

การสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด จังหวัดลําพูน



นางศรีจิต เองเลอร์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2557

**Communication of Pratu Ba Agricultural Cooperative
Limited Group, in Lamphun Province**

Mrs. Srijit Engler



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts
School of Communication Arts
Sukhothai Thammathirat Open University

2014

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด
จังหวัดลำพูน
ชื่อและนามสกุล นางศรีจิต เองเลอร์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัสวดี นิตินทรสุนทร

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2558

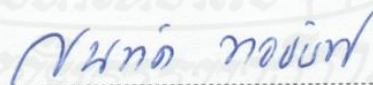
คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัสวดี นิตินทรสุนทร)



..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ไพบูรณ์ คะเชนทรพรรค)



.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัต ทองรินทร์)
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

ชื่องานการศึกษาค้นคว้าอิสระ การสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูน
ผู้ศึกษา นางศรีจิต เองเลอร์ รหัสนักศึกษา 2561500642 ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร ปีการศึกษา 2557

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระบวนการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูน 2) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูน 3) ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 17 คน ประกอบด้วย แกนนำกลุ่ม จำนวน 1 คน คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูน จำนวน 13 คน และเจ้าหน้าที่รัฐ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์การเกษตร จังหวัดลำพูน จำนวน 3 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูนประกอบด้วย (1) ผู้ส่งสาร คือ แกนนำกลุ่ม คณะกรรมการสหกรณ์ และเจ้าหน้าที่รัฐ (2) สาร เป็นเนื้อหาที่ใช้เพื่อให้ข้อมูล ความรู้ และการต่อรองด้านผลผลิต (3) สื่อ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่อใหม่ (4) ผู้รับสาร คือ เกษตรกรชาวสวนลำไย 2) สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูน มีจุดแข็ง คือ การรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง จุดอ่อนคือ มีเงินทุนหมุนเวียนน้อย โอกาสคือ ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐทั้งด้านงบประมาณ วิชาการ การตลาดและแหล่งทุน ภาวะคุกคามคือ ความไม่แน่นอนของตลาด และการเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง 3) ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูน คือ การพัฒนาความรู้ด้านการสื่อสารให้ทันสมัย และการนำเทคโนโลยีมาบูรณาการในการสื่อสารเพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

คำสำคัญ กระบวนการสื่อสาร เกษตรกร สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด

Independent Study title: Communication of Pratu Ba Agricultural Cooperative Limited Group, in Lamphun Province

Author: Mrs. Srijit Engler; **ID:** 2561500642; **Degree:** Master of Communication Arts;

Independent Study advisor: Dr. Passawalee Nittikasetsunthorn, Assistant Professor;

Academic year: 2014

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the communications process of members of Pratu Ba Agricultural Cooperative, Limited, in Lamphun Province; 2) the cooperative's strengths, weaknesses, opportunities and threats; 3) recommendations for improving the group's communications.

This was a qualitative research. The 17 key informants, chosen through purposive sampling, consisted of 1 core leader of Pratu Ba Agricultural Cooperative, Limited, in Lamphun Province, 13 members of the cooperative's board of directors, and 3 government officials who worked for the Lamphun Province branch of the Agricultural Cooperative Promotion Office and were in charge of promoting and developing the cooperative business. Data were collected using an in-depth interview form and analyzed through descriptive analysis.

The results showed that 1) the communications process consisted of (a) the message senders, who were the group's core leaders, members of the cooperative's board of directors, and government officials; (b) the messages, which were mainly informative content or content concerning bargaining for agricultural produce prices; (c) the media, which were personal media, activities, ad hoc media, mass media and new media; and (d) the message receivers, who were lamyai orchard owners. 2) The main strength of Pratu Ba Agricultural Cooperative was the strength of its group cohesion. Its main weakness was a shortage of working capital. The cooperative had opportunities in the form of possible assistance from the government sector in terms of budget, academic support, marketing assistance, and sources of capital. The threats to the cooperative's success were the uncertainty of the market and attempts by middle men to take advantage of the farmers. 3) Recommendations for improving the cooperative's communications were to develop greater knowledge of modern communications methods and to integrate technology into the communications process for greater benefit.

Keywords: Communication Process, Agriculturist, Pratu Ba Agricultural Cooperative Limited Group

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ ได้รับคำแนะนำ และติดตามผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จนลุล่วงไปด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร และรองศาสตราจารย์ ไพบูรณ์ ทะเชนทรพรรค์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน รวมทั้งเจ้าหน้าที่กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน ที่สละเวลาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลต่างๆเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ คุณวรรณภา นิ่มอ่อน ผู้ช่วยประสานงานและให้คำแนะนำในการจัดทำงานวิจัยฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ศรียิต เองเลอร์

มกราคม 2559



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
กรอบแนวคิดการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	7
การสื่อสารการเกษตรในไทย	22
บริบทเรื่องที่ทำการศึกษา	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	48
ผู้ให้ข้อมูลหลัก	48
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล	49
การวิเคราะห์ข้อมูล	50
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	51
ตอนที่ 1 กระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน	52

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร ประจวบจัมกััด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดล่ำพูน	69
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตร ประจวบจัมกััด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดล่ำพูน	74
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	78
สรุปการวิจัย	78
อภิปรายผล	88
ข้อเสนอแนะ	91
บรรณานุกรม	92
ภาคผนวก	97
ประวัติผู้ศึกษา	107



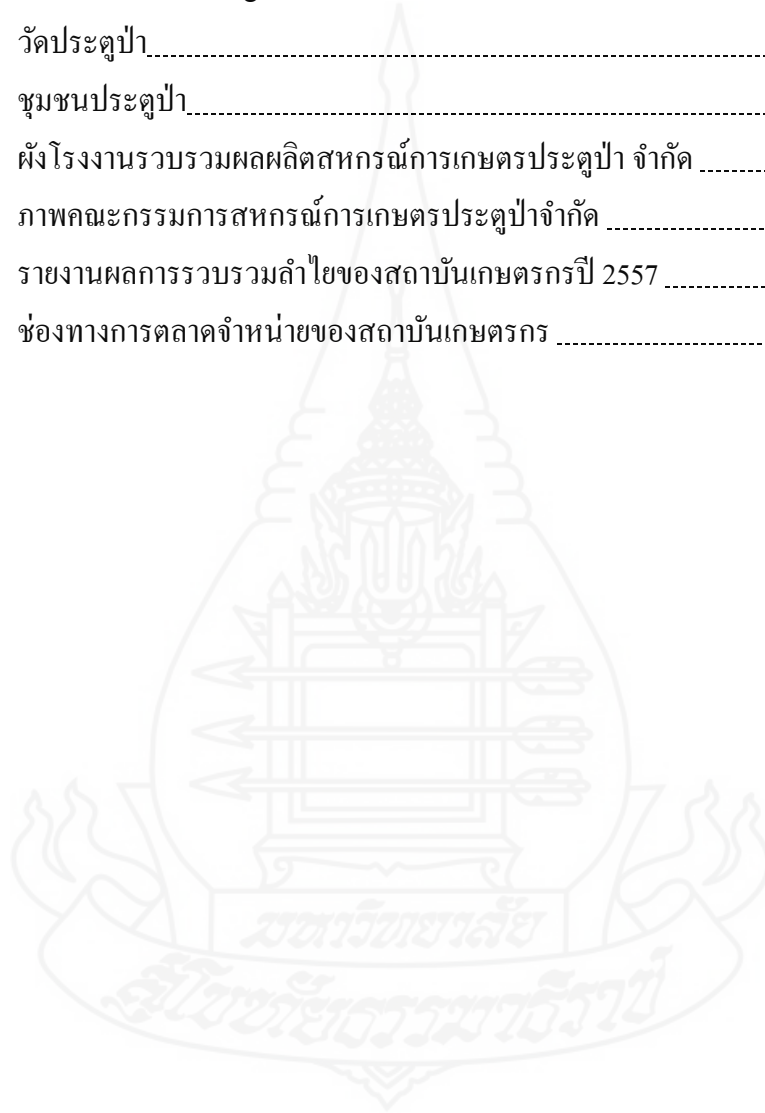
สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	ประมาณการผลผลิตลำไย 8 จังหวัดภาคเหนือ ปี 2556..... 1
ตารางที่ 4.1	กระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด : แกนนากลุ่ม..... 57
ตารางที่ 4.2	กระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด : คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตร 64
ตารางที่ 4.3	กระบวนการสื่อสารของเจ้าหน้าที่รัฐ 67
ตารางที่ 4.4	จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์ การเกษตรประจวบจำกััด : แกนนากลุ่ม..... 72
ตารางที่ 4.5	จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์ การเกษตรประจวบจำกััด : คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตร 73
ตารางที่ 4.6	จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์ การเกษตรประจวบจำกััด : เจ้าหน้าที่รัฐ 73



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิด Zoning.....	24
ภาพที่ 2.2 วัดประตูป่า.....	27
ภาพที่ 2.3 ชุมชนประตูป่า.....	27
ภาพที่ 2.4 ผังโรงงานรวบรวมผลผลิตสหกรณ์การเกษตรประตูป่า จำกัด	29
ภาพที่ 2.5 ภาพคณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประตูป่าจำกัด	34
ภาพที่ 2.6 รายงานผลการรวบรวมลำไยของสถาบันเกษตรกรปี 2557	36
ภาพที่ 2.7 ช่องทางการตลาดจำหน่ายของสถาบันเกษตรกร	37



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ลำไย (Longan) เป็นไม้ผลที่มีพื้นที่ปลูกมากในเขตภาคเหนือของประเทศไทย จังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกลำไยมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน เชียงราย แพร่ น่าน พะเยา ลำปาง ปัจจุบันลำไยมีพื้นที่ปลูกทั่วประเทศประมาณ 1,000,000 ไร่และมีพื้นที่ปลูกในภาคเหนือประมาณ 870,000 ไร่ จังหวัดลำพูนมีพื้นที่ปลูกประมาณ 276,000 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน, 2558)

การปลูกลำไยในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด จากตารางที่แสดงข้อมูลข้างล่างนี้จะเห็นได้ว่า จังหวัดลำพูนมีปริมาณผลผลิตลำไยมากเป็นอันดับที่ 2 รองจากเชียงใหม่ ลำไยของจังหวัดลำพูนมีชื่อเสียงด้านคุณภาพรสชาติอร่อย เพราะมีสภาพดินฟ้าอากาศที่เหมาะสมกับการเพาะปลูกลำไยเป็นอย่างยิ่ง

ตารางที่ 1.1 ปริมาณการผลิตลำไย 8 จังหวัด ภาคเหนือ ปี 2556

จังหวัด	เนื้อที่ยืนต้น (ไร่)	เนื้อที่ให้ผล (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อเนื้อที่ ให้ผล (กก./ไร่)
เชียงใหม่	258,207	242,780	183,960	888
ลำพูน	248,943	245,948	158,265	759
เชียงราย	104,472	103,411	48,804	465
พะเยา	57,136	55,861	26,335	481
น่าน	33,679	31,443	14,890	488
ตาก	12,264	11,514	6,579	700
ลำปาง	22,330	22,330	5,605	251
แพร่	5,693	5,481	2,670	532
รวม	742,472	718,768	447,108	633

ที่มา: <http://www.ndoae.doae.go.th/longan2013/>

ปัญหาผลผลิตทางการเกษตรล้นตลาด ทำให้ราคาผลผลิตตกต่ำ ถือเป็นประเด็นปัญหาที่เรื้อรังมานาน และเกิดขึ้นเป็นประจำทุกปี กับพืชผลเกือบจะทุกชนิด แม้ว่าเกษตรกร ชาวไร่ชาวนา จะรวมตัวกันยื่นข้อเสนอ ขอเรียกร้องให้ภาครัฐช่วยลงมาดูแลแก้ไขปัญหา ทว่าศักยภาพการดำเนินงานของภาครัฐกลับล่าช้า ไม่สอดคล้องกับสภาพความจริงของพื้นที่ อีกทั้งยังไม่ทั่วถึงและมีช่องโหว่มากมายเช่นเดียวกับปัญหาของลำไยที่เป็นปัญหาใหญ่ระดับชาติ จากการที่เกษตรกรชาวนา ลำไยในภาคเหนือเคยร่ำรวยจากการขายลำไย จนถึงกับเปลี่ยนที่นาและพื้นที่การเกษตรอื่นๆ ให้กลายเป็นสวนลำไยในพื้นที่กว้างขวาง ราคาลำไยสดที่เคยมีราคาประมาณกิโลกรัมละ 30-40 บาท ลดลงมาเหลือเพียง 10 กว่าบาท ภายในระยะเวลาไม่ถึง 5 ปี เมื่อลำไยปลูกใหม่รุ่นต่อมาทยอยออกสู่ตลาดตลอดจนมีการใช้เทคโนโลยีทางการเกษตรที่เร่งให้มีการผลิตลำไยนอกฤดู ทำให้ราคาลำไย ลดต่ำลงเป็นลำดับ สถานการณ์ที่เกิดขึ้นควรเป็นความรับผิดชอบของเกษตรกรฝ่ายเดียวหรือไม่ ผู้ที่ควรรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายคือหน่วยงานต่างๆของภาครัฐ เพื่อป้องกันปัญหาผลผลิตล้นตลาด ขาดความสมดุลด้านปริมาณผลผลิตและความต้องการของตลาดเพื่อไม่ให้เกิดผลย้อนมาทำลายระบบตลาดลำไย

หากมองย้อนกลับไปถึงรากเหง้าของปัญหาทางด้านผลผลิตการเกษตรล้นเกินความต้องการ ไม่มีตลาดรองรับ ก็ดูเหมือนว่า ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนการผลิต หรือเปลี่ยนพืชที่ปลูกโดยขาดข้อมูลด้านการตลาดรองรับผลผลิตที่เพียงพออีก ทั้งนโยบายการค้าเสรีกับต่างประเทศ กลับนำมาซึ่งผลกระทบ เมื่อตลาดผักผลไม้ไทยถูกตีตลาดจากการนำเข้าผักผลไม้จากต่างประเทศมากขึ้น ทำให้เกษตรกรไทยต้องเปลี่ยนแนวความคิดเรื่องการผลิต ต้องศึกษาเรื่องการตลาดตลอดจนกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อการต่อรองราคา ด้านผลผลิต

ทั้งหมดนี้ เป็นเรื่องของการบริหารจัดการ เกษตรกรต้องมีความใฝ่รู้ กระตือรือร้น สนใจ ด้านการวางแผนบูรณาการการผลิตอย่างยั่งยืนและให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลผลิต แต่ในสังคมปัจจุบันจะมีเกษตรกรที่เก่ง มีความรู้เรื่องกลไกการผลิต และระบบการตลาด หรือเกษตรกร แนวหน้ายังคงมีน้อยมาก ถ้าให้ความสำคัญกับเกษตรกรว่าเป็นคนที่อยู่ในวงการมีความรู้เรื่องนี้ ดีกว่าเจ้าหน้าที่รัฐ หรือนักวิชาการเสียอีก แต่เกษตรกรส่วนใหญ่มักจะไม่ทราบ และไม่มีความรู้ในเรื่องเหล่านี้ จึงทำให้ปัญหานั้นยากต่อการแก้ไข

ลำไยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดลำพูน เป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมบริโภคทั้งในรูปของผลไม้สดและแห้ง สามารถจำหน่ายได้ทั้งในและนอกประเทศ แต่เกษตรกรชาวนา ลำไยไม่ได้ได้รับประโยชน์จากพืชเศรษฐกิจชนิดนี้อย่างยุติธรรม มีสาเหตุสำคัญจากเกษตรกรขาดการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการต่อรองด้านผลผลิต ทำให้เกิดปัญหาเกษตรกรถูกพ่อค้าคนกลางเอารัดเอาเปรียบ ขาดกลไกตลาดที่เหมาะสมจึงทำให้ขายได้ในราคาที่ไม่เป็นธรรม

เกษตรกรกลุ่มหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ได้รวมกลุ่มกัน โดยอาศัยหลักของสหกรณ์ที่ทำงานอย่างเป็นระบบ โดยได้รับความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่รัฐกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน ผลิตลำไยคุณภาพที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GAP จากกรมวิชาการเกษตร และสามารถสร้างเครือข่ายตลาดรองรับผลผลิตลำไยที่มั่นคง และยั่งยืน กลุ่มเกษตรกรกลุ่มนี้คือ สหกรณ์การเกษตรประตู่ป่าจำกัด ตำบลประตู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

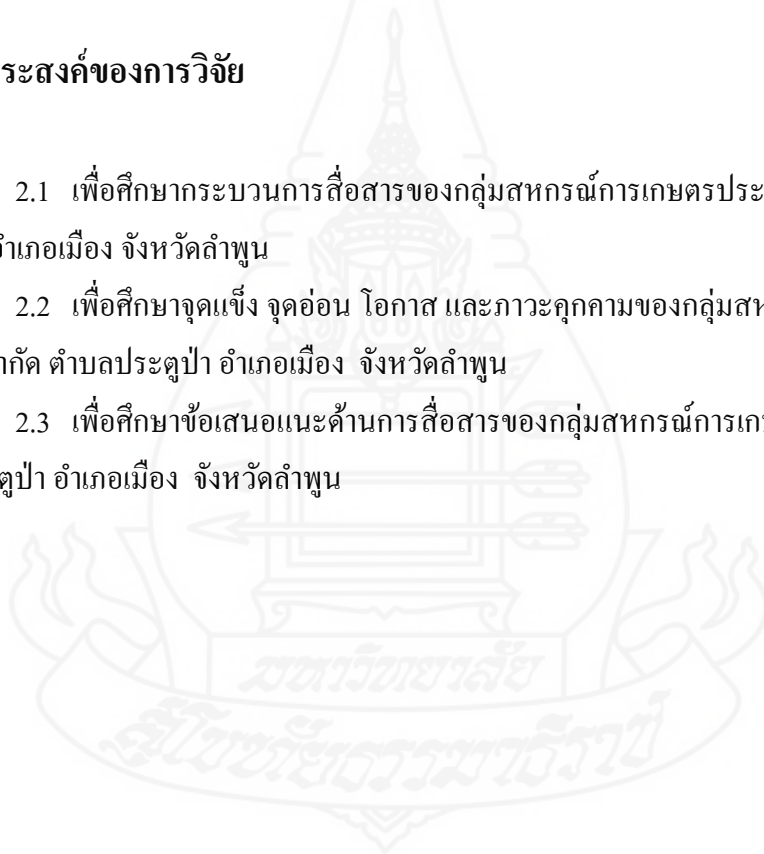
ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาเรื่องการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรจำกัด ตำบลประตู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เพื่อเสนอแนะแนวทางการสื่อสารแก่เกษตรกรชาวสวนลำไยเพื่อต่อรองผลผลิตกับพ่อค้าคนกลางทำให้ราคาผลผลิตเป็นธรรมและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรชาวสวนลำไย

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

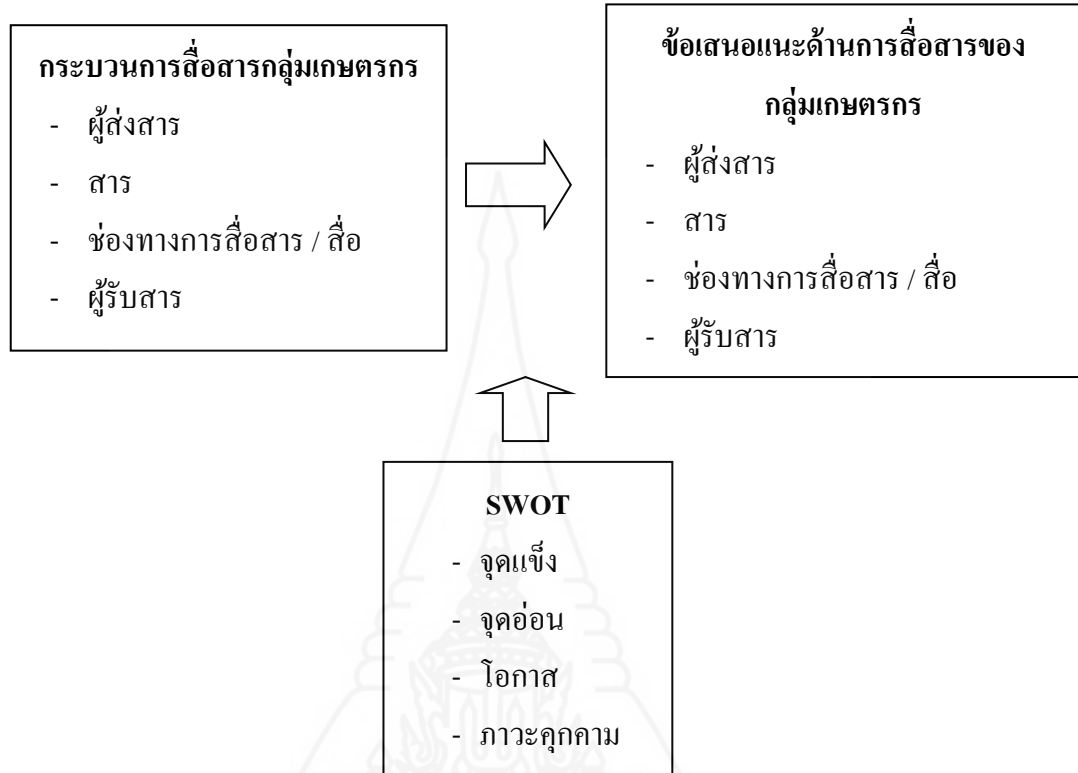
2.1 เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตู่ป่าจำกัด ตำบลประตู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

2.2 เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตู่ป่าจำกัด ตำบลประตู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

2.3 เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตู่ป่าจำกัด ตำบลประตู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน



3. กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

กระบวนการสื่อสาร จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคาม และข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน

4.2 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

แกนนำกลุ่ม ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จำนวน 1 คน

คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จำนวน 13 คน

เจ้าหน้าที่รัฐ ได้แก่ ผู้อำนวยการและเจ้าหน้าที่กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์การเกษตร จังหวัดลำพูน จำนวน 3 คน

4.3 ขอบเขตด้านเวลา

ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม 2558-30 ตุลาคม 2558

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 สหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด หมายถึง กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยในตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ที่ได้รวมกลุ่มเป็นสมาชิกสหกรณ์โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกันเพื่อแก้ปัญหาลำไยล้นตลาด

5.2 เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรชาวสวนลำไยสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

5.3 กระบวนการสื่อสาร หมายถึง การสื่อสารตามองค์ประกอบผู้ส่งสาร สาร สื่อ/ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร

5.3.1 ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ดำเนินการเจรจาต่อรอง

5.3.2 สาร คือ เนื้อหาที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง

5.3.3 สื่อ คือ สื่อประเภทต่างๆ ที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่

5.3.4 ช่องทางการสื่อสาร คือ วาระ และโอกาสในการเจรจาต่อรอง

5.3.5 ผู้รับสาร คือ ผู้ที่แกนนำกลุ่มสื่อสารต่อรองด้านผลผลิต จำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย เกษตรกร เจ้าหน้าที่รัฐ พ่อค้าคนกลาง สื่อมวลชนส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น

5.4 จุดแข็ง หมายถึง การรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง คุณธรรมและจริยธรรมที่ผูกพันความเป็นหนึ่งเดียวของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

5.5 จุดอ่อน หมายถึง การขาดสภาพคล่องในการดำเนินงาน เนื่องจากมีเงินทุนหมุนเวียนน้อยของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

5.6 โอกาส หมายถึง การได้รับความช่วยเหลือจากทางภาครัฐและชื่อเสียงของกลุ่มเรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

5.7 ภาวะคุกคาม หมายถึง ความไม่เที่ยงตรงของตลาดและการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง การฉกฉวยโอกาสจากกลุ่มอื่นที่กลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูนได้รับ

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทำให้ทราบถึงกระบวนการสื่อสารของสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน ที่ประสบความสำเร็จในด้านการต่อรองผลผลิต

6.2 ทำให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์ประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน

6.3 ทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง” การสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอมืองจังหวัดลำพูน” เป็นการศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสาร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร การสื่อสารการเกษตรในไทย บริบทเรื่องที่ทำการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. การสื่อสารการเกษตรในไทย
3. บริบทเรื่องที่ทำการศึกษา
 - 3.1 ชุมชนประจวบ
 - 3.2 กลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

1.1 ความหมายของการสื่อสาร

Denis McQuail (2005) กล่าวว่า การสื่อสารหมายถึงการให้และการรับความหมาย การถ่ายทอดและการรับสาร ซึ่งรวมถึงแนวคิดของการโต้ตอบ แบ่งปัน และมีปฏิสัมพันธ์กันด้วย

Wilbur Schramm ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสาร เกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารโดยมี วัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง

สุมน อยู่สิน (2549) กล่าวว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน โดยมีองค์ประกอบดังนี้

1. ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูล สารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องทางที่เรียกว่า สื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียวแต่ถ้าเป็นการสื่อสาร 2 ทางผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อ

ตนเอง ต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

2. **ข่าวสาร** ในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญ ข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัส เพื่อสะดวกในการส่งการรับและตีความ เนื้อหาสารของสารและการจัดสารก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น

3. **สื่อหรือช่องทางในการรับสาร** คือ ประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัสและตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์

4. **ผู้รับสาร** คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสาร ต่อผู้ส่งสารและต่อตนเอง

1.2 องค์ประกอบของการสื่อสาร

เดวิด เค เบอร์โล (Berlo, 1960 อ้างถึงในสุรรัตน์ ตรีสุกต, 2550, น. 73) นำเสนอรูปแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสารซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 องค์ประกอบได้แก่ ผู้ส่งสาร (Communication source) สาร (Message) ช่องสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ดังนั้นแบบจำลองนี้จึงมีชื่อเรียกอีกชื่อว่า SMCR Model องค์ประกอบทั้ง 4 ประการนั้นมีความสัมพันธ์กัน

สุรรัตน์ ตรีสุกต (2550) อธิบายถึงประสิทธิผลของการสื่อสารตามแบบจำลองเบอร์โล จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณสมบัติต่างๆ ของแต่ละองค์ประกอบที่สำคัญ

1.2.1 **ผู้ส่งสาร (Sender)** ที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ 5 ประการได้แก่

1) **ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills)** ทั้ง 5 ทักษะด้านการเข้ารหัส คือ การเขียน และการพูด ด้านการถอดรหัส คือ การอ่าน และการฟัง อีกทักษะหนึ่งคือ การคิดและการใช้เหตุผล

2) **ทัศนคติ (Attitude)** หมายถึง ความโน้มเอียงในการเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ทัศนคติต่อตนเอง ทัศนคติต่อเรื่องหรือประเด็นในการสื่อสาร และทัศนคติต่อผู้รับสาร

3) **ความรู้ (Knowledge)** ของผู้ส่งสารในเรื่องที่จะสื่อสาร ลักษณะของผู้รับสาร วิธีการเลือกใช้สื่อ ลักษณะของสื่อ

4) **ระบบสังคม (Social System)** อิทธิพลของสังคมที่ส่งผลต่อบุคคล และพฤติกรรมในการสื่อสาร

5) *วัฒนธรรม (Culture)* หมายถึง ขนบธรรมเนียม ประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ ที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์

1.2.2 สาร (Message) หมายถึง ผลผลิตจากการเข้ารหัสของผู้ส่งสารประกอบด้วย

1) *รหัสของสาร (Message Code)* หมายถึง กลุ่มของสัญลักษณ์ซึ่งใช้แทนหรือให้หมายถึงเช่นภาษาพูดภาษาเขียนภาษาท่าทางรูปภาพดนตรี โดยรหัสของสารจะมีโครงสร้างและส่วนประกอบย่อย

2) *เนื้อหาของสาร (Contents)* หมายถึง ข้อความที่ต้องการจะใช้สื่อความหมายแก่ผู้รับสาร

3) *การเลือกและจัดลำดับของสาร (Treatment)* หมายถึง การตัดสินใจเลือกและจัดลำดับสารให้เหมาะสมและตอบสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

1.2.3 ช่องสาร (Channel) คือ สิ่งที่เป็นตัวกลางนำสารจากผู้ส่งสารมาถึงผู้รับสาร และสิ่งซึ่งเป็นพาหนะนำสารไปสู่ประสาทการรับรู้ทั้ง 5 ของมนุษย์คือการเห็นการได้ยินการได้กลิ่นการลิ้มรสการสัมผัส

1.2.4 ผู้รับสาร (Receiver) คือ จุดหมายปลายทางของสารซึ่งประกอบด้วยคุณสมบัติทั้ง 5 ประการเช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

กาญจนา แก้วเทพ (2552) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารว่ามีองค์ประกอบหลัก 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender)
2. เนื้อหา/สาร/ข้อมูล (Message)
3. สื่อ/ช่องทาง (Channel)
4. ผู้รับสาร (Receiver) และผลที่เกิดขึ้น (Effect)

เมื่อใดที่องค์ประกอบทั้ง 4 มารวมกัน เมื่อนั้นกระบวนการสื่อสารก็เกิดขึ้น จากภาพแบบจำลองข้างต้น สามารถขยายออกมาได้เป็น 2 แบบใหญ่ ดังภาพจำลองต่อไปนี้

1. การสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) เป็นการสื่อสารที่เดินทางจากผู้ส่งสาร (S) ไปยังผู้รับสาร (R) แล้วไม่มีปฏิริยาตอบกลับ
2. การสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) หลังจากผู้ส่งสาร (S) ส่งเนื้อหาสาร (M) ผ่านสื่อ (C) ไปยังฝ่ายผู้รับสาร (R) แล้ว ผู้รับสารจะมีปฏิริยาตอบกลับมา (feedback)

นอกจากนี้ยังได้ขยายความเรื่องที่ว่าเข้าใจคลาดเคลื่อนอยู่บ่อยๆ เกี่ยวกับองค์ประกอบแต่ละอย่างบางประการ ดังนี้

- คำว่า “สื่อ” ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบทั้งสี่นั้น มิได้หมายความถึงเฉพาะ “สื่อมวลชน” เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เท่านั้น แต่ยังมีมากมายหลายประเภท เช่น สื่อบุคคล หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้ทรงคุณวุฒิ / ปราชญ์ชาวบ้านที่มาช่วยในการเจรจาต่อรอง

- สื่อกิจกรรม หมายถึง กิจกรรมที่จัดเพื่อสนับสนุนการเจรจาต่อรอง เช่น กิจกรรมพัฒนาความรู้ การศึกษาดูงาน การอบรม การจัดเวทีชุมชน เป็นต้น

- สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณา นิทรรศการ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น

- สื่อมวลชน หมายถึง รายการวิทยุ โทรทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับการต่อรองด้าน ผลผลิต

- สื่อใหม่ หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ไลน์ หรืออื่นๆ ที่นำมาใช้สนับสนุน การต่อรอง

1. ความเป็นสื่ออยู่ที่ “สถานะ (Mode)” และ “หน้าที่” เพราะสื่อใดก็ตามไม่ได้มี ความเป็นสื่อติดตัวมาจะกลายเป็น “สื่อ” เมื่อได้ทำ “หน้าที่” เชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่นหญิงสาวมีผ้าเช็ดหน้าไว้ซับเหงื่อผ้าผืนนั้นยังไม่ใช่สื่อแต่เมื่อเธอต้องดาชายนุ่มแล้วทิ้ง ผ้าเช็ดหน้าตรงหน้าชายนุ่มและเขาหยิบมาคืนให้ในช่วงเวลาดังกล่าว “ผ้าเช็ดหน้าได้กลายเป็น (สถานะ) เป็นสื่อ” ไปเสียแล้วเพราะได้เชื่อมโยงคนทั้งสองเข้าด้วยกันทุกอย่างในโลกจึงเป็นสื่อได้ หากได้รับมอบหมายหน้าที่ให้

2. คำว่า “ช่องทาง (C)” มาหาคำความหมายภายหลังกลายเป็นคำว่า “สื่อ (Media)” อันที่จริงมีความหมายกว้างกว่านั้นเพราะช่องทางยังหมายถึงพื้นที่/ช่วงเวลา/วาระ/โอกาส เช่นในภาพยนตร์เรื่อง “แม่นากพระโขนง” การที่หมอผีนำสายสิญจน์มาวนรอบบริเวณทำพิธีการ กระทั่งกล่าวว่าเป็นการเปลี่ยน “พื้นที่” ในวงสายสิญจน์ให้กลายเป็น “ช่องทาง” เพื่อให้เกิดการ สื่อสารร่วมกันว่าเป็นพื้นที่ปลอดภัย

3. การสื่อสารเป็นทั้ง “ตัวบ่งชี้” และ “ตัวสร้าง/ทำลาย” ความสัมพันธ์โดยลักษณะ แรกทำหน้าที่เป็น “กระจก/สัญญาณ/ตัวบ่งชี้” ระดับของความสัมพันธ์เช่น “สองคนนี้หันหลังให้ กัน” สะท้อนความสัมพันธ์ที่สูญเสียอีกลักษณะคือการทำหน้าที่ “ตัวสร้าง/หรือตัวทำลาย” ความสัมพันธ์เช่น “หันมาจับเข่าคุยกัน” การสื่อสารทำหน้าที่ตัวสร้างขณะที่ “พูดไปสองไพเบี้ยนึ่ง เสียตำลึงทอง” การสื่อสารสามารถเป็นตัวบ่อนทำลายความสัมพันธ์

4. การสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทางพบว่า “การสื่อสารสองทาง” จะเป็นการสื่อสารที่ให้ผลดีกว่าการสื่อสารแบบทางเดียวเพราะคู่สื่อสารสามารถรับรู้ปฏิกิริยาของอีกฝ่าย

ได้ สามารถปรับปรุงการสื่อสารได้ทันที่ ดังนั้น ควรการใช้การสื่อสารแบบสองทางเพื่อการพัฒนาชุมชน/ท้องถิ่น ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

จากองค์ประกอบของการสื่อสาร ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดในเรื่องของปัจจัยที่จะก่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ความรู้ ทักษะคิด ระบบสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ระบบสังคม และ วัฒนธรรม เป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อผู้ส่งสาร จึงเห็นควรใช้เป็นปัจจัยประกอบการวิเคราะห์ ในกรอบความคิดเรื่องปัจจัยภายนอกกลุ่มที่ส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสาร ที่เดิมพิจารณาด้วยปัจจัยด้าน บริบทชุมชน การสนับสนุนจากคนภายนอกชุมชน และการสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้น กรอบแนวคิดเรื่องปัจจัยภายนอกกลุ่มที่ส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงพิจารณาจาก 1) บริบทชุมชน 2) ระบบสังคม 3) วัฒนธรรม 4) การสนับสนุนจากคนภายนอกชุมชน 5) การสนับสนุนจากภาครัฐ ว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อการพัฒนาการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรหรือไม่ อย่างไร

สิ่งที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารอีก 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ทักษะการสื่อสาร 2) ความรู้ 3) ทักษะคิด คือปัจจัยส่วนบุคคล ผู้วิจัยจึงใช้ 3 ปัจจัยดังกล่าว สำหรับประกอบการวิเคราะห์เรื่องปัจจัยภายในกลุ่ม (อันประกอบด้วย ผู้นำกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม) ว่าส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกร อย่างไร

1.3 ระดับของการสื่อสาร

1.3.1 การสื่อสารระหว่างบุคคล

1) ความหมาย

การสื่อสารระหว่างบุคคลคือกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอย่างน้อยสองคนหรือเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเล็กๆก็ได้ทั้งนี้ มีข้อแม้ว่าบุคคลในกลุ่มทุกคนสามารถร่วมมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยทั่วไปการสื่อสารระหว่างบุคคลมักเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าและเป็นไปในลักษณะการสื่อสารสองทาง (บุษบา สุธีธร, 2541, น. 217)

