุมชนต้องใช้เวลาในการเดินทางเป็นเวลาหลายวัน ซึ่งบางพื้นที่ต้องใช้การเดินทางทางน้ำเท่านั้น จึงทำให้การค้าขายโดยส่วนใหญ่ทางพ่อค้าคนกลางจะเข้ามาติดต่อและบางครั้งทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตด้วยตนเอง ซึ่งพ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่จะมีความสนิทสนมกับชาวชุมชนเป็นอย่างดี

การเกษตรในปัจจุบันภายหลังจากเริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2504 พบว่าการเกษตรได้เริ่มมีการพัฒนาและปรับปรุงมากขึ้น โดยเกษตรกรได้รับความรู้ต่าง ๆ ทั้งจากทางหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในการทำการเกษตร ซึ่งทำให้การทำการเกษตรของชาวชุมชนมีการพัฒนาและเป็นระเบียบแบบแผนมากขึ้น มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ตลอดจนความรู้ใหม่ ๆ ในการทำการเกษตร เช่น การตัดยอดชมพู่เพื่อทำให้ต้นชมพู่เตี้ยลงสามารถดูแลรักษาและเก็บเกี่ยวผลได้โดยไม่ต้องใช้นั่งร้าน เป็นต้น ซึ่งวิธีการใหม่ ๆ ที่เกษตรกรได้รับเป็นการเพิ่มผลผลิต และเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร ส่วนในการจำหน่ายผลผลิต ในสมัยปัจจุบันการคมนาคมสะดวกมากขึ้น แต่ละชุมชนมีถนนหนทางเข้าสู่ชุมชน ทำให้เกษตรกรมีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตของตนมากขึ้นเนื่องจากมีพ่อค้าคนกลางทั้งจากภายในจังหวัด และ พ่อค้าคนกลางจากจังหวัดอื่นสามารถเข้ามาติดต่อและรับซื้อผลิตผลถึงแหล่งผลิตได้สะดวกขึ้น ตลอดจนรัฐบาลมีนโยบายให้การสนับสนุนชุมชนโดยการจัดตั้งตลาดกลางเพื่อการเกษตรใกล้ ชุมชน เพื่อให้เกษตรกรมีอีกทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตของตน โดยไม่ต้องเดินทางไกลเพื่อไปจำหน่ายผลผลิต ทำให้ธุรกิจเกิดการแข่งขันจึงเป็นผลให้ผลผลิตของชาวชุมชนสามารถขายได้ราคาดี เนื่องจากเกษตรกรมีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตของตนได้หลายทาง โดยเฉพาะ มะนาว และ ชมพู่ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจหลักในชุมชนแห่งนี้ ในทางกลับกัน ในเรื่องความสัมพันธ์ในชุมชนพบว่าคนในชุมชนมีความสนิทสนมกันน้อยลง โดยเห็นได้จากประเพณี ลงแขก หรือ การเอาแรง เริ่มหายไป โดยเปลี่ยนเป็นลักษณะการจ้างแรงงานเข้ามาแทนที่ เนื่องจากสมัยปัจจุบัน สังคมเปลี่ยนแปลงไป ชาวชุมชนได้รับอิทธิพลจากสังคมในเมืองมากขึ้นจึงทำให้ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างคนในชุมชนเริ่มสนิทกันน้อยลง

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี มีการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนอย่างไร

จากการศึกษาถึงการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีสามารถแบ่งการจัดการการสื่อสารได้ ดังนี้

1. การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการผลิต

จากการศึกษาวิจัยพบว่าในขั้นตอนการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการเริ่มผลิต การคัดหาพันธุ์พืชที่จะปลูก เกษตรกรมีเป้าหมายในการสื่อสารในขั้นตอนนี้คือ การที่เขาสามารถที่จะปลูกพืชได้ถูกวิธีและเป็นพืชที่ได้ราคาดีและตลาดมีความต้องการสูง ซึ่งการที่เกษตรกรจะได้รับข้อมูลเพื่อทำธุรกิจการเกษตรของตนในขั้นตอนนี้ เกษตรกรในชุมชนใช้วิธีการแสวงหาข่าวสารของตนโดยใช้รูปแบบการสื่อสารสองทาง โดยเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะที่เกษตรกรจะได้รับความรู้ในการเพาะปลูก หรือเลือกพืชที่ตนจะปลูก โดยได้รับอิทธิพลจาก บรรพบุรุษของตน และเพื่อนบ้านเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของอิทธิพลที่มาจากเพื่อนบ้านเกษตรกรรับความรู้ในการเพาะปลูกโดยจะมีการสังเกตผลผลิตของเกษตรกรรายอื่น ๆ ที่ประสบความสำเร็จและจะซักถามถึงวิธีการเพาะปลูกระหว่างกันแบบบอกต่อกันปากต่อปาก เช่นเมื่อมีผลผลิตจากเกษตรกรรายใดใน ชุมชนสามารถขายได้ราคาดี ก็จะมีเกษตรกรรายอื่น ๆที่สนใจเข้าไปสอบถาม และนำมาปลูกในพื้นที่ของตน และนอกจากนี้ยังมีการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่พบเห็นในขั้นตอนการผลิต คือ การสื่อสารแบบกลุ่ม โดยมีวิทยากรซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่เกษตรเข้ามาแนะนำพืชที่เหมาะสมและควรปลูกในพื้นที่นั้น ๆ ให้กับชาวชุมชน โดยการนัดหมายเกษตรกรผ่านผู้นำชุมชน เช่น อบต. หรือ ผู้ใหญ่บ้าน จากนั้นเจ้าหน้าที่เกษตรก็จะเข้ามาแนะนำหรือทำแปลงสาธิตให้กับเกษตรกรที่สนใจ ส่วนสื่อที่ใช้ในการ สื่อสารในขั้นตอนการผลิตนั้นคือ สื่อบุคคล ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ง่ายสะดวกและเข้าถึงเกษตรกรในชุมชนได้ดีกว่าสื่ออื่น ๆ

2. การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการดูแลรักษาผลผลิต

จากการศึกษาวิจัยพบว่าเป้าหมายในการจัดการการสื่อสารในขั้นตอนนี้ เกษตรกรมีเป้าหมายในการสื่อสารของตนคือ เกษตรกรสามารถดูแลรักษาผลผลิตของตนได้อย่างถูกวิธี รู้วิธีแก้ไขปัญหาที่ตนพบจากการทำธุรกิจการเกษตร เช่น ปัญหาจากโรคพืชและแมลง ซึ่งการสื่อสารในขั้นตอนการดูแลรักษาผลผลิตนั้น รูปแบบการสื่อสารโดยทั่วไปยังคงเป็นรูปแบบเดียวกันกับการสื่อสารในขั้นตอนการผลิต คือการใช้สื่อบุคคลเป็นหลัก โดยเกษตรกรที่ประสบปัญหาในการดูแลรักษาพันธุ์พืชที่ตนเองปลูก เมื่อเกิดปัญหา เช่นโรคพืชหรือแมลงระบาด ก็จะมีการปรึกษาหารือสอบถามวิธีการแก้ปัญหาจากผู้ที่เคยมีประสบการณ์ที่อยู่ในชุมชนก่อน จากนั้นจึงนำวิธีที่ได้รับคำ

แนะนำมาลองปฏิบัติกับผลผลิตของตน ซึ่งในขั้นตอนการดูแลรักษาผลผลิตนั้น นอกจากการสื่อสารระหว่างบุคคลที่พบเห็นแล้ว ยังพบการสื่อสารอีกลักษณะหนึ่งคือ การสื่อสารเป็นกลุ่ม โดยมีเจ้าหน้าที่เกษตรเป็นวิทยากรอบรมให้แต่การสื่อสารในลักษณะนี้มีเป็นส่วนน้อยเนื่องจากความล่าช้าในการติดต่อทำเรื่องขอวิทยากรในการอบรม ทำให้ในบางครั้งการแก้ปัญหาไม่ทันต่อความต้องการของเกษตรกร จึงทำให้เกษตรกรแสวงหาวิธีในการแก้ปัญหาการเกษตรของตนโดยสอบถามและปรึกษาจากเพื่อนบ้านหรือผู้นำชุมชนเป็นส่วนใหญ่ ขั้นตอนนี้การสื่อสารที่พบเห็นส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่จากการศึกษาพบว่าสื่ออีกประเภทที่เกษตรกรให้ความสนใจ คือ สื่อมวลชน ซึ่งสื่อมวลชนที่เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้คือ สื่อวิทยุ เนื่องจากสะดวก พกพาง่าย สามารถฟังได้ในขณะทำงาน ซึ่ง รายการวิทยุที่ชาวเกษตรกรนิยมฟังนั้นมักเป็นรายการเกี่ยวกับด้านการเกษตร โดยรายการจะแนะนำการปลูกพืชชนิดใหม่ ๆ หรือ แนะนำวิธีการดูแลรักษา นอกจากสื่อวิทยุแล้วยังมีสื่อมวลชนประเภทอื่นที่พบเห็นคือ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ เป็นต้น

3. การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและจำหน่ายผลผลิต

การจัดการการสื่อสารในขั้นตอนนี้มีเป้าหมายในการจัดการการสื่อสารคือ การที่เกษตรกรสามารถขายผลผลิตของตนได้ในราคาสูง ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่าในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวผลผลิต รูปแบบการสื่อสารและการจัดการการสื่อสารที่พบเห็นนั้น คือการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยเกษตรกรเป็นผู้ติดต่อ พ่อค้า แม่ค้า ในกรณีที่เป็นเจ้าประจำและให้ราคาผลผลิตดี ให้เข้ามารับสินค้าที่แหล่งผลิตโดยตรง หรือในบางครั้งเกษตรกรก็นำผลผลิตออกไปจำหน่ายโดยตรงด้วยตนเอง ในขั้นตอนการเก็บเกี่ยวและจำหน่ายผลผลิตนอกจากการสื่อสารระหว่างบุคคลแล้วยังมีการสื่อสารรูปแบบอื่นที่พบเห็นในขั้นตอนนี้คือ สื่อมวลชน ซึ่งเกษตรกรใช้สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ ในการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาผลผลิตทางการเกษตร เพื่อเป็นข้อมูลในการขายผลผลิตของตนด้วยเช่นกัน นอกจากรูปแบบการสื่อสารที่ได้กล่าวไปแล้ว เกษตรกรยังมีการจัดการการสื่อสารในชุมชนของตนในเรื่องของ การเจรจาต่อรองราคาผลผลิตของตนกับพ่อค้า แม่ค้าที่ติดต่อรับซื้อผลผลิตจากสวนหรือนาของตนอีกด้วย โดยเกษตรกรมีวิธีการในการเจรจาต่อรอง คือ หากพ่อค้า หรือแม่ค้ารายใดให้ราคาผลผลิตไม่ดีหรือกดราคาผลผลิตเกินไป เกษตรกรก็จะขายผลผลิตให้กับพ่อค้ารายอื่นที่ให้ราคาดีกว่าและไม่จำหน่ายผลผลิตให้กับพ่อค้าหรือแม่ค้ารายนั้น และจะมีการบอกต่อระหว่างเกษตรกรในชุมชนด้วยกันอีกด้วย

ทิศทางการไหลของข่าวสาร

ด้านทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Communication) ในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้น มีทิศทางการไหลของข่าวสารหลายทิศทาง ทั้งในลักษณะการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (เกษตรกร) ทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) คือจากเกษตรอำเภอ นักพัฒนา หรือเจ้าหน้าที่รัฐ สู่เกษตรกร และ จากล่างสู่บน (Bottom-up) คือ จากเกษตรกรในชุมชน ไปสู่เจ้าหน้าที่รัฐ และแบบแนวนอน (Horizontal) คือ ระหว่างกลุ่มเกษตรกรด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2543) ที่ได้ศึกษาถึงทิศทางการไหลของข่าวสารในการสื่อสารชุมชน

สรุปการจัดการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ความรู้ที่เกษตรกรได้รับในการทำธุรกิจการเกษตรในทุกขั้นตอนตั้งแต่กระบวนการผลิตจนนำผลผลิตออกจำหน่ายนั้นโดยส่วนใหญ่ แหล่งความรู้ที่ได้รับเป็นแหล่งความรู้ภายในชุมชนซึ่งลักษณะการสื่อสารเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยความรู้นั้นเป็นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น คือจากบรรพบุรุษสู่รุ่นลูก รุ่นหลาน หรือในบางครั้งความรู้นั้นก็จะถ่ายทอดจากเพื่อนบ้านสู่เพื่อนบ้าน เมื่อชาวชุมชนได้รับความรู้หรือข้อมูลในการทำการเกษตร ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีแนวทางในการจัดการการสื่อสารในกรณีที่ได้รับความรู้ด้านการเกษตรจากในชุมชน โดยเขาจะนำความรู้นั้นมาทดลองปฏิบัติ เมื่อผลจากการปฏิบัติได้ผลดี ชาวชุมชนก็จะนำความรู้นั้นมาถ่ายทอดให้กับชาวชุมชนคนอื่น ๆ ต่อไป นอกจากนี้ในขั้นตอนการจำหนายผลผลิตยังมีการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยเช่นกัน โดยการสื่อสารระหว่างบุคคลที่พบเห็นนั้นจะเป็นลักษณะการสอบถามราคาผลผลิตระหว่างเกษตรกรด้วยกันเพื่อทราบราคาผลผลิตในช่วงนั้นเพื่อสามารถต่อรองราคากับพ่อค้าที่เข้ามารับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรได้

ส่วนแหล่งความรู้ภายนอกชุมชนที่เกษตรกรได้รับนั้นจากการศึกษาวิจัยพบว่ามาจาก 2 แหล่ง คือ หน่วยงานราชการ และ สื่อมวลชน ความรู้ที่ได้รับจากหน่วยงานราชการ เช่น เจ้าหน้าที่การเกษตร นักพัฒนาการ โดยความรู้ที่เกษตรกรได้รับนั้นมีทั้งผ่านทางเกษตรกรโดยตรงหรือบางครั้งเกษตรกรจะได้รับความรู้ทางการเกษตรโดยผ่านทางสื่อกิจกรรม เช่น การจัดนิทรรศการ การสาธิต และการให้ความรู้ผ่านทางหอกระจายข่าว เป็นต้น รูปแบบของการสื่อสารที่พบเห็นในกรณีที่แหล่งความรู้ภายนอกชุมชนนั้นโดยส่วนใหญ่ เป็นการสื่อสารลักษณะเป็นกลุ่มใหญ่ การจัดการความรู้ที่ได้รับจากแหล่งภายนอกชุมชนนั้นเมื่อชาวชุมชนได้รับความรู้ใหม่ ๆ ด้านการเกษตรก็จะนำมาประยุกต์ใช้หรือลองปฏิบัติ เมื่อปฏิบัติแล้วได้ผลดีก็จะมีการถ่ายทอดระหว่างกันในชุมชนต่อไป

ปัญหาการวิจัยข้อที่ 3 : ปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตร ของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี พบว่ามี ปัจจัยสำคัญ 3 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านภูมิประเทศ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีความได้เปรียบในการทำการเกษตรเนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งน้ำ ทำให้มีน้ำใช้ในการเกษตรตลอดทั้งปี อีกทั้งพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ และประชาชนส่วนใหญ่มีพื้นที่ในการประกอบอาชีพเป็นของตนเองจึงไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องของพื้นที่ที่ใช้ในการประกอบอาชีพ

2. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ของคนในชุมชน เนื่องจากชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีเป็นชุมชนที่พึ่งพาอาศัยกัน อยู่ร่วมกันแบบเครือญาติ สื่อบุคคลจึงมีอิทธิพลและมีบทบาทเป็นอย่างยิ่งต่อชุมชน เช่น เมื่อบุคคลใดในชุมชนทำการเกษตรและผลผลิตขายได้ราคาดีก็จะเป็นแบบอย่างให้กับเกษตรกรรายอื่น ๆ ในชุมชน และเป็นแหล่งข้อมูลในการให้ความรู้กับเกษตรกรที่สนใจ ปัจจัยด้านบุคคล เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อการทำการเกษตรของคนในชุมชนเนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มักจะทำการเกษตรตามคนในชุมชนซึ่งผลผลิตของเขาขายได้ราคาดี ซึ่งคนเหล่านี้มักเป็นแรงจูงใจให้กับชาวเกษตรกรในการทำการเพาะปลูกพืชของตน โดยมุ่งหวังว่า ผลผลิตของตนสามารถที่จะขายได้ราคาดีเช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยด้านการสื่อสาร จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจในการประกอบอาชีพของตน ซึ่งการสื่อสารที่ส่งผลในการจัดการธุรกิจการเกษตรในชุมชน คือ

3.1 รูปแบบการสื่อสารสองทาง เป็นรูปแบบการสื่อสารที่พบเป็นส่วนใหญ่ในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ลักษณะที่พบในรูปแบบการสื่อสารสองทาง เช่น การสอบถามข้อมูลในเรื่องของการเพาะปลูก วิธีดูแลรักษา วิธีการแก้ปัญหาศัตรูพืช หรือการสอบถามเกี่ยวกับราคาผลผลิตที่จำหน่ายในช่วงนั้น ระหว่างเกษตรกรในชุมชนด้วยกัน

3.2 การสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ เช่นการจัดการประชุมหมู่บ้านเป็นประจำทุกเดือน ทำให้มีการสื่อสารในชุมชนอย่างสม่ำเสมอมีผลให้ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เกษตรกรได้รับความรู้ใหม่ ๆ เพื่อช่วยพัฒนาการเกษตรของตนอยู่เสมอ และนอกจากนี้ทำให้คนในชุมชนมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเนื่องจากได้พบปะพูดคุยร่วมกันเป็นประจำอีกด้วย

3.3 ใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสาร ปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการ จัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี นั่นคือ การใช้สื่อมวลชนของชาวชุมชน โดยเฉพาะสื่อวิทยุ ทำให้ชาวเกษตรกรมีความทันสมัยขึ้นและรับรู้โลกภายนอกได้อย่างรวดเร็วขึ้น ทำให้ได้รับความรู้ใหม่ ๆ และสามารถเป็นแหล่งอ้างอิงในการกำหนดราคาผลผลิตของตนได้

อภิปรายผลการวิจัย

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 1 : วิวัฒนาการในการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ตั้งแต่สมัยอดีตจนถึงปัจจุบัน

