

รายงานการวิจัย

เรื่อง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกร  
ประจำตำบลชุมโค จังหวัดชุมพร

The Influence of Media for Acceptance Innovations through Farmers  
at Chomko Subdistic, Pathew Distric, Chomporn Province



RCH  
S  
494.5  
.C6

เลขหมี่... ๗45๖  
เลขทะเบียน... 42015  
วัน, เดือน, ปี... 2 พ.ค. 2545

b. 11166952  
i. ....

รายงานผลการวิจัยต่อสำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
โครงการสนับสนุนงานวิจัยจากงบประมาณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า  
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง พุทธศักราช 2541

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางการเกษตรเพราะได้นำไปปฏิบัติและพัฒนางานของตนเองให้ดีขึ้นมีมากที่สุด และสนใจที่จะเข้าร่วมรับฟัง เข้าร่วมการอบรมความรู้ใหม่ ๆ ทางการเกษตรมาก โดยให้ความเห็นว่าหน่วยงานและภาครัฐที่เกี่ยวข้องหรือรับผิดชอบควรจัดอบรมความรู้แผนใหม่ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรโดยใช้สื่อที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อที่จะให้เกษตรกรได้พัฒนาความรู้ทางการเกษตรของตนเองเพิ่มขึ้นมากที่สุด ที่อยู่อาศัยและสภาพภูมิศาสตร์ของพื้นที่ไม่เป็นอุปสรรคในการสื่อสารพอ ๆ กับเกษตรกรอีกกลุ่มที่คิดว่าที่อยู่อาศัยเป็นอุปสรรคในการใช้สื่อในการเผยแพร่ได้ใกล้เคียงกัน เกษตรกรมีความเห็นว่าสื่อในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรยังมีความจำเป็นอยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความเห็นว่าหน้าที่ในการส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรน่าจะเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากที่สุด และสื่อที่เกษตรกรเสนอแนะว่ามีทุกบ้านและฟังกันเป็นประจำอยู่แล้วคือสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Abstract

**Subject :** The Influence of Media for Acceptance Innovations through Farmers at  
Chomko Subdistic, Pathew Distric, Chomporn Province

**By :** Miss Sukhumaporn Khansri

The objectives of this research are to study about the behavior of farmers to accept the agricultural innovation media and to study of problems and their suggestions to develop their works : The result are almost of the farmers are men. Most of the farmers accept new technology and new agricultural communications media by television. The farmers respect personnel media as an agriculturalists because of to improve their works and their knowledge. They find out the data by asking the agriculturalists. Most of them think of their wives and husbands to decide buying goods ( agricultural tools, pesticide etc.) And they realize about quality of agricultural goods. Now the farmers know very rapidly about the information technology news and innovation media. The habitat or location of them did not interrupt because of comfortable communication and new information technology. New technology and new media they like best are televisions radios and computers. The farmers want to improve their knowledge by training with the support of government offices. They think now we have enough media and innovation to communicate for all. For suggestions all of them have radios to listen about agricultural new technology and media. However, the television is the best media for them. The others suggestion the farmers think that media and innovations very important to contact to the others and they believe that the agricultural communications to them are the authority of the agriculturalist officers.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนำ

งานวิจัยเรื่อง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกรในตำบล ชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจที่มีความมุ่งหวัง ตั้งใจที่จะหาข้อมูลในการ รับการสื่อสาร การเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลและเทคโนโลยีทางการเกษตรที่เกษตรกรได้รับ และข่าว สารข้อมูลทางการเกษตรนั้น ๆ ที่มีมาถึงเกษตรกรผ่านสื่ออะไรมากที่สุด มีผลหรือมีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจในการซื้อสินค้าเกษตร การเปิดรับข่าวสารใด ๆ มากน้อยเพียงไร และที่ผู้วิจัยเลือกใช้แบบ สัมภาษณ์เพราะจะได้ข้อมูลตรงและเป็นจริง ผู้สัมภาษณ์ได้ตอบข้อสงสัยในบางประเด็นของ เกษตรกร เกษตรกรบางคนมีปัญหาต่อการทำความเข้าใจในคำถามและบางคนมีปัญหาในการ อ่านจะได้สอบถามผู้สัมภาษณ์ได้โดยตรง และนอกจากนี้ข้อดีคือเป็นการเก็บข้อมูลในแบบ สัมภาษณ์กลับมากับผู้สัมภาษณ์พร้อมกัน แต่ปัญหาของการสัมภาษณ์เกษตรกรรายบุคคลอยู่ที่ สภาพการเดินทาง บ้านเรือนของเกษตรกรอยู่ห่างไกล แต่ละครวีธีใช้เวลาในการสัมภาษณ์นาน จึงจะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ ผลของการวิจัยก็เป็นทีพอใจที่จะนำเสนอ หรือเสนอแนะต่อหน่วยงานและ ภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเกษตรได้ตระหนักถึงความต้องการอย่างแท้จริงของเกษตรกร เป็นหลัก จึงจะทำให้ภาคการเกษตรอยู่รอด และสังคมการเกษตรเข้มแข็งพร้อมที่จะช่วยตนเอง และชุมชนต่อไปทำให้การเกษตรยั่งยืน อย่างไรก็ตามงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงด้วยความภูมิใจ ของผู้วิจัยที่ใช้ระยะเวลาอันพอสมควรในการวิจัยเพื่อที่จะให้การวิจัยสมบูรณ์ที่สุด พร้อมนี้ขอ ขอบคุณเกษตรกรทุกท่านที่ให้สัมภาษณ์ คณาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษาภาควิชาเทคนิคเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตรและนักศึกษาจากวิทยาเขตสารสนเทศชุมพร สถาบันเทคโนโลยีพระ จอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง รองอธิการบดีประจำวิทยาเขตสารสนเทศชุมพร ผศ.ดร.สุรพล เศรษฐบุตร ที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลการวิจัย ทำให้งานวิจัยฉบับนี้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ทุกประการ

สุขุมภรณ์ ชันธิศรี

ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
คำนำ	(ข)
สารบัญตาราง	(ค)
สารบัญภาพ	(ง)
บทที่ 1 บทนำ : ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	3
ขอบเขตการศึกษาและวิจัย	3
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	4
บทที่ 2 ตรวจสอบเอกสาร : สื่อ	5
การสื่อสาร	10
นวัตกรรม	15
การยอมรับ	16
พฤติกรรม	23
อิทธิพล	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย : รูปแบบการวิจัย ประชากร การสุ่มตัวอย่าง	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล	32
บทที่ 4 ผลการวิจัย	33
บทที่ 5 สรุปและเสนอแนะ	57
เอกสารอ้างอิง	64
ภาคผนวก : แบบสัมภาษณ์เกษตรกร เรื่องสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม	67
ทางการเกษตรของเกษตรกรตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1	แสดงจำนวนเกษตรกรและการกระจายของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา	32
ตารางที่ 2	แสดงข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร	33
ตารางที่ 3	แสดงการถือครองที่ดิน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนเกษตรกรและรายได้	36
ตารางที่ 4	แสดงประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ อาชีพหลัก อาชีพรองของเกษตรกร	38
ตารางที่ 5	แสดงการยอมรับสื่อและนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกร	40
ตารางที่ 6	แสดงอิทธิพลของบุคคลและสื่อที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับ นวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกร	43
ตารางที่ 7	แสดงปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อและความก้าวหน้าของสื่อทางการเกษตร	45
ตารางที่ 8	แสดงข้อมูลของเกษตรกรที่ต้องการทราบความก้าวหน้าทางการเกษตร	49
ตารางที่ 9	แสดงสื่อที่เกษตรกรชอบมากที่สุด	51
ตารางที่ 10	แสดงความคิดเห็นในการพัฒนาความรู้ทางการเกษตรควรเป็นหน้าที่ของ...	52
ตารางที่ 11	แสดงสื่อสมัยใหม่ที่เกษตรกรต้องการให้นำมาใช้เผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตร	55

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพประกอบที่ 1 แสดงแผนภาพการสื่อสารแบบ 2 ทิศทาง	11
ภาพประกอบที่ 2 แสดงลำดับชั้นการยอมรับนวัตกรรมตามแนวคิด ของคลองเกล็นและโคเวิร์ด	19



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยยังจัดว่าเป็นประเทศเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักของประเทศอยู่ มีผลผลิตที่สำคัญหลายตัว หลายสินค้าที่ทำรายได้เข้าประเทศส่วนใหญ่เป็นสินค้าภาคเกษตรกรรมอยู่ มาก แม้จะมีความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงประเทศให้เข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมกันมากขึ้น แต่วิถีชีวิตไทยส่วนใหญ่ยังคงอาศัยรายได้หลักจากสินค้าทางการเกษตรอยู่มาก และภาคเกษตรกรรมยังโอบอุ้มแรงงานส่วนใหญ่ของประเทศไว้ถึงร้อยละ 70 (กรมส่งเสริมการเกษตร : 2534) ภาคเกษตรกรรมจึงนับว่ามีความสำคัญยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจไทย เกษตรกรจึงเป็นบุคลากรที่สำคัญกลุ่มหนึ่งของประเทศที่รัฐควรให้ความสนใจทั้งการพัฒนาคุณภาพชีวิต การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตร การจัดระบบการจัดการผลผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีปริมาณผลผลิตมากขึ้น สามารถดำเนินธุรกิจทางการเกษตรได้ดีในระดับที่น่าพอใจ มีการพัฒนาความเป็นผู้นำและเพิ่มศักยภาพของตนเองและครอบครัวเกษตรกรให้มั่นคงต่อไป แต่ในขณะเดียวกันคงปฏิเสธไม่ได้ว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสาร มีการสื่อสารแบบไร้พรมแดน โดยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มาใช้ในการติดต่อสื่อสารทั้งในระบบของภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน (สุขุมารณ์ ชันธุ์ศรี, 2539 : 55) เกษตรกรจึงเป็นกลุ่มบุคคลโดยตรงที่จะได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างมากต่อความเจริญทางเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่นี้ เกษตรกรจะเป็นผู้ถูกระทำให้ยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางการเกษตรที่ถาโถมเข้ามาอย่างรวดเร็ว รุนแรงและต่อเนื่องอยู่เนื่อง ๆ ทั้งจากสื่อบุคคล สื่อภายในท้องถิ่น สื่อนอกท้องถิ่น รวมทั้งสื่อสารมวลชนทุกประเภท ทุกแขนง ไม่ว่าจะ เป็นสื่อประเภทเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เหมาะสม อันได้แก่สื่อที่เป็นครุภัณฑ์ วัสดุภัณฑ์ ที่ทันสมัยต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในภาคการเกษตร ที่จะทำให้เกษตรกรยอมรับว่าสื่อตัวใดจะมีอิทธิพลสูงสุดที่จะทำให้เกษตรกรยอมรับในนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีทางการเกษตรเหล่านั้นได้ ความรวดเร็วของวิทยาการทางการถ่ายทอดข่าวสาร การสื่อสารที่มีมาอย่างรวดเร็วและพัฒนาในความก้าวหน้าที่รวดเร็วและไม่หยุดยั้งเพื่อนำมาใช้ช่วยในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ทั้งทางภาคการเกษตรกรรม ภาคการเงินการธนาคาร การสื่อสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางการพัฒนาคุณภาพชีวิต พัฒนาความเป็นอยู่ พัฒนาอาชีพ พัฒนาผลผลิตทางการเกษตร การจัดการระบบการเกษตรและรวมไปถึงการพัฒนาองค์ความรู้ของการเกษตรที่ทันสมัยให้แก่เกษตรกร รวมถึงประชาชนที่สนใจให้มีความรู้ความสามารถ ให้มีส่วนร่วมในการได้รับความรู้ใหม่ ๆ ที่ทันสมัยและก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น ส่งเสริมให้มีการตัดสินใจที่ดี มีความเป็นผู้นำ กล้าแสดงความคิดเห็น เพื่อก้าวเข้าสู่ความเป็นเกษตรกรและประชาชนที่มีคุณภาพ

เอกรินทร์ โอบอ้อมการศึกษานานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการวางแผนค้นคว้าความรู้ใหม่จากเทคโนโลยีสารสนเทศทางการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อที่จะส่งเสริมให้เกษตรกรรู้จักหาความรู้เพิ่มเติมจากแหล่งอื่น ๆ ที่มีมืออยู่ในตำราอย่างเดียวกันนั้น ให้เกษตรกรรู้จักการจำแนก รู้จักการเลือก การตัดสินใจ ที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับองค์ความรู้ที่ผ่านสื่อต่าง ๆ เข้ามา สื่อใดจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับองค์ความรู้ใหม่ในขณะนั้นให้เหมาะสมกับเหตุการณ์และสถานการณ์ตามจริง อันจะมีผลต่อการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพของเกษตรกรต่อไปในอนาคต ซึ่งภาครัฐในฐานะผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบก็จะได้ตระหนักถึงสื่อที่ควรจะนำมาใช้ให้มีประโยชน์สูงสุดและเข้าถึงเกษตรกรได้มากที่สุดจึงจะจัดว่าเป็นสื่อที่เหมาะสมในการนำมาใช้เผยแพร่นวัตกรรมใหม่ ๆ ให้แก่เกษตรกรในอนาคต โดยตระหนักว่าผลการวิจัยที่ได้รับจะได้ชื่อหรือประเภทของสื่อที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้เผยแพร่ เป็นสื่อที่จะต้องนำมาสร้าง นำมาปรับปรุง นำมาแก้ไขและให้ความสำคัญกับสื่ออื่น ๆ อยางไร จึงจะเอื้อประโยชน์ให้เกิดแก่ตัวเกษตรกรและภาครัฐ ในการประสานประโยชน์ร่วมกัน ภาครัฐเองก็จะมีการบริหารงานบุคลากรด้านการเกษตรที่มีคุณภาพ เกษตรกรก็จะได้รับการยอมรับ เป็นการยกระดับและพัฒนาด้วยกันทั้งสองฝ่าย มีการปรับการยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินชีวิต นำเทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่ไปใช้ในการประกอบอาชีพให้เกิดผลผลิตที่มีปริมาณที่มากขึ้น มีคุณภาพดีขึ้น มีการจัดการที่เป็นระบบเพื่อที่จะก้าวไปสู่การเป็นเกษตรกรแถวหน้าในยุคของข้อมูลข่าวสารแบบไร้พรมแดน โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย เพื่อเป็นการยกระดับการรับความรู้ วิทยาการแขนงใหม่ทางการเกษตร อันจะก่อให้เกิดประโยชน์กับตัวเกษตรกรและครอบครัว และยังเป็นรากฐานในการพัฒนาสังคมและประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะทำการศึกษาดังสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกร ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารทางการเกษตรของเกษตรกร
3. เพื่อศึกษาสื่อที่มีอิทธิพลที่ทำให้เกษตรกรเกิดการยอมรับในนวัตกรรมทางการเกษตร
4. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการยอมรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากงานวิจัย

1. ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร
2. ทราบถึงพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารทางการเกษตรของเกษตรกร
3. ทราบถึงสื่อที่มีอิทธิพลที่ทำให้เกษตรกรเกิดการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตร
4. ทราบถึงปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการยอมรับสื่อทางการเกษตรของเกษตรกร
5. ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปสู่แนวทางการปรับปรุง วิธีการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรให้เข้าถึงเกษตรกรได้มากขึ้น
6. ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้ ทั้งในด้านการพัฒนาอาชีพ การศึกษา และชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรได้
7. ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการใช้สื่อในการดำเนินงานโครงการของวิทยาเขตสารสนเทศชุมพรเพื่อการเผยแพร่แก่เกษตรกรในท้องถิ่นได้

## ขอบเขตการศึกษาและวิจัย

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาวิจัย คือ จะทำการเก็บข้อมูลในเรื่องของข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของเกษตรกร ข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารทางการเกษตร ข้อมูลของสื่อที่เกษตรกรชอบ หรือนิยมที่ทำให้มีอิทธิพลต่อการยอมรับข่าวสาร วิทยาการความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรของเกษตรกร รวมถึงข้อมูลทางด้านปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะจากเกษตรกรที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรในเขตตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพรซึ่งมีทั้งหมด 8 หมู่บ้าน และทำการสุ่มตัวอย่างมา 4 หมู่บ้าน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จะวิจัยทั้งสิ้น 214 ราย ทั้งนี้เพราะตำบลชุมโค อำเภอปะทิว เป็นสถานที่ตั้งของวิทยาเขตสารสนเทศชุมพร ของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อันจะเป็นประโยชน์ในการใช้ข้อมูลวิจัยและสะดวกในการเก็บ การศึกษาข้อมูลเพื่อการลงพื้นที่วิจัย

## ผลกระทบที่เกิดขึ้น

ทำให้การถ่ายทอดเทคโนโลยีผ่านนวัตกรรมต่าง ๆ ได้รับการยอมรับมากขึ้น และได้ผลทำให้เกษตรกรยอมรับองค์ความรู้ เทคโนโลยีที่นักวิชาการ องค์กรของภาครัฐและเอกชนนำไปถ่ายทอดได้มากขึ้นมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติที่ดี ทนสมัยทันยุคทันเหตุการณ์ เพื่อนำไปพัฒนาภาคการเกษตรของตนเองและชุมชน ทำให้ภาคการเกษตรเข้มแข็งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

สื่อ หมายถึง วัสดุ ครุภัณฑ์ หรือเทคนิค วิธีการใด ๆ ที่จะทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจ ได้ตรงกันในข้อความที่ต้องการถ่ายทอดให้รับรู้

นวัตกรรม หมายถึง องค์ความรู้ วิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรที่ต้องการ ถ่ายทอดและเผยแพร่ให้เกษตรกรได้มีความรู้ เพื่อนำไปพัฒนางานทางการเกษตรให้ได้ผลดีขึ้น ทั้ง ทางด้านการทำการเกษตร การจัดการทางการเกษตรอันได้แก่ การเพิ่มผลผลิต เพิ่มรายได้ การจัดการ ภารกิจเกษตร เพื่อยกระดับความรู้ การครองชีพของตนเอง ของครอบครัวให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น

พฤติกรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในรูปของการแสดงออกถึงการยอมรับ หรือไม่ยอมรับ ต่อข้อมูล ข่าวสาร ต่อสื่อชนิดต่าง ๆ ที่เกษตรกรรับรู้ รับฟัง มองเห็นหรือลงมือปฏิบัติในการแสวงหา ความรู้ หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสาร

งานวิจัยเรื่อง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกรประจำตำบลชุมโคนี้ ได้ทำการตรวจเอกสารในหลายลักษณะที่เกี่ยวกับเนื้อหาทางด้านทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยได้จำแนกหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. สื่อ
2. การสื่อสาร
3. นวัตกรรม
4. การยอมรับ
5. พฤติกรรม
6. อิทธิพล
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. สื่อ (Media):

สื่อ (Media): ในที่นี้จะกล่าวถึงสื่อในลักษณะของความหมายของสื่อ ประเภทต่าง ๆ คุณลักษณะที่สำคัญของสื่อ และเกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อ

##### 1.1 ความหมายของสื่อ

ความหมายของสื่อ โดยทั่ว ๆ ไปได้มีนักการศึกษาหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "สื่อ" หมายถึง พาหะหรือตัวกลาง หรือช่องทาง (Medium or Channel) ในการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการรับรู้ และมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกิดขึ้น ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนี้เป็นได้ทั้งพฤติกรรมเชิงบวก และเชิงลบ แต่เรามักจะคาดหวังกันว่าพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปภายหลังจากการรับรู้ว่าจะเป็นพฤติกรรมเชิงบวก การสื่อสารโดยใช้สื่อนี้จะมีการตรวจสอบพฤติกรรมการรับสารได้ จัดเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication) การสื่อสารจึงจัดเป็นกระบวนการที่เป็นวงกลม มีองค์ประกอบที่สำคัญ อยู่ 5 องค์ประกอบ คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร และผลสะท้อนกลับ (สุขุมภรณ์ ชันศรี, 2539: 56)

นอกจากนี้ยุพา สุภากุล (2540 :100) ได้อ้างถึง "สื่อ" ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ปีพุทธศักราช 2493 และ ฉบับปีพุทธศักราช 2525 หมายถึง การทำการติดต่อให้ถึงกัน ชักนำให้รู้จักกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในกระบวนการของสื่อมวลชน คำว่า “สื่อ” หรือ “ช่องทาง” (Channel or Medium) จะหมายถึง พาหนะในการนำข่าวสาร (Message Vehicles) หรือพาหนะของสาร หรือสิ่งที่ขนส่งสาร (Carrier of Messages) จากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

## 1.2 ประเภทของสื่อ

ได้มีนักการศึกษาทางด้านสื่อ หลายคนจำแนกประเภทของสื่อได้หลายลักษณะตามลักษณะการใช้งาน ตามสภาพ ลักษณะเฉพาะซึ่งพอจะจำแนกได้ดังนี้

สื่อที่หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือหรือวิธีการใด ๆ ก็ตามที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการสื่อความหมาย ในการถ่ายทอดความรู้จากผู้ส่งไปยังผู้รับ นั้นหมายถึงว่าสื่อจะเป็นอะไรก็ได้ ที่สามารถสื่อความหมายความเข้าใจของบุคคลได้ตรงกันและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สามารถเป็นสื่อกลางสร้างความเข้าใจระหว่างกันได้ดี ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับกลุ่มบุคคล ฯลฯ

ประเภทของสื่อ สื่อทางการเกษตรสามารถจำแนกตามรูปแบบและลักษณะการใช้งานได้ดังนี้

1. สื่อประเภทวัสดุ หมายถึง สื่อที่สามารถเข้าใจได้ในตัวเอง โดยไม่ต้องมีสื่ออื่น ๆ ประกอบและสามารถใช้สั้นเปลืองหรือนำกลับมาใช้ได้อีกแต่มีอายุการใช้งานของสื่ออยู่ เช่น ภาพถ่าย บัตรคำ รูปภาพ ภาพโปสเตอร์ แผนภูมิ แผนภาพ แผนสถิติ แผนที่ ภาพจำลอง หุ่น ของจริง ของตัวอย่าง

2. สื่อประเภทครุภัณฑ์ หมายถึง สื่อที่เป็นอุปกรณ์หนัก มีน้ำหนักมาก ไม่สะดวกในการเคลื่อนย้าย มีทั้งที่สามารถใช้เดี่ยวเข้าใจได้ในตัวสื่อเอง กับสื่อครุภัณฑ์ที่ต้องอาศัยวัสดุมาประกอบจึงจะเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น สามารถแบ่งได้ดังนี้

- 2.1 สื่อประเภทครุภัณฑ์เดี่ยว หรือเรียกอีกอย่างว่าสื่อประเภทไม่ใช้เครื่องฉาย เช่น แบบจำลองของจริง ของเครื่องยนต์ การทำงานของกลจักร ภาพตัดขวางของอวัยวะภายในมนุษย์ สัตว์ พืช แบบจำลองทางธรรมชาติ ฯลฯ

- 2.2 สื่อประเภทครุภัณฑ์ที่ต้องใช้คู่กับวัสดุ เช่น สื่อประเภทเครื่องเสียงและเครื่องฉายต่าง ๆ มีทั้งแบบที่เป็นสื่อประเภทมิติเดียว สองมิติ และสื่อประเภทสามมิติ เช่น สื่อประเภทเครื่องเสียง ไมโครโฟน ลำโพง เทปเสียง สื่อประเภทเห็นภาพเช่น สไลด์ ภาพยนตร์ แผ่นโปร่งใส สื่อประเภทเห็นภาพ ได้ยินเสียงและบางครั้งเห็นภาพเคลื่อนไหวด้วย เช่น เทปโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์ประกอบเสียง สื่อประเภทนี้จะมีขนาดเล็กไม่สะดวกในการใช้ต้องอาศัยการขยายเพื่อทำการศึกษา จึงจำเป็นต้องใช้สื่อทั้งสองส่วนมาผสมกันและสื่อประเภทนี้ยังเป็นสื่อที่มีกระบวนการหรือวิธีการผลิตที่ซับซ้อนที่ต่างกันไปรวมทั้งราคาของวัสดุและครุภัณฑ์นั้น ๆ ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สื่อประเภทวิธีการ บางครั้งการติดต่อสื่อสารอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้สื่อที่เป็นวัตถุที่จับต้องได้เสมอไปใช้เพียงแค่ เทคนิค หรือวิธีการบางอย่างในการถ่ายทอด ติดต่อสื่อสารก็สามารถที่จะเข้าใจได้ เช่น การพูดคุย สนทนา สัมภาษณ์ การแสดงบทบาทสมมติ การจำลองสถานการณ์ การเล่นหรือแสดงละคร ก็นำมาใช้ในการถ่ายทอด หรือสื่อสารระหว่างกันได้

นอกจากนี้ยูพา สุภากุล (2540 :102) ได้กล่าวไว้ว่า มีนักวิชาการทางโสตทัศนศึกษาหลายท่านที่ได้แบ่งประเภทของสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ไว้คล้ายคลึงกันดังต่อไปนี้

#### 1. สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.1 สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) ได้แก่ สื่อที่นำเสนอเรื่องราวผ่านตัวหนังสือ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือตำรา ภาพถ่าย แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ บ้ายประกาศ

1.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ได้แก่ สื่อที่แพร่เสียงและภาพ ในรูปของวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สไลด์ फिल्मสตริป

2. สื่อที่รับรู้โดยการฟัง การได้ยินหรือสื่อโสต สื่อที่รับรู้โดยการเห็น การมองเห็นหรือสื่อทัศน และสื่อที่รับรู้ทั้งการฟังและการมองเห็นหรือสื่อโสตทัศน

2.1 สื่อโสต (Audio Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เทปเสียง

2.2 สื่อทัศน (Visual Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ ภาพถ่าย