การสื่อสารระหว่างบุคคลคือการสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองคนหรือมากกว่าสองในระยะห่างทางกายภาพพอที่จะเลือกใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า (หูตาจมูกลิ้นผิวหนัง) และปฏิริยาตอบสนองแบบปัจจุบันทันที (พัชนี เจริญรยา, 2541, น. 61)

การสื่อสารระหว่างบุคคลหมายถึงกระบวนการสื่อสารซึ่งบุคคลที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันตั้งแต่สองคนขึ้นไปมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่องและสามารถแสดงและรับรู้ปฏิริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอิทธิพลให้

เกิดขึ้นระหว่างกันทั้งสองฝ่าย และเพื่อควบคุมความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกัน (สุรัตน์ ตรีสุกถ, 2550: 220)

สรุปได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารโดยตรงระหว่างคนสองขึ้นไปแบบเผชิญหน้า โดยทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง และมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นไปในลักษณะของการสื่อสารสองทาง

2) ลักษณะสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

บุษบา สุธีธร (2541) กล่าวถึงลักษณะสำคัญเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า

1. กระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งเพื่อการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจการแสดงความรู้สึกนึกคิดผู้รับสารจะเกิดการตีความและแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับอาจด้วยคำพูดหรือการแสดงเพียงท่าทางเช่นการพยักหน้า

2. สาร คือ เนื้อหาในการสื่อสารระหว่างบุคคลมีลักษณะสำคัญที่ควรให้ความสนใจดังนี้

2.1 ลักษณะสารในการสื่อสารสารทุกชนิดทั้งที่เป็นคำพูดและไม่ใช้คำพูดถือเป็นสารในการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้นแต่จะต้องมีการถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลที่เป็นคู่สื่อสารการคิดอยู่ในสมองโดยไม่มีการถ่ายทอดไปสู่ผู้อื่นไม่ถือเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล

2.2 ความแตกต่างของสารกับความหมายอาจมีความแตกต่างกันสาร (message) เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความหมาย (meaning) ที่อยู่ในสารนั้นแต่การตีความขึ้นอยู่กับผู้รับสารในการให้คุณค่าการรับรู้การมีประสบการณ์ร่วมกับผู้ส่งสาร

2.3 ประเภทของสารแบ่งได้เป็นสองประเภทคือสารที่เป็นการพูดคุยคำพูดที่ใช้สื่อสารกันทั่วไปในชีวิตประจำวันเรียกว่า “วจนสาร” และการสื่อสารกันโดยไม่ใช้คำพูดเช่นภาษาท่าทางภาษาเครื่องหมายภาษาวัตถุภาษาระยะทางเรียกว่า “อวจนสาร” การสื่อสารระหว่างบุคคลมักมีการสอดแทรกสารที่ไม่ใช้คำพูดไปกับสารที่เป็นคำพูดเพื่อขยายความให้ชัดเจนมีน้ำหนักมากขึ้น

3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกิจกรรมระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายเพื่อให้บรรลุผลอย่างใดอย่างหนึ่งโดยปกติคู่สื่อสารจะสามารถแสดงปฏิกิริยาป้อนกลับต่อกันได้ในระหว่างการสื่อสารซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

3.1 การสื่อสารซึ่งหน้า (face-to-face communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารเห็นหน้ากันและมีปฏิริยาป้อนกลับได้ทันที

3.2 การสื่อสารผ่านสื่อ (interpose communication) เป็นการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ การเขียนจดหมาย ผ่านคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เป็นต้น

สุรตน์ตรีศุกถ (2550) กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลว่าเป็นการสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นได้ในทุกสถานการณ์ มีลักษณะที่แตกต่างจากการสื่อสารประเภทอื่น สรุปได้ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลสองคนซึ่งมีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดอย่างไรก็ตามในทรศนะของนักวิชาการหลายท่านการสื่อสารระหว่างบุคคลอาจเกิดขึ้นได้กับบุคคลมากกว่า 2 คนแต่จำนวนต้องไม่มากจนทำให้ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกันขาดความต่อเนื่องและไม่สามารถแสดงหรือรับรู้ปฏิริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจน

2. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเน้นปฏิสัมพันธ์แบบเห็นหน้าเห็นตากันระหว่างคู่สื่อสารแต่ด้วยความเจริญด้านเทคโนโลยีนักวิชาการบางท่านจึงถือว่าการสื่อสารผ่านสื่อหรือเทคโนโลยีประเภทต่างๆเช่นโทรศัพท์หรืออินเทอร์เน็ตก็เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารระหว่างบุคคลด้วยเช่นกัน

3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการสื่อสารซึ่งคู่สื่อสารจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกันและต่อเนื่องกันไปตลอดกระบวนการพฤติกรรม การรับสารเกิดตลอดเวลาควบคู่ไปกับการส่งสารลักษณะของปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวจะส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสารและรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง

4. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งมีความเป็นส่วนตัว (personal) และมีลักษณะไม่เป็นทางการ (informal) สูงกว่าการสื่อสารประเภทอื่น

5. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นทันทีทันใดตามสถานการณ์และบริบทของการสื่อสาร โดยไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้าปฏิสัมพันธ์ของคู่สื่อสารจึงถูกกำหนดด้วยรูปแบบของพฤติกรรมของแต่ละฝ่าย

6. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่เอื้อให้เกิดปฏิริยาตอบกลับระหว่างกันในปริมาณสูงและรวดเร็วซึ่งเป็นผลมาจากการสื่อสารที่เห็นหน้าเห็นตากัน

7. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่ไม่ได้ยึดถือรูปแบบหรือไวยากรณ์ภาษาที่เคร่งครัดชัดเจนเหมือนการสื่อสารประเภทอื่นเนื่องจากคู่สื่อสารมักมีความเป็นส่วนตัวสูงกว่าการสื่อสารประเภทอื่น โดยเฉพาะคู่สื่อสารที่สนิทสนมกันยิ่งไม่ต้องระมัดระวังเรื่องภาษาอย่างเคร่งครัด

3) วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคล

บุษบา สุธีธร (2541) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคลไว้ 4 ประการคือ

1. เพื่อค้นพบตัวเอง (personal discovery) เพราะการสื่อสารระหว่างบุคคลได้เปิดโอกาสให้ได้พูดคุยในสิ่งที่ชอบแสดงความคิดเห็นในสิ่งที่ตนคิดสิ่งที่รู้สึกและได้แสดงความเป็นตัวของตัวเองการสื่อสารแบบเผชิญหน้าช่วยให้ได้รู้ว่าคุณคิดของตนแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไรรู้จักปรับข้อบกพร่องของตนและปรับตัวเข้ากับสังคม

2. เพื่อค้นพบโลกภายนอก (discovery of the external world) เพราะการสื่อสารระหว่างบุคคลทำให้เข้าใจตนเองเข้าใจผู้อื่นเข้าใจสถานการณ์ต่างๆรอบตัวมีการถ่ายทอดข่าวสารความเชื่อทัศนคติระหว่างกันทำให้เป็นการขยายการรับรู้การเรียนรู้ให้กับผู้รับสาร

3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมายให้เกิดขึ้น (establishing meaningful relationship) เพราะมนุษย์มีความต้องการรักผู้อื่นและได้รับความรักจากผู้อื่นด้วยการสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประสานสัมพันธ์สร้างความสนิทสนมสร้างความเข้าใจกันและกันสร้างความไว้วางใจความเชื่อถือต่อกันซึ่งล้วนเป็นความสัมพันธ์ที่มีความหมายต่อมนุษย์ทั้งสิ้น

4. เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร (changing attitudes and behaviors) เพราะการสื่อสารระหว่างบุคคลมีการใช้สารทั้งที่เป็นคำพูดและไม่ใช้คำพูดประกอบกับการเผชิญหน้ากันจึงทำให้สามารถโน้มน้าวใจได้ดีสามารถช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารได้ง่ายกว่าการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน

สุรัตน์ ตรีสุกุล (2550) กล่าวถึงความสำคัญและวัตถุประสงค์อันหลากหลายในการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลดังนี้

1. เป็นเครื่องมือสำคัญในการตอบสนองความต้องการของตนเองและบุคคลอื่นซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประการคือความต้องการทางกายเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่สำหรับดำรงชีพความต้องการทางสังคมในฐานะที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคมการใช้สื่อสารเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ความต้องการทางด้านจิตวิทยาใช้สื่อสารเพื่อสร้างความรู้สึกรับรู้ความมั่นใจความสบายใจ ฯลฯ

2. ช่วยให้มีมนุษย์พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและพัฒนาตนเอง การสื่อสารกับผู้อื่นช่วยให้เกิดการพัฒนาแนวคิด และทำให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. เป็นเครื่องมือสำคัญในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ด้วย และข้อมูลต่างๆ ในสังคมแวดล้อม ทำให้สามารถอธิบายและคาดเดาพฤติกรรมของคู่สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างกัน
5. มีส่วนสำคัญในการสร้างและธำรงรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน เพราะคู่สื่อสารจะเรียนรู้และสนองความต้องการของกันและกัน ความเข้าใจที่ถูกต้อง
6. มีส่วนสำคัญในการบ่งบอกและสร้างรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคู่สื่อสาร ประโยคเดียวกัน คู่สื่อสารอาจแปลความหมายต่างกัน ขึ้นอยู่กับรูปแบบความสัมพันธ์บริบทของความสัมพันธ์ ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสถานการณ์

1.3.2 การสื่อสารกลุ่มเล็ก

1) ความหมาย

การสื่อสารกลุ่มเล็กหมายถึงการที่บุคคลจำนวนหนึ่งสื่อสารกันแบบเผชิญหน้าในช่วงเวลาหนึ่งโดยมีจำนวนมากพอที่บุคคลหนึ่งสามารถสื่อสารกับทุกคนในกลุ่มโดยตรง การสื่อสารในกลุ่มเล็กมีกระบวนการกลุ่มสมาชิกมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยเป็นกระบวนการที่เกิดภายในกลุ่มเท่านั้นกลุ่มมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกันสมาชิกกลุ่มเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและมีอิทธิพลต่อกัน (จันทนา ทองประยูร, 2553, น. 9)

2) ประเภทของการสื่อสารกลุ่มเล็ก

บรู๊คส์ (Brooks, 1978 อ้างถึงใน จันทนา ทองประยูร, 2553) ได้แยกประเภทของการสื่อสารกลุ่มเล็กไว้ 5 ประเภทตามเป้าหมายของกลุ่มคือ

1. กลุ่มปฐมภูมิ (primary group) เป็นกลุ่มพื้นฐานที่ดำรงอยู่อย่างยาวนานประกอบด้วยสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อนสนิท
2. กลุ่มสังคมหรือกลุ่มไม่เป็นทางการ (social or casual group) เกิดจากเป้าหมายประสงค์ความต้องการทางสังคมมากกว่าเป้าหมายงานสมาชิกแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสนทนาโดยไม่มีวาระแน่นอนในการพูดคุย
3. กลุ่มการศึกษา (educational group) เป็นกลุ่มที่รวมตัวเพื่อสอนหรือเรียนรู้เพื่อเพิ่มความรู้และทักษะโดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในโรงเรียน
4. กลุ่มบำบัด (encounter or therapeutic group) เป้าประสงค์ของกลุ่มคือช่วยสมาชิกระบุและจัดการปัญหา ช่วยหาแนวทางแก้ไขปัญหาและสิ่งใหม่ๆ เพื่อส่งเสริมความช่วยเหลือเกื้อกัน

5. กลุ่มแก้ไขปัญหาหรือกลุ่มงาน (problem-solving or task group) เป็นกลุ่มที่ได้รับมอบหมายชิ้นงาน เช่น หาข้อมูล หาแนวทางแก้ปัญหา กลุ่มนี้สนใจเป้าประสงค์งานและการบรรลุวัตถุประสงค์ของงาน

จันทนา ทองประยูร (2553) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารกลุ่มเล็กไว้ดังนี้

1. การสื่อสารต้องมีการสื่อสารกันระหว่างสมาชิกด้วยปฏิสัมพันธ์ที่มีเป้าประสงค์แตกต่างกันไปไม่ใช่แบบบังเอิญใช้การสื่อสารทั้งแบบวัจนะและแบบอวัจนะเพื่อให้กลุ่มบรรลุเป้าประสงค์

2. พื้นที่ต้องอยู่ในพื้นที่ที่มีปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดกันสื่อสารกันแบบเห็นหน้า แต่เทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้คุณลักษณะการสื่อสารแบบเห็นหน้าไม่จำเป็นต้องอยู่ใกล้กัน

3. ระยะเวลาคนจำนวนหนึ่งมารวมกันยังไม่นับเป็นกลุ่มจนกว่าจะมีการสื่อสารระหว่างกันในช่วงระยะเวลาหนึ่งการรวมตัวกันของคนที่มีปฏิสัมพันธ์ชั่วขณะก็ไม่จัดเป็นกลุ่ม

4. ขนาดของกลุ่มมีขนาดพอเหมาะจำนวนบุคคลอย่างน้อย 3 คนจำนวนที่ใหญ่ที่สุดของกลุ่มไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะของกลุ่มความเข้มแข็งของกลุ่มผู้นำกลุ่มและบุคลิกสมาชิกของกลุ่มในการรู้จักและมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน

5. ปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันกลุ่มขนาดเล็กจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกกลุ่มมีฉะนั้นจะกลายเป็นกลุ่มใหญ่การรวมตัวของคนจะไม่ใช้กลุ่มจนกว่าจะมีปฏิสัมพันธ์กัน

6. บรรทัดฐานกลุ่มทุกกลุ่มมีการสร้างบรรทัดฐานเป็นกฎระเบียบของกลุ่มว่าพฤติกรรมใดได้รับการยอมรับพฤติกรรมใดถูกห้ามบรรทัดฐานอาจเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ

7. บทบาทสมาชิกจะต้องแสดงบทบาทของตนเองในกลุ่มซึ่งจะแตกต่างกันในกลุ่มแต่ละประเภททุกคนต้องปรับพฤติกรรมให้เข้ากับกลุ่ม

8. ความเป็นผู้นำหมายถึงพฤติกรรมที่มีอำนาจอิทธิพลต่อกลุ่มผู้นำกลุ่มอาจได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการให้ทำหน้าที่หรืออาจมีบุคคลในกลุ่มปฏิบัติหน้าที่นำกลุ่มโดยไม่ได้รับมอบหมายอย่างเป็นทางการ

9. คุณลักษณะร่วม เป็นสิ่งที่จะช่วยแยกกลุ่มเล็กออกจากกลุ่มที่มารวมกัน คุณลักษณะร่วม อาจได้แก่ ความเชื่อทางศาสนา เป้าประสงค์ร่วมกันเพื่อทำงาน เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ถิ่นที่อยู่ ชั้นทางสังคม วิถีชีวิต การศึกษา

10. เป้าประสงค์ร่วมช่วยเชื่อมกลุ่มเข้าด้วยกันเป็นฐานความผูกพันกลุ่มที่รวมตัวโดยไม่มีเป้าประสงค์ชัดเจนจะสลายง่ายบุคคลเลือกเข้าร่วมกลุ่มอาจด้วยเป้าประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับงานเป้าประสงค์ทางสังคมเป้าประสงค์ของกลุ่ม

11. ความรู้สึกเป็นเจ้าของและความผูกพันคุณลักษณะสำคัญของกลุ่มคือความผูกพันเป็นระดับความสนใจซึ่งกันและกันของสมาชิกความผูกพันเป็นจากการที่สมาชิกรับรู้เป้าประสงค์ของพวกเขารวมได้ภายในกลุ่มด้วยการพึ่งพากัน

12. บริบทการสื่อสารมีความสำคัญมากเช่นสถานการณ์ในการทำงานขนาดกลุ่มเป้าประสงค์แรงกดดันจากภายนอกและภายในเป็นต้น

1.3.3 สื่อบุคคล

1) ความหมาย

กาญจนา แก้วเทพและคณะ (2551) กล่าวถึงสื่อบุคคลว่าเป็นผู้ที่ทำหน้าที่นำเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารหรือทำหน้าที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารโดยที่ “สื่อบุคคล” ถูกให้ความหมายที่เฉพาะเจาะจงและเน้นหนักไปที่แง่มุมของ “ความเป็นสื่อ” อันได้แก่ “ตัว C-Channel” ในแบบจำลอง S-M-C-R

“สื่อบุคคล” จึงถูกถือว่าเป็น “สื่อประเภทหนึ่ง” ที่ทำหน้าที่เสมือนสื่อประเภทอื่นๆ (ไม่ว่าจะเป็นจดหมายโทรศัพทที่มีสื่อวิทยุฯลฯ) คือทำหน้าที่ต่างๆตามที่ “สื่อถูกมอบหมายมาให้” เพียงแต่สื่อประเภทนี้ “เป็นมนุษย์” เท่านั้นเอง

อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2549) กล่าวถึงสื่อบุคคลว่าสามารถมีความหมายเพิ่มเติมได้มากกว่าการเป็นเพียง “สื่อ” แต่สามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสาร S (Sender) เป็นตัวเนื้อหาสาร M (Message) เป็นสื่อบุคคล C (Channel) และเป็นผู้รับสาร R (Receiver)

2) คุณสมบัติของสื่อบุคคล

กาญจนา แก้วเทพ (2551) กล่าวถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวของ “สื่อบุคคล” ที่แตกต่างจากสื่อทั่วไปว่ามีลักษณะที่โดดเด่นดังนี้

1. สื่อบุคคลมีลักษณะยืดหยุ่นสร้างสรรค์ปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ได้สูงมาก (Flexibility)
2. สื่อบุคคลมีลักษณะที่เหมาะสมจะนำมาใช้ในการพัฒนาตามแบบกระบวนทัศน์ทางเลือก (Alternative Paradigm)
3. สื่อบุคคลมีศักยภาพที่จะพัฒนาได้อย่างไม่รู้จบ
4. สื่อบุคคลทำงานได้ในทุกระดับของการสื่อสารคือ

- ระดับการสื่อสารภายในตนเอง (Intrapersonal communication)
- ระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)
- ระดับการสื่อสารในกลุ่ม (Group communication)
- ระดับการสื่อสารในองค์กร/เครือข่าย (Organization communication)
- ระดับการสื่อสารสาธารณะ (Public communication)
- ระดับการสื่อสารมวลชน (Mass communication)

5. สื่อบุคคลมีเจตนา / มีแรงจูงใจ (Motive / Motivation)

แรงจูงใจของสื่อบุคคลจะส่งผลต่อการสื่อสารใน 2 ลักษณะคือ

1) หากผู้ส่งสารมีความเชื่อหรือความเข้าใจเนื้อหาสารอย่างชัดเจนมีแนวโน้มว่าจะสามารถสื่อสารได้ตามที่ต้องการ 2) หากผู้ส่งสารสามารถแสดงเจตนาที่แท้จริงของตนให้ผู้รับสารเข้าใจก็จะมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

6. สื่อบุคคลมีทั้ง “ชีวิตส่วนตัว” และ “ชีวิตการทำงาน”

“ชีวิตการทำงาน” และ “ชีวิตส่วนตัว” ซึ่งประกอบตัวเองและครอบครัว

พร้อมจะเป็นปัจจัยที่หนุนเสริมหรืออาจเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคก็ได้

7. สื่อบุคคลมีหลากหลายโฉมหน้า

- ในมิติด้านการสื่อสาร สื่อบุคคลสามารถพลิกไปมาระหว่างการเป็นผู้ส่งสารเนื้อหาสารสื่อบุคคลและผู้รับสาร

- ในมิติทางสังคมสื่อบุคคลจะผนวกเอาคุณลักษณะทางสังคมติดตัวมาด้วยเสมอเช่นตำแหน่งในชุมชนซึ่งส่งผลให้เกิดความแตกต่างจากบุคคลอื่น

- ในมิติทางประวัติศาสตร์คือภูมิหลังความเป็นมาของบุคคลนั้นที่สะสมสะท้อนถึงประสบการณ์และต้นทุนความรู้ต้นทุนชีวิตต้นทุนทรัพย์สินฯลฯ

8. สื่อบุคคลมีสายใยเชื่อมร้อยอยู่กับชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดผลดีตามมาหลายประการ อาทิ

- ความใกล้ชิดกับชุมชนทำให้รับรู้ปัญหาและความต้องการได้ชัดเจน

- ความคุ้นเคยทำให้มีรสนิยมเดียวกับชุมชนเมื่อออกแบบกิจกรรมจึงง่ายที่ชุมชนจะเข้าร่วม

- ความน่าไว้วางใจเนื่องจากมีความผูกพันและเป็นที่รู้จักของชุมชน

- มีผลประโยชน์ร่วมกับชุมชน

จากแนวคิดเกี่ยวกับระดับของการสื่อสารและสื่อบุคคลสรุปได้ว่าสื่อบุคคลนั้นมีบทบาทที่สำคัญในระดับการสื่อสารระหว่างบุคคลและระดับกลุ่มจากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้

ใช้เป็นกรอบความคิดเพื่อประกอบการวิเคราะห์ความสามารถทางการสื่อสารในเรื่องทักษะการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารของแกนนำสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด อ.เมือง จ.ลำพูน

1.4 แนวคิดเรื่องผู้นำ

1.4.1 ความหมาย

ขงยุทธ เกษสาคร (2542, น. 68) ให้ความหมายของผู้นำว่า “คือผู้ที่มีบุคลิกลักษณะคุณสมบัติเด่นกว่าผู้อื่นในกลุ่มและมีอิทธิพลมากกว่าบุคคลอื่นๆ ในหน่วยงานทั้งสามารถสร้างความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เกิดขึ้นกับหน่วยงานนั้นๆ ได้ดังนั้นผู้นำจึงหมายถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งรับบทบาทเป็นผู้บริหารประสานประโยชน์ในกลุ่มเสมือนเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มซึ่งมีอิทธิพลและอำนาจสามารถบังคับบัญชาบุคคลในกลุ่มให้ปฏิบัติตามจนบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้”

พรนพ พุกกะพันธ์ (2544, น. 1) ให้ความหมายของผู้นำว่า “คือบุคคลที่จะมาประสานช่วยให้คนทั้งหลายรวมกัน โดยที่ว่าจะเป็นการอยู่ร่วมกันก็ตามหรือทำร่วมกันก็ตามให้พากันไปด้วยดีสู่จุดหมายที่พึงามที่ว่าพากันไปก็ให้พากันไปด้วยดีหมายความว่าไปโดยสวัสดิภาพผ่านพ้นภัยอันตรายอย่างเรียบร้อยและเป็นสุขแล้วก็บรรลุถึงจุดหมายที่พึงาม โดยถูกต้องตามธรรมเนียมความว่าเป็นความจริงความแท้ความถูกต้องและได้มาโดยธรรม”

สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์ (2550, น.14) ให้ความหมายของผู้นำว่า “คือบุคคลที่ได้รับมอบหมายซึ่งอาจโดยการเลือกตั้งหรือแต่งตั้งและเป็นที่ยอมรับของสมาชิกให้มีอิทธิพลและบทบาทเหนือกลุ่มสามารถที่จะจูงใจชักนำหรือชี้นำให้สมาชิกของกลุ่มรวมพลังเพื่อปฏิบัติการกิจต่างๆของกลุ่มให้สำเร็จ”

1.4.2 คุณสมบัติของผู้นำ

ความเป็นผู้นำนั้นมีผลกระทบต่อบุคคลกลุ่มและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ดังนั้นคุณสมบัติของผู้นำส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้นำที่สร้างผลกระทบไปสู่กลุ่มและสมาชิก ขงยุทธ เกษสาคร (2542) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้นำว่ามีลักษณะสำคัญดังนี้ 1) เป็นผู้ที่มุ่งหาวิธีนำผู้ร่วมงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงานตามที่กำหนดไว้ 2) มีการแสดงออกในรูปแบบพฤติกรรมด้านต่างๆ ที่ก่อให้เกิดผลในแง่ของพลังอำนาจและอิทธิพลต่อผู้ร่วมงานเช่นความสามารถในการตัดสินใจ กล้าคิด กล้าทำ มีความรับผิดชอบ การมีวิสัยทัศน์กว้างไกล 3) ผู้นำต้องสามารถแสดงบทบาทศักยภาพและควมมีอิทธิพลเหนือกลุ่มบุคคลอื่นได้ในทุกสถานการณ์ 4) ผู้นำเป็นสิ่งที่สามารถฝึกฝนอบรมพัฒนาให้เกิดขึ้นได้จากประสบการณ์การเรียนรู้ 5) ผู้นำที่ดีต้องสามารถสร้างความจงรักภักดีให้เกิดในจิตสำนึกของบุคลากรต่อหน่วยงานและสามารถสร้างทีมได้อย่างมั่นคง

พรนพ พุกกะพันธุ์ (2544) กล่าวถึงลักษณะของผู้นำที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จว่าต้องมีคุณสมบัติดังนี้ 1) มีความฉลาด (Intelligence) ต้องมีความรู้สติปัญญา ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหาเข้าใจความรู้ลึกและพฤติกรรมของคนอื่น 2) มีวุฒิภาวะทางสังคมและใจกว้าง (Social Maturity & Breadth) มีความสนใจสิ่งต่างๆรอบตัวมีวุฒิภาวะทางอารมณ์อดทนต่อความคับข้องใจต่างๆเชื่อมั่นและนับถือตัวเอง 3) มีแรงจูงใจภายใน (Inner Motivation & Achievement Drive) มีแรงขับที่จะทำอะไรให้ดีเด่นและสำเร็จอยู่เรื่อยๆมีความรับผิดชอบสูง 4) มีเจตคติเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations Attitudes) ยอมรับว่าความสำเร็จนั้นมีผู้อื่นช่วยทำ มีการพัฒนาความเข้าใจและทักษะด้านสังคมที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น

John H. Zenger และ Joseph Folkman (2549) กล่าวถึงการเป็นผู้นำที่ดีต้องมีจุดแข็ง 5 ประการดังนี้ 1) ลักษณะนิสัย 2) ความสามารถส่วนบุคคล 3) การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ 4) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ 5) การนำการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กรโดยในแต่ละคุณสมบัติมีรายละเอียดดังนี้

1. ลักษณะนิสัยผู้นำที่ดีจะต้องมีอุปนิสัยต่อไปนี้

- 1.1 เป็นคนรักษาคำพูดยึดมั่นในสัญญาที่ได้ให้ไว้กับผู้อื่น
- 1.2 เป็นคนปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างให้เกียรติโดยไม่เลือกชั้นมีความอ่อนน้อมถ่อมตน
- 1.3 เป็นคนที่เรียนรู้อย่างต่อเนื่องชอบทดลองสิ่งใหม่ๆและปรับตัวไป

กับความเปลี่ยนแปลง

2. ความสามารถส่วนบุคคล เป็นทักษะของบุคคลที่สามารถพัฒนาตนเอง

และผู้อื่น

- 2.1 เป็นคนที่สามารถเรียนรู้ มีความรู้ มีทักษะในงานที่ทำ มีความเชี่ยวชาญ
- 2.2 เป็นคนที่มีทักษะในการวิเคราะห์ปัญหา การแก้ปัญหา
- 2.3 เป็นคนที่สามารถเป็นที่เลื่อมใส คือพัฒนาคนอื่นต่อไปได้
- 2.4 เป็นคนที่มีทักษะในด้านการสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.5 เป็นคนที่มีความพร้อมในการริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ไม่ยึดติดอยู่กับสิ่งเก่า

3. การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ ผู้นำที่ดีสามารถเปลี่ยนความคิดที่เป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรมได้ และผลักดันให้เกิดพลัง เกิดความกระตือรือร้น ให้กิจกรรมดำเนินต่อไปได้

- 3.1 เป็นคนที่รู้ว่าหน่วยงานมีความคาดหวังอะไร

3.2 เป็นคนที่มุ่งผลประโยชน์ในระยะยาว โดยทนต่อความเขี้ยวอนของผล ประโยชน์ในระยะสั้นที่จะส่งผลให้สูญเสียประโยชน์ในระยะยาว

3.3 เป็นคนที่ลงมือทำอย่างรวดเร็ว จริงจัง เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

4. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์เป็นทักษะสำคัญที่จะช่วยให้ทักษะด้านอื่นๆ ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น

4.1 เป็นผู้ที่สื่อสารอย่างมีพลังและกระจายไปได้อย่างทั่วถึงเพื่อให้คนอื่นในกลุ่มทราบทิศทางและเข้าใจวัตถุประสงค์

4.2 เป็นผู้ที่กระตุ้นผู้อื่นให้มีผลงานยอดเยี่ยมมุ่งใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามเป้าหมายที่วางไว้

4.3 เป็นผู้ที่สามารถสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจให้กับกลุ่มโดยใส่ใจในความรู้สึกของคนมากพอๆกับการแก้ปัญหาในเรื่องงาน

4.4 เป็นผู้ที่ส่งเสริมพัฒนาผู้อื่นเพื่อให้เกิดทักษะที่ดีขึ้น

4.5 เป็นผู้ที่ให้ความร่วมมือเพื่อพัฒนาทีมงานให้แข็งแกร่งโดยไม่แยกตัวออกจากสมาชิกคนอื่นๆกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือร่วมใจในกลุ่ม

5. การนำการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กร โดยการสร้างวิสัยทัศน์และวัฒนธรรมองค์กรใหม่ๆให้เกิดขึ้น

5.1 เป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล

5.2 เป็นผู้ที่สามารถเปลี่ยนวิสัยทัศน์เป็นวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

5.3 เป็นผู้ที่สามารถสร้างสมดุลได้ระหว่างความต้องการที่จะนำและ ความต้องการให้ผู้อื่นมีส่วนร่วม

จากแนวคิดเรื่องผู้นำ สรุปได้ว่าคุณลักษณะเด่นที่ผู้นำควรมีคือ 1) ลักษณะนิสัย ที่ชอบเรียนรู้ และรู้จักปรับตัว 2) ความสามารถส่วนบุคคล ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการพัฒนาตนเอง 3) มุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ มีความกระตือรือร้นที่จะผลักดันให้งานบรรลุเป้าหมาย 4) มีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ สามารถประสานงานได้อย่างราบรื่น 5) นำการเปลี่ยนแปลง ให้เกิดขึ้นในองค์กร

เมื่อพิจารณาจากกรอบความคิดเรื่องปัจจัยภายในกลุ่มที่ส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสารของประชาชนชาวบ้าน ซึ่งมีการพิจารณาจากคุณสมบัติที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร คือ ทักษะการสื่อสาร ความรู้ และทัศนคติ ทั้งของผู้นำกลุ่ม และสมาชิก ผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรนำเอาคุณลักษณะของผู้นำ อันประกอบด้วย 1) ลักษณะนิสัย 2) ความสามารถส่วนบุคคล

บุคคล 3) การมุ่งเน้นที่ผลลัพธ์ 4) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ 5) เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มาร่วมเป็น
 กรอบในการวิเคราะห์ตัวผู้นำกลุ่มด้วย

2. การสื่อสารการเกษตรในไทย

การติดต่อสื่อสารทางการเกษตรในรูปแบบต่างๆ ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุค
 สมัยโลกาภิวัตน์โดยมีการนำเสนอข่าวสารตามช่องทางต่อไปนี้(กาญจนา แก้วเทพ 2549 การเลี้ยว
 โค้งของการสื่อสารการเกษตรในไทย ภาพรวมจากงานวิจัย 2544-2547 สำนักงานกองทุนสนับสนุน
 การวิจัย)

1. การจัดรายการวิทยุแจ้งข่าวสารทางด้านการเกษตร – ราคาพืชผลที่สำคัญ เช่น ข้าว
 ยางพารา – การเตือนภัยล่วงหน้าให้ระวังเรื่องภัยธรรมชาติ – การให้ความรู้เทคโนโลยีใหม่ – การ
 วิจารณ์ในเรื่องต่างๆ

2. การจัดรายการโทรทัศน์ – สัมภาษณ์ผู้ประสบผลสำเร็จในการทำการเกษตร -
 เผยแพร่เทคนิคต่างๆ ที่ใช้ทางด้านการเกษตร – การวิจารณ์ในเรื่องต่างๆ

3. หนังสือพิมพ์, วารสาร - บทความเกี่ยวข้องกับทางด้านพืช สัตว์ประมง - แจ้งราคา
 พืชผล

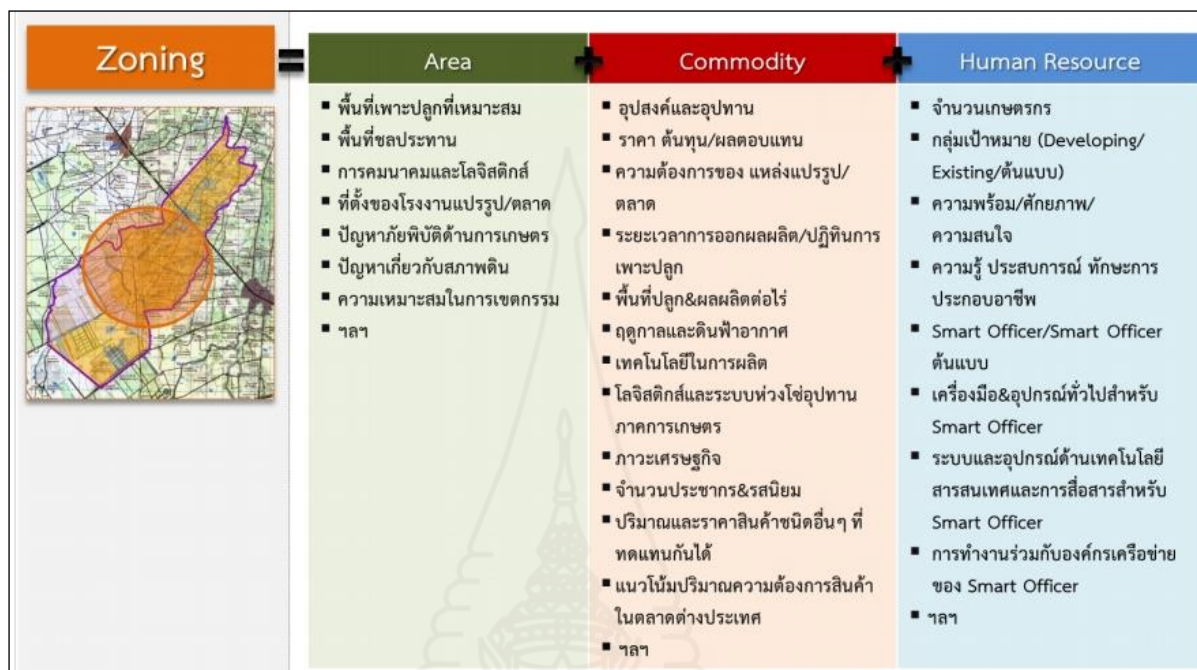
4. นิทรรศการ ป้ายโฆษณาแผ่นพับ

5. เว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางด้านการเกษตร

ส่วนทางภาครัฐคือกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้นำเอาระบบบริหารจัดการข้อมูล
 ข่าวสารการผลิตสินค้าเกษตร ตามคู่มือการบริหารจัดการการผลิตสินค้าเกษตรตามแนวทางการ
 บริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (2557) การบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (Zoning) เป็นหัวใจ
 สำคัญของการจัดการผลผลิตทางการเกษตรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดซึ่งเป็นเรื่อง
 สำคัญอย่างยิ่งในการดูแลเกษตรกรของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์โดยต้องยึดหลักการของพื้นที่ที่
 เกษตรกรใช้เป็นฐานการผลิตว่าสภาพดินหน้าฝนอากาศแสงแดดลมฯลฯเป็นอย่างไรพืชปลูกสัตว์
 ประมงที่เกษตรกรจะปลูกจะเลี้ยงต้องการอาหารอุณหภูมิแสงอย่างไรตลอดฤดูกาลผลิตหรือตลอดปี
 มีสภาพฝนตกน้ำท่วมแล้งอย่างละกี่วันแล้วนำมาจับคู่ให้เหมาะสมกันที่สุดหรืออาจใช้เกณฑ์ของ
 Soil Suitability และ Crop Requirement มาจับคู่กันทั้งนี้ต้องมีการตลาดรองรับอย่างแน่นอนด้วย
 เพื่อให้ต้นทุนของเกษตรกรต่ำสุดประสิทธิภาพการผลิตสูงสุดเมื่อผลิตแล้วต้องขายได้ในราคาที่
 เกษตรกรอยู่ได้อย่างมีความสุขไม่ทำลายธรรมชาติและภูมิสังคมซึ่งถือว่านักเกษตรทุกคนต้องรู้ต้อง
 เข้าใจพื้นที่ของตัวเองจึงจะดูแลและส่งเสริมเกษตรกรแต่ละรายได้อย่างเห็นผลกระทรวงเกษตรและ

