

ทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับการทำนาควน้ำนมแผนใหม่

ในการวิจัยนี้จะศึกษาถึงปัจจัยที่สำคัญ 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านพฤติกรรมการสื่อสาร และปัจจัยด้านการกระทำทางสังคม ซึ่งปัจจัยทั้งสามนี้จะมีผลทำให้เกษตรกรมีทัศนคติในการยอมรับการทำนาควน้ำนมแผนใหม่แตกต่างกันไป ดังนั้นทฤษฎีและแนวความคิดที่จะนำมาสนับสนุนการวิจัยนี้ จะประกอบด้วย

(๑) แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

(๒) ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม

(๓) ทฤษฎีการกระทำทางสังคม ซึ่งเป็นทฤษฎีด้านจิตวิทยาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

การที่แต่ละคนมีความรู้สึกอย่างไร หรือเรามีความเชื่อในสิ่งใดนั้น เป็นทัศนคติของเขา แต่เป็นการยากและบางครั้งก็เป็นไปได้เลยที่จะอธิบายและทำการวัดทัศนคติ นักวิจัยมักจะวัดในสิ่งที่แต่ละคนพูดว่าเป็นความเชื่อและความรู้สึกของเขา จากการใช้คำถามต่าง ๆ หรือโดยการเก็บรวบรวมอาการแสดงออกที่แต่ละคนมีความรู้สึกต่อข้อความก็จะเป็นตัวอยางความคิดเห็นที่ได้จากเขา จากข้อความที่เกี่ยวกับความคิดเห็น ตัวอย่างเหล่านี้ก็นำมาทำการหาข้อสรุปไปถึงทัศนคติ หรือสิ่งที่เราเชื่อถือจริงๆ ใด¹ แต่การหาข้อสรุปเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่ออื่น

¹ อนันต์ ศรีโสภณ, หลักการวิจัยเบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร : บริษัท สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช จำกัด, 2521), หน้า 221.

มีขอบเขตจำกัด บางคนอาจจะแสดงทัศนคติของเขาอย่างแท้จริง เป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไป บางคนอาจจะไม่ทราบว่าเขามีความรู้สึกอย่างไรต่อสังคม เขาอาจจะไม่เคยให้ข้อคิดเห็นอะไรเลย บางคนอาจจะไม่ทราบว่าทัศนคติของเขามีต่อสถานการณ์นั้นเป็นอย่างไร จนกว่าเขาจะเผชิญต่อสถานการณ์นั้นจริง ๆ เสียก่อน¹ เช่นเกี่ยวกับการศึกษาทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อการยอมรับการทำนาหว่านน้ำคั้นใหม่ เกษตรกรจะไม่มีความคิดเห็นหรือไม่มีทัศนคติต่อการทำนาหว่านน้ำคั้นใหม่เลย ถ้าเขาไม่รู้จักหรือไม่เคยทดลองทำนาหว่านน้ำคั้นใหม่ด้วยตนเอง

ความหมายของทัศนคติ

Allport² ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นสภาพความพร้อมของสมองและประสาท ซึ่งมีผลและอิทธิพลโดยตรงต่อการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสภาพการณ์ต่าง ๆ ทั้งหมด หรือต่อสิ่งต่าง ๆ ทั้งหมด ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับตัวบุคคลนั้น

Fishbein³ ให้ความเห็นว่าทัศนคติจะเกี่ยวข้องกับสภาพของจิตใจและระบบประสาทที่อยู่ใต้อาการเตรียมพร้อม ทัศนคตินี้ได้มาจากประสบการณ์ หรือความพยายามโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อที่จะมีอิทธิพลเหนือการตอบสนองของแต่ละบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือต่อสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

¹ เรื่องเดียวกัน.

²G.W. Allport, Attitude Inc. Murchison (ed.), A Handbook of Social Psychology, (Worcoster : Clark University Press, 1935), p. 810.

³Martin Fishbein, Attitude Theory and Measurement, (New York : John Wiley & Sons Inc., 1967), p. 8.

Newcomb¹ ให้ความหมายว่า ทศนคติที่อยู่ในแต่ละบุคคลจะขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ซึ่งจะแสดงออกในทางพฤติกรรม 2 ลักษณะคือ ลักษณะที่ชอบหรือพึงพอใจ ทำให้ผู้นั้นเกิดความพอใจอยากใกล้ชิดสิ่งนั้น อีกลักษณะหนึ่งจะแสดงออกในรูปความไม่พอใจก็จะเกิดความเกลียดชัง ไม่อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น

Thurstone² กล่าวถึงทศนคติว่า เป็นความรู้สึกทางใจอย่างแรงกล้าในด้านบวก หรือลบหรือต่อต้านสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ภายในจิตใจ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ ตัวบุคคล คำพูดหรือแนวความคิด

Thriandis³ ได้รวบรวมแนวความคิดเกี่ยวกับทศนคติจากนักวิชาการต่าง ๆ พอสรุปได้ว่า ทศนคติเป็นการเปลี่ยนความคิดที่เกิดจากอารมณ์โอนเอียงไปในทางที่จะเกิดการกระทำที่พิเศษไปจากสถานการณ์เดิมในสังคมนั้น

ชาญชัย รามโกมุท⁴ ให้ความหมายของทศนคติว่า หมายถึงความรู้สึกทางอารมณ์ว่า ชอบหรือไม่ชอบ และมีแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งในทางสนับสนุนหรือต่อต้าน ทั้งนี้แล้วแต่ความรู้สึกทางอารมณ์ที่เกิดขึ้น

¹ T.M. Newcomb, Social Psychology, (New York : Holt, Rinehart and Winston, 1955); p. 128.

² Charles A. Kiesler, Barry E. Collins and Norman Miller, Attitude Change, (New York : John Wiley & Sons Inc., 1969), p. 2.

³ Harry C. Triandis, Attitude and Attitude Change, (New York : John Wiley & Sons Inc., 1971), p. 3.

⁴ ชาญชัย รามโกมุท, "ทศนคติของนิสิตนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีต่อการปกครองในระบบประชาธิปไตย" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2522), หน้า 9.

เจเลีย บูร์กัท¹ ให้ความหมายว่า ทศนคติ เป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด ทศนคติที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ เกิดจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงอาจเปลี่ยนแปลงไต่ตลอดเวลา ตามประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น แต่กระบวนการเปลี่ยนแปลงอาจจะเร็วหรือช้า แล้วแต่นิสัยของทศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

นิพนธ์ คันทเสวี² ให้ความหมายว่า ทศนคติเป็นสิ่งที่ซับซ้อนของการแสดงออกของบุคคลที่จะกระทำต่อสิ่งของ บุคคล หรือ สถานการณ์ ทศนคติจึงมีความสำคัญในการมีปฏิริยาโต้ตอบต่อสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว หากบุคคลจะทำหรือแสดงออกอะไรสักอย่างหนึ่งออกมาต่อสิ่งใด เขาย่อมกระทำไปตามทศนคติที่เขามีต่อสิ่งนั้น ๆ ทศนคติของบุคคลจึงมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในความสัมพันธ์ทางสังคม

จากคำจำกัดความเหล่านี้พอที่จะเห็นได้ว่า ทศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ³

1. การเรียนรู้ (Cognitive component) ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือเกิดจากประสบการณ์ของแต่ละคน

2. ความรู้สึก (Affective component) ทศนคติเป็นสภาพทางจิตใจ เกิดจากอารมณ์ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความคิด ถ้าคนมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

¹ เจเลีย บูร์กัท, "จิตวิทยาสังคม," ใน วิทยาศาสตร์สังคม, สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา, 2517), หน้า 218.

² นิพนธ์ คันทเสวี, สรุปรายงานการวิจัยการศึกษาเบื้องต้นเกี่ยวกับทศนคติของคนไทยบางกลุ่มที่มีต่ออาหารอเมริกันที่ประจำในไทย, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม, 2511), หน้า 13.