#### 3. สื่อชนิดสื่อร้อนและสื่อเย็น จำแนกได้ดังนี้

3.1 สื่อร้อน (Hot Media) คือ สื่อที่นำสาระ ข่าวสาร ส่งไปยังผู้รับสาร และผู้รับสารไม่ได้มีส่วนร่วมในการส่งสารเลย ผู้รับสารไม่ต้องใช้ความพยายามใด ๆ เพื่อที่จะให้ได้สารที่สมบูรณ์ เพราะมีคนจัดการดูแลให้ เช่น ภาพยนตร์ มีช่างเทคนิคของโรงภาพยนตร์ได้จัดการฉายให้ชม การชมนิทรรศการที่มีผู้จัดทำไว้แล้ว การดูสไลด์ที่ฉายโดยผู้อื่น เป็นต้น

3.2 สื่อเย็น (Cool Media) คือ สื่อที่นำข่าวสารไปยังผู้รับ โดยบางครั้งผู้รับสาร จำเป็นต้องมีส่วนร่วมในการพยายามให้ได้ข่าวสารที่สมบูรณ์ เช่น วิทยุโทรทัศน์ภาพลัม ผู้ชมต้องปรับภาพ การลงมือฉายสไลด์เอง เป็นต้น

#### 4. การแบ่งประเภทของสื่อโดยธรรมชาติในการนำสาร ดังนี้

4.1 สื่อวัจนะ ได้แก่ สื่อที่นำสารในลักษณะที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน เช่น การพูด การเขียน ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เป็นต้น

4.2 สื่ออวัจนะ ได้แก่ สื่อที่นำสารซึ่งไม่เป็นภาษาพูด แต่เป็นสัญลักษณ์ เครื่องหมาย (Signs) และอากัปกริยา การเคลื่อนไหวของร่างกาย ริมฝีปาก การแสดงออกใบหน้า นัยน์ตา การขมวดคิ้ว การใช้สัญญาณมือ ฯลฯ นอกจากนั้น ยังมีสื่อวัฒนธรรมหรือสื่อพื้นบ้าน เช่น ศิลปะทัศนกรรมพื้นบ้าน ดนตรี การแต่งกาย และสื่อทัศนศิลป์

5. การแบ่งประเภทสื่อ ตามรูปแบบและสถานการณ์การสื่อสาร สามารถแบ่งสื่อได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

5.1 สื่อภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารกับตนเอง ของบุคคลคนเดียว แต่แต่ละบุคคลจะมีการสื่อสารภายในตนเองทุกคน เนื้อหาสาระในการสื่อสารมาจากประสบการณ์ ข่าวสาร และข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ ตัวบุคคลจึงนับได้ว่าเป็นสื่อหรือช่องทางในการสื่อสารกับตนเอง หรือการสื่อสารภายในบุคคล ซึ่งเกิดจากการสั่งงานของสมอง

5.2 สื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นรูปแบบของการสื่อสารตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป บุคคลได้มีการพูดกันอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ได้มีการติดต่อสื่อสารกันทางจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ โทรพิมพ์ เทเลคอนเฟอเรนซ์ การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นผู้ส่งสารรู้แน่ชัดว่าเป็นกลุ่มใด ผลสะท้อนกลับจากผู้รับสารมีได้ง่ายกว่า สื่อหรือช่องทางการสื่อสารสามารถใช้นำสารได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

5.3 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการแบ่งประเภทสื่อโดยอาศัยการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสเป็นหลัก คือ

5.3.1 สื่อที่รับได้ด้วยการมองเห็น หรือสื่อทัศน์ (Visual Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ (Newspaper) ภาพถ่าย (Photography) ป้ายโฆษณาป้ายประกาศ แผ่นปลิว

5.3.2 สื่อที่รับได้ด้วยการฟัง (Audio Media) หรือสื่อโสต ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เทปบันทึกเสียง แผ่นเสียง แผ่นเลเซอร์เสียง

5.3.3 สื่อที่รับได้ด้วยการฟังและการมองเห็น หรือสื่อโสตทัศน์ (Audio-Visual Media) ผู้รับสารรับสารโดยการฟังและการมองเห็นและการได้ยินพร้อม ๆ กัน ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิดีโอ (Video) วิดีโอดิสก์ (Vidiodisc) การแสดงบนเวที (Theatre) เช่น ละคร ดนตรี อุปรากร การฟ้อนรำ เป็นต้น

6. การแบ่งประเภทของสื่อเป็นสื่อสนับสนุน (Supporting Channels) แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

6.1 สื่อสนับสนุนในการบันทึกข่าวสาร คือ สื่อที่เกี่ยวกับการพิมพ์ การบันทึกเสียง การบันทึกภาพซึ่งต้องอาศัยเครื่องพิมพ์ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องเล่นแผ่นเสียง กล้องถ่ายรูป และวัสดุรองรับสาร ได้แก่ กระดาษ แถบบันทึกเสียง แถบบันทึกภาพ ฟิล์ม แผ่นเสียง เป็นต้น

6.2 สื่อสนับสนุนในการขนส่งข่าวสาร คือ สื่อที่เกี่ยวกับระบบการคมนาคม (Transportation) และบริการไปรษณีย์ (Postal Services) ได้แก่ เครือข่ายของเส้นทางคมนาคมทางบก ทางอากาศ ทางเรือ ยานพาหนะ บริการส่งจดหมาย และไปรษณีย์ภัณฑ์อื่น ๆ

6.3 สื่อสนับสนุนในการถ่ายทอดข่าวสาร คือ สื่อที่ช่วยให้การถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission of messages) จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยอาศัยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า ถ่ายเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทอดสัญญาณผ่านระบบสาย ระบบวิทยุ ระบบแสง และระบบสื่อสารดาวเทียม ซึ่งเรียกรวมกันว่า การสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication) หรือสื่อส่งสัญญาณ (Transmission Media) ได้แก่ โทรเลข โทรศัพท์ โทรพิมพ์ โทรภาพ โทรสาร โทรทัศน์ตามสาย วิทยุโทรคมนาคม เป็นต้น

## 7. เกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อ

7.1 การเลือกใช้สื่อในการสื่อสารจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น อาจขึ้นอยู่กับปัจจัยในด้านการพิจารณาเลือกใช้สื่อของผู้ส่งสาร ดังนี้

7.1.1 ความเหมาะสมของสื่อกับผู้ส่งสาร อันได้แก่ การเข้ากันได้ ความสามารถ ความชำนาญในการใช้สื่อประเภทนั้น ๆ ของผู้ส่งสาร

7.1.2 ความเหมาะสมของสื่อกับเนื้อหาของสาร อันได้แก่ ระดับความสามารถของสื่อที่จะสามารถถ่ายทอดข่าวสารเนื้อหาอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดต่างๆ ของผู้ส่งออกไปได้ดีได้ครบถ้วนมากน้อยแค่ไหนเพียงใด เช่น สื่อที่มีภาพและเสียงน่าจะเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดความรู้สึกอารมณ์ได้ดีกว่าสื่อสิ่งพิมพ์

7.1.3 ความเหมาะสมของสื่อกับผู้รับสารอันได้แก่ ความสามารถที่ผู้รับจะเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ เช่นสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้รับจะต้องสามารถอ่านออกเขียนได้

7.1.4 ความเหมาะสมของสื่อกับสภาพแวดล้อม ซึ่งหมายถึงการเข้ากันได้ของสื่อกับสภาพแวดล้อมในสถานการณ์การสื่อสารที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

7.1.5 ความเหมาะสมของสื่อกับปัจจัยด้านเงินทุน ซึ่งเป็นสิ่งที่ค่อนข้างสำคัญ โดยเฉพาะในปัจจุบันเนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกัน

## 7.2 เกณฑ์ในการเลือกใช้สื่อกับกลุ่มเป้าหมาย คือ

7.2.1 สื่อที่จะนำมาใช้ในการถ่ายทอดจะต้องตรงกับเนื้อหาที่นำเสนอ

7.2.2 สื่อที่ดีควรจะใช้วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น

7.2.3 สื่อที่ใช้ไม่จำเป็นต้องเป็นสื่อที่มีราคาแพงเสมอไป

7.2.4 สื่อนั้นจะนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายใด มีจำนวนบุคคลเท่าไร

7.2.5 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายว่าเหมาะกับสื่อชนิดใดเช่นเสียง ภาพ หรือทั้งเสียง และภาพเคลื่อนไหว

## 8. คุณลักษณะที่สำคัญของสื่อ

8.1 สื่อที่ใช้ในการติดต่อ สื่อสาร ถ่ายทอด ควรจะมีลักษณะที่สำคัญบางประการที่สามารถจะใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

8.2 เป็นสื่อที่เข้าใจได้ง่ายสามารถอธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม

8.3 ได้รับความสนใจของผู้รับ ทำท่ายุ่ เกิดแรงจูงใจในการอยากรู้

8.4 มีความคงทนในการเรียนรู้ และจดจำได้มากขึ้น และนานขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 8.5 สื่อที่ดีต้องมีประสิทธิภาพสูง วัดได้ สามารถใช้กับคนกลุ่มใหญ่ได้
- 8.6 ประหยัดระยะเวลาสามารถเรียนรู้ได้มากขึ้น ภายในระยะเวลาอันจำกัด
- 8.7 แสดงรายละเอียดของวิธีและกระบวนการที่เป็นขั้นตอนได้ดีกว่าการบรรยาย เพียงอย่างเดียว
- 8.8 ผู้ถ่ายทอด (ผู้ส่งสาร) และผู้รับสารมีส่วนร่วมในประสบการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน เหมือนกัน
- 8.9 สื่อที่ดีควรนำกลับมาใช้ได้ใหม่อีก ทั้งในแง่การศึกษาเพิ่มเติม ทบทวน ทำให้เข้าใจได้มากขึ้น
- 8.10 สื่อชุดเดียวกันผู้ศึกษาต่างกรรมต่างวาระ สามารถเข้าใจได้ตรงกัน

## 2. การสื่อสาร (Communication) :

การสื่อสารเป็นคำมาจากภาษาละตินว่า “communis” ซึ่งหมายถึงร่วมกัน คล้ายคลึงกัน หรืออาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการ ในการรับ ส่ง แลกเปลี่ยน ความคิด ทัศนคติ หรือความเชื่อระหว่างบุคคล ในการติดต่อสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร ความหมายของการสื่อสารจริง ๆ ได้มีนักการศึกษาหลาย ๆ ท่านให้คำจำกัดความของการสื่อสารไว้มากมายและหลากหลาย การสื่อสารจัดเป็นกระบวนการที่เกิดจากการรับรู้ ส่งสมประสบการณ์ ให้เกิดการถ่ายทอดจากผู้หนึ่งไปยังอีกผู้หนึ่ง โดยผ่านตัวกลางใด ๆ ที่เราเรียกว่าสื่อ ซึ่งสื่อนี้จะประเภท ชนิดใดแล้วแต่ความเหมาะสมในการเลือกสรร การถ่ายทอดความรู้ ความคิด เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ไปยังบุคคล หรือกลุ่มบุคคลตามการรับรู้และประสบการณ์ซึ่งจัดเป็นการสื่อสาร รูปแบบของการสื่อสารโดยทั่วไป แบ่งออกเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การสื่อสารแบบทางเดียว (One way communication) เป็นการส่งสาร หรือสื่อสารโดยผู้ส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ อาทิเช่น สื่อมวลชน (ประเภทหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ แผ่นพับ โบปปลิวป้ายประกาศ ป้ายโฆษณา) ฝ่ายเดียวอาจจะกำหนด หรือไม่กำหนดกลุ่มเป้าหมายก็ได้ และผู้รับสารจะเป็นใครก็ได้ ถ้าตรงตามข้อมูลและผู้ส่งสารระบุ หรือเกี่ยวข้องกับผู้รับสารโดยตรงก็รับทราบ หรือดำเนินการอย่างใด อย่างหนึ่ง การสื่อสารประเภทนี้มักจะเป็นการแจ้งให้ทราบ เผยแพร่ความรู้ โฆษณาชวนเชื่อ โดยผู้ส่งสารหวังผลเป็นวงกว้าง

2. การสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) เป็นการสื่อสารโดยที่ผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถติดต่อถึงกันได้ ทราบความต้องการ ทราบพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของแต่ละฝ่าย การสื่อสารในลักษณะนี้จะทราบทั้งตัวบุคคล กลุ่มบุคคลที่ส่งสาร และรับสารเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ค่อนข้างจะเฉพาะเจาะจง โดยผู้ส่งสารเองทราบทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ ของผู้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารว่าเห็นด้วยหรือไม่ แบบมีเงื่อนไข หรือแบบไม่มีเงื่อนไข การสื่อสารประเภทนี้จัดเป็นการสื่อสารที่ดี คือ



ภาพประกอบที่ 1 แสดงแผนการสื่อสารแบบ 2 ทิศทาง

การสื่อสารโดยทั่วไปนั้นครอบคลุมถึงกระบวนการทั้งหมดที่ทำให้จิตใจของบุคคลหนึ่งไปมีผลกระทบต่อบุคคลอื่น ๆ ไม่เฉพาะแต่ภาษาเขียน และภาษาพูดเท่านั้น แต่รวมไปถึง ดนตรี ศิลป รูปภาพ ละคร การพ่อนำ และรวมไปถึงพฤติกรรมทั้งหมดของคน บางเหตุการณ์หรือสถานการณ์ อาจจะทำให้นิยามหรือคำจำกัดความที่กว้างขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งการสื่อสารอยู่ที่ความสัมพันธ์ของมนุษย์ ถ้ามนุษย์ไม่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันการสื่อสารก็ไม่เกิดขึ้น ในส่วนของ Rogers ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสาร หมายถึง การที่ผู้ส่งสาร (Source) ส่งข่าวสาร (Message) ผ่านสื่อ (Media) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งสารเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวของผู้รับสาร ด้านความรู้ ทักษะคิด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

จากการประมวลผลความหมายในการสื่อสารของนักการศึกษาทั้งหลายแล้วพอจะสรุปได้ว่าการสื่อสารก็เป็นการติดต่อเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในผู้รับสาร

การสื่อสารทางการเกษตรมีองค์ประกอบที่สำคัญ ๆ ที่สามารถทำให้การสื่อสารบรรลุผลได้อยู่ 5 องค์ประกอบ คือ

1. ผู้ส่งสาร (Communication) ในที่นี้จะหมายถึงบุคคล เจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือผู้ทำการถ่ายทอดสารทางการเกษตร เป็นผู้นำสาระ ข่าวสารและเทคโนโลยี ความรู้ใหม่ทางการเกษตรไปสู่เกษตรกร
2. สาร (Message) คือข้อมูลข่าวสาร ความรู้ทางการเกษตร และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นำมาใช้ในการติดต่อสื่อสารไปยังเกษตรกร โดยนักส่งเสริมการเกษตรจะเป็นผู้พิจารณาว่า ข่าวสาร เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใด ๆ ที่เหมาะสม น่าจะมาใช้ในการถ่ายทอดไปยังเกษตรกร
3. ช่องทางหรือสื่อ (Channel or Media) เป็นวิธีการที่จะใช้เป็นตัวกลางในการติดต่อสื่อสารไปยังเกษตรกร อาจจะใช้เครื่องมือสื่อสารเข้ามาช่วยให้การสื่อสารสมบูรณ์ขึ้น เข้าใจได้ตรงตามความหมายที่ต้องการสื่อ ซึ่งมีได้หลายวิธีคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1 การใช้วิธีติดต่อแบบมวลชน (Mass methods) เช่น การใช้สื่อมวลชน ประเภทต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทหนังสือ โปสเตอร์ แผ่นปลิวแผ่นพับ ป้ายประกาศ สไลด์ รถโฆษณาเคลื่อนที่ นิทรรศการ ฯลฯ

3.2 การใช้วิธีติดต่อแบบกลุ่ม (Group methods) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งกลุ่มขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ เช่น การจัดประชุม จัดสัมมนา จัดฝึกอบรม การทัศนศึกษาตามสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งการสาธิตด้วย

3.3 การใช้การติดต่อระหว่างบุคคล (Individual methods) เช่น การสนทนา การเยี่ยมเยียน ระหว่างบุคคล 2 คน

การใช้ช่องทางหรือสื่อหลาย ๆ ชนิดร่วมกัน เป็นการช่วยให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายบรรลุผลตรงตามวัตถุประสงค์ เพราะกลุ่มเป้าหมายย่อมมีความแตกต่างระหว่างบุคคล และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกันด้วย ดังนั้นก่อนการสื่อสารจึงต้องมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายด้วย

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือกลุ่มบุคคลเป้าหมาย (Target Audiences) ที่ต้องการสื่อสารด้วย โดยมีเป้าหมายให้ได้รับความรู้ความเข้าใจจากการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารความรู้ และเทคโนโลยีของนวัตกรรมที่ถ่ายทอดผ่านสื่อมาให้ผู้รับเข้าใจ

5. ผลสะท้อนกลับ (Feed back) คือ สิ่งที่ผู้รับสารตอบสนองให้ผู้ส่งสารทราบว่าตนได้รับข้อมูลข่าวสารมาอย่างไร ตรงตามที่ผู้ส่งสารส่งมาหรือไม่ ถ้าถูกต้องแสดงว่าเข้าใจได้ตรงกัน แต่ถ้าไม่ถูกต้อง ไม่ถูกต้องตรงไหน อย่างไรและมีความผิดพลาดหรือล้มเหลวในขั้นตอนใด ต้องแก้ไขตรงไหน ของการสื่อสารอย่างไร

ประมะ สตะเวทิน (2540 : 1-2) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการสื่อสารไว้ดังนี้ การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยสี่ และการที่จะได้มาซึ่งปัจจัยสี่นั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม การสื่อสารมีความสำคัญหลัก ๆ ต่อมนุษย์ 5 ประการ คือ

#### 1. ความสำคัญต่อความเป็นสังคม

เป็นเครื่องมือที่จะรักษาสถาบันต่างๆ และกฎเกณฑ์ของสังคมให้เป็นที่ยอมรับ และปฏิบัติกันต่อไป เมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงไป ที่จะทำความเข้าใจระหว่างกันสร้างกฎเกณฑ์ใหม่ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของสังคม

ในสังคมแบบดั้งเดิมและสังคมขนาดเล็ก สมาชิกของสังคมอาศัยการสื่อสารด้วยการบอกเล่าจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง (word-of-mouth communication) การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) เป็นหลัก ในขณะที่ในสังคมที่ทันสมัยและมีขนาดใหญ่ มีความสลับซับซ้อนมีกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กรรมมากมาย และประกอบไปด้วยคนจำนวนมากนั้น การสื่อสารมวลชน (mass communication) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างสำคัญ

## 2. ความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน

อาจกล่าวได้ว่าเราทำการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา กิจกรรมต่างๆ ที่เราทำประจำวันนั้นมีการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องกับอยู่เสมอไม่ในฐานะผู้ส่งสาร (พูด เขียน แสดงกิริยาท่าทาง) ก็ในฐานะผู้รับสาร (ฟัง อ่าน ดู)

## 3. ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจ

การประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อลดปัญหาความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้เกิดขึ้น รวมทั้งตรวจสอบประชามติหรือความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มต่างๆ ใช้ “การโฆษณา” (advertising) เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและชักจูงใจให้ประชาชนซื้อสินค้า โดยอาศัยสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณาตามอาคาร ป้ายโฆษณาข้างและทำยรถโดยสารประจำทางโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

## 4. ความสำคัญต่อการปกครอง

เผยแพร่ข่าวสารให้ประชาชนได้รับทราบและเข้าใจ เพื่อให้เกิดความร่วมมือและการปฏิบัติตามนโยบายและกฎเกณฑ์ที่รัฐบาลได้กำหนดไว้

## 5. ความสำคัญต่อการเมืองระหว่างประเทศ

พัฒนาการของเทคโนโลยีทางการสื่อสารช่วยทำให้ประเทศต่างๆ สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดกันได้โดยสะดวกและรวดเร็ว เพื่อเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศของตน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประเทศอื่น เพื่อชักจูงให้ได้รับความสนับสนุนจากประเทศอื่น รวมทั้งเพื่อศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของประชาชนในประเทศอื่นที่มีต่อประเทศตน

## กระบวนการและวิธีการติดต่อสื่อสาร

โดยทั่ว ๆ ไปกระบวนการในการสื่อสารมีลักษณะคล้ายกัน คือเป็นการแพร่กระจายข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งนักการสื่อสารหลาย ๆ ท่านได้กล่าวไว้ใกล้เคียงกัน ในที่นี้จะยกตัวอย่างที่หลาย ๆ ท่านได้กล่าวเอาไว้ ดังนี้ พูนทรัพย์ สิทธิพรหม (2539 : 4) กล่าวไว้ว่า กระบวนการสื่อสาร คือ การเกิดปรากฏการณ์เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องกันอยู่ตลอดเวลาไม่หยุดนิ่งที่มีความเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น เวลา ระยะทาง สถานที่ สภาพอากาศ และบุคคลเข้าด้วยกัน

กระบวนการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรม และจิตวิทยา ตลอดจนการรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และความคิดกลายเป็นพฤติกรรมการสื่อเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารของมนุษย์ที่มีความยุ่งยากซับซ้อน ดังนั้น การที่จะให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลจึงต้องศึกษาถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารด้วยการศึกษาจากแบบจำลอง (model) การสื่อสาร

### ประสิทธิภาพของการติดต่อสื่อสาร

ผลของการติดต่อสื่อสารนั้น ย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผู้รับสารไปได้หลายลักษณะ โดยเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ และผลของการสื่อสารอาจจะไม่ตรงกับเป้าหมายของการส่งสารก็ได้ จึงได้มีความพยายามที่จะเพิ่มประสิทธิภาพของการสื่อสารกันมากขึ้น

Wilbur Schramm (1963) นักการสื่อสารท่านนี้ได้กล่าวถึงเงื่อนไขที่มีประสิทธิภาพต่อการติดต่อสื่อสารไว้ 7 ประการด้วยกันคือ

1. การเคลื่อนไหวที่มีการวางแผนมาก่อน (Planned Dynamic) เพราะความคาดหวังของการสื่อสารคือการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ต้องอาศัยความเคลื่อนไหวทางจิตวิทยาและทางสังคม อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม เช่น ความเชื่อของผู้ส่งสาร การเลือกพฤติกรรมผู้รับสาร ความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติหน้าที่ของผู้ส่งสาร ผู้นำทางความคิด ในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น
2. ความเหมาะสมกับวัฒนธรรม (Fit to the culture) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ที่มีผลกระทบต่อขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่น จำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ ว่าการเปลี่ยนแปลงจะมีผลกระทบหรือไม่เพียงไร ถ้ามีจะปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมและสอดคล้องได้อย่างไร
3. การส่งข่าวสาร (Delivering the message) ประสิทธิภาพของการสื่อสารที่ดีในลักษณะหนึ่งก็คือข้อมูล ข่าวสารต้องถึงมือผู้รับไม่ว่าจะด้วยวิธีการใด ๆ ก็ตาม และมีความสะดวกเหมาะสมในการเปลี่ยนแปลงวิธีการส่งข่าวสารให้ถึงมือผู้รับได้สะดวกและรวดเร็ว
4. ใช้การติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way communication) เป็นการสื่อสารที่เป็นที่ยอมรับว่ามีประสิทธิภาพมากถ้าต้องการให้ผู้รับสารเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมมากกว่า การติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication) จากผลการวิจัยเปรียบเทียบของ Lewin ในการบรรยาย กับการอภิปรายและอิทธิพลของตัวบุคคลกับอิทธิพลของสื่อมวลชน สรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงคุณค่าและการกระทำของบุคคลที่รวมกันเป็นกลุ่มทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่าส่วนบุคคล นั้นหมายถึงถ้ากลุ่มสามารถพูดคุยตกลงกันได้ และมีส่วนในการตัดสินใจร่วมกันในการเปลี่ยนแปลงแล้ว บุคคลในกลุ่มจะช่วยกันสนับสนุนกลุ่มทั้งหมดให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้มากกว่า การสื่อสาร 2 ทางต้องการการมีส่วนร่วมของทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีผลสะท้อนกลับเป็นตัวชี้วัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การทำซ้ำ ความน่าเชื่อถือ และความสนใจ (Repetition, Credibility and Attention) การสื่อสารต้องทำต่อเนื่อง บ่อย ๆ ใช้หลาย ๆ ช่องทางหรือวิธีการ และใช้แหล่งข่าวสารที่น่าเชื่อถือ น่าสนใจและมีคุณค่า ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับสารมีโอกาสตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจน ชัดความสงสัยและทำให้เกิดการกระจายของข่าวสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ข่าวสารที่ได้รับจากแหล่งที่เชื่อถือได้จะได้รับความสนใจมากกว่า

6. การสาธิต (Demonstration) การสาธิตถ้าสาธิตในสถานที่จริงย่อมจะได้ผลดีกว่าการสาธิตในห้องเรียนหรือห้องบรรยายธรรมดา และการรับการสาธิตประกอบการบรรยายจากผู้ปฏิบัติจริงมิใช่แต่รับความรู้จากนักวิชาการย่อมจะให้ผลสำเร็จและความเข้าใจจากการสาธิตได้ดี

7. การฝึกปฏิบัติ (Practice) ถ้าผู้ส่งสารมีความประสงค์จะให้เกิดการเรียนรู้ในพฤติกรรมใหม่ ๆ ก็ต้องมีการฝึกปฏิบัติ เพราะเป็นแนวคิดขั้นพื้นฐานอย่างหนึ่งของทฤษฎีการเรียนรู้ การฝึกปฏิบัติโดยอาศัยความรู้ที่ได้รับจะช่วยตอกย้ำความเข้าใจและยืนยันความถูกต้องในสิ่งที่รับรู้

นอกจากนี้ ปรเม สตะเวทิน (2540: 65) ได้กล่าวในเรื่องของการสื่อสารความถูกต้องและประสิทธิผลของการสื่อสารขึ้นอยู่กับความรู้ 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ความรู้เรื่องที่จะสื่อสาร (Knowledge of the subject matter) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะทำการสื่อสาร

2. ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of the communication process) ในเรื่องขององค์ประกอบของการสื่อสาร ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