สหกรณ์กำหนดนโยบายเฉพาะที่มีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนาให้ “เกษตรกรไทยเป็น Smart Farmer โดยมี Smart Officer เป็นเพื่อนคู่คิด” โดยกำหนดแนวทางหนึ่งในการพัฒนาคือ กำหนดให้ทุกจังหวัดโดยเกษตรและสหกรณ์จังหวัดทาแผนการพัฒนาการเกษตรระดับจังหวัดโดยมีข้อมูล Zoning สินค้าเกษตรทุกชนิดในจังหวัดมีทะเบียนเกษตรกรที่ตั้งฟาร์มแหล่งรวบรวมผลผลิตและกระจายสินค้าการตลาดภายในภายนอกจังหวัดแหล่งแปรรูปต้นทุนราคาการตลาดสภาพดินแหล่งน้ำฤดูกาลฯเพื่อวางแผน Zoning สินค้าเกษตรต่อไปและแนวทางการดำเนินงานอื่นๆที่ต้องดำเนินการร่วมกันอย่างบูรณาการโดยมีกรอบแนวคิดสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา คือ Zoning = Area + Commodity + Human Resource กล่าวคือ การบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (Zoning) เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินของประเทศให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงสุด ต้องอาศัยปัจจัยหลักทั้ง 3 ด้าน ทั้งด้านพื้นที่และทรัพยากร (Area & Resource) ด้านสินค้า (Commodity) และด้านคน (Human Resource: Smart Farmer & Smart Officer) ร่วมกันขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จพร้อมจัดทำแผนที่ประกอบจำนวน 20 ชนิดสินค้า ได้แก่ พืช 13 ชนิด (ข้าว มันสำปะหลัง ยางพาราปาล์มน้ำมัน อ้อยโรงงาน ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์สับปะรดโรงงาน ลำไย เงาะ ทุเรียน มังคุด มะพร้าว และกาแฟ) ปศุสัตว์ 5 ชนิด (โคเนื้อ โคนม สุกร ไก่เนื้อ และไก่ไข่) และประมง 2 ชนิด (กุ้งทะเล และสัตว์น้ำจืด) และได้ขอความร่วมมือให้ทุกจังหวัดตรวจสอบยืนยันข้อมูลการจัดพื้นที่ตามประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์และจัดทำแผนซึ่งรวมถึงการบริหารจัดการสินค้าเกษตรที่สำคัญในแต่ละจังหวัดกรอบแนวคิด zoning = area + commodity + human resource กรอบแนวคิด Zoning = Area + Commodity + Human Resource มีสาระสำคัญ คือ การขับเคลื่อนนโยบายการบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (Zoning) ในพื้นที่หนึ่งให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยความพร้อมของปัจจัยหลัก 3 ด้านในการขับเคลื่อน ประกอบด้วย การบริหารจัดการพื้นที่และทรัพยากรที่เหมาะสม ผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาด รวมทั้งการมีบุคลากรด้านการเกษตรทั้งเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ที่จะทำหน้าที่บริหารจัดการการผลิตทางการเกษตรตลอดห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตาม พบว่าข้อมูลข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 3 ด้านที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่างๆ นั้น มีความแตกต่างกันโดยในบางพื้นที่มีความพร้อมสำหรับการพัฒนา เช่น พื้นที่ที่มีความเหมาะสมและโครงสร้างพื้นฐานเอื้ออำนวยสินค้าหลักในพื้นที่มีราคาดีมีตลาดรองรับ มีบุคลากรทั้ง Smart Farmer และ Smart Officer ที่มีความพร้อมในการบริหารจัดการการผลิตทางการเกษตรตลอดห่วงโซ่คุณค่าของสินค้าเกษตรต่างๆ ในพื้นที่นั้น เป็นต้น แต่ในบางพื้นที่อยู่ในเขตยังขาดความพร้อมในบางเรื่อง หรือมีปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไขก่อน การพัฒนาในแต่ละพื้นที่จึงไม่สามารถใช้รูปแบบ วิธีการเหมือนกันได้ หน่วยงานในพื้นที่และคณะกรรมการระดับจังหวัดจะต้องกำหนดมาตรการ โครงการและกิจกรรมในการพัฒนาที่

เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย พื้นที่และสินค้าโดยคำนึงถึงข้อมูลข้อเท็จจริงจากปัจจัย ทั้ง 3 ด้านที่ดำเนินการสำรวจ รวบรวม ตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาแล้วเป็นสำคัญ



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิด Zoning

การให้ได้ว่ามาของข้อมูลที่สำคัญดังกล่าว กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ขอความร่วมมือให้หน่วยงานในและนอกสังกัดกระทรวง โดยเฉพาะหน่วยงานในระดับจังหวัดดำเนินการสำรวจ รวบรวม ตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากในพื้นที่มาเป็นระยะ ซึ่งการบริหารจัดการข้อมูลดังกล่าวมีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนนโยบาย Zoning เป็นอย่างมาก ซึ่งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ จะเป็นต้นปัจจัยในการพิจารณากำหนดมาตรการ โครงการ กิจกรรม เพื่อพัฒนาการเกษตรให้ตรงตามศักยภาพและเหมาะสมกับพื้นที่ให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาตามกรอบแนวคิด Zoning = Area + Commodity + Human Resource ซึ่งต้องมีการบูรณาการนโยบายต่างๆ เข้าด้วยกัน โดยเฉพาะการพิจารณาความเชื่อมโยงของกรณี que พบจากข้อมูล/ข้อเท็จจริงในพื้นที่และข้อมูลจากส่วนกลาง ทั้งด้านพื้นที่และทรัพยากร (Area & Resource) ด้านสินค้า (Commodity) และด้านทรัพยากรบุคคลากร (Human Resource: Smart Farmer & Smart Officer) โดยจับคู่กรณีต่างๆ แล้วกำหนด โครงการ/กิจกรรม แนวทางการตอบสนองต่อกรณีรวมทั้งช่วงเวลาในการดำเนินการที่เหมาะสม เป็นต้นการบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม (Zoning) เป็นการใช้ประโยชน์ที่ดินของประเทศให้เกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพสูงสุด ต้องอาศัยปัจจัยหลักทั้ง 3 ด้าน ทั้งด้านพื้นที่และทรัพยากร (Area & Resource) ด้านสินค้า (Commodity) และด้านคน

(Human Resource: Smart Farmer & Smart คู่มือการบริหารจัดการการผลิตสินค้าเกษตรตามแนวทางการบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม | Zoning 14 Officer) ร่วมกันขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จ โดยดำเนินการขับเคลื่อนและบูรณาการนโยบายต่างๆ ประกอบด้วย โครงการ One ID Card for Smart Farmer เพื่อตรวจสอบสิทธิของเกษตรกรและบริการ e-services ด้านต่างๆ ของกระทรวง การสำรวจ คัดกรองเกษตรกรและแบ่งเกษตรกรออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย Smart Farmer ต้นแบบ Existing Smart Farmer และ Developing Smart Farmer ว่าในพื้นที่มีแต่ละกลุ่มเท่าไร และนโยบาย Zoning เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการพิจารณาความเหมาะสมของการผลิตสินค้าเกษตรชนิดต่างๆ ในพื้นที่ รวมทั้งนโยบาย Commodity เพื่อเป็นข้อพิจารณาในการกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าเกษตรชนิดต่างๆ ในพื้นที่เช่นกัน หลังจากนั้นนำข้อมูลทั้งหมดนำเสนอในรูปแบบแผนที่และเจ้าหน้าที่ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในพื้นที่ ไปดำเนินการ สำหรับตัวอย่างที่ได้นำเสนอ คือ พื้นที่ ต.บ้านพริก อ.บ้านนา จ. นครนายก จากข้อมูลพื้นที่เขตความเหมาะสมในการปลูกข้าว พบว่าตำบลนี้อยู่ในเขตชั้นความเหมาะสมปานกลางและเหมาะสมน้อย เมื่อนำข้อมูลเกษตรกรแต่ละรายลงแผนที่ก็จะทราบได้ว่าเกษตรกรที่ยังเป็น Developing Smart Farmer เนื่องจากสาเหตุใด เช่น ปลูกพืชในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมมีกระบวนการผลิตที่ไม่ดี ทำให้สามารถกำหนดโครงการและกิจกรรมเพื่อพัฒนาและส่งเสริมเกษตรกรรายนั้นๆ ได้ตรงตามความต้องการ รวมทั้งการดำเนินงานและการติดต่อประสานงานของ Smart Officer ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในพื้นที่ และองค์ความรู้ทางการเกษตรสาขาต่าง ๆ ของกรมเป็นผู้ให้คำแนะนำ และประสานงานกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องภายในพื้นที่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการช่วยเหลือ ให้คำปรึกษากับเกษตรกรในพื้นที่ รวมทั้งการเรียนรู้และถ่ายทอดบทเรียนซึ่งกันและกันระหว่าง Smart Farmer ต้นแบบกับเกษตรกรรายอื่นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเกษตรกรพื้นที่ และสินค้าได้อย่างเหมาะสม และสามารถบริหารจัดการการผลิตทางการเกษตรตลอดห่วงโซ่คุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้การตลาดเป็นตัวชี้้นำในการส่งเสริมการผลิต ซึ่งตั้งเป้าหมายว่าผลิตออกมาแล้วต้องขายได้ในราคาที่เกษตรกรอยู่ได้

3. บริบทเรื่องที่ทำการศึกษา

3.1 ชุมชนประจวบ

3.1.1 เขตการปกครองของชุมชนประจวบ มีการแบ่งเขตการปกครอง เป็น 9 หมู่บ้านประกอบด้วยหมู่บ้าน หมู่ 1 บ้านวังมุย, หมู่ 2 บ้านลำเตือ, หมู่ 4 บ้านหนองมูล, หมู่ 5 บ้านท่ากว้าง, หมู่ 6 บ้านศรีสุพรรณ, หมู่ 7 บ้านร่องเขี้ยว, หมู่ 8 บ้านสันหัววัว, หมู่ 9 บ้านต้นแจะ

จำนวนประชากร ในเขตเทศบาลตำบลประดู่ป่า ตามทะเบียนราษฎร มี
 จำนวนครัวเรือน 2,111 ครัวเรือน ประชากรทั้งหมด 5,658 คน ชาย 2,647 คน หญิง 3,011 คน
 ทิศเหนือ ติดต่อหมู่ที่ 5 ตำบลหนองช้างค้ำ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
 ทิศใต้ ติดต่อหมู่ที่ 1, 2, 3 ตำบลริมปิง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
 ทิศตะวันออก ติดต่อหมู่ที่ 6, 9 ตำบลเหมืองง่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
 ทิศตะวันตก ติดต่อหมู่ที่ 4 ตำบลท่ากว้าง และหมู่ที่ 6, 7, 8 ตำบลสันทราย
 อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

3.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ

สภาพพื้นที่โดยทั่วไปของจังหวัดลำพูน ทางด้านตะวันตกมีสภาพพื้นที่
 ค่อนข้างราบเรียบถึงเป็นลูกคลื่นลอนลาดเล็กน้อยลาดเทไปทางด้านใต้ตามแม่น้ำปิง ด้านตะวันออก
 เป็นพื้นที่ภูเขาสูงลาดเทไปทางตะวันตกตามแม่น้ำแม่ทาและลาดเทไปทางใต้แล้ววกกลับไปทาง
 เหนือตามแม่น้ำลี้ สำหรับพื้นที่บริเวณลุ่มแม่น้ำแม่ทาและแม่น้ำลี้ มีสภาพพื้นที่ค่อนข้างราบเรียบ
 ถึงเป็นลูกคลื่นลอนลาดเล็กน้อย และบริเวณพื้นที่ดอน มีสภาพพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาดถึงเป็น
 เนินเขา

โดยสรุปแล้ว ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดลำพูน สภาพพื้นที่ราบเรียบ
 ถึงค่อนข้างราบเรียบ และอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 200 - 400 เมตร
 ประกอบด้วยพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำปิง ในเขตอำเภอเมืองลำพูนและอำเภอป่าซาง พื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำก
 วงในเขตอำเภอบ้านธิ และอำเภอเมืองลำพูน พื้นที่ลุ่มแม่น้ำทาในเขตอำเภอแม่ทา อำเภอเมือง
 ลำพูนและอำเภอป่าซาง และพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำลี้ในเขตอำเภอทุ่งหัวช้าง อำเภอลี้และอำเภอบ้าน
 โสภัง จังหวัดลำพูน

สภาพพื้นที่ลูกคลื่นลอนลาดเล็กน้อยถึงเป็นลูกคลื่นลอนชัน และอยู่สูงจาก
 ระดับน้ำทะเลปานกลาง 400-800 เมตร ประกอบด้วยพื้นที่เนินตะกอนน้ำพัดพา ในเขตพื้นที่อำเภอ
 บ้านธิ อำเภอเมืองลำพูนและอำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน พื้นที่ระหว่างเนินเขาของอำเภอแม่ทา
 อำเภอทุ่งหัวช้างและอำเภอลี้ จังหวัดลำพูน

สภาพพื้นที่ลูกคลื่นลอนลาดถึงเป็นเนินเขา และอยู่สูงจากระดับน้ำทะเล
 ปานกลาง 600 - 1,000 เมตร ประกอบด้วยพื้นที่ที่มีการเกลี่ยผิวแผ่นดินหรือที่ลาดเชิงเขา ในเขต
 พื้นที่อำเภอแม่ทา อำเภอบ้านโสภัง อำเภอทุ่งหัวช้างและอำเภอลี้ จังหวัดลำพูน

พื้นที่ลาดเชิงชัน (Slope complex) เป็นพื้นที่ที่มีความลาดชันมากกว่า 35
 เปอร์เซ็นต์และอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางโดยเฉลี่ยประมาณ 800 - 1,300 เมตร ในเขตพื้นที่

อำเภอแม่ทา อำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอทุ่งหัวช้างและอำเภอลี้ จังหวัดลำพูน (สำนักสำรวจดินและวางแผนการใช้ที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

3.1.3 ความเป็นมาของชุมชนประตูป่า ตำบลประตูป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน



ภาพที่ 2.2 วัดประตูป่า



ภาพที่ 2.3 ชุมชนประตูป่า

ตามประวัติกล่าวว่าเมื่อประมาณปีพุทธศักราช 2300 กองทัพพม่าได้ยกกองทัพมาตีเมืองเหนือในเขตดินแดนล้านนา เจ้านายฝ่ายในเวียงนครหริภุญไชยหรือเวียงหละปุ่น (ปัจจุบันคือจังหวัดลำพูน) พระสงฆ์องค์เจ้าและชาวบ้าน ในเมืองหริภุญไชย ได้อพยพหลบภัยสงคราม มาอาศัยอยู่แถบบริเวณปากลำเหมืองไม้แดง ตั้งอยู่เหนือเวียงหละปุ่น ทั้งไพร่พลข้าราชการฝ่ายในเมืองหริภุญไชยได้รวมใจกันสร้างวัดขึ้น บริเวณที่วัดร้าง ในบริเวณเหนือเวียงหริภุญไชย

ด้วยประวัติศาสตร์นครหริภุญไชยนั้น เป็นเมืองประวัติศาสตร์เป็นนครรัฐที่เก่าแก่ที่สุดก่อนใครในภูมิภาค เป็นต้นแบบทางวัฒนธรรมที่เป็นรากฐานอารยธรรมทุกด้านแก่อาณาจักรที่ก่อเกิดขึ้นในภายหลัง เป็นศูนย์กลางพระพุทธศาสนาในภูมิภาคแถบนี้สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน จากเหตุผลดังกล่าวทำให้สันนิษฐานได้ว่า บริเวณวัดร้างที่เป็นที่ตั้งของวัดประดู่ป่าในปัจจุบันตลอดจนวัดร้างคู่ต่างๆซึ่งอยู่ในบริเวณหมู่บ้าน ที่รายรอบชุมชนวัดประดู่ป่าเคยเป็นชุมชนที่เจริญรุ่งเรืองและเลื่อมใสนับถือพระพุทธศาสนามาก่อน

หลังจากนั้นเมื่อเดือน 7 ขึ้น 5 ค่ำ ตรงกับวันจันทร์ พ.ศ.2348 พระเจ้ากาวิละ ได้มอบหมายให้เจ้าคำฟันและบริวารจากเมืองเชียงใหม่และเจ้าบุญมา น้องคนสุดท้องและบริวารจากเมืองลำปาง เข้าเมืองของพร้อมด้วยบุตรภรรยา น้องทั้ง 4 ญาติพี่น้อง ขุนนาง พระสงฆ์และไพร่พลจากเมืองของนับ 19,999 คน เข้ามาแคว้นเมืองลำพูนที่ร้างอยู่ จนถึงวันพุธขึ้น 8 ค่ำ จึงเข้ามารื้อฟื้นลำพูนได้ พระสงฆ์จำนวน 198 รูป สวดมงคลพระปริตรในที่ไชยยะมงคล 9 แห่ง ในเมืองลำพูน

หลังจากแล้วเสร็จจากการ แคว้นเมืองหละปุ่นที่รกร้าง ได้มีการแบ่งพื้นที่ให้ชาวองได้อาศัยในบริเวณที่ราบลุ่มใกล้ลำน้ำนอกเวียง ชาวองบ้านปาม่วงทั้งหลาย จึงเลือกเอาพื้นที่บริเวณพื้นที่วัดห่าง (วัดร้าง) ใกล้ปากลำเหมืองป่าไม้แดง เป็นที่อาศัย เพราะเป็นพื้นที่ติดน้ำ มีที่ราบสำหรับปลูกพืชและข้าวไร่ได้ มีพื้นที่กว้างขวางเหมาะแก่การตั้งบ้านเรือน ชาวองจึงช่วยกันแคว้นพื้นที่และบูรณะวัดห่างแห่งนี้ขึ้นมาใหม่และได้อาราธนาพระมหาเถระครูบาเหล็ก และพระสงฆ์จากเมืองของปาม่วงที่มาด้วยกัน โดยนิมนต์ให้ครูบาเหล็กเป็นเจ้าอารามแห่งนี้

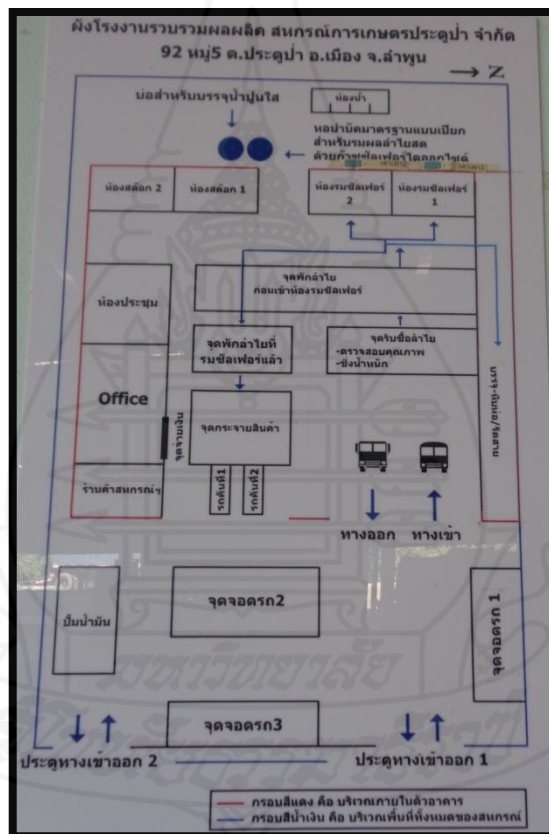
จากนั้นชาวบ้านได้ร่วมกันปลูกต้นมะม่วง จากเมล็ดของมะม่วงที่นำมาจากเมืองของนครเวียงที่ได้อพยพมา นำไปปลูกไว้รอบบริเวณวัดและบริเวณเขตบ้านพื้นที่ที่ได้เข้าไปอยู่อาศัย ประมาณหลายร้อยต้นตามอาณาเขตที่อยู่ เพื่อเป็นหลักฐานไว้คุ้มหมู่บ้าน และเพื่อรำลึกถึงบ้านเกิดเมืองนอนที่บ้านปาม่วงเมืองของ คนของที่อพยพมาตั้งรกรากที่แห่งนี้ ส่วนมากเป็นครอบครัวที่มาจากบ้านปาม่วง จึงได้นำชื่อบ้านเดิมมาใช้เรียกชื่อวัดและบ้านตั้งเช่นเดิม ประกอบกับต้นมะม่วงที่ปลูกไว้เติบโตขึ้นเกิดร่มเงาลำต้นสูงใหญ่ เกิดเป็นปามะม่วงขนาดใหญ่เหนือเวียงหริภุญไชย ชาวบ้านจึงเรียกชื่อหมู่บ้านนี้ว่า บ้านประดู่ปาม่วงจุมหัวเวียงหริภุญไชย หรือป่าโหม่งโหลง (ปาม่วงหลวง) มีมะม่วงพันธุ์พื้นเมืองมากมาย หลายชนิดตามที่ผู้เฒ่าผู้แก่เรียกขาน คือ มะม่วงคำ, มะม่วงขี้

ยา, มะม่วงจี๊ด, มะม่วงม้ง, มะม่วงคืบเต่า, มะม่วงรส, มะม่วงตอง, มะม่วงฝ้าย ปัจจุบันต้นมะม่วงอายุกว่า 240 กว่าปี ยังมีให้เห็นเป็นหลักฐานในการตั้งถิ่นของคณของบ้านป่าม่วงประตูป่า ปัจจุบันต้นมะม่วงเหลือประมาณ 10 กว่าต้น บริเวณทิศเหนือของวัดตรงหน้าโรงเรียนวัดประตูป่า (<http://www.templethailand.org/ID51010504>)

3.1.4 การประกอบอาชีพ

ชาวบ้าน ตำบลประตูป่า ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการปลูกลำไยทั้งในและนอกฤดูจะทำกันเกือบทุกหลังคาเรือน เนื่องจากสภาพภูมิอากาศและระบบชลประทานที่ดีตลอดทั้งปีทำให้สามารถผลิตลำไยได้ตลอดปี

3.2 กลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตูป่า



ภาพที่ 2.4 ผังโรงงานรวบรวมผลผลิตสหกรณ์การเกษตรประตูป่าจำกัด

3.2.1 กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยที่เข้มแข็งในจังหวัดลำพูน

การเกษตรเป็นงานที่สำคัญมากสำหรับจังหวัดลำพูน เพราะเป็นงานที่สร้างเสริม ความสุขสมบูรณ์ให้แก่จังหวัดลำพูน โดยส่วนรวม ลำไยเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญยิ่ง ให้เกิดสินค้า อาหาร ภายในประเทศและส่งจำหน่ายเป็นสินค้าออก อาจกล่าวได้ว่า เกษตรกรชาวสวน

ลำไยมีความสำคัญต่อความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและชื่อเสียงของจังหวัดลำพูน ในการผลิตอาหารปลอดภัยภายใต้ความรับผิดชอบของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยที่เข้มแข็งสามารถผลิตและจำหน่ายผลิตผลโดยการรวมกลุ่มสหกรณ์

ตัวอย่างกลุ่มชาวสวนลำไยที่เข้มแข็งในจังหวัดลำพูน

กลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตู่ป่าจำกัด ตำบลประตู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ได้ถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2550 จากชื่อเดิมคือ “ สหกรณ์การเกษตรผู้ปลูกและผลิตลำไยประตู่ป่า จำกัด” ซึ่งได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2547 โดยมีผู้นำชุมชนในขณะนั้น ประกอบไปด้วย กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลประตู่ป่าเป็นแกนนำ จัดตั้งสหกรณ์ขึ้นมา เพราะมองเห็นว่าการนำหลักการวิธีการสหกรณ์มาแก้ปัญหาราคาลำไยตกต่ำ จะเป็นทางออกที่สามารถช่วยเหลือเกษตรกรที่เป็นสมาชิกได้ ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงจัดจำหน่าย เนื่องจากเกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบด้านราคาผลผลิตจากพ่อค้าคนกลาง จึงทำให้มีการรวมกลุ่มกันขึ้น

การสื่อสารของสหกรณ์การเกษตรประตู่ป่า อ.เมือง จ.ลำพูนเป็นการสื่อสารกันภายในกลุ่มภายในชุมชนและการถ่ายทอดองค์ความรู้กระทำในลักษณะกลุ่มเล็กๆ บทบาทของสหกรณ์การเกษตรประตู่ป่าทำหน้าที่ทั้งในฐานะผู้ส่งสารและขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่เป็นสื่อบุคคลไปด้วย

การพัฒนาการสื่อสารของสหกรณ์การเกษตรเกิดจากการพัฒนาความรู้และความสามารถทางการสื่อสารของสหกรณ์ดังนั้นเครือข่ายสหกรณ์จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญภายในกลุ่มที่ส่งผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถทั้งซึ่งการรวมกลุ่มสามารถจำแนกสถานภาพของสมาชิกได้ว่าประกอบด้วยผู้นำกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม

3.2.2 บริบทของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตู่ป่า จำกัด ต.ประตู่ป่า อ.เมือง

จ.ลำพูน

สหกรณ์การเกษตรผู้ปลูกและผลิตลำไยประตู่ป่า จำกัด เป็นสหกรณ์ประเภทสหกรณ์การเกษตรก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 21 พฤษภาคม 2547 ที่ตั้งสำนักงาน เลขที่ 195 ม.9 ต.ประตู่ป่า อ.เมือง จ.ลำพูน ท้องที่ดำเนินงาน ต.ประตู่ป่า อ.เมือง จ.ลำพูน ซึ่งประกอบไปด้วย 9 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านวังมุย, หมู่ที่ 2 บ้านล้างเคื่อ, หมู่ที่ 3 บ้านล้ามช้าง, หมู่ที่ 4 บ้านหนองมูล, หมู่ที่ 5 บ้านท่ากว้าง, หมู่ที่ 6 บ้านศรีสุพรรณ, หมู่ที่ 7 บ้านร่องเขี้ยว, หมู่ที่ 8 บ้านสันหัววัว, หมู่ที่ 9 บ้านคันแฉะ มีจำนวนสมาชิก 487 คน

3.2.3 วัตถุประสงค์

- 1) ส่งเสริมสมาชิกผู้เพาะปลูกและผลิตลำไยที่เน้นการผลิตอย่างมีคุณภาพ และปลอดภัยจากสารเคมี
- 2) จัดหาวัสดุอุปกรณ์การเกษตรที่จำเป็น เช่น ปุ๋ย ยา มาจำหน่ายให้กับสมาชิก
- 3) ผลิตปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช ฮอร์โมน โดยเน้นการผลิตด้านชีวภาพ ไว้จำหน่ายกับสมาชิก
- 4) รวบรวมผลผลิตของสมาชิก เพื่อจำหน่ายได้ในราคาที่เป็นธรรม
- 5) รับซื้อผลผลิตของสมาชิก เพื่อจำหน่ายให้ในราคาที่เป็นธรรม
- 6) จัดหาเงินทุน สำหรับการผลิตของสมาชิก
- 7) จัดให้มีฉางหรือ โรงเรือนการเกษตรเพื่อรักษาผลิตผลหรือผลิตภัณฑ์
- 8) จัดให้มียานพาหนะขนส่ง เครื่องมือ เครื่องจักรกล หรือปศุสัตว์ เกี่ยวกับการผลิตทางการเกษตรสำหรับให้บริการแก่สมาชิก
- 9) จัดให้มีโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อแปรรูปผลิตผล หรือเพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของตลาด
- 10) จัดให้มีเงินกู้หรือสินเชื่อแก่สมาชิก เพื่อการประกอบอาชีพหรือการใช้จ่าย ที่จำเป็น
- 11) จัดหาทุนเพื่อกิจการตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์
- 12) รับฝากเงินจากสมาชิกหรือสหกรณ์อื่น
- 13) ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงิน
- 14) ซื้อหุ้นของธนาคารซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์
- 15) ซื้อหุ้นของชุมนุมสหกรณ์หรือสหกรณ์อื่น
- 16) ซื้อหุ้นของสถาบันที่ประกอบธุรกิจอันทำให้เกิดความสะดวกหรือส่งเสริมความเจริญแก่กิจการของสหกรณ์
- 17) ออกตั๋วสัญญาใช้เงินและตราสารการเงิน
- 18) ฝากหรือลงทุนอย่างอื่นตามกฎหมายและตามที่คณะกรรมการพัฒนาการสหกรณ์แห่งชาติกำหนด
- 19) ให้สวัสดิการและการสงเคราะห์ตามสมควรแก่สมาชิกและครอบครัว

20) ส่งเสริมกิจกรรมกลุ่มของสมาชิก กลุ่มสตรีสหกรณ์ กลุ่มเยาวชนสหกรณ์ กลุ่มรวมกันผลิต กลุ่มรวมกันซื้อ กลุ่มรวมกันขาย และกลุ่มออมทรัพย์ ฯลฯ

21) ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรทั้งทางการศึกษา พละนันทน์ และทางจิตใจให้เป็นครอบครัวที่สุขสมบูรณ์เพื่อรวมเป็นสังคมที่มีสันติสุข

22) ร่วมมือกับทางราชการ สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ชุมนุมสหกรณ์และ สหกรณ์อื่น เพื่อส่งเสริมและปรับปรุงกิจการของสหกรณ์

23) การกระทำต่าง ๆ ตามที่อนุญาตไว้ในกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กล่าวข้างต้น รวมถึง ซื้อ ถิ่นกรรมสิทธิ์หรือทรัพย์สินครอบครอง กู้ยืมเช่าหรือให้เช่า เช่าซื้อหรือให้เช่าซื้อ โอนหรือรับโอน สิทธิการเช่าหรือสิทธิการเช่าซื้อ ขายหรือจำหน่าย จำนองหรือรับ จำนอง จำนำหรือรับจำนำ ด้วยวิธีอื่นใด ซึ่งทรัพย์สินแก่สมาชิกหรือสหกรณ์ของสมาชิก

24) ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการแก่สมาชิก

25) ขอหรือรับความช่วยเหลือทางวิชาการจากทางราชการ หน่วยงานของต่างประเทศหรือบุคคลอื่นใด

26) ดำเนินกิจการอย่างอื่นบรรดาที่เกี่ยวกับหรือเนื่องในการจัดให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

3.2.4 โครงสร้างคณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประตูป่า จำกัด

สหกรณ์มีคณะกรรมการ ประกอบด้วย ประธานกรรมการหนึ่งคน รองประธานกรรมการ 2 คน และกรรมการดำเนินการ 9 คน ผู้ตรวจสอบกิจการ 2 คน ซึ่งที่ประชุมใหญ่เลือกตั้งจากสมาชิก ให้กรรมการดำเนินการเลือกตั้งในระหว่างกันเองขึ้นดำรงตำแหน่งรองประธานกรรมการคนหนึ่งหรือ หลายคน เลขานุการหนึ่งคน และ/หรือ ทรัพย์กัญญาหนึ่งคน นอกนั้นเป็นกรรมการและปิดประกาศให้ทราบ โดยทั่วกัน ณ สำนักงานสหกรณ์



นายบุญมี คันชาทอง
ประธานกรรมการ



นางมาลี เปรมมณี
แกนนำกลุ่มสหกรณ์การเกษตร



นายสุทัศน์ กัณฑ์ทอง
รองประธานคนที่ 1



นายนิคม จิตตะวะนา
รองประธานคนที่ 2



นายสาคร คำวินิจ
กรรมการ



นางศุจินันท์ ทิพย์พิงค์
เหรียญก



นายดุสิต ยาชะวะนา
กรรมการ



นายสุรศักดิ์ คำบุรี
กรรมการ



นายสนั่น บุญอุธิ
กรรมการ



นางอนงค์ โยจิตร
กรรมการ



นายดวงคำ คำมี
กรรมการ



นางสุกัญญา เตพา
เลขานุการ



นายยุทธ อินม่วง
ผู้ตรวจสอบกิจการ



นายสุนทร อินตะพิงค์
ผู้ตรวจสอบกิจการ

ภาพที่ 2.5 คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด

3.2.5 การดำเนินงานของสหกรณ์

- 1) การรับฝากเงิน
- 2) การให้เงินกู้
- 3) การฝากหรือการลงทุนของสหกรณ์
- 4) การกู้ยืมเงินหรือการค้าประกัน
- 5) การเงินและการบัญชีของสหกรณ์
- 6) การตรวจสอบบัญชีและการกำกับดูแลสหกรณ์
- 7) กำไรสุทธิประจำปี
- 8) ทุนสำรอง

3.2.6 กิจกรรมการกระจายผลผลิตลำไยออกนอกแหล่งผลิตของสถาบันเกษตรกร

โดยสำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน

1) ความเป็นมา

กรมส่งเสริมสหกรณ์มีนโยบายในการส่งเสริม สนับสนุนให้สถาบันเกษตรกรดำเนินธุรกิจรวบรวมและจำหน่ายผลไม้ ซึ่งเป็นการช่วยเหลือให้เกษตรกรสมาชิกผู้ปลูกผลไม้ ให้ขายผลผลิตได้ในราคาที่เป็นธรรม ทำให้ผลผลิตไม่กระจุกตัวในแหล่งผลิต โดยในปี 2557 กรมฯ ได้กำหนดมาตรการในการบริหารจัดการลำไยสด เป้าหมาย 5,000 ตัน จากจังหวัดแหล่งผลิตต้นทาง ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ 1,000 ตัน จังหวัดเชียงราย 700 ตัน จังหวัดพะเยา 600 ตัน จังหวัดน่าน 500 ตัน และจังหวัดลำพูน 2,000 ตัน กระจายไปยังจังหวัดปลายทางผ่านเครือข่ายสหกรณ์ CDC และช่องทางการค้าปลีกของสหกรณ์ ได้แก่ Modern Trade (แม็คโคร โลตัส เป็นต้น) บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด ผู้ค้าผลไม้ทั่วไป

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ ให้การส่งเสริมและสนับสนุนสถาบันเกษตรกรที่เข้าร่วมกระจายลำไย เน้นการคัดสรรลำไยคุณภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดในกลุ่มผู้บริโภค กระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อผลผลิตลำไยของ จังหวัดลำพูน

2) วัตถุประสงค์

(1) เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้สถาบันเกษตรกรสามารถดำเนิน ธุรกิจรวบรวม และจำหน่ายผลผลิตผลไม้ได้ในราคาที่เป็นธรรม