จากผลการวิจัยพบว่าวิวัฒนาการในการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่อดีต คือตั้งแต่ เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติก่อนปี พ.ศ. 2504 การเกษตรในยุคนั้นโดยส่วนใหญ่เป็นการเกษตรแบบยังชีพ เกษตรกรทำการเกษตรเพียงพอกินพอใช้ เมื่อเหลือจึงนำออกจำหน่าย การทำการเกษตรไม่มุ่งเน้นที่ผลการผลิต ทำให้เกษตรกรยังไม่มีความกระตือรือร้นในการปรับปรุงหรือหาวิธีในการเพิ่มผลผลิต ซึ่งแตกต่างกับปัจจุบันคือตั้งแต่มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 พ.ศ. 2504 เป็นอย่างมากเนื่องจากเมื่อประเทศไทยได้เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รัฐบาลได้มุ่งเน้นเกษตรกรซึ่งเปรียบเสมือนกระดูกสันหลังของชาติ โดยมุ่งให้ความสำคัญในการเพิ่มผลผลิตการเกษตร เพื่อเสริมสร้างโอกาสให้กับเกษตรกร และเน้นนโยบายในการยกระดับผลผลิตการเกษตรเพื่อจูงใจให้เกษตรกรได้มุ่งเน้นการทำการเกษตรเพื่อเพิ่มผลผลิต จึงทำให้ รูปแบบของการเกษตรเปลี่ยนแปลงไป โดยเป็นการทำการเกษตรแบบธุรกิจมากขึ้น เปลี่ยนจากการทำการเกษตรเพื่อยังชีพเป็นการทำการเกษตรเพื่อการค้า โดยเน้นการค้าเป็นหลัก การเกษตรมีความทันสมัยขึ้น มีการวางแผนในการเพาะปลูกมากขึ้น เช่นสามารถกำหนดให้มะนาวออกผลนอกฤดูกาลผลิตได้ทำให้ผลผลิตขายได้ราคาดีและแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าในธุรกิจการเกษตรของชุมชนที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิจิตร อาวะกุล (2520) ได้กล่าวไว้ว่า เกษตรแบบทำการค้า จะมีส่วนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ เนื่องจากสามารถใช้วิชาการ และเทคโนโลยีทางการเกษตรช่วยในการประกอบอาชีพเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรทำให้เศรษฐกิจของชาติมีการเจริญเติบโตรุดหน้าไปได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

ในการทำการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีจากการศึกษาวิจัยพบว่าแหล่งความรู้ที่เกษตรกรได้รับในขั้นตอนก่อนการทำการเกษตรของตนนั้น ในอดีตส่วนใหญ่ได้รับ

ความรู้จากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ สู่รุ่นลูก รุ่นหลาน หรือบางครั้งก็ได้รับความรู้จากเกษตรกรในชุมชนเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวรรณ กาญจนรังสี (2520) และ หัสชัย พร้าโมต (2523) ที่ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับข้าวพันธุ์ปรับปรุงใหม่ของเกษตรกร ในอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน และ งานวิจัยเรื่องการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้งของเกษตรกร ในจังหวัดบุรีรัมย์ ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยของทั้งสองนั้นตรงกัน โดยพบว่า ความรู้ในการเกษตรส่วนใหญ่เกษตรกรได้จาก บรรพบุรุษ เพื่อนบ้าน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องของสื่อบุคคล ซึ่งเป็นสื่อที่มีมาตั้งแต่ดั้งเดิมก่อนสื่อประเภทอื่น ๆ และเป็นสื่อที่ยังคงมีความสำคัญอยู่เสมอ ตราบใดที่มนุษย์ยังอยู่ในสังคม (เกศินี จุฑาวิจิตร 2542 : 108) เนื่องจากมนุษย์ต้องมีการสื่อสารระหว่างกัน และทฤษฎีนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Donaldson และ Kurtz (1997) ซึ่งกล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเน้นถึงธรรมชาติในการติดต่อสื่อสารแบบต่อหน้า (Face-to-face Communication) และให้ความสำคัญกับการตอบสนองกลับ (Feedback) เป็นการแสดงให้เห็นถึงตัวแปรต่าง ๆที่มีผลต่อการสื่อสาร รวมทั้งเน้นความสำคัญของสารที่ผู้รับสารได้รับมากกว่าสารที่ผู้ส่งสารส่งไป ซึ่งจากแนวคิดและผลการวิจัยของนักวิจัยที่ได้กล่าวไปแล้วนั้นแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่สำคัญและมีผลต่อการรับรู้ของเกษตรกรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

การยอมรับนวกรรมของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

การที่ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีการเปลี่ยนผ่านการทำการเกษตรจากยุคอดีตมาเป็นการทำการเกษตรในสมัยปัจจุบันที่มีความทันสมัยมากขึ้นเนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนชาวชุมชนได้รับความรู้ใหม่ ๆจากแหล่งต่าง ๆ เช่น จากการสื่อสารระหว่างชาวชุมชนด้วยกัน หรือจากบุคคลภายนอกชุมชน เช่นเกษตรอำเภอ หรือจากสื่อต่าง ๆ ที่มีในชุมชน ซึ่งความรู้ใหม่ๆที่เป็นตัวอย่างจากการวิจัยเรื่องนี้ ได้แก่ การดูแลรักษาชมพู่ ในอดีตเกษตรกรต้องทำนั่งร้านเพื่อขึ้นไปห่อลูกชมพู่เพื่อ ป้องกันแมลงทำลายผลชมพู่ ในปัจจุบันวิธีการดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงไปคือ เกษตรกรสามารถดูแลรักษาชมพู่โดยไม่ต้องทำนั่งร้านอีกต่อไป นอกจากการตัดยอดชมพู่จะช่วยลดต้นทุนการผลิตในการที่ต้องลงทุนสร้างนั่งร้านแล้วยังทำให้ชมพู่ออกผลมากขึ้นกว่าในสมัยก่อนอีกด้วย สมัยก่อนที่เกษตรกรต้องทำนั่งร้านเพื่อห่อผลชมพู่โดยไม่กล้าตัดยอดชมพู่นั้นเนื่องจากเกษตรกรมีความเชื่อว่าถ้าหากตัดยอดชมพู่จะทำให้ชมพู่ไม่ออกผล ซึ่งสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดูแลชมพู่ของชาวชุมชนนั้นมาจากอิทธิพลของเพื่อนบ้านเป็นหลัก ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fligel และ Kivlin (1968) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการยอมรับนวกรรมของเกษตรกรในสหรัฐ ซึ่งทำการเกษตรเพื่อการค้าว่า ตัวแปรที่มีความ

สัมพันธ์คือประโยชน์เชิงเปรียบเทียบในทางเศรษฐกิจ โดยนวกรรมที่ผู้ยอมรับจะได้ผลประโยชน์มากที่สุด เสี่ยงน้อยที่สุด และมีความไม่แน่นอนน้อยที่สุด น่าจะถูกยอมรับได้รวดเร็วที่สุดและยังชี้ให้เห็นว่า สำหรับเกษตรกรรายย่อยนั้น การลดความยุ่งยากของนวกรรมซึ่งถือว่ามีประโยชน์เชิงเปรียบเทียบอย่างหนึ่งนั้นมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอัตราการยอมรับนวกรรมมากกว่าผลกำไรทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเมื่อชาวชุมชนเห็นการทำการเกษตรของเกษตรกรที่ทำการเกษตรแล้วประสบความสำเร็จ กล้าที่จะลองทำสิ่งใหม่เมื่อทำแล้วผลิตผลเพิ่มมากขึ้นและขายได้ราคาดี ก็จะมีการปฏิบัติตามกัน จากการศึกษาวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Everett M.Rogers (อ้างถึงใน พรทิพย์ เย็นจะบกและคณะ ,2547 : 19) ซึ่งได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรมของบุคคลต่าง ๆ ไว้ 5 ขั้นตอน คือ ขั้นความรู้ ขั้นโน้มน้าวใจ ขั้นตัดสินใจ ขั้นลงมือปฏิบัติ และขั้นการยืนยัน ซึ่งในแต่ละขั้นมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขั้นความรู้ (knowledge) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้รับการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม โดยเมื่อบุคคลได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่าง ๆ ของนวัตกรรม บุคคลอาจกระตือรือร้น (active) ในการแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาจากแหล่งสารต่าง ๆ อาทิ สื่อมวลชน ผู้นำทางความคิด ในขณะที่บุคคลบางกลุ่มอาจไม่กระตือรือร้น (passive) โดยได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ด้วยความบังเอิญ หรือเนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้เผยแพร่ข่าวสาร

2. ขั้นโน้มน้าวใจ (persuasion) สิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลในช่วงเวลานี้ ได้แก่ การที่บุคคลเริ่มมีความคิดเห็นหรือมีการเปรียบเทียบนวัตกรรมทั้งในด้านผลดีและผลเสีย โดยในช่วงเวลานี้ผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่นวัตกรรมจะต้องพยายามให้ข้อมูลเพื่อทำให้บุคคลเกิดความสนใจนวัตกรรม และมีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม

3. ขั้นตัดสินใจ (decision) เป็นขั้นตอนที่บุคคลประเมินองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของตนและคนใกล้ชิดเกี่ยวกับนวัตกรรม ทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องใช้หากมีการยอมรับนวัตกรรม เป็นต้น

4. ขั้นลงมือปฏิบัติ (implementation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะเริ่มนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้หรือทดลองใช้ ในขั้นนี้ข้อมูลข่าวสารจะมีบทบาทสำคัญมากต่อการรับนวัตกรรม โดยเฉพาะข้อมูลที่มีเนื้อหาสะท้อนให้เห็นความสำคัญของนวัตกรรมต่อบุคคล ข้อมูลเกี่ยวข้องกับสถานที่ซึ่งสามารถเข้าถึงนวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการใช้นวัตกรรม เป็นต้น โดยข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการยืนยันใช้นวัตกรรมต่อไป

5. ขั้นการยืนยัน (confirmation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อยืนยันความคิดที่ว่า “ตนสมควรรับนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง” โดยในขั้นตอนนี้บุคคลที่เคยปฏิเสธนวัตกรรมอาจเปลี่ยนใจกลับมารับนวัตกรรมนั้น ในขณะเดียวกับบุคคลที่รับนวัตกรรมไปแล้ว อาจเกิดการลังเลสับสน หรือตัดสินใจยุติการรับนวัตกรรมนั้นก็ได้ หากได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมในด้านไม่ดี