### 3. นวัตกรรม (Innovation):

นวัตกรรม (Innovation): เป็นแนวคิดใหม่ที่น่ามาใช้ถ่ายทอดทางการศึกษาศูนย์ใหม่ โดยจัดนวัตกรรมเป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ อันหมายถึงความคิด วิธีการ วิธีปฏิบัติของแต่ละบุคคลดูเสมือนว่าเป็นแนวความคิด ระบบวิธีคิด วิธีปฏิบัติที่เป็นระบบมากยิ่งขึ้น ทั้ง ๆ ที่อาจจะเป็นอย่างนี้ ความรู้เดิมแต่เปลี่ยนแนวคิด แนวปฏิบัติ ทักษะคติต่อสิ่งเหล่านั้นใหม่ นำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีทำงานให้มีประสิทธิภาพและได้ประสิทธิผลมากขึ้น (Rogers. 1983:11) นอกจากนี้ ยุพิน พิพิธกุล และอรพรรณ ตันบรรจง (2531:14) ยังได้ให้ความหมายของนวัตกรรมทางการศึกษาไว้ว่า นวัตกรรมหมายถึง แนวคิดใหม่ วิธีการใหม่ หรือสิ่งใหม่ ๆ ที่นำมาใช้เปลี่ยนแปลงในวงการศึกษา หรือนำมาใช้เพื่อให้งานด้านการศึกษาที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ตันสนีย์ ขำเกิด (2531:11-12) ได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางนวัตกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากมายทำให้สามารถจัดประเภทของนวัตกรรมทางการศึกษาได้เป็น 16 ประเภท โดยเน้นไปที่นวัตกรรมที่เป็นแบบเรียนสำเร็จรูป ที่ผู้เรียนสามารถศึกษาด้วยตนเองได้ หรือการใช้บทเรียนแบบโปรแกรมสำเร็จรูป

#### 4. การยอมรับ (Acception) :

ความหมายของการยอมรับ ได้มีผู้ศึกษาและให้ความหมายของการยอมรับของเกษตรกรไว้หลายท่านดังนี้ บุญสม วราเอกศิริ (2529 : 192) กล่าวถึงการยอมรับของเกษตรกรว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเกษตรกรหลังจากการเรียนรู้แนวความคิด ความรู้ ความชำนาญและประสบการณ์ใหม่ ๆ และได้ปฏิบัติตาม ซึ่งอาจจะมีปัญหาอยู่บ้างที่ความรู้ หรือแนวความคิดใหม่ ๆ ที่เขารับมานั้นไปเปลี่ยนแปลงสิ่งที่เป็นประโยชน์ หรือแตกต่างจากแนวความคิดเดิมที่เกษตรกรมีอยู่

บุญธรรม จิตตอนันต์ (2536 : 252) ได้กล่าวไว้ว่า การยอมรับเป็นกระบวนการทางจิตใจของบุคคล โดยเริ่มต้นด้วยการรับรู้ หรือได้ยิน ได้ฟังแนวความคิดใหม่ ๆ มา แล้วเกิดการตัดสินใจยอมรับ นำไปปฏิบัติ

ปัญญา หิรัญศรี (2529 : 179) ได้ให้ความหมายของการยอมรับไว้ว่า การยอมรับวิทยาการแผนใหม่ หรือสิ่งใหม่ของบุคคลโดยทั่วไปนั้นจะต้องใช้เวลา และบุคคลเหล่านั้นจะต้องได้รับทราบ ได้พบเห็นสิ่งเหล่านั้นมาก่อนจึงจะเกิดการยอมรับ ในบางกรณีอาจจะใช้เวลานานมากในการที่จะทำใจให้ยอมรับได้ ก่อนที่บุคคลเหล่านั้นจะได้ทำการทดลองรับรู้ ฝึกฝนวิทยาการใหม่ ๆ เป็นครั้งแรกและได้พิจารณาผลที่ได้จากการทดลองแล้วจึงยอมรับ

กรมส่งเสริมการเกษตร (2531 : 5) กล่าวถึง กระบวนการยอมรับว่าเป็นกระบวนการทางจิตใจของเกษตรกรแต่ละบุคคล ที่เริ่มตั้งแต่การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเทคโนโลยีหนึ่ง ๆ ไปจนถึงการยอมรับอย่างเต็มที่โดยเปิดเผย

Adams, M.E. (1984 : 127) ได้ให้ความหมายของการยอมรับไว้ว่า "การยอมรับ" ไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใด แต่เป็นกระบวนการที่มีการรับรู้ที่ต้องอาศัยเวลาคิดในการตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือไม่ยอมรับในสิ่งที่เขาเหล่านั้นได้รับข้อมูล

ดังนั้นจากการประมวลข้อมูลทั้งหมด พอจะอนุมานได้ว่า การยอมรับเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคล ภายหลังจากมีการรับรู้ เรียนรู้ ศึกษาในแนวความรู้ วิทยาการ หรือองค์ความรู้ ทักษะ ความชำนาญและประสบการณ์ใหม่ อีกทั้งการยอมรับยังจัดเป็นกระบวนการทางจิตใจของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจจะเริ่มจากการรับรู้ เรียนรู้ ไปจนถึงขั้นยอมรับเพื่อนำไปปฏิบัติโดยใช้เวลาในการศึกษาเพื่อการตัดสินใจให้ยอมรับกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

การยอมรับนวัตกรรมจัดเป็นกระบวนการอย่างหนึ่ง ซึ่งได้มีผู้ให้การศึกษาและกำหนดไว้ดังนี้ ณรงค์ สมพงษ์ (2535 : 5) ได้กล่าวถึงกระบวนการยอมรับในเชิงพฤติกรรมของเกษตรกร ว่ามี 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นตื่นตัว (Awareness) เป็นขั้นที่บุคคลมีความคิดใหม่ สิ่งใหม่ แต่ยังขาดข้อ

มูลเกี่ยวกับสิ่งนั้น ขั้นนี้นักส่งเสริมจะต้องกระจายข่าวสารออกไปให้มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อผู้ใช้ให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. **ขั้นสนใจ (Interest)** บุคคลเริ่มมีความสนใจในสิ่งใหม่ และพยายามแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมในสิ่งนั้น ในขั้นนี้เพื่อนบ้านและผู้นำทางความคิดมีอิทธิพลอย่างมาก ต้องอาศัยกลุ่มที่มีความคิดในเชิงบวกต่อสิ่งนั้น ๆ เป็นสำคัญ

3. **ขั้นประเมินคุณค่า (Evaluation)** เกษตรกรจะประเมินคุณค่าในสมองของตนเอง โดยคิดว่าถ้ายอมรับนำเอาสิ่งใหม่ ๆ นั้นมาใช้หรือปฏิบัติแล้วจะเหมาะสมกับสภาพเหตุการณ์ในปัจจุบัน หรือในอนาคตหรือไม่อย่างไร จะให้ผลคุ้มค่าที่ต้องเสี่ยงหรือไม่

4. **ขั้นทดลอง (Trial)** เกษตรกรจะนำเอาเทคโนโลยี ความรู้ใหม่ ๆ มาลองใช้ ลองปฏิบัติในวงจำกัดดูก่อน เพื่อดูว่าสิ่งที่รับมานั้นมีประโยชน์และสามารถเข้ากับสถานการณ์ของตนในขณะนั้นหรือไม่

5. **ขั้นยอมรับ (Adoption)** ถ้าการทดลองยอมรับของเกษตรกรได้ผลเป็นที่น่าพอใจ เกษตรกรก็จะยอมรับความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เหล่านั้นอย่างเต็มที่ และขยายวงของความเชื่อและการยอมรับออกไป มีการกระทำอย่างต่อเนื่องและสามารถนำผลมาใช้ได้อย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

นอกจากนี้ โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971: 101-118) ได้เสนอกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation – Decision Process) ขึ้นมาใหม่ ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นความรู้ (Knowledge Stage)
2. ขั้นทัศนคติ (Attitude Stage)
3. ขั้นตัดสินใจ (Decision Stage)
4. ขั้นยืนยัน (Confirmation Stage)

ภายหลังโรเจอร์ (Rogers, 1983:163 – 169) ได้เปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมจำนวนขั้นของกระบวนการในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมขึ้นมาอีกเป็น 5 ขั้น ดังนี้

1. **ขั้นความรู้ (Knowledge Stage)** เป็นความรู้ที่เกี่ยวกับนวัตกรรมซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1.1 **ระดับความตระหนัก (Awareness Knowledge)** เป็นการรับรู้ว่ามีนวัตกรรม รู้ถึงประโยชน์และโทษที่จะต้องมี การเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้รับรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมในระดับอื่นต่อไป

1.2 **ระดับความรู้เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรม (How – to – Knowledge)** ประกอบด้วยความรู้ที่จำเป็นต่อการใช้นวัตกรรมอย่างถูกต้องเหมาะสมในปริมาณที่เพียงพอ ที่จะเกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ระดับความรู้เกี่ยวกับหลักการ (Principle Knowledge) เป็นความรู้ขั้นมูลฐานของงานนวัตกรรม: ความรู้นี้จะกว้างขวางกว่าความรู้ในระดับการใช้นวัตกรรม

2. ขั้นการเปลี่ยนทัศนคติ (Persuasion Stage) ทัศนคติในระดับนี้จะเป็นลักษณะทางจิตใจที่แสดงออกทางความรู้สึกชอบ พอใจ หรือไม่ชอบ ไม่พอใจในนวัตกรรมภายหลังจากผ่านขั้นความรู้มาแล้ว พฤติกรรมของบุคคลที่มีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนทัศนคติในขั้นนี้ คือ การแสวงหาความรู้ การแปลความหมายในสิ่งที่รับรู้ และการเลือกที่จะรับรู้ในสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งการรับรู้คุณลักษณะของนวัตกรรมถึงความได้เปรียบ ความสอดคล้องกับสิ่งที่ปฏิบัติอยู่เดิมและความซับซ้อนของนวัตกรรม

3. ขั้นตัดสินใจ (Decision Stage) เป็นขั้นที่ต้องมีพื้นฐานมาจากความรู้สึก หรือทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม การตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมเป็นการตกลงใจหรือมีความตั้งใจที่จะทดลองใช้นวัตกรรมและมีแนวโน้มที่จะเกิดเป็นพฤติกรรมได้ทันที ถ้าได้รับข้อมูลสนับสนุนเพียงพอ

4. ขั้นปฏิบัติการ (Implementation Stage) เป็นการนำนวัตกรรมไปใช้ในสถานการณ์จริง เพื่อค้นหาคำตอบที่เกี่ยวกับความเคลือบแคลงสงสัยในนวัตกรรมและสร้างความมั่นใจในการยอมรับที่ถาวรต่อไป

5. ขั้นยืนยัน (Confirmation Stage) ผู้ที่ยอมรับหรือปฏิเสธการยอมรับนวัตกรรมจะยังคงแสวงหาความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมายืนยันการตัดสินใจของตนต่อไปไม่มีกำหนดเวลาและไม่สิ้นสุด ถ้าพบว่ามีความขัดแย้งในความรู้หรือข้อมูลที่ได้รับ ก็อาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความตั้งใจเดิมจากการยอมรับ มาเป็นปฏิเสธ หรือจากการปฏิเสธไปเป็นการยอมรับ

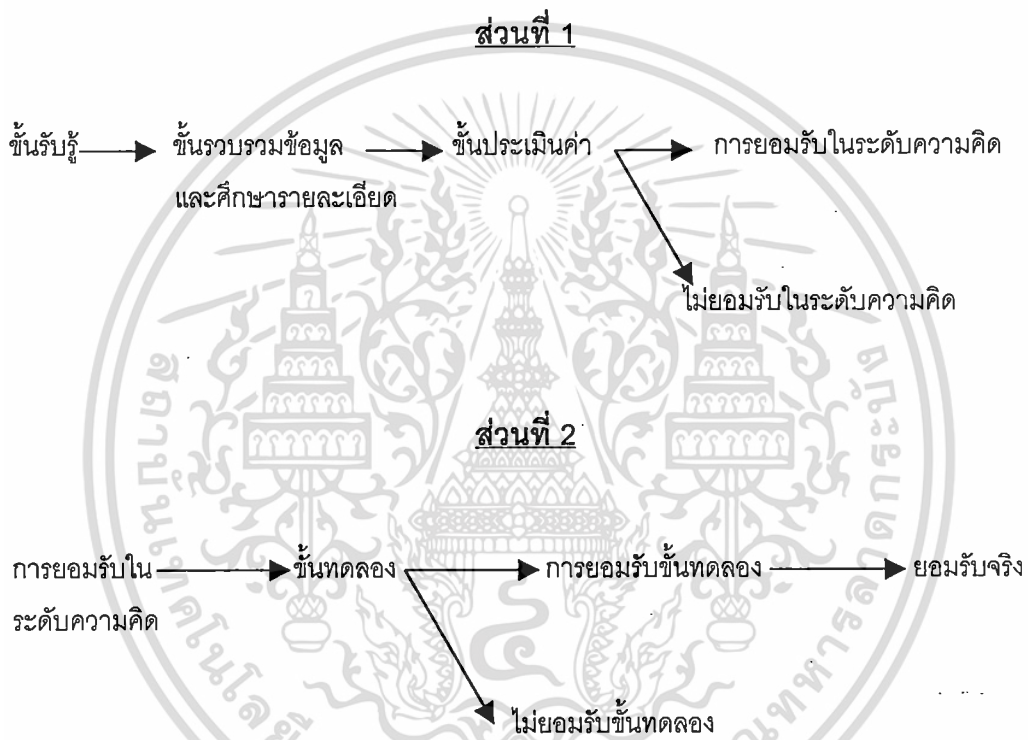
ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การเปลี่ยนแปลงรูปแบบ จำนวนขั้น และชื่อของกระบวนการยอมรับนวัตกรรมเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ นั้น จะพบว่าการยอมรับนวัตกรรมเป็นการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจที่เป็นไปตามลำดับขั้นและผลัดกันให้เกิดพฤติกรรมการใช้หรือไม่ใช้นวัตกรรม ถ้าการกระทำของพฤติกรรมดังกล่าวได้รับการยืนยันว่าเป็นผลดีตามที่เคยรับรู้มาหรือตามที่คาดหวัง พฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมก็ยังคงมีต่อไปจนกว่าจะมีนวัตกรรมใหม่ที่ดีกว่า แต่ถ้าสิ่งที่ได้รับการยืนยันไม่เป็นผลดีตามที่คาดหวัง พฤติกรรมการยอมรับนวัตกรรมก็จะสิ้นสุดลง (ภาพประกอบที่ 1)

ในความคิดของคลองแกล็น และโคเวิร์ด (Klonglan and Coward, 1970:77 – 83) ได้แบ่งกระบวนการยอมรับนวัตกรรมเป็น 2 ส่วน คือ การยอมรับในระดับความคิด และการยอมรับในระดับปฏิบัติ (ภาพประกอบที่ 2)

ส่วนที่ 1 เป็นการยอมรับในระดับความคิด (Symbolic Adoption) โดยเริ่มต้นจากการรับรู้ว่ามีนวัตกรรม จากนั้นจะเป็นการรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษารายละเอียดเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมแล้วนำไปสู่ขั้นของการประเมินค่า ว่าเป็นสิ่งที่ดี มีประโยชน์ มีโทษหรือไม่อย่างเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไร ในการนำไปปฏิบัติจริงกับสถานการณ์ของตน ถ้าผลการประเมินบอกว่าดี มีประโยชน์ มีคุณค่าจริงก็จะยอมรับนวัตกรรมนั้น ซึ่งเป็นการยอมรับในระดับความคิด

ส่วนที่ 2 เป็นการยอมรับในระดับของการปฏิบัติ (Use of Innovation) จะเริ่มจากการยอมรับในระดับความคิด และผลักดันไปสู่การทดลองใช้นวัตกรรมเพื่อต้องการคำตอบที่ยืนยันว่านวัตกรรมที่คิดว่าดี มีประโยชน์นั้นแท้จริงจะดีและมีคุณค่าจริงหรือไม่ คำตอบที่เป็นผลของการทดลองจะมีอิทธิพลต่อการยอมรับในระดับนี้



ภาพประกอบที่ 2 แสดงลำดับขั้นการยอมรับนวัตกรรมตามแนวความคิดของคอลลินและโคเวิร์ต

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับเทคโนโลยีหรือการปฏิบัติทางการเกษตร เงื่อนไขหรือสภาวะที่จะทำให้เกษตรกรยอมรับนวัตกรรมมีหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งดิเรก ฤกษ์ห่วย (2527 : 57-61) กล่าวไว้ว่า การยอมรับนวัตกรรมมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่หลายประการ คือ

1. ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขหรือสภาพการณ์โดยทั่วไป ซึ่งมีหลายสภาพการณ์ด้วยกันคือ

1.1 สภาพส่วนบุคคลทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสภาพทางภูมิศาสตร์ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมของเกษตรกร คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพทางเศรษฐกิจมีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ต่างกัน คือ เกษตรกรที่มีปัจจัยในการผลิต ได้แก่ เกษตรกรที่ถือครองที่ดินมากกว่า หรือมีรายได้มากกว่า จะส่งผลให้มีแนวโน้มที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่าและเร็วกว่าเกษตรกรที่มีสิ่งเหล่านี้น้อยกว่า

สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีสิ่งเกี่ยวข้องกับการยอมรับมีหลายประการ เช่น กลุ่มชนที่อยู่ในชุมชน หรือสังคมที่รักษาขนบธรรมเนียมประเพณีเก่า ๆ ไว้อย่างเคร่งครัด มีการแบ่งชนชั้นทางสังคมอย่างเด่นชัด มีการรวมตัวช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการทำงานเพื่อส่วนรวมน้อยกว่า มีค่านิยมและความเชื่อที่เป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง จะทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่ช้าลงและยอมรับในปริมาณที่น้อยกว่า

สภาพทางภูมิศาสตร์ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ พื้นที่ใดที่สามารถติดต่อกับพื้นที่อื่น มีการคมนาคมสะดวก มีความเจริญทางเทคโนโลยี มีทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นปัจจัยการผลิตมากกว่า จะมีผลทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เร็วกว่าและในปริมาณที่มากกว่า

1.2 สมรรถภาพในการดำเนินงานของสถาบันที่เกี่ยวข้องของสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะทางด้านการเกษตร ได้แก่ สถาบันสินเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ถ้าสถาบันเหล่านี้มีประสิทธิภาพในการดำเนินการให้เป็นประโยชน์แก่บุคคลเป้าหมาย ก็จะทำให้การยอมรับการเปลี่ยนแปลงเป็นไป得更เร็วและง่ายขึ้น

## 2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงมีหลายปัจจัยด้วยกัน คือ

2.1 บุคคลเป้าหมาย (Target Person) หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลง (Client) พื้นฐานของเกษตรกรก็มีส่วนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการเปลี่ยนแปลง ซึ่งได้แก่

2.1.1 พื้นฐานทางสังคม พบว่า เพศหญิงยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้เร็วกว่าเพศชาย กลุ่มบุคคลที่เป็นเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาและประสบการณ์ที่สูงกว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้เร็วกว่ากลุ่มเกษตรกรที่มีการศึกษาต่ำกว่า เกษตรกรที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริม เจ้าหน้าที่พัฒนากร หรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง หรือตัวเกษตรกรที่ได้รับข่าวสาร ข้อมูล การประชุมแลกเปลี่ยนทางความคิดระหว่างกลุ่มภายใน กลุ่มชุมชน กลุ่มเพื่อนบ้าน หรือกลุ่มภายนอกหมู่บ้าน ซึ่งได้รับข่าวสาร ข้อมูลมากกว่า หรือได้รับประสบการณ์อื่น ๆ มากกว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็ว และนอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มบุคคลที่อายุน้อยหรือวัยรุ่นจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้เร็วที่สุดและจะค่อย ๆ ช้าลงเมื่อมีอายุมากขึ้น

2.1.2 พื้นฐานทางเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มเกษตรกรที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วจะมีลักษณะต่าง ๆ กัน ได้แก่ มีกรรมสิทธิ์ หรือถือครองที่ดินเป็นจำนวนมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีรายได้มากกว่า มีโอกาสได้รับดินเชื้อจำนวนมากกว่าและดอกเบี๋ยสูงกว่า มีทรัพยากรการผลิตมากกว่า และมีเครื่องมือ เครื่องใช้ในการเกษตรเพื่อการผลิตมากกว่า

2.1.3 พื้นฐานในการติดต่อสื่อสารของเกษตรกรที่จำเป็น คือ ประสิทธิภาพในการรับฟังข่าวสาร ข้อมูล เช่น การอ่าน การฟัง การรับรู้ รวมทั้งความคิดที่มีเหตุผล มีความสามารถในการพูด การเขียน จะมีส่วนช่วยในการสร้างความเข้าใจระหว่างเพื่อนบ้านด้วยกันและจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้มากขึ้น

2.1.4 พื้นฐานประการอื่น ๆ อาทิเช่น การที่เกษตรกรมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) มีความพร้อมทางด้านจิตใจ และมีข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีทัศนคติที่ดีต่อเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร หรือผู้นำการเปลี่ยนแปลง หรือมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีที่นำความเปลี่ยนแปลงมาให้ มีความสนใจในปัญหาและความต้องการของตนเอง สนใจในกิจกรรมและอาชีพของเพื่อนบ้าน มีความสามารถในการจัดการ เกษตรกรตามลักษณะที่กล่าวมาจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่มากกว่าและรวดเร็วกว่า

2.2 ปัจจัยที่เนื่องมาจากนวัตกรรม (Innovation) หรือเทคโนโลยีที่จะนำไปเปลี่ยนแปลง ได้แก่

2.2.1 ต้นทุนและกำไร (Cost & Profit) เทคโนโลยีใดลงทุนน้อยที่สุด ทำกำไรให้ได้มากที่สุด จะได้รับการยอมรับที่สูงกว่า เร็วกว่า กำไรนั้นนอกจากจะหมายถึงเงินที่ได้แล้วยังรวมถึงกำไรที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ และความเป็นที่ยอมรับในสังคมด้วย

2.2.2 ความสอดคล้องและเหมาะสมกับสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน (Similar & Fit) ได้แก่ การไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อของคนในชุมชน ความสอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เช่น สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม

2.2.3 สามารถปฏิบัติได้และเข้าใจง่าย (Practical & Understood) คือ ไม่เป็นเรื่องที่ยุ่งยาก หรือสลับซับซ้อน ไม่มีกฎเกณฑ์ที่ยุ่งยากจนเกินไป ทำให้เข้าใจง่าย ปฏิบัติได้ง่าย และมีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องภายในท้องถิ่นและภายในปริมาณที่จำกัดได้

2.2.4 เห็นว่าปฏิบัติได้ผลมาแล้ว (Visibility) คือ เห็นว่ามีกรปฏิบัติมาก่อนและได้ผลดีแล้วจึงปฏิบัติตามหรือยอมรับได้ง่ายกว่าและเร็วกว่า

2.2.5 สามารถแบ่งเป็นขั้นตอนหรือ จำแนกเป็นเรื่อง ๆ ได้ (Divisibility)

2.2.6 ใช้เวลาน้อย หรือประหยัดเวลาได้มากกว่า (Time-saving)

2.2.7 เป็นการตัดสินใจของกลุ่ม (Group Decision) เพราะกลุ่มจะมีอิทธิพล มีกฎเกณฑ์บางอย่างที่สมาชิกกลุ่มจะต้องปฏิบัติตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนวัตกรรมทั้งหมดนี้ ถ้ามีครบทุกปัจจัย หรือมีให้ได้มากที่สุด การยอมรับนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางเกษตรจะรับได้ในเวลาที่รวดเร็วและมีปริมาณมากกว่า นอกจากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้แล้วยังพบว่าผลการวิจัยในเรื่องการยอมรับและเผยแพร่ นวัตกรรม สามารถสรุปปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา อายุ รายได้ ขนาดการถือครองที่ดิน พื้นที่รับน้ำเพื่อการเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ การเดินทางออกนอกหมู่บ้าน และการรับฟังข่าวสาร ข้อมูล

Allo & Schwass (1982 : 23-32) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมของเกษตรกร มีหลายปัจจัยที่จะผลักดันให้เกษตรกรเกิดการยอมรับได้ คือ

1. ขนาดของพื้นที่ที่เกษตรกรที่มีพื้นที่ถือครองมากโอกาสในการยอมรับจะมีสูง
2. การได้รับข่าวสาร ข้อมูลที่ไม่ทั่วถึง และได้รับเทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสม อาจเป็นสาเหตุให้เกษตรกรไม่ยอมรับโครงการนั้น ๆ
3. ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น การส่งเสริมหรือเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารจะต้องสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ
4. ขาดตลาดสำหรับจำหน่ายผลผลิต จะต้องมีหน่วยงานไปรองรับเพื่อจะจัดจำหน่ายผลผลิตที่จะผลิติดอกมาตามฤดูกาลเก็บเกี่ยว
5. การขาดเงินทุนและสินเชื่อ เป็นเหตุให้เกษตรกรไม่ยอมรับนวัตกรรมได้
6. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม
7. การจ้างงานที่ไม่คุ้มค่า ทำให้การส่งเสริมเหล่านั้นไม่ประสบผลสำเร็จ
8. ขาดการวางแผนที่ดี นักส่งเสริมการเกษตรที่ลงพื้นที่ถ้าขาดการวางแผนที่ดี เป็นเหตุให้เกษตรกรไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้นได้

ปัญญา หิรัญศรี (2529 : 178) ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมที่เหมาะสมต้องคำนึงถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่น ตลอดจนปัจจัยพื้นฐานของความเป็นมนุษย์ สภาพแวดล้อมของมนุษย์ นวัตกรรมที่เหมาะสม คือจะต้องใช้ทรัพยากรของท้องถิ่น เช่น ความสามารถ ความรู้พื้นฐาน วัตถุดิบและแรงงานในท้องถิ่นด้วย

จึงพอจะสรุปได้ว่า การที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลจะยอมรับสิ่งใหม่ หรือนวัตกรรมได้จะต้องผ่านกระบวนการหลายอย่าง รวมถึงปัจจัยภายในตัวบุคคลเอง ปัจจัยภายนอก สภาพแวดล้อมต่าง ๆ และนอกจากนี้ ยังมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมของผู้รับนวัตกรรม ตลอดจนความเหมาะสมของสิ่งรับรู้ใหม่ หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะนำไปเผยแพร่นั้นว่ามีความเหมาะสมกับสถานการณ์และสภาพของท้องถิ่นเพียงใด