(2) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระจายผลผลิตลำไยสดออกนอกแหล่งผลิต ไม่เกิดการกระจุกตัว

3) ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินการระหว่างเดือนสิงหาคม - เดือนกันยายน 2557

4) รายละเอียดงานที่ทำ

(1) ประสานสถาบันเกษตรกรที่เข้าร่วมกระจายลำไย เตรียมความพร้อมแจ้งสมาชิกสหกรณ์ที่นำลำไยมาจำหน่าย คัดสรรลำไยมาตรฐาน เกรด AA+A คุณภาพไม่เกิน 85 ลูกต่อกิโลกรัม โดยสถาบันเกษตรกรจะนำลำไยสดที่ได้เข้าสู่กระบวนการรักษาคุณภาพของลำไย ด้วยวิธีการรมซัลเฟอร์ไดออกไซด์

(2) ประสานจังหวัดปลายทางตามตารางจับคู่การกระจายลำไยสดชื่อที่ กรมฯ จัดสรร ส่งใบสั่งซื้อเพื่อทำแผนรวบรวมและแผนการจัดส่งลำไย

(3) ร่วมตรวจสอบคุณภาพการบรรจุผลผลิตลำไยสดลงกล่อง กล่องละ 10 กิโลกรัม

(4) สถาบันเกษตรกรประสานรถขนส่งผลผลิตลำไยสดบรรจุกล่องไปยังจังหวัดปลายทาง เป็นรถกระบะ 4 ล้อ บรรทุกคราวละ 250 กล่อง ต่อ 1 คัน รวมทั้งกระจายโดยผ่านเครือข่ายสหกรณ์ CDC

(5) รายงานความก้าวหน้าการกระจายลำไย และติดตามผลตอบรับจาก จังหวัดปลายทางผู้รับซื้อลำไย

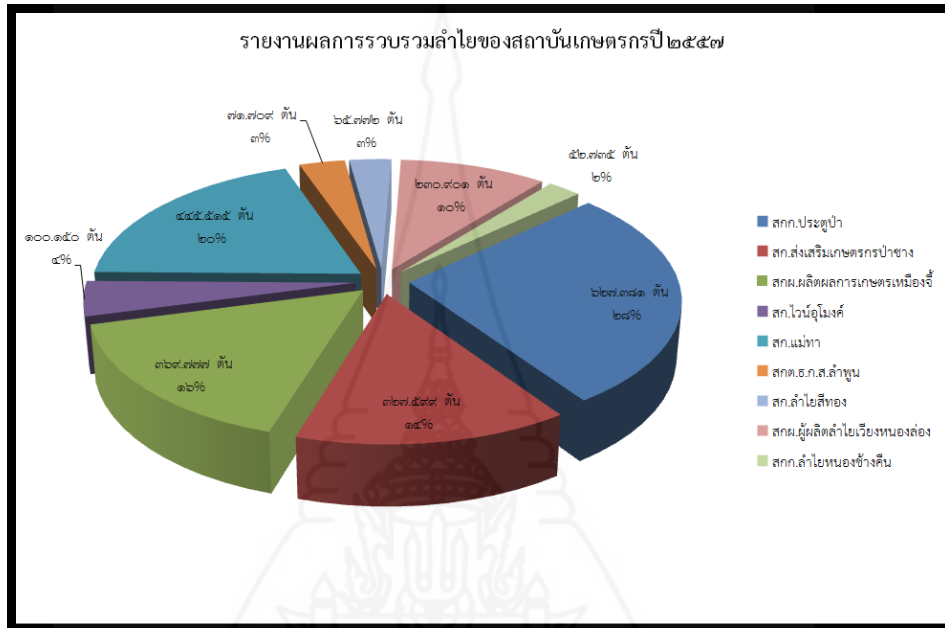
5) ผลสำเร็จที่เกิดขึ้น

(1) สถาบันเกษตรกรที่ดำเนิน ธุรกิจรวบรวมลำไยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคและลูกค้า

(2) สถาบันเกษตรกรมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถดำเนิน ธุรกิจเป็นที่พึงของบรรดาสมาชิกได้อย่างยั่งยืน

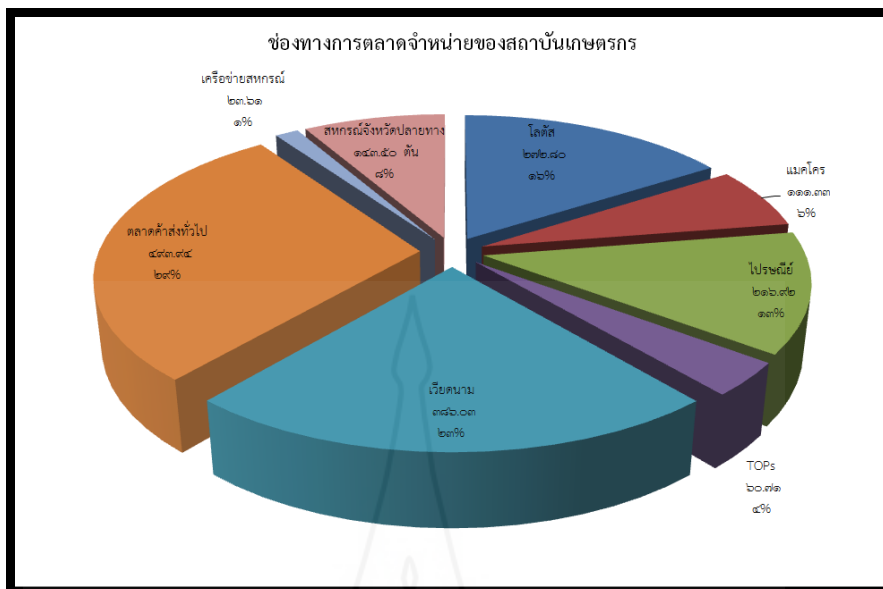
(3) สถาบันเกษตรกรได้รับการยอมรับ เกิดความเชื่อถือไว้วางใจในด้านคุณภาพ เพิ่มมูลค่าธุรกิจและสร้างแบรนด์องค์กร

(4) ในปี 2557 มีสถาบันเกษตรกรในจังหวัดลำพูนที่เข้าร่วมกระจายลำไยทั้งสิ้น 9 แห่ง สามารถกระจายผลผลิตลำไยออกนอกแหล่งผลิตดังนี้



ภาพที่ 2.6 รายงานผลการรวบรวมลำไยของสถาบันเกษตรกรปี 2557

ช่องทางการตลาดของสถาบันเกษตรกรในกลุ่มห้าง Modern Trade ได้แก่ โลตัส แมคโคร TopS กลุ่มลูกค้าภายในประเทศ ได้แก่ บริษัท ไปรษณีย์ จำกัด และตลาดค้าส่งทั่วไป รวมทั้งตลาดเวียดนาม และกลุ่มที่เป็นเครือข่ายสหกรณ์ CDC แบ่งตามสัดส่วนดังนี้ (www.moac.go.th)



ภาพที่ 2.7 ช่องทางการตลาดจำหน่ายของสถาบันเกษตรกร

6) ประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ

- (1) ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างสถาบันเกษตรกรที่ดำเนินธุรกิจรวบรวมผลไม้และธุรกิจอื่น และเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น
- (2) เพิ่มช่องทางการตลาด ทำให้สามารถจำหน่ายผลผลิตค้าปลีกได้สะดวกและรวดเร็ว เป็นที่พึงของบรรดาสมาชิกได้อย่างยั่งยืน
- (3) เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจและสร้างแบรนด์องค์กร เกิดการยอมรับและความเชื่อถือไว้วางใจในด้านคุณภาพผลผลิตค้าปลีก

3.2.7 โครงการพัฒนาคุณภาพและบริหารจัดการตลาดผลไม้ของสถาบันเกษตรกร

1) ความเป็นมา

กรมส่งเสริมสหกรณ์อนุมัติแผนปฏิบัติงานและงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2557 แผนงานส่งเสริมประสิทธิภาพการผลิตและสร้างมูลค่าภาคการเกษตร ผลผลิตสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรได้รับการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมหลักส่งเสริมและพัฒนาองค์กรและเกษตรกร กิจกรรมรองการพัฒนาคุณภาพและบริหารจัดการตลาดผลไม้ของสถาบันเกษตรกร เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้สถาบันเกษตรกรเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายผลไม้ (ลำไย) ที่มีคุณภาพ โดยสนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำแก่สหกรณ์ ประสาน สนับสนุนเพิ่มช่องทางการตลาด เสริมสร้างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการดำเนินธุรกิจตามกลไกการตลาดปกติ จังหวัดลำพูนมีสถาบันเกษตรกรที่อยู่ในความดูแล แนะนำ ส่งเสริม เข้าร่วมโครงการจำนวน 8 แห่ง แผนการรวบรวมทั้งสิ้น 6,100 ตัน

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ เห็นว่านอกจากการพัฒนาคุณภาพสินค้าของสถาบันเกษตรกรให้ได้คุณภาพตามที่ตลาดต้องการแล้ว สถาบันเกษตรกรควรได้รับการส่งเสริมด้านการสร้างแบรนด์สินค้า (Brand Building) โดยผ่านกระบวนการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยการสนับสนุนการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้และสนใจเกี่ยวกับองค์กรและสินค้า สร้างความพึงพอใจและกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้า (ลำไย) ของสถาบันเกษตรกรเพิ่มขึ้น

2) วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อสร้างความเข้าใจในโครงการเตรียมความพร้อมด้านการตลาด และแหล่งเงินทุนในการดำเนินธุรกิจรวบรวมและจำหน่ายสินค้าลำไย
- (2) เพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าได้รับรู้การดำเนินธุรกิจรวบรวมลำไยของสถาบันเกษตรกร
- (3) เพื่อขยายเพิ่มช่องทางการตลาดให้แก่สถาบันเกษตรกรที่ดำเนินธุรกิจรวบรวมลำไย
- (4) เพื่อสร้างความเชื่อถือไว้วางใจ สร้างบรรยากาศแห่งการยอมรับของผู้บริโภคและคู่ค้าในตัวสินค้าและองค์กร

3) ระยะเวลาดำเนินการ

ระยะเวลาดำเนินการระหว่างวันที่ 24 มิถุนายน – 2 กรกฎาคม 2557

4) รายละเอียดงานที่ทำ

กำหนดกิจกรรมหลักในการดำเนินโครงการ 3 กิจกรรม ดังนี้

- (1) จัดประชุมชี้แจงทำความเข้าใจในหลักเกณฑ์ เงื่อนไข สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ได้แก่ สถาบันเกษตรกร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนการตลาดการเงิน และวิธีการดำเนินธุรกิจ
- (2) จัดพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือทางการค้าลำไย ระหว่างเครือข่ายสถาบันเกษตรกรในจังหวัดลำพูน กับบริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด
- (3) จัด EVENT ประชาสัมพันธ์ลำไยและเปิดจุดจำหน่ายลำไย ในงาน “ลำไยไทย ลำไยลำพูน”

5) ผลสำเร็จที่เกิดขึ้น

- (1) สถาบันเกษตรกรที่ดำเนินธุรกิจรวบรวมลำไยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคและคู่ค้า

(2) สถาบันเกษตรกรมีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น และสามารถดำเนินธุรกิจเป็นที่พึงของบรรดาสมาชิกได้อย่างยั่งยืน

(3) สถาบันเกษตรกรได้รับการยอมรับ ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจจากลูกค้าและผู้บริโภคในด้านคุณภาพ สามารถสร้างแบรนด์สินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจและสร้างแบรนด์องค์กร

6) ประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ

(1) ทำให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างสถาบันเกษตรกรที่ดำเนินธุรกิจรวบรวมผลไม้และธุรกิจอื่น และเป็นที่ยึดของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

(2) เพิ่มช่องทางการตลาด ทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้สะดวกและรวดเร็ว และเป็นที่ยึดของบรรดาสมาชิกได้อย่างยั่งยืน

(3) เพิ่มมูลค่าทางธุรกิจและสร้างแบรนด์สินค้าและแบรนด์องค์กร เกิดการยอมรับ และความเชื่อถือไว้วางใจจากลูกค้าและผู้บริโภคในด้านคุณภาพ

7) ผลสำเร็จที่เกิดขึ้น

สถาบันเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการประชุมชี้แจงเพื่อเตรียมความพร้อมในการรวบรวมผลไม้ของสถาบันเกษตรกร ปี 2557 มีความเข้าใจ และวางแผนเตรียมความพร้อมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลไม้ ให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ตลาดบรรลุตามแผนการดำเนินงานที่กำหนด

8) ประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ

(1) สถาบันเกษตรกรสามารถดำเนินธุรกิจรวบรวมผลไม้ได้บรรลุตามวัตถุประสงค์และแผนปฏิบัติงานที่วางไว้ และปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ตลาด

(2) สมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ได้รับการสนับสนุนการนำผลผลิตลำไยคุณภาพที่รวบรวมได้ มาจำหน่ายให้แก่สถาบันเกษตรกรในราคายุติธรรมไม่ต่ำกว่าราคาตลาด

3.2.8 งานโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพลำไยตามความต้องการของตลาด

ในสถาบันเกษตรกร

1) ความเป็นมา

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน ได้ดำเนินโครงการบริหารจัดการตลาดผลไม้ของสถาบันเกษตรกรปี 2557 เพื่อให้สถาบันเกษตรกรในจังหวัดลำพูนสามารถพัฒนาตนเองให้ดำเนินธุรกิจรวบรวมลำไยโดยอาศัยความร่วมมือกันตามหลักการ อุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์ ดำเนินการภายใต้กลไกตลาดปกติ สมาชิกสหกรณ์มีตลาดรองรับผลผลิตลำไยในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็น

กลไกหนึ่งที่จะช่วยพยุงและรักษาระดับราคาลำไยมิให้ตกต่ำ เกษตรกรสมาชิกมีแหล่งจำหน่ายลำไยในราคาที่ยุติธรรม นอกจากนี้การดำเนินธุรกิจรวบรวมของสถาบันเกษตรกร ทำให้เกิดความร่วมมือกันเป็นเครือข่ายทางการค้าระหว่างสถาบันเกษตรกรและเอกชน กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ จึงจัดโครงการอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกสหกรณ์ผู้ปลูกลำไย เพื่อพัฒนามาตรฐานการผลิตลำไยให้มีคุณภาพ มีปริมาณผลผลิตลำไยเพียงพอ และตรงตามความต้องการของตลาด สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ตลาด เพื่อให้จำหน่ายผลผลิตได้ราคาดี สร้างโอกาสการแข่งขันให้แก่สถาบันเกษตรกรที่รวบรวมและการมีคู่ค้าที่ยั่งยืน

2) วัตถุประสงค์

(1) เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตลำไยให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดและขยายผลการผลิตลำไยคุณภาพให้เพิ่มมากขึ้น

(2) เพื่อเพิ่มพูนองค์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีการดูแลบำรุงรักษาลำไยภายใต้ระบบการจัดการคุณภาพ GAP ให้แก่เกษตรกรสมาชิก

(3) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่คู่ค้าด้านคุณภาพภายใต้แบรนด์สหกรณ์

3) ตัวชี้วัด/เป้าหมาย

สมาชิกสหกรณ์ผู้เข้าร่วมการอบรมโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพลำไยตามความต้องการของตลาดในสถาบันเกษตรกร 3 แห่ง สมาชิกจำนวน 180 คน ระยะเวลาดำเนินงานระหว่างวันที่ 14 – 24 ธันวาคม 2556

4) รายละเอียดงานที่ทำ

(1) ประสานสถาบันเกษตรกรเพื่อสำรวจและคัดเลือกสมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร ที่ประสงค์เข้ารับการอบรมการพัฒนาคุณภาพลำไยตามมาตรฐาน GAP

(2) ประสานวิทยากรจากหน่วยงานภาครัฐเพื่ออบรมให้ความรู้ในเรื่องการรับรองการผลิตพืชตามมาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับพืช (Good Agricultural Practice : GAP) การจัดทำเอกสารเพื่อขอใบรับรอง GAP

(3) จัดอบรมโครงการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพลำไยตามความต้องการของตลาดในสถาบันเกษตรกร จำนวน 3 แห่ง ณ สถานที่ทำการของสหกรณ์แต่ละแห่ง มีสมาชิกเข้ารับการฝึกอบรมแต่ละ 60 คน ใช้เวลาในการฝึกอบรมแต่ละ 1 วัน

(4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้สถาบันเกษตรกรร่วมกันผลักดันให้สมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกร นำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาคุณภาพลำไยตามมาตรฐาน GAP

(5) รายงานความก้าวหน้าโครงการและติดตามประเมินผล

5) ผลสำเร็จที่เกิดขึ้น

(1) สมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจด้านการผลิตลำไยให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาด

(2) สมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ปรับใช้ภายในสวนของตนเอง พัฒนาคุณภาพลำไยให้ได้มาตรฐานภายใต้ระบบการจัดการคุณภาพ GAP

(3) กลุ่มมีความเชื่อมั่นในคุณภาพลำไยของสหกรณ์ส่งผลให้ปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น

6) ประโยชน์ที่กลุ่มเป้าหมายได้รับ

(1) สมาชิกสหกรณ์/กลุ่มเกษตรกรได้รับใบรับรองฟาร์มตามระบบการจัดการคุณภาพ GAP พืช ทำให้สามารถพัฒนาคุณภาพผลผลิตลำไยได้ตรงกับความต้องการของตลาด

(2) สถาบันเกษตรกรที่ดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตลำไย จากสมาชิกที่ได้รับการรับรองการพัฒนาคุณภาพลำไยตามมาตรฐาน GAP สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน นำไปสู่การมีลูกค้าที่ยั่งยืน

(3) สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าด้านคุณภาพลำไยของสหกรณ์ ส่งผลให้ปริมาณการสั่งซื้อเพิ่มมากขึ้น และสามารถจำหน่ายผลผลิตได้ราคาดี

(4) เพิ่มช่องทางการตลาดแก่สถาบันเกษตรกรที่รวบรวมผลผลิตลำไย สามารถสร้างความเชื่อมโยงเครือข่ายทางการค้าระหว่างสถาบันเกษตรกร และภาคเอกชนได้

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พลอยชมพู ฐิติยาภรณ์ (2553) ศึกษาเรื่องการสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม พบว่าการสื่อสารของชุมชนและการสื่อสารขององค์กรภายนอกชุมชนมีส่วนสำคัญที่ทำให้ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมสามารถพัฒนาชุมชนตนเอง จากเดิมที่เกือบจะถูกรุกพื้นที่ทำกินไปหมด กลับมาประสบความสำเร็จกลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนที่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยการสื่อสารของชุมชนแบ่งได้เป็นการสื่อสารระหว่างคนในชุมชน มี 5 รูปแบบ คือ สื่อบุคคล สื่อการประชุม ใบบลิว เสียงตามสายและสื่อกิจกรรม กับการสื่อสารระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน มี 5 รูปแบบ คือ สื่อบุคคล ใบบลิว เสียงตามสาย สื่อสถานที่และสื่อกิจกรรม ทั้งนี้พบว่า การสื่อสารของชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์ธรรมชาติ

และวิถีชุมชนชาวคลอง รวมทั้งบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชนและตอกย้ำจุดเด่นให้กับสินค้าการท่องเที่ยว

พลชัย เพชรปลอด (2555) ศึกษาเรื่องกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ของปราชญ์ชาวบ้านศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านบ้านดอนผิงแดด จังหวัดเพชรบุรีการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) กระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ของปราชญ์ชาวบ้านศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านบ้านดอนผิงแดดจังหวัดเพชรบุรี 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และ 3) ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลหลัก 20 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ (1) ปราชญ์ชาวบ้านศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านจังหวัดเพชรบุรีจำนวน 8 คน (2) ผู้มีส่วนผลักดันให้ได้รับคัดเลือกเป็นศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านจำนวน 2 คน (3) ผู้ที่เคยเข้ารับการอบรมความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์จำนวน 10 คนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย (1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (2) แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (3) แบบสัมภาษณ์กลุ่มการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ผลการวิจัยพบว่า 1) กระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ของปราชญ์ชาวบ้านศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านบ้านดอนผิงแดดแบ่งได้เป็น 3 ยุคคือ (1) ยุคที่ปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้รับนวัตกรรมเกิดจากการรับนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ของผู้นำชุมชน (2) ยุคที่ปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้เผยแพร่ นวัตกรรมเกิดจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรโน้มน้าวชาวบ้านทั้งหมู่บ้านให้ทำเกษตรอินทรีย์ได้สำเร็จ (3) ยุคที่ปราชญ์ชาวบ้านเป็นผู้พัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ได้รับคัดเลือกเป็นศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านทำการพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ให้เกษตรกรจากชุมชนอื่นในจังหวัดเพชรบุรีและใกล้เคียง 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสารประกอบด้วย (1) ปัจจัยภายนอกกลุ่มเกิดจากบริบทชุมชนระบบสังคมวัฒนธรรมตัวนวัตกรรมการสนับสนุนจากคนภายนอกและการสนับสนุนจากภาครัฐ (2) ปัจจัยภายในกลุ่มเกิดจากผู้นำและสมาชิกกลุ่ม 3) ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการสื่อสารเกิดจาก (1) ผู้รับสารขาดความเชื่อมั่นในเรื่องประสิทธิภาพของเกษตรอินทรีย์ (2) ผู้ส่งสารมีช่องทางการพัฒนาความรู้ที่จำกัดจึงส่งผลต่อการพัฒนาการสื่อสาร

สมหมาย กล้าณรงค์ (2548) ศึกษาเรื่องการพัฒนาเครือข่ายชุมชนสร้างสุขภาพบ้านทุ่งโป่งอำเภอบางบาลจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยนำกระบวนการแผนแม่บทชุมชนเป็นกลไกสร้างกระบวนการเรียนรู้พัฒนาเครือข่ายกลุ่มที่มีในชุมชนและนำศักยภาพของชุมชนด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินการเป็นชุมชนสร้างสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาศูนย์เครือข่ายชุมชนสร้างสุขภาพบ้านทุ่งโป่งอำเภอบางบาลจังหวัดแม่ฮ่องสอน การพัฒนาเครือข่ายชุมชนสร้างสุขภาพบ้านทุ่งโป่งอำเภอบางบาลจังหวัดแม่ฮ่องสอน การพัฒนาเครือข่ายชุมชนสร้าง

สุขภาพได้ดำเนินการ 5 ขั้นตอนคือ 1) การปรับกระบวนการทัศน์การสร้างเสริมสุขภาพ 2) การเก็บข้อมูลและปัญหาเพื่อรู้จักตนเอง 3) การรายงานคืนข้อมูลสู่ชุมชนและเรียนรู้จากชุมชนต้นแบบ 4) รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพของชุมชน 5) นำผลมาวางแผนงาน/โครงการของชุมชนการเก็บข้อมูลโดยการใช้เครื่องมือแบบบันทึกค่าใช้จ่ายในครัวเรือนการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมผลการวิจัยพบว่าชุมชนบ้านทุ่งโป่งมีลักษณะสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพดีการพัฒนาเครือข่ายด้วยกระบวนการแผนแม่บทชุมชนเป็นกลไกที่สามารถสร้างโอกาสการเรียนรู้ให้ชุมชนมีส่วนร่วมวางแผนจัดการปัญหาของชุมชนเองมีการรวมกลุ่มประชาชนได้เกิดการเรียนรู้จากกระบวนการของโครงการชุมชนและสามารถประยุกต์ใช้ในวิถีประจำวันของตนเอง มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพและการดำเนินชีวิต ลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนมีการใช้เกษตรอินทรีย์หาอาชีพเสริม โครงการส่งเสริมสุขภาพของชุมชนคือโครงการส่งเสริมเกษตรปลอดสารพิษ โครงการส่งเสริมการออกกำลังกายลดโรคลดละเลิกบุหรี่ความสำเร็จของการพัฒนาชุมชน

ขั้นวิจัย เกียรติศรีธนกร (2550) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้การเจรจาต่อรองทางธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาในกรณีการนำเข้ารถจักรยานยนต์ Honda ระหว่างนักลงทุนไทยในฐานะผู้เจรจา ซึ่งก็คือ บริษัท New Chip Xeng จำกัด หรือตัวผู้วิจัยเองและรัฐบาล สปป. ลาว ในฐานะคู่เจรจา ผู้วิจัยแบ่งปัจจัยการเจรจาที่ยึดถือปฏิบัติออกเป็นปัจจัยย่อย ๆ เพื่อให้การศึกษามีความชัดเจนและสะดวกยิ่งขึ้นในการศึกษา โดย (1) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับ สปป. ลาว (2) ศึกษาหลักเกณฑ์การเจรจาต่อรองที่ตัวผู้เจรจายึดถือ (3) ศึกษาถึงขั้นตอนการเจรจาของผู้เจรจาและ (4) ศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของผู้เจรจา

ระเบียบวิธีการวิจัยในการศึกษาปัจจัยที่ทำให้การเจรจาต่อรองทางธุรกิจประสบความสำเร็จนั้น ได้แบ่งวิธีการศึกษาออกเป็น 2 รูปแบบ โดยแบ่งเป็น (1) การศึกษาเชิงเอกสาร (documentary study) และ (2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งแหล่งข้อมูลคือ บุคคลที่มีประสบการณ์การเจรจาต่อรองทางธุรกิจที่รู้เรื่องหรือเคยมีประสบการณ์ร่วมกันในการเจรจาหรือเคยเป็นทีมงานที่ร่วมในการเจรจาต่อรองครั้งนั้นประกอบด้วยจำนวนทั้งหมด 8 ท่านทำการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลจากประชากร ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงความน่าจะเป็น (non-probability sampling) โดยการคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงหรือมีจุดมุ่งหมาย (purposive sampling) จากนั้นจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีระยะเวลา 10 เดือน คือ ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 – วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2550 โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็น (1) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากหนังสือรายงานวิชาการที่เผยแพร่ในประเทศไทยและสปป.ลาว และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและ (2) ทำการสัมภาษณ์ระดับลึกกับผู้รู้เรื่องหรือมีข้อมูลในการเจรจาครั้งนั้น (key informant in-depth interview)

โดยมีการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบไม่เป็นมาตรฐาน (unstructured or unstandardized interview) แล้วจึงไปสู่ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งต้อง (1) วางกลุ่มเป้าหมายและเตรียมแนวคำถาม เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ระดับลึกก่อนแล้วจึง (2) ติดต่อเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์ว่ายอมให้สัมภาษณ์หรือไม่ เมื่อได้รับการตอบรับจึงทำ (3) การติดต่อขอสัมภาษณ์ และส่งแนวคำถามให้กับกลุ่มเป้าหมายแล้ว (4) ทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงนำข้อมูลมา (5) ประมวลผลข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผ่านขั้นตอนการคัดเลือกข้อมูล การเก็บรวบรวมแล้วก็เข้าสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ก็วิเคราะห์ด้วยวิธีเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์ทางด้านบทสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้รู้เรื่องหรือมีข้อมูลในเรื่องเกี่ยวกับประเด็นที่กำลังศึกษาวิจัยเป็นอย่างดี (key informant in-depth interview) และจากประสบการณ์จริงของผู้วิจัย รวมถึงการวิเคราะห์ด้านเนื้อหา บริบท (contextual analysis) โดยใช้หลักการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิด ทฤษฎีและข้อมูลอ้างอิงทางเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่ทำให้การเจรจาต่อรองทางธุรกิจประสบผลสำเร็จได้ โดยแบ่งออกได้เป็น 4 ปัจจัย ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ผู้วิจัยใช้ในการยึดถือ ทั้งทางด้านปัจจัยที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับ สปป.ลาว ซึ่งเน้นใน (1) เข้าใจถึงนโยบายทางการค้า (2) ภาษีทางการค้า (3) ลักษณะทางภูมิศาสตร์ (4) สภาพการค้าและ (5) ระบบเศรษฐกิจ

อีกปัจจัยหนึ่งคือ หลักเกณฑ์ในการเจรจาต่อรองของผู้เจรจาแบ่งออกได้ คือ (1) การเจรจาต่อรองทุกระดับ (2) การสร้างความสัมพันธ์เชิงบวก (3) การใช้เหตุผลสนับสนุน (4) ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบของคู่เจรจา (5) การปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์และ (6) การใช้บุคคลที่

3

ส่วนปัจจัยที่ 3 คือ ขั้นตอนการเจรจาตาม ซึ่งศึกษาตามหลักของ Marquis and Huston โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ช่วงขั้นตอน ในช่วงที่ 1 คือ ช่วงก่อนการเจรจาผู้วิจัยใช้ในการปฏิบัติและยึดถืออยู่เสมอ คือ (1) การรวบรวมข้อมูล เป็นการศึกษาทำความเข้าใจทั้งตัวผู้เจรจาและคู่เจรจา (2) การกำหนดหน้าที่และบทบาทของทีมเจรจาจะต้องให้เหมาะสมกับการเจรจาต่อรองทางธุรกิจและ (3) การทำความเข้าใจวัฒนธรรมของคู่เจรจาก่อนการเจรจาแล้วในช่วงที่ 2 คือ ช่วงระหว่างการเจรจา สามารถแบ่งออกได้ดังนี้ คือ (1) เจรจาให้อยู่ในขอบเขตที่ยอมรับได้ทั้ง 2 ฝ่าย (2) พยายามให้ถูกกาลเทศะและ (3) สร้างบรรยากาศให้เหมาะสมแก่การเจรจาและในช่วงที่ 3 คือ (1) การปิดการเจรจา โดยการปิดการเจรจาเป็นช่วงท้ายของการเจรจาต่อรองมีการสรุปข้อตกลง กำหนดแนวทางการปฏิบัติตามข้อตกลงกัน มีการติดตามประเมินผลหรือแก้ไขข้อกำหนดต่าง ๆ เพื่อให้ทั้ง 2 ฝ่ายพอใจในข้อตกลง

และสุดท้าย คือ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้เจรจาสามารถแบ่งออกได้ คือ (1) การเป็นนักลงทุนแนวหน้าในประเทศที่เข้าไปลงทุนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศที่เข้าไปลงทุนเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้เจรจาได้เป็นอย่างดี (2) ประสบการณ์ทำงาน โดยจะเน้นถึงความตั้งใจและทุ่มเท ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบและการทำความดี

สมพันธ์ บูรณยาพร และคณะ (2553) การดำเนินการวิจัยการพัฒนาตัวแบบสหกรณ์เชิงคุณค่า : กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรบ้านค่าย จำกัด จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยภายใต้ชุดโครงการ “การขับเคลื่อนการพัฒนาสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม” โดยการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และความร่วมมือระหว่างสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำกับสหกรณ์ เพื่อร่วมปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวแบบการสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับการขับเคลื่อนการพัฒนาสหกรณ์การเกษตรให้เป็นสหกรณ์เชิงคุณค่าที่แท้จริง หาแนวทางในการพัฒนาการศึกษาระบบการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ให้สามารถแก้ปัญหา ให้กับสมาชิก สร้างกระบวนการเรียนรู้ของผู้บริหารและสมาชิกสหกรณ์ในการพัฒนาช่องทางการตลาดสำหรับผลไม้ ยางพารา และบริการของสหกรณ์ในทิศทางที่เอื้อต่อการประกอบอาชีพของสมาชิก และชุมชน สำหรับการดำเนินการภายใต้ระยะเวลา 1 ปี ได้มีการดำเนินงานวิจัย เริ่มด้วย การประชุมระหว่างทีมวิจัยกับผู้ประสานงานเพื่อพัฒนาโจทย์วิจัย เพื่อพิจารณาข้อเสนอโครงการทำความเข้าใจ และดำเนินการร่วมจัดทำแผนกลยุทธ์ โดยการจัดกิจกรรมระดมความคิดจากกรรมการผู้บริหาร ร่วมกับฝ่ายเจ้าหน้าที่สหกรณ์และผู้ประสานงาน ได้นำข้อสรุปจากการระดมความคิด เพื่อให้ผู้ประสานงานร่วมวิเคราะห์ปรับปรุง เพื่อทำกิจกรรมสนองตอบปัญหาการวิจัยและพัฒนาขึ้นเป็น โครงการ การจัดทำแบบบรรยายลักษณะงานของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ได้จัดทำโครงการจัดทำฐานข้อมูลของสมาชิกสหกรณ์ และทำการออกแบบและทดสอบแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงแก้ไข จัดทำโครงการพัฒนาผู้นำกลุ่มสมาชิกสายเลือดใหม่ จัดประชุมกลุ่มสมาชิกเพื่อเปิดเวทีให้สมาชิกระดมความคิดเห็น เพื่อให้สหกรณ์ตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้มากขึ้น การจัดอบรมการทำน้ำสักดมูลสุกรให้กับสมาชิกที่สนใจ และพัฒนาเป็นสวนต้นแบบ การจัดการเรียนรู้ระบบบริหารจัดการสหกรณ์ “การสร้างเอกภาพในการทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการสู่การบรรลุวิสัยทัศน์” การพัฒนาตัวแบบสหกรณ์เชิงคุณค่าดังกล่าว จะประกอบด้วยการดำเนินการภายใต้ทีมที่ปรึกษาจากสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ โดยมีเป้าหมายในการดำเนินการ 2 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก : การปรับเปลี่ยนความคิดในการขับเคลื่อนการดำเนินงานสหกรณ์ให้เป็นไปภายใต้กรอบคิดการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการของคน 3 ฝ่าย โดยจะดำเนินการภายใต้ทีมที่ปรึกษาจากสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ผ่านกระบวนการเรียนรู้ของศูนย์เรียนรู้สหกรณ์ขั้นตอนที่สอง : การพัฒนาระบบการ

บริหารจัดการสหกรณ์ ให้เกิดความเข้มแข็งและก่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและชุมชน โดยจะประกอบได้ด้วยการจัดทำแผนธุรกิจสหกรณ์ภายใต้ทีมที่เลี้ยง การดำเนินการตามแผนธุรกิจและการติดตามประเมินผล ซึ่งกระบวนการดำเนินการวิจัยจะประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ขั้นตอนที่ 1: การประชุมหารือระหว่างสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์และทีมวิจัยสหกรณ์เพื่อวางกรอบแนวทางการวิจัย โครงการวิจัยการขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม ขั้นตอนที่ 2: การวางแผนเรื่องการเรียนรู้จำแนกตามเป้าหมายการเรียนรู้ ขั้นตอนที่ 3: การดำเนินการจะประกอบด้วย 3.1 การวางแผนธุรกิจสหกรณ์ภายใต้ทีมที่เลี้ยงจากสถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ 3.2 การดำเนินการตามแผนธุรกิจ แผนการเรียนรู้ ขั้นตอนที่ 4: การติดตามประเมินผลและถอดบทเรียน เพื่อให้ทราบผลลัพธ์และผลกระทบที่เกิดจากการวิจัย

สมเกียรติ น่วมนา และคณะ (2558) ศึกษาและหาแนวทางพัฒนาในการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการผลิตลำไยของเกษตรกรผู้ผลิตลำไยในจังหวัดลำพูน เพื่อสร้างระบบสารสนเทศที่ช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตลำไย และเกษตรกรผู้ผลิตลำไยสามารถนำไปปฏิบัติใช้งานได้จริง โดยทำการศึกษาระบบการผลิตลำไย ตั้งแต่ช่วงการเพาะปลูกจนถึงการเก็บผลผลิตลำไยสดเพื่อส่งขาย โดยการประเมินและวัดผลประสิทธิภาพของแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิตลำไย จะใช้ข้อมูลกำลังการผลิต ก่อนและหลังโดยไม่มีผลกระทบจากปัจจัยจากภัยธรรมชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง และจะทำการทดสอบระบบในสวนตัวอย่างก่อนนำไปเผยแพร่และใช้งานในสวนลำไยอื่นๆต่อไป