จากการวิจัยในเรื่องของการยอมรับนวกรรมของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้น พบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมของ Everett M.Rogers โดยเกษตรกรในชุมชนได้รับความรู้ใหม่ ๆ จากการแสวงหาแนวทางในการที่จะลดต้นทุนการผลิตในธุรกิจการเกษตรของตนเช่น ในการเปลี่ยนแปลงการดูแลรักษาต้นชมพู่จากการใช้นั่งร้านเป็นการดูแลรักษาโดยการตัดยอดชมพู่ ซึ่งความรู้ที่ได้นั้นได้รับจากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน และเมื่อเกษตรกรได้รับความรู้มาแล้วก็เข้าสู่กระบวนการโน้มน้าวใจ ซึ่งเมื่อเกษตรกรได้รับความรู้จากสื่อมวลชนและได้นำนวกรรมนั้นมาเปรียบเทียบในด้านที่เป็นทั้งผลดีและผลเสียเช่นในกรณีการเปลี่ยนแปลงวิธีดูแลรักษาชมพู่เมื่อเกษตรกรคิดถึงผลดีในการที่ถ้าหากลองรับนวกรรมแล้วสามารถลดต้นทุนการผลิตได้เป็นจำนวนมากแล้วทำให้เกษตรกรเริ่มสนใจนวกรรมหรือความคิดใหม่นี้ จึงเริ่มเข้าสู่กระบวนการต่อไปคือ ขั้นการตัดสินใจ เมื่อเกษตรกรได้ตัดสินใจที่จะลองทำตามนวกรรมหรือความคิดใหม่ในการดูแลรักษาชมพู่โดยยกเลิกการใช้นั่งร้าน ก็เข้าสู่ขั้นตอนต่อไปคือ ขั้นลงมือปฏิบัติ ซึ่งเมื่อเกษตรกรได้รับมาปฏิบัติแล้วปรากฏว่าผลที่ได้ออกมากลับเป็นผลดีกว่าวิธีปฏิบัติแบบเดิม ชมพู่ออกผลมากกว่าเดิม การดูแลรักษาและการเก็บเกี่ยวทำได้ง่ายขึ้นทำให้เกษตรกรเข้าสู่กระบวนการสุดท้ายคือ ขั้นการยืนยัน ซึ่งเป็นการยืนยันที่จะใช้แนวทางการดูแลรักษาชมพู่แบบใหม่แทนการดูแลรักษาแบบเก่า

นอกจากนี้การวิจัยในเรื่องการยอมรับนวกรรมการปลูกชมพู่โดยยกเลิกการใช้นั่งร้านของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2540) ที่ได้แบ่งระดับการเปลี่ยนแปลงสังคมไว้ 2 ระดับ คือระดับที่ 1 การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล (Individual Social Change) เรียกว่า ความทันสมัย (Modernization) ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแบบเก่า (Traditional way of life) มาเป็นแบบใหม่ มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น (more complex) มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น (technologically advanced) และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Rapidly changing) และ ระดับที่ 2 การเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม (Social System Change) เรียกว่าการพัฒนา (Development) ซึ่งหมายถึงการที่ความคิดใหม่ (new ideas) ถูกนำมาใช้ในสังคมเพื่อให้รายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มขึ้น

(higher per capita income) และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (higher levels of living) โดยใช้วิธีการผลิตที่ทันสมัยขึ้น (more modern production methods) ตลอดจนการมีสถาบันสังคมที่ดีขึ้น (improved social organization) ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่สนับสนุนให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีจากการเกษตรในยุคอดีตมาเป็นการเกษตรในยุคปัจจุบันที่ทันสมัยขึ้นได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้แล้วยังพบว่าผลการวิจัยในเรื่องนี้สอดคล้องกับทฤษฎีของ E.M Rogers (อ้างใน กาญจนา แก้วเทพและคณะ , 2542: 16) ในเรื่องของกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่ง E.M Rogers ได้เสนอว่า ลำพังการถ่ายทอดแนวคิดใหม่ ๆ จากสื่อมวลชนตรงไปยังประชาชนนั้นไม่สามารถที่จะรับประกันผลสำเร็จได้หากจำเป็นต้องใช้แบบจำลองสองจังหวะ (Two-Step Flow of Information) กล่าวคือ ต้องจัดให้ข่าวสารไหลจากสื่อมวลชนไปยังกลุ่มผู้นำความคิดในชุมชน (Opinion Leaders) เป็นจังหวะแรก จากนั้นจึงเป็นการไหลจังหวะที่สองจากกลุ่มผู้นำความคิดไปยังมวลชนอีกทอดหนึ่ง จึงจะทำให้นวกรรมนั้นมีการปฏิบัติต่อเนื่องไปยาวนาน ซึ่งตรงกับงานวิจัยเรื่องนี้โดยเมื่อเกษตกรผู้รับนวกรรมจากสื่อวิทยุรายแรกทดลองทำและประสบความสำเร็จ เขาได้ประชาสัมพันธ์วิธีการดูแลรักษาชมพู่แนวใหม่นี้แก่ผู้นำชุมชนเพื่อที่จะได้ให้ข้อมูลกับเกษตรกรรายอื่น ๆ ทำให้ในปัจจุบันการดูแลรักษาชมพู่วิธีใหม่นี้เริ่มแพร่หลายทำให้เกษตรกรในชุมชนนี้ยกเลิกการดูแลแบบเก่าคือการใช้นั่งร้านในที่สุด

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 2 : การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

จากการศึกษาวิจัยการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีพบว่าเป้าหมายหลักในการสื่อสารของชาวชุมชนคือ การที่ผลผลิตของตนสามารถขายได้ราคาดี มีต้นทุนในการผลิตต่ำ โดยการสื่อสารที่พบเห็นในชุมชนนั้นสามารถแบ่งประเภทการสื่อสารที่พบตลอดจนเป้าหมายในการจัดการการสื่อสารในแต่ละขั้นตอนของธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ตั้งแต่เริ่มผลิต การดูแลรักษา ตลอดจนการนำผลผลิตออกจำหน่ายได้เป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นตอนการผลิต การดูแลรักษา

ในขั้นตอนการผลิตและการดูแลรักษาผลผลิต เป้าหมายในการจัดการการสื่อสารในขั้นตอนนี้คือ เกษตรกรสามารถเลือกพันธุ์พืชที่จะปลูก หรือคะเนฤดูกาลที่จะปลูกพืชชนิดนั้นได้อย่างเหมาะสมและสามารถดูแลรักษาผลผลิตของตนได้อย่างถูกวิธีซึ่งจะส่งผลให้ได้ผลผลิตที่ดีมีคุณภาพและขายได้ราคา โดยจากผลการวิจัยพบว่าการสื่อสารที่พบเห็นในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำ ได้แก่

1. การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่พบในการทำการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันโดยลักษณะของการสื่อสารในขั้นตอนการผลิตนี้เป็นการสื่อสารในการถ่ายทอดความรู้ในการทำการเกษตรจากรุ่นบรรพบุรุษไปสู่รุ่นลูกรุ่นหลาน จากเพื่อนบ้านไปสู่เพื่อนบ้าน หรือจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรไปสู่เกษตรกร เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าและสามารถรับรู้ปฏิกิริยาจากการสื่อสารระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารได้อย่างชัดเจนว่าเข้าใจในเนื้อสารหรือข้อมูลที่ผู้ส่งสารส่งให้กับผู้รับสารหรือไม่ ซึ่งหากไม่เข้าใจก็สามารถสอบถามได้ทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลที่พบเห็นในการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2526) ได้กล่าวไว้ว่า “การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และพัฒนาในรูปแบบต่างๆ ไม่จบสิ้น” ซึ่งเราจะพบเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลในการถ่ายทอดความรู้ในการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้นมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งการถ่ายทอดในลักษณะของการบอกเล่า และการถ่ายทอดความรู้ในลักษณะของการสาธิตให้ดูเป็นตัวอย่างจากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมของเดอ เฟลอร์ (อ้างในเกศินี จุฑาวิจิตร ,2542) ซึ่งพบว่า ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ มีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางการเกษตรหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบทที่มีความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น ซึ่งตรงกับงานวิจัยเรื่องนี้เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าขั้นตอนการผลิต และการดูแลผลผลิต เกษตรกรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีได้รับอิทธิพลหรือความรู้จาก เครือญาติ และ เพื่อนบ้านในชุมชนเป็นส่วนใหญ่

2. การสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ การสื่อสารกลุ่มใหญ่เป็นการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่พบเห็นในการทำธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ซึ่งการสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ที่พบเห็นในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้น พบเห็นได้จากการประชุมประจำเดือนในแต่ละหมู่บ้านซึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ซึ่งระหว่างกัน แต่ในบางครั้งหากเกษตรกรในชุมชน ประสบความเดือดร้อนในการดูแลผลผลิต เช่นเกิดโรคพืชและแมลงก็จะมีการรวมตัวของเกษตรกรในชุมชนเพื่อติดต่อหน่วยงานราชการเข้ามาให้การอบรมและช่วยแก้ปัญหาที่เกษตรกรประสบอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jurgen Habermas (1984) ได้กล่าวว่า ปฏิบัติการทางการสื่อสาร เป็นหัวใจของการสร้างพันธะทางสังคม (Social bounds) ที่จะนำไปสู่การกระทำร่วมกันภายในกลุ่ม / ชุมชน (collective action) การสื่อสารเป็นเสมือนสายใยซึ่งโยงความเข้าใจและทัศนะร่วมกันของสมาชิกในชุมชนเข้าด้วยกันโดยยึดเอาผลประโยชน์และความสนใจส่วนตัวเป็นหลัก และประสานการทำงานกับคนอื่นๆ เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันเองทั้งชุมชน ซึ่งแนวคิดของ Jurgen สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องนี้เนื่องจากการที่ชาวชุมชนมีการประชุมร่วมกันนั้นเนื่องจากการที่พวกเขาต้องการทราบแนวทางแก้ปัญหาการเกษตรของพวกเขาเองเป็น