## 5. พฤติกรรม (Behavior):

มนุษย์จะมีการยอมรับสิ่งใดสิ่งหนึ่งยอมเกี่ยวกับทัศนคติ ความเชื่อและความพร้อมส่วนบุคคลด้วย ซึ่งทัศนคติและความเชื่อนี้ถือเป็นพฤติกรรมส่วนบุคคลที่แสดงออกให้วัดและประเมินได้ ซึ่งในความหมายของพฤติกรรม ได้มีนักการศึกษาและนักวิจัยหลาย ๆ ท่านให้คำจำกัดความของ คำว่า “พฤติกรรม” ไว้หลายลักษณะดังนี้

เกตินี จุฑาวิจิตร. (2540 : 55) ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรม ว่าหมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของบุคคลซึ่งผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ ปกติคนเราส่วนใหญ่มักแสดงออกตามความเชื่อและทัศนคติของตน ซึ่งทัศนคติเป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล และในทำนองเดียวกัน ขนิษฐา วิเศษสาร (2536 : 2-3) ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรม ไว้ว่า พฤติกรรมเป็นกิจกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ที่ร่างกายแสดงออกมา ซึ่งอาจจะสังเกตได้โดยตรงหรือไม่ก็ได้ แต่สามารถใช้เครื่องมือวัดได้ พฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ เช่น การหัวเราะ การร้องไห้ การรดีใจ การเคลื่อนไหวกิริยาอาการต่าง ๆ พฤติกรรมที่ไม่สามารถมองเห็นได้ โดยตรงต้องใช้เครื่องมือในการวัด ประเมิน หรือการอนุมานจากการแสดงออก เช่น ความคิด ความจำ การเรียนรู้ ความถนัด และรวมถึงสติปัญญา นอกจากนี้ขนิษฐายังกล่าวไว้ว่า พฤติกรรมภายในและพฤติกรรมภายนอกของมนุษย์มีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอก ซึ่งพฤติกรรมภายในนี้หมายถึง จิตใจ ที่จะทำให้บุคคลแสดงออก กลายเป็นพฤติกรรมของมนุษย์โดยทั่วไป ดังนั้นการจะศึกษามนุษย์ว่ามีเงื่อนไขในการยอมรับนวัตกรรมใด ๆ จึงจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมของเขาเหล่านั้นด้วย

นิรนาม (2542 : 6) ได้มีการแบ่งพฤติกรรมมนุษย์ ไว้ 4 ประเภทด้วยกัน ซึ่งพฤติกรรมทั้ง 4 ประเภทนี้จะทำให้เข้าใจการยอมรับในเรื่องต่าง ๆ ของมนุษย์มากขึ้น คือ

1. พฤติกรรมเปิดเผย (Open) เป็นพฤติกรรมที่ตนเองรู้ และผู้อื่นก็รู้
2. พฤติกรรมความลับ (Secret) เป็นพฤติกรรมที่ตนเองรู้ คนอื่นไม่รู้
3. พฤติกรรมจุดบอด (Blind) เป็นพฤติกรรมที่ตนเองไม่รู้ แต่คนอื่นรู้
4. พฤติกรรมอวิชชา (Unknown) เป็นพฤติกรรมที่ตนเองไม่รู้ และคนอื่นก็ไม่รู้

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ผู้รับสื่อหรือชาวสารจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป โดยมีแรงผลักดันที่จะทำให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกที่จะรับสื่อ นั้น ๆ ซึ่งจะมีผลต่อการยอมรับหรือการปฏิเสธรวัตกรรมการ์ อาจเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ (อุไรวรรณ ภูวิจิตรสุทิน, 2533 : 20-22 อ้างถึง Merill and Lowenstein, 1997) ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความเหงา โดยเหตุผลทางจิตวิทยาเชื่อว่า ปกติมนุษย์มักไม่ชอบอยู่คนเดียวตามลำพัง เพราะมีความวิตกกังวล สับสน หวาดกลัวและกลัวความเฉยเมยจากสังคม มีความพยายามที่จะรวมกลุ่ม เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่จะเป็นไปได้ แต่ถ้าไม่สามารถจะรวมกลุ่มกับผู้อื่นได้โดยตรงก็จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร ซึ่งจะมีผลทำให้บุคคลพอใจที่จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ มากกว่าที่จะอยู่กับกลุ่มบุคคลก็ได้ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อแก้เหงาและไม่สร้างแรงกดดันในการรวมกลุ่มสนทนา หรือสังสรรค์ทางสังคมให้กับบุคคลเหล่านั้น

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานอีกข้อหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งสื่อประเภทต่าง ๆ ได้ถือเป็นประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ข้อมูล ความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์จะเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวมากที่สุด แล้วค่อย ๆ ขยายวงกว้างออกไป ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นสิ่งของหรือการกระทำ พฤติกรรมความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์อาจจะเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบกับตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือมีผลกระทบต่อผู้อื่น

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานของมนุษย์เป็นผู้ที่มีความเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงมีการแสวงหา และใช้ประโยชน์เพื่อตนเอง เพื่อให้ความคิดของตนนั้นบรรลุผล เพื่อเสริมความเด่น เพื่อให้ตนเองสะดวกสบายและมีความปลอดภัย ในทางปฏิบัติที่ผู้ปฏิบัติต้องการความสนุกสนาน ความบันเทิง รวมไปถึงการพักผ่อนหย่อนใจ ทั้งนี้เพราะเงื่อนไขที่จะได้รับจากคุณค่าต่าง ๆ ของข่าวสารล้วนมาจากสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งสิ้น

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะทำให้นักเลือกบริโภคสื่อต่างกัน โดยพิจารณาว่าสื่อหนึ่งจะสนองตอบความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ ได้

ปกติทั่วไปแล้วบุคคลจะมีพฤติกรรมการเลือกที่จะยอมรับสื่อที่แตกต่างกัน โดยมีเหตุผลขึ้นกับปัจจัยตามความต้องการ เพศ วัย สถานะ สภาพแวดล้อม เหตุผลและความจำเป็นอื่น ๆ ประกอบกัน เพื่อเลือกบริโภคสื่อที่ตนเองสะดวกที่สุด มีความพยายามน้อยที่สุด ได้ผลตอบแทนมากที่สุด เช่น สภาพความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย รวมทั้งเวลาและบทบาทในการรับสื่อ

## 6. อิทธิพล (Influence) :

คำว่า "อิทธิพล" โดยทั่วไปมักจะหมายถึงสิ่งที่มีผลต่อสิ่งใด สิ่งหนึ่งที่จะทำให้เกิดคล้อยตาม หรือปฏิบัติตาม ในสิ่งที่ผู้ส่งสารคาดหวัง หรือปรารถนาให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมกับผู้รับข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ หรือเทคโนโลยีใด ๆ ก็ตามที่มีการสื่อสารเกิดขึ้น และผู้ส่งสารนั้นอาจจะเป็นผู้มีอิทธิพลโดยตรง หรือทางอ้อมก็ได้ เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ผู้นำกลุ่ม ผู้นำชุมชนที่มีอิทธิพลทางความคิด หรือบางครั้งอาจขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อของเกษตรกรเองก็ได้

## อิทธิพลที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

โดยทั่วไปการโน้มน้าวให้บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรมในทุกะระดัของการสื่อสารสังคมผ่านสื่อต่างๆ อาจทำได้โดยอาศัยวิธีการดังนี้

1. การปลุกเร้าอารมณ์ เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตาม โดยใช้เสียงหรือภาพ หรือทั้งเสียงและภาพ
2. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลุกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่ต้องปฏิบัติตาม
3. การให้รางวัล เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ หรือใช้ในการรณรงค์เพื่อให้ประชาชนร่วมมือหรือร่วมในกิจกรรมตามที่ผู้ขายหรือห้างสรรพสินค้าต้องการ

นอกจากนี้ ประจวบ อินฮอด (2529) ได้กล่าวไว้ว่า นักการศึกษาด้านมนุษยวิทยาหลาย ๆ ท่าน ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับ พลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ ดังนี้

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับ และพลังที่จะต้องประพฤติปฏิบัติ เพื่อความอยู่รอดและความมั่นคงแห่งชีวิต อันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย
2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรวมตัว จึงมักจะต้องประพฤติปฏิบัติไปตามครรลองของสังคมแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนตัว
3. พลังทางสังคมมีอิทธิพลต่อมนุษย์มากที่สุด ได้แก่ ครอบครัวของบุคคลผู้นั้นเอง เพื่อนบ้าน หรือวงศาคณาญาติที่ใกล้ชิด ทั้งแบบขยายวงสัมพันธ์และไม่ขยายวงสัมพันธ์
4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ
5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกันก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย เช่น จะพบว่าบางคนบางกลุ่มมีลักษณะก้าวร้าว รุกราน บางกลุ่มมีลักษณะหัวโบราณ ฯลฯ เป็นต้น
6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามีต่อโลกรอบตัวของเขาออกมาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเราจะสามารถสืบสาวไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆ ได้ เช่น จากคำพูด วัตถุ การกระทำ ตลอดจนสิ่งที่สื่อถึงการกระทำทั้งในจิตสำนึกและภายใต้จิตสำนึก เช่น เราจะนึกถึงภาพของผู้ที่นิยมขับรถว่าเป็นบุคคลอย่างไร ซึ่งแตกต่างกับบุคคลที่นิยมฟังเพลงไทยเดิม

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง :

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารวิจัยที่มีนักวิจัยหลายท่านศึกษาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับสื่อ นวัตกรรม การสื่อสาร และพฤติกรรมกรรมการยอมรับทั้งทางด้านการเกษตร การศึกษาและหัวข้ออื่น ๆ ซึ่งมีหลากหลายปัจจัยพอจะสรุปในหัวข้อที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องได้ ดังนี้

ปัญญา ถีระวิทย์เลิศ (2536 : บทคัดย่อ) กล่าวถึงงานวิจัยของตนเองว่ามีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านการเกษตร และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรในภาคเหนือ รวมทั้งความต้องการรับทราบข่าวสารและชนิดของสื่อที่จะสามารถรับข่าวสารได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 1004 ครัวเรือน และจากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของของเกษตรกรจากสื่อต่างๆ ผลปรากฏว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการเกษตรจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อนบ้าน ญาติ/คนในครอบครัว และผู้ใหญ่บ้าน ตามลำดับ

อมรทิพย์ ควรพันธ์ (2534 : บทคัดย่อ) ได้พบผลการวิจัยว่า วิद्यุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่นิยมมากใน 4 จังหวัด รองลงมา คือ วิद्यุโทรทัศน์ และสื่อพื้นบ้าน ผลการทดสอบสมมุติฐานได้ผลว่าเกษตรกรใน 4 จังหวัด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เกษตรกรใน 4 จังหวัด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อพื้นบ้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เกษตรกรใน 4 จังหวัด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับการยอมรับการพัฒนาที่ดิน

ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539 : บทคัดย่อ) จากผลการวิจัยของดวงจันทร์ พบว่า การรับข่าวสารส่วนใหญ่ได้จากสื่อบุคคลเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นญาติพี่น้องและเพื่อนๆในหมู่บ้าน ซึ่งสื่อวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงยังเป็นที่นิยมของประชาชนในการรับชมรายการบันเทิงและข่าวสาร ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร ไปสเดอร์ ประชาชนไม่นิยมรับสื่อดังกล่าว เนื่องจาก ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ และการจัดหาสื่อดังกล่าวนั้นลำบากด้วย

เลอศักดิ์ สายแก้วมา (2536 : บทคัดย่อ) กล่าวไว้ในบทคัดย่อของงานวิจัยว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของเกษตรกรเป้าหมายระบุว่ามีโอกาสและสนใจติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ 4 ประเภท คือ วิทยุ โทรทัศน์ เอกสารสิ่งพิมพ์ และหอกระจายข่าวสารประจำหมู่บ้าน อย่างสม่ำเสมอหรือค่อนข้างสม่ำเสมอในช่วงเวลา ตอนเช้า และตอนเย็นหรือค่ำ ระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟัง/รับชมการออกรายการกระจายเสียงของสถานีวิทยุ โทรทัศน์ และหอกระจายสารประจำหมู่บ้านโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 30 - 120 นาทีต่อวัน ในขณะที่ระยะเวลาที่ใช้ในการอ่านเอกสารสิ่งพิมพ์ โดยเฉลี่ย 16 - 30 นาทีต่อวัน ต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารทุกประเภทเป็นส่วนใหญ่ และประสงค์ที่จะให้มีการนำเสนอในลักษณะที่เป็นการผสมผสานข้อมูลข่าวสารซึ่งให้สาระไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้กับข้อมูลข่าวสารที่ให้ความสนุกสนานบันเทิงเข้าด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการเพลง ลูกทุ่ง เพลงพื้นเมือง และเพลงไทยสากล

จิรพรรณ โสมอินทร์ (2536 : บทคัดย่อ) การวิจัยของจิรพรรณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมบางประการของเกษตรกรที่รับฟังข่าวสารด้านการเกษตร ศึกษาสภาพการรับฟัง ความสนใจ ความพอใจ การได้รับความรู้และการนำไปปฏิบัติของเกษตรกร ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และการเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรของเกษตรกรกับการนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติ และศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการรับฟังข่าวสารด้านการเกษตรจากหอกระจายข่าว จากผลการวิจัยได้ทดสอบสมมติฐานโดยใช้ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ตัวแปรต่างๆ คืออายุ ระดับการศึกษา และการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตรของเกษตรกรไม่มีความแตกต่างกันในการนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติ ส่วนรายได้ของเกษตรกรมีผลต่อความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในการนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติ

อุษณีย์ จินาพงษ์ (2535 : บทคัดย่อ) ได้ผลจากการวิจัยว่าในส่วนของการนำความรู้จากรายการวิทยุโรงเรียนเกษตรทางอากาศไปใช้ประโยชน์นั้น ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาพรวมของการนำความรู้จากรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศไปใช้ประโยชน์ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 71.5 โดยนำความรู้นั้นไปปรับปรุงการประกอบอาชีพที่ทำอยู่แล้ว ทั้งนี้ส่วนใหญ่ได้มีการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมก่อนการนำไปใช้ประโยชน์ และเรื่องในกลุ่มตัวอย่างได้มีการนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุดและให้ผลดีมากที่สุด ได้แก่ เรื่องการพัฒนาที่ดิน และผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภูมิฐานะ อายุ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศ ส่วนเพศและการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศ นอกจากนี้ยังพบว่าทัศนคติและความคิดเห็นของสมาชิกต่อรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศ และการนำความรู้จากรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศไปใช้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศ

Little John and Stephen W. (1973) กล่าวว่า ผู้รับสารแต่ละคนจะมีเอกลักษณ์ในเรื่องอายุ เพศ บุคลิกภาพ สถิติปัญญา ทักษะและประสบการณ์จะมีผลกระทบต่อแหล่งสารและข่าวสาร จากการศึกษาในด้านสื่อสาร พบว่าภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้รับสาร มีผลกระทบที่สำคัญต่อการตอบสนองต่อข่าวสาร เช่น ในด้านฐานะนั้น พบว่าคนจนและคนรวยมีคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการรับสารต่างกัน ในด้านการศึกษาและสถิติปัญญาได้มีการพบว่า การโฆษณาชวนเชื่อจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อประชาชนที่มีสถิติปัญญาสูงกว่าผู้มีสติปัญญาต่ำ และผู้ที่การศึกษาสูงจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เมื่อคำพูดนั้นเป็นคำพูดที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีเหตุผลเพราะผู้ที่มีการศึกษาดีจะมีข้อได้เปรียบคือมีความรู้ในหัวข้อต่างๆ กว้างขวางมีความเข้าใจภาษาดี สามารถวิพากษ์วิจารณ์ข่าวสาร ที่ไม่ได้สนับสนุนความเชื่อของตน

Roger and Shoemaker (1971) กล่าวถึง บทบาทของการสื่อสารมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อการยอมรับนวัตกรรมไว้ว่าการที่บุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมจะต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมซึ่งเป็นกระบวนการนั้นจะสามารถทำหน้าที่อะไรได้บ้างในการยอมรับหรือตัดสินใจ

1. **ขั้นความรู้ (Knowledge)** ในขั้นนี้บุคคลทราบว่า มีนวัตกรรมอุบัติขึ้นและพอจะมีความเข้าใจว่านวัตกรรมนั้นสามารถทำหน้าที่อะไรได้บ้าง
2. **ขั้นการจูงใจ (Persuasion)** บุคคลสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น ขั้นการตัดสินใจ บุคคลกระทำกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม
3. **ขั้นการยืนยัน (Confirmation)** บุคคลแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจที่กระทำไปแล้วได้ ถ้าหากพบในภายหลังว่า ผู้รับข่าวสารได้รับข่าวสาร ข้อมูลที่ขัดแย้งหรือข่าวสารข้อมูลที่ส่งมาให้ นั้นให้ภาพพจน์ในเชิงลบเกี่ยวกับนวัตกรรม

Schramm (1960) ได้กล่าวว่า บทบาทหน้าที่ที่สำคัญของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศซึ่งจะเป็นข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ที่สำคัญจะเป็นผลช่วยดึงดูดความสนใจให้บุคคลต่างๆ ได้เปิดข้อมูลข่าวสารที่สนใจเพื่อนำไปพัฒนาอาชีพอีกประการหนึ่ง

Charles Atkin (1973) ศึกษาว่าบุคคลจะรับเลือกข่าวสารใดจากสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับ การเปรียบเทียบ รางวัลผลตอบแทน (Reward Value) การลงทุนลงแรง (Expenditures) และ พันธะผูกพันที่จะตามมา (Liabilities) ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับจะสูงกว่า การลงทุนลงแรง หรือการใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจ บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรงผู้คนอาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลนั้นรู้สึกว่าการรับข่าวสารนั้นจะทำให้เกิดข้อพันธะผูกพัน เช่นทำให้เกิดความไม่สบายใจ ความไม่แน่ใจก็จะหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance)

Rokeach Ball และ Defleur (1976) กล่าวว่าเมื่อผู้รับสารเปิดรับสารจากสื่อมวลชนแล้ว จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ความรู้สึก ถึงขั้นเกิดเป็นพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยได้อธิบายถึงผลต่างๆ ที่เกิดจากการสื่อสารดังนี้

1. ก่อให้เกิดผลในด้านความรู้ความคิดเห็น ซึ่งอาจทำให้เกิดความกระฉ่างหรือความกำกวมขึ้นได้ และยังก่อให้เกิดผลในทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ในแง่ความคิดเห็นว่า สิ่งไหนเป็นสิ่งสำคัญที่ควรพิจารณา รวมทั้งผลในการขยายความเชื่อและค่านิยมของบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ก่อให้เกิดผลในด้านความรู้สึก ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจสร้างความรู้สึกต่างๆ เช่น กลัว วิตกังวล หรือสร้างกำลังใจ หรือบางทีก็อาจทำลายขวัญกำลังใจได้เช่นกัน

3. ก่อให้เกิดผลด้านพฤติกรรม ซึ่งมีทั้งเร่งเร้าให้กระทำหรือหยุดยั้งการกระทำรวม ทั้งก่อให้เกิดการกระทำในด้านดี เช่น การช่วยเหลือคนอื่นหรือในด้านไม่ดี เช่น ความก้าวร้าวรุนแรงต่าง ๆ เป็นต้น

Paul Lazarsfeld and Herbert Manzel (1960) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสำคัญหรือพูดคุยกันแบบเป็นกันเองและเป็นส่วนตัวทำให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การเห็นหน้ากันนี้เมื่อมองในแง่จิตวิทยาแล้วทำให้ผู้ฟังซึ่งเป็นเป้าหมายของการชักจูงใจของผู้พูดมีความรู้สึกกว่าตนได้รับรางวัล (Reward) ทันทิอย่างน้อยที่สุดในการแสดงความคิดเห็นต่อผู้พูด

De Fleur (1970) กล่าวว่าทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The social Relationship Theory) ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ภายในกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่า ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ มีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ทางเทคโนโลยีหรือไม่ โดยเฉพาะสังคมชนบทซึ่งเป็นครอบครัวมีความผูกพันกับเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น เมื่อมีความคิดใหม่ๆ จากภายนอกการตีความคิดของเพื่อนบ้านเกี่ยวกับความคิดเหล่านี้ จะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลว่าควรจะได้รับความคิดเหล่านั้นหรือไม่

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย เรื่อง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรประจำตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ไว้ดังนี้

#### 1. รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบสัมภาษณ์ (Interview Research) และเป็นการสัมภาษณ์แบบวัดครั้งเดียว (One-shot Case Study)

#### 2. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เป็นเกษตรกร ในเขตตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ซึ่งตำบลชุมโคมีหมู่บ้านทั้งหมดจำนวน 8 หมู่บ้าน มีครัวเรือนเกษตรกรทั้งสิ้น 1337 ราย โดยผู้วิจัยได้ทำการกำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เลือกพื้นที่เพราะเป็นพื้นที่ตั้งของสำนักเทคโนโลยีสารสนเทศวิทยาเขตชุมพร สังกัดสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการสำรวจเก็บข้อมูลวิจัย และการนำข้อมูลไปใช้ โดยมีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ข้อมูลเบื้องต้นของตำบลชุมโค ตำบลชุมโคมีหมู่บ้านทั้งสิ้น 8 หมู่บ้าน ดังนี้

1. หมู่บ้านที่ 1 มีครัวเรือนเกษตรกร 85 ราย
2. หมู่บ้านที่ 2 มีครัวเรือนเกษตรกร 69 ราย
3. หมู่บ้านที่ 3 มีครัวเรือนเกษตรกร 207 ราย
4. หมู่บ้านที่ 4 มีครัวเรือนเกษตรกร 300 ราย
5. หมู่บ้านที่ 5 มีครัวเรือนเกษตรกร 146 ราย
6. หมู่บ้านที่ 6 มีครัวเรือนเกษตรกร 211 ราย
7. หมู่บ้านที่ 7 มีครัวเรือนเกษตรกร 105 ราย
8. หมู่บ้านที่ 8 มีครัวเรือนเกษตรกร 214 ราย

#### 3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างประชากรเพื่อใช้เป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

3.1 คัดเลือกหมู่บ้านในตำบลชุมโคจากจำนวน 8 หมู่บ้าน โดยใช้ขนาดตัวอย่างหมู่บ้านแบบร้อยละ 50 ใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากเลือกหมายเลขหมู่บ้าน หมู่บ้านที่จับสลากคัดเลือกได้ คือ หมู่บ้านที่ 3, 4, 6 และ 8 มีประชากรเกษตรกร

จำนวนทั้งสิ้น 932 ราย (สาเหตุที่ต้องคัดเลือกหมู่บ้านเกษตรกรเพราะเกษตรกรในพื้นที่ส่วนใหญ่มีอาชีพที่คล้ายคลึงกันถือเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรได้)

3.2 ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างอีกครั้งโดยใช้วิธีการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยใช้สูตรการคำนวณทางสถิติของ Pagaso et.al., ใน Chua 1984 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

ซึ่ง n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา  
 N หมายถึง จำนวนประชากรทั้งหมด (932 ราย)  
 e หมายถึง ความคลาดเคลื่อนที่กำหนด (0.05)

จากการคำนวณค่าสถิติ ดังกล่าว ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากรเกษตรกรที่จะทำการศึกษาทั้งสิ้น 214 ราย เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้วนำตัวอย่างประชากรที่คำนวณได้มาหาสัดส่วนที่เหมาะสม (Proportional allocation) ต่อขนาดและจำนวนของประชากรเกษตรกรในแต่ละหมู่บ้าน โดยใช้สูตรของ Nagtalon ใน Chua 1984 ดังนี้

$$n_1 = \frac{nN_1}{N}$$

ซึ่ง n หมายถึง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (214 ราย)  
 N หมายถึง จำนวนประชากรเกษตรกรทั้งหมด (932 ราย)  
 $N_1$  หมายถึง จำนวนประชากรเกษตรกรในแต่ละหมู่บ้าน  
 $n_1$  หมายถึง จำนวนตัวอย่างที่จะทำการสุ่มตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้าน

ผลจากการใช้สูตรสถิติ คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของสมาชิกเกษตรกรในตำบลชุมโค 4 หมู่บ้าน รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

3.3 ขั้นตอนสุดท้ายจะทำการสุ่มตัวอย่างเกษตรกรที่จะให้สัมภาษณ์ในแต่ละหมู่บ้าน โดยการใช้ตารางเลขสุ่ม (Random Table Sampling) จากรายชื่อสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในแต่ละหมู่บ้านต่อไป

## ตารางที่ 1 แสดงจำนวนเกษตรกรและการกระจายของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา

หมู่บ้านที่ได้จากการคัดเลือก	จำนวนครัวเรือนเกษตรกร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
หมู่ที่ 3	207	48
หมู่ที่ 4	300	69
หมู่ที่ 6	211	48
หมู่ที่ 8	214	49
รวม	932	214

หมายเหตุ ข้อมูล : สำนักงานเกษตรอำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ปี/แผนการดำเนินงาน 2537/2538

### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 การสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อการเก็บข้อมูลการวิจัย การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ลักษณะของแบบสัมภาษณ์มีทั้งคำถามชนิดแบบปลายปิด และคำถามแบบปลายเปิด มีทั้งสิ้น 2 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์การยอมรับสื่อและนวัตกรรมทางการเกษตร  
ของเกษตรกร

4.2 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเข้าใจเบื้องต้นกับสมาชิกเกษตรกรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในหมู่บ้านอื่น จำนวน 30 ราย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้เหมาะสมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นก่อนนำไปใช้จริง

4.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขปรับปรุงมาทำสำเนา จำนวน 214 ชุด เพื่อการเก็บข้อมูลการวิจัยให้สมบูรณ์

### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ทำการสัมภาษณ์เพื่อการเก็บข้อมูลในพื้นที่ ทั้ง 4 หมู่บ้าน จำนวน 214 ราย

5.2 นำข้อมูลที่สัมภาษณ์มาตรวจสอบความถูกต้อง แล้วลงรหัสข้อมูล บันทึกข้อมูลเพื่อเตรียมการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS+ for Windows (Statistical Package for Social Sciences) โดยวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจำแนกตามข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**บทที่ 4**  
**ผลการวิจัย**

ผลการวิจัยเรื่อง สื่อกีฬาที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกรประจำตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร จากข้อมูลที่สัมภาษณ์เกษตรกร 214 ราย ได้แบบสัมภาษณ์ที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 175 ราย ได้ผลการวิจัยดังนี้

**ตอนที่ 1 สภาพพื้นฐานของเกษตรกร (ตารางที่ 2 )**

เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายที่สัมภาษณ์ทั้งสิ้นมี 175 ราย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีมากที่สุดจำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.6 เพศหญิงมี 48 รายคิดเป็นร้อยละ 27.4 อายุของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างอยู่ระหว่าง 36-56 ปีมีมากที่สุด 92 รายคิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาเกษตรกรมีอายุอยู่ระหว่าง 57-77 ปีมีจำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.6 และน้อยที่สุดมีอายุอยู่ระหว่าง 78-99 ปีมี 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2 โดยอายุเฉลี่ยของเกษตรกรคือ 47.2 ปี เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว 166 รายคิดเป็นร้อยละ 95.4 มีสถานภาพโสด 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.6 เกษตรกรส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดชุมพรมี 150 รายคิดเป็นร้อยละ 87.7 ที่เหลืออีก 21 รายคิดเป็นร้อยละ 12.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดอื่น ๆ เช่น ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ฯลฯ และไม่ตอบ 4 ราย สำหรับการศึกษาศึกษาของเกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีจำนวน 73 รายคิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาจบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีจำนวน 64 รายคิดเป็นร้อยละ 37.0 และน้อยที่สุดเกษตรกรจบการศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และประกาศนียบัตรอื่น ๆ มี 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.1

**ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร**

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. <u>เพศ</u>		
ชาย	127	72.6
หญิง	48	27.4
2. <u>อายุ</u>		
ไม่ตอบ	3	1.7
ตอบ	172	98.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักผู้จัดทำเห็นว่าไม่เหมาะสมในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
15 - 35 ปี	34	19.8
36 - 56 ปี	92	53.5
57 - 77 ปี	44	25.6
78 - 97 ปี	2	1.2
เฉลี่ยอายุของเกษตรกร 47.2 ปี		
เกษตรกรอายุน้อยที่สุด 16 ปี		
เกษตรกรอายุมากที่สุด 97 ปี		
3. <u>สถานภาพการสมรส</u>		
โสด	8	4.6
สมรส	166	95.4
4. <u>ภูมิลำเนา</u>		
ไม่ตอบ	4	2.3
ตอบ	171	97.7
จังหวัดชุมพร	150	87.7
จังหวัดอื่น ๆ (เพชรบุรี ร้อยเอ็ด ราชบุรี นครศรีธรรมราช ประจวบคีรีขันธ์ กรุงเทพฯ ปราจีนบุรี ลำปาง สุราษฎร์ธานี สมุทรสงคราม พัทลุง ฯลฯ)	21	12.3
5. <u>วุฒิการศึกษา</u>		
ไม่ตอบ	2	1.1
ตอบ	173	98.9
ต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	10	5.8
จบชั้นประถมศึกษาปีที่ 4	64	37.0
ต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	73	42.2
จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	13	7.5
สูงกว่าชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	7	4.0
อื่น ๆ (ประกาศนียบัตร ปริญญาตรี ไม่ได้รับการศึกษา)	6	3.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับการถือครองที่ดิน (ตารางที่ 3) ส่วนใหญ่เกษตรกรมีที่ดินเป็นของตนเองมี 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.6 ที่เหลืออีก 6 รายคิดเป็นร้อยละ 3.4 ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง จำนวนที่ดินที่เกษตรกรถือครองส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 0-18 ไร่มากที่สุดมี 93 รายคิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมาที่มีที่ดินถือครองอยู่ระหว่าง 19-37 ไร่ มีจำนวน 55 รายคิดเป็นร้อยละ 31.6 และน้อยที่สุด เกษตรกรมีที่ดินถือครองอยู่ระหว่าง 56-74 ไร่มีจำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 2.9 โดยเฉลี่ย เกษตรกรมีที่ดินถือครองอยู่ประมาณ 20.5 ไร่

แรงงานในครัวเรือนเกษตรกร เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้นำในการทำการเกษตรของครอบครัวทั้งสิ้น 144 รายคิดเป็นร้อยละ 82.3 รองลงมาเป็นแม่บ้านที่ให้สัมภาษณ์มี 24 รายคิดเป็นร้อยละ 13.7 และไม่ตอบ 7 รายคิดเป็นร้อยละ 4.0 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของเกษตรกรมากที่สุดอยู่ระหว่าง 1-4 คนมี 89 รายคิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาที่มีสมาชิกในครัวเรือนอยู่ระหว่าง 5-8 คนมีจำนวน 78 รายคิดเป็นร้อยละ 46.4 และน้อยที่สุดมีสมาชิกในครัวเรือนอยู่ระหว่าง 9-12 คนมีจำนวน 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.6 และไม่ตอบมี 7 รายคิดเป็นร้อยละ 4.0

ทางด้านเศรษฐกิจในการประกอบอาชีพทางการเกษตร เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้จากการประกอบอาชีพทางการเกษตรมากที่สุด 173 รายคิดเป็นร้อยละ 98.8 มีเพียง 2 รายเท่านั้นที่มีรายได้จากการประกอบอาชีพอื่นคิดเป็นร้อยละ 1.2 ส่วนใหญ่เกษตรกรมีรายได้จากการประกอบอาชีพทางการเกษตรอยู่ระหว่าง 1-5,000 บาท มากที่สุดมี 133 รายคิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมาที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาทจำนวน 35 รายคิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดไม่มีรายได้จากการประกอบอาชีพทางการเกษตรเลย 2 รายคิดเป็นร้อยละ 1.1 โดยมีรายได้เฉลี่ยจากการประกอบอาชีพทางการเกษตรประมาณ 4,750 บาท เกษตรกรตัวอย่างมีรายได้จากการประกอบอาชีพอื่นอยู่ระหว่าง 1-5,000 บาทมี 12 รายคิดเป็นร้อยละ 6.9 มีรายได้จากอาชีพอื่นอยู่ระหว่าง 5,001- 10,000 บาทมี 2 รายคิดเป็นร้อยละ 1.1 และที่เหลืออีก 161 รายคิดเป็นร้อยละ 92.0 ไม่มีรายได้จากการประกอบอาชีพอื่นเลยแสดงว่าเกษตรกรตัวอย่างส่วนใหญ่ยังชีพจากอาชีพเกษตรกรโดยแท้จริง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้หลักจากการประกอบอาชีพอื่นจะมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 208 บาท

ตารางที่ 3 แสดงการถือครองที่ดิน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและรายได้จากการประกอบอาชีพ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
<b>6. มีที่ดินเป็นของตนเอง</b>		
6.1 ไม่มี	6	3.4
6.2 มี	169	96.6
6.3 จำนวนที่ดินที่ถือครอง (N = 169)		
0 – 18 ไร่	93	53.4
19 – 37 ไร่	55	31.6
38 – 55 ไร่	21	12.1
56 – 74 ไร่	5	2.9
เกษตรกรที่ถือครองมีที่ดินทำการเกษตรเฉลี่ย 20.5 ไร่		
<b>7. เป็นผู้นำในการทำการเกษตรของครอบครัว</b>		
ใช่	144	4.0
ไม่ใช่ (แม่บ้าน)	24	82.3
ไม่ระบุ	7	13.7
<b>8. จำนวนสมาชิกในครอบครัว</b>		
ไม่ตอบ	7	4.0
ตอบ	168	96.0
1 – 4 คน	89	53.0
5 - 8 คน	78	46.4
9 - 12 คน	1	0.6
เกษตรกรมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 5 คน		
<b>9. รายได้จากการประกอบอาชีพ (ทั้งอาชีพหลักและรอง)</b>		
9.1 รายได้จากอาชีพการเกษตร	173	98.8
9.2 รายได้จากอาชีพอื่น	15	1.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
9.1 รายได้จากการประกอบอาชีพการเกษตร		
ไม่มีรายได้	2	1.1
มีรายได้	173	98.9
1 – 5,000 บาท	133	76.9
5,001 – 10,000 บาท	35	20.2
10,001 บาท ขึ้นไป	5	2.9
เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยจากอาชีพการเกษตร 4,750 บาท		
9.2 รายได้จากการประกอบอาชีพอื่น		
ไม่มีรายได้	161	92.0
มีรายได้		
1 – 5,000 บาท	12	6.9
5,001 – 10,000 บาท	2	1.1
เกษตรกรมีรายได้เฉลี่ยจากอาชีพอื่น 208 บาท		

สำหรับตารางที่ 4 สัมภาษณ์ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพทางการเกษตรมีผู้ตอบทั้งสิ้น 168 ราย พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีประสบการณ์จากการทำอาชีพการเกษตรอยู่ระหว่าง 1-15 ปีมากที่สุด 82 รายคิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา มีประสบการณ์อยู่ระหว่าง 16-30 ปีมี 74 รายคิดเป็นร้อยละ 44.0 และน้อยที่สุดเกษตรกรมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพการเกษตรอยู่ระหว่าง 46-60 ปีมีจำนวน 2 รายคิดเป็นร้อยละ 1.2 โดยเฉลี่ยเกษตรกรจะมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพอยู่ประมาณ 17 ปี เกษตรกรส่วนใหญ่ 168 รายคิดเป็นร้อยละ 96.0 มีอาชีพหลักในการประกอบอาชีพทางการเกษตรและมีบางส่วนไม่ได้ประกอบอาชีพหลักทางการเกษตร เช่นมีอาชีพรับจ้าง เป็นข้าราชการและค้าขายมีจำนวน 7 รายคิดเป็นร้อยละ 4.0 สำหรับอาชีพหลักทางการเกษตรที่กลุ่มเกษตรกรทำมากที่สุดคือการทำสวนมี 135 รายคิดเป็นร้อยละ 76.3 รองลงมาคือทำไร่มี 25 รายคิดเป็นร้อยละ 14.1 และน้อยที่สุดคือการทำประมงมี 5 รายคิดเป็นร้อยละ 2.8 นอกจากนี้เกษตรกรตัวอย่างทั้ง 175 รายยังมีอาชีพรองอยู่บ้างถึง 111 รายคิดเป็นร้อยละ 63.4 และไม่มีอาชีพรอง 64 รายคิดเป็นร้อยละ 36.6 ในจำนวนเกษตรกร 111. รายที่มีการประกอบอาชีพรองพบว่าอาชีพรองที่เกษตรกรเป้าหมายทำมากที่สุดคือการค้าขายมี 58 รายคิดเป็นร้อยละ 52.3 รอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงมาทำอาชีพรับจ้างมี 35 รายคิดเป็นร้อยละ 31.5 และน้อยที่สุดทำอาชีพรองคือเป็นพนักงานรถไฟ ตัดผม ทำดอกไม้จากรังไหมและเป็นเจ้าหน้าที่ของวิทยาเขตสารสนเทศชุมพร พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังรวมมี 18 รายคิดเป็นร้อยละ 16.2

ตารางที่ 4 แสดงประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ แสดงอาชีพหลัก อาชีพรองของเกษตรกร

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
10. ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพทางการเกษตรของเกษตรกร		
ไม่ตอบ	7	4.0
ตอบ	168	96.0
มีประสบการณ์ 0 – 15 ปี	82	48.8
16 – 30 ปี	74	44.0
31 – 45 ปี	10	6.0
46 – 60 ปี	2	1.2
เฉลี่ยเกษตรกรมีประสบการณ์ในอาชีพเกษตร 17 ปี		
11. เกษตรกรมีอาชีพหลักทางการเกษตร		
11.1 ใช่	168	96.0
11.2 ไม่ใช่ (ค้าขาย รับจ้าง ข้าราชการ)	7	4.0
11.1.1 อาชีพหลักการเกษตรทางด้าน (N = 177)		
ทำสวน	135	76.3
ทำไร่	25	14.1
เลี้ยงสัตว์	12	6.8
อื่น ๆ (ประมง)	5	2.8
12. อาชีพรองนอกเหนือจากอาชีพหลัก		
12.1 มี	111	63.4
12.2 ไม่มี	64	36.6
12.1.1 อาชีพรองที่ทำ (N = 111)		
รับจ้าง	35	31.5
ค้าขาย	58	52.2
อื่น ๆ (รถไฟ ตัดผม บิมน้ำ ดอกไม้รังไหม ฯลฯ)	18	10.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เลือกสื่อในแต่ละข้อได้มากกว่า 1 อันดับ ซึ่งมีจำนวนอันดับของการเลือกทั้งสิ้นอยู่ในแถวที่ 4 และเปรียบเทียบค่าร้อยละของสื่อทั้งหมดเพื่อหาค่าร้อยละของสื่อในภาพรวม)

ตารางที่ 5 แสดงการยอมรับสื่อและนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกร (ตอบได้มากกว่า 1)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เกษตรกรทราบข่าวสารเทคโนโลยีการเกษตรผ่านสื่อ (N = 175) (N = 731)				
เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล	119	68.0	119	16.3
ผู้นำเกษตรกร	90	51.4	90	12.3
พ่อ แม่ พี่ น้องญาติ	67	38.3	67	9.2
เพื่อน	84	48.0	84	11.5
หนังสือพิมพ์	78	44.6	78	10.7
วิทยุกระจายเสียง	83	47.4	83	11.3
วิทยุโทรทัศน์	122	69.7	122	16.7
แผ่นปลิว	22	12.6	22	3.0
ป้ายประกาศ	33	18.9	33	4.5
โปสเตอร์	6	3.4	6	0.8
ร้านค้า	24	13.7	24	3.3
อื่น ๆ (วารสาร ไม่ได้รับข่าวสาร)	3	1.7	3	0.4
2. การยอมรับวิธีการใหม่ ๆ ในการเพิ่มผลผลิตการ				
ยอมรับ	150	85.7		
ไม่ยอมรับ	14	8.0		
อื่น ๆ	10	6.3		
3. การตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรโดยผ่านการโฆษณา				
ซื้อ	46	26.3		
ไม่ซื้อ	82	46.9		
ไม่แน่ใจ	45	25.7		
ไม่ตอบ	2	1.1		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 5 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. <u>วิธีการหาข้อมูลของสินค้าเกษตรก่อนตัดสินใจซื้อ</u>	(N=175)		(N=762)	
พ่อ แม่ พี่ น้องญาติ	72	41.1	72	9.5
เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล	108	61.7	108	14.2
ผู้นำเกษตรกร	100	57.1	100	13.1
เพื่อน	77	44.0	77	10.1
หนังสือพิมพ์	69	39.4	69	9.1
โปสเตอร์	44	25.1	44	5.8
ป้ายประกาศ	48	27.4	48	6.3
วิทยุกระจายเสียง	48	27.4	48	6.3
วิทยุโทรทัศน์	105	60.0	105	13.8
ร้านค้าสาริต	54	30.9	54	7.0
พนักงานขาย	30	17.1	30	3.9
อื่น ๆ (เกษตรกรที่เคยทำมาก่อน การซื้อตัวเอง)	7	4.0	7	0.9

สำหรับตารางที่ 6 คำสัมภาษณ์ที่ให้เลือกรับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการเกษตรที่จะมาพัฒนางานทางการเกษตรของเกษตรกร โดยให้เลือกได้มากกว่า 1 อันดับ เช่นกันได้อันดับของการเลือกทั้งสิ้น 603 อันดับ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการเกษตรของเกษตรกรมากที่สุดคือ สามีหรือภรรยา มีจำนวน 129 รายคิดเป็นร้อยละ 21.4 รองลงมาเป็นเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมี 118 รายคิดเป็นร้อยละ 19.6 และน้อยที่สุดคือการถามบุคคลที่เคยใช้หรือตัดสินใจเองมีจำนวน 18 รายคิดเป็นร้อยละ 3.0 ในด้านของสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการยอมรับข่าวสาร ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทาง การเกษตรของเกษตรกร ให้เกษตรกรเลือกได้มากกว่า 1 อันดับเช่นเดียวกัน รวมมีอันดับการเลือกทั้งสิ้น 322 อันดับ พบว่าสื่อที่เกษตรกรเลือกคือสื่อวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด 139 รายคิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์มีจำนวน 65 รายคิดเป็นร้อยละ 20.2 และน้อยที่สุดคือเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล หรือผู้นำเกษตรกรมี 5 รายคิดเป็นร้อยละ 1.5 (จากตารางที่ 6 แสดงการเปรียบเทียบจำนวนการเลือกของกลุ่มเกษตรกรเป้าหมาย 175 คน ต่อ 1 อันดับของบุคคลและสื่อ เมื่อเปรียบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทียบกับจำนวนเกษตรกรทั้งหมด และอีก 1 แถวแสดงจำนวนการเลือกของเกษตรกร 1 คน ที่ให้เลือกบุคคลและสื่อในแต่ละข้อได้มากกว่า 1 อันดับ ซึ่งมีจำนวนอันดับของการเลือกทั้งสิ้นอยู่ในแถวที่ 4 และเปรียบเทียบค่าร้อยละของบุคคลและสื่อทั้งหมดเพื่อหาค่าร้อยละของบุคคลและสื่อในภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบชนิดของบุคคลและสื่อ 1 ชนิดกับภาพรวมทั้งหมด)

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้พิจารณาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรที่จะนำมาพัฒนาการเกษตรของตนเอง ซึ่งมีหลายปัจจัยและเกษตรกรสามารถเลือกได้มากกว่า 1 อันดับรวมอันดับการเลือกของเกษตรกรทั้งสิ้นมี 334 อันดับ ได้ผลดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการเกษตรของเกษตรกรมากที่สุดคือ คุณภาพของสินค้ามีจำนวน 112 รายคิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมาคือราคาของสินค้า มี 61 รายคิดเป็นร้อยละ 18.2 และน้อยที่สุดคือไม่มีปัจจัยใดเลยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรของเกษตรกรมี 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.3 แหล่งที่เกษตรกรนิยมซื้อสินค้าทางการเกษตรเช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เครื่องมือทางการเกษตร ฯลฯ โดยให้เกษตรกรเลือกได้มากกว่า 1 แหล่ง รวมมีแหล่งในการเลือกซื้อสินค้าทั้งสิ้น 228 แหล่ง พบว่า ส่วนใหญ่เกษตรกรนิยมซื้อสินค้าทางการเกษตรจากร้านค้าทั่วไปในจังหวัดมากที่สุดถึง 119 รายคิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาซื้อจากร้านค้าเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ที่จัดสรรเงินกู้มีจำนวน 67 รายคิดเป็นร้อยละ 29.4 และน้อยที่สุดสั่งซื้อโดยตรงจากแหล่งผลิตมี 42 รายคิดเป็นร้อยละ 18.4

ส่วนความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้และเทคโนโลยีการเกษตรใหม่ ๆ ของภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเอกชนที่ส่งมาถึงเกษตรกรในปัจจุบันเกษตรกรเห็นว่าเร็วมาก เพราะการคมนาคมสะดวกมากที่สุดมี 93 รายคิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมามีความเห็นว่าข่าวสารทางการเกษตรยังมาถึงเกษตรกรช้าสาเหตุเพราะชุมชนเกษตรกรอยู่ห่างไกลมี 72 รายคิดเป็นร้อยละ 41.1 และไม่มีความคิดเห็น 10 รายคิดเป็นร้อยละ 5.7 และในทัศนะของเกษตรกรที่เห็นว่ากรณีที่ข่าวสารทางการเกษตรมาถึงเกษตรกรช้าน่าจะมีสาเหตุมาจากเจ้าหน้าที่เกษตรขาดความสนใจมากที่สุดมี 84 รายคิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาเห็นว่าสื่อที่นำมาใช้เผยแพร่ข่าวสารความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรไม่เหมาะสมมี 29 รายคิดเป็นร้อยละ 16.6 และน้อยที่สุดคือเจ้าหน้าที่เกษตรขาดความสนใจและการคมนาคมไม่สะดวกมี 4 รายคิดเป็นร้อยละ 2.3

ตารางที่ 6 แสดงอิทธิพลของบุคคลและสื่อที่มีต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของเกษตรกร

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>5. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตร</b> (N=175) (N=603)				
พ่อ แม่ พี่ น้อง ญาติ	103	58.9	103	17.1
เพื่อน	92	52.6	92	15.2
สามี ภรรยา	129	73.7	129	21.4
ผู้นำเกษตรกร	97	55.4	97	16.1
เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล	118	67.4	118	19.6
พนักงานขาย	46	26.3	46	7.6
อื่น ๆ (ตัดสินใจเอง บุคคลที่เคยใช้)	18	10.3	18	3.0
<b>6. สื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของเกษตรกร</b> (N=322)				
หนังสือพิมพ์	65	37.1	65	20.2
วิทยุกระจายเสียง	54	30.9	54	16.8
วิทยุโทรทัศน์	139	79.4	139	43.2
แผ่นปลิว	39	22.3	39	12.1
โปสเตอร์	20	11.4	20	6.2
อื่น ๆ (เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล ผู้นำเกษตรกร ฯลฯ)	5	2.9	5	1.5
<b>7. ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่จะนำมาพัฒนางานการเกษตรของเกษตรกร</b> (N=334)				
การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	33	18.9	33	9.9
ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล	32	18.3	32	9.6
การลด แลก แจก แถม	45	25.7	45	13.5
พนักงานขาย	31	17.7	31	9.3
ราคา	61	34.9	61	18.2
การส่งเอกสารโดยตรงถึงเกษตรกร	19	10.9	19	5.7
คุณภาพของสินค้า	112	64.0	112	33.5
อื่น ๆ (ไม่มีปัจจัยใดบ่งชี้)	1	0.6	1	0.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 6 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
8. แหล่งที่เกษตรกรซื้อสินค้าทางการเกษตร			(N=228)	
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	67	38.3	67	29.4
ร้านค้าทั่วไปในจังหวัด	119	68.0	119	52.2
สั่งตรงจากแหล่งผลิต	42	24.0	42	18.4
9. ลักษณะของข่าวสารทางการเกษตรที่มีมาถึง				
เกษตรกร มีลักษณะ				
เร็ว	93	53.1		
ช้า	72	41.1		
อื่น ๆ (ไม่มีความเห็น)	10	5.7		

ตารางที่ 7 สัมภาษณ์เกษตรกรเรื่องปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารที่ทำให้เกษตรกรทราบความก้าวหน้า ข้อมูลข่าวสาร ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางเกษตรล่าช้าเป็นเพราะ บุคลากรไม่มีความรู้และประสบการณ์ในการใช้สื่อมากที่สุด 141 รายคิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาเกษตรกรเห็นว่าภาครัฐและหน่วยงานที่รับผิดชอบมีสื่อสำหรับเผยแพร่ข้อมูลมี 129 รายคิดเป็นร้อยละ 21.4 และน้อยที่สุดเห็นว่าใช้สื่อไม่เหมาะสมกับงานมีจำนวน 105 รายคิดเป็นร้อยละ 17.4 ซึ่งมีอันดับการเลือกได้มากกว่า 1 อันดับรวมอันดับในการเลือกทั้งสิ้น 604 อันดับ ส่วนสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้เผยแพร่ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางเกษตรสู่เกษตรกรมากที่สุดได้แก่สื่อประเภทเทปโทรทัศน์มี 45 รายคิดเป็นร้อยละ 27.3 รองลงมาคือสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียงมี 30 รายคิดเป็นร้อยละ 18.2 และน้อยที่สุดสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้คือแผ่นโปร่งใสและคอมพิวเตอร์ มีอย่างละ 3 รายคิดเป็นร้อยละ 1.8 เท่ากัน ปริมาณของสื่อที่ใช้เผยแพร่ความรู้ทางด้านการเกษตรในปัจจุบัน เกษตรกรส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสื่อมีปริมาณเพียงพอและมีประสิทธิภาพมากที่สุดถึง 81 รายคิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาเห็นว่าสื่อมีเพียงพอแต่ไม่มีประสิทธิภาพมี 41 รายคิดเป็นร้อยละ 23.4 และน้อยที่สุดไม่ได้แสดงความคิดเห็นมี 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.6 ในด้านจำนวนของสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีอยู่ เกษตรกรเห็นว่า มีเพียงพอและมีประสิทธิภาพมากที่สุด 77 รายคิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาเห็นว่าจำนวนสื่อที่มีอยู่มีเพียงพอแต่ไม่มีประสิทธิภาพมี 38 รายคิดเป็นร้อยละ 21.7 และน้อยที่สุดมี 1 รายไม่มีความคิดเห็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 แสดงปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อและความก้าวหน้าของสื่อ