จากการศึกษาข้อมูลภาพรวมของกระบวนการในปัจจุบันของสวนลำไยตัวอย่าง ตั้งแต่การเตรียมการจัดเตรียมดิน น้ำ ปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืช การจัดเตรียมต้นลำไย การตบแต่งกิ่งลำไย การดูแลขณะต้นลำไยเริ่มออกดอก และการเก็บเกี่ยวผลผลิต โดยทำการวิเคราะห์การดำเนินงานเชิงลึกของกระบวนการผลิตโดยใช้แผนภูมิกระบวนการไหล (Flow process chart) เพื่อเก็บข้อมูลหาขั้นตอนการผลิตในแต่ละช่วงเวลาการการปลูกลำไยของเกษตรกร มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตด้วยการปรับปรุงกระบวนการทำงานตามหลักการทางวิศวกรรมอุตสาหกรรม และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการออกแบบแอปพลิเคชันที่ใช้งานผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ เพื่อช่วยในการทำงานในการวางแผนการเพาะปลูกลำไยให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการตัดขั้นตอนการทำงานที่ไม่จำเป็นออก หากมีการจัดลำดับการทำงานใหม่โดยใช้เครื่องมือหาสาเหตุ และวิเคราะห์ปัญหา (7 QC Tools) และหลักการ ECRS มาช่วยในการกำจัดและลดขั้นตอนในการทำงานที่สูญเปล่า หรือปรับเปลี่ยนขั้นตอนการทำงาน หลังจากทำการปรับปรุงแล้วได้ทำการเก็บข้อมูลผลผลิตของลำไยหลังการปรับปรุงเพื่อประเมินผลแอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิต

ลำไย ที่ได้ทำขึ้นในช่วงนำร่อง (Pilot run) โดยนำข้อมูลด้านผลผลิตที่ได้มาทำการประเมินและจัดทำเป็นขั้นตอนการทำงานมาตรฐานกับเกษตรกรสวนลำไยตัวอย่าง

ผลจากการวิจัยพบว่าสามารถปรับปรุงกระบวนการทำงานได้ตามมาตรฐานที่สร้างและกำหนดไว้ตามแผนงานในแอปพลิเคชัน และทำให้ได้ผลผลิตลำไยต่อต้นของกลุ่มตัวอย่างจากเดิม 131.4 กิโลกรัมต่อต้น เพิ่มขึ้นเป็น 164.6 กิโลกรัมต่อต้น โดยคิดเป็นประมาร้อยละ 25 ต่อต้น



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด จังหวัดลำนูน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยจึงกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informants) เพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้โดยกำหนดจากลักษณะที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาการสื่อสาร 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

1.1 แกนนากลุ่ม ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด คือ นางมาลี เปรมมณี

1.2 คณะกรรมการสหกรณ์ จำนวน 13 คน มาจากผู้แทนหมู่บ้านมีตำแหน่งเป็นผู้นำหมู่บ้านในชุมชน 9 หมู่บ้าน ใน ต.ประจวบ และผู้ที่มีจิตอาสา มีความรู้ประสบการณ์ในงานสหกรณ์มาก่อน มีรายชื่อดังต่อไปนี้

1.2.1 นายบุญมี คันธาทอง	ประธานกรรมการ
1.2.2 นายสุทัศน์ คันธาทอง	รองประธานกรรมการคนที่ 1
1.2.3 นายนิคม จิตตะวะนา	รองประธานกรรมการคนที่ 2
1.2.4 นายดุสิต ยาชะวันนา	กรรมการ
1.2.5 นายสาคร คำวินิจ	กรรมการ
1.2.6 นายดวงคำ คำมี	กรรมการ
1.2.7 นายสนั่น บุญธิ	กรรมการ
1.2.8 นายสุรศักดิ์ คำบุรี	กรรมการ
1.2.9 นางอนงค์ โยงจิตร	กรรมการ
1.2.10 นางสุจินันท์ ทิพย์พิงค์	เหรัญญิก
1.2.11 นางสุกัญญา เตพา	เลขานุการ
1.2.12 นายยุทธ อินม่วง	ผู้ตรวจสอบกิจการ
1.2.13 นายสุเนตร อินตะพิงค์	ผู้ตรวจสอบกิจการ

1.3 **เจ้าหน้าที่รัฐ** กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยต้องเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานด้านเกษตรกรรม ได้แก่ เจ้าหน้าที่กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์การเกษตร จังหวัดลำพูน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 **แบบสัมภาษณ์เชิงลึก** โดยสัมภาษณ์จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) 3 กลุ่มคือ

3.1.1 **แกนนำผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด อ.เมือง จ.ลำพูน** คือ นาง มาลี เปรมมณี

3.1.2 **คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด อ.เมือง จ.ลำพูน** จำนวน 13 คน

3.1.3 **ผู้มีส่วนผลักดัน** คือ ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน นางฉัฐธรา วงศ์ธิดา และเจ้าหน้าที่ชำนาญการ 2 คน

3.2 **แบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม**

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.1 **การศึกษาเอกสาร** ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากเอกสารหนังสือรายงานงานวิจัย เว็บไซต์ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบแนวคิดที่จะเข้าไปศึกษาข้อมูลในภาคสนาม

4.2 **การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่ม** ผู้วิจัยใช้วิธีการเข้าไปที่สหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัดและสหกรณ์การเกษตรจังหวัดลำพูน เพื่อแนะนำตัวและแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้พร้อมทั้งขอข้อมูลรายชื่อผู้เกี่ยวข้องเพื่อขออนุญาตสัมภาษณ์

4.3 **การสัมภาษณ์เชิงลึก** เมื่อกลุ่มเป้าหมายทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างชัดเจนผู้วิจัยจึงเริ่มกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างด้วยประเด็นคำถามในลักษณะปลายเปิดที่เตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ภายใต้ลักษณะการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการและยืดหยุ่นคำถามไปตามสถานการณ์

ผู้วิจัยนัดหมายสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละบุคคลตามความสะดวกของกลุ่มตัวอย่างมีการจดบันทึกเพื่อใช้ตรวจทานข้อมูลอีกครั้งหนึ่ง

4.4 แบบสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้เข้าสังเกตการณ์การประชุมคณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด อ.เมือง จ.ลำพูน ประจำเดือนกันยายนและตุลาคม 2558



ภาพที่ 3.1 การสังเกตการประชุมของคณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์เริ่มต้นจากการรวบรวมข้อมูลนำมาจัดหมวดหมู่หาความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดต่างๆ ตามวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและตรงตามประเด็นการศึกษาที่วางไว้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ การสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด จังหวัดลำพูน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของกลุ่ม สหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
2. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่ม สหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่ม สหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informants) จำนวน 17 คน ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ

1. แกนนำกลุ่ม ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน คือ นางมาลี เปรมมณี
2. คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 13 คน
3. เจ้าหน้าที่รัฐ ประกอบด้วย ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน คือ นางณัฐภา วงศ์ธิดา และเจ้าหน้าที่ชำนาญการ 2 คน

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

ตอนที่ 1 กระบวนการสื่อสารของสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ตอนที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ตอนที่ 1 กระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

ผลการศึกษากระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ
อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน พบว่า กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นจาก 3 กลุ่มคือ (1) กระบวนการสื่อสารที่เกิด
จากแกนนำกลุ่ม (2) กระบวนการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรที่เป็นคณะกรรมการกลุ่ม และ
(3) กระบวนการสื่อสาร ที่เกิดจากเจ้าหน้าที่รัฐ ซึ่งวิเคราะห์ได้ดังนี้

1.1 กระบวนการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรที่เกิดจากแกนนำกลุ่ม (นางมาลี เปรมมณี)

1.1.1 ผู้ส่งสาร

นางมาลี เปรมมณี มีการศึกษาระดับปริญญาโท ได้รับการมอบหมายและ
ความเห็นชอบจากกลุ่ม ให้มาดำรงตำแหน่ง”ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด” ดำรง
ตำแหน่งมาจนถึงปัจจุบันเป็นเวลา 6 ปี

ในฐานะแกนนำกลุ่ม นางมาลี เปรมมณี ได้ใช้ความสามารถทางการสื่อสาร
ด้านการต่อรองผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไย โดยการติดต่อซื้อขายผลผลิตของเกษตรกร
ต่อรองขายผลผลิตได้ราคาเป็นที่พึงพอใจของสมาชิก เมื่อมีปัญหาด้านการต่อรองเกิดขึ้นจะใช้การ
ประชุมเจรจาในกลุ่มทั้งกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่

“ปัญหาย่อมเกิดได้ตลอดเวลาและมีไว้ให้หาทางแก้ไข เราต้องเตรียมตัว
เตรียมใจให้พร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาเหล่านี้” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประจวบ, 15
กันยายน 2558)

จะเห็นได้ว่า ผู้จัดการสหกรณ์ที่มีวิสัยทัศน์ ปัญหาย่อมเกิดขึ้นได้ แต่ทุกอย่าง
สามารถแก้ไขได้เช่นกัน ปัญหาส่วนใหญ่ที่ประสบอยู่ คือเรื่องการรับซื้อไม่เที่ยงตรง แต่เมื่อนำเอา
การเจรจากับคู่ค้ามาใช้ ก็สามารถแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปด้วยดี

จากการเข้าไปสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม พบว่า ในฐานะผู้ส่งสาร นาง
มาลี เปรมมณี มีบุคลิกลักษณะคุณสมบัติเด่นกว่าผู้อื่นในกลุ่มและมีอิทธิพลมากกว่าบุคคลอื่นๆ ใน
หน่วยงานทั้งสามารถสร้างความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เกิดขึ้นกับหน่วยงาน สามารถ
บริหารประสานประโยชน์ในกลุ่มเสมือนเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มซึ่งมีอิทธิพลและอำนาจสามารถ
บังคับบัญชาบุคคลในกลุ่มให้ปฏิบัติตามจนบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ การใช้การสื่อสาร
แบบนี้มั่นใจว่าทำให้สมาชิกกลุ่มขยายขอบเขตการผลิตและส่งเสริมให้ปลูกของดีมีคุณภาพคือการ

ปลูกฝังทัศนคติที่ดีงามแก่สมาชิก อำนวยการต่อรองด้านผลผลิตจะเดินทางไปสู่ความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผลผลิตมีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับของคู่ค้า

ผลการดำเนินงานของผู้จัดการสหกรณ์ที่สำคัญยิ่งในการเจรจาต่อรองราคาผลผลิตในหลายๆปีที่ผ่านมา ยอดขายปี 2557 เดือนมิถุนายน 70 ล้านบาท ปี 2558 เดือนสิงหาคม จำหน่ายได้ 300 ตัน ราคาโคโลรัมละ 33-35 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ดีมาก

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล คือ

“เราต้องซื่อสัตย์ต่อคู่ค้า เจรจาอย่างตรงไปตรงมา ความที่เรามีจุดมุ่งหมายอันเดียวกันคือการเจรจาต่อรองเรื่องราคา เลยทำให้การทำงานง่ายขึ้น ต่างฝ่ายต่างอ่านใจกันออก” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประดู่ป่าจำกัด, 20 สิงหาคม 2558)

แกนนำกลุ่มมีประสบการณ์จากการทำงานมานานถึง 6 ปี ใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาในเรื่องการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยประดู่ป่า โดยการเรียกประชุม เจรจากันทั้งในกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่

1.1.2 ด้านเนื้อหาสาร

1) เนื้อหาที่ใช้กับคณะกรรมการและสมาชิก

- (1) ประเด็นต่างๆ ที่จะนำเสนอในการประชุมย่อยและประชุมใหญ่
- (2) การต่อรองราคาลำไยกับคู่ค้า
- (3) การพัฒนาคุณภาพลำไยให้ได้มาตรฐาน
- (4) ประเด็นที่จะนำมาเสนอ ติดต่о ขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่รัฐ

“จะมีการพูดคุยและปลูกฝังให้สมาชิกและชุมชนว่า เราจะต้องผลิตสินค้าคุณภาพดีที่ได้มาตรฐาน จึงจะทำให้การต่อรองราคาเป็นไปอย่างราบรื่น และชื่อเสียงของพวกเราจะเป็นที่รู้จักไปทั่ว” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประดู่ป่าจำกัด, 20 สิงหาคม 2558)

จะเห็นได้ว่า เนื้อหาสารที่แกนนำกลุ่มตอกย้ำให้สมาชิกและชุมชนปฏิบัติตาม เรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานคือปัจจัยที่นำมาซึ่งความสำเร็จในด้านการต่อรองผลผลิตที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง

2) เนื้อหาที่ใช้กับเจ้าหน้าที่รัฐ

- (1) ขอความช่วยเหลือด้านงบประมาณ
- (2) ขอความช่วยเหลือทางด้านวิชาการ ให้ความรู้และการจัดอบรม

สมาชิก

- (3) ขอคำแนะนำ ปรึกษาปัญหาต่างๆ
- (4) การต่อรองกับคู่ค้า

(5) การหาตลาดและแหล่งทุน

“ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์และเจ้าหน้าที่ในแผนกได้ให้ความช่วยเหลือสหกรณ์เรเกือบทุกอย่างนับตั้งแต่การสร้างโรงเรือน ซื่อตะกร้าใส่ผลไม้ ติดต่อหาตลาดและแหล่งทุน จัดฝึกอบรมให้ความรู้ทางวิชาการแก่สมาชิก สำหรับตัวดิฉันเอง นับถือทุกท่านว่าเป็นพี่เลี้ยง ช่วยเหลืออย่างเต็มที่ ท่านต้องการให้เราก้าวไกลอย่างมั่นคง ต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้ด้วย” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประดู่ป่าจำกัด, 20 สิงหาคม 2558)

3) เนื้อหาที่ใช้ในการติดต่อกับลูกค้า

- (1) การต่อรองราคาลำไย
- (2) คุณภาพของสินค้า
- (3) ปริมาณในการซื้อขาย
- (4) สถานที่รับส่งสินค้า

“ความจริงใจที่มีต่อกู้ค้า เจริญอย่างเปิดเผย มั่นใจในคุณภาพของผลผลิต จึงสามารถต่อรองราคาได้ด้วยดีตลอดมา เราจะตกลงปริมาณการรับซื้อและราคาหลายๆ วันก่อนสำรวจพื้นที่ที่จะเก็บผลผลิต จากนั้นจึงแจ้งให้สมาชิกทราบว่าใครมีปริมาณผลผลิตเท่าไร รวบรวมจำนวนให้พอดีกับออเดอร์ของลูกค้า แล้วนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ ที่จะส่งมอบผลผลิต เราเรียนรู้จากประสบการณ์ว่าลำไยเก็บแล้วต้องรีบจำหน่าย หลายปีก่อน เราเคยมีผลผลิตตกค้าง จำเป็นต้องจำหน่ายในราคาต่ำ ทำให้สมาชิกขาดทุน ทั้งนี้ก็เพราะการบริหารจัดการไม่ดีพอ ไม่มีการสื่อสารกันจากทั้งสามฝ่าย คือผู้ผลิต ฝ่ายการตลาดคือตัวดิฉันเอง และลูกค้า บทเรียนที่ผิดพลาด ทำให้เรานำมาปรับปรุงแก้ไข วิเคราะห์ว่า อะไร ทำไม่ ถึงเป็นเช่นนั้น ด้วยความร่วมมือจากทางเจ้าหน้าที่รัฐ กรรมการสหกรณ์และสมาชิก เราจึงก้าวมาถึงจุดนี้ได้” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประดู่ป่าจำกัด, 20 สิงหาคม 2558)

4) เนื้อหาที่ใช้กับชุมชน

- (1) การขยายปริมาณการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ
- (2) เน้นย้ำเรื่องการผลิตลำไยที่ได้มาตรฐาน
- (3) การให้ความรู้ ความเข้าใจในการผลิตลำไยนอกฤดูอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

หลักวิชาการ

- (4) การจัดแบ่งโซนการผลิตลำไยนอกฤดูตามความต้องการของตลาด

“ผู้คนที่อยู่ในชุมชนประดู่ป่า ส่วนมากเป็นสมาชิกของสหกรณ์เรา แต่ก็มีบางคนเป็นสมาชิกของสหกรณ์อื่นด้วย คนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกแต่ต้องการขายผลผลิตให้เรา บางราย

รอดูท่าที คาดหวังผลประโยชน์ไว้ก่อน พอเห็นเราดำเนินงานได้กำไรดีค่อยมาสมัครเป็นสมาชิกทีหลัง จะเห็นได้จากจำนวนสมาชิกที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากเริ่มแรก 300 กว่าคน เป็น 400 กว่า และจะถึง 500 คนในไม่ช้า ฉะนั้นเราจึงได้ให้ความสนใจที่จะประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้แก่ชุมชนใกล้เคียงตัวมาก ที่นี้เรามีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์อยู่แล้ว เรารู้จักคุ้นเคยกันมานานปี รักกันเหมือนพี่น้อง เราช่วยเขาก่อน จากนั้นต่างคนต่างก็ร่วมมือร่วมใจกัน แล้วความเป็นปึกแผ่นจะตามมา สามัคคีคือพลังค่ะ” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประดู่ป่าจำกัด, 20 สิงหาคม 2558)

1.1.3 ด้านช่องทางการสื่อสาร

แกนนำกลุ่มได้ใช้รูปแบบการสื่อสารกับสมาชิกกลุ่มดังนี้

- 1) การสื่อสารระหว่างบุคคลใช้ทุกวัน
- 2) การสื่อสารกลุ่มเล็ก เช่น การจัดอบรม เสวนา
- 3) การสื่อสารกลุ่มใหญ่ การรับฟังบรรยายจากวิทยากร
- 4) การประชุม การประชุมมีการประชุมใหญ่สามัญประจำปีกับ

คณะกรรมการและสมาชิกปีละหนึ่งครั้ง เป็นการประชุมอย่างเป็นทางการ ประชุมกับชุมชนปีละหนึ่งครั้ง ประชุมกับคณะกรรมการสหกรณ์ทุกวันที่ 15 ของทุกๆ เดือน

กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประดู่ป่ามีการใช้สื่อในการต่อรองด้านผลผลิตดังนี้

- 1) สื่อบุคคล มีผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ เจ้าหน้าที่รัฐ มาช่วยให้ความรู้ ด้านการสื่อสารการเจรจาต่อรองเพื่อผลผลิต
- 2) สื่อกิจกรรม จัดกิจกรรมขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการเจรจาต่อรอง เช่น กิจกรรมพัฒนาความรู้ การศึกษาดูงาน การอบรม การจัดเวทีชุมชน
- 3) สื่อเฉพาะกิจ มีการประชาสัมพันธ์ โฆษณา นิทรรศการ แผ่นพับ ใบปลิว
- 4) สื่อมวลชน มีรายการนำเสนอข่าวสารการทำงานของกลุ่มผ่านหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น ทางสถานีวิทยุและข่าวสารทางโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการต่อรองผลผลิต

5) สื่อใหม่ สื่อใหม่ที่ใช้ในชีวิตประจำวันของแกนนำกลุ่มคือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต สามารถส่งไลน์ อีเมลล์ เฟซบุ๊กได้นำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อการต่อรอง ให้ความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลาและโอกาส

1.1.4 ผู้รับสาร ผู้รับสารที่แกนนำกลุ่มสื่อสารต่อรองด้านผลผลิต จำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย เกษตรกร เจ้าหน้าที่รัฐ พ่อค้าคนกลาง สื่อมวลชนส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น

- 1) การสื่อสารกับกลุ่มเกษตรกร

- (1) การรับฟังและเสนอแนะด้านการต่อรองผลผลิตกับคู่ค้า
- (2) ประชุมย่อยและประชุมใหญ่ มีการเจรจา ปรีกษาหารือ
- (3) การให้ความรู้ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ
- (4) การจัดงานสาธิตกิจกรรมของกลุ่มในงานลำไยของจังหวัดและ

ท้องถิ่น

2) การสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐ

- (1) ขอความช่วยเหลือด้านการปรึกษาหารือ คำแนะนำ
- (2) ขอความช่วยเหลือด้านงบประมาณ
- (3) ด้านส่งเสริมความรู้ งานวิชาการ
- (4) จัดนิทรรศการผลงานด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองร่วมกัน

3) การสื่อสารกับพ่อค้าคนกลาง

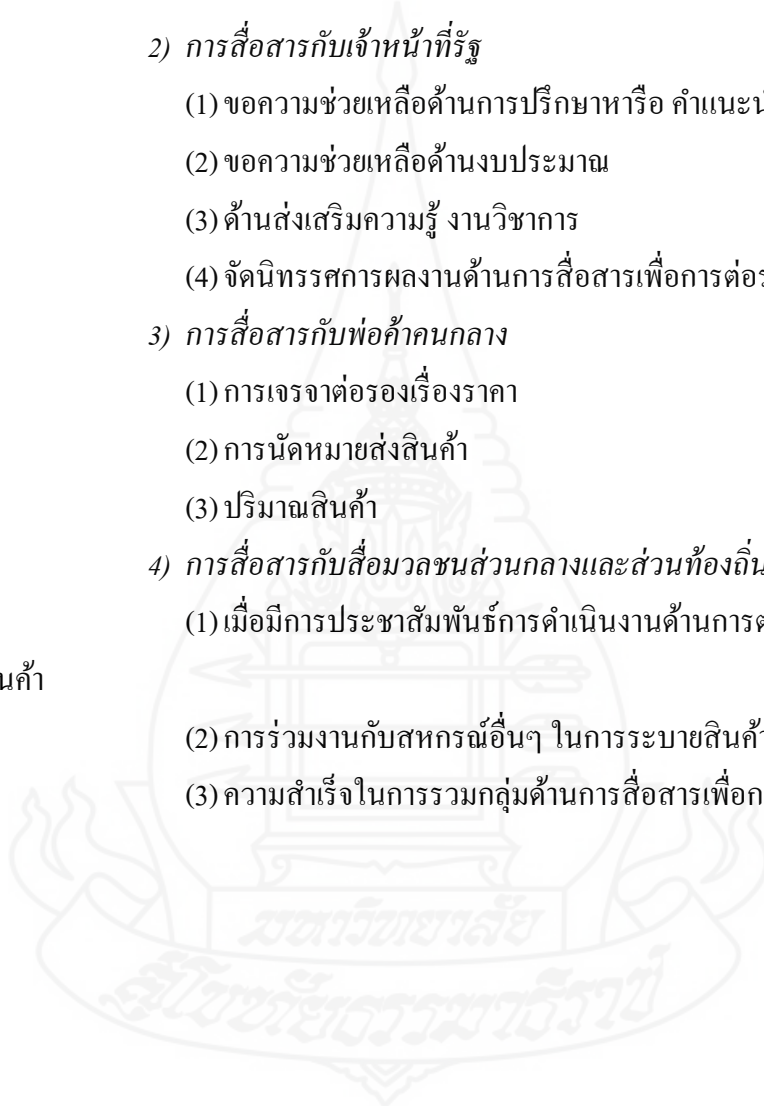
- (1) การเจรจาต่อรองเรื่องราคา
- (2) การนัดหมายส่งสินค้า
- (3) ปริมาณสินค้า

4) การสื่อสารกับสื่อมวลชนส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น

- (1) เมื่อมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานด้านการต่อรองหรือการ
- (2) การร่วมงานกับสหกรณ์อื่นๆ ในการระบายสินค้า
- (3) ความสำเร็จในการรวมกลุ่มด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองด้าน

จำหน่ายสินค้า

ผลผลิต



ตารางที่ 4.1 กระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด : แกนนำกลุ่ม

ผู้สื่อสาร	สาร	สื่อ / ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
นางมาลี เปรมมณี	มีการใช้สาร 4 ลักษณะ คือ 1. เนื้อหาที่ใช้กับคณะกรรมการ และสมาชิก 2. เนื้อหาที่ใช้กับเจ้าหน้าที่รัฐ 3. เนื้อหาที่ใช้ในการติดต่อ คู่ค้า 4. เนื้อหาที่ใช้กับชุมชน	มีการใช้สื่อ และช่องทางการสื่อสาร ดังนี้ 1. สื่อสารกลุ่มเล็ก/กลุ่มใหญ่ 2. สื่อสารระหว่างบุคคล/กลุ่ม 3. สื่อที่ใช้มี สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อ เฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่อใหม่ เช่น อีเมล เฟซบุ๊ก สมาร์ทโฟน 1. ขอความช่วยเหลือด้านงบประมาณ 2. ขอความช่วยเหลือด้านวิชาการ 3. ขอคำแนะนำปรึกษาปัญหาต่างๆ เช่น การต่อรองกับลูกค้า หาดตลาดและแหล่งทุน 1. การต่อรองราคาลำไย 2. คุณภาพของสินค้า 3. ปริมาณในการซื้อขาย 4. สถานที่รับส่งสินค้า 1. การขยายปริมาณการผลิตลำไยที่มี คุณภาพ 2. การเน้นย้ำเรื่องการผลิตลำไยที่ได้ มาตรฐาน 3. การให้ความรู้เรื่องการผลิตลำไยนอก ฤดูจากนักวิชาการ 4. การจัดแบ่งโซนการผลิตลำไยนอกฤดู ตามความต้องการของตลาด	ผู้รับสารที่แกนนำกลุ่ม สื่อสารด้วยมี 4 กลุ่มคือ 1. เกษตรกร 2. เจ้าหน้าที่รัฐ 3. พ่อค้าคนกลาง 4. สื่อมวลชนส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่น

1.2 กระบวนการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรที่เป็นคณะกรรมการสหกรณ์การเกษตร ประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบฯ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบฯ อำเภอเมือง
จังหวัดลําพูน มีจำนวน 11 คน ผู้ตรวจสอบกิจการ 2 คนรวมทั้งหมด 13 คน มาจากผู้แทนหมู่บ้านมี
ตำแหน่งเป็นผู้นำหมู่บ้านในชุมชน 9 หมู่บ้าน ใน ต.ประจวบฯ และมีจิตอาสา มีความรู้ประสบการณ์
ในงานสหกรณ์มาก่อน มีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. นายบุญมี กันธาทอง	ประธานกรรมการ
2. นายสุทัศน์ กันธาทอง	รองประธานกรรมการคนที่ 1
3. นายนิคม จิตตะวะนา	รองประธานกรรมการคนที่ 2
4. นายคูสิต ยาชะวันนา	กรรมการ
5. นายสาคร คำวินิจ	กรรมการ
6. นายดวงคำ คำมี	กรรมการ
7. นายสนั่น บุญธิ	กรรมการ
8. นายสุรศักดิ์ คำบุรี	กรรมการ
9. นางอนงค์ โยงจิตร	กรรมการ
10.นางศุจินันท์ ทิพย์พิงค์	เหรัญญิก
11.นางสุกัญญา เตพา	เลขานุการ
12.นายยุทธ อินม่วง	ผู้ตรวจสอบกิจการ
13.นายสุเนตร อินตะพิงค์	ผู้ตรวจสอบกิจการ

คณะกรรมการได้รับเลือกตั้งให้มาดำรงตำแหน่งคนละ 2 วาระๆละ 2 ปี สามารถ
ทำงานได้ 2 วาระ แล้วเว้นวรรค 1 ปีจึงจะลงสมัครเป็นกรรมการวาระต่อไปได้

การศึกษาของคณะกรรมการ ส่วนมากอยู่ในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา
ตอนต้น วิทยกลางคนจะอยู่ในระดับระดับ ปวช. ปวส. มีระดับปริญญาโท 1 คน คือ นายคูสิต
ยาชะวันนา ซึ่งเคยดำรงตำแหน่งนายก อบต.

อายุระหว่าง 40-72 ปี ส่วนมากอายุระหว่าง 55-65 ปี

เพศหญิง 3 คน ชาย 9 คน เพศชายส่วนมากเป็นผู้นำชุมชนหรือเคยเป็นผู้นำชุมชน
มาก่อน

กรรมการส่วนใหญ่จะเคยดำรงตำแหน่งมาก่อนหลายวาระ มีเพียง 3 คนที่ได้รับ
เลือกตั้งเข้ามาใหม่

1.2.1 ผู้ส่งสาร

ในฐานะผู้ส่งสารปัญหาหลักที่กลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบคีรีขันธ์ในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน ต้องเผชิญเช่น

การระบายผลผลิตออกสู่ตลาด ถ้าผลผลิตมาก ไม่มีตลาดรองรับ ปัญหาใหญ่ที่ตามมาคือ การเก็บรักษาให้ได้คุณภาพ ซึ่งถ้าไม่มีการเก็บในห้องเย็นแล้วจะทำให้คุณภาพเสื่อมภายในเวลาไม่กี่วัน ปัจจุบันมีการอบกัมมะถันเพื่อต่ออายุให้สินค้า สามารถส่งจำหน่ายให้อยู่ในสภาพดีได้ 6-7 วัน

“ทุนทรัพย์ในการบริหารงานของเรามีน้อย ปัจจุบันสิ่งที่เราต้องการอย่างเร่งด่วนคือห้องเย็นเก็บผลผลิตที่ไม่สามารถส่งจำหน่ายได้ภายใน 1-2 วัน เราไปเช่าเขามา สิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายโดยใช่เหตุ” (นายนิคม จิตตะวะนา รองประธานคนที่ 2, 18 กันยายน 2558)

การแปรรูปสินค้าตกค้างเป็นเรื่องที่จะต้องหาทางดำเนินการต่อไปด้วย ปัจจุบันจะจำหน่ายให้พ่อค้าปลีกหรือเจ้าของกิจการแปรรูประดับชุมชนนำไปทำ

การผลิตลำไยให้มีคุณภาพ ตรงตามเป้าหมายและการแบ่งกันผลิตลำไยนอกฤดู เพื่อให้มีผลผลิตจำหน่ายตลอดทั้งปี

“ผมทำงานมาสี่ปีแล้วครับ อยู่ฝ่ายตรวจสอบกิจการหรือคิวซี เราเจอปัญหาลำไยไม่ได้คุณภาพจากสมาชิกบางคนหรือบางกลุ่ม ฉะนั้น เราต้องเน้นย้ำกับสมาชิกทุกคนให้ผลิตเฉพาะสินค้าที่ดีมีคุณภาพเท่านั้น” (นายสุนทร อินตะพิงค์ ผู้ตรวจสอบกิจการ, 17 กันยายน 2558)

“ที่ผ่านมามากกว่าปีก่อน คุณภาพของลำไยเรายังไม่ค่อยดีนัก เมื่อมีการปลูกจิตสำนึกให้สมาชิกผลิตแต่ของดีมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน ทุกอย่างก็ดีขึ้น ปี 2558 ผลผลิตของเราดีมากครับ” (นายบุญมี คันชาทอง ประธานสหกรณ์, 17 กันยายน 2558)

“ผมว่าปัญหาหลักของพวกเราคือ ปูย ยาฆ่าแมลง พวกฮอร์โมนต่างๆราคาสูงรวมทั้งค่าแรงที่สูงมาก ทำให้การลงทุนทำลำไยทั้งในและนอกฤดู เมื่อต้นทุนสูง เราก็ต้องพึ่งพาเงินทุนจากแหล่งอื่นๆ” (นายสุทัศน์ คันชาทอง รองประธานคนที่ 2, 19 กันยายน 2558)

ผลการดำเนินงานกรรมการกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบคีรีขันธ์ในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนที่ผ่านมา มีดังนี้

- 1) ซื้อและขายผลผลิตของเกษตรกรตลอดทั้งปี
- 2) จัดหาคนมาตรวจสอบคุณภาพและราคา ตั้งราคาลำไยที่ถูกต้องหนึ่งกิโล
- 3) หาแหล่งเงินกู้ที่ดอกเบี้ยต่ำให้เกษตรกรกู้ยืม รวมทั้งหาทุนหมุนเวียนให้สหกรณ์สามารถดำเนินงานได้ในสภาพคล่อง

4) จัดหาวัสดุ อุปกรณ์ เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง น้ำมันเชื้อเพลิง สินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายให้เกษตรกรในราคายุติธรรม

5) จัดอบรมให้สมาชิกเรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ ลดต้นทุน เพิ่มกำไรตามหลักวิชาการ

“เรื่องการจัดอบรมให้ความรู้ด้านการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ เรามี อาจารย์จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นวิทยากรที่เลี้ยง ท่านเป็นคนในท้องถิ่นของเรามาก่อน ท่านให้คำแนะนำที่พวกเราสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เห็นผลทันตา ผมว่าเราได้เปรียบกว่ากลุ่มอื่นค่อนข้างมากทีเดียว” (นายคสิต ยาชะวะนา กรรมการ, 18 กันยายน 2558)

กรรมการกลุ่มได้ใช้กระบวนการตอกย้ำจิตสำนึกของเกษตรกร ให้ผลิตแต่ลำไยที่มีคุณภาพดีเท่านั้น อีกทั้งการคัดเกรด บรรจุหีบห่อจำหน่าย ต้องอยู่ในสภาพที่ดี เพื่อชื่อเสียงของกลุ่มและการค้าที่ยั่งยืน ให้หวังผลทั้งในระยะสั้นและยาว ไม่เอาโรคเอาเปรียบผู้อื่นเข้าไปใช้แก้ไขปัญหาในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน

กรรมการกลุ่ม ได้ใช้ “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน โดยการให้ความรู้แก่เกษตรกรเรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ การดูแลรักษาผลผลิตอย่างถูกวิธี การผลิตนอกฤดู เช่นเชิญวิทยากรที่ปรึกษากลุ่ม คือ นักวิชาการจาก มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มาอบรมหรือไปรับฟังการอบรมนอกสถานที่

กรรมการกลุ่ม กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตูป่า มีกระบวนการสื่อสารที่มีการรวมกลุ่มการตัดสินใจร่วมกันของสมาชิก จึงทำให้การต่อรองด้านผลผลิตเข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพสูง นี่ก็จุดแข็งของสหกรณ์ ทำให้มีการผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ ออกสู่ท้องตลาด

ผู้มีอิทธิพลในการสื่อสารเพื่อการต่อรองของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนคือสมาชิกและตัวแทนคือคณะกรรมการ ผู้จัดการสหกรณ์

กรรมการกลุ่มได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มคือได้เรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ ได้รับผลผลิตเพิ่มขึ้น มีความพึงพอใจจากการขายสินค้าได้ราคาดี เงินปันผลจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

1.2.2 เนื้อหาสาร

ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับชุมชนในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน ที่สำคัญคือเรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ การให้ความรู้ด้านวิชาการแก่สมาชิกจากอาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐในเรื่องของการต่อต้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนคืออยากให้เจ้าหน้าที่รัฐให้คำเนิ่งถึงผลประโยชน์ของสหกรณ์เป็นหลัก เพราะเจ้าหน้าที่รัฐมีกลไกในการดูแลสหกรณ์ตามระเบียบที่เคร่งครัดของทางราชการ ซึ่งบางอย่างสมควรที่จะได้รับการปฏิรูป เพราะเป็นกฎที่ดั่งมาเมื่อปี พ.ศ. 2485 “ผมว่ากฎเกณฑ์ที่ล้ำสมัยของสหกรณ์ เช่น ดั่งมาเมื่อปี พ.ศ. 2485 ควรได้รับการปฏิรูป ก้าวไปกับยุคสมัยแห่งความเปลี่ยนแปลงสิครับ ทำไมทางภาครัฐถึงไม่ตระหนักในเรื่องนี้บ้าง” (นายคุณิตยาชะวะนา กรรมการสหกรณ์, 18 กันยายน 2558)