หลัก จึงทำให้เกิดการรวมตัวกันขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันและถ่ายทอดความรู้นั้นระหว่างกัน

3. การสื่อสารมวลชน เป็นสื่ออีกชนิดหนึ่งที่พบเห็นในชุมชน ซึ่งสื่อมวลชนที่พบมากที่สุดคือ วิทยุ เนื่องจากสามารถเข้าถึงเกษตรกรได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ซึ่งวิทยุเป็นสื่อที่ช่วยให้ชาวเกษตรกรได้รับรู้ถึงการทำการเกษตรแนวใหม่เช่นการดูและรักษาพันธุ์พืชตลอดจนได้รับรู้ถึงราคาของผลิตผลของตนว่าในช่วงนั้นผลผลิตของตนมีราคาเป็นอย่างไร

4. สื่อเฉพาะกิจ เช่น หอกระจายข่าว และ การจัดนิทรรศการ ที่พบเห็นในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีเป็นสื่อกลางในการกระจายข้อมูลข่าวสารจากตัวแทนภาครัฐ คือเจ้าหน้าที่เกษตร เจ้าหน้าที่พัฒนา ตลอดจนผู้นำชุมชน สู่ชาวชุมชน ซึ่งเป็นสื่อกลางที่สื่อได้อย่างรวดเร็วและเป็นจำนวนมาก หอกระจายข่าวในชุมชนส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลทั่วไปทั้งด้านการเกษตรและข่าวสารจากทางราชการ ตลอดจนใช้เป็นสื่อเพื่อนัดหมายในการประชุมหมู่บ้าน ในส่วนของการจัดนิทรรศการนั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนในพื้นที่อำเภอท่ายาง ทางหน่วยงานภาคการเกษตรสำนักงานเกษตรอำเภอท่ายางก็จะมีการจัดงานวันชมพู่เพชรและของดีท่ายาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้วิชาการด้านการเกษตรให้กับชาวชุมชน ตลอดจนเป็นการประชาสัมพันธ์ผลิตผลทางการเกษตรให้กับชุมชนอีกด้วย

ขั้นตอนการจำหน่ายผลผลิต

ในขั้นตอนการจำหน่ายผลผลิต จะพบว่าการสื่อสารที่พบเห็นจะเป็นการสื่อสารแบบสื่อผสม คือผสมกันระหว่างสื่อบุคคล สื่อสารมวลชนคือ วิทยุ สื่อเฉพาะกิจ คือ หอกระจายข่าว ที่ทำให้เกษตรกรได้รับทราบถึงราคาของผลผลิตของตนในช่วงนั้น หรือ การใช้สื่อในรูปแบบของสื่อกิจกรรม ได้แก่การจัดงานนิทรรศการ เช่น งานของดีเมืองท่ายาง เพื่อให้เกษตรกรได้ขายผลผลิตของตนโดยตรงกับผู้บริโภคอีกด้วย

นอกจากสื่อต่างๆ ที่พบในขั้นตอนการจำหน่ายผลผลิตนี้แล้ว ยังพบว่าในขั้นตอนนี้ เกษตรกรยังใช้หลักในการต่อรองราคาเพื่อให้ผลผลิตของตนขายได้ราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพิตา เริงจิต (2534) ที่ศึกษาเกี่ยวกับ อุดมการณ์ของชาวนาในการต่อรอง โดยศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์ผู้ปลูกหอมหัวใหญ่ สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ โดยในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีพบรูปแบบการต่อรองเพื่อขายผลผลิตของตนให้ได้ราคาดีในรูปแบบของการต่อรองแบบเปิดเผย โดยหากพบว่าพ่อค้ารายเก่าตักตวงผลประโยชน์มากเกินไป เกษตรกรก็จะหันไปสนับสนุนหรือยอมรับพ่อค้ารายใหม่ทดแทน เพื่อให้พ่อค้าแบ่งปันผลประโยชน์ให้เกษตรกรมากขึ้น ทำให้ผลผลิตของ

เกษตรกรได้ราคาดี แต่ทั้งนี้ลักษณะการเจรจาต่อรองที่พบเห็นโดยทั่วไปในชุมชนนั้นจะมีลักษณะสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องกลยุทธ์ในการต่อรองของ Judith Dwyer (1999) ในลักษณะยุทธวิธีแบบ ชนะ - ชนะ ซึ่งเป็นการเจรจาต่อรองที่ทั้งสองฝ่ายในที่นี้คือ เกษตรกร และ พ่อค้าที่รับซื้อผลผลิต ต่างก็ได้ตามจุดประสงค์ที่ตนเองต้องการ ซึ่งการเจรจาต่อรองลักษณะนี้ Judith ได้กล่าวว่าเป็นวิธีที่ช่วยให้ทั้งสองฝ่ายได้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งเป็นวิธีนี้เป็นวิธีที่เกษตรกรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีส่วนใหญ่เลือกใช้ เช่นในกรณีการขายข้าวในอำเภอชะอำซึ่งเกษตรกรตกลงกับทางผู้รับซื้อผลผลิตโดยให้ผู้รับซื้อเข้ามาเก็บเกี่ยวผลผลิตในชุมชนและทางเกษตรกรก็จะขายผลผลิตในราคาที่ทั้งสองฝ่ายยอมรับได้

ในด้านของทิศทางการไหลของข่าวสาร (Flow of Communication) ในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้น มีทิศทางการไหลของข่าวสารหลายทิศทาง ทั้งในลักษณะการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (เกษตรกร) ทั้งจากบนลงล่าง (Top-down) คือจากเกษตรอำเภอ นักพัฒนา หรือเจ้าหน้าที่รัฐ สู่เกษตรกร และ จากล่างสู่บน (Bottom-up) คือ จากเกษตรกรในชุมชน ไปสู่เจ้าหน้าที่รัฐ และแบบแนวนอน (Horizontal) คือ ระหว่างกลุ่มเกษตรกรด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2543) ที่ได้ศึกษาถึงทิศทางการไหลของข่าวสารในการสื่อสารชุมชนซึ่งจะมีลักษณะทิศทางการไหลของการสื่อสารชุมชนเช่นเดียวกับทิศทางการไหลของข่าวสารในชุมชนลุ่มแม่นำเพชรบุรี

ปัญหานำการวิจัยข้อที่ 3 : ปัจจัยที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตร ของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการการสื่อสารธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี สามารถจำแนกได้เป็น 3 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านภูมิประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีมีความได้เปรียบในการทำการเกษตรเนื่องจากอยู่ใกล้แหล่งน้ำ ทำให้มีน้ำใช้ในการเกษตรตลอดทั้งปี อีกทั้งพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ และประชาชนส่วนใหญ่มีพื้นที่ในการประกอบอาชีพเป็นของตนเอง ซึ่งการมีพื้นที่ในการประกอบอาชีพเป็นของตนเองนั้น เป็นปัจจัยหนึ่งตามทฤษฎีการผลิตทางเศรษฐศาสตร์ อ้างใน สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2535) ที่ช่วยในการลดต้นทุนให้กับเกษตรกร ทำให้เกษตรกรไม่ต้องแบกภาระในการเช่าที่เพื่อประกอบอาชีพ

2. ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ของคนในชุมชน เนื่องจากชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีเป็นชุมชนที่พึ่งพาอาศัยกัน อยู่กันแบบเครือญาติ สื่อบุคคลจึงมีอิทธิพลและมีบทบาทเป็นอย่างมากต่อชุมชน เช่น เมื่อบุคคลใดในชุมชนทำการเกษตรและผลผลิตขายได้ราคาดีก็จะเป็นแบบอย่างให้กับเกษตรกรรายอื่น ๆ ในชุมชน และเป็นแหล่งข้อมูลในการให้ความรู้กับเกษตรกรที่สนใจตลอดจนในบางครั้งก็ได้รับเชิญให้เป็นวิทยากรพิเศษในการเผยแพร่ความรู้ในการทำการเกษตรนั้นให้กับชุมชนอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภา ชมไพบูลย์ (2530) ที่ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบทของกลุ่มเกษตรกร โดยผลการวิจัยพบว่า การที่กลุ่มสามารถดำรงอยู่และมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องนั้น เป็นผลมาจากปัจจัยภายในอันเกิดจากสายสัมพันธ์ภายในกลุ่มที่มุ่งหวังจะแก้ปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยเฉพาะความสัมพันธ์ของกลุ่มเกษตรด้วยกันเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความพยายามมากยิ่งขึ้น และผลการวิจัยดังกล่าวสนับสนุนทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมของ เดอ เฟลอร์ (อ้างถึงใน เกศินี จุฑาวิจิตร ,2542) ซึ่งพบว่าความสัมพันธ์แบบเครือญาติมีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทางการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบทที่มีความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวและเพื่อนบ้าน ทฤษฎีดังกล่าวจึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ โดยจากการศึกษาวิจัยพบว่า เมื่อเกษตรกรรายใดในชุมชนสามารถปลูกพืชแล้วได้ผลผลิตดี ราคาสูง เกษตรกรรายนั้นจะเป็นแรงจูงใจ หรือตัวอย่างให้แก่เกษตรกรรายอื่นในการที่จะพยายามพัฒนาผลผลิตของตนให้ได้ตามแบบเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จบ้าง