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>10. ปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้เกษตรกรได้รับทราบ (N=175)</b>				
<u>ข่าวสาร ความก้าวหน้าทางการเกษตรล่าช้า</u>				
สื่อที่ใช้เผยแพร่	29	16.6		
เจ้าหน้าที่เกษตรขาดความสนใจ	84	48.0		
การคมนาคมไม่สะดวก	15	8.6		
สื่อที่ใช้เผยแพร่และการคมนาคมไม่สะดวก	22	12.6		
สื่อที่ใช้เผยแพร่และเจ้าหน้าที่ขาดความสนใจ	14	8.0		
เจ้าหน้าที่ขาดความสนใจและคมนาคมไม่สะดวก	4	2.3		
อื่น ๆ (ไม่ทราบ ไม่มีเหตุผล)	7	4.0		
<b>11. อุปสรรคที่ทำให้ทราบข่าวสารการเกษตรล่าช้า (N=175) (N=604)</b>				
<u>เนื่องมาจากการใช้สื่อของเจ้าหน้าที่เกษตร</u>				
ใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมกับงาน	105	60.0	105	17.4
สื่อที่ใช้เผยแพร่ล้าสมัย	117	66.9	117	19.4
ขาดบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ใช้สื่อ	141	80.6	141	23.3
หน่วยงานที่รับผิดชอบมีสื่อเผยแพร่น้อย	129	73.7	129	21.4
เกษตรกรขาดความรู้ในเทคโนโลยีใหม่ ๆ	112	6.4	112	18.5
<b>12. สื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้เผยแพร่ (N=175)</b>				
12.1 ตอบ	165	94.3		
12.2 ไม่ตอบ	10	5.7		
<b>12.1 สื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้ในการเผยแพร่ (N=165)</b>				
<u>นิยมนำใช้ในการเผยแพร่</u>				
แผ่นโปสเตอร์	3	1.8		
เทปโทรทัศน์	45	27.3		
วิทยุกระจายเสียง	30	18.2		
เทปโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	8	4.8		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
แผ่นโปร่งใสและวิทยุกระจายเสียง	8	4.8		
แผ่นโปร่งใสและเทปโทรทัศน์	11	6.7		
แผ่นโปร่งใส เทปโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	4	2.4		
แผ่นโปร่งใสและสไลด์	8	4.9		
เทปโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียงและคอมพิวเตอร์	4	2.4		
แผ่นโปร่งใส สไลด์และวิทยุกระจายเสียง	4	2.4		
สไลด์ เทปโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	10	6.1		
สไลด์และเทปโทรทัศน์	9	5.5		
แผ่นโปร่งใสและคอมพิวเตอร์	3	1.8		
วิทยุกระจายเสียงและคอมพิวเตอร์	3	1.8		
แผ่นโปร่งใส สไลด์และเทปโทรทัศน์	4	2.4		
สไลด์และวิทยุกระจายเสียง	4	2.4		
อื่น ๆ (สื่อกระดานดำ โปสเตอร์และไม่มีสื่อ)	7	4.3		
<b>13. ปริมาณสื่อที่ให้ความรู้แก่เกษตรกรในปัจจุบัน</b>				
เพียงพอ มีประสิทธิภาพ	81	46.3		
เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	41	23.4		
ไม่เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	24	13.7		
เพียงพอ มีประสิทธิภาพ และเพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	6	3.4		
เพียงพอ มีประสิทธิภาพ และไม่เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	11	6.3		
เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ และไม่เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	11	6.3		
อื่น ๆ (ไม่มีความคิดเห็น)	1	0.6		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
14. จำนวนสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมี	(N=175)			
เพียงพอ มีประสิทธิภาพ	77	44.0		
เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	38	21.7		
ไม่เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	35	20.0		
เพียงพอ มีประสิทธิภาพ และเพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	9	5.1		
เพียงพอ มีประสิทธิภาพ และไม่เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	10	5.7		
เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ และไม่เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ	5	2.9		
อื่น ๆ (ไม่มีความคิดเห็น)	1	0.6		

ตารางที่ 8 เกษตรกรสามารถทราบความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางเกษตรขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมากที่สุดมีจำนวน 123 รายคิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคิดว่าขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของสื่อมี 47 รายคิดเป็นร้อยละ 26.9 และไม่แสดงความคิดเห็น 2 ราย เกษตรกรสนใจที่จะติดตามรับทราบข่าวสาร ความรู้ทางการเกษตรแผนใหม่หรือไม่ ผลสัมภาษณ์พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่สนใจที่จะติดตามรับทราบข่าวสาร ความรู้ทางการเกษตรแผนใหม่ เพราะได้นำไปปฏิบัติและพัฒนางานด้านการเกษตรของตนเองมีมากถึง 168 รายคิดเป็นร้อยละ 96.0 รองลงมาเกษตรกรไม่สนใจที่จะติดตามข่าวสารทางการเกษตรแผนใหม่มี 6 รายคิดเป็นร้อยละ 3.4 และสนใจบ้างเป็นบางโอกาสมี 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.6 สำหรับคำถามว่าเกษตรกรสนใจที่จะเข้าร่วมรับฟังหรือเข้าอบรมความรู้ใหม่ ๆ ทางเกษตรจากภาครัฐหรือไม่ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่สนใจมากที่สุดถึง 170 รายคิดเป็นร้อยละ 97.1 รองลงมาไม่สนใจมีจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 3.3 และน้อยที่สุดมีเพียง 1 รายที่ระบุว่าถ้ามีเวลาที่จะฟัง คิดเป็นร้อยละ 0.6

สำหรับความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อภาครัฐและหน่วยงานที่รับผิดชอบควรจะดำเนินการอย่างไรที่จะให้เกษตรกรได้พัฒนาความรู้ทางการเกษตรเพิ่มขึ้น เกษตรกรได้ให้ความสำคัญกับการจัดอบรมความรู้ให้แก่เกษตรกรโดยใช้สื่อที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมีมากถึง 143 รายคิดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นร้อยละ 81.7 รองลงมาเห็นว่าควรฝึกให้เกษตรกรได้ใช้และรู้จักสื่อที่ทันสมัยใหม่ ๆ มากขึ้นมี 132 รายคิดเป็นร้อยละ 75.4 และน้อยที่สุดเห็นว่าควรจัดบุคลากรที่มีความรู้ในการเผยแพร่มาเป็นวิทยากรมี 110 รายคิดเป็นร้อยละ 62.9 ซึ่งเกษตรกรให้ความสำคัญในการอบรมโดยการใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพและวิทยากรที่มีความรู้ในแต่ละหัวข้อไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้เมื่อจัดอันดับการเลือกให้เกษตรกรเลือกได้มากกว่า 1 อันดับโดยให้เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้ อันดับการเลือกทั้งสิ้น 617 อันดับ ผลปรากฏว่า เกษตรกรเห็นว่าควรจัดอบรมความรู้ทางการเกษตรโดยใช้สื่อที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพมีมากที่สุดเช่นกันมี 143 รายคิดเป็นร้อยละ 23.2 รองลงมาเห็นว่าควรฝึกให้เกษตรกรได้ใช้และรู้จักสื่อที่ทันสมัยใหม่ ๆ ทางกรเกษตรมากขึ้นมี จำนวน 132 รายคิดเป็นร้อยละ 21.4 และน้อยที่สุดเห็นว่าควรจัดบุคลากรที่มีความรู้ในการเผยแพร่มาเป็นวิทยากรมีจำนวน 110 รายคิดเป็นร้อยละ 17.8 ซึ่งจะเห็นว่าเกษตรกรได้ให้ความสำคัญในการที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะนำความรู้ทางการเกษตรแผนใหม่มาพัฒนาการเกษตรของเกษตรกรในรูปแบบต่าง ๆ ได้ใกล้เคียงกัน

สำหรับสภาพพื้นที่ที่อยู่อาศัยของเกษตรกรเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการสื่อสารที่ต้องใช้สื่อหรือไม่ พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าที่อยู่อาศัยของเกษตรกรไม่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารพอ ๆ กับเกษตรกรอีกกลุ่มหนึ่งเห็นว่าสภาพพื้นที่ที่อยู่อาศัยเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารที่ต้องใช้สื่อมีกลุ่มละ 90 และ 85 รายคิดเป็นร้อยละ 51.4 และ 48.6 ตามลำดับ เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อมีความจำเป็นต่อการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกรเกษตรมีมากที่สุด 171 รายคิดเป็นร้อยละ 97.7 มีเพียง 4 รายเท่านั้นที่เห็นว่าสื่อไม่จำเป็นในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกรเกษตรคิดเป็นร้อยละ 2.3 และประเด็นสุดท้ายเกษตรกรให้ความเห็นว่าหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกรเกษตรควรเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากที่สุดถึง 110 รายคิดเป็นร้อยละ 62.9 รองลงมาเห็นว่าควรเป็นหน้าที่ของผู้นำเกษตรกรเพราะอยู่ใกล้ชิดกับเกษตรกรมากที่สุดมี 81 รายคิดเป็นร้อยละ 46.3 และน้อยที่สุดเห็นว่าน่าจะเป็นหน้าที่ของผู้นำชุมชนมี 31 รายคิดเป็นร้อยละ 17.7 แต่เมื่อให้เรียงลำดับความสำคัญของเจ้าหน้าที่ในการให้การเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลทางการเกษตรโดยให้เลือกได้มากกว่า 1 อันดับ รวมอันดับการเลือกทั้งสิ้น 293 อันดับ ซึ่งเกษตรกรเห็นว่าหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกรเกษตรควรเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากที่สุดมี 110 รายคิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาเห็นว่าควรเป็นหน้าที่ของผู้นำเกษตรกรมีจำนวน 81 รายคิดเป็นร้อยละ 27.7 และน้อยที่สุดเกษตรกรเห็นว่าหน้าที่นี้น่าจะเป็นหน้าที่ของผู้นำชุมชนมีจำนวน 31 รายคิดเป็นร้อยละ 10.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 แสดงข้อมูลของเกษตรกรที่ต้องการทราบความก้าวหน้าทางการเกษตรของเกษตรกร

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	(N=175)			
15. เกษตรกรจะทราบความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี				
<u>การเกษตรแผนใหม่ขึ้นอยู่กับ</u>				
ประสิทธิภาพของสื่อ	47	26.9		
ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม	123	70.3		
ประสิทธิภาพของสื่อและเจ้าหน้าที่ส่งเสริม	3	1.7		
อื่น ๆ (ไม่แสดงความคิดเห็น)	2	1.1		
16. ความสนใจของเกษตรกรที่ติดตามข่าวสารทาง (N=175)				
<u>การเกษตรแผนใหม่ผ่านสื่อ</u>				
สนใจ	168	96.0		
ไม่สนใจ	6	3.4		
อื่น ๆ (สนใจเป็นบางโอกาส)	1	0.6		
17. ความสนใจของเกษตรกรที่จะเข้ารับการอบรม (N=175)				
<u>ความรู้ทางการเกษตรจากภาครัฐที่จัดให้</u>				
สนใจ	170	97.1		
ไม่สนใจ	4	2.3		
อื่น ๆ (สนใจถ้ามีเวลาว่างก็จะเข้าฟัง)	1	0.6		
18. หน่วยงานภาครัฐควรจะดำเนินการอย่างไรที่จะให้ (N=175) (N=617)				
<u>เกษตรกรได้พัฒนาความรู้ทางการเกษตรเพิ่มขึ้น</u>				
ปรับปรุงสื่อเผยแพร่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	119	68.0	119	19.3
เพิ่มปริมาณสื่อให้หลากหลายขึ้น	113	64.6	113	18.3
ฝึกให้เกษตรกรได้ใช้สื่อที่ทันสมัยมากขึ้น	132	75.4	132	21.4
จัดอบรมความรู้ทางการเกษตรโดยใช้สื่อทันสมัย	143	81.7	143	23.2
จัดวิทยากรที่มีความรู้ในการเผยแพร่มาอบรม	110	62.9	110	17.8

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 8 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
19. สภาพที่อยู่อาศัยของเกษตรกรเป็นอุปสรรคต่อ การสื่อสารที่ต้องใช้สื่อ	(N=175)			
มี	85	48.0		
ไม่มี	90	51.4		
20. เกษตรกรคิดว่าสื่อมีความจำเป็นต่อการเผยแพร่ ความรู้และเทคโนโลยีทางการเกษตร	(N=175)			
จำเป็น	171	97.7		
ไม่จำเป็น	4	2.3		
21. เกษตรกรคิดว่าหน้าที่ในการส่งเสริมและเผยแพร่ เทคโนโลยีการเกษตรแผนใหม่ควรเป็นหน้าที่ของ	(N=175)		(N=293)	
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	71	40.6	71	24.2
เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล	110	62.9	110	37.5
ผู้นำเกษตรกร	81	46.3	81	27.7
ผู้นำชุมชน	31	17.7	31	10.6

สำหรับความคิดเห็นทั่วไปของเกษตรกรที่มีต่อสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมพบว่า สื่อที่เกษตรกรชอบมากที่สุดคือสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียงเพราะเกษตรกรทุกบ้านมีวิทยุและฟังกันเป็นประจำ ซึ่งชอบพอ ๆ กับสื่อบุคคลที่ใช้การบรรยายประกอบจะทำให้เข้าใจ ได้ใกล้ชิดและสอบถามปัญหาข้อสงสัยกันได้ รองลงมาจะเป็นสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เกษตรตำบล สื่อประเภทโปสเตอร์และสื่อวิทยุโทรทัศน์ตามลำดับ โดยให้เหตุผลในการเลือกสื่อต่าง ๆ กัน เกษตรกรบางรายชอบที่จะเข้ารับการอบรม ฟังวิทยากรซึ่งได้รับความรู้โดยตรงและคิดว่าทันสมัย ทันเหตุการณ์ บางรายชอบที่จะอ่านจากหนังสือ ดูแผ่นปลิว โปสเตอร์ ป้ายประกาศ เพราะสามารถหารายละเอียดได้ อ่านแล้วเข้าใจ บางครั้งมีรูปภาพประกอบทำให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ส่วนในความเห็นที่มีต่อสื่อวิทยุโทรทัศน์ก็คือ ได้เห็นภาพเคลื่อนไหว ได้ยินเสียงพร้อมกันทำให้เกษตรกรเสมือนอยู่ในสถานการณ์ตรงนั้นด้วย (ตารางที่ 9)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 9 แสดงสื่อที่เกษตรกรชอบมากที่สุด ข้อที่ 22.1

รายการ	จำนวน (N=175)	ร้อยละ	เหตุผล
1. วิทยูโทรทัศน์	62	35.4	มีอยู่แล้ว เข้าใจง่าย เห็นภาพ ได้ยินเสียง
2. วิทยูกระจายเสียง	20	11.4	มีอยู่แล้ว รวดเร็ว ฟังแล้วทำงานไปด้วยได้
3. วิทยากร	20	11.4	เข้าถึงเกษตรกร แสดงความเห็นแก้ปัญหา
4. หนังสือพิมพ์	9	5.1	มีรายละเอียดมาก ช่างมาก รู้ทุกอย่าง
5. เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล	8	4.6	มีความรู้เฉพาะทางชัดเจน ถูกต้อง ถ้ามได้
6. วิทยูโทรทัศน์	8	4.6	เข้าใจง่าย ได้ยินเสียง มีภาพรายละเอียด
7. โปสเตอร์ ป้ายประกาศ	8	4.6	ชัดเจนดี ภาพขนาดใหญ่ เห็นชัดทุกคน
8. สไลด์	6	3.4	มีภาพชัดเจน เก็บไว้ดูได้อีก
9. ทุกสื่อทางการเกษตร	6	3.4	ได้รับรู้ข่าวสารทางการเกษตรเหมือน ๆ กัน
10. แผ่นปลิว	5	2.8	มีรายละเอียดของเรื่องที่เสนอ
11. แผ่นโปรงใส	5	2.8	ชัดเจนดี มีรายละเอียด
12. ผู้นำทางการเกษตร	4	2.3	ได้รับข่าวสารมาก ความรู้เฉพาะทาง
13. ผู้นำชุมชน	4	2.3	มีความใกล้ชิดกับเกษตรกรดี เป็นกันเอง
14. เทปโทรทัศน์	3	1.7	เห็นภาพ เก็บไว้ดูได้อีก ใช้ง่าย
15. การประชาสัมพันธ์	1	0.6	รวดเร็ว
16. โทรศัพท	1	0.6	รวดเร็ว
17. โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	1	0.6	ได้รับรู้ข่าวสารใหม่ ๆ ทางทางการเกษตร
18. วิทยูโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์	1	0.6	รวดเร็ว รับรู้ รับฟังชัดเจน ข่าวสารมาก
19. ร้านค้าสาธิต	1	0.6	ดูสินค้าที่ต้องการได้
20. เพื่อน	1	0.6	แนะนำต่อได้เพราะเคยทดลองมาแล้ว
21. ไม่ตอบ	1	0.6	-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนความเห็นเรื่องการพัฒนาความรู้ทางการเกษตรควรเป็นหน้าที่ของใครมากที่สุด เกษตรกรให้ความเห็นว่าน่าจะเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากที่สุดถึง 73 รายคิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาเห็นว่าน่าจะเป็นหน้าที่ของเกษตรกรเองและบุคคลทั่วไปมีถึง 43 รายคิดเป็นร้อยละ 24.6 เพราะเห็นว่าประกอบอาชีพนี้โดยตรงจะต้องมีการพัฒนาความรู้ทางการเกษตรอยู่เสมอ จึงจะทำให้ตามทันความรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัยและน้อยที่สุดเห็นว่าน่าจะเป็นหน้าที่ของ บุคลากรอื่น ๆ เช่น เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล ผู้นำชุมชน กำนันและผู้ใหญ่บ้านมีอย่างละ 1 รายคิดเป็นร้อยละ 0.6 เท่า ๆ กัน (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 แสดงความคิดเห็นในการพัฒนาความรู้ทางการเกษตรควรเป็นหน้าที่ของ..... ข้อที่ 22.2

รายการ	จำนวน (N=175)	ร้อยละ	เหตุผล
1. เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล	73	41.7	1. เป็นผู้เชี่ยวชาญการเกษตร แนะนำได้
2. เกษตรกรและประชาชนทั่วไป	43	24.6	2. เป็นหน้าที่ของเกษตรกรที่ต้องช่วยกัน
3. ผู้นำเกษตรกร	27	15.4	3. น่าเชื่อถือใกล้ชิดเกษตรกร อยู่ในพื้นที่
4. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	22	12.6	4. เป็นหน้าที่โดยตรง มีความรู้ถูกต้อง
5. ไม่แสดงความคิดเห็น	4	2.3	5. ---
6. ผู้นำชุมชน	3	1.7	6. ใกล้ชิดกับประชาชน ให้คำปรึกษาได้
7. เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล ผู้นำเกษตรกร	1	0.6	7. มีความรู้ที่จะอธิบายได้ ช่วยแก้ปัญหา ช่วยเหลือเกษตรกรได้
8. ผู้ใหญ่บ้าน	1	0.6	8. ติดต่อง่ายช่วยแก้ปัญหาของลูกบ้าน
9. เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	1	0.6	9. มีความรู้ เป็นที่ปรึกษาได้ ใกล้ชิด ช่วย แก้ปัญหาและแนะนำได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะของเกษตรกรที่มีต่อคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่เกษตรกรต้องการ ข้อ 22.3 เมื่อให้เกษตรกรช่วยเสนอความคิดเห็นและเสนอแนะคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่ต้องการ เกษตรกรได้เสนอแนะไว้พอจะสรุปย่อข้อได้ดังนี้

#### คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่ต้องการ

1. มีบุคลิกภาพดี มีลักษณะเป็นผู้นำ กล้าหาญ สามารถนำเกษตรกรผู้และเผชิญปัญหาได้
2. มีมนุษยสัมพันธ์ดี สุภาพ ซื่อสัตย์ สนใจในงานของตนเองดี
3. เป็นกันเองกับชาวบ้าน เอาใจใส่กับเกษตรกร แก้ไขปัญหาทางการเกษตรของเกษตรกรได้
4. เกษตรกรมีเรื่องเดือดร้อน สามารถติดตามตัวหรือเข้าพบเพื่อปรึกษาขอคำแนะนำได้ง่าย
5. เอาใจใส่ในพื้นที่อย่างจริงจัง ลงพื้นที่บ่อยเข้าใจปัญหาในเรื่องที่เกษตรกรเดือดร้อน
6. มีความรู้ทางการเกษตรดี เชี่ยวชาญ สามารถแนะนำ ถวายทอดการเกษตรที่ถูกต้องได้
7. เป็นผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตร และติดตามผลทางการเกษตรที่เผยแพร่
8. มีความสามารถในการประสานงาน ประสานความเข้าใจระหว่างเจ้าหน้าที่ หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและเกษตรกรได้
9. จัดอบรมความรู้ใหม่ ๆ ทางการเกษตร แนะนำข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีใหม่ทางการเกษตรที่เกิดขึ้นให้เกษตรกรอยู่เสมอ
10. มีความคิดสร้างสรรค์ทันเหตุการณ์ แนะนำสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ทางการเกษตรที่จะช่วยลดต้นทุนการผลิต และใช้ระยะเวลาในการผลิตน้อยลงได้ผลผลิตที่ดีขึ้น
11. จัดหาพันธุ์พืชและปัจจัยการผลิตทางการเกษตรอื่น ๆ ให้แก่เกษตรกร
12. จัดหาแหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยถูก มาแนะนำให้เกษตรกรทราบ
13. แนะนำแหล่งสินค้าการผลิตทางการเกษตรราคาถูก หรือเป็นผู้ประสานงานการจัดหาสินค้าทางการเกษตรราคาถูกมาแนะนำให้เกษตรกรทราบ
14. เป็นผู้พัฒนาตนเองอยู่เสมอ ใฝ่หาความรู้และความก้าวหน้าในวิชาชีพของตนเอง
15. มีการจัดอบรม ศึกษาดูงานทั้งในและนอกสถานที่ในสวนเกษตรที่ประสบความสำเร็จหรือแนะนำเกษตรกรตัวอย่างเพื่อให้เกษตรกรทั่วไปได้เกิดแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้มีความพยายามในการประกอบอาชีพทางการเกษตร

สื่อสมัยใหม่ที่เกษตรกรต้องการให้นำมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร เทคโนโลยีทางการเกษตรใหม่ ๆ (ข้อที่ 22.4) โดยให้เกษตรกรเสนอแนะเองตามความสนใจและเห็นว่าสำคัญน่าจะมีประโยชน์ต่อตนและการประกอบอาชีพ และให้เสนอแนะได้มากกว่าหนึ่งข้อ ซึ่งเมื่อรวมอันดับการเลือกทั้งหมดจากเกษตรกร 175 คน ผลปรากฏว่ามีสื่อที่เกษตรกรเลือกทั้งสิ้น 251 อันดับการเลือก เมื่อมาจัดอันดับการเลือกสื่อทั้งหมดพบว่า ได้สื่อที่จำแนกได้ทั้งสิ้น 15 ประเภทและสื่อที่เกษตรกรให้ความสนใจเป็นอันดับ 1 มากที่สุดคือ สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์มี 67 รายการคิดเป็นร้อยละ 26.7 โดยให้เหตุผลว่าปัจจุบันในชุมชนเกษตรกรตำบลชุมโคมีวิทยุโทรทัศน์แทบทุกครัวเรือน ถ้าได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการเกษตร หรือผลิตรายการทางการเกษตรผ่านสื่อโทรทัศน์โดยตรงเลย จะทำให้เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยจากส่วนกลางได้รวดเร็ว ทันสมัยและทันเหตุการณ์มากขึ้น รองลงมาเกษตรกรคิดว่าน่าจะเป็นสื่อประเภทฟิล์ม สไลด์ วิทยุกระจายเสียงและโปสเตอร์ โดยมีอย่างละ 31 และ 30 รายการคิดเป็นร้อยละ 12.3 และ 12.0 ตามลำดับ (ตารางที่ 11) โดยให้เหตุผลว่า สื่อสไลด์มักจะขายโดยเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลหรือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรทำให้ได้เห็นภาพชัดเจนและมีการบรรยายประกอบตามขั้นตอน สงสัยสอบถามและซักถามปัญหาได้ ส่วนวิทยุกระจายเสียงทุกบ้าน ทุกคนฟังอยู่แล้วเป็นประจำอยากจะให้ผลิตรายการที่เป็นความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรเพิ่มมากขึ้น เกษตรกรสามารถฟังได้ตลอดเวลาแม้ในขณะที่ทำงาน ส่วนโปสเตอร์เกษตรกรให้ความเห็นว่าถ้าปิดประกาศให้ความรู้ แจ้งให้ทราบก็จะชัดเจนดีและมีรายละเอียดให้อ่านเข้าไป เข้ามาได้ และสื่อที่เกษตรกรเห็นว่าควรนำมาใช้น้อยที่สุดคือสื่อประเภทหนังสือ เอกสารและร้านค้าสาริต มีอย่างละ 1 รายการคิดเป็นร้อยละ 0.6 เท่ากัน โดยให้เหตุผลว่าเกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาเท่านั้นการอ่านหนังสือหรือตำราค่อนข้างยากและมีปัญหาต่อการทำความเข้าใจ ส่วนร้านค้าสาริตเกษตรกรอาจจะไม่ค่อยมีเวลาที่จะไปทำความเข้าใจมากนัก

ตารางที่ 11 แสดงสื่อสมัยใหม่ที่เกษตรกรต้องการให้นำมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลและ  
เทคโนโลยีทางการเกษตร ข้อ 22.4

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. วิทยุโทรทัศน์	67	26.7
2. สไลด์	31	12.3
3. ไปสเตอร์	30	12.0
4. วิทยุกระจายเสียง	30	12.0
5. หนังสือพิมพ์	18	7.1
6. คอมพิวเตอร์	18	7.1
7. แผ่นพับ แผ่นปลิว	16	6.4
8. วิทยากร เจ้าหน้าที่เกษตร เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร	15	6.0
9. เทปโทรทัศน์	8	3.2
10. แผ่นโปร่งใส	8	3.2
11. โทรทัศน์	4	1.6
12. การสาธิตสื่อทางการเกษตร การใช้เครื่องมือทางการเกษตร	2	0.8
13. เพื่อน ๆ ที่เคยใช้ เคยมีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ มาก่อน	2	0.8
14. หนังสือ เอกสาร	1	0.4
15. ร้านค้า	1	0.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับคำสัมภาษณ์ประเด็นสุดท้ายให้เกษตรกรได้แสดงความคิดเห็นอื่น ๆ ตามที่เกษตรกรสนใจ หรือมีปัญหา อุปสรรค ข้อคับข้องใจหรือข้อเสนอแนะอื่นใด เกี่ยวกับการที่จะให้เกษตรกรยอมรับแนวความคิดใหม่ ๆ ทางกรเกษตรโดยวิธีใดก็ตาม เพื่อเป็นข้อเสนอแนะกับเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานทั้งของภาครัฐและเอกชนที่มีหน้าที่ในการพัฒนาการเกษตร และผลักดันให้การเกษตรของไทยได้ก้าวหน้าขึ้นมีผลการผลิตที่ดี การขายสินค้าการเกษตรได้ราคาในระดับที่เกษตรกรเองก็พอใจและอยู่ได้ เพื่อสร้างสังคมและชุมชนการเกษตรให้เข้มแข็งขึ้น ข้อ 22.5