การขอความช่วยเหลือด้านงบประมาณ ด้านวิชาการ ด้านการตลาด ให้ความรู้เพื่อพัฒนาการสื่อสารเพื่อการต่อต้านผลผลิตให้ประสบผลสำเร็จดียิ่งขึ้น

ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับพ่อค้าคนกลางในเรื่องของการต่อต้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนคือเรื่องราคาที่เป็นธรรม เมื่อสินค้าดีมีคุณภาพมานำเสนอ

เนื้อหาที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประดู่พานำไปใช้ในการต่อต้านผลผลิตที่ได้ผล และมีประสิทธิภาพสูงสุด คือการที่จะได้มาซึ่งราคาที่ต้องการ ผู้ผลิตต้องซื้อตัดต่อดตนเองและผู้อื่นผลิตสินค้าดีมีคุณภาพเท่านั้น

ผู้กำหนดเนื้อหาที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประดู่พานำไปใช้ในการต่อต้านผลผลิตคือสมาชิกและคณะกรรมการทุกคนและผู้จัดการสหกรณ์

ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนด เนื้อหาในการต่อต้านผลผลิตโดยมีการนำเสนอประเด็นต่างๆในวาระการประชุมย่อยและประชุมใหญ่

1.2.3 ด้านช่องทางการสื่อสาร / สื่อ

กรรมการกลุ่มได้ใช้รูปแบบการสื่อสารรูปแบบใดสื่อสารกับชุมชน การสื่อสารระหว่างบุคคล ใช้ตลอดเวลาที่ทำงานร่วมกัน การสื่อสารกลุ่มเล็ก เกิดขึ้นทุกครั้งที่มีการพบปะกัน ณ ที่ทำการสหกรณ์ ซึ่งมีพนักงานและเจ้าหน้าที่ทำงานอยู่ 4-6 คน ทุกวัน

การสื่อสารกลุ่มใหญ่เมื่อมี การอบรม เสวนา ทั้งภายในและภายนอกกลุ่ม

การประชุมเมื่อมีการประชุมสามัญประจำปี

กรรมการกลุ่มประชุมกับชุมชนในเรื่องของการต่อต้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนประชุมกลุ่มย่อยแล้วแต่จะมีปัญหาหรือความต้องการของชุมชน ปีละ 2-3 ครั้ง โดยมีการใช้รูปแบบการประชุมอย่างเป็นทางการ

สื่อที่ใช้นำเสนอในชุมชน ได้แก่

- 1) สื่อกิจกรรม มีการจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนการเจรจาต่อรอง เช่น กิจกรรมพัฒนาความรู้ การศึกษาดูงาน การอบรมทั้งในและนอกสถานที่ การจัดเวทีชุมชนมีการเสวนากับวิทยากร นักวิชาการ
- 2) สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ ที่ใช้เป็นประจำในชุมชนคือ เสียงตามสาย โฆษณา นิทรรศการ แผ่นพับ ใบปลิว
- 3) สื่อมวลชน อาทิ การจัดรายการวิทยุ มีการสัมภาษณ์ออกรายการโทรทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับการต่อรองด้านผลผลิต หนังสือพิมพ์ส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นที่ให้ความสนใจกับการสื่อสารเพื่อการต่อรองด้านผลผลิตของกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง
- 4) สื่อใหม่ ปัจจุบันการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ไลน์ หรืออื่นๆ เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารที่ขาดไม่ได้และจำเป็นที่จะต้องนำมาใช้สนับสนุนการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน เพื่อความสะดวกและรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ภาวะตลาดและการบริหารจัดการด้านคุณภาพของผลผลิต

1.2.4 ผู้รับสาร

ในการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน คณะกรรมการกลุ่มต้องสื่อสารกับกลุ่มต่างๆ เหล่านี้คือ กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยเจ้าหน้าที่ภาครัฐ พ่อค้าคนกลางสื่อมวลชนท้องถิ่น รวมทั้งสื่อมวลชนจากส่วนกลาง

การสื่อสารกับกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตูป่า มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่มมีทุก 2-3 เดือน ส่วนกับภายนอกกลุ่ม ปีละ 2-3 ครั้ง เมื่อไปรับการอบรมร่วมกันที่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ หรือไปทัศนศึกษา ดูงานต่างจังหวัด เช่น ดูงานผลิตลำไยนอกฤดูที่ จ.จันทบุรี

“พอเริ่มฤดูกาลผลิตลำไย เราจะมีนักวิชาการ คือ อาจารย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่เป็นวิทยากรที่เลี้ยง ที่ปรึกษาของกลุ่มเรามาให้ความรู้เพิ่มเติมทุกครั้ง ทำให้สมาชิกมีความมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพออกสู่ตลาด และมั่นใจว่า จะสามารถต่อรองราคาได้เป็นที่น่าพึงพอใจ”
(นายบุญมี คันธาทอง ประธานสหกรณ์, 15 กันยายน 2558)

ความรู้ที่ได้รับมา กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตูป่ามีการนำไปประยุกต์ใช้ดังต่อไปนี้

ในการทำลำไยนอกฤดู แต่ต้องดูสภาพพื้นที่เกษตรกรรวมว่าเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

“ได้รับความรู้ทางวิชาการจากทางภาครัฐและวิทยากรรับเชิญ สามารถนำไปปฏิบัติให้เห็นผลได้จริง” (นางสุกัญญา เตพาลา เลขานุการสหกรณ์, 15 กันยายน 2558)

“ได้เรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่เช่นงานวิจัยของ อาจารย์ สมเกียรติ น่วมนาและอาจารย์ นครินทร์ แก้วฐานะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (เมษายน 2558) เรื่องโครงการ การประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลผลิตลำไยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ในจังหวัดลำพูน ซึ่งเป็นเรื่องที่อยู่ใกล้ตัวเราและทันสมัยที่สุด (นายคุณิต ยาชะวะนา กรรมการ, 18 กันยายน 2558)

“ได้ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวม ได้ทั้งความรู้และมีการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกกลุ่มทำให้เห็นคุณค่าของตัวเองและผู้อื่นภูมิใจที่ได้มาเป็นจิตอาสา ช่วยงานกลุ่ม ้วยของคนที่หลายคนคิดว่าน่าจะพักมือได้ แต่ผมกลับเห็นว่า การนำเอา ความรู้และประสบการณ์มาช่วยงานกลุ่มคือความสุขในชีวิต เราจะได้ไม่เฉาไปใคร การติดต่อสื่อสารกับสมาชิกภายในกลุ่มทำให้ผมดีใจและภูมิใจในผลงานของตัวเองด้วย” (นายยุทธ อินม่วง อายุ 72 ปี ผู้ตรวจสอบกิจการ, 16 กันยายน 2558)

การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดต้นทุนการผลิต “ผมได้เรียนรู้จากท่านวิทยากรทั้งหลายที่มาบรรยายให้ฟัง เรื่องการแต่งกิ่งลำไย แต่งอย่างไรจึงจะให้ผลผลิตสูง สะดวกต่อการฉีดพ่นและยาฆ่าแมลง ทำให้ผลผลิตดีมีคุณภาพและใช้ในปริมาณน้อยกว่าเคยทำอยู่ การดูแลรักษาผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ เป็นการเปิดโลกทัศน์การทำสวนลำไยของผมก็ว่าได้” (นายสุรศักดิ์ คำบุรี กรรมการสหกรณ์, 19 กันยายน 2558)

ขายผลผลิตได้ราคาดีมีกำไร เงินปันผลของสหกรณ์เพิ่มขึ้น เศรษฐกิจของชุมชนก็ดีขึ้นตามลำดับ สมาชิกและชุมชนมีความสุขและพอใจกับผลงานด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองผลผลิตของกลุ่ม



ตารางที่ 4.2 กระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด : คณะกรรมการ
สหกรณ์การเกษตร

ผู้ส่งสาร	สาร	สื่อ / ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
คณะกรรมการ สหกรณ์ การเกษตรฯ	มีการใช้สารดังนี้ 1. ประเด็นในการนำเสนอการ ประชุมกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่ - การต่อรองราคาลำไยกับคู่ค้า - การขอความช่วยเหลือจาก ภาครัฐ - การผลิตลำไยที่มีคุณภาพตาม หลักวิชาการ ลดต้นทุน เพิ่ม ผลผลิต - ความซื่อสัตย์ต่อคู่ค้า ผลิต เฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพได้ มาตรฐาน 2. ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับ เจ้าหน้าที่รัฐในเรื่องการขอความ ช่วยเหลือด้านงบประมาณ ด้าน วิชาการ ด้านการตลาด ให้ความรู้ เพื่อพัฒนาการสื่อสารเพื่อการ ต่อรองผลผลิตให้ประสบผลสำเร็จ ดียิ่งขึ้น 3. ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับ พ่อค้าคนกลางในเรื่องของการ ต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรฯ คือเรื่องราคาที่เป็นธรรม เมื่อมี สินค้าที่มีคุณภาพมานำเสนอ 4. ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับ สื่อมวลชนส่วนท้องถิ่นและ ส่วนกลาง คือ การประชาสัมพันธ์ ผลงานความสำเร็จของกลุ่ม และ คุณภาพของสินค้า	มีการใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร ดังนี้ - การสื่อสารระหว่างบุคคล - การสื่อสารกลุ่มเล็ก - การสื่อสารกลุ่มใหญ่ การอบรม เสวนาทั้งภายในและนอกกลุ่ม - การประชุมสามัญประจำปี - สื่อที่นำมาใช้ มีสื่อกิจกรรม, สื่อ เฉพาะกิจ, สื่อมวลชน, สื่อใหม่	ผู้รับสารที่คณะกรรมการ สหกรณ์ สื่อสารด้วยมี 4 กลุ่มคือ 1. เกษตรกรชาวสวนลำไย 2. เจ้าหน้าที่รัฐ 3. พ่อค้าคนกลาง 4. สื่อมวลชนท้องถิ่นและ ส่วนกลาง

1.3 กระบวนการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรที่เกิดจากเจ้าหน้าที่รัฐ

เจ้าหน้าที่รัฐที่สัมภาษณ์ในครั้งนี้ เป็นเพศหญิง 3 คน ตำแหน่งนักวิชาการสหกรณ์ ชำนาญการ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน วุฒิปริญญาตรี 1 คน ปริญญาโท 2 คน

ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน นางณัฐธิดา วงศ์ธิดา และเจ้าหน้าที่ชำนาญการ 2 คน คือ น.ส.ทัศนรินทร์ สุวรรณคฤหาสน์ นางพิชญากร จันทิมา

1.3.1 ผู้ส่งสาร

นโยบายภาครัฐในด้านส่งเสริมการสื่อสารเพื่อการต่อยอดด้านผลผลิตของสหกรณ์ประจำภาค อ.เมือง จ.ลำพูน

“ภาครัฐได้ให้การช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการสื่อสารเพื่อการต่อยอดด้านผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย สหกรณ์ประจำภาค อ.เมือง จ.ลำพูน โดยการจัดประชุมกลุ่มสมาชิกเพื่อชี้แจงโครงการและการเตรียมความพร้อมโดยการสำรวจข้อมูลผลผลิตที่จะออกสู่ตลาดของสมาชิก” (นางณัฐธิดา วงศ์ธิดา นักวิชาการสหกรณ์ชำนาญการ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน, 20 กันยายน 2558)

เป้าหมายและนโยบายการช่วยเหลือของรัฐ เกษตรกรสามารถนำไปปฏิบัติได้ โดยเฉพาะด้านการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดและให้ได้มาตรฐานปลอดภัย การเชื่อมประสานการทำงานจากภาครัฐกับกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยเป็นการสื่อสารลักษณะแนวนอนโดยผ่านสหกรณ์ที่สมาชิกสังกัด

1.3.2 เนื้อหาสาร

- 1) ให้ความรู้ทางวิชาการด้านการผลิตสินค้าตามมาตรฐาน ดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวและการดูแลต้นลำไยหลังเก็บเกี่ยว ตลอดจนจนถึงการใช้สารเคมีต่างๆในปริมาณที่เหมาะสมพอควร
- 2) ให้ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อยอด การตลาด เทคนิค กลยุทธ์ที่นำไปใช้ได้
- 3) แนะนำเทคนิคการใช้สื่อเพื่อสาธิตแสดงตัวอย่างสินค้าให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ดี
- 4) การลดต้นทุนการผลิตโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า
- 5) เน้นย้ำเรื่องความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า รักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานเพื่อการค้าที่ยั่งยืน

1.3.3 ด้านช่องทางการสื่อสาร

เจ้าหน้าที่รัฐมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารแก่เกษตรกรชาวสวนลำไยอย่างต่อเนื่อง โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสหกรณ์ที่สมาชิกสังกัด ทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรม

“วิธีการที่หน่วยงานภาครัฐประชาสัมพันธ์นโยบายให้เกษตรกรชาวสวนลำไยทราบมีการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายในหมู่บ้านและชุมชนมีออกอากาศทางรายการวิทยุเป็นบางครั้ง ประชุมชี้แจง ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในบางโอกาส ปิดประกาศในชุมชนคือสิ่งที่เราทำอยู่อย่างสม่ำเสมอ” (นางณัฐธิดา วงศ์ธิดา นักวิชาการสหกรณ์ชำนาญการ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน, 20 กันยายน 2558)

1.3.4 ผู้รับสาร

ด้านความรู้ / ทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย สหกรณ์การเกษตรประจวบคีรีขันธ์ อ.เมือง จ.ลำพูน

ด้านประสบการณ์/ทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ ก่อนการรวมกลุ่มเกษตรกรยังไม่มีองค์กรที่ให้การช่วยเหลือด้านการจำหน่ายผลผลิต ฉะนั้นจึงขาด ข้อมูลด้านการตลาดไม่ทราบบทบาทหน้าที่ของการเป็นสมาชิกกลุ่ม

ด้านประสบการณ์ / ทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ ในปัจจุบันเกษตรกรสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์และปฏิบัติดูแลสินค้าให้มีคุณภาพตามที่ตลาดต้องการ

ด้านการพัฒนาทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ เกษตรกรชาวสวนลำไยฯ มีการพัฒนาทักษะการสื่อสารได้ดีขึ้นในอีกระดับหนึ่ง เช่น สามารถลดปัญหา MOC สินค้า การส่งสินค้าตรงเวลาและการบริหารจัดการปริมาณสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

อุปสรรคในการพัฒนาทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ “ทัศนคติด้านการสื่อสารของผู้รับสาร คือการไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง และปฏิบัติตามที่ตัวเองเคยชิน” (นางณัฐธิดา วงศ์ธิดา เจ้าหน้าที่สหกรณ์ชำนาญการ, 20 กันยายน 2558)

เกษตรกรชาวสวนลำไยมีทักษะการใช้สื่อคือ การสาธิต แสดงตัวอย่างสินค้าให้ผู้รับซื้อเข้าใจได้ดี

“วิธีการ / เทคนิคการนำเสนอของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ ที่ประทับใจมากคือ การแก้ปัญหาแบบมีส่วนร่วม สมาชิกยอมรับกติกาการทำงานของสหกรณ์” (นางณัฐธิดา วงศ์ธิดา เจ้าหน้าที่สหกรณ์ชำนาญการ, 20 กันยายน 2558)

ตารางที่ 4.3 กระบวนการสื่อสารของเจ้าหน้าที่รัฐ

ผู้ส่งสาร	สาร	สื่อ / ช่องทางการสื่อสาร	ผู้รับสาร
เจ้าหน้าที่รัฐ	มีการใช้สารในรูปแบบ 1. นโยบายด้านส่งเสริมการสื่อสาร เพื่อการต่อรองด้านผลผลิตแก่ เกษตรกรฯดังนี้ - สํารวจข้อมูลผลผลิตที่จะออกสู่ ตลาดของสมาชิก - ผลิตสินค้าได้มาตรฐานตาม ความต้องการของท้องตลาด 2. ให้ความรู้ทางวิชาการในการผลิต ลำไยครบวงจรทั้งในและนอกฤดู 3. ให้ความรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อ การต่อรอง - แนะนำเทคนิคการใช้สื่อเพื่อ สาธิตแสดงตัวอย่างสินค้าให้ ผู้สนใจชมอย่างนุ่มนวลใจ 4. จริยธรรมในการส่งสินค้า - ส่งสินค้าให้มีคุณภาพตาม ข้อตกลง	มีการใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร ดังนี้ - จัดทำเอกสารเผยแพร่ในการทำ ลำไยนอกฤดู - ประชาสัมพันธ์ข่าวสารแก่ เกษตรกรชาวสวนลำไยอย่าง ต่อเนื่องผ่านสหกรณ์ที่สมาชิก สังกัดทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรม - ประชุมชี้แจง - ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในบางโอกาส เช่น บิดประกาศในชุมชน	ผู้รับสารที่เจ้าหน้าที่รัฐ สื่อสารด้วยมี 4 กลุ่มคือ 1. แกนนำกลุ่ม 2. กรรมการสหกรณ์ 3. คู่ค้า 4. เกษตรกรชาวสวนลำไย

สรุปผลการศึกษาระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประดู่ป่าจำกัด ตำบล
ประดู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า

1. แกนนำกลุ่ม นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประดู่ป่าจำกัด มีความสามารถในการใช้การสื่อสารเพื่อการต่อรองได้เป็นอย่างดี เป็นสื่อบุคคลที่นำหน้าที่นำเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้อย่างถูกต้อง ไม่เพียงจะเป็นแต่ผู้ส่งสารอย่างเดียวแต่ยังเป็นทั้งตัวเนื้อหาสารและผู้รับสารไปพร้อมๆกันด้วย เรื่องที่จะสื่อสารที่สำคัญที่สุดคือเรื่อง การต่อรองผลผลิตเรื่องเดียวที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อนจึงทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จและเป็นที่พึงพอใจของสมาชิกกลุ่ม

ด้านลักษณะของผู้นำ ผู้จัดการสหกรณ์ฯ มีบุคลิกที่สุภาพ อ่อนโยน แต่มีความพยายามที่หาทางออกที่ดีที่สุดสำหรับกลุ่ม มีสติปัญญาและความสามารถส่วนบุคคลที่โน้มน้าวใจผู้อื่นได้ มีทักษะในการสื่อสารที่ดีเช่นเดียวกับทางด้านมนุษยสัมพันธ์ สามารถเรียนรู้ ใช้ความรู้อย่างถูกต้อง วิเคราะห์ปัญหาและแก้ปัญหาได้โดยอาศัยประสบการณ์เป็นตัวช่วย กล้าคิด กล้าทำ มีความรับผิดชอบและมีวิสัยทัศน์กว้างไกล กระตุ้นให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและพัฒนากิจการสื่อสารด้านการต่อรองผลผลิตให้ทันสมัย รุดหน้า ก้าวทันสภาวะตลาดและสถานการณ์ปัจจุบัน

2. คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประตู่ป่าจำกัด ตำบลประตู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจเรื่องกระบวนการสื่อสารในระดับดีปานกลาง สามารถเป็นผู้ส่งสารที่เป็นตัวเนื้อหาสารและเป็นผู้รับสารไปพร้อมๆกัน มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันในหลายๆด้าน มีทัศนคติคล้อยตามแกนนำ มีความจงรักภักดีต่อองค์กร ใช้วิธีการแก้ไขปัญหาแบบมีส่วนร่วม ยึดถือสหกรณ์เป็นเสาหลัก มีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนากิจการสื่อสารเพื่อการต่อรองแบบบูรณาการและก้าวให้ทันกับสภาวะความเปลี่ยนแปลงของตลาด

3. เจ้าหน้าที่รัฐ

มีความรู้และเข้าใจเรื่องกระบวนการสื่อสารเป็นอย่างดี สามารถช่วยเหลือและผลักดันให้กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯมีการพัฒนาทักษะการสื่อสารให้ดีขึ้นในอีกระดับหนึ่ง สามารถลดปัญหา MOC สินค้าการส่งสินค้าตรงเวลาและการบริหารจัดการปริมาณสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้การสื่อสารเพื่อการต่อรองด้านผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ ประสบความสำเร็จ อีกทั้งการสื่อสารยังเป็นแบบแนวนอนคือทำงานร่วมกันในพื้นที่ มีการยอมรับปฏิบัติและมีทัศนคติที่ดีต่อกันทั้งเจ้าหน้าที่รัฐและกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย เป็นกระบวนการสื่อสารที่ผู้ส่งสารสามารถใช้ช่องทางส่งสารไปได้อย่างมีประสิทธิภาพถึงผู้รับสารโดยประสบผลสำเร็จอย่างยิ่ง

ตอนที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

จากการสัมภาษณ์แกนนำกลุ่ม คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน และเจ้าหน้าที่รัฐ สามารถสรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มเกษตรกร สหกรณ์ประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูนได้ดังนี้

1. จุดแข็ง

การรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง ที่มีจุดประสงค์เดียวกันคือผลิตสินค้าดีมีคุณภาพได้มาตรฐาน ผู้ท้องตลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกันคือ ได้เปรียบในการเจรจาต่อรองด้านผลผลิต ความซื่อสัตย์และจงรักภักดีต่อองค์กรที่นำมาซึ่งชื่อเสียงทำให้ง่ายต่อการกระจายสินค้า

2. จุดอ่อน

มีเงินทุนหมุนเวียนน้อยเพราะเป็นสหกรณ์ระดับตำบลที่มีสมาชิกไม่ถึง 500 คน ทำให้ขาดสภาพคล่องตลาดยังอยู่ในวงแคบ

3. โอกาส

ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐทั้งด้านงบประมาณ วิชาการ การตลาดและแหล่งทุน เจ้าหน้าที่รัฐกลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์เป็นผู้ให้คำแนะนำและช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด ชื่อเสียงของกลุ่มด้านการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ

4. ภาวะคุกคาม

พ่อค้าคนกลางกดราคาผลผลิตที่เหลือจำหน่ายหรือตกเกรด ความไม่เที่ยงตรงของตลาด การค้าขายมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

การฉกฉวยโอกาสจากกลุ่มอื่นเช่นการแอบอ้างชื่อกลุ่มนำสินค้าที่คุณภาพไม่ได้มาตรฐานไปจำหน่าย ทำให้กลุ่มได้รับความเสียหาย ผลผลิตไม่ตรงตามเป้าหมายเพราะสภาพอากาศที่แปรปรวน

2.1 แกนนำกลุ่ม นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด

ในฐานะแกนนำกลุ่ม นางมาลี เปรมมณี ได้วิเคราะห์ SWOT การดำเนินงานกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ

2.1.1 จุดแข็ง (S)

มีความสามัคคีภายในกลุ่ม ทำให้เป็นกลุ่มที่เข้มแข็ง สื่อสารเรื่องเดียวกัน มีเป้าหมายเหมือนกัน

2.1.2 จุดอ่อน (W)

เงินทุนสำรองมีน้อย สมาชิกกลุ่มมีไม่ถึง 5 ร้อยคน เมื่อเทียบกับสหกรณ์ระดับอำเภอและจังหวัด ที่ได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนมากกว่าหลายเท่าตามสัดส่วนสมาชิก

2.1.3 โอกาส (O)

- 1) ชื่อเสียงด้านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ
- 2) ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐ

2.1.4 ภาวะคุกคาม (T)

การฉวยโอกาสของกลุ่มอื่น

2.2 คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด กรรมการกลุ่มวิเคราะห์ SWOT การดำเนินงานกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ดังนี้

2.2.1 จุดแข็ง (S)

1) การรวมกลุ่มผลิตสินค้าดีมีคุณภาพทำให้สามารถต่อรองราคาได้อย่างประสบความสำเร็จ

“การรวมกลุ่มที่มีเป้าหมายและจุดประสงค์เดียวกันคือการต่อรองราคา ด้านผลผลิตให้เป็นที่พึงพอใจของสมาชิกคือจุดแข็งของเรา เสาหลักของเราคือสหกรณ์” (นายบุญมี คันธาทอง ประธานสหกรณ์, 17 กันยายน 2558)

2) การทำงานแบบมืออาชีพ มีความสามัคคีปรองดองกันในหมู่คณะ
“ผมว่ากลุ่มของเราทำงานกันอย่างเต็มที่ด้วยใจรักครับ อย่างผมนี้ อายุ 72 ไปช่วยงานตรวจสอบกิจการหรือคิวซี มาสี่ปีแล้ว เป็นจิตอาสา ทำเพื่อส่วนรวม มีความสุขมากครับ” (นายยุทธ อินม่วง ผู้ตรวจสอบกิจการ, 16 กันยายน 2558)

3) พื้นที่ทำเกษตรกรรมอุดมสมบูรณ์ สมาชิกประกอบอาชีพเดียวกัน
“ตำบลประจวบเราปลูกกล้วยกันเกือบทุกหลังคาเรือน สภาพภูมิอากาศเอื้อเพื่อทุกอย่าง มีน้ำใช้ตลอดปีจากชลประทานแม่ปิง เมื่อเรามีอาชีพเดียวกัน การสื่อสารก็มีเรื่องเดียวที่สำคัญสำหรับพวกเรา การรวมกลุ่มเข้าถึงกันได้ง่าย ผมว่า นี่คือ จุดแข็งของเราครับ” (นายคุณิต ยาชะวะนา กรรมการสหกรณ์ หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด เมื่อปี พ.ศ. 2547, 18 กันยายน 2558)

4) การทำงานที่เข้มแข็งของคณะกรรมการและผู้จัดการสหกรณ์ มีการเจรจาแบบตรงไปตรงมา ทำให้การเจรจาต่อรองประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง

2.2.2 จุดอ่อน (W)

1) สหกรณ์มีเงินทุนหมุนเวียนน้อย ขาดสภาพคล่อง
2) ทุนสำรองมีน้อย เพราะเป็นระดับตำบล มีสมาชิกเพียง 487 คน ทำให้ไม่สามารถทำห้องเย็นได้ กำลังดำเนินการของบประมาณจากทางภาครัฐ

3) กลุ่มอื่นพยายามฉกฉวยโอกาส

4) การอบกัมมะถันยังไม่สมบูรณ์นัก

“การอบกัมมะถันของเรายังไม่ค่อยเข้าที่เข้าทาง กำลังปรับปรุง พัฒนาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือลำไยที่จะส่งขายต้องผ่านการอบกัมมะถันเพื่อให้คุณภาพผิวสีของลำไยอยู่ในสภาพสด ซึ่งการอบกัมมะถันจะช่วยยืดอายุลำไยให้คงสดได้นานถึง 6-7 วัน” (นายสาคร คำวินิจฉัย กรรมการสหกรณ์, 19 กันยายน 2558)

5) ตลาดยังอยู่ในวงแคบ

“ตลาดของเรายังอยู่ในวงแคบ มีจำหน่ายไม่กี่ที่ เราควรขยายตลาดให้กว้างไกลออกไปอีก” (นางศุจินันท์ ทิพย์พิงค์ กรรมการ, 18 กันยายน 2558)

2.2.3 โอกาส (O)

1) ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐด้านงบประมาณ การสร้างโรงเรือน ให้ความรู้ การอบรมอย่างสม่ำเสมอ หาดตลาดลูกค้า

“เจ้าหน้าที่กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ให้ความช่วยเหลืออนุเคราะห์หลายๆ ด้าน เป็นเสมือนพี่เลี้ยงที่คอยดูแลเอาใจใส่ ให้ความอบอุ่น และมั่นใจในด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรอง ต้องขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ช่วยพัฒนาความรู้ความสามารถในด้านการสื่อสารแก่พวกเราทุกคน” (นางสุกัญญา เตพา เลขานุการสหกรณ์, 15 กันยายน 2558)

2) ความเข้มแข็งภายในกลุ่ม

3) ชื่อเสียงของกลุ่มเรื่องคุณภาพของสินค้า

2.2.4 ภาวะคุกคาม (T)

1) จากพ่อค้าคนกลางที่กดราคาผลผลิตตกเกรด

2) การฉกฉวยโอกาสจากกลุ่มอื่น เช่นการแอบอ้างชื่อกลุ่มเพื่อนำสินค้าไป

จำหน่าย

2.3 เจ้าหน้าที่รัฐ วิเคราะห์ SWOT การดำเนินการกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบคังนี้

2.3.1 จุดแข็ง (S)

- 1) คุณภาพของสินค้า
- 2) การบริหารจัดการของสหกรณ์ส่งผลให้สหกรณ์มีคู่ค้าที่ยั่งยืน

2.3.2 จุดอ่อน (W)

ความไม่เที่ยงตรงของตลาด ที่ขึ้นอยู่กับ demand & supply

2.3.3 โอกาส (O)

ความสามารถทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของผู้จัดการและฝ่ายจัดการ
ด้านต่างๆ ของสหกรณ์

2.3.4 ภาวะคุกคาม (T)

การฉกฉวยโอกาสจากกลุ่มอื่น

สรุปจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ
จำกัดตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า จากความเห็นของกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสาม
กลุ่มต่อการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัด
ลำพูน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.4 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด :
แกนนำกลุ่ม

จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ภาวะคุกคาม
- มีความสามัคคีภายใน กลุ่ม ทำให้เป็นกลุ่มที่ เข้มแข็ง สื่อสารเรื่อง เดียวกัน มีเป้าหมาย เหมือนกัน	- เงินทุนสำรองมีน้อย สมาชิกกลุ่มมีไม่ถึง 5 ร้อยคน เมื่อเทียบกับ สหกรณ์ระดับอำเภอ และจังหวัด ที่ได้รับ ความช่วยเหลือด้าน เงินทุนมากกว่าหลาย	- ชื่อเสียงด้านการผลิต สินค้าที่มีคุณภาพ - ความช่วยเหลือจากทาง ภาครัฐ	- การฉกฉวยโอกาสของกลุ่ม อื่น

เท่าตามสัดส่วนสมาชิก

ตารางที่ 4.5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด :
คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตร

จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ภาวะคุกคาม
- การรวมกลุ่มผลิตสินค้าดีมีคุณภาพทำให้สามารถต่อรองราคาได้อย่างประสบผลสำเร็จ	- สหกรณ์มีเงินทุนหมุนเวียนน้อย ขาดสภาพคล่อง	- ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐด้านงบประมาณ การสร้างโรงเรือน ให้	- จากพ่อค้าคนกลางที่กดราคาผลผลิตตกเกรด
- การทำงานแบบมืออาชีพ มีความสามัคคีปรองดองกัน	- ตลาดยังอยู่ในวงแคบ	ความรู้ การอบรมอย่างสม่ำเสมอ หาดตลาดคู่ค้า	- การฉกฉวยโอกาสจากกลุ่มอื่น เช่นการแอบอ้างชื่อกลุ่มเพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย
- พื้นที่ทำเกษตรกรรมอุดมสมบูรณ์ สมาชิกประกอบอาชีพเดียวกัน		“เจ้าหน้าที่กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์” ให้ความช่วยเหลือ ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรอง พัฒนาความรู้ความสามารถในด้านการสื่อสาร	
- การทำงานที่เข้มแข็งของคณะกรรมการและผู้จัดการสหกรณ์ มีการเจรจาแบบตรงไปตรงมา ทำให้การเจรจาต่อรองประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง			

ตารางที่ 4.6 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด :
เจ้าหน้าที่รัฐ

จุดแข็ง	จุดอ่อน	โอกาส	ภาวะคุกคาม
---------	---------	-------	------------

- คุณภาพของสินค้า	- ความไม่เที่ยงตรงของตลาด ที่ขึ้นอยู่กับ demand & supply	- ความสามารถทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของผู้จัดการและฝ่ายจัดการด้านต่างๆของสหกรณ์	- การฉกฉวยโอกาสจากกลุ่มอื่น โดยการแอบอ้างชื่อเสียงของกลุ่ม
-------------------	--	--	--

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

3.1 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของแกนนำกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด
ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน สามารถจำแนกเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

3.1.1 ด้านผู้ส่งสาร

- 1) พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 2) พัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารเพื่อให้ความรู้ความสามารถในการใช้สื่อใหม่ต่างๆ
- 3) อบรมให้ความรู้แก่สมาชิกด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองด้านผลผลิตให้ทันสมัย เข้ากับสภาวะตลาดและมีความเป็นปัจจุบันมากที่สุด เพื่อให้การค้าขายกับคู่ค้าเกิดประสิทธิผล
- 4) เกษตรกรพัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีด้านการผลิตเพื่อพัฒนาผลผลิตของตนเองและวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดอย่างสม่ำเสมอ

3.1.2 ด้านเนื้อหา สาร

- 1) ระบบไอซีทีของการสื่อสารการเกษตรในไทยที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กันทั้งระบบคือพัฒนาตัวเกษตรกรซึ่งเป็นผู้รับสาร ให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยมีเจ้าหน้าที่จากทางภาครัฐเป็นวิทยากรพี่เลี้ยง คือผู้ส่งสารให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างบูรณาการ
- 2) ความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตลำไยสมัยใหม่แก่เกษตรกรเพื่อพัฒนาผลผลิต

3.1.3 ด้านสื่อ / ช่องทางการสื่อสาร

- 1) พัฒนาความรู้สื่อใหม่ เช่น อีเมลล์ ไลน์ เฟซบุ๊ก แอปพลิเคชัน
- 2) การอบรมเกษตรกรด้านการผลิตลำไยสมัยใหม่ที่ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

จากภาครัฐ

3.1.4 ด้านผู้รับสาร

- 1) พัฒนาทักษะการสื่อสารแก่สมาชิกโดยขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐให้ความรู้และคำแนะนำเรื่องการสื่อสารเพื่อการต่อยอดด้านผลผลิต
- 2) การวางแผนการผลิตสินค้าของเกษตรกรให้มีผลผลิตกระจายตลอดทั้งปี
“ให้ความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสมัยใหม่แก่สมาชิก รูปแบบการสื่อสารประเภทต่างๆ อุปสรรคของการสื่อสารและวิธีแก้ไขแก่สมาชิกและชุมชน เพื่อให้การรวมกลุ่มมีบูรณาการด้านการสื่อสาร เกิดประโยชน์ต่อการต่อยอดอย่างยั่งยืน” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประจำจำกัด, 20 สิงหาคม 2558)

“ขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อยอดผลผลิตแก่สมาชิก เพื่อให้ทุกคนเข้าใจและเข้าถึงการนำประโยชน์ของกระบวนการสื่อสารมาใช้ได้อย่างถูกต้อง ให้ประสิทธิผลอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ไม่ได้เรียนรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อการต่อยอดอย่างเป็นเรื่องเป็นราว” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประจำจำกัด, 20 สิงหาคม 2558)

“ศึกษาข้อมูล รับฟังคำแนะนำและความคิดเห็นจากวิทยากรที่เลี้ยง เจ้าหน้าที่รัฐที่เลี้ยงใหญ่ สมาชิกและกรรมการทุกท่านด้านการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการต่อยอดด้านผลผลิตให้ทันสมัย เข้ากับสถานะตลาดและความเป็นปัจจุบันให้มากที่สุด ทุกอย่างเริ่มที่ตัวเองก่อน” (นางมาลี เปรมมณี ผู้จัดการสหกรณ์ประจำจำกัด, 20 สิงหาคม 2558)

3.2 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของคณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

ขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐให้ความรู้ด้านการพัฒนาทักษะการสื่อสารแก่สมาชิก

“สื่อสารให้เข้าใจตรงกัน ใครทำอะไร ผลผลิตสินค้าออกสู่ตลาดเมื่อไหร่ และอย่างไร” (นายยุทธ อินม่วง ผู้ตรวจสอบกิจการ, 16 กันยายน 2558)