3. ปัจจัยด้านการสื่อสาร เป็นปัจจัยหลักและปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจในการประกอบอาชีพของตน ซึ่งรูปแบบการสื่อสารที่ปรากฏในการจัดการธุรกิจการเกษตรในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีโดยส่วนใหญ่ คือ รูปแบบการสื่อสารสองทาง การสื่อสารสองทางที่พบเห็น เช่นการสอบถามวิธีการแก้ปัญหาศัตรูพืช หรือการสอบถามเกี่ยวกับราคาผลผลิตที่จำหน่ายในช่วงนั้นจากเกษตรกรในชุมชนด้วยกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ P.M.Shingi (1962) ที่ได้เสนอวิธีการสำหรับการเข้าถึงเกษตรกรระดับท้องถิ่นอย่างตรง เป้าหมายมากที่สุด โดยเน้นว่าการสื่อสารเพื่อการพัฒนาต้องการกระบวนการสองทาง (Two-way Process) หมายถึงการสนทนา (Dialogue) ซึ่งดีกว่าโหมโฆษณา (Advertising Campaign) เนื่องจากผู้รับสารสามารถมีปฏิกริยาโต้ตอบได้ทันทีว่าเข้าใจหรือไม่เข้าใจสารที่ส่งไป ซึ่งการสื่อสารสองทางเป็นรูปแบบการสื่อสารที่พบเห็นเป็นหลักในการสื่อสารของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

นอกจากการสื่อสารในรูปแบบการสื่อสารสองทางแล้ว การสื่อสารอย่างสม่ำเสมอในชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีนั้นทำให้ชาวชุมชนมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและได้รับความรู้ใหม่ ๆ ในการทำการเกษตรซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชื่นกมล ทิพยกุล ที่พบว่า การ

สื่อสารชุมชนในสภากาแฟที่มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันเป็นประจำ เป็นการพัฒนาสังคมให้กลายเป็นประชาคมที่เป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนต่อไป เป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการเกื้อหนุนการจัดการธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี เนื่องจากชาวชุมชนมีการสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ มีการทักทายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องการเกษตรระหว่างบุคคล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนความรู้ใหม่ ๆ แบบเป็นกลุ่ม โดยบางครั้งมีตัวแทนไปเข้ารับการอบรมจากหน่วยงานของรัฐและนำมาเผยแพร่ในการประชุมหมู่บ้านซึ่งมีเป็นประจำทุกเดือน ทำให้มีการสื่อสารในชุมชนอย่างสม่ำเสมอมีผลให้ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูล ทำให้เกษตรกรได้รับความรู้ใหม่ ๆ เพื่อช่วยพัฒนาการเกษตรของตน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Berrigan (อ้างถึงในเวทินี สตะเวทิน ,2542) ที่ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารชุมชนว่าต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (access) ได้ตลอดเวลาเพื่อให้หาข่าวสารเพิ่มพูนความรู้หรือเพื่อความบันเทิง และนอกจากนี้การสื่อสารชุมชนต้องเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งมาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของคนทุกคน

ปัจจัยอีกปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสำคัญและเป็นปัจจัยเกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีไม่น้อยไปกว่าปัจจัยอื่น นั่นคือ การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อวิทยุ ทำให้เกษตรกรมีความทันสมัยและรับรู้ข่าวสารหรือความรู้ใหม่ ๆ จากสังคมภายนอกได้รวดเร็วขึ้น ทำให้ชาวชุมชนได้รับความรู้ใหม่ ๆ และสามารถเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงในการกำหนดราคาผลผลิตของตนได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Castillo (1979) พบว่า แหล่งความรู้ทางการเกษตรที่เกษตรกรได้รับนอกจากแหล่งข่าวที่เป็นตัวบุคคลแล้วยังพบว่าเกษตรกรที่ไม่ได้รับการส่งเสริมโดยตรงจากเจ้าหน้าที่ ส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารจากวิทยุมากที่สุด และเป็นที่นิยมของเกษตรกรมากกว่าเอกสารหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งปัจจัยนี้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เกื้อหนุนในการทำธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรควรเสริมสร้างความรู้ในด้านการเกษตรให้กับเกษตรกรในชุมชนเพิ่มมากขึ้นให้ได้รับความรู้ใหม่ ๆ และควรมีการติดตามผลคำแนะนำการในการแก้ปัญหาให้กับเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง

2. ชุมชนอื่น ๆ ซึ่งไม่มีการจัดการประชุมควรมีการจัดประชุมระหว่าง ประชาชนใน ชุมชน ผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ทางฝ่ายรัฐบาลเดือนละครั้งเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน

3. ภายในชุมชนควรมีการดูแลและติดตั้งลำโพงเพื่อรับฟังข่าวสารจากหอกระจายข่าวในหมู่บ้านให้ทั่วถึงเนื่องจากบางพื้นที่ในชุมชนซึ่งอยู่ห่างไกลจากหอกระจายข่าวไม่สามารถรับฟังข้อมูลข่าวสารได้ ทำให้บางครั้งไม่ทราบถึงข่าวสารและความเป็นไปในชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยรวมของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีซึ่ง ต้องการวิจัยให้เห็นถึงภาพรวมของการจัดการธุรกิจการเกษตรในชุมชน ซึ่งชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรประกอบด้วยหลายชุมชน ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปน่าที่จะศึกษาโดยเจาะลึกในแต่ละชุมชน เพื่อเป็นประโยชน์ในการหาแนวทางในการพัฒนาชุมชนแต่ละชุมชนได้อย่างเหมาะสม

2. ควรมีการศึกษาธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีโดยศึกษาในเรื่องของธุรกิจในการทำปศุสัตว์ เช่นการเลี้ยงไก่ หรือการเลี้ยงหมู เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจการเกษตรในแต่ละชนิดได้

3. ควรมีการศึกษาการสื่อสารในการจัดการธุรกิจการเกษตรในพื้นที่จังหวัดอื่นเพื่อนำมาประเมินเปรียบเทียบหาข้อสรุปร่วมเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรว่ามีลักษณะเหมือนหรือแตกต่างจากพื้นที่อื่นอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนาชุมชนในด้านธุรกิจการเกษตรให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. **สื่อเพื่อชุมชน : ประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

เกศินี จุฑาวิจิตร. **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. ภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏนครปฐม. นครปฐม : เพชรเกษมการพิมพ์, 2540.

ชูเกียรติ แก้วปัดถา. **พฤติกรรมการแก้ไขความขัดแย้งของผู้บริหาร ตามการรับรู้ของผู้บริหารและครู อาจารย์ โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 11**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ดวงหทัย วงษ์ราช. **การเปิดรับข่าวสารกับการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริของเกษตรกรในอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์. การสื่อสารในกลุ่ม.กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ทิพย์ ทิพย์ชัยเมธา. **เศรษฐศาสตร์จุลภาค**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2519.

นภา ชมไพบูลย์. **การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบทของกลุ่มเกษตรกร**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.

นิศา ชูโต. **การวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : บริษัท แม็ทส์ปอยท์ จำกัด, 2545.

บุญธรรม คำพอ. **ความแตกต่างระหว่างผู้ยอมรับกับผู้ไม่ยอมรับวิทยาการเกษตรสมัยใหม่ ศึกษากรณีเฉพาะในเขตโครงการมูลนิธิบูรณะชนบท**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาคพัฒนาชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2520.

บุษบา สุธีธร. **การบริหารงานประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์**. เอกสารชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 7. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530.

ประชุม โพธิกุล. **ยุทธศาสตร์แห่งผู้นำ**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา, 2538.

ปาริชาต สถาปิตานนท์ สโรบล. การสื่อสาร : กลไกสำคัญในการก้าวสู่ประชาสังคมในศตวรรษที่ 21. การประชุมกลุ่มย่อยว่าด้วยเรื่อง "องค์ประกอบในการขับเคลื่อนประชาสังคม"ในการประชุมทางวิชาการประชาสังคมครั้งที่ 1. 2542:87.

ปาริชาต สถาปิตานนท์ สโรบล. **การจัดการการสื่อสารเชิงประยุกต์**, 2540. (เอกสารอัดสำเนา)

พรทิพย์ เย็นจะบก. **โครงการ การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร "ทฤษฎีใหม่" ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช**. รายงานการวิจัยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ,2547. (เอกสารอัดสำเนา)

พรพิมล วรดิลก. **พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกรกิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2520.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ. ธุรกิจการเกษตรไทย . เล่มที่ 1. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2520.

ยุพดี ชัยภักดิ์. **การศึกษาบทบาทของสื่อที่มีต่อการยอมรับฝ้ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.

วิจิตร อาวะกุล. **หลักการส่งเสริมการเกษตร**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2535.

วีรวรรณ กาญจนรังสี. **ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับข้าวพันธุ์ปรับปรุงใหม่ของเกษตรกรในเขตตำบลมะกอก อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2520.

เวทินี สตะเวทิน. **การสื่อสารในการจัดการประชาคมบางลำพู**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ศิรินันต์ ลิมปนชัยพรกุล. **กระบวนการสื่อสารในการแปรรูปโรงพยาบาลบ้านแพ้ว**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ศิณีย์ สังข์รัศมี. **การจัดการธุรกิจเกษตร**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าวิทยาเขตเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง, 2528.

โศจิวัจน์ บุญประดิษฐ์. **กลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

สมคิด ทักษิณาวิสุทธิ์. **ธุรกิจเกษตรเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร :มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร . **การเกษตรของประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดโรงพิมพ์ชวนพิมพ์, 2535.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่เจ็ด พ.ศ. 2535-2539**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดโรงพิมพ์ยูไนเต็ดโปรดักชั่น, (ม.ป.ป.)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่แปด พ.ศ. 2540-2545**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดเม็ดทรายพริ้นติ้ง, (ม.ป.ป.)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสำนักนายกรัฐมนตรี. แผนพัฒนา**เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่เก้า พ.ศ. 2545 – 2549**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2544.