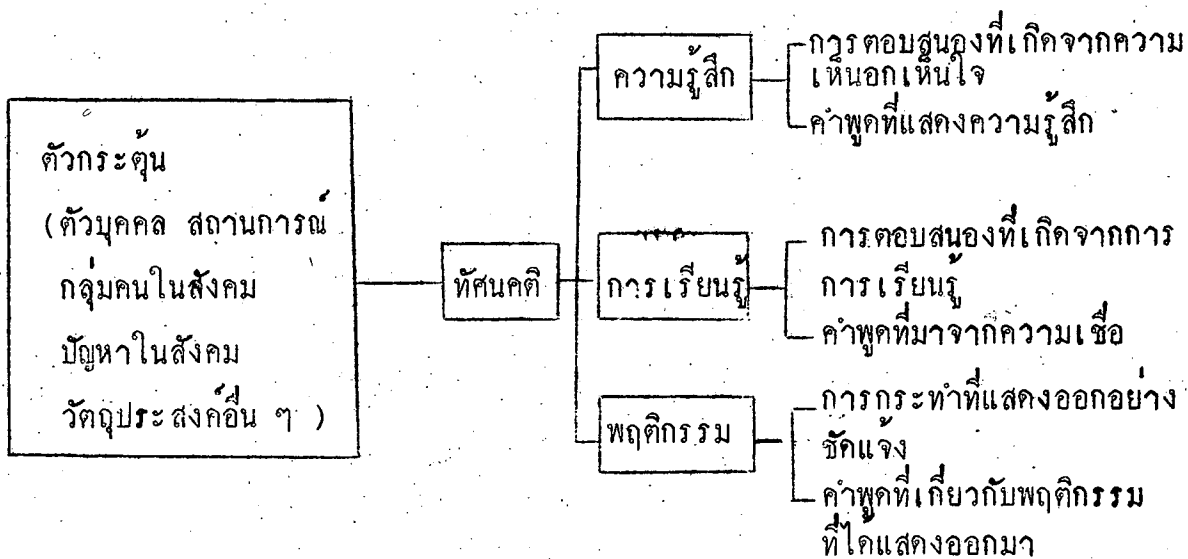
³ Harry C. Triandis, Attitude and Attitude Change, p. 3.

เขาก็จะมีสภาพจิตใจที่สนับสนุนหรือต่อต้านต่อสิ่งนั้นอย่างถาวรพอสมควร

3. พฤติกรรมที่แสดงออก (Behavioral component) ทักษะคติเป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก เพราะถ้ามีความรู้สึกต่อสิ่งใดแล้ว ก็จะมีท่าทีต่อสิ่งนั้นในลักษณะอันจำกัค

เช่นเดียวกับ Rosenberg และ Hovland¹ ได้อธิบายถึงทักษะคติว่า ตัวกระตุ้นซึ่งได้แก่ ตัวบุคคล สถานการณ์ กลุ่มคนในสังคม ปัญหาในสังคม และวัตถุประสงค้อื่น ๆ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกระตุ้นให้ทักษะคติก่อรูปขึ้น โดยที่ทักษะคติที่เกิดขึ้นจะประกอบด้วย ความรู้สึก (Affect) การเรียนรู้ (Cognition) และพฤติกรรม (Behavior) ดังที่เขาได้เสนอแผนภูมิขององค์ประกอบของทักษะคติไว้ดังนี้ คือ

แผนภูมิที่ 1 องค์ประกอบของทักษะคติ²



¹ Harry C. Triandis, Ibid.,

² Ibid.

1.2 ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (Adoption of Innovations Theories)

Golsen และ Rails¹ ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมไว้

3 ประการ คือ

- (1) เป็นการยอมรับครั้งแรกหรือเป็นการทดลองใช้นวัตกรรมของคนใดคนหนึ่ง หรือของกลุ่ม
- (2) เป็นการใช้นวัตกรรมนั้นต่อไปเรื่อย ๆ
- (3) เป็นความเห็นที่ว่า เป็นการยอมรับภายในจิตใจของคนแต่ละคนที่มีต่อ นวัตกรรมนั้น เมื่อคนเหล่านี้มีวิถีชีวิตในสังคมเดียวกัน

ดังนั้นการที่จะถือว่าเป็นการยอมรับนวัตกรรมอย่างสมบูรณ์นั้น จะต้องรวมแนวความคิดทั้ง 3 ข้อเข้าด้วยกัน แต่ในการวิจัยนี้จะศึกษาถึงแนวความคิดที่ (1) และ (3) เท่านั้น โดยไม่คำนึงว่าจะมีการใช้นวัตกรรมนั้นต่อไปหรือไม่ //

ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรมนี้จะเกี่ยวข้องกับการสื่อสารและการเผยแพร่ นวัตกรรมโดย ถือว่าการเผยแพร่ นวัตกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสาร ต่างกันที่ว่าการสื่อสารเป็นการเผยแพร่ข่าวสารทุกประเภทไม่ว่าเก่าหรือใหม่ แต่ในการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้น ข่าวสารที่ผู้รับสาร ได้รับจะเป็นสิ่งใหม่เท่านั้น ผู้รับสารจึงต้องเสี่ยงต่อการยอมรับหรือไม่ยอมรับ นวัตกรรม ในการเผยแพร่ นวัตกรรมจะทำให้เข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารในฐานะที่เป็นกระบวนการหลายขั้นตอน (Multi - steps process) ดังนั้นการศึกษาถึงการเผยแพร่ นวัตกรรมจะต้องศึกษาถึงความคล่องตัวของ การสื่อสาร โดยพิจารณาถึงบทบาทของช่องทาง การสื่อสารที่ต่างกัน สื่อมวลชนจะมีความสำคัญในการที่จะให้คนรับรู้อะไร และให้ความรู้เกี่ยวกับ นวัตกรรมนั้นแก่ผู้รับสาร และสื่อบุคคลจะ

¹ Rose K. Goldsen and Max Rails, Factors Related to Acceptance of Innovations in Bang Chan, Thailand, Southeast Asia Program Data Paper, 3rd ed. (Ithaca, N.Y. : Cornell University, 1963), p. 1.

มีบทบาทสำคัญในการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อนวัตกรรม Rogers และ Shoemaker¹ สรุปว่า ในการเผยแพร่ นวัตกรรม จะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. นวัตกรรม (Innovation) จะต้องเป็นสิ่งใหม่หรือความคิดใหม่ที่ต้องการจะเผยแพร่
2. สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร (Communication channel) นวัตกรรมจะเผยแพร่ไปสู่ผู้รับนวัตกรรม โดยผ่านสื่อ หรือช่องทางการสื่อสาร
3. ระยะเวลา (Over time) ในการเผยแพร่ นวัตกรรม จะต้องใช้ระยะเวลาในการที่เขาจะตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม
4. ผู้รับนวัตกรรม (Adopter) ได้แก่ สมาชิกในสังคมที่มีนวัตกรรมนั้นเกิดขึ้น

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบในการเผยแพร่ นวัตกรรมข้างต้นนี้แล้ว จะคล้ายคลึงกับรูปแบบของการสื่อสาร Aristotle² ให้ความเห็นว่า การสื่อสารประกอบด้วย ผู้พูด (Speaker) คำพูด (Speech) และผู้ฟัง (Listener) Lasswell³ เห็นว่าการสื่อสารจะต้องประกอบด้วย Who says what, through what channels of communication, to whom, with what effect. Berlo⁴ เสนอรูปแบบขององค์ประกอบในการสื่อสารจะต้องประกอบด้วย S - M - C - R - E (Source - Message - Channel - Receivers - Effects) ซึ่งใกล้เคียงกับองค์ประกอบในการเผยแพร่ นวัตกรรม Rogers และ Shoemaker ได้แสดงให้เห็นในรูปแบบดังนี้

¹ Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations, 2d ed. (New York : The Free Press, 1971), p. 18.

² Ibid.

³ Ibid.

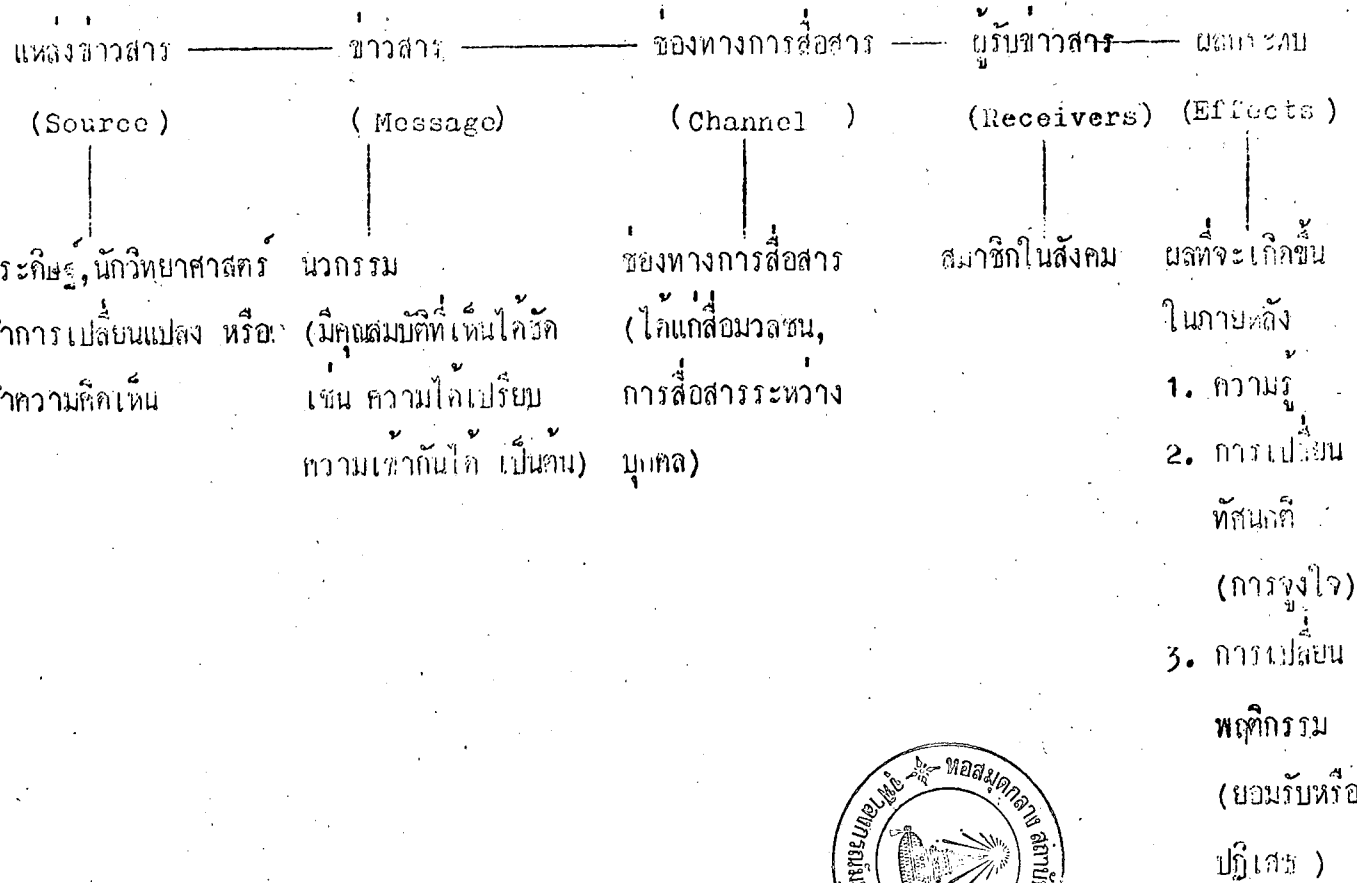
⁴ Ibid.

แผนภูมิที่ 2 องค์ประกอบในการเผยแพร่ข่าวกรองและรูปจำลองการสื่อสารแบบ S - M - C - R¹

องค์ประกอบของแบบจำลอง

S - M - C - R :

องค์ประกอบที่เหมือนกันในการ
เผยแพร่ข่าวกรอง :



¹ Everett M. Rogers and P. Floyd Shoemaker, Ibid., p. 20.

นอกจากนี้ Rogers และ Shoemaker¹ ได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า ในการเผยแพร่ นวัตกรรมไปสู่ผู้รับนวัตกรรมจะต้องประกอบด้วย

1. ความคิดใหม่
2. บุคคลที่รู้เรื่องความคิดใหม่นั้น
3. บุคคลที่ไม่รู้เรื่องความคิดใหม่นี้มาก่อน
4. ช่องทางการสื่อสารที่บุคคลที่รู้เรื่องความคิดใหม่จะใช้ติดต่อถึงบุคคลที่ไม่รู้เรื่องความคิดใหม่นี้

ในการเผยแพร่นวัตกรรมโดยเฉพาะที่เป็นนวัตกรรมด้านการเกษตร Rogers² กล่าวว่าสามารถกระทำได้ 4 แนวทาง คือ

1. อย่างไม่เป็นทางการ ได้แก่ เพื่อนบ้าน ญาติ
2. พนักงานเดินตลาดและพ่อค้าขายปลีก
3. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
4. สื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และเอกสารสิ่งพิมพ์ทุกชนิด

เมื่อนวัตกรรมเผยแพร่ผ่านแนวทางทั้งสี่แนวไปยังสมาชิกในสังคมแล้ว ก็มีได้หมายความว่าสมาชิกของระบบสังคมนั้นจะยอมรับนวัตกรรมนั้นทีเดียว สมาชิกจะยอมรับนวัตกรรมเร็วหรือช้าต่างกันเพราะในแต่ละสังคมมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมต่างกัน

สำหรับนวัตกรรมที่คนจะยอมรับหรือไม่ยอมรับนั้น Rogers³ พบว่าขึ้นอยู่กับลักษณะสำคัญ 5 ประการ คือ

¹Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Ibid., p. 24.

²Everett M. Rogers, Social Change in Rural Society, (New York : Appleton - Century - Grafts, 1960), p. 399.

³Everett M. Rogers, Diffusion of Innovations, (New York : The Free Press, 1962), pp. 124 - 133.

1. ข้อดีของนวัตกรรมที่เทียบเคียงได้ (Relative advantage)
2. ความสอดคล้องกันกับความคิดเห็นของคน (Compatability)
3. ความซับซ้อนของนวัตกรรม (Complexibility)
4. การแบ่งแยกเป็นขั้นตอน (Divisibility)
5. การติดต่อกันได้ (Communicability)

Beal และ Bohlen¹ นักสังคมวิทยาชนบท ได้เสนอขั้นตอนในการยอมรับนวัตกรรมไว้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) เป็นขั้นที่คนเริ่มรับรู้และเรียนรู้ นวัตกรรมนั้น แต่ยังไม่ซำครายละเอียด
2. ขั้นสนใจ (Interest stage) เป็นขั้นที่คนมีความสนใจในนวัตกรรมนั้น และแสวงหารายละเอียดเพิ่มเติม
3. ขั้นประเมินผล (Evaluation stage) เป็นขั้นที่คนนำนวัตกรรมมาไตร่ตรองดูว่านวัตกรรมนั้นดีหรือไม่ ควรจะยอมรับหรือไม่ยอมรับ การประเมินผลนี้จะอยู่ในจิตใจของแต่ละคน
4. ขั้นทดลองปฏิบัติ (Trial stage) เป็นขั้นที่คนนำเอานวัตกรรมนั้นมาทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง
5. ขั้นยอมรับ (Adoption stage) เป็นขั้นสุดท้าย เมื่อได้ทดลองปฏิบัติจนเป็นที่พอใจแล้ว ถ้าเขาเห็นว่านวัตกรรมนี้ดี ก็จะยอมรับนวัตกรรมนั้นและนำไปปฏิบัติต่อไป

¹ G. M. Beal and J. M. Bohlen, The Diffusion Process, (Ames : Iowa Agricultural Extension Service, Special Report, 1957), p. 18.

ขั้นตอนการยอมรับทั้ง 5 ขั้นนี้ จะเป็นไปตามลำดับ จะข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไม่ได้ Bohlen¹ ได้สรุปถึงสิ่งที่เขาได้พบในการวิจัย ถึงบทบาทของแหล่งข่าวสารและช่องทางการสื่อสารของการยอมรับในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

¹J.M. Bohlen, "The Adoption and Diffusion of Ideas in Agriculture." in James H. Copp.(ed), Our Changing Rural Society : Perspectives and Trends, (Ames : Iowa State University Press, 1964), pp. 277 - 288.

แผนภูมิที่ 3 ลำดับของแหล่งข่าวสารในแต่ละชั้นของกระบวนการยอมรับ¹

การรับรู้	การหาความรู้	การประเมินผล	การทดลอง	การยอมรับ
มีความรู้ในการปฏิบัติ แต่ขาดรายละเอียด	แสวงหาความรู้และรายละเอียดมากขึ้น	ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจจะชักสั่นใจยอมรับหรือปฏิเสธ	การทดลองปฏิบัติ	การยอมรับไปปฏิบัติ
1. สื่อมวลชน, นิตยสาร, หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์	1. สื่อมวลชน	1. เพื่อนบ้านและมิตรสหาย	1. เพื่อนบ้านและมิตรสหาย	1. เพื่อนบ้านและมิตรสหาย
2. เจ้าหน้าที่การเกษตร	3. เพื่อนบ้านและมิตรสหาย	2. พอกา	2. พอกา	2. พอกา
3. เกษตรกรคนอื่น ๆ	4. เจ้าหน้าที่การเกษตร	3. เจ้าหน้าที่การเกษตร	3. เจ้าหน้าที่การเกษตร	3. เจ้าหน้าที่การเกษตร
4. พอกา		4. สื่อมวลชน	4. สื่อมวลชน	4. สื่อมวลชน

¹ J.M. Boken, Ibid., p. 282.

Everett M. Rogers และ F. Floyd Shoemaker¹ ได้สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม จะประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นมีความรู้ (Knowledge stage) เป็นขั้นที่คนเริ่มทราบข่าวว่ามีนวัตกรรมเกิดขึ้น และทราบนวัตกรรมนั้นคืออะไร
2. ขั้นการจูงใจ (Persuasion stage) เป็นขั้นที่ทัศนคติเริ่มก่อตัวในทางที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น
3. ขั้นตัดสินใจ (Decision stage) เป็นขั้นที่คนจะนำเอานวัตกรรมไปทดลองปฏิบัติเพื่อที่จะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะรับหรือไม่รับนวัตกรรม
4. ขั้นยืนยัน (Confirmation stage) เป็นขั้นที่คนจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนการยอมรับ หรือการไม่ยอมรับนวัตกรรม

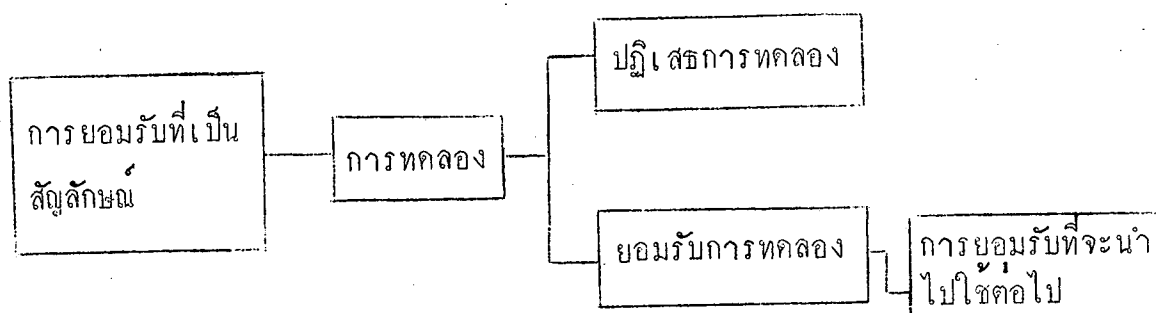
สำหรับลำดับก่อนหลังในการยอมรับนวัตกรรมนั้น Lionberger² ได้แบ่งผู้ยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 5 พวก คือ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Innovators) พวกยอมทำตามเร็ว (Early adopters) พวกส่วนใหญ่ที่ยอมรับทำตาม (Early Majority) ; พวกส่วนใหญ่ที่ยอมรับทำตามช้ากว่า (Late Majority) และพวกล่าช้า (Laggards) ซึ่งพวกต่าง ๆ เหล่านี้จะมีความแตกต่างกันในการหาแหล่งข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ อย่างเช่น ผู้นำการเปลี่ยนแปลง และพวกยอมทำตามเร็วจะใช้การศึกษาและเทคนิคอื่น ๆ ในขณะที่พวกอื่นเพื่อนบ้านจะเป็นแหล่งข่าวสารสำคัญของพวกส่วนใหญ่ที่ยอมรับทำตามและพวกส่วนใหญ่ที่ยอมรับทำตามช้ากว่า

¹ Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations, p. 103.

² Herbert F. Lionberger, Adoption of New Ideas and Practices, (Ames: Iowa State University Press, 1960); pp. 42-47.

Klonglan และ Coward¹ กล่าวว่า การยอมรับที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic Adoption) เป็นการยอมรับทางจิตใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการยอมรับ ดังนั้นการยอมรับความคิดเห็นในเรื่องนวัตกรรมหลังจากได้ประเมินผลแล้วแต่ยังไม่ได้ปฏิบัติ การริเริ่มนำความรู้ใหม่ๆ ไปใช้ การยอมรับการปฏิบัติ เช่นนั้นเป็นความคิดที่ดี การยอมรับหลังจากได้ทดลองทำแล้ว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นกระบวนการยอมรับ สามารถเขียนอธิบายเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 4 กระบวนการยอมรับที่เป็นสัญลักษณ์



ได้มีผู้สรุปความเห็นอย่างกว้าง ๆ ในเรื่องการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมไว้ดังนี้

1. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนจะมีอายุไม่แตกต่างจากผู้ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง

¹G.E. Klonglan and E.W. Coward Jr., "The Concept of Symbolic Adoption : A Suggested Interpretation," Rural Sociology, Vol. 35 No. 1. cited by Tula Teerachutimanan, "Some Factors Affecting to Adoption of Multiple Cropping in Irrigation Area of Petch Buri Province," (Master' s thesis, Department of Agricultural Extension, Kasetsart University, 1979), p. 35.

²Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations, pp. 185 - 189.

2. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมจะเป็นผู้อ่านออกเขียนได้มากกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
3. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมจะเป็นผู้มีสถานภาพทางสังคมสูงกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
4. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมจะมีขนาดที่ดินมากกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
5. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมจะเข้าร่วมในกิจกรรมสังคมมากกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
6. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมมีประสบการณ์งานนอกสังคมมากกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
7. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมติดต่อกับผู้นำการเปลี่ยนแปลงมากกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
8. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
9. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมมีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมากกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง
10. ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนยอมจะเสาะหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นมากกว่าผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมในภายหลัง

1.3 ทฤษฎีการกระทำทางสังคม (Theories of Social Action)

ทฤษฎีการกระทำทางสังคมนี้พยายามจะอธิบายพฤติกรรมของคนในสังคม ซึ่งทฤษฎีเหล่านี้จะบอกถึงปัจจัยบางอย่างที่มีผลต่อพฤติกรรมของคน ในการวิจัยนี้จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับนวัตกรรม ดังนั้นจึงได้นำเอาทฤษฎีการกระทำทางสังคมมาเกี่ยวข้องด้วย

William W. Reeder¹ ได้อธิบายแนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการกระทำทาง

¹William W. Reeder, "Beliefs, Disbeliefs and Social Action," Department of Rural Sociology Bulletin, (Ithaca, N.Y. : Cornell University, 1973), p. 74.

สังคมไว้ว่า ทฤษฎีนี้สามารถที่จะเข้าใจ วินิจฉัย และอธิบายพื้นฐานเบื้องต้นทางค่านิยมจิตวิทยา ของคนซึ่ง เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของคน Reeder แบ่งองค์ประกอบที่ เป็นเหตุผลในการตัดสินใจของคนเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยสนับสนุน (Able Factors) ในการวิจัยนี้จะ ศึกษาถึงทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อการยอมรับการทำงานนำตามแผนใหม่ ดังนั้นการที่เกษตรกร ตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับการทำงานนำตามแผนใหม่ ก็จะขึ้นอยู่กับความรู้สึกลึกภายในจิตใจ ของเกษตรกรแต่ละคน ซึ่งเขาจะมีเหตุผลแตกต่างกันไปตามความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทำให้ เกิดทัศนคติที่ไม่เหมือนกัน

องค์ประกอบที่เป็นเหตุผลในการตัดสินใจ¹

1. ปัจจัยดึงดูด

1.1 เป้าหมาย (Goals) การกระทำทุกอย่างจะต้องมีเป้าหมายหรือมีวัตถุประสงค์ อาจจะเป็นความเชื่อ ความรู้สึก แดงการณ์ ของราชการ และอาจจะเป็นจากเงื่อน ไขที่ตนเองหรือคนอื่นเป็นผู้กำหนดขึ้นให้ เป็นไปตามความปรารถนา

1.2 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดหรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นเอง โดยปราศจากการอ้างอิงใด ๆ ความเชื่อนี้จะมีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจ เพราะคนส่วนมากจะ เลือกกระทำตามความเชื่อพื้นฐานที่เขามีอยู่ดั้งเดิม

1.3 ค่านิยม (Value) เป็นระบบหนึ่งของความเชื่อ การดำรงชีวิตอยู่ในสังคม นั้น ๆ จะต้องสร้างเงื่อนไขในการดำรงชีวิต การที่จะทำหรือไม่ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดมีพื้นฐานมาจาก การที่สังคมนั้นตัดสินใจแล้วว่าดีหรือเลว

¹William W. Reeder, Ibid., pp. 74 - 77.

1.4 ความเคยชินและขนบธรรมเนียมประเพณี (Habits and Customs) เป็นรูปแบบที่สร้างขึ้นมาจากความรับผิดชอบภายในกลุ่ม ซึ่งคนในสังคมจะยอมรับด้วยความเต็มใจ เป็นแบบอย่างที่ดีมีเหตุผล การกระทำที่แสดงออกมาเช่นนี้เป็นเพราะความเคยชิน และเป็นประเพณีดั้งเดิมที่ยึดถือกันมานาน

2. ปัจจัยผลักดัน

2.1 ความคาดหวัง (Expectations) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตัวเรา หรือที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล กลุ่ม และสังคม ที่ใฝ่คิดหรือหวังให้ตัวเราควรจะมี ความเชื่อ มีความรู้สึก หรือแสดงการกระทำออกมาตามที่เขาคงต้องการ

2.2 ข้อผูกพัน (Commitments) เมื่อมีการรวมกลุ่มกิจกรรมพิเศษขึ้นในสังคม ก็จะมีข้อผูกพันที่สมาชิกในกลุ่มจะต้องทำคามสัญญาหรือข้อผูกพันตามที่กลุ่มได้ตั้งขึ้น

2.3 การบังคับ (Force) เป็นความรู้สึกของคนที่จะต้องกระทำ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยไม่มีทางเลือก อาจจะถูกบังคับโดยกฎหมาย หรือกฎหมายก็ได้ การบังคับนี้จะรุนแรงกว่าการสมัครใจทำเอง

3. ปัจจัยสนับสนุน

3.1 โอกาส (Opportunity) เป็นความเชื่อของคน ที่คิดว่าตนอยู่ใน สถานการณ์ที่สามารถจะเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ได้ตามโอกาสที่ตนมีอยู่ แต่บางคนก็ไม่มีโอกาส จะเลือกกระทำได้ เพราะสถานการณ์ไม่เอื้ออำนวย

3.2 ความสามารถ (Ability) การที่คนยอมรับว่าตนเองมีขีดความรู้ความสามารถเพียงใด ที่จะสามารถกระทำสิ่งทีตนต้องการให้สำเร็จลุล่วงไปได้

3.3 การสนับสนุน (Support) เป็นส่วนหนึ่งของการช่วยเหลือ หรือต่อต้าน ซึ่งเกิดจากตัวบุคคลหรือกลุ่มให้ความสนับสนุนด้านความคิด หรือเป็นแรงกระตุ้นให้คนกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งลงไป เนื่องจากเขารู้สึกว่ามีผู้สนับสนุนให้เขาทำ

องค์ประกอบของการกระทำทางสังคมที่กล่าวแล้วข้างต้น จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคน และ Reeder ได้อธิบายต่อไปว่าการกระทำทางสังคมนี้จะแสดงออกได้ 5 รูปแบบด้วยกัน คือ¹

1. ความคิดเห็น (Opinions)
2. อารมณ์ หรือความรู้สึก (Sentiments)
3. การกระทำที่สมมติขึ้นมา (Hypothetical Actions)
4. การตอบสนองโดยแสดงพฤติกรรมแปลก ๆ (Gross Behavioral Responses)
5. ความชำนาญ หรือเล่ห์เหลี่ยม (Artifacts)

2. รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 รายงานวิจัยภายในประเทศ

การศึกษาทัศนคติในการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรนั้น คีเรก ฤกษ์ห่วย² กล่าวไว้ในข่าวสาร เกษตรศาสตร์ เกี่ยวกับชาวนายอมรับวิธีการใหม่ เพราะทำนาครั้งที่ 2 ว่า การที่จะให้ชาวนายอมปลูกข้าวพันธุ์ดี โดยวิธีบีบบังคับทางอ้อม จะต้องให้ชาวนารู้จักใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ยาฆ่าหญ้า ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เป็นการสอนให้ชาวนาตระหนักว่ามีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้เกี่ยวกับความรู้และสิ่งปฏิบัติแผนใหม่ เพื่อที่จะได้ผลผลิตสูงขึ้น รายได้สูงขึ้น ความเป็นอยู่ดีขึ้น การออมทรัพย์ ก็จะตามมาในที่สุด และการลงทุนที่เพิ่มขึ้น ผลผลิตมีมากขึ้น จะเป็นวงจรตามมา จึงอาจกล่าวได้ว่าการที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมให้ชาวนาปลูกข้าวพันธุ์ดีเป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของชาวนาโดยทันที ในการที่จะยอมรับการใช้สิ่งปฏิบัติแผนใหม่ โดยไม่ต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติของเกษตรกรก่อน

¹William W. Reeder, Ibid., p. 78.

²คีเรก ฤกษ์ห่วย, "ชาวนายอมรับวิธีการใหม่เพราะทำนาครั้งที่ 2," ข่าวสาร เกษตรศาสตร์ 18 (กุมภาพันธ์ 2516) : 61.

จากการสำรวจร่วมกันของกรมพัฒนาที่ดินและกรมการปกครอง¹ กล่าวถึงความคิดเห็นในการทำนาครั้งที่ 2 ว่าเป็นวิทยาการแผนใหม่ทางการเกษตรที่ช่วยเพิ่มผลผลิตในการเกษตร โดยเกษตรกรปลูกข้าวเพิ่มขึ้นอีกครั้งหนึ่งจากเดิมที่เคยปลูกพืชปีละครั้ง ทำให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และจึงพบว่าผลผลิตต่อเนื่องของการทำนาครั้งที่ 2 สูงกว่าการทำนาปีอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากสภาพการผลิตของการทำนาครั้งที่ 2 สมบูรณ์กว่าการทำนาปี คือมีน้ำเพียงพอและชาวนาใช้ปุ๋ยในการทำนาครั้งที่ 2 มากกว่านาปี

ลักษณะ ศึกษายุทธ² ศึกษาถึงทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อวิทยาการทำนาครั้งที่ 2 ในจังหวัดราชบุรี โดยศึกษาจากเกษตรกรที่มีอาชีพหลักคือการทำนา ซึ่งมีทั้งทำนาครั้งเดียว และทำนา 2 ครั้งต่อปี ในเขตอำเภอเมือง อำเภอโพธารามและอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งมีการทำนา 2 ครั้ง เพียง 3 อำเภอเท่านั้น และดำเนินเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 150 ตัวอย่าง ปรากฏว่าสิ่งจูงใจที่ทำให้เกษตรกรทำนาครั้งที่ 2 คือ ทำให้เศรษฐกิจในครอบครัวดีขึ้น สมาชิกในครอบครัวยันชั้นแข็ง และค่าใช้จ่ายงานตลอดปี นอกจากนี้เกษตรกรยังพบว่าการทำนาครั้งที่ 2 มีกำไรเท่า ๆ กับการทำนาปี

ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตรแผนใหม่นั้น ได้มีผู้ทำการวิจัยได้หลายเรื่องด้วยกัน ดังที่จะกล่าวต่อไป

¹ กรมพัฒนาที่ดินและกรมการปกครอง, "รายงานผลการวิจัยเรื่องภาวะเศรษฐกิจและสังคมของชาวนาที่ทำนาปีละ 2 ครั้ง บางจังหวัดในภาคกลางและภาคใต้ พ.ศ. 2519," (อัครสัจนา), หน้า 19.

² ลักษณะ ศึกษายุทธ, "การศึกษาศึกษาทัศนคติของเกษตรกรที่มีต่อวิทยาการทำนาครั้งที่ 2 ในจังหวัดราชบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2522), บทคัดย่อ

กรมวิชาการเกษตร¹ ได้ทำการศึกษาถึงความสนใจของชาวนาในการใช้วิทยาการ
 แขนใหม่ต่าง ๆ ในการทำนาในฤดูนาปีของ 10 จังหวัด คือในภาคกลาง - กลาง 4 จังหวัด
 มีอ่างทอง สิงห์บุรี ชัยนาท อุทัยธานี ภาคกลาง - ตะวันตก 6 จังหวัดมีสมุทรสาคร นครปฐม
 เพชรบุรี ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี และในฤดูนาปรัง 8 จังหวัดคือ ในภาคกลาง - กลาง
 4 จังหวัดในภาคกลาง - ตะวันตก 4 จังหวัด ยกเว้น ราชบุรี กาญจนบุรี ซึ่งไม่มีการทำนาปรัง
 สรุปผลได้ว่า ปัจจัยทางสังคม ซึ่งได้แก่ สภาพการถือครองที่ดิน อายุ การศึกษา การเข้าเป็น
 สมาชิกกลุ่ม และการไปดูแปลงทดสอบเพิ่มผลผลิตข้าวในนารายกร มีความสัมพันธ์อย่างมากกับ
 การใช้วิทยาการแขนใหม่ในการทำนา

ครั้งแรก ถุกษร่าย² สรุปการยอมรับสิ่งใหม่คือ การทำนาปรังของชาวนาในเขตจังหวัด
 ปทุมธานี โดยพิจารณาจาก คะแนนเฉลี่ยสะสมว่า ชาวนากลุ่มยอมรับเร็ว และกลุ่มยอมรับช้า นั้น
เพื่อนบ้านมีอิทธิพลมากที่สุด และรองลงมาคือร้านค้าเคมีภัณฑ์เกษตร และสถานีวิทยุตามลำดับ
 ดังนั้นเพื่อนบ้านจึงนับว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อการยอมรับสิ่งใหม่ ๆ ทางการเกษตร ส่วนวิทยุมี
 ความสำคัญรองลงมา

¹กรมวิชาการเกษตร กองแผนงาน, ความสนใจของชาวนาในการใช้วิทยาการ
 แขนใหม่, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์สำนักข่าวพาณิชย์, 2521), หน้า 42 - 51.

²ครั้งแรก ถุกษร่าย, "ปัญหาและอุปสรรคในการทำนาปรังของชาวนาในเขตจังหวัด
 ปทุมธานีปี 2517," เอกสารวิจัยฉบับที่ 3, สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตร-
 ศาสตร์, (อัครสำเนา)

ตุลา ชีรชุกติมานันท์¹ ศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกพืชสามครั้งต่อปี ในเขตชลประทานเพชรบุรี โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างวิธีสุ่มจากเกษตรกรในเขตโครงการชลประทานเพชรบุรี จำนวน 106 ราย ประกอบด้วยเกษตรกรปลูกพืชสามครั้งจำนวน 19 ราย และเกษตรกรกลุ่มปลูกพืชสองครั้ง จำนวน 87 ราย ผลการวิจัยปรากฏว่า อายุ และจำนวนครั้งในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่การเกษตร ของเกษตรกรทั้งสองกลุ่ม มีความแตกต่างกันอย่างมาก แต่ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ ในเรื่องของการร่วมมือ และไม่มีปัญหาในการปลูกพืชกับเพื่อนบ้านในการปลูกพืช รวมทั้งขนาดเนื้อที่แรงงาน รายได้ การใช้สินเชื่อ และราคาข้าว

จากการวิจัยของพิศมัย กระแสอินทร์² เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ พอสรุปได้ว่า ในการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

1. คุณลักษณะของเกษตรกร เช่น ความรู้ รายได้ สภาพความเป็นอยู่ในสังคม
2. คุณลักษณะของเทคโนโลยี
3. คุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

ส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรม การสื่อสารพบว่า การเข้าร่วมประชุมและการอบรมที่ทางราชการหรือเพื่อนบ้านจัดขึ้น การติดต่อบริษัทเพื่อนบ้าน การสนใจฟังรายการความรู้ทางกวีเกษตร

¹ ตุลา ชีรชุกติมานันท์, "ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกพืชสามครั้งต่อปี ในเขตชลประทานเพชรบุรี" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2522), บทคัดย่อ.

² พิศมัย กระแสอินทร์, "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 70 - 73.

ทางวิทยุกระจายเสียง การอ่านหนังสือพิมพ์หรือเอกสารทางการเกษตร การจัดทำแปลงสาธิต การเอาใจใส่ของพนักงานส่งเสริม จะมีความสัมพันธ์ในเชิงสนับสนุน ต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร

จากผลงานวิจัย ของวีรวรรณ กาญจนรังษี¹ เรื่องปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับชาวพันธุ์ปรับปรุงใหม่ของเกษตรกรในท้องที่ตำบลมะกอก อำเภอบำรุง จังหวัดลำพูน ปรากฏว่าเกษตรกรที่มีอาชีพทำนา 118 ราย ยังคงปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองและพันธุ์รัฐบาลเล็กส่งเสริมไปแล้ว มีผู้ปลูกข้าวพันธุ์ใหม่เพียงร้อยละ 3.39 ส่วนเหตุผลที่ปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมือง เพราะปลูกตามบรรพบุรุษที่เคยปลูกมาก่อนแล้วเป็นเวลานาน บริโภคอร่อย และได้รับคำแนะนำจากผู้อื่น ตามลำดับ เกษตรกรส่วนใหญ่ทราบว่าพันธุ์ข้าวที่รัฐบาลส่งเสริมอยู่หลายพันธุ์ จากเพื่อนบ้าน วิทยุ กำนันผู้ใหญ่บ้านและเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรตามลำดับ

Catherine Mc Dole² ศึกษาถึงสภาพสังคมและวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ดที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม คือ การใช้ปุ๋ยเคมี การใช้ยาฆ่าแมลง การปลูกข้าวพันธุ์ดี และการเลี้ยงหมูพันธุ์ดี พบว่าการบอกเล่าจากเพื่อนบ้านที่เคยทดลองใช้ การประชุมลูกบ้าน การพิมพ์เอกสารจะช่วยให้เผยแพร่ นวัตกรรมทั้ง 4 ชนิด ให้เกษตรกรยอมรับมากยิ่งขึ้น

¹ วีรวรรณ กาญจนรังษี, "ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับชาวพันธุ์ปรับปรุงใหม่ของเกษตรกรในท้องที่ตำบลมะกอก อำเภอบำรุง จังหวัดลำพูน" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2520), บทคัดย่อ.

² Catherine Mc Dole, A Report on Socio Cultural Conditions in the Yong Study of Soi-Et in Northeast Thailand, (Bangkok : United States Operations Mission to Thailand, 1963), p. 23.

โครงการระหว่างไทยและมหาวิทยาลัยคอร์แนลมี Goldsen และ Rails¹ เป็นผู้ดำเนินการวิจัยถึงปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมของเกษตรกรบ้านบางชัน อำเภอมโนรมย์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งนวัตกรรมนั้นได้แก่ การใช้รถจักรยานยนต์ การใช้ปุ๋ย การเลี้ยงปลาหมอเทศ และการเพาะเห็ดฟาง ผลการวิจัยปรากฏว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ปัจจัยด้านการสื่อสาร และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมส่วนมากจะมีฐานะทางเศรษฐกิจสูง มีความสามารถในการอ่านออกเขียนได้สูง มีการดำรงชีวิตแบบในเมือง มีการเปิดรับสื่อมวลชนสูง มีการติดต่อกับสังคมภายในชุมชนอย่างกว้างขวาง และมีการใช้สถาบันสินเชื่อกันอย่างแพร่หลาย

Thanya Teerasart² ให้ความเห็นว่าปัจจัยที่ก่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม คือ ปัจจัยด้านสังคมวิทยา จิตวิทยา การสื่อสาร มนุษยวิทยา การศึกษา เศรษฐกิจและการเมือง

ในคานาแหล่งข่าวสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเกษตรแผนใหม่ นั่นคือว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้เกษตรกรยอมรับนวัตกรรม จากรายงานผลการสำรวจสภาะการทํานาปีและนาปรังปี 2516 - 2517 ของกรมวิชาการเกษตร³ รายงานว่าความรู้เกี่ยวกับการทํานา วิद्यุเป็นแหล่งสำคัญที่สุด ซึ่งโดยเฉลี่ยของทุกภาคแล้ว ชาวนาได้รับความรู้เกี่ยวกับการทํานา

¹Rose K. Goldsen and Max Rails, Factors Related to Acceptance of Innovations in Bang Chan, Thailand, p. 16.

²Thanya Teerasart, "Incentives and Disincentives for Behavioral Change by Farmers Related to Adoption of Dry-Season Cropping in Northeast Thailand" (Doctorial Thesis, Cornell University, 1977), Abstract.

³กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, รายงานผลการสำรวจสภาะการทํานาปีและนาปรัง 2516 - 2517, (ม.ป.ท., ม.ป.ป.), หน้า 47.

จากวิทยุประมาณร้อยละ 40 รองลงมา คือ จากพนักงานเกษียณประมาณร้อยละ 32 และความรู้จากเอกสารของทางราชการหรือบริษัท เอกชนประมาณร้อยละ 7

เกี่ยวกับการยอมรับการทำนาครั้งที่ 2 กรมพัฒนาที่ดินและกรมการปกครองได้สำรวจรวมกัน¹ พบว่าชาวนาที่ทำนาปีละ 2 ครั้ง ในบางจังหวัดในภาคกลางและภาคใต้สมัครใจทำนาครั้งที่ 2 เอง โดยไม่มีใครบังคับเพราะเห็นว่าได้ผลดี อย่างไรก็ตามก่อนที่จะชวนาจะตกลงใจทำนาครั้งที่ 2 นั้น ชาวนาได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครองประมาณร้อยละ 66 และได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายเกษตรร้อยละ 33 ที่เหลืออีกนั้นได้รับคำแนะนำจากญาติหรือเพื่อนบ้านอีกประมาณร้อยละ 1 ซึ่งแสดงว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง เป็นแหล่งสำคัญที่ชาวนาได้รับคำแนะนำให้ทำนาครั้งที่ 2 มากกว่าเจ้าหน้าที่ฝ่ายเกษตรโดยตรง

ชัยชาญ มณีเมษย์² ศึกษาการยอมรับวิทยาการแผ่นดินใหม่เกี่ยวกับการปลูกข้าวของเกษตรกรในท้องที่อำเภอทาบอ จังหวัดหนองคาย พบว่าเกษตรกรได้รับความรู้เรื่องการทำนาสาธิตจากการประชุมกลุ่มของเจ้าหน้าที่ร้อยละ 33 จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรกำหนดให้ทำร้อยละ 25 จากเพื่อนบ้านร้อยละ 21 จากวิทยุร้อยละ 10 จากการดูโรนาของสมาชิกที่ทำได้ร้อยละ 9 และจากการอ่านหนังสือพิมพ์ร้อยละ 2 และเกษตรกรยังให้ความเห็นว่า การที่เข้าเป็นสมาชิกนาสาธิตแล้ว จะทำให้ได้ผลผลิตข้าวเพิ่มมากขึ้น และได้รับความรู้เพิ่มขึ้นด้วย

¹ กรมพัฒนาที่ดินและกรมการปกครอง, "รายงานผลการวิจัยเรื่องภาวะเศรษฐกิจและสังคม," หน้า 23.

² ชัยชาญ มณีเมษย์, "การศึกษาการยอมรับวิทยาการแผ่นดินใหม่เกี่ยวกับการปลูกข้าวของเกษตรกรในอำเภอทาบอ จังหวัดหนองคาย " (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2513), หน้า 50 - 54.

ยุพดี ชัยภักดิ์¹ ศึกษาถึงบทบาทของสื่อที่ติดต่อการยอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา ปรากฏว่าสมาชิกนิคมดังกล่าวได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องการปลูกฝ่ายพันธุ์ใหม่จากสื่อบุคคลมากที่สุด คือ ร้อยละ 26.48 และได้รับความรู้จากการดูการทำไร่อำไรสาธิตน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 13.3 สื่อบุคคลที่ให้ความรู้และเป็นผู้ชักจูงให้สมาชิกปลูกฝายนั้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของนิคมมีบทบาทในการให้ความรู้และชักจูงมากที่สุด คือ ร้อยละ 58.8 ส่วนผู้นำความคิดมีบทบาทในการให้ความรู้และชักจูงน้อยที่สุด คือ ร้อยละ 1.2 นอกจากนี้ในระหว่างสื่อต่าง ๆ 4 สื่อ คือ สื่อบุคคลสื่อการประชุมอบรม การทำไร่อำไรสาธิต และสื่อมวลชน สื่อบุคคลจะมีบทบาทในการยอมรับนวัตกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมมากที่สุด และมีสื่อการประชุมอบรม สื่อมวลชน การทำไร่อำไรสาธิต มีบทบาทรองลงมาตามลำดับ

สุวรรณ บัวทวน² ศึกษาถึงทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น พบว่าแหล่งข่าวสารที่ให้อุปกรณ์เกี่ยวกับของใหม่และทำให้เกษตรกรยอมรับของใหม่ที่สำคัญที่สุด คือ สื่อบุคคล ใกล้เคียง เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ผู้นำภายในชุมชน และเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ชาวนาที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรมีแนวโน้มที่จะยอมรับของใหม่สูงกว่าเกษตรกรที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

¹ ยุพดี ชัยภักดิ์, "การศึกษาบทบาทของสื่อที่ติดต่อการยอมรับฝ่ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมสร้างตนเองลำตะคอง จังหวัดนครราชสีมา" (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์-พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523), หน้า 73.

² สุวรรณ บัวทวน, "ทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514), หน้า 81 - 82.

2.2 รายงานวิจัยต่างประเทศ

ในต่างประเทศได้มีผู้วิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมการเกษตร เป็นจำนวนมากเช่นกัน Cover (1960)¹ ศึกษาถึงการยอมรับปฏิบัติตาม เพื่อปรับปรุงกิจกรรม ในไร่นาประเทศฟิลิปปินส์ พบว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่อไปนี้คือ อายุ ประสบการณ์จากการ ประกอบอาชีพ การศึกษา และคุณสมบัติทางสังคมและทางวัฒนธรรม ตามลำดับ

Fliegel, Ray, Sen และ Kivlin(1968)² ได้ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมการเกษตร ในหมู่บ้านแห่งหนึ่งของประเทศอินเดีย โดยวัดจากความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการ พัฒนาชุมชน พวกเขาพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมการเกษตร ได้แก่ การติดต่อกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง การติดต่อสื่อสาร การเปิดรับสื่อมวลชนบ่อยครั้ง และคุณลักษณะ ของการเป็นผู้นำ อาทิเช่น ชนชั้นวรรณะ และอายุ ในอุตรประเทศ อินเดีย Singh (1967)³ ศึกษาถึงการยอมรับปุ๋ยในโคโรเจนของเกษตรกร ปรากฏว่าตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับปุ๋ยใน-โคโรเจนได้แก่ รายได้ ขนาดของที่ดิน ฐานะทางเศรษฐกิจ และการมีส่วนร่วมในสังคม นอกจากนี้

¹Prospero R. Cover, The Masagana/Margate System of Planting Rice. A Study of an Agricultural Innovations, (Study Series No. 5 CDRC, U.P. Quenzon City, Philippines, 1960), p. 13.

²Frederick C. Fliegel and others, Agricultural Innovations in Indian Villages, (Hyderabad : National Institute of Community Develment, 1969), p. 26.

³Raghubar Singh, "Adoption of Nitrogenous Fertilizers as Related to Selected Factors and Use of Information Source in Adoption Process" Unpublished Ph.d Thesis, (Ithaca, N.Y. : Cornel University, 1967) cited by Surapol Kanchanachitra, "Factors Related to Community Development in Thai Villages" (Ph.d. Thesis, Graduate School, Cornell University, 1976), p. 36.

มีปัจจัยด้านการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย คือ การเดินทางเข้าไปในเมือง การสื่อสารระหว่างบุคคล การเปิดรับสื่อต่าง ๆ ปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับการยอมรับปุ๋ยไนโตรเจน

การศึกษากการยอมรับการเกษตรกรรมแผนใหม่ของเกษตรกรรัฐปัญจาบ ประเทศอินเดีย Singh (1965)¹ พบว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับการใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรคือปัจจัยด้านการกระทำทางสังคม ซึ่งได้แก่ เป้าหมาย ความสามารถ โอกาส ความคาดหวัง และการสนับสนุน นอกจากนี้ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมเร็วจะมีลักษณะดังนี้ คือ มีที่ดินจำนวนมาก มีทรัพย์สินมาก มีการศึกษาก็ มีประสบการณ์ในการเป็นผู้นำ และมีความเชื่อมั่นในตนเองสูง

ผลการวิจัยอีกเรื่องหนึ่งของ Sharma (1974)² ซึ่งได้ศึกษาถึงการยอมรับการเกษตรกรรมแผนใหม่ ในมัธยมประเทศ อินเดีย ปรากฏว่าปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ อายุ วรณะ ปัจจัยด้านการกระทำทางสังคม ได้แก่ เป้าหมาย ข้อผูกพัน ความสามารถ ปัจจัยด้านการสื่อสารได้แก่ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ทางราชการ การเปิดรับข่าวสารจากแหล่งข่าวต่าง ๆ ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situational Factors) ได้แก่ การใช้สินเชื่อ การสร้างถนน ระบบชลประทาน ปัจจัยที่กล่าวมานี้มีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับการยอมรับนวัตกรรมการเกษตรกรรมใหม่ของเกษตรกร

¹ Gurcharn Singh, "The Differential Characteristics of Early and Late Adopters. of New Farm Practices, Punjab State, India " Unpublished Ph.D. thesis, (Ithaca, N.Y. : Cornell University, 1965) cited by Surapol Kanchanachitra, "Factors Related to Community Development in Thai Villages " , p. 35.

²Prakash N. Sharma, "Incentives and Disincentives Related to Adoption of Agricultural Innovations by Small Farmers, Madhya Pradesh, India." Unpublished Ph.D.Thesis, (Ithaca N.Y.: Cornell University, 1974) cited by Surapol Kanchanachitra, "Factors Related to Community Development in Thai Village " , p. 37.

จากการวิจัยในประเทศอินเดีย พอสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมการเกษตร ประกอบด้วยปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านพฤติกรรมการสื่อสาร ปัจจัยด้านการกระทำทางสังคม และปัจจัยด้านสถานการณ์เข้ามาเกี่ยวข้องกับ

Jerald J. Feasters¹ ได้เขียนบทความในวารสารสังคมวิทยาชนบทเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมการเกษตรของชาวเมืองอันโคนิโย บริติช ฮอนดูรัส เขากล่าวว่าปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมการเกษตร ได้แก่ อายุ การศึกษา ระยะเวลาครองชีพ การติดต่อกับหน่วยงานของรัฐ และความคาดหวังในอาชีพ

Rogers และ Meynen² วิจัยถึงความสัมพันธ์ในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศโคลัมเบีย และได้นพบว่าการเผยแพร่เทคนิคใหม่ ๆ นั้น สื่อบุคคล เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

นอกจากนี้ Rogers³ ได้วิจัยร่วมกับ Svenning เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการยอมรับนวัตกรรม ผลการวิจัยของเขาทั้งสองพบว่าปัจจัยที่ทำให้ชาวนาในประเทศโคลัมเบียเปิดรับสื่อและยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ปัจจัยดังนี้คือ การศึกษา การเดินทางไปต่างถิ่น การเป็นคนทันสมัย

¹Jerald J. Feasters, "Measurement and Determinants of Innovativeness among Primitive Agriculturists" Rural Sociology, Vol. 33 (September 1968), pp. 339-348.

²Everett M. Rogers and Wicky L. Meynen, Communication Sources for 2, 4-D Weed Spray Among Columbian Peasants, Rural Social, 30, pp. 213-219. cited by Gardner Lindzey and Elliot Aronson, The Handbook of Social Psychology, Vol. 3 (Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company, 1969), p. 234.

³Everett M. Rogers and Lynne Svenning, Modernization Among Peasants, (New York : Holt Rinehart and Winston, Inc., 1969).pp.70,105.

ฐานะทางเศรษฐกิจและการมีตำแหน่งหน้าที่การงาน ปัจจัยดังกล่าวนี้จะทำให้ชาวนาเปิดรับสื่อและยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ง่ายกว่าผู้ที่ไม่มียุทธศาสตร์ดังกล่าวมา

ในประเทศฟิลิปปินส์ Sycip C. Felicided¹ ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่สนับสนุนให้มีการยอมรับนวัตกรรมง่ายขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การอ่านออกเขียนได้ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชน การเยี่ยมบ้านและการเป็นสมาชิกสโมสร

ผลการวิจัยของ Sajogyo และ Collier² ซึ่งศึกษาถึงการยอมรับชาวพันธุ์ใหม่ที่ให้ผลผลิตสูงของเกษตรกรในเกาะชวา ประเทศอินโดนีเซีย พบว่าเกษตรกรที่มีที่นามากจะมีการยอมรับชาวพันธุ์ใหม่ได้สูงกว่าเกษตรกรที่มีที่นาล้น และเขายังพบว่าเกษตรกรที่มีการยอมรับสูงนั้นมักจะเป็นเกษตรกรซึ่งมีรายได้สุทธิจากไร่นาสองค้าย เช่นเดียวกับที่ Rogers³ ได้ศึกษาถึงฐานะทางเศรษฐกิจของเกษตรกรที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยที่เขาศึกษาการปฏิบัติงานของหน่วยส่งเสริมการเกษตร และพบว่าหน่วยส่งเสริมการเกษตรมักจะมีการติดต่อกับเกษตรกรที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจสูงมากกว่าเกษตรกรที่มีฐานะความเป็นอยู่ทางสังคมและเศรษฐกิจต่ำ ทั้งนี้เพราะเกษตรกรที่มีฐานะความเป็นอยู่ดีจะยอมรับนวัตกรรมใหม่ได้ง่ายกว่า

¹Sycip C. Felicided, Factors Related to Acceptance of Rejection of Innovation in Espirite Social Foundation of Communication Development, (R.M. Cercia Publishing, House Manila, 1964), pp. 592-601.

²Sajogyo and William L. Collier, Technical Change in Asian Agriculture, (Canberra : Australian National University Press, 1973), pp. 104-105.

³Everett M. Rogers, Diffusion of Innovations, pp. 269-271.

รายงานของคณะอนุกรรมการเกี่ยวกับการเผยแพร่และการยอมรับการเกษตรแผนใหม่ของสมาคมนักสังคมวิทยาชนบท (1952)¹ ได้สรุปการวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับการเกษตรแผนใหม่ในสหรัฐอเมริกาไว้ว่า การเป็นเจ้าของที่ดิน การศึกษา ขนาดของที่ดิน และการมีส่วนร่วมในสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการเกษตรแผนใหม่ แต่อายุจะไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับของเกษตรกร

ในประเทศมาเลเซีย Waravit² ได้ศึกษาถึงการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ของชาวสวนยางกลุ่มหนึ่ง ปรากฏว่าเกษตรกรที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ จะเป็นพวกที่มีอายุน้อย มีการศึกษาดี มีรายได้อุดม มีบุตรศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมและเป็นสมาชิกของหน่วยงานในท้องถิ่น

เกี่ยวกับแหล่งข่าวสารที่ช่วยในการสนับสนุนการยอมรับนวัตกรรมนั้น Castillo (1977)³ ได้สรุปผลงานของผู้ศึกษาเกี่ยวกับช่องทางทางการติดต่อสื่อสาร (channel) และแหล่งความรู้ทางการเกษตรที่เกษตรกรได้รับว่า แหล่งข่าวสารที่เป็นตัวบุคคลสำคัญที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม เพื่อนบ้าน บ้าน และญาติ นอกจากนี้

¹Rural Sociological Society, Sociological Research on the Diffusion and Adoption of New Farm Practices, (Lexington : Kentucky Agricultural Experiment Station, 1952), p. 3.

²Woravit Withyapiman, "Factors Associated with the Adoption of Agricultural Practices by Rubber Farmers Village of Paya Luas, District of Kuala Kran, Pahang, Malaysia, 1967" (Unpublished Master's thesis, Louisiana State University, 1971), p. 55.

³Gelia T. Castillo, Beyond Manila : Philippines Rural Problems in Perspective. (University of the Philippines at Los Bonos, College, Laguna, Philippines, 1977) Mimeographed, pp. 110-113.

และญาติ นอกจากนี้ Castillo (1975)¹ ยังพบว่าเกษตรกรที่ไม่ได้รับการติดต่อหรือส่งเสริม โดยตรงจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารจากวิทยุมากที่สุดและเป็นที่ยอมรับของเกษตรกรมากกว่าเอกสารหรือหนังสือพิมพ์ เช่นเดียวกับที่ Kers และ Kaporn² ศึกษาถึงสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของใหม่ ในบราซิล อินเดีย และไนจีเรีย พบว่าวิทยุเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากในการยอมรับของใหม่ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีราคาถูกกว่าสื่อชนิดอื่น และในประเทศฟิลิปปินส์ Defa Greez Efren³ ศึกษาเรื่องนวัตกรรมการเกษตรเกี่ยวกับการใช้สื่อในการให้ข่าวสารการเกษตร ผลการวิจัยปรากฏว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่สำคัญที่สุด และมีการใช้สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ แมกกาซีน หนังสือเล่มเล็ก ๆ รองลงมาตามลำดับ ชาวบ้านจะได้รับประโยชน์จากสื่อเหล่านี้มาก อาจกล่าวได้ว่าสื่อบุคคลจะมีอิทธิพลมากที่สุดในการที่จะให้เกษตรกรยอมรับ นวัตกรรมการเกษตร และสื่อวิทยุจะมีอิทธิพลรองลงมาจากวิทยุมาก เนื่องจากวิทยุให้ทั้งความบันเทิงและข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตร

¹Gelia T. Castillo, All in a Grain of Rice : A Review of the Philippine Studies on the Social and Economic Implications of the New Rice Technology, (Southeast Asian Regional Center for Graduate Study and Research in Agriculture, Philippines, 1975), pp. 726-727.

²Graham B. Kers and J.M. Kaporn, "Field Experiments on the Diffusion of Innovation in Brazil, India and Nigeria" Sociological, Vol-17 (July 1965), p. 18.

³Defa Greez Efren, "Availability and Use of Farm Information Media in Barrio Paciano Rizal. Bay Laguna, 1964 " in Esther F.Monigge (eds.), Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol. 3. (Department of Agricultural Communication, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1980), pp. 9 - 11.

ผลการวิจัยของ Gloria D. Feliciano¹ ที่ศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่เกษตรกรยอมรับและไม่ยอมรับการปรับปรุงไรนาเนื่องจาก

1. ชาคแหล่งชาวนาที่นาเชือก
2. ไม่เห็นว่าการปฏิบัติเช่นนั้นจะให้ผลอย่างไร
3. นวัตกรรมใหม่ที่เผยแพร่เมื่อเปรียบเทียบกับของเก่าที่มีอยู่แล้ว เห็นว่าของเก่าดีกว่า จึงไม่ยอมรับไปปฏิบัติตาม

4. เกษตรกรไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนความค่านอกแล้ว เพราะเห็นว่า

4.1 พอใจจะรักษาประเพณีแบบดั้งเดิม

4.2 กลัวผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง

4.3 คิดว่าไม่มีอะไรดีขึ้นเมื่อเปลี่ยนทัศนคติ เกษตรกรส่วนใหญ่ต้องการที่จะอยู่ในสภาพปัจจุบันมากกว่าที่จะเสี่ยงเพื่ออนาคต

จากการศึกษารายงานวิจัยทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศกล่าวมาทั้งหมดนี้พอที่จะสรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรมทางการเกษตร ประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

1. ปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา การอ่านออกเขียนได้ รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจ ความเป็นเจ้าของที่ดิน ขนาดที่ดินครองที่ดิน

¹ Gloria D. Feliciano, "The Variables of Human in Agricultural Adoption " in Ester F. Monigge (eds.), Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol. 1 (Department of Agricultural Communication College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1965), pp. 11 - 12.

2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการสื่อสาร ได้แก่ การเดินทางไปต่างถิ่น การเยี่ยมชม การเป็นสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ การมีส่วนร่วมในสังคม การสื่อสารระหว่างบุคคล การเปิดรับสื่อมวลชน การเป็นคนทันสมัย

3. ปัจจัยด้านการกระทำทางสังคม ได้แก่ ความคาดหวัง เป้าหมาย ความสามารถ โอกาส การสนับสนุน การปฏิบัติตามข้อผูกพัน และความเชื่อมั่นในตนเอง

4. ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางอ้อม เช่น ระบบชลประทาน การสร้างถนน การใช้สถาบันสินเชื่อ



แผนภูมิที่ 5 แนวความคิดในการวิจัย