“สื่อสารกับผู้อื่น เพื่อนร่วมงานใกล้ชิดตัวเมื่อมีปัญหาด้านต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นเทคโนโลยีการผลิต หรือด้านสื่อใหม่ที่เพิ่มมากขึ้นทุกวัน” (นายสุนทร อินตะพิงค์ ผู้ตรวจสอบกิจการ, 17 กันยายน 2558)

“พัฒนาตัวเองตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ต้องก้าวตามให้ทันเทคโนโลยี นำเอาสื่อใหม่มาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด” (นายสุรศักดิ์ คำบุรี กรรมการสหกรณ์, 19 กันยายน 2558)

“พัฒนาให้ทันสมัยเข้ากับภาวะตลาดและสถานการณ์ปัจจุบัน โดยขอให้ทางภาครัฐสนับสนุนการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร” (นายสาคร คำวินิจ กรรมการสหกรณ์, 19 กันยายน 2558)

“พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์กลุ่มให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มอำนาจในการสื่อสารเพื่อการต่อรอง” (นางสุกัญญา เตพา เลขานุการสหกรณ์, 15 กันยายน 2558)

“ก้าวไปด้วยกัน เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ไปพร้อมๆ กัน” (นางศุจินันท์ ทิพย์พิงค์ เภรบุญญิก สหกรณ์, 18 กันยายน 2558)

“ให้ความรู้ด้านไอทีแก่สมาชิกเพื่อพัฒนาด้านการสื่อสารโดยใช้สื่อใหม่ให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น” (นายบุญมี คันทาทอง ประธานสหกรณ์, 17 กันยายน 2558)

“แนะนำและให้ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองแก่สมาชิกเพื่อให้เกิดประสิทธิผล พัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร” (นายสนั่น บุญธิ กรรมการสหกรณ์, 19 กันยายน 2558)

“พัฒนาความรู้ด้านสื่อใหม่เช่น อีเมลล์ ไลน์ แอปพลิเคชั่นต่างๆ” (นางอนงค์ โยงจิตร กรรมการสหกรณ์, 15 กันยายน 2558)

3.3 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของเจ้าหน้าที่รัฐ

“การศึกษาเทคโนโลยีด้านการผลิต การเผยแพร่ให้สมาชิกในกลุ่มนำไปใช้พัฒนาผลผลิตของตัวเองและการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด ควรมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ” (นางฉัฐธิดา วงศ์ธิดา นักวิชาการสหกรณ์ ชำนาญการ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน, 20 กันยายน 2558)

“พัฒนาระบบไอซีทีของไทยให้มีความก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กันทั้งระบบคือพัฒนาตัวเกษตรกรซึ่งเป็นผู้รับสารให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยมีเจ้าหน้าที่จากทางภาครัฐเป็นวิทยากรพี่เลี้ยง ให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างบูรณาการ” (น.ส. ทัดนรินทร์ สุวรรณคฤหาสน์ นักวิชาการสหกรณ์ ชำนาญการสำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน, 20 กันยายน 2558)

“เชิญผู้บริหารเยี่ยมชมการทำงานและพัฒนาคุณภาพผลผลิต เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารด้านการต่อรองให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น เสริมเสาหลักให้มั่นคง ต่อยอดธุรกิจที่ยั่งยืน”

(นางพิชญากร จันทิมา นักวิชาการสหกรณ์ ชำนาญการ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน, 20 กันยายน 2558)

สรุปข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรสหกรณ์ประจำภาค จังหวัด ลำพูน

1. พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์กลุ่มให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองและการแข่งขันในภาวะตลาดปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
2. การสื่อสารในกลุ่มมีการตกลงในการแบ่งช่วงเวลาในการผลิตลำไย เพื่อจะได้กระจายสินค้าให้มีจำหน่ายตลอดทั้งปี
3. การขอรับความรู้ด้านเทคโนโลยีการผลิตลำไยคุณภาพดี ลดต้นทุน รักษาสิ่งแวดล้อม จากนักวิชาการอย่างสม่ำเสมอ
4. กระตุ้นให้สมาชิกกลุ่มศึกษาหาความรู้ด้านการพัฒนาผลผลิต การวิเคราะห์สถานการณ์ตลาด โดยใช้หลักกระบวนการสื่อสารให้เกิดประโยชน์สูงสุด
5. พัฒนาระบบไอซีทีของการเกษตรไทยให้ก้าวหน้า โดยต้องมีความสัมพันธ์กันทั้งระบบ คือพัฒนาเกษตรกรซึ่งเป็นผู้รับสาร ให้มีความรู้ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยมีเจ้าหน้าที่จากภาครัฐเป็นวิทยากรที่เลี้ยง ให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างบูรณาการ พัฒนาคุณภาพผลผลิต เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการต่อรองให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น เสริมเสาหลักให้มั่นคง ต่อยอดธุรกิจที่ยั่งยืน
6. การขอรับความช่วยเหลือจากภาครัฐในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการเจรจาต่อรองกับผู้รับซื้อลำไย

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ การสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดล่ำพูน” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารของกลุ่ม สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอมืองจังหวัดล่ำพูน
2. เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามของกลุ่ม สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอมืองจังหวัดล่ำพูน
3. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดล่ำพูน

1. สรุปการวิจัย

ผู้วิจัย ได้แยกสรุปผลการวิจัยออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านกระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดล่ำพูน
- 1.2 ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของกลุ่ม สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดล่ำพูน
- 1.3 ด้านข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดล่ำพูน

1.1 ด้านกระบวนการสื่อสารของแกนนำกลุ่ม ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด อ.เมือง จ.ล่ำพูน (นางมาลี เปรมมณี)

1.1.1 ด้านผู้ส่งสาร

ในฐานะผู้ส่งสาร แกนนำกลุ่มมีความสามารถในการติดต่อประสานงานด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองกับทุกฝ่าย มีบุคลิกลักษณะคุณสมบัติเด่นกว่าผู้อื่นในกลุ่มและมีอิทธิพลมากกว่าบุคคลอื่นๆ ในหน่วยงานทั้งสามารถสร้างความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้

เกิดขึ้นกับหน่วยงาน สามารถบริหารประสานประโยชน์ในกลุ่มเสมือนเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งมีอิทธิพลและอำนาจสามารถบังคับบัญชาบุคคลในกลุ่มให้ปฏิบัติงานจนบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ (ยงยุทธ เกษสาคร, 2542, น. 68) มีการใช้การสื่อสารแบบโน้มน้าวใจให้สมาชิกกลุ่มขยายขอบเขตการผลิตและส่งเสริมให้ปลูกของดีมีคุณภาพคือการปลูกฝังทัศนคติที่ดีงามแก่สมาชิก อำนาจการต่อรองด้านผลผลิตจะเดินทางไปสู่ความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผลผลิตมีคุณภาพและเป็นที่พอใจของลูกค้า

ด้วยประสบการณ์จากการทำงานในตำแหน่งผู้จัดการสหกรณ์ที่ต้องใช้การสื่อสารเพื่อการต่อรองเป็นหัวใจของการดำเนินงานมาเป็นเวลา 6 ปี ทำให้นักกลุ่มมีความรู้ ประสบการณ์ รับฟังขอเสนอแนะจากสมาชิกและเจ้าหน้าที่รัฐ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นที่นำมาพัฒนาทักษะและทัศนคติด้านการสื่อสาร มีสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ คุณสมบัติของผู้นำที่เป็นคนอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่เลือกปฏิบัติต่อผู้อื่น มีความเข้าใจในงานที่ทำอย่างถ่องแท้

ด้านคุณธรรมที่แกนนำกลุ่มนำมาปฏิบัติคือ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เป็นคนยึดมั่นคำมั่นสัญญา เมื่อรับจะหาสินค้ามีคุณภาพ ก็ต้องหาให้ได้ มีความจริงใจ กล้าพูดความจริง เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นต้องรีบแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบเพื่อหาทางออกและแก้ไขโดยเร็ว

วิสัยทัศน์ของแกนนำกลุ่มสามารถเปลี่ยนเป็นวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนได้จากการเน้นย้ำ ปลูกฝังให้สมาชิกกลุ่มผลิตสินค้าดีมีคุณภาพ เพราะการผลิตของดีจะทำให้การสื่อสารเพื่อการต่อรองประสบความสำเร็จ ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร เป็นแบรนด์ของกลุ่ม นี่คือ ความต้องการของแกนนำกลุ่มที่ต้องการจะนำและให้สมาชิกมีส่วนร่วมด้วย

จะเห็นได้จากผลการดำเนินงานของผู้จัดการสหกรณ์ที่สำคัญยิ่งในการเจรจาต่อรองราคาผลผลิตใน หลายๆปีที่ผ่านมา ยอดขายปี 2557 เดือนมิถุนายน 70 ล้านบาท ปี 2558 เดือนสิงหาคมจำหน่ายได้ 300 ตัน ราคาภิโกลรัมละ 33-35 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ดีมาก

1.1.2 ด้านเนื้อหาสาร

1) เนื้อหาที่แกนนำกลุ่มใช้เจรจา ปรีกษาหารือกับคณะกรรมการและสมาชิกคือประเด็นต่างๆที่จะนำเสนอในการประชุมย่อยและประชุมใหญ่ การต่อรองราคาลำไยกับลูกค้า การพัฒนาคุณภาพลำไยให้ได้มาตรฐานที่เป็นหัวใจของการนำไปสื่อสารเพื่อการต่อรองด้านผลผลิตและประเด็นที่จะนำมาเสนอติดต่อขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่รัฐ

2) เนื้อหาสารที่แกนนำกลุ่มตอกย้ำให้สมาชิกและชุมชนปฏิบัติตามเรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานคือ ปัจจัยที่นำมาซึ่งความสำเร็จในด้านการต่อรองผลผลิตที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง

3) เนื้อหาที่แกนนำกลุ่มใช้กับเจ้าหน้าที่รัฐ มีด้านขอความช่วยเหลือด้านงบประมาณ ขอความช่วยเหลือทางด้านวิชาการ ให้ความรู้และการจัดอบรมสมาชิกเรื่องการผลิตสินค้ามาตรฐาน ลดต้นทุน ใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ขอคำแนะนำ ปรัชญาปัญหาต่างๆ การต่อรองกับผู้ค้า การหาตลาดและแหล่งทุน

4) เนื้อหาที่แกนนำใช้ในการติดต่อกับผู้ค้า การต่อรองราคาลำไย คุณภาพของสินค้า ปริมาณในการซื้อขาย สถานที่รับส่งสินค้า

5) เนื้อหาที่แกนนำใช้กับชุมชนคือ การขยายปริมาณการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ เน้นย้ำเรื่องการผลิตลำไยที่ได้มาตรฐาน การให้ความรู้ ความเข้าใจในการผลิตลำไยนอกฤดูอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ

6) การจัดแบ่งโซนการผลิตลำไยนอกฤดูตามความต้องการของตลาด การพัฒนาความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองด้านผลผลิตที่ทุกคนมีส่วนร่วม

1.1.3 ด้านช่องทางการสื่อสาร

แกนนำกลุ่มได้ใช้รูปแบบการสื่อสารกับสมาชิกกลุ่มดังนี้

1) การสื่อสารระหว่างบุคคลใช้ทุกวัน การสื่อสารกลุ่มเล็ก เช่น การจัดอบรม เสวนา การสื่อสารกลุ่มใหญ่ เช่น การรับฟังบรรยายจากวิทยากร

2) มีการจัดประชุม การประชุมมีการประชุมใหญ่สามัญประจำปีกับคณะกรรมการและสมาชิกปีละหนึ่งครั้ง เป็นการประชุมอย่างเป็นทางการ ประชุมกับชุมชนปีละหนึ่งครั้ง ประชุมกับคณะกรรมการสหกรณ์ทุกวันที่ 15 ของทุกๆ เดือน

นอกจากนี้แกนนำกลุ่มมียังได้มีการใช้สื่อในการต่อรองด้านผลผลิตด้านอื่นๆ คือ

1) สื่อบุคคล มีผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ เจ้าหน้าที่รัฐ มาช่วยให้ความรู้ ด้านการสื่อสารการเจรจาต่อรองเพื่อผลผลิต

2) สื่อกิจกรรม จัดกิจกรรมขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการเจรจาต่อรอง เช่น กิจกรรมพัฒนาความรู้ การศึกษาดูงาน การอบรม การจัดเวทีชุมชน

3) สื่อเฉพาะกิจ มีการประชาสัมพันธ์ โฆษณา นิทรรศการ แผ่นพับ ใบปลิว

4) สื่อมวลชน มีรายการนำเสนอข่าวสารการทำงานของกลุ่มผ่านหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น ทางสถานีวิทยุและข่าวสารทางโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการต่อรองผลผลิต

5) สื่อใหม่ สื่อใหม่ที่ใช้ในชีวิตประจำวันของแกนนำกลุ่มคือ โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนซึ่งมีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต สามารถส่งไลน์ อีเมลล์ เฟซบุ๊กได้

นำมาใช้ในการสื่อสารเพื่อการต่อรอง ให้ความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลาและโอกาส ติดตามสถานะ การซื้อขายในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสถานการณ์ปัจจุบัน

1.1.4 ด้านผู้รับสาร

1) แกนนำมีการสื่อสารกับกลุ่มเกษตรกร โดยการรับฟังและเสนอแนะด้านการต่อรองผลผลิตกับคู่ค้า ประชุมย่อยและประชุมใหญ่ มีการเจรจา ปกษาหารือ การให้ความรู้ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ การจัดงานสาธิตกิจกรรมของกลุ่มในงานลำไยของจังหวัดและท้องถิ่น

2) ด้านการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐแกนนำกลุ่มจะขอความช่วยเหลือด้านการปรึกษาหารือ คำแนะนำ ขอความช่วยเหลือด้านงบประมาณ ด้านส่งเสริมความรู้ งานวิชาการ จัดนิทรรศการผลงานด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองร่วมกัน

3) การเจรจาของแกนนำกลุ่มกับพ่อค้าคนกลางเรื่องที่สำคัญที่สุดคือ การเจรจาต่อรองเรื่องราคาของสินค้าการนัดหมายส่งสินค้า ปริมาณสินค้า

4) การให้ข้อมูลข่าวสารแก่สื่อมวลชนส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น แกนนำกลุ่มจะทำเมื่อมีการประชาสัมพันธ์การดำเนินงานด้านการต่อรองหรือการจำหน่ายสินค้า การร่วมงานกับสหกรณ์อื่นๆ ในการระบายสินค้า ความสำเร็จในการรวมกลุ่มด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองด้านผลผลิต

1.2 คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประตูป่า จำกัด อ.เมือง จ.ลำพูน

1.2.1 ด้านผู้ส่งสาร

ในฐานะผู้ส่งสาร กรรมการกลุ่มทั้ง 13 คน ได้รับการเลือกตั้งให้ดำรงตำแหน่งวาระละ 2 ปี สามารถลงเลือกตั้งได้ 2 วาระติดต่อกัน และพัก 1 ปี เพื่อสมัครลงเลือกตั้งวาระต่อไป กรรมการส่วนมากได้ทำงานกับสหกรณ์มาหลายวาระ มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการของสหกรณ์เป็นอย่างดี มีหน้าที่ปลูกจิตสำนึกของสมาชิกให้ผลิตลำไยที่มีคุณภาพออกสู่ท้องตลาด เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองสินค้าสูง โดยกรรมการกลุ่ม ได้ใช้ “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน โดยการให้ความรู้แก่เกษตรกรเรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ การดูแลรักษาผลผลิตอย่างถูกวิธี การผลิตนอกลำไยฤดูการลดต้นทุน เพิ่มกำไรและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่นเชิญวิทยากรที่ปรึกษากลุ่ม คือนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้ มาอบรมหรือไปรับฟังการอบรมนอกสถานที่

ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในการทำลำไยนอกฤดูมีราคาสูงมาก ทำให้ต้องหาแหล่งเงินทุนจากการกู้ยืม ทางคณะกรรมการได้ขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้แก่เกษตรกรรวมทั้งหาทุนหมุนเวียนให้สหกรณ์สามารถดำเนินงานได้ในสภาพคล่อง

กรรมการกลุ่มได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มคือได้เรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ ได้รับผลผลิตเพิ่มขึ้น มีความพึงพอใจจากการขายสินค้าได้ราคาดี ส่วนการดำเนินงานด้านการซื้อขายผลผลิตของสมาชิก กรรมการจะทำต่อเนื่องทั้งปี ทำให้มีรายได้ดี ได้รับเงินปันผลเป็นที่น่าพึงพอใจ ทุกคนได้ประโยชน์จากการรวมกลุ่มที่มีการสื่อสารทิศทางเดียวกัน มีการรวมกลุ่มกันในการตัดสินใจของสมาชิก ความสามัคคีภายในกลุ่มเกิดขึ้นเพราะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงทำให้มีการผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพออกสู่ท้องตลาด สร้างชื่อเสียงแก่กลุ่ม

1.2.2 เนื้อหาสาร

1) เนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารกับชุมชนในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน ที่สำคัญคือเรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ การให้ความรู้ด้านวิชาการแก่สมาชิกจากอาจารย์ที่ปรึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้

2) เนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนคืออยากให้เจ้าหน้าที่รัฐให้คำเนิ่งถึงผลประโยชน์ของสหกรณ์เป็นหลัก เพราะเจ้าหน้าที่รัฐมีกลไกในการดูแลสหกรณ์ตามระเบียบที่เคร่งครัดของทางราชการ ซึ่งบางอย่างสมควรที่จะได้รับการปฏิรูป เพราะเป็นกฎที่ตั้งมาเมื่อปี พ.ศ. 2485 การขอความช่วยเหลือด้านงบประมาณ ด้านวิชาการ ด้านการตลาด ให้ความรู้เพื่อพัฒนาการสื่อสารเพื่อการต่อรองผลผลิตให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

3) เนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารกับพ่อค้าคนกลางในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนคือเรื่องราคาที่เป็นธรรม เมื่อสินค้าดีมีคุณภาพมานำเสนอ

4) เนื้อหาที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประดู่พานำไปใช้ในการต่อรองด้านผลผลิตที่ได้ผล และมีประสิทธิภาพสูงสุด คือ การที่จะได้มาซึ่งราคาที่ต้องการ ผู้ผลิตต้องซื้อสตัคต่อตนเองและผู้อื่น ผลิตสินค้าดีมีคุณภาพเท่านั้น

5) ผู้กำหนดเนื้อหาที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประดู่พานำไปใช้ในการต่อรองด้านผลผลิตคือสมาชิกและคณะกรรมการทุกคนและผู้จัดการสหกรณ์ ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนด เนื้อหาในการต่อรองด้านผลผลิตจากการนำเสนอประเด็นต่างๆในวาระการประชุมย่อยและประชุมใหญ่

1.2.3 ด้านช่องทางการสื่อสาร / สื่อ

1) กรรมการกลุ่มได้ใช้รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคลใช้ตลอดเวลาที่ทำงานร่วมกัน

- 2) การสื่อสารกลุ่มเล็ก เกิดขึ้นทุกครั้งที่มีการพบปะกัน ณ ที่ทำการสหกรณ์ ซึ่งมีพนักงานและเจ้าหน้าที่ทำงานอยู่ 4-6 คน ทุกวัน
- 3) การสื่อสารกลุ่มใหญ่เมื่อมีการอบรม เสวนา ทั้งภายในและภายนอกกลุ่ม
- 4) การประชุมเมื่อมีการประชุมสามัญประจำปี
- 5) กรรมการกลุ่มประชุมกับชุมชนในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนประชุมกลุ่มย่อยแล้วแต่จะมีปัญหาหรือความต้องการของชุมชน ปีละ 2-3 ครั้ง โดยมีการใช้รูปแบบการประชุมอย่างเป็นทางการ

1.2.4 ด้านผู้รับสาร

ในการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน คณะกรรมการกลุ่มต้องสื่อสารกับกลุ่มต่างๆ เหล่านี้คือ กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ พ่อค้าคนกลาง สื่อมวลชนท้องถิ่น รวมทั้งสื่อมวลชนจากส่วนกลาง

การสื่อสารกับกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประดู่ป่า มีการแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่ม มีทุก 2-3 เดือน ส่วนภายนอกกลุ่ม ปีละ 2-3 ครั้ง เมื่อไปรับการอบรมร่วมกันที่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ หรือไปทัศนศึกษาดูงานต่างจังหวัด เช่น ดูงานผลิตลำไยนอกฤดูที่ จ.จันทบุรี

กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประดู่ป่าสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการทำลำไยนอกฤดู ตามสภาพพื้นที่เกษตรกรรวมว่าเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มกำไร การดูแลรักษาผลผลิตให้มีประสิทธิภาพ

สมาชิกและชุมชนมีความสุขและพอใจกับผลงานด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองผลผลิตของกลุ่ม เมื่อขายผลผลิตได้ราคาดี เศรษฐกิจของชุมชนก็ดีขึ้นตามไปด้วยกรรมการกลุ่มได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มคือได้เรียนรู้เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ ได้รับผลผลิตเพิ่มขึ้น มีความพึงพอใจจากการขายสินค้าได้ราคาดี เงินปันผลจึงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

1.3 เจ้าหน้าที่รัฐ

1.3.1 ด้านผู้ส่งสาร

ภาครัฐได้ให้การช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรองด้านผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย สหกรณ์ประดู่ป่าจำกัด อ.เมือง จ.ลำพูน โดยการจัดประชุมกลุ่มสมาชิกเพื่อชี้แจงโครงการและการเตรียมความพร้อมโดยการสำรวจข้อมูลผลผลิตที่จะออกสู่ตลาดของสมาชิก

รัฐมีนโยบายและเป้าหมายช่วยเหลือให้มีการผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาดและให้ได้มาตรฐานปลอดภัย อีกทั้งการเชื่อมประสานการทำงานจากภาครัฐกับกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยเป็นการสื่อสารลักษณะแนวนอน โดยผ่านสหกรณ์ที่สมาชิกสังกัด

1.3.2 ด้านเนื้อหาสาร

- 1) ให้ความรู้ทางวิชาการด้านการผลิตสินค้าตามมาตรฐาน การดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวและการดูแลต้นลำไยหลังเก็บเกี่ยว ตลอดจนถึงการใช้สารเคมีต่างๆในปริมาณที่พอเหมาะพอควร
- 2) ให้ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรอง การตลาด เทคนิค กลยุทธ์ที่นำไปใช้ได้
- 3) แนะนำเทคนิคการใช้สื่อเพื่อสาธิต แสดงตัวอย่างสินค้าให้ผู้ซื้อเข้าใจได้ดี
- 4) การลดต้นทุนการผลิตโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า
- 5) เน้นย้ำเรื่องความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า รักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐานเพื่อการค้าที่ยั่งยืน

1.3.3 ด้านช่องทางการสื่อสาร

เจ้าหน้าที่รัฐมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารแก่เกษตรกรชาวสวนลำไยอย่างต่อเนื่องโดยการประชาสัมพันธ์ผ่านสหกรณ์ที่สมาชิกสังกัด ทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรม

หน่วยงานภาครัฐประชาสัมพันธ์นโยบายให้เกษตรกรชาวสวนลำไยโดยมีการประชาสัมพันธ์เสียงตามสายในหมู่บ้านและชุมชน มีออกอากาศทางรายการวิทยุเป็นบางครั้ง ประชุมชี้แจง ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในบางโอกาส ปิดประกาศในชุมชน

1.3.4 ด้านผู้รับสาร

การสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย สหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ก่อนการรวมกลุ่มเกษตรกรยังไม่มีองค์กรที่ให้การช่วยเหลือด้านการจำหน่ายผลผลิต ฉะนั้นจึงขาดข้อมูลด้านการตลาด ไม่ทราบบทบาทหน้าที่ของการเป็นสมาชิกกลุ่มแต่ในปัจจุบันเกษตรกรสามารถปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับของสหกรณ์และปฏิบัติดูแลสินค้าให้มีคุณภาพตามที่ตลาดต้องการ

ด้านการพัฒนาทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ เกษตรกรชาวสวนลำไยฯ มีการพัฒนาทักษะการสื่อสารได้ดีขึ้นในอีกระดับหนึ่ง เช่น สามารถลดปัญหา MOC สินค้า การส่งสินค้าตรงเวลาและการบริหารจัดการปริมาณสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

อุปสรรคในการพัฒนาทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ คือ ทักษะด้านการสื่อสารของผู้รับสาร การไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปฏิบัติตามที่เกษตรกรชาวสวนลำไยมีทักษะการใช้สื่อคือ การสาธิต แสดงตัวอย่างสินค้าให้ผู้รับซื้อเข้าใจได้ดี

วิธีการ / เทคนิคการนำเสนอของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ ที่ประทับใจเจ้าหน้าที่รัฐมากที่สุดคือการแก้ปัญหาแบบมีส่วนร่วม สมาชิกยอมรับกติกาการทำงานของสหกรณ์

1.2 ด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามของสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน

1.2.1 แกนนำกลุ่ม (นางมาลี เปรมมณี)

1) จุดแข็ง

มีความสามัคคีภายในกลุ่ม ทำให้เป็นกลุ่มที่เข้มแข็ง สื่อสารเรื่องเดียวกัน มีเป้าหมายเหมือนกัน

2) จุดอ่อน

เงินทุนสำรองมีน้อย สมาชิกกลุ่มมีไม่ถึง 5 ร้อยคน เมื่อเทียบกับสหกรณ์ระดับอำเภอและจังหวัดที่ได้รับความช่วยเหลือด้านเงินทุนมากกว่าหลายเท่าตามสัดส่วนสมาชิก

3) โอกาส

(1) ชื่อเสียงด้านการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ

(2) ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐ

4) ภาวะคุกคาม

การฉวยโอกาสของกลุ่มอื่น แอบอ้างชื่อเสียงของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด

1.2.2 คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด

1) จุดแข็ง

(1) พื้นที่ทำเกษตรกรรมอุดมสมบูรณ์ สมาชิกประกอบอาชีพเดียวกัน

(2) การทำงานแบบมืออาชีพ มีความสามัคคีปรองดองกันในหมู่คณะ

(3) การรวมกลุ่มผลิตสินค้าดีมีคุณภาพทำให้สามารถต่อรองราคาได้

อย่างประสบผลสำเร็จ

(4) การทำงานที่เข้มแข็งของคณะกรรมการและผู้จัดการสหกรณ์ มีการ

เจรจาแบบตรงไปตรงมา ทำให้การเจรจาต่อรองประสบผลสำเร็จตามความคาดหวัง

2) จุดอ่อน

- (1) สหกรณ์มีเงินทุนหมุนเวียนน้อย ขาดสภาพคล่อง
- (2) ทุนสำรองมีน้อย เพราะเป็นระดับตำบล มีสมาชิกเพียง 487 คน ทำให้ไม่สามารถทำห้องเย็นได้ กำลังดำเนินการของงบประมาณจากทางภาครัฐ
- (3) ตลาดยังอยู่ในวงแคบ
- (4) การอบกัมมะถันยังไม่สมบูรณ์นัก

3) โอกาส

(1) ความช่วยเหลือจากทางภาครัฐด้านงบประมาณ การสร้างโรงเรือนให้ความรู้ การอบรมอย่างสม่ำเสมอ หาดตลาดคู่ค้า

- (2) ชื่อเสียงของกลุ่มเรื่องคุณภาพของสินค้า

4) ภาวะคุกคาม

- (1) จากพ่อค้าคนกลางที่กดราคาผลผลิตตกเกรด
- (2) การฉกฉวยโอกาสจากกลุ่มอื่น เช่นการแอบอ้างชื่อกลุ่มเพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย

1.2.3 เจ้าหน้าที่รัฐ

1) จุดแข็ง

- (1) คุณภาพของสินค้า
- (2) การบริหารจัดการของสหกรณ์ส่งผลให้สหกรณ์มีคู่ค้าที่ยั่งยืน

2) จุดอ่อน

ความไม่เที่ยงตรงของตลาด ที่ขึ้นอยู่กับ demand & supply

3) โอกาส

ความสามารถทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพของผู้จัดการและฝ่ายจัดการด้านต่างๆของสหกรณ์

4) ภาวะคุกคาม

การฉกฉวยโอกาสจากกลุ่มอื่น แอบอ้างชื่อกลุ่มเพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย

1.3 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

1.3.1 แขนงนำกลุ่มกับข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

1) ในฐานะที่เป็นแกนนำ ศึกษาข้อมูล รับฟังคำแนะนำและความคิดเห็นจากวิทยากรที่เลี้ยงเจ้าหน้าที่รัฐที่เลี้ยงใหญ่ สมาชิกและกรรมการทุกท่านด้านการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการต่อยอดด้านผลผลิตให้ทันสมัย เข้ากับสภาวะตลาดและความเป็นปัจจุบันให้มากที่สุดให้ ความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสมัยใหม่แก่สมาชิก รูปแบบการสื่อสารประเภทต่างๆ อุปสรรคของการสื่อสารและวิธีแก้ไขแก่สมาชิกและชุมชน เพื่อให้การรวมกลุ่มมีบูรณาการด้านการสื่อสาร เกิดประโยชน์ต่อการต่ออย่างยั่งยืน รวมทั้งขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อยอดผลผลิตแก่สมาชิก เพื่อให้ทุกคนเข้าใจและเข้าถึงการนำประโยชน์ของกระบวนการสื่อสารมาใช้ได้อย่างถูกต้อง ให้ ประสิทธิภาพอย่างเต็มรูปแบบ

2) ความคิดเห็นของแกนนำกลุ่มกับแนวทางการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการต่อยอดผลผลิตของกลุ่มสหกรณ์คือการให้ ความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสมัยใหม่แก่สมาชิก รูปแบบการสื่อสารประเภทต่างๆ อุปสรรคของการสื่อสารและวิธีแก้ไขแก่สมาชิกและชุมชน เพื่อให้การรวมกลุ่มมีบูรณาการด้านการสื่อสาร เกิดประโยชน์ต่อการต่ออย่างยั่งยืน โดยขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐในการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อยอดผลผลิตแก่สมาชิก เพื่อให้ทุกคนเข้าใจและเข้าถึงการนำประโยชน์ของกระบวนการสื่อสารมาใช้ได้อย่างถูกต้อง ให้ ประสิทธิภาพอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ไม่ได้เรียนรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อการต่ออย่างเป็นทางการ ให้ได้ศึกษาข้อมูล รับฟังคำแนะนำและความคิดเห็นจากวิทยากร เจ้าหน้าที่รัฐ เพื่อให้สมาชิกและกรรมการทุกท่านพัฒนา การสื่อสารเพื่อการต่อยอดด้านผลผลิตให้ทันสมัย เข้ากับสภาวะตลาดและความเป็นปัจจุบันให้มากที่สุด

1.3.2 คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด

กรรมการกลุ่มฯ มีข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ดังนี้

1) ขอความช่วยเหลือจากทางภาครัฐให้ ความรู้ด้านการพัฒนาทักษะการสื่อสารแก่สมาชิกแนะนำและให้ ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการต่อแก่สมาชิกเพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพ พัฒนาความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

2) ให้สมาชิกกลุ่มมีการตกลงกันก่อนผลิตสินค้า ผลผลิตของใคร ออกช่วงเวลาไหน เพื่อจะได้กระจายสินค้าจำหน่ายได้ตลอดทั้งปี

3) สมาชิกต้องพัฒนาตัวเองไปกับโลกไอทีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ศึกษาเรื่องสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้นและมีผลต่อประสิทธิภาพด้านการสื่อสารเพื่อการต่อรอง เพราะต้องอาศัยความสะดวก รวดเร็วในการตัดสินใจ กำหนดราคาการส่งและส่งสินค้าและอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

4) พัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์กลุ่มให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มอำนาจในการสื่อสารเพื่อการต่อรอง

1.3.3 เจ้าหน้าที่รัฐ

1) เผยแพร่การศึกษาเทคโนโลยีด้านการผลิต การให้สมาชิกในกลุ่มนำไปใช้พัฒนาผลผลิตของตัวเองและการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด ควรมีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ

2) พัฒนาระบบไอซีทีของไทยให้มีความก้าวหน้าและมีความทันสมัยกันทั้งระบบคือพัฒนาตัวเกษตรกรซึ่งเป็นผู้รับสารให้มีความรู้ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร โดยมีเจ้าหน้าที่จากทางภาครัฐเป็นวิทยากรที่เลี้ยง ให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างบูรณาการ พัฒนาคุณภาพผลผลิต เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารด้านการต่อรองให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น เสริมเสาหลักให้มั่นคง ต่อยอดธุรกิจที่ยั่งยืน

2. อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบฯ จำกัด ตำบลประจวบฯ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน สามารถจำแนกตามองค์ประกอบได้ ดังนี้

2.1 ผู้ส่งสาร

2.1.1 แกนนำกลุ่ม ในฐานะผู้ส่งสาร นางมาลี เปรมมณี มีบุคลิกลักษณะคุณสมบัติเด่นกว่าผู้อื่นในกลุ่ม และมีอิทธิพลมากกว่าบุคคลอื่นๆ ในหน่วยงานทั้งสามารถสร้างความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้เกิดขึ้นกับหน่วยงาน สามารถบริหารประสานประโยชน์ในกลุ่มเสมือนเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มซึ่งมีอิทธิพลและอำนาจสามารถบังคับบัญชาบุคคลในกลุ่มให้ปฏิบัติงานจนบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ด้วยการใช้การสื่อสารแบบโน้มน้าวใจให้สมาชิกกลุ่มขยายขอบเขตการผลิตและส่งเสริมให้ปลูกของดีมีคุณภาพคือการปลูกฝังทัศนคติที่ดีงามแก่สมาชิก อำนาจการต่อรองด้านผลผลิตจะเดินทางไปสู่ความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผลผลิตมีคุณภาพและ

เป็นที่พอใจของกลุ่มค้า สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องผู้นำของ ยงยุทธ เกษสาคร (ยงยุทธ เกษสาคร, 2542, น. 68)

แกนนำกลุ่มมีการศึกษาในระดับปริญญาโท มีความฉลาด ความรู้สติปัญญา ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจความรู้สึกและพฤติกรรมของคนอื่น มีวุฒิภาวะทางสังคมและใจกว้าง มีความสนใจสิ่งต่างๆรอบๆตัวมีวุฒิภาวะทางอารมณ์อดทนต่อความคับข้องใจต่างๆเชื่อมั่นและนับถือตัวเอง มีแรงจูงใจภายใน มีแรงขับที่จะทำอะไรให้ดีเด่นและสำเร็จอยู่เรื่อยๆ มีความรับผิดชอบสูง มีเจตคติเกี่ยวกับมนุษย์สัมพันธ์ ยอมรับว่าความสำเร็จนั้นมีผู้อื่นช่วยทำมีการพัฒนาความเข้าใจและทักษะด้านสังคมที่จะทำงานร่วมกับผู้อื่น สอดคล้องกับแนวคิดของพรนพ พุกกะพันธุ์ (พรนพ พุกกะพันธุ์, 2544)

นอกจากนี้ ด้านคุณธรรมที่แกนนำกลุ่มนำมาปฏิบัติคือ ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า เป็นคนยึดมั่นคำมั่นสัญญา เมื่อรับจะหาสินค้ามีคุณภาพ ก็ต้องหามาให้ได้ มีความจริงใจ กล้าพูดความจริง เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นต้องรีบแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบเพื่อหาทางออกและแก้ไขโดยเร็ว และวิสัยทัศน์ของแกนนำกลุ่มสามารถเปลี่ยนเป็นวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนได้จากการเน้นย้ำ ปลุกฝังให้สมาชิกกลุ่มผลิตสินค้าดีมีคุณภาพ เพราะการผลิตของดีจะทำให้การสื่อสารเพื่อการต่อรองประสบความสำเร็จ ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นและเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับองค์กร เป็นแบรนด์ของกลุ่ม นี่คือความต้องการของแกนนำกลุ่มที่ต้องการจะนำและให้สมาชิกมีส่วนร่วมด้วย