สุภางค์ จันทวานิช. **วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สุวรรณ บัวทวน. **ทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิยาลัย, 2514.

เสถียร เชยประทับ. **การสื่อสารและการพัฒนา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : (ม.ป.ท)., (ม.ป.ป).

หัสชัย พร้าโมต. **การศึกษาการยอมรับการปลูกพืชในฤดูแล้วของเกษตรกรหมู่ 3 ตำบลกระสัง อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2519.

ภาษาอังกฤษ

Everett M. Rogers. **Diffusion of Innovations (4th ed).** New York : The Free Press ,1995.

Everett M. Rogers and Shoemaker, Floved F. **Communication of Innovation**. New York : The Free Press, 1971.

Everett M. Rogers and Wicky L.Meynen. "Communication Sources for 2 , 4-D Weed Spray Among Columbian Peasants" ,Rural Social , **The Handbook of Social Psychology**. Vol.3.Massachusetts : Addision-Wesley Publishing Company, 1969.

J.D. Drilon , Jr. **Argribusiness Management Resource Materials**. Vol.1. (n.p) : Asian Productivity Organization, 1971.

Peck, M. Scott. **Different Drum Community Making and Peace**. (n.p) , 1983.

Raghubar Singh. **Adoption of Nitrogenous Fertilizers as Related to Selected Factors and use of Information Source in Adoption Process**. On Published Ph.D.Thesis. Ithacha New York : Cornell University, 1967.

Shingi , P.M. "Argriculture Information and Its Management" Agcommunication , 1973. In Communication Policy and Planning for Development : A Select Annotated Bibliography , ed . Syed A Rahim. Honolulu , Hawaii : East-West Center, 1976.

Windahl.S,Signitzer,B.,Olson,J.T. **Using Communication Theory : An Introduction to Planned Communication**. London : Sage, 1992.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

1. คุณโรจน์ แตงอุดม	เกษตรกรอำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
2. คุณเข็มทอง อินทฤทธิ์	เกษตรกรอำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
3. คุณต้อย แป้นทอง	เกษตรกรอำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
4. คุณสงัด งามสม	เกษตรกรอำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
5. คุณชม งามสม	เกษตรกรอำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
6. คุณสมบัติ กลิ่นนิรันต์	เกษตรกรอำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
7. คุณรอด กลิ่นนิรันต์	เกษตรกรอำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
8. คุณสุราฎ พรหมมีเดช	เกษตรกรอำเภอท่ายาง จ.เพชรบุรี
9. คุณเหยียน กลิ่นชุ่ม	เกษตรกรอำเภอท่ายาง จ.เพชรบุรี
10. คุณอารี กลิ่นชุ่ม	เกษตรกรอำเภอท่ายาง จ.เพชรบุรี
11. คุณเทิ้ม อินชื่นใจ	เกษตรกรอำเภอท่ายาง จ.เพชรบุรี
12. คุณสมพงษ์ เอี่ยมพันธ์	เกษตรกรอำเภอท่ายาง จ.เพชรบุรี
13. คุณประไพร บุญเกษม	เกษตรกรอำเภอท่ายาง จ.เพชรบุรี
14. คุณรัชนี ทับจิตร์	เกษตรกรอำเภอท่ายาง จ.เพชรบุรี
15. พระมหาโกมล อาจารสุโภ	เจ้าอาวาสวัดชะอำ อำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
16. คุณยิน เรืองสว่าง	ประธานชุมชนชะอำ อำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
17. คุณประธาน เรืองสว่าง	รองประธานชุมชนชะอำ
18. คุณใจ พรหมมีเดช	อดีตประธานชุมชน อำเภอชะอำ จ.เพชรบุรี
19. คุณพโยม จันทร์เจริญ	ประธานกลุ่มพันธุ์ข้าวชุมชนชะอำ
20. คุณไพบูลย์ บัวราษฎร์	อบต. บ้านสาระเห็ด อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี
21. คุณเพ็ญ เดชคุ้ม	ราษฎรอาวุโส อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี
22. คุณผาณิต ตันติสุขารมย์	เกษตรกรอำเภอท่ายาง จ.เพชรบุรี
23. คุณไพบูลย์ บัวราษฎร์	เกษตรอำเภอ ท่ายาง
24. คุณจิฬาภรณ์ สุขกล่ำ	นักการเกษตรอำเภอชะอำ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

1. **วิวัฒนาการการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี**

แนวคำถามสำหรับกลุ่มผู้นำชุมชน

1) ประชาชนในชุมชนส่วนใหญ่ทำการเพาะปลูกพืชชนิดใด
2) การเพาะปลูกของชาวชุมชนในอดีตมีการเพาะปลูกอย่างไร
3) ในปัจจุบันชาวชุมชนมีการเพาะปลูกอย่างไร
4) ท่านคิดว่าวิธีการทำการเกษตรของชาวชุมชนในปัจจุบันแตกต่างจากในอดีตหรือไม่อย่างไร

แนวคำถามสำหรับประชาชนในชุมชน

1) ท่านประกอบอาชีพทำการเกษตรตั้งแต่เมื่อไร
2) ทำไมท่านจึงทำการเพาะปลูกพืชชนิดนี้
3) การทำการเกษตรในอดีตท่านมีวิธีการการเพาะปลูกอย่างไร
4) การทำการเกษตรในปัจจุบันท่านมีวิธีการเพาะปลูกอย่างไร

แนวคำถามสำหรับกลุ่มบุคคลภายนอกที่ดำเนินงานร่วมกับชุมชน

1) ท่านให้การสนับสนุนชาวชุมชนในด้านใด และช่วงเวลาใด
2) ท่านมีนโยบายต่อชาวชุมชนอย่างไร

2. **การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่เริ่มทำการเพาะปลูกจนกระทั่งนำผลผลิตออกจำหน่าย**

แนวคำถามสำหรับกลุ่มผู้นำชุมชน

1) ท่านมีการพูดคุย แนะนำ และติดต่อสื่อสารกับประชาชนในชุมชนในเรื่องการทำการเกษตรอย่างไร
2) ท่านมีการดำเนินกิจกรรมและวางรูปแบบการทำธุรกิจการเกษตรร่วมกับประชาชนในชุมชนของท่าน อย่างไร

แนวคำถามสำหรับประชาชนในชุมชน

1) ท่านมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในชุมชนเกี่ยวกับเรื่องการทำการเกษตรอย่างไร

2) ท่านมีการติดต่อสื่อสารกับผู้นำชุมชนในเรื่องการทำการเกษตรหรือไม่อย่างไร
3) ท่านมีการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเจ้าหน้าที่พัฒนา เกษตรอำเภอ ในเรื่องการทำการเกษตรหรือไม่อย่างไร
4) ท่านมีการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มบุคคลภายนอกชุมชนหรือไม่อย่างไร

แนวคำถามสำหรับกลุ่มบุคคลภายนอกที่ดำเนินงานร่วมกับชุมชน

1) ท่านมีการพูดคุย แนะนำ และติดต่อสื่อสารกับประชาชนในชุมชนในเรื่องการทำการเกษตรอย่างไร
2) ท่านมีการดำเนินกิจกรรมและวางรูปแบบการทำธุรกิจการเกษตรร่วมกับประชาชนในชุมชน อย่างไร
3) ท่านมีการแนะนำและหาแหล่งรับซื้อผลผลิตให้กับชาวชุมชนหรือไม่

3. ปัจจัยที่เกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี

แนวคำถามสำหรับผู้นำชุมชน

1) ท่านเป็นคนในชุมชนนี้โดยกำเนิดหรือไม่
2) ท่านคิดว่าการทำการเกษตรในรูปแบบสมัยก่อนควรมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่
3) ท่านคิดว่าการทำการเกษตรในสมัยปัจจุบันทำให้ความเป็นอยู่ของชาวชุมชนเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่

แนวคำถามสำหรับประชาชนในชุมชน

1) ท่านเป็นคนในชุมชนนี้โดยกำเนิดหรือไม่
2) ท่านคิดว่าการทำการเกษตรในสมัยก่อนมีผลตอบแทนอย่างไร
3) ท่านคิดว่าผลตอบแทนที่ได้รับภายหลังจากมีการจัดการธุรกิจการเกษตรแล้วแตกต่างจากสมัยก่อนมีการจัดการธุรกิจการเกษตรหรือไม่

แนวคำถามสำหรับกลุ่มบุคคลภายนอกที่ดำเนินงานร่วมกับชุมชน

1) ท่านคิดว่าการทำการเกษตรในรูปแบบสมัยก่อนควรมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่
2) ท่านได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนการจัดการธุรกิจการเกษตรของคนในชุมชนหรือไม่
3) ท่านคิดว่าระบบธุรกิจการเกษตรมีส่วนให้ชาวชุมชนมีผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้นหรือไม่

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างแบบบันทึกภาคสนาม

วิวัฒนาการการทำการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี	วัน.....เวลา.....สถานที่..... ข้อมูลตามความเป็นจริงจากการสังเกต/สัมภาษณ์ .... การตีความข้อมูลเบื้องต้น .... วิธีการที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ....

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตัวอย่างแบบบันทึกภาคสนาม

การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชาวชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรีตั้งแต่เริ่มทำการเพาะปลูกจนกระทั่งนำผลผลิตออกจำหน่าย	ผู้ให้สัมภาษณ์..... วัน.....เวลา.....สถานที่..... วิธีการที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ..... ข้อสังเกต / สัมภาษณ์ .... การตีความข้อมูลเบื้องต้น ....

ตัวอย่างแบบบันทึกภาคสนาม

ปัจจัยที่เกื้อหนุนในการจัดการธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี	ผู้ให้สัมภาษณ์..... วัน.....เวลา.....สถานที่..... วิธีการที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ..... ข้อสังเกต / สัมภาษณ์ .... การตีความข้อมูลเบื้องต้น ....