### ข้อเสนอแนะตามความคิดเห็นของเกษตรกรได้ร่วมกันเสนอแนะพอสรุปได้ ดังนี้

1. ให้เกษตรกรได้มีโอกาสอบรมทางการเกษตรมากกว่าเดิมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
2. สื่อประเภทวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ควรมีข่าวทางการเกษตรมากกว่านี้
3. ให้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มีการเผยแพร่รายการเกษตรในเวลากลางคืนมากขึ้น มีการจัดรายการประเภทแนะนำเกษตรกรตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จเผยแพร่
4. อยากให้เกษตรกรได้รับข่าวสารทางการเกษตรที่ทันสมัยรวดเร็วกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน
5. สื่อที่ใช้เผยแพร่ทางการเกษตรยังมีน้อยควรเพิ่มเติมพร้อมทั้งมีเอกสารแจกเป็นครั้งคราว
6. รัฐควรจัดเจ้าหน้าที่เกษตรแนะนำการเกษตรในฤดูกาลผลิตและติดต่อเกษตรกรด้วยตนเอง
7. มีเอกสารแจกเพื่อการแนะนำการปลูกพืชแต่ละชนิดในแต่ละฤดูกาลผลิตที่ถูกต้องและแนะนำตลาดในช่วงฤดูกาลผลิตให้ เพื่อไม่ให้สินค้าล้นตลาดและแข่งขันกันเองทำให้ราคาตก
8. ให้ภาครัฐปรับปรุงราคาปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ราคาสินค้าเกษตรอื่น ๆ เช่น ยางพารา พืชผักและเครื่องมือเกษตรให้ราคาถูก หรือจัดหา จัดจำหน่ายให้แก่เกษตรกรโดยตรง
9. ให้ภาครัฐช่วยเหลือด้านเงินทุนทางการเกษตร ปุ๋ย ยาฆ่าแมลงและสินค้าจำเป็นอื่น ๆ
10. รัฐควรมีการประกันราคาสินค้าเกษตร แก้ปัญหาสภาพแวดล้อมปรับปรุงหมู่บ้านให้ดีขึ้น
11. ให้เจ้าหน้าที่เอาใจใส่เกษตรกรมากขึ้นอย่างจริงจัง ทำงานด้วยใจและทุ่มเทมากกว่านี้ สามารถเป็นที่ปรึกษาทั้งด้านรายรับและรายจ่ายของเกษตรกรได้
12. ให้มีการจัดประชุมเกษตรกรทุกเดือน เพื่อสอบถาม เสนอปัญหาและช่วยกันแก้ไข
13. ให้จัดอบรมเกษตรกรทั้งบรรยาย สาธิตทางการเกษตรแผนใหม่บ่อย ๆ
14. จัดหาเมล็ดพันธุ์พืชที่เกษตรกรต้องการ จัดหาปุ๋ยมีการสาธิตการใช้ที่ถูกต้องให้เกษตรกร
15. จัดศึกษาดูงานตามโอกาสอันควรทั้งในและนอกท้องถิ่น เพื่อให้เกษตรกรได้เห็นตัวอย่าง และเป็นประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่เกษตรกรได้รับโดยตรงทำให้เกิดความมั่นใจ
16. รัฐควรมีการอบรมผู้นำชุมชน และผู้นำเกษตรกร เพื่อมาแนะนำเกษตรกรต่อ
17. อยากให้ภาครัฐช่วยแก้ปัญหาคลองระบายน้ำ และจัดหาน้ำในการเกษตรให้เพียงพอใน

ฤดูกาลเพาะปลูก เพราะจังหวัดชุมพรประสบปัญหาสร้างสนามบินขวางทางระบายน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกร ตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ใน 4 หมู่บ้าน จำนวน 175 รายนั้นพอจะสรุปผลได้ดังนี้ เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเกษตรกรเพศชายร้อยละ 72.6 เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 36-56 ปีมากที่สุดมีร้อยละ 53.3 และมีอายุเฉลี่ย 47.2 ปี เกษตรกรส่วนใหญ่มีสถานภาพทางครอบครัวคือ สมรสแล้วร้อยละ 95.4 และมีภูมิลำเนาอยู่ใน จังหวัดชุมพรถึงร้อยละ 87.7 มีการศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มากที่สุดร้อยละ 42.2 และเกษตรกรส่วนใหญ่มีที่ดินเป็นของตนเองถึงร้อยละ 96.6 จำนวนที่ดินที่เกษตรกรถือครองเพื่อการประกอบอาชีพทางการเกษตรมีตั้งแต่ 1-18 ไร่มากที่สุดร้อยละ 53.4 และเกษตรกรส่วนใหญ่มีที่ดินที่ถือครองอยู่เฉลี่ยอยู่ประมาณ 20.5 ไร่ เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นผู้นำทางการเกษตรของครอบครัวถึงร้อยละ 82.3 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเกษตรกรอยู่ระหว่าง 1-4 คน มากที่สุดร้อยละ 53.0 เฉลี่ยมีสมาชิกในครัวเรือนเกษตรกร 5 คน เกษตรกรมีรายได้จากการประกอบอาชีพทางการเกษตรมากที่สุดร้อยละ 98.8 ซึ่งรายได้จากการทำการเกษตรมีรายได้อยู่ระหว่าง 1-5,000 บาทมากที่สุดร้อยละ 76.0 คิดเป็นรายได้เฉลี่ยจากการประกอบอาชีพทางการเกษตร เท่ากับ 4,750 บาท มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพทางการเกษตรอยู่ระหว่าง 1-15 ปี มากที่สุดร้อยละ 48.8 โดยเฉลี่ยเกษตรกรมีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพการเกษตร 17 ปี และเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 175 คนมีอาชีพหลักทางการเกษตรถึงร้อยละ 96.0 มีส่วนน้อย ร้อยละ 4.0 มีอาชีพหลักอย่างอื่นที่ไม่ใช่การทำการเกษตร เช่นการรับราชการ รับจ้าง ค้าขาย อาชีพหลักทางการเกษตรส่วนใหญ่ของเกษตรกรที่ทำได้ มีอาชีพทำสวนมากที่สุดร้อยละ 76.3 นอกจากนี้กลุ่มเกษตรกรที่ประกอบอาชีพหลักทางการเกษตรแล้วยังมีอาชีพรองโดยการประกอบอาชีพอย่างอื่นอีกถึงร้อยละ 63.4 โดยอาชีพรองที่ทำคือ การค้าขาย มีมากที่สุดถึงร้อยละ 52.3 นอกจากนี้ยังมีอาชีพรองด้านอื่น ๆ อีกคือ อาชีพรับจ้าง พนักงานรถไฟ ตัดผม การทำดอกไม้จากรังไหม

สำหรับในตอนที่ 2 ที่สัมภาษณ์ถึงการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรแผนใหม่ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ใช้เผยแพร่ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางเกษตรพบว่า ในเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย 175 ราย เกษตรกรยอมรับการเกษตรและเทคโนโลยีทางการเกษตรแผนใหม่ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์มากที่สุดถึงร้อยละ 69.7 ในจำนวนเกษตรกรที่เลือกทั้งหมด และเป็นอันดับ 1 ของการเลือกสื่อทั้ง 5 อันดับคิดเป็นร้อยละ 16.7 ที่ให้เลือกได้มากกว่า 1 อันดับต่อเกษตรกร 1 คน ถ้าเกษตรกรได้รับข่าวสาร เทคโนโลยีแผนใหม่ผ่านบุคคลหรือเจ้าหน้าที่แนะนำเพื่อการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรของเกษตรกร เกษตรกรส่วนใหญ่จะยอมรับคำแนะนำเพราะต้องการมีรายได้เพิ่ม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับญาติให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขึ้นและเป็นการเพิ่มพูนความรู้ทางการเกษตรใหม่ ๆ ของตนเองมีมากที่สุดถึงร้อยละ 85.7 แต่ถ้ามีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเพื่อการขายสินค้าทางการเกษตร เกษตรกรส่วนใหญ่จะไม่ยอมซื้อสินค้าการเกษตรมีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 46.9 เพราะยังไม่เห็นของจริงและไม่แน่ใจในคุณภาพของสินค้า ส่วนวิธีการหาข้อมูลของสินค้าเกษตรก่อนที่จะตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่เกษตรกรจะสอบถามจากเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากที่สุดถึงร้อยละ 61.7 แต่ถ้าให้เรียงลำดับตามการตัดสินใจเพื่อการซื้อสินค้าเกษตรตามการรับข้อมูลก็จะพิจารณาการรับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากที่สุดว่าสื่ออื่น ๆ เช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 14.2 บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการเกษตรของเกษตรกรเพื่อมาพัฒนาการเกษตรของตนเองให้ดีขึ้น เกษตรกรให้ความสำคัญกับสามีและภรรยาของตนเองมากที่สุดถึงร้อยละ 73.7 ในจำนวนเกษตรกรเป้าหมาย 175 คน แต่ถ้าให้เรียงลำดับความสำคัญมากกว่า 1 อันดับของบุคคลที่มีอิทธิพลคิดเป็นร้อยละ 21.4 สื่อที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางทางการเกษตรของเกษตรกรมากที่สุดคือสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ ถึงร้อยละ 79.4 แต่ถ้าเรียงลำดับทางการเลือกสื่อในจำนวนอันดับการเลือกสื่อโทรทัศน์จัดเป็นสื่อประเภทแรกที่มีเกษตรกรเลือกมากถึงร้อยละ 43.2

ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรที่จะนำมาพัฒนาการเกษตรของเกษตรกรให้ผลผลิตดีขึ้น มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในภาคการผลิตมากขึ้น ซึ่งมีปัจจัยหลาย ๆ ปัจจัยให้เกษตรกรพิจารณา ปรากฏผลว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุดถึงร้อยละ 33.5 แต่ถ้าพิจารณาจากจำนวนเกษตรกร 175 รายเกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากที่สุดเช่นกันถึงร้อยละ 64.0 สำหรับแหล่งที่เกษตรกรนิยมซื้อสินค้าทางการเกษตร เช่น บัญ ยาส่าแมลง เครื่องมือการเกษตรอื่น ๆ เกษตรกรให้ความสำคัญในการซื้อสินค้าเกษตรที่ร้านค้าทั่ว ๆ ไปในจังหวัดมากที่สุดร้อยละ 52.2 นอกจากนี้เกษตรกรยังให้ความเห็นว่าในปัจจุบัน ข่าวสาร ข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางทางการเกษตรมีมาถึงเกษตรกรได้เร็วมาก เพราะการคมนาคมสะดวกมีมากถึงร้อยละ 53.1 สำหรับบางข่าวสารที่มีมาถึงเกษตรกรช้าเกษตรกรให้ความเห็นว่าน่าจะมาจากการที่เจ้าหน้าที่เกษตรขาดความสนใจมากที่สุด โดยในความคิดเห็นนี้เกษตรกรให้ความสำคัญถึงร้อยละ 48.0

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากสื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางทางการเกษตรทำให้เกษตรกรทราบความก้าวหน้าทางการเกษตรล่าช้า เกษตรกรคิดว่าน่าจะมาจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องขาดความรู้และประสบการณ์ในการใช้สื่อมากที่สุดร้อยละ 8.06 แต่ถ้าพิจารณาจากความสำคัญตามอันดับการเลือกที่ให้เลือกได้มากกว่า 1 อันดับ เกษตรกรก็ยังเห็นว่าน่าจะอยู่ในเรื่องบุคลากรขาดความรู้และประสบการณ์ในการใช้สื่อมากที่สุดเช่นกันถึงร้อยละ 23.3 ในความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้เผยแพร่ความรู้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกาการเกษตรกับเกษตรกรมากที่สุด เกษตรกรเห็นว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้สื่อประเภทเทปโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 27.3 และในทัศนะของเกษตรกรเห็นว่าสื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรใช้มีปริมาณเพียงพอและมีประสิทธิภาพมากที่สุดร้อยละ 46.3 ส่วนจำนวนของสื่อที่ใช้เผยแพร่มีเพียงพอหรือไม่ เกษตรกรส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อที่ใช้เผยแพร่มีเพียงพอและมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือร้อยละ 44.0

ส่วนการที่เกษตรกรจะทราบความก้าวหน้าทางการเกษตรและเทคโนโลยีแบบใหม่ ๆ เกษตรกรคิดว่าน่าจะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมากที่สุดถึงร้อยละ 70.3 โดยส่วนตัวของเกษตรกรเองมีความสนใจที่จะรับทราบติดตามข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกาการเกษตรมาก เพราะได้นำไปปฏิบัติและพัฒนาางานของตนเองให้ดีขึ้นมีมากถึงร้อยละ 96.0 นอกจากนี้เกษตรกรยังสนใจที่จะเข้าร่วมรับฟัง เข้าร่วมการอบรมความรู้ใหม่ ๆ ทางกาการเกษตรมากที่สุดร้อยละ 97.1 ซึ่งในกรณีนี้เกษตรกรเห็นว่าหน่วยงานและภาครัฐที่เกี่ยวข้องหรือรับผิดชอบควรจัดอบรมความรู้แผนใหม่ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกาการเกษตรโดยใช้สื่อที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้จะให้เกษตรกรได้พัฒนาความรู้ทางการเกษตรของตนเองเพิ่มขึ้นมากที่สุดซึ่งมีเกษตรกรให้ความสำคัญถึง 132 รายคิดเป็นร้อยละ 81.7 และยังเป็นอันดับการเลือกอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 23.2 ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกษตรกรให้ความสำคัญในการที่หน่วยงานและภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะพัฒนาางานทางด้านการเกษตรให้เกษตรกรได้ใกล้เคียงกันในทุก ๆ อันดับของการเลือก (ตารางที่ 8) ส่วนในด้านที่อยู่อาศัยและสภาพภูมิศาสตร์ของเกษตรกรเป็นอุปสรรคต่อการใช้สื่อในการเผยแพร่หรือไม่เกษตรกรให้ความเห็นว่าที่อยู่อาศัยและสภาพภูมิศาสตร์ของพื้นที่ไม่เป็นอุปสรรคในการสื่อสาร พอ ๆ กับเกษตรกรอีกกลุ่มที่คิดว่าที่อยู่อาศัยเป็นอุปสรรคในการใช้สื่อในการเผยแพร่ได้ใกล้เคียงกันถึงร้อยละ 51.4 และ 48.6 เกษตรกรมีความเห็นว่าสื่อในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกาการเกษตรยังมีความจำเป็นอยู่ในระดับมากที่สุดถึงร้อยละ 97.7 และนอกจากนี้ยังมีความเห็นว่าหน้าที่ในการส่งเสริมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางกาการเกษตรน่าจะเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากที่สุดถึงร้อยละ 62.9 และถ้าให้เลือกระหว่างเจ้าหน้าที่ด้วยกันเกษตรกรก็ให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากเป็นอันดับ 1 ถึงร้อยละ 37.5 (ตารางที่ 8)

ในข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกษตรกรได้ร่วมให้สัมภาษณ์ความคิดเห็น (ตารางที่ 9) พบว่าสื่อที่เกษตรกรชอบมากที่สุดคือสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียงเพราะเกษตรกรทุกบ้านมีวิทยุกันอยู่แล้ว และฟังเป็นประจำ นอกจากชอบสื่อวิทยุกระจายเสียงแล้วยังชอบสื่อบุคคลประเภทวิทยากรที่บรรยาย และอธิบายให้เข้าใจในเรื่องที่สงสัย และสามารถสอบถามได้พอ ๆ กัน ส่วนสื่อประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อื่น ๆ ก็ให้ความสำคัญลดหลั่นกันลงไป ในการแสดงความคิดเห็นโดยอิสระเกษตรกรได้ให้สัมภาษณ์ว่าการเผยแพร่ความรู้ในการเกษตรควรเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลมากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับแบบสัมภาษณ์ในข้อที่ 21 ที่ให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลด้วยเช่นกัน เพราะเห็นว่าเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลเป็นผู้มีความรู้เชี่ยวชาญการเกษตรโดยตรง สามารถให้ความคิดเห็น แนะนำและเป็นที่ยอมรับได้ อีกทั้งยังใกล้ชิดกับเกษตรกรโดยตรงตามภาระหน้าที่รับผิดชอบ (ตารางที่ 10)

คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่เกษตรกรพึงประสงค์ พอจะสรุปคุณสมบัติคร่าว ๆ ได้ดังนี้คือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรควรจะเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญทางการเกษตรอย่างแท้จริง เป็นผู้ที่มีใจใฝ่รู้ความรู้อื่น ๆ ทางการเกษตรมีความทันสมัย ทันเหตุการณ์ มีลักษณะของผู้นำ มีความสุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง เอาใจใส่เกษตรกรดี สามารถให้คำปรึกษาแนะนำในเรื่องที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับงานอาชีพของเกษตรกรได้ จัดอบรม ศึกษาดูงานตลอดจนการฝึก การสาธิต การใช้ เครื่องมือทางการเกษตรหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตร เป็นผู้จัดหาและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่เกษตรกรตามควรแก่กรณี นอกจากนี้เกษตรกรยังให้ความสนใจกับสื่อสมัยใหม่ที่นำมาใช้เผยแพร่ สื่อสารข้อมูลทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพได้คือ สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ เพราะปัจจุบันเกษตรกรในตำบลชุมโคส่วนใหญ่มีโทรทัศน์กันมากขึ้นและที่สนใจมากเพราะสื่อโทรทัศน์ให้ทั้งภาพเคลื่อนไหว ได้ยินเสียงเห็นสีสรรของภาพเสมือนร่วมอยู่ในสถานการณ์จริง ถ้ามีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และรายการความรู้ทางการเกษตรผ่านรายการต่าง ๆ ทางวิทยุโทรทัศน์จะทำให้เกษตรกรได้รับข้อมูลตรงจากส่วนกลาง ซึ่งถือว่ารวดเร็ว ทันสมัยและทันเหตุการณ์มากขึ้นพอ ๆ กับเกษตรกรภาคอื่น ๆ และบุคคลทั่วไปที่อยู่ในส่วนกลางของประเทศที่รู้ข่าวสารได้พร้อม ๆ กัน

สำหรับข้อเสนอแนะทั่วไปที่เกษตรกรเสนอแนะให้ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ ควรให้โอกาสเกษตรกรได้อบรมความรู้ทางการเกษตรเพิ่มขึ้น จัดอบรมความรู้ทั้งตัวเกษตรกร ผู้นำเกษตรกร และผู้นำชุมชน สื่อประเภทต่าง ๆ ที่ใช้ในการเผยแพร่ควรมีความรู้ทางการเกษตรให้มากขึ้นกว่าเดิม ควรจัดเวลาในการเผยแพร่ช่วงกลางคืนเพราะเป็นช่วงที่ว่างจากการทำงาน มีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรคอยแนะนำ เอาใจใส่เกษตรกร ช่วยเหลือประสานงานแทนรัฐและหน่วยงานมีเอกสารแจก แนะนำตามโอกาสอันควร ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการเกษตรควรช่วยเหลือเกษตรกรด้วยการประกันราคาผลผลิตทางการเกษตร จัดหาเงินทุน ปุ๋ย ยาฆ่าแมลงหรือจัดหาแหล่งน้ำทางการเกษตรในฤดูแล้ง ดูแลสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับตัวเกษตรกร นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรมาแนะนำเช่นการใช้ชีววิธี การใช้และทำปุ๋ยชีวภาพ เพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้สินค้าการเกษตร จัดแปรรูปสินค้าเกษตรที่เหมาะสม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งจากผลของการสุพรรณวิจัยเรื่อง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกรในตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพรพบว่า สอดคล้องกับงานเขียนของ ดิเรก ฤกษ์ห่วย (2527:57-61) ที่กล่าวถึงปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตร เทคโนโลยีการเกษตรและปฏิบัติการทางการเกษตรไว้ว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนวัตกรรมทั้งหมดนี้ หลายปัจจัย เช่น เงื่อนไขสภาพการณ์ทั่วไป ซึ่งได้แก่ ระดับการศึกษา อายุ รายได้ ขนาดการถือครองที่ดิน พื้นที่รับน้ำเพื่อการเกษตร การเป็นสมาชิกกลุ่ม การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ การเดินทางออกนอกหมู่บ้าน และการรับฟังข่าวสาร ข้อมูล รวมถึงสมรรถภาพในการดำเนินงานอันได้แก่ บุคคลเป้าหมาย หรือผู้รับการเปลี่ยนแปลงเนื่องมาจากนวัตกรรม ต้นทุน กำไร ความสอดคล้องและเหมาะสมกับสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน จะทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรได้ในเวลาที่รวดเร็วและมีปริมาณมากกว่า นอกจากนี้การยอมรับนวัตกรรมของเกษตรกรยังขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้รับด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานของเกดินี จุฑาวิจิตร (2540 : 55) ที่ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรม ว่าหมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของบุคคลซึ่งผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ ปกติคนเราส่วนใหญ่มักแสดงออกตามความเชื่อและทัศนคติของตน ซึ่งทัศนคติเป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล และไปในทิศทางเดียวกับงานของชินษฐา วิเศษสาธิต (2536 : 2-3) ที่ได้ให้ความหมายของคำว่า พฤติกรรม ไว้ว่า พฤติกรรมเป็นกิจกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ที่ร่างกายแสดงออกมา ซึ่งอาจจะสังเกตได้โดยตรงหรือไม่ก็ได้ แต่สามารถใช้เครื่องมือวัดได้ พฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ ในทำนองเดียวกันผลการวิจัยจากเกษตรกรในตำบลชุมโค จะยอมรับนวัตกรรมขึ้นกับความเชื่อ หรือความคิดเห็นส่วนบุคคลที่มีต่อ สามี ภรรยา ญาติ พี่น้องและเพื่อน หรือผู้มีประสบการณ์มาก่อนมากที่สุด ที่เกษตรกรคิดว่าจะแนะนำสิ่งที่ถูกต้องได้ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับในหลาย ๆ ปัจจัยของประจวบ อินอ้อด (2529) ก็สอดคล้องด้วยเช่นกัน ในส่วนของผลการวิจัยที่เกษตรกรได้รับข่าวสาร ข้อมูลและนวัตกรรมทางการเกษตรแผนใหม่จากสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์มากที่สุดถึง ร้อยละ 69.7 (ตารางที่ 3) และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสาร ข้อมูลนวัตกรรมและเทคโนโลยีแผนใหม่ทางการเกษตรในความเห็นของเกษตรกรก็คือสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์เช่นกันคิดเป็นร้อยละ 79.4 (ตารางที่ 6) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา ธีระวิทย์เลิศ (2536 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารด้านการเกษตร และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารของเกษตรกรในภาคเหนือ รวมทั้งความต้องการรับทราบข่าวสารและชนิดของสื่อที่จะสามารถรับข่าวสารได้ ผลปรากฏว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการเกษตรจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา คือ เพื่อนบ้าน ญาติ/คนในครอบครัว และผู้ใหญ่บ้าน ตามลำดับ และงานวิจัยของอมรทิพย์ คุ้มพันธ์ (2534 : บทคัดย่อ) ได้พบผลการวิจัยว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่นิยมมากใน 4 จังหวัด รองลงมา คือ วิทยุโทรทัศน์ และสื่อพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของผู้วิจัยอีก 2-3 ท่านเช่น ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ผลเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิจัยว่าการรับข่าวสารส่วนใหญ่ ได้จากสื่อบุคคลเป็นสำคัญ ซึ่งบุคคลเหล่านี้เป็นญาติพี่น้อง และเพื่อน ๆ ในหมู่บ้าน และสื่อวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงยังเป็นที่นิยมของประชาชนในการรับชมรายการบันเทิงและข่าวสาร ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร ไปสเตอร์ ประชาชนไม่นิยมรับสื่อดังกล่าว เนื่องจาก ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ และการจัดหาสื่อดังกล่าวนั้นลำบากด้วย ซึ่งสอดคล้องและไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ เลอศักดิ์ สายแก้ว มา (2536 : บทคัดย่อ) กล่าวไว้ในบทคัดย่อของงานวิจัยว่า ประมาณครึ่งหนึ่งของเกษตรกรเป้าหมายระบุว่ามีโอกาสและสนใจติดตามรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ 4 ประเภท คือ วิทยุ โทรทัศน์ เอกสารสิ่งพิมพ์ และหอกระจายข่าวสารประจำหมู่บ้าน

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า งานวิจัยเรื่องสื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกรในตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ในด้านของพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารของเกษตรกร จะติดต่อสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่โดยสื่อยอดนิยมจะเป็นสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียง (ตารางที่ 9) สื่อที่นิยมและมีอิทธิพลในการเผยแพร่ข่าวสารทางการเกษตรสำหรับเกษตรกรเป็นสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด (ตารางที่ 11) รองลงมาก็เป็นสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อบุคคลอันได้แก่เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ผู้นำเกษตรกร ผู้นำชุมชน และสื่ออื่น ๆ ลดหลั่นกันไป สำหรับสื่อยอดนิยมก็ยังคงเป็นสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ และในด้านของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการเกษตร เกษตรกรให้ความสนใจกับสามีและภรรยามากที่สุด รองลงมาก็เป็นเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล แต่เกษตรกรจะไม่ให้ความสนใจในการโฆษณาขายสินค้าทางการเกษตรผ่านสื่อต่าง ๆ มากนักและการโฆษณาไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการเกษตรของเกษตรกร (ตารางที่ 6) สำหรับปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกร เกษตรกรต้องการให้ภาครัฐช่วยในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรผ่านสื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์มากขึ้นหลากหลายขึ้น มีการจัดช่วงระยะเวลาในการเผยแพร่ที่เกษตรกรว่างจากการปฏิบัติงานประจำวันแล้ว และให้เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล บุคลากรที่เกี่ยวข้องที่จัดว่าเป็นสื่อประเภทบุคคลที่มีประสิทธิภาพ ให้จัดบุคลากรที่มีความรู้ เชี่ยวชาญทางการเกษตร เอาใจใส่เกษตรกรอย่างจริงจังและมากขึ้นกว่าเดิม สามารถนำความรู้ เทคโนโลยีทางการเกษตรสมัยใหม่ที่ทันสมัยมาเผยแพร่ได้รวดเร็ว โดยใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ สื่อมีปริมาณมากพอ นอกจากนี้ยังต้องดูแลสภาพแวดล้อมทางการเกษตรที่ดี มีการแนะนำการใช้เทคนิควิธีการทำการเกษตรที่ลดต้นทุนในการผลิต มีการนำชีววิธีมาใช้ในการเกษตร ลดการใช้สารเคมี การใช้ยาฆ่าแมลง มีการแปรรูปสินค้าเกษตรและสามารถทำให้เกษตรกรเพิ่มมูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรที่ผลิตได้มากขึ้นกว่าเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

จากการทำวิจัยเรื่อง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกรในตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร ทำให้ผู้วิจัยได้พบข้อมูลที่เป็นความจริงประการหนึ่งว่า ตัวเกษตรกรเองมีความใฝ่รู้ ต้องการข่าวสาร ข้อมูลและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรมาเพิ่มเติมความรู้ทางการเกษตรของตนให้มากขึ้น เพื่อที่จะส่งผลต่อการทำการเกษตรของตนเองและครอบครัว และยังครอบคลุมไปถึงสังคมและชุมชนที่ตนเองสังกัดอยู่ มีความพยายามที่จะใช้การเกษตรแผนใหม่ที่ได้รับผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ที่เกษตรกรได้รับ อาทิเช่น สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง ป้ายโปสเตอร์ แผ่นปลิว ฯลฯ สื่อบุคคลอื่นได้แก่เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ผู้นำเกษตรกร และผู้นำชุมชน หรือวิทยากรที่มีความรู้ทางการเกษตร ถ้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงต่อการพัฒนาการเกษตรในชุมชนหรือท้องถิ่นอื่น ๆ ได้จัดหาสื่อที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพและมีปริมาณเพียงพอ จัดการเผยแพร่ความรู้ทางการเกษตรจากส่วนกลางผ่านสื่อที่เกษตรกรสามารถศึกษาหรือบริโภคได้ด้วยตนเองก็จะเป็นการประหยัดงบประมาณของภาครัฐที่จะต้องติดตามงานการเกษตรทุกชุมชน นอกจากนี้ยังเป็นการดำเนินงานทางการเกษตรแบบกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น โดยมีเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลเป็นผู้ประสานงานและอำนวยความสะดวกให้แก่เกษตรกร และเจ้าหน้าที่เกษตรตำบลจะเป็นผู้สะท้อนปัญหา ช่วยอำนวยความสะดวก บรรเทาความต้องการเบื้องต้นของเกษตรกรอันจะเป็นการแบ่งเบาภาระของภาครัฐได้ดีในระดับหนึ่ง อีกทั้งสื่อที่ดีและมีคุณค่า มีประสิทธิภาพเกษตรกรสามารถนำมาใช้ศึกษาได้ด้วยตนเอง เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบหนึ่งที่ให้ผลในระยะเวลานานและสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพได้โดยตรง เป็นการประหยัดทั้งเวลา ทุนทรัพย์ของเกษตรกรที่จะต้องเสียเงิน เสียเวลาในการไปอบรม หรือศึกษาในระยะยาว และการผลิตสื่อทางการเกษตรที่มีประสิทธิภาพในชุดเดียวกันก็สามารถทำสำเนาแจกไปตามท้องถิ่นต่าง ๆ ได้ อาจจะทำในรูปแบบของนิทรรศการหมุนเวียน หรือจัดสื่อทางการเกษตรไว้ตามศูนย์เกษตรต่าง ๆ ให้เกษตรกรได้ศึกษาด้วยตนเองเป็นการเรียนรู้ตามความพร้อม และความสะดวกของเกษตรกร (Readyness and Individualize Learning)

## เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการเกษตร. 2531. การถ่ายทอดความรู้สู่เกษตรกร. กรุงเทพฯ, กองเกษตรสัมพันธ์.  
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

-----, 2534. แผนพัฒนาการส่งเสริมการเกษตร พ.ศ. 2530-2534. กรุงเทพฯ, กอง  
เกษตรสัมพันธ์. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

เกศินี จุฑาวิจิตร. 2540. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ, เพชรเกษมการพิมพ์.

จิรพรรณ โสมอินทร์. 2536. การศึกษาการเปิดรับฟังข่าวสารด้านการเกษตรจากหอกระจายข่าว  
ของเกษตรกรในท้องที่ จ. นครนายก. ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (เกษตรศาสตร์) สาขา  
ส่งเสริมการเกษตร ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร นิเทศศาสตร์การเกษตร. บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณรงค์ สมพงษ์. 2535. สื่อเพื่องานส่งเสริมและเผยแพร่. ฝ่ายสื่อการศึกษา มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ, งานการพิมพ์ สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม.

ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์. 2539. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วม ใน  
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอระเพ็ด จ. นครสวรรค์.  
วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดิเรก ฤกษ์ห่วย. 2527. การส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ, ไทยวัฒนาพานิช.

นิรนาม. 2542. พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน. โครงการพัฒนาสื่อการศึกษาเพื่อส่งเสริมการ  
เรียนรู้ด้วยตนเองของนักศึกษา. กรุงเทพฯ, บริษัทคอมฟอร์ท จำกัด.

บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2536. ส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ, สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม.  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุญสม วราเอกศิริ. 2529. ส่งเสริมการเกษตร หลักและวิธีการ. พิมพ์ครั้งที่ 2 เชียงใหม่, สถาบัน  
เทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

- ประมะ สตะเวทิน. 2540. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ, ห้างหุ้นส่วนจำกัด (ครั้งที่ 9).
- ประจวบ อินฮืด. 2529. พฤติกรรมศาสตร์. เอกสารประกอบคำบรรยาย โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการทางสื่อมวลชน เรื่องการสำรวจทัศนคติเพื่อประสิทธิภาพในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์.
- ปัญญา ธีระวิทย์เลิศ. 2536. การรับรู้ข่าวสารการเกษตรของเกษตรกรในภาคเหนือ. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. กรุงเทพฯ.
- ปัญญา หิรัญรัมย์. 2529. ความรู้พื้นฐานการส่งเสริมการเกษตร. กรุงเทพฯ, บริษัทสารมวลชน จำกัด.
- พูนทรัพย์ สิทธิพรหม. 2539. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. ภาคการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพระนคร.
- ยุพิน พิพิธกุล และอรพรรณ ต้นบรรจง. 2531. สื่อการเรียนการสอนคณิตศาสตร์. กรุงเทพฯ, คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพา สุภากุล. 2540. การสื่อสารมวลชน. โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.
- เลอศักดิ์ สายแก้วมา. 2536. ความต้องการรับรู้ของเกษตรกร จากหออกระจายข่าวของหมู่บ้าน กรณีศึกษาใน อ. ป่าซาง จ. ลำพูน. วิทยานิพนธ์ เทคโนโลยีการเกษตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร) สถาบันเทคโนโลยีการเกษตร แม่โจ้ เชียงใหม่.
- คันสนีย์ ขำเกิด. 2530. การศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเรียนการสอนของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น. ปริญญาโท กศ.ม. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- สุขุมารณ์ ชันด์ศรี. 2539. ที่ว่า สื่อ สื่อนั้นประการใด. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า 14(1):55.
- . 2539. สื่อทางการเกษตร. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า 14(2):56.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อมรทิพย์ ควรวพันธ์. 2534. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการยอมรับการพัฒนาที่ดินของเกษตรกร  
ใน จ. น่าน ลำพูน กำแพงเพชร และขอนแก่น. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชานิเทศ  
ศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุไรวรรณ ภูวิจิตรสุทิน. 2533. การเปิดรับและการยอมรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนและ  
นิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุษณีย์ จินาพงษ์. 2535. การศึกษาทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศ  
ของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Adams, M.E. 1984. Agricultural Extension in Developing. Singapore : Huntsmen offset  
Printing Pte Ltd.

Allo, A.V. and R.H. Schwass. 1982. The Farm Advisor : A Discussion of Agricultural  
Extension for Developing Countries. China : Food and Organization of the United  
Nation.

Atkin, Charles K. 1973. Anticipated Communication and Mass Media Information  
Seeking. Public Opinion Quarterly.

Ball-RoKeach, S.J. and M.L. DeFleur. 1976. A Dependency Model of Mass-Media  
Effects. Communication Research.

Chua, L.A. 1984. A Guide in preparing a research proposal. Department of Agricultural  
Education and Rural Studies, UPLB, Colledge, Laguna, Philippines.

De Fleur, Melvin L. 1970. Theory of Mass Communication (New York) : David McKay  
Company.

Klongland, G.E., and E.W. Coward Jr. 1970. The Concept of Symbolic Adoption : A  
Suggest Interpretation, Rural Sociology. 35(6):77-83.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Lazarsfeld, Paul F. and Herbert Manzel.1960. Mass Media and Personnal Influence. In Source of Human Communication.,cd. Wilbur Sharmn. New York: The Basic Book.

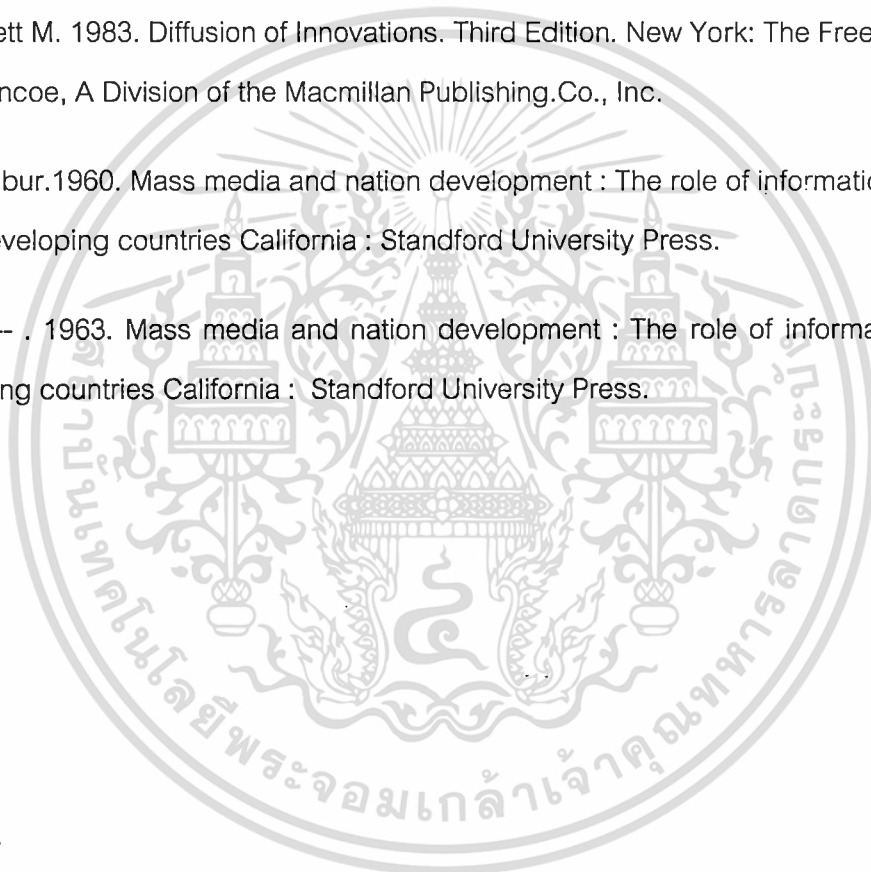
Little John, Stephen W.1973. Theory of Human Communication ( Columbus ) A Bell and Howell Company.

Roger, E.M. and F.F. Shoemaker.1971. Communication of Innovation : Cross Culture Approach ( New York ) : The Free Press.

Roger, Everett M. 1983. Diffusion of Innovations. Third Edition. New York: The Free Press of Glencoe, A Division of the Macmillan Publishing.Co., Inc.

Shramm, Wilbur.1960. Mass media and nation development : The role of information in the developing countries California : Stanford University Press.

----- . 1963. Mass media and nation development : The role of information in the developing countries California : Stanford University Press.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แบบสัมภาษณ์

เรื่อง สื่อที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตร ของเกษตรกรประจำตำบลชุมโค

จังหวัดชุมพร

ชื่อ ผู้สัมภาษณ์ ..... หมายเลขสัมภาษณ์

หมู่บ้านที่เก็บข้อมูล .....

ชื่อกลุ่มที่เกษตรกรสังกัดอยู่ .....

### ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกร

#### 1. เพศ

1.1 ชาย

1.2 หญิง

#### 2. อายุ ..... ปี

#### 3. สถานภาพการสมรส

3.1 โสด

3.2 แต่งงาน

3.3 อื่น ๆ ระบุ .....

#### 4. ภูมิลำเนาเดิม

4.1 อยู่ในจังหวัดชุมพร

4.2 อื่น ๆ ระบุ .....

#### 5. วุฒิการศึกษา

5.1 ต่ำกว่าประถมศึกษาปีที่ 4

5.2 จบชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

5.3 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6

5.4 จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

5.5 สูงกว่าชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

5.6 อื่น ๆ ระบุ .....

#### 6. มีที่ดินเป็นของตนเองหรือไม่

6.1 มี .....

6.2 ไม่มี

6.3 อื่น ๆ ระบุ .....

#### 7. เป็นผู้นำในการทำการเกษตรของครอบครัว

7.1 ใช่

7.2 ไม่ใช่ ระบุ .....

#### 8. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ..... คน

#### 9. รายได้จากการประกอบอาชีพ

9.1 อาชีพการเกษตร ..... บาท/เดือน

9.2 อาชีพอื่น ๆ ระบุ .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. มีประสบการณ์ในการประกอบอาชีพทางการเกษตร ..... ปี
11. อาชีพหลักของท่านคือการทำเกษตรกรรม
- ( ) 11.1 ไร่ ทางด้าน ( ) พืชสวน ( ) พืชไร่ ( ) เลี้ยงสัตว์
- ( ) 11.2 ไม้ไร่ (ด้านหลัก คือ .....) )
12. อาชีพรองนอกเหนือจากอาชีพหลัก
- ( ) 12.1 มี (อาชีพรอง คือ .....) )
- ( ) 12.2 ไม่มี

ตอนที่ 2 การยอมรับสื่อและนวัตกรรมทางการเกษตรของเกษตรกร

1. ท่านรับทราบข่าวสารหรือแนวความคิดใหม่ ๆ ทางการเกษตรผ่านสื่อใดในต่อไปนี้มากที่สุด (เรียง 5 อันดับ จากน้อยไปหามาก 1— 5)
- ( ) 1.1 เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล ( ) 1.2 ผู้นำเกษตรกร
- ( ) 1.3 ญาติ พี่ น้อง พ่อแม่ ( ) 1.4 เพื่อน
- ( ) 1.5 หนังสือพิมพ์ ( ) 1.6 วิทยุกระจายเสียง
- ( ) 1.7 วิทยุโทรทัศน์ ( ) 1.8 แผ่นปลิว
- ( ) 1.9 ป้ายประกาศ ( ) 1.10 ร้านค้า
- ( ) 1.11 ไปสเตอร์ ( ) 1.12 อื่น ๆ ระบุ .....
2. ถ้ามีบุคคลมาแนะนำให้ท่านใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตรท่านคิดว่า
- ( ) 2.1 ยอมรับ เพราะ .....
- ( ) 2.2 ไม่ยอมรับ เพราะ .....
- ( ) 2.3 อื่น ๆ ระบุ .....
3. ถ้ามีโฆษณาขายสินค้าประเภทยา เครื่องมือที่ทันสมัยทางการเกษตรผ่านทางสื่อต่าง ๆ ที่ท่านสามารถรับทราบได้ท่านคิดว่า
- ( ) 3.1 ซื้อ เพราะ .....
- ( ) 3.2 ไม่ซื้อ เพราะ .....
- ( ) 3.3 ไม่แน่ใจ เพราะ .....
- ( ) 3.4 อื่น ๆ ระบุ .....

4. ท่านมีวิธีการหาข้อมูลของสินค้าที่ท่านจะตัดสินใจซื้อโดยหาข้อมูลจาก (เรียง จาก 1-5)
- |                                                   |                                                   |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4.1 พ่อ แม่ ญาติ พี่น้อง | <input type="checkbox"/> 4.2 เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล |
| <input type="checkbox"/> 4.3 ผู้นำเกษตรกร         | <input type="checkbox"/> 4.4 เพื่อน               |
| <input type="checkbox"/> 4.5 หนังสือพิมพ์         | <input type="checkbox"/> 4.6 ไปสเตอร์             |
| <input type="checkbox"/> 4.7 ป้ายประกาศ           | <input type="checkbox"/> 4.8 วิทยุกระจายเสียง     |
| <input type="checkbox"/> 4.9 วิทยุโทรทัศน์        | <input type="checkbox"/> 4.10 ร้านค้าสารคดี       |
| <input type="checkbox"/> 4.11 พนักงานขาย          | <input type="checkbox"/> 4.12 อื่น ๆ ระบุ .....   |
5. บุคคลใดต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการเกษตรที่จะมาพัฒนางานของท่านมากที่สุด (เรียง 5 อันดับ จาก 1-5)
- |                                                   |                                           |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 5.1 พ่อ แม่ ญาติ พี่น้อง | <input type="checkbox"/> 5.2 เพื่อน       |
| <input type="checkbox"/> 5.3 สามี/ภรรยา           | <input type="checkbox"/> 5.4 ผู้นำเกษตรกร |
| <input type="checkbox"/> 5.5 เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล | <input type="checkbox"/> 5.6 พนักงานขาย   |
| <input type="checkbox"/> 5.7 อื่น ๆ ระบุ .....    |                                           |
6. การเผยแพร่ข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ผ่านสื่อใดที่ท่านคิดว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- |                                            |                                                |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 6.1 หนังสือพิมพ์  | <input type="checkbox"/> 6.2 วิทยุกระจายเสียง  |
| <input type="checkbox"/> 6.3 วิทยุโทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> 6.4 แผ่นปลิว          |
| <input type="checkbox"/> 6.5 ไปสเตอร์      | <input type="checkbox"/> 6.6 อื่น ๆ ระบุ ..... |
7. ปัจจัยการตลาดใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่จะนำมาพัฒนาการเกษตรของท่าน
- |                                                       |                                                            |
|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 7.1 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ | <input type="checkbox"/> 7.2 ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่เกษตรตำบล |
| <input type="checkbox"/> 7.3 การลด แลก แจก แถม        | <input type="checkbox"/> 7.4 พนักงานขาย                    |
| <input type="checkbox"/> 7.5 ราคา                     | <input type="checkbox"/> 7.6 การส่งเอกสารโดยตรงถึงท่าน     |
| <input type="checkbox"/> 7.7 คุณภาพของสินค้า          | <input type="checkbox"/> 7.8 อื่น ๆ ระบุ .....             |
8. ท่านซื้อสินค้าที่จะประกอบการทางการเกษตรของท่าน (ปุ๋ย ยา เครื่องมือ ฯลฯ) จากแหล่งใดต่อไป (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)
- |                                                    |                                                     |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 8.1 ธกส. จัดสรรตามเงินกู้ | <input type="checkbox"/> 8.2 ร้านค้าทั่วไปในจังหวัด |
| <input type="checkbox"/> 8.3 สั่งตรงจากแหล่งผลิต   | <input type="checkbox"/> 8.4 อื่น ๆ ระบุ .....      |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ท่านคิดว่าข่าวสารและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางการเกษตรทั้งของภาครัฐและเอกชนที่เผยแพร่มาถึงท่านเป็นเพราะสาเหตุใดดังต่อไปนี้
- ( ) 9.1 เร็ว เพราะ .....
- ( ) 9.2 ช้า เพราะ .....
- ( ) 9.3 อื่น ๆ ระบุ .....
10. ปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้ท่านได้รับทราบความก้าวหน้าทางการเกษตรล่าช้าเกิดจาก
- ( ) 10.1 สื่อที่ใช้เผยแพร่ ( ) 10.2 เจ้าหน้าที่เกษตรขาดความสนใจ
- ( ) 10.3 การคมนาคมไม่สะดวก ( ) 10.4 อื่น ๆ ระบุ .....
11. ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากสื่อที่ใช้เผยแพร่ทำให้ท่านทราบความก้าวหน้าทางการเกษตรล่าช้าเป็นเพราะสาเหตุใดดังต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ เรียงลำดับ จาก 1-5)
- ( ) 11.1 ใช้สื่อที่ไม่เหมาะสมกับงาน
- ( ) 11.2 สื่อที่ใช้เผยแพร่ล้าสมัย
- ( ) 11.3 ขาดบุคลากรที่มีความรู้และไม่มีประสบการณ์ในการใช้สื่อ
- ( ) 11.4 ภาครัฐและหน่วยงานที่รับผิดชอบมีสื่อสำหรับเผยแพร่น้อย
- ( ) 11.5 เกษตรกรขาดความรู้ในเทคโนโลยีใหม่ ๆ
- ( ) 11.6 อื่น ๆ ระบุ .....
12. สื่อที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนิยมใช้เผยแพร่ความรู้ใหม่ ๆ ทางการเกษตรแก่ท่านคือ
- ( ) 12.1 แผ่นโปสเตอร์ ( ) 12.2 สไลด์
- ( ) 12.3 เทปโทรทัศน์ ( ) 12.4 วิทยุกระจายเสียง
- ( ) 12.5 คอมพิวเตอร์ ( ) 12.6 อื่น ๆ ระบุ .....
13. ปริมาณสื่อที่ให้ความรู้ด้านการเกษตรในปัจจุบันท่านคิดว่า
- ( ) 13.1 เพียงพอ มีประสิทธิภาพ ( ) 13.2 เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ
- ( ) 13.3 ไม่เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ ( ) 13.4 อื่น ๆ ระบุ .....
14. จำนวนสื่อเท่าที่มีอยู่ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรท่านคิดว่า
- ( ) 14.1 เพียงพอ มีประสิทธิภาพ ( ) 14.2 เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ
- ( ) 14.3 ไม่เพียงพอ ไม่มีประสิทธิภาพ ( ) 14.4 อื่น ๆ ระบุ .....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. การที่ท่านจะทราบความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการเกษตรแบบใหม่ขึ้นอยู่กับ
- ( ) 15.1 ประสิทธิภาพของสื่อ ( ) 15.2 ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม
- ( ) 15.3 อื่น ๆ ระบุ .....
16. ท่านสนใจที่จะติดตามรับทราบข่าวสารวิทยากรแผนใหม่ทางการเกษตรผ่านสื่อต่างๆ หรือไม่
- ( ) 16.1 สนใจ เพราะ .....
- ( ) 16.2 ไม่สนใจ เพราะ .....
- ( ) 16.3 อื่น ๆ ระบุ .....
17. ท่านสนใจที่จะเข้าร่วมฟังหรืออบรมความรู้ใหม่ ๆ ทางทางการเกษตรจากภาครัฐ หรือไม่
- ( ) 17.1 สนใจ ( ) 17.2 ไม่สนใจ
- ( ) 17.3 อื่น ๆ ระบุ .....
18. ท่านคิดว่าภาครัฐและหน่วยงานที่รับผิดชอบควรจะทำอย่างไรบ้างที่จะให้เกษตรกรได้พัฒนาความรู้ทางการเกษตรเพิ่มขึ้น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เรียงตามลำดับจาก 1-5)
- ( ) 18.1 ปรับปรุงสื่อเผยแพร่ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ( ) 18.2 เพิ่มปริมาณสื่อให้หลากหลายขึ้น
- ( ) 18.3 ฝึกให้เกษตรกรได้ใช้และรู้จักสื่อที่ทันสมัยใหม่ ๆ มากขึ้น
- ( ) 18.4 จัดอบรมความรู้ทางการเกษตรโดยใช้สื่อที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ
- ( ) 18.5 จัดบุคลากรที่มีความรู้ในการเผยแพร่มาเป็นวิทยากร
- ( ) 18.6 อื่น ๆ ระบุ .....
19. สภาพพื้นที่ในท้องถิ่นที่ท่านอาศัยอยู่มีอุปสรรคต่อการสื่อสารที่ต้องใช้สื่อหรือไม่
- ( ) 19.1 มี เพราะ .....
- ( ) 19.2 ไม่มี เพราะ .....
- ( ) 19.3 อื่น ๆ ระบุ .....
20. ท่านคิดว่าสื่อมีความจำเป็นในการเผยแพร่เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางทางการเกษตรหรือไม่
- ( ) 20.1 จำเป็น เพราะ .....
- ( ) 20.2 ไม่จำเป็น เพราะ .....
- ( ) 20.3 อื่น ๆ ระบุ .....

21. ท่านคิดว่าหน้าที่ในการส่งเสริมหรือเผยแพร่ข่าวสารและเทคโนโลยีทางการเกษตรควรจะเป็นหน้าที่ของใครในข้อต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ( ) 21.1 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ( ) 21.2 เจ้าหน้าที่เกษตรตำบล  
 ( ) 21.3 ผู้นำเกษตรกร ( ) 21.4 ผู้นำชุมชน  
 ( ) 21.5 อื่น ๆ ระบุ

22. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

22.1 ท่านคิดว่าสื่อประเภทใดที่ท่าน

(1) ชอบมากที่สุด.....

(2) เพราะ.....

22.2 การพัฒนาความรู้ทางการเกษตรควร

(1) เป็นหน้าที่ของ.....

(2) เพราะ.....

22.3 คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมที่ท่านต้องการ คือ

(1) .....

(2) .....

(3) .....

(4) .....

22.4 สื่อสมัยใหม่ที่ท่านต้องการให้นำมาใช้เผยแพร่ข่าวสารและเทคโนโลยีทางการเกษตรคือ

(1) ..... (2) .....

(3) ..... (4) .....

22.5 ให้แสดงความคิดเห็นตามใจชอบพร้อมทั้งข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบคำถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้