2.1.2 คณะกรรมการสหกรณ์ฯ

ในฐานะผู้ส่งสาร กรรมการกลุ่มทั้ง 13 คน มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการของสหกรณ์เป็นอย่างดี มีหน้าที่ปลุกจิตสำนึกของสมาชิกให้ผลิตลำไยที่มีคุณภาพออกสู่ท้องตลาด เพื่อให้มีอำนาจในการต่อรองสินค้าสูงโดยกรรมการกลุ่ม ได้ใช้ “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน โดยการให้ความรู้แก่เกษตรกรเรื่องการผลิตลำไยที่มีคุณภาพ การดูแลรักษาผลผลิตอย่างถูกวิธี การผลิตนอกลำไยฤดูการลดต้นทุน เพิ่มกำไรและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่นเชิญวิทยากรที่ปรึกษากลุ่ม คือนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยแม่โจ้มาอบรมหรือไปรับฟังการอบรมนอกสถานที่

นอกจากนี้ยังมีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่รัฐในด้านการขอความช่วยเหลือทั้งทางด้านวิชาการและงบประมาณ ขอคำแนะนำในการสร้างแบรนด์เนม ส่งเสริมด้านการตลาด

ข้อค้นพบดังกล่าว ทำให้สรุปได้ว่าคณะกรรมการได้ทำหน้าที่สื่อบุคคลได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพและคณะ (2551) ที่กล่าวถึงสื่อบุคคลว่าเป็นผู้ที่ทำหน้าที่นำเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารหรือทำหน้าที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร

2.1.3 เจ้าหน้าที่รัฐ

สำนักงานสหกรณ์จังหวัดลำพูน ได้ดำเนิน โครงการบริหารจัดการตลาดผลไม้ของสถาบันเกษตรกรปี 2557 เพื่อให้สถาบันเกษตรกรในจังหวัดลำพูนสามารถพัฒนาตนเองให้ดำเนินธุรกิจรวบรวมลำไยโดยอาศัยความร่วมมือกันตามหลักการ อุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์ ดำเนินการภายใต้กลไกตลาดปกติ สมาชิกสหกรณ์มีตลาดรองรับผลผลิตลำไยในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยพยุงและรักษาระดับราคาลำไยมิให้ตกต่ำ เกษตรกรสมาชิกมีแหล่งจำหน่ายลำไยในราคาที่ยุติธรรม นอกจากนี้การดำเนินธุรกิจรวบรวมของสถาบันเกษตรกร ทำให้เกิดความร่วมมือกันเป็นเครือข่ายทางการค้าระหว่างสถาบันเกษตรกรและเอกชน กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์ จึงจัดโครงการอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกสหกรณ์ผู้ปลูกลำไย เพื่อพัฒนามาตรฐานการผลิตลำไยให้มีคุณภาพ มีปริมาณผลผลิตลำไยเพียงพอ และตรงตามความต้องการของตลาด สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ตลาด เพื่อให้จำหน่ายผลผลิตได้ราคาดี สร้างโอกาสการแข่งขันให้แก่สถาบันเกษตรกรที่รวบรวมและการมีคู่ค้าที่ยั่งยืน

คุณลักษณะของเจ้าหน้าที่รัฐ ในฐานะผู้ส่งสารจึงสอดคล้องกับแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2551) ที่ระบุว่า หากสื่อบุคคลมีสายใยเชื่อมร้อยอยู่กับชุมชนจะก่อให้เกิดผลดีตามมหาหลายประการ อาทิความใกล้ชิดกับชุมชนทำให้รับรู้ปัญหาและความต้องการได้ชัดเจน ความคุ้นเคยทำให้มีรสนิยมเดียวกับชุมชนเมื่อออกแบบกิจกรรมจึงง่ายที่ชุมชนจะเข้าร่วมความน่าไว้วางใจเนื่องจากมีความผูกพันและเป็นที่ยอมรับของชุมชน เป็นต้น

2.2 สาร

เนื้อหาสารที่ผู้ส่งสารทุกกลุ่มใช้เป็นเนื้อหาที่ใช้เพื่อให้ข้อมูล ความรู้ และการต่อรองด้านผลผลิต ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อใช้กับการแก้ไขปัญหาของเกษตรกร สอดคล้องกับแนวคิดของเดวิด เค เบอร์โล (อ้างถึงในสุรรัตน์ ตรีสกุล, 2550) ที่ระบุว่า สารจะต้องมีการเลือกและจัดลำดับของสาร (Treatment) หมายถึง การตัดสินใจเลือกและจัดลำดับสารให้เหมาะสมและตอบสนองวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

2.3 สื่อ

สื่อที่ใช้ ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่อใหม่

2.4 ผู้รับสาร

ผู้รับสาร ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เกษตรกรชาวสวนลำไย กลุ่มสหกรณ์การเกษตรประดู่ป่าจำกัด ตำบลประดู่ป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

ทั้งนี้ องค์ประกอบการสื่อสาร คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร จะต้องมีความสอดคล้องกัน จึงจะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง”การสื่อสารของกลุ่ม สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด จังหวัดลำพูน”

ผู้วิจัยพบว่า มีเรื่องที่น่าสนใจและควรทำการศึกษาต่อไป เพื่อให้การสื่อสารของกลุ่ม สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เป็นต้นแบบของกลุ่มเกษตรกรที่มีการรวมกลุ่มเข้มแข็ง มีอำนาจในการต่อรองด้านผลผลิตกับคู่ค้าได้ เพราะมีผลผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ในขณะที่ความเปลี่ยนแปลงในโลกโซเซียลทำให้กลไกของตลาดสามารถเปลี่ยนไปในพริบตา เพราะฉะนั้นการแสวงหาความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับแกนนำและสมาชิกของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกััด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เพื่อให้การเจรจาต่อรองด้านผลผลิตทันสมัย ทันต่อเวลา สะดวก รวดเร็ว ในยุคปัจจุบันและภายภาคหน้า

3.2 ข้อเสนอแนะทั่วไป

3.2.1 ความรู้ ความสามารถ ทักษะคติและทักษะการสื่อสารของแกนนำกลุ่มอยู่ในเกณฑ์ดีมาก คณะกรรมการสหกรณ์อยู่ในเกณฑ์ดีและพอใช้ ควรจะได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถเพิ่มเติมในขณะดำรงตำแหน่ง เช่นหลักสูตรการฝึกพูดต่อหน้าผู้อื่นและสาธารณชน มีการจัดอบรมความรู้ด้านไอที เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

3.2.2 เกษตรกรควรเปิดวิสัยทัศน์ในการผลิตลำไยให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพเพื่อดำรงไว้ซึ่งชื่อเสียง และอำนาจในการต่อรองราคาผลผลิต



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2550). สืบค้น จาก

http://www.moac.go.th/ewt_news.php?nid=2575&filename=index

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2549). ใต้ฟ้ากีฬาแห่งการศึกษา สื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร

ภาพรวมจากงานวิจัย . กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2551). การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่อง “การสื่อสารชุมชน”.

กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สื่อเล็กๆ ที่นำไปใช้ในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

จันทร์ชัย เกียรติศรีชนกร. (2550). ปัจจัยที่ทำให้การเจรจาต่อรองทางธุรกิจประสบความสำเร็จ.

(วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยรามคำแหง,

กรุงเทพฯ.

จันทนา ทองประยูร. (2553). ทฤษฎีการสื่อสารกลุ่มเล็กและการสื่อสารสาธารณะ. ใน *ประมวล*

สาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร. หน่วยที่ 8. นนทบุรี: สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ชุมชนประตูป่า. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <http://www.templethailand.org/ID51010504>

จิตติพร ชมพูคา. (2549). *สุดยอดผู้นำ: 24 บทเรียนสำหรับผู้นำที่ไม่ธรรมดา*. แปลจาก The Handbook

for Leader. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

ณัฐภา วงศ์ธิดา. (2558, 20 กันยายน). เจ้าหน้าที่ชำนาญการ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจสหกรณ์

สำนักงานสหกรณ์ จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์).

ดวงคำ คำมี. (2558, 15 กันยายน). กรรมการสหกรณ์การเกษตรประตูป่าจำกัด ตำบลประตูป่า

อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์).

ดุสิต ยาชะวันนา. (2558, 18 กันยายน). กรรมการสหกรณ์การเกษตรประตูป่าจำกัด ตำบลประตูป่า

อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์).

ทัศนรินทร์ สุวรรณคฤหาสน์. (2558, 20 กันยายน). เจ้าหน้าที่ชำนาญการ กลุ่มส่งเสริมและ

พัฒนาธุรกิจ สหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์ จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์).

นิคม จิตตะวะนา. (2558, 15 กันยายน). รองประธานกรรมการคนที่ 2 สหกรณ์การเกษตรประตูป่า

จำกัด ตำบลประตูป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์).

บุญมี กันธาทอง. (2558, 17 กันยายน). ประธานกรรมการสหกรณ์การเกษตรประตูป่าจำกัดจำกัด

ตำบลประตูป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์).

- บุษบา สุธีธร. (2541). พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคล. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรม การสื่อสาร*. หน่วยที่ 6. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชา นิเทศศาสตร์.
- พชนี เขยจรรยา. (2541). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 5) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ข้าวฟ่าง.
- พรนพ พุกกะพันธุ์. (2544). *ภาวะผู้นำและการจูงใจ*. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักส์
- พลชัย เพชรปลอด. (2555). *กระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านเกษตร อินทรีย์ของปราชญ์ชาวบ้าน ศูนย์เครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน บ้านคอนฝิงแคด จังหวัด เพชรบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- พลอยชมพู วิฑิตยาภรณ์. (2553). *การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืน: กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลอง ลัดมะยม*. ม.ป.ท.
- พิชญากร จันทิมา. (2558, 20 กันยายน). *เจ้าหน้าที่ชำนาญการ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจ สหกรณ์สำนักงานสหกรณ์ จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์)*.
- มาลี เปรมมณี. (2558, 20 สิงหาคม). *ผู้จัดการ. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบป่า อำเภอมือง จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์)*.
- _____. (2558, 15 กันยายน). *ผู้จัดการ. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบป่า (บทสัมภาษณ์)*.
- ขงยุทธ เกษสาคร. (2542). *ภาวะผู้นำและการจูงใจ*. กรุงเทพฯ: SK BOOKNET.
- ยุทธ อินม่วง. (2558, 16 กันยายน). *ผู้ตรวจสอบกิจการ. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบป่า อำเภอมือง จังหวัดลำพูน ลำพูน (บทสัมภาษณ์)*.
- ศุจินันท์ ทิพย์พิงค์. (2558, 18 กันยายน). *เหรียญก. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบป่า อำเภอมือง จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์)*.
- ศูนย์ปฏิบัติการเฉพาะกิจผลไม้ภาคเหนือ (ลำไย) ปี 2556. สืบค้นจาก <http://www.ndoae.doae.go.th/longan2013/>
- สุกัญญา เตพา. (2558, 15 กันยายน). *เลขานุการ. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบป่า อำเภอมือง จังหวัดลำพูน (บทสัมภาษณ์)*.
- สมพันธ์ บูรณยาพร และคณะ. (2553). *การดำเนินการวิจัยการพัฒนาตัวแบบสหกรณ์เชิงคุณค่า : กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรบ้านค่ายจำกัด*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- สนั่น บุญธิ. (2558, 19 กันยายน). กรรมการ. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัฒ ตำบลประจวบ
อำเภอเมือง จังหวัดล่ำพูน (บทสัมภาษณ์).
- สมหมาย กล่ำณรงค์. (2548). *การพัฒนาเครือข่ายชุมชนสร้างสุขภาพบ้านทุ่งโป่ง อำเภอปาย
จังหวัดแม่ฮ่องสอน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สมเกียรติ น่วมนา และคณะ. (2558). *โครงการประยุกต์ใช้แอปพลิเคชันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
ผลผลิตลำไยบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ในจังหวัดล่ำพูน*. วิทยาลัยสื่อและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สาคร คำวินิจฉัย. (2558, 19 กันยายน). กรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัฒ ตำบลประจวบ
อำเภอเมือง จังหวัดล่ำพูน (บทสัมภาษณ์).
- สุทัศน์ กันทาทอง. (2558, 18 กันยายน). รองประธานกรรมการคนที่ 1. สหกรณ์การเกษตรประจวบ
จำกัฒ ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดล่ำพูน (บทสัมภาษณ์).
- สุมน อยู่สิน. (2549). *การสื่อสารเพื่อการเรียนการสอน*. สืบค้นจาก [http://beer31181012-
103.blogspot.com/2012/09/blog-post.html](http://beer31181012-103.blogspot.com/2012/09/blog-post.html)
- สุรศักดิ์ คำบุรี. (2558, 19 กันยายน). กรรมการ. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัฒ ตำบลประจวบ
อำเภอเมือง จังหวัดล่ำพูน (บทสัมภาษณ์).
- สุรัตน์ ตรีสุกล. (2550). *หลักนิเทศศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัย
ราชภัฏสวนสุนันทา.
- สุเทพ พงศ์ศิริวัฒน์. (2550). *ภาวะความเป็นผู้นำ*. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- สุนทร อินตะพิงค์. (2558, 17 กันยายน). ผู้ตรวจสอบกิจการ. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัฒ
ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดล่ำพูน (บทสัมภาษณ์).
- สำนักงานเกษตรจังหวัดล่ำพูน. (2558). สืบค้นจาก www.lamphun.doae.go.th
- สำนักงานสหกรณ์จังหวัดล่ำพูน กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2558) สืบค้นจาก
webhost.cpd.go.th/lamphun1/
- สำนักสำรวจดินและการวางแผนการใช้ที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. สืบค้น
จาก http://oss101.ldd.go.th/osr_weblink/main_weblinks.htm.
- อนงค์ โยงจิตร. (2558, 15 กันยายน). กรรมการ. สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัฒ ตำบลประจวบ
อำเภอเมือง จังหวัดล่ำพูน (บทสัมภาษณ์).
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ และคณะ. (2547). *สมรรถนะด้านการสื่อสารของสื่อบุคคลกับการระดมพลัง
การพัฒนา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Denis McQuail. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*.

<http://www.logisticafe.com/2009/11/production-process/>

Rogers, Everett M. (2003). *Diffusion of innovations*. (5th ed.) New York: Free Press.



ภาคผนวก



แบบสัมภาษณ์สำหรับแกนนำกลุ่ม

แบบสัมภาษณ์สำหรับแกนนำกลุ่ม: ผู้จัดการกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัค ตำบลประจวบ
อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

ส่วนที่ 1 บริบทกลุ่ม และการรวมกลุ่ม

- 1.1 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัค ตำบลประจวบ อำเภอเมือง
จังหวัดลําพูน
- 1.2 สภาพแวดล้อมของสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัค ตำบลประจวบ อำเภอเมือง
จังหวัดลําพูน
- 1.3 สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัค อ.เมือง จ.ลําพูนมีการดำเนินงาน ด้านใดบ้าง
- 1.4 การรวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อต่อรองด้านจำหน่ายผลผลิตลำไย เริ่มต้นเมื่อไหร่ เป็น
เวลานานเท่าไร
- 1.5 ผลผลิตลำไยของกลุ่ม จำหน่ายในลักษณะใด (สด หรือแปรรูป)
- 1.6 ผลผลิตลำไยของกลุ่ม จำหน่ายให้กับร้านค้า/บริษัทใดบ้าง
- 1.7 ช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มอยู่ที่ใด
- 1.8 ปริมาณของผลผลิตลำไยของกลุ่มที่จำหน่าย ประมาณปีละเท่าไร
- 1.9 ปริมาณของผลผลิตลำไยของกลุ่มที่จำหน่าย คิดเป็นมูลค่าประมาณปีละเท่าไร
- 1.10 ชื่อเสียงของกลุ่มฯ มีผลต่อการซื้อขายลำไย อย่างไร

ส่วนที่ 2 กระบวนการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัค ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

2.1 ผู้สื่อสาร

- ท่านได้มาเป็น “ผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัค” ด้วยวิธีการใด (เลือกตั้ง หรือ
ได้รับการมอบหมาย / ความเห็นชอบจากกลุ่มให้ดำรงตำแหน่งดังกล่าว หรือวิธีการอื่นๆ)
- ดำรงตำแหน่งดังกล่าวมานานแล้วเท่าใด
- ปัญหาหลักที่กลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบใน เรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของ
เกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูน ต้องเผชิญมีอะไรบ้าง
- ผลการดำเนินงานในฐานะผู้จัดการสหกรณ์การเกษตรประจวบในเรื่องของการต่อรอง
ด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูน มีอะไรบ้าง

- ในฐานะแกนนำกลุ่ม ท่านได้ใช้กลไก หรือกระบวนการใดเข้าไปใช้แก้ไขปัญหาในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน
- ในฐานะแกนนำกลุ่ม ท่านได้ใช้ “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนหรือไม่ อย่างไร
- ในฐานะแกนนำกลุ่ม ท่านคิดว่ากลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบ มีกระบวนการสื่อสารอย่างไร จึงทำให้การต่อรองด้านผลผลิตเข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพสูง
- ท่านคิดว่า ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการสื่อสารเพื่อการต่อรองของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน

2.2 สาร

- ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับสมาชิกกลุ่มในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน มีอะไรบ้าง
- ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน มีอะไรบ้าง
- ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับพ่อค้าคนกลางในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน มีอะไรบ้าง
- ประเด็น / เนื้อหาที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบนำไปใช้ในการต่อรองด้านผลผลิตที่ได้ผล และมีประสิทธิภาพสูงสุด คือประเด็น / เนื้อหาใด
- ใครเป็นผู้กำหนดประเด็น / เนื้อหาที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบนำไปใช้ในการต่อรองด้านผลผลิต
- สมาชิกกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบ มีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็น / เนื้อหาในการต่อรองด้านผลผลิตหรือไม่ อย่างไร

2.3 ช่องทางการสื่อสาร / สื่อ

- ในฐานะแกนนำกลุ่ม ท่านได้ใช้รูปแบบการสื่อสารรูปแบบใดสื่อสารกับสมาชิกกลุ่ม (การสื่อสารระหว่างบุคคล / การสื่อสารกลุ่มเล็ก / การสื่อสารกลุ่มใหญ่ / การประชุม)
- ในฐานะแกนนำกลุ่ม ท่านประชุมสมาชิกกลุ่มในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนบ่อยแค่ไหน และเรียกประชุมในวาระ โอกาสใดบ้าง

- รูปแบบที่ใช้ในการประชุมกลุ่มในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน คือรูปแบบใด (ประชุมอย่างเป็นทางการ / ประชุมอย่างไม่เป็นทางการ / ประชุมในเวทีชุมชน)

- กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตุป่ามีการใช้สื่อในการต่อรองด้านผลผลิตหรือไม่ ถ้ามี ท่านใช้สื่อดังกล่าวในลักษณะใด (สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่อใหม่)

- สื่อบุคคล หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้ทรงคุณวุฒิ / ปราชญ์ชาวบ้านที่มาช่วยในการเจรจาต่อรอง

- สื่อกิจกรรม หมายถึง กิจกรรมที่จัดเพื่อสนับสนุนการเจรจาต่อรอง เช่น กิจกรรมพัฒนาความรู้ การศึกษาดูงาน การอบรม การจัดเวทีชุมชน เป็นต้น

- สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณา นิทรรศการ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น

- สื่อมวลชน หมายถึง รายการวิทยุ โทรทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับการต่อรองด้านผลผลิต

- สื่อใหม่ หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ไลน์ หรืออื่นๆ ที่นำมาใช้สนับสนุนการ

ต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน

2.4 ผู้รับสาร

- ในการต่อรองด้านผลผลิตของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตุป่าจำกัด จังหวัดลำพูน ท่านต้องสื่อสารกับกลุ่มใดบ้าง (กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย / เจ้าหน้าที่ภาครัฐ / พ่อค้าคนกลาง / สื่อมวลชนท้องถิ่น และอื่น ๆ)

- กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตุป่ามีการแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่มบ้างหรือไม่ / มากน้อยเพียงใด

- กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตุป่ามีการแลกเปลี่ยนความรู้ภายนอกกลุ่มหรือไม่/มากน้อยเพียงใด

- ความรู้ที่ได้รับมา กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตุป่ามีการนำไปประยุกต์ใช้อย่างไร

**ส่วนที่ 3 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตูป่าจำกัด ตำบล
ประตูป่า อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน**

- ในฐานะแกนนำกลุ่ม ท่านวิเคราะห์ SWOT การดำเนินงานกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย
ของสหกรณ์การเกษตรประตูป่าได้อย่างไร

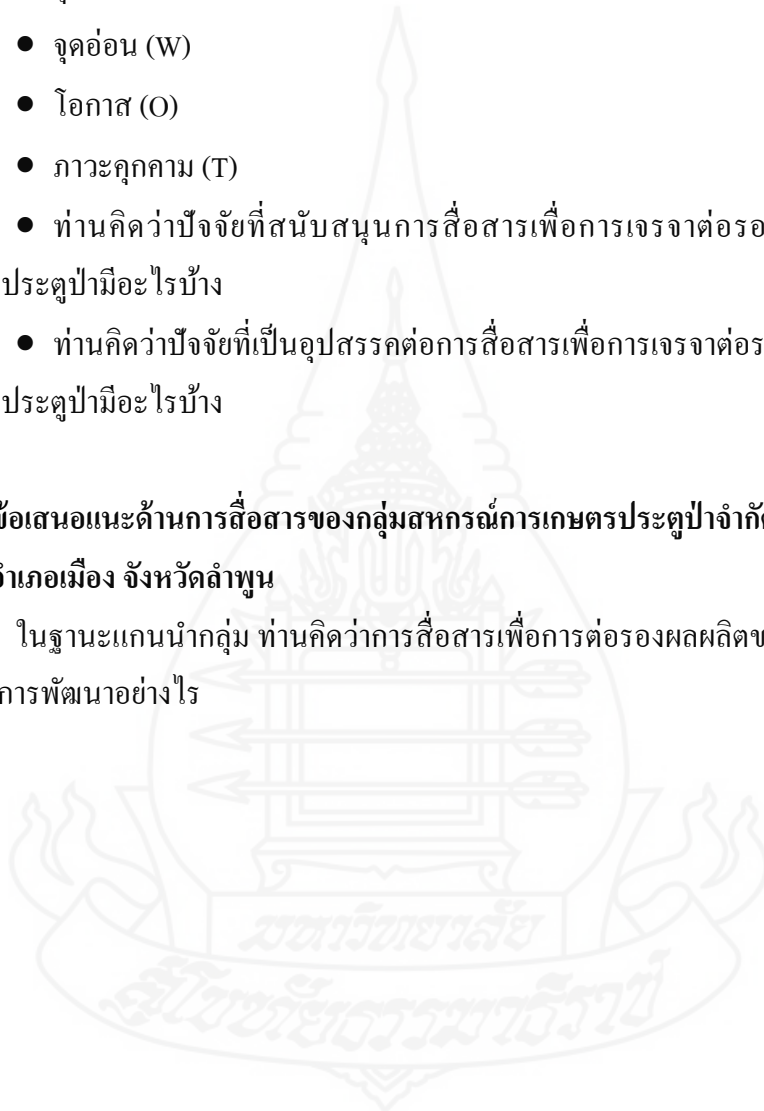
- จุดแข็ง (S)
- จุดอ่อน (W)
- โอกาส (O)
- ภาวะคุกคาม (T)
- ท่านคิดว่าปัจจัยที่สนับสนุนการสื่อสารเพื่อการเจรจาต่อรองของกลุ่มสหกรณ์

การเกษตรประตูป่ามีอะไรบ้าง

● ท่านคิดว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารเพื่อการเจรจาต่อรองของกลุ่มสหกรณ์
การเกษตรประตูป่ามีอะไรบ้าง

**ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประตูป่าจำกัด ตำบลประตูป่า
อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน**

- ในฐานะแกนนำกลุ่ม ท่านคิดว่าการสื่อสารเพื่อการต่อรองผลผลิตของกลุ่มสหกรณ์ควร
มีแนวทางการพัฒนาอย่างไร



แบบสัมภาษณ์สำหรับคณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

ส่วนที่ 2 กระบวนการสื่อสารของคณะกรรมการกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด ตำบลประจวบ อำเภอเมือง จังหวัดลําพูน

2.1 ผู้ส่งสาร

- ท่านได้มาเป็น “กรรมการสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด” ด้วยวิธีการใด (เลือกตั้งหรือได้รับการมอบหมาย / ความเห็นชอบจากกลุ่มให้ดำรงตำแหน่งดังกล่าว หรือวิธีการอื่น ๆ)
- ดำรงตำแหน่งดังกล่าวมานานแล้วเท่าใด
- ปัญหาหลักที่กลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูน ต้องเผชิญมีอะไรบ้าง
- ผลการดำเนินงานในฐานะกรรมการกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูน มีอะไรบ้าง
- ในฐานะกรรมการกลุ่ม ท่านได้ใช้กลไก หรือกระบวนการใดเข้าไปใช้แก้ไขปัญหาในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูน
- ในฐานะกรรมการกลุ่ม ท่านได้ใช้ “การสื่อสาร” เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูนหรือไม่ อย่างไร
- ในฐานะกรรมการกลุ่ม ท่านคิดว่ากลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบ มีกระบวนการสื่อสารอย่างไร จึงทำให้การต่อรองด้านผลผลิตเข้มแข็ง และมีประสิทธิภาพสูง
- ท่านคิดว่า ใครเป็นผู้มีอิทธิพลในการสื่อสารเพื่อการต่อรองของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูน
- ท่านได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มมากน้อยเพียงใด

2.2 สาร

- ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับชุมชนในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูน มีอะไรบ้าง
- ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่รัฐในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลําพูน มีอะไรบ้าง

- ประเด็นที่ใช้ในการสื่อสารกับพ่อค้าคนกลางในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน มีอะไรบ้าง
- ประเด็น / เนื้อหาที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตูป่านำไปใช้ในการต่อรองด้านผลผลิตที่ได้ผล และมีประสิทธิภาพสูงสุด คือประเด็น / เนื้อหาใด
- ใครเป็นผู้กำหนดประเด็น / เนื้อหาที่กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประตูป่านำไปใช้ในการต่อรองด้านผลผลิต
- ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดประเด็น / เนื้อหาในการต่อรองด้านผลผลิตหรือไม่อย่างไร

2.3 ช่องทางการสื่อสาร / สื่อ

- ในฐานะกรรมการกลุ่ม ท่านได้ใช้รูปแบบการสื่อสารรูปแบบใดสื่อสารกับชุมชน (การสื่อสารระหว่างบุคคล / การสื่อสารกลุ่มเล็ก / การสื่อสารกลุ่มใหญ่ / การประชุม)
- ในฐานะกรรมการกลุ่ม ท่านประชุมกับชุมชนในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูนบ่อยแค่ไหน และเรียกประชุมในวาระ โอกาสใดบ้าง
- รูปแบบที่ใช้ในการประชุมกับชุมชนในเรื่องของการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน คือรูปแบบใด (ประชุมอย่างเป็นทางการ / ประชุมอย่างไม่เป็นทางการ / ประชุมในเวทีชุมชน)
- ในชุมชนท่าน มีการใช้สื่อในการต่อรองด้านผลผลิตหรือไม่ ถ้ามี ท่านใช้สื่อดังกล่าวในลักษณะใด (สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน สื่อใหม่)
 - สื่อบุคคล หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญ / ผู้ทรงคุณวุฒิ / ปราชญ์ชาวบ้านที่มาช่วยในการเจรจาต่อรอง
 - สื่อกิจกรรม หมายถึง กิจกรรมที่จัดเพื่อสนับสนุนการเจรจาต่อรอง เช่น กิจกรรมพัฒนาความรู้ การศึกษาดูงาน การอบรม การจัดเวทีชุมชน เป็นต้น
 - สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ โฆษณา นิทรรศการ แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น
 - สื่อมวลชน หมายถึง รายการวิทยุ โทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับการต่อรองด้านผลผลิต
 - สื่อใหม่ หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊ก ไลน์ หรืออื่นๆ ที่นำมาใช้สนับสนุนการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน

2.4 ผู้รับสาร

- ในการต่อรองด้านผลผลิตของเกษตรกรชาวสวนลำไยในจังหวัดลำพูน ท่านต้องสื่อสารกับกลุ่มใดบ้าง (กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย / เจ้าหน้าที่ภาครัฐ / พ่อค้าคนกลาง / สื่อมวลชนท้องถิ่น และอื่น ๆ)

- กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบมีการแลกเปลี่ยนความรู้กันภายในกลุ่มบ้างหรือไม่ / มากน้อยเพียงใด

- กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบมีการแลกเปลี่ยนความรู้ภายนอกกลุ่มหรือไม่ / มากน้อยเพียงใด

- ความรู้ที่ได้รับมา กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบมีการนำไปประยุกต์ใช้อย่างไร

ส่วนที่ 3 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน

- ในฐานะกรรมการกลุ่ม ท่านวิเคราะห์ SWOT การดำเนินงานกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบได้อย่างไร

- จุดแข็ง (S)
- จุดอ่อน (W)
- โอกาส (O)
- ภาวะคุกคาม (T)

- ท่านคิดว่าปัจจัยที่สนับสนุนการสื่อสารเพื่อการเจรจาต่อรองของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยของสหกรณ์การเกษตรประจวบมีอะไรบ้าง

- ท่านคิดว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารเพื่อการเจรจาต่อรองของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนของสหกรณ์การเกษตรประจวบมีอะไรบ้าง

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกัด ตำบลประจวบ อำเภอมือง จังหวัดลำพูน

- ในฐานะกรรมการกลุ่ม ท่านคิดว่าการสื่อสารของกลุ่มสหกรณ์ควรมีแนวทางการพัฒนาอย่างไร

แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่รัฐ

แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่รัฐ

ชื่อ.....
ตำแหน่ง.....
หน่วยงาน

ส่วนที่ 1 นโยบายภาครัฐในด้านส่งเสริมการสื่อสารเพื่อการต่อยอดด้านผลผลิตของกลุ่มสหกรณ์ การเกษตรประจวบจำกั๊ด ตำบลประจวบ อําเภอเมือง จังหวัดลําพูน

ภาครัฐมีการช่วยเหลือเกษตรกรในด้านสื่อสารเพื่อการต่อยอดด้านผลผลิตของกลุ่มเกษตรกร
ชาวสวนลำไย สหกรณ์ประจวบจำกั๊ด อ.เมือง จ.ลําพูน หรือไม่

1. เป้าหมายและนโยบายการช่วยเหลือของรัฐ เกษตรกรสามารถนำไปปฏิบัติได้หรือไม่
2. การเชื่อมประสานการทำงานจากภาครัฐกับกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยเป็นการสื่อสาร
ลักษณะใด (แนวตั้ง จากบนลงล่าง / แนวนอน คือการทำงานร่วมกันในระดับพื้นที่)
3. ท่านมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารแก่เกษตรกรชาวสวนลำไยหรือไม่ (มีอย่างต่อเนื่อง/มีบ้าง /
ไม่มีเลย)
4. วิธีการที่หน่วยงานภาครัฐประชาสัมพันธ์นโยบายให้เกษตรกรชาวสวนลำไยทราบ (เปิด
ประกาศในชุมชน / ประชาสัมพันธ์ทางเสียงตามสาย วิทยุชุมชน หรือวิทยุ โทรทัศน์ /
ประชุมชี้แจง / ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ / อื่นๆ)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคาม ปัจจัยภายในและภายนอกกลุ่ม ความสามารถทางการสื่อสาร ปัญหาและอุปสรรครวมทั้งผลของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับ สารของกลุ่มสหกรณ์การเกษตรประจวบจำกั๊ด ตำบลประจวบ อําเภอเมือง จังหวัดลําพูน

- 2.1 ท่านเกี่ยวข้องกับกรรวมกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย สหกรณ์การเกษตรประจวบจำกั๊ด อ.เมือง
จ.ลําพูนด้านใดบ้าง
- 2.2 โปรดประเมินความรู้ / ทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย สหกรณ์การเกษตร
ประจวบจำกั๊ด อ.เมือง จ. ลําพูน ในประเด็นต่อไปนี้
 - ประเมินประสบการณ์ / ทักษะ การสื่อสาร ของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยสหกรณ์
การเกษตรประจวบจำกั๊ด อ.เมือง จ. ลําพูน ก่อนการรวมกลุ่ม

- ประเมินประสบการณ์ / ทักษะ การสื่อสาร ของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยสหกรณ์
การเกษตรประจวบจัมกัฒ อ.เมือง จ. ลำพูน ในปัจจุบัน
 - ประเมินกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยสหกรณ์การเกษตรประจวบจัมกัฒ อ.เมือง จ. ลำพูน ใน
แง่การพัฒนาทักษะการสื่อสาร
- 2.3 ท่านคิดว่าใครคือผู้มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวน
ลำไย
- 2.4 ท่านคิดว่า กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ มีลำดับขั้นตอนการพัฒนา / วิธีการฝึกฝน ทักษะ ด้าน
การสื่อสารอย่างไร
- 2.5 ท่านคิดว่า อะไรคือปัจจัยที่ช่วยให้เกิดการพัฒนากิจกรรมการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวน
ลำไย สหกรณ์การเกษตรประจวบจัมกัฒ อ.เมือง จ. ลำพูน
- 2.6 ท่านคิดว่า อะไรคืออุปสรรคในการพัฒนาทักษะการสื่อสารของกลุ่มเกษตรกรชาวสวน
ลำไย สหกรณ์การเกษตรประจวบจัมกัฒ อ.เมือง จ. ลำพูน
- 2.7 กลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ มีทักษะการใช้สื่อ / การใช้เครื่องมือประกอบการ นำเสนอ / การ
สาธิต สามารถถ่ายทอดให้ผู้อื่นเข้าใจได้มากน้อยเพียงใด
- 2.8 วิธีการ / เทคนิคการนำเสนอของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไยฯ มีอะไรที่ประทับใจท่านบ้าง
- 2.9 ท่านคิดว่าสิ่งใดเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามในการสื่อสารเพื่อการต่อรอง
ผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรชาวสวนลำไย สหกรณ์การเกษตรประจวบจัมกัฒ อ.เมือง จ.ลำพูน
- 2.10 ท่านคิดว่ากระบวนการสื่อสารและการสื่อสารเพื่อการต่อรองผลผลิตของกลุ่มเกษตรกร
ชาวสวนลำไยฯ ควรมีแนวทางการพัฒนาอย่างไร

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางศรีจิต เองเลอร์
วัน เดือน ปีเกิด	9 ตุลาคม พ.ศ. 2494
สถานที่เกิด	อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดลำพูน
ประวัติการศึกษา	- ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต (ไทยคดีศึกษา) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พ.ศ. 2549 - ปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิต (สื่อสิ่งพิมพ์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช พ.ศ. 2552
สถานที่ทำงาน	- พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลรัฐ เมือง Munderkingen , Ehingen/Donau , Blaubeuren และ Nursing Homeของรัฐ เมือง Schelkingen แคว้น Baden-Wuerttemberg ประเทศเยอรมนี พ.ศ. 2521-2547
ปัจจุบัน	เกษียณราชการจากงานพยาบาลวิชาชีพประเทศเยอรมนี