ภาคผนวก ข

ข้อมูลเบื้องต้นของจังหวัดเพชรบุรี

สภาพภูมิประเทศและการทำการเกษตรของจังหวัดเพชรบุรี

เพชรบุรี เป็นจังหวัดในภาคตะวันตกที่ตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลอ่าวไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ เป็นระยะทาง 123 กิโลเมตร เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน เป็นเมืองที่เคยรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยโบราณ และเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของไทยในกลุ่มหัวเมืองฝ่ายตะวันตกที่มีชื่อเรียกปรากฏในหนังสือต่างประเทศ เช่น ชาววิลันดา เรียกว่า “พิพรีย์” ชาวฝรั่งเศสเรียก พิพรี จึงสันนิษฐานว่าเมืองพริบพรีคงเป็นเมืองเดิมของจังหวัดเพชรบุรี และชื่อ เพชรบุรี มีปรากฏเป็นหลักฐานมาตั้งแต่สมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 เพชรบุรีเป็นจังหวัดในภาคกลางตั้งอยู่ฝั่งทะเลอ่าวไทยด้านตะวันตก

เพชรบุรีมีพื้นที่ประมาณ 6,255 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,890,710 ไร่ ส่วนลุ่มน้ำเพชรบุรีมีขนาดพื้นที่ลุ่มน้ำประมาณ 5,600 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วยลำน้ำสายหลักคือ แม่น้ำเพชรบุรี และมีลำน้ำสาขาที่สำคัญคือแม่น้ำบางกลอย ห้วยแม่ประโคน และห้วยแม่ประจันต์ สภาพภูมิประเทศทางด้านทิศตะวันตกเป็นป่าเขาสลับซับซ้อน มีเทือกเขาตะนาวศรีเป็นเส้นกั้นอาณาเขตระหว่างไทยกับสหภาพพม่า เฉพาะในเขตจังหวัดเพชรบุรีมีความยาวประมาณ 120 กิโลเมตร ส่วนทางด้านทิศตะวันออกเป็นที่ราบไปจนจดชายฝั่งทะเลอ่าวไทยซึ่งมีความยาวจากเหนือจดใต้ ประมาณ 80 กิโลเมตร พื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรีมีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำเพชรบุรี มีความยาวตลอดสาย 227 กิโลเมตร แม่น้ำบางกลอย มีความยาว 44 กิโลเมตร และแม่น้ำบางตะบูน มีความยาว 18 กิโลเมตร

ประชากรจังหวัดเพชรบุรีส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีการทำนา สวนผลไม้ ทำน้ำตาลโตนด เลี้ยงสัตว์ และทำการประมง พืชเศรษฐกิจที่เป็นพืชหลักในการทำรายได้ให้กับเกษตรกรชาวเพชรบุรี ได้แก่

ข้าว เป็นพืชที่ปลูกมากเป็นอันดับหนึ่งของจังหวัด มีพื้นที่ปลูก 431,276 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 644 กิโลกรัม/ไร่ พื้นที่ปลูกส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอเมือง อำเภอเขาย้อย อำเภอบ้านลาด อำเภอ ท่ายาง และอำเภอชะอำ ตามลำดับ เกษตรกรจะผลิตข้าว 2 ครั้ง ต่อปี พันธุ์ที่นิยมปลูกได้แก่พันธุ์เหลืองประทิว 123 สุพรรณบุรี 60 และพันธุ์พื้นเมือง (ปลูกในที่มีระดับน้ำสูง) ผลผลิตส่วนใหญ่จะส่งขายทางภาคใต้ของประเทศไทย

สับปะรด มีพื้นที่ปลูก 107,583 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 7,013 กิโลกรัม/ไร่ แหล่งที่ปลูกมากได้แก่ อำเภอชะอำ อำเภอแก่งกระจาน อำเภอท่ายาง และอำเภอหนองหญ้าปล้อง มีเกษตรกรขึ้นทะเบียน ไว้จำนวน 956 ราย ผลผลิตร้อยละ 65 จะขายให้กับโรงงานสาหกรรมอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่เหลือร้อยละ 25 จะขายให้กับแผงสับปะรดในพื้นที่ และร้อยละ 10 ขายให้กับผู้บริโภคผลสด

มะม่วง มีพื้นที่ปลูก 40,006 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 1,300 กิโลกรัม/ไร่ พันธุ์ที่นิยมปลูกได้แก่เขียวเสวย น้ำดอกไม้ หนังกลางวัน แก้ว และอกร่อง แหล่งที่ปลูกมากได้แก่ อำเภอแก่งกระจาน อำเภอท่ายาง และอำเภอหนองหญ้าปล้อง ผลผลิตส่วนใหญ่จะส่งจำหน่ายในตลาดกรุงเทพมหานคร และภาคใต้ของประเทศไทย

มะนาว มีพื้นที่ปลูก33,897 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 2,500 กิโลกรัม/ไร่ จังหวัดเพชรบุรีมีการปลูกมะนาวมากที่สุดในประเทศ โดยมีแหล่งเพาะปลูกอยู่ในพื้นที่อำเภอท่ายาง อำเภอบ้านลาด สำหรับอำเภอท่ายางนั้นเกษตรกรสามารถทำการเพาะปลูกมะนาวนำผลผลิตออกป้อนตลาดให้กับจังหวัดต่าง ๆ ได้ตลอดทั้งปี จึงนับได้ว่ามะนาวเป็นพืชเศรษฐกิจหลักที่สำคัญที่ทำรายได้ให้กับจังหวัดมากชนิดหนึ่ง พันธุ์ที่นิยมปลูกได้แก่ มะนาวแป้น และมะนาวหนัง แหล่งที่ปลูกมาก ได้แก่ อำเภอท่ายาง อำเภอแก่งกระจาน และอำเภอบ้านลาด ผลผลิตส่วนใหญ่จะส่งขายตลาดในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใกล้เคียง

ชมพู่ มีพื้นที่ปลูก 4,564 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 1,800 กิโลกรัม/ไร่ พื้นที่ปลูกส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอท่ายาง อำเภอบ้านลาด อำเภอเมือง และอำเภอบ้านแหลม ตามลำดับ พันธุ์ที่นิยมปลูก ได้แก่ พู่เพชรสายรุ้ง เพชรสุวรรณ และทับทิมจันทร์ ผลผลิตส่วนใหญ่จะส่งขายตลาดในกรุงเทพมหานคร

กล้วย จังหวัดเพชรบุรีเป็นแหล่งเพาะปลูกกล้วยชนิดต่าง ๆ คือ กล้วยน้ำว้า กล้วยไข่ กล้วยหอม โดยปลูกมากในเขตอำเภอท่ายาง อำเภอบ้านลาด เพราะมีโรงงานอุตสาหกรรม ในครอบครัวประเภทโรงงาน กวน อบ ผลไม้หลายแห่งที่ต้องการกล้วยน้ำว้าไปแปรรูป นอกจากนี้แล้วยังปลูกกล้วยหอม โดยพันธุ์ที่ปลูกคือกล้วยหอมทอง ส่วนใหญ่ผลิตเพื่อการส่งออกต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น ผ่านทางสหกรณ์การเกษตรอำเภอท่ายาง และสหกรณ์การเกษตรอำเภอบ้านลาด

ศูนย์กลางการตลาดและการค้าที่สำคัญ

จังหวัดเพชรบุรี มีศูนย์กลางการตลาดและการค้าที่สำคัญแยกตามลักษณะตลาดและชนิดของสินค้า ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ตลาดสินค้าการเกษตร และการประมง และตลาดสินค้าอุปโภคบริโภค

ตลาดสินค้าการเกษตร โดยทั่วไปจะมีศูนย์กลางของตลาดใหญ่อยู่ในท้องที่ที่มีการผลิตสินค้าการเกษตรที่สำคัญซึ่งได้แก่ ข้าว ศูนย์กลางตลาดซื้อขายอยู่ในท้องที่อำเภอเขาย้อย อำเภอเมืองฯ และอำเภอบ้านลาด มะนาว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กล้วยชนิดต่าง ๆ สินค้าพืชไร่อื่น ๆ และพืชผัก มีศูนย์กลางซื้อขายอยู่ที่อำเภอท่ายาง มะม่วง ศูนย์กลางการซื้อขายที่สำคัญอยู่ที่อำเภอหนองหญ้าปล้อง

ตลาดหนองบ้วย

ตลาดหนองบ้วยตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอท่ายาง เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2535 แต่เดิมเป็นสนามบินเก่าในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ของญี่ปุ่น เมื่อญี่ปุ่นแพ้สงครามบริเวณดังกล่าวเป็นของกองทัพอากาศซึ่งปล่อยทิ้งว่างไว้ จากนั้นทางเกษตรอำเภอท่ายางได้ติดต่อไปยังกองทัพอากาศเพื่อขอพื้นที่นี้ในการทำตลาดกลางทางการเกษตร และมอบให้กับสหกรณ์การเกษตรอำเภอท่ายางเป็นผู้ดูแล โดยมีวัตถุประสงค์ในการก่อสร้างโดยสร้างขึ้นเพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต และเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรให้มีตลาดกลางเพื่อเป็นแหล่งรับซื้อและขายผลผลิตใกล้กับแหล่งผลิตของเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรได้รับความสะดวกและประหยัดค่าขนส่ง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวอัจฉรา ศิริวงศ์ เกิดเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2519 ที่ อำเภอ กุยบุรี จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาจาก โรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ จังหวัดเพชรบุรี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีจาก คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2547 ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง เจ้าหน้าที่จัดซื้ออาวุโส บริษัทโกลว์ จำกัด จังหวัดระยอง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย