บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องบทบาทของสื่อ และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตชวัญนคร ผู้วิจัยได้แบ่ง ทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ออกเป็น 2 ประเด็น ประเด็นแรกคือ ทฤษฎีการสื่อสารงานนวกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรม ประเด็นที่สองคือ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะเสนอในรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการสื่อสารงานนวกรรม (Innovation Theory)

บัตรเครดิต เป็นนวกรรมประเภทหนึ่งในบริการของธนาคาร (Johnston, 1969)

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) ได้ให้คำนิยามนวกรรม (Innovation) ว่าหมายถึง "แนวความคิดหรือแบบแผนซึ่งเป็นวิธีการปฏิบัติหรือสิ่งของใหม่ ที่บุคคลทั้งหลายเห็นว่าเป็นของใหม่ ซึ่งแตกต่างจากที่พวกตนเคยคิด เคยทำ หรือเคยมี แม้ว่านวกรรมนี้จะเคยถูกนำไปใช้ในสังคมอื่นมาก่อนแล้วก็ตาม แต่ถ้าเพิ่งนำมาใช้อีกสังคมหนึ่งเป็นครั้งแรกก็ถือว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นนวกรรม"

บาร์เนตต์ (Barnett, 1953) ได้กล่าวว่า นวกรรม หมายถึง "แนวความคิดต่าง ๆ แบบแผนพฤติกรรมหรือสิ่งของใหม่ ๆ ที่แตกต่างไปจากของเดิมที่มีอยู่ ของใหม่ในที่นี้จึงครอบคลุมถึงเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า รวมทั้งเป็นแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติตามระบบสังคมประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์วิทยาการใหม่ ๆ และสิ่งที่ไม่เห็นเป็นวัตถุ"

เบล (Bell, 1963) ได้ให้คำจำกัดความของนวกรรม ในความหมายของสินค้าใหม่ (New Product) ไว้ 2 แบบ คือ นวกรรมดัดแปลง และนวกรรมมุ่งประโยชน์ กล่าวคือ นวกรรมดัดแปลง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เปลี่ยนแปลงจากของเดิม เช่น โทรทัศน์สี เครื่องเสียงสเตอริโอโฟนิค

ส่วนนวกรรมมุ่งประโยชน์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งใหม่สำหรับบริษัทผู้ผลิต และผู้บริโภค เช่น เครื่องล้างจาน เครื่องปรับอากาศ

นวกรรมในวงการธุรกิจจึงเป็นเรื่องของการนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่เสียเป็นส่วนใหญ่ และภายใต้ภาวะการแข่งขันทางการตลาดในปัจจุบัน ธุรกิจหลายประเภทก็ได้ผลิตสินค้าและสร้างบริการใหม่ เพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้บริโภคกันอย่างมากมาย (Ogilvy, 1963)

ปัจจุบันนวกรรมมักเข้าไปเป็นส่วนประกอบของสินค้าและบริการต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวสินค้าและบริการ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคก็มิได้ให้ความสนใจเพียงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเท่านั้น แต่ยังได้พิจารณาไปถึงว่า เป็นความเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกับความต้องการหรือไม่ (Zaltman, 1965)

จากแนวความคิดข้างต้นนี้ ทำให้กล่าวได้ว่า บัตรเครดิตขวัญนคร เป็นนวกรรมประเภทหนึ่งที่ช่วยพัฒนาระบบการชำระเงินในสังคมไทย เพราะเป็นของใหม่ที่ถูกนำมาใช้ในสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตในด้านของรูปแบบการชำระเงิน ในการศึกษาวิจัยถึงบทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรมนี้จำเป็นต้องมีการศึกษาถึงทฤษฎีและแนวความคิดอื่น ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรม ตลอดจนบทบาทของสื่อในการเผยแพร่งานนวกรรม

<u>กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรม</u> (The Innovation-Decision Process)

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรม คือ กระบวนการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรม เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมอง หรือในจิตใจของสมาชิกแต่ละคนในระบบสังคม

ใน ค.ศ. 1955 คณะกรรมการนักสังคมวิทยาชนบทคณะหนึ่งในสหรัฐอเมริกา (A Committee of rural sociologists) ได้ตกลงเห็นพ้องตรงกันว่า ควรเรียกกระบวนการในการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรมว่า กระบวนการในการยอมรับนวกรรม (Adoption Process) ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ดังนี้ (Rogers and Shoemaker, 1971)

1. ขั้นรับทราบ (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่า มีความคิดใหม่สิ่งใหม่วิธีปฏิบัติใหม่ หรือนวกรรมเกิดขึ้น แต่ยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับนวกรรมนั้น

2. ขั้นสนใจ (Interest Stage) บุคคลเริ่มมีความสนใจในนวกรรม และพยายามแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวกรรมนั้น

3. ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) เป็นการประเมิน คุณค่าของนวกรรมนั้น โดยคำนึงถึงประโยชน์ ผลได้ผลเสียของการยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรม

4. ขั้นทดลอง (Trial Stage) บุคคลจะนำนวกรรมมาลองใช้หรือลองปฏิบัติ เพื่อดูว่านวกรรมนั้นมีประโยชน์และเข้ากับสถานการณ์ของตนหรือไม่

5. ขั้นยอมรับ (Adoption Stage) บุคคลยอมรับนวกรรม โดยนำนวกรรมมาใช้อย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

ต่อมา โรเจอร์ (Rogers, 1983) ได้ปรับปรุงกระบวนการยอมรับนวกรรมขึ้นใหม่ เรียกว่า กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรมประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นความรู้ (Knowledge)

กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรม เริ่มต้นโดยบุคคลทราบว่ามีนวกรรมอยู่ และมีความเข้าใจอยู่บ้างว่านวกรรมนั้นสามารถทำหน้าที่อะไรได้บ้าง ความรู้ที่ทำให้เกิดการตื่นตัวเกี่ยวกับนวกรรม มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นหรือเป็นไปโดยไม่ได้ตั้งใจ บุคคลต้องตั้งใจที่จะแสวงหาความรู้ก่อน และความตั้งใจที่จะแสวงหาความรู้นี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อข่าวสารและต่อผลที่เกิดจากข่าวสารนั้น โดยปกติบุคคลจะแสวงหาข่าวสารที่เข้ากันได้กับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนจะโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม คนเราพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความตั้งใจ ความรู้สึก และทัศนคติของตนเองเสมอ

2. ขั้นการจูงใจ (Persuasion)

ในขั้นการจูงใจ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรม บุคคลจะสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบต่อนวกรรม ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้หรือความรู้สึก

ในขั้นการจูงใจ บุคคลจะมีความรู้สึกเกี่ยวข้องผูกพันกับนวกรรมมากขึ้น โดยการแสวงหาข่าวสารอย่างจริงจังเกี่ยวกับนวกรรม พฤติกรรมของบุคคลมีความสำคัญต่อการแสวงหาข่าวสาร กล่าวคือจะหาข่าวสารจากที่ไหน ข่าวสารอะไร และจะตีความข่าวสารที่ตนได้รับมาอย่างไร ดังนั้น การเลือกรับรู้จึงมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการสื่อสาร ในขั้นการจูงใจในขั้นนี้บุคคลจะพัฒนาความคิดเห็นกว้าง ๆ เกี่ยวกับนวกรรมว่าจะนำไปใช้ได้อย่างไร เช่น ประโยชน์เชิงเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากในขั้นนี้

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision)

ขั้นการตัดสินใจตามกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรมนี้เกิดขึ้นเมื่อบุคคลกระทำกิจกรรมซึ่งนำไปสู่ทางเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรม การยอมรับคือการตัดสินใจนำนวกรรมไปใช้และก่อให้เกิดประโยชน์ ส่วนการปฏิเสธก็คือการตัดสินใจไม่ยอมรับนวกรรม

สำหรับบุคคลโดยทั่วไป สิ่งที่มีความสำคัญเกี่ยวกับนวกรรมก็คือ ความพยายามที่จะนำความคิดใหม่ไปทดลองใช้ บุคคลส่วนมากจะไม่ยอมรับนวกรรมถ้าไม่มีโอกาสทดลองใช้นวกรรมนั้น เพื่อดูว่าจะมีประโยชน์ภายใต้สภาพการณ์ของเขาหรือไม่ การลองนำนวกรรมมาใช้ในวงจำกัดเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจที่จะยอมรับนวกรรม และเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นวิธีการในการลดความรู้สึกที่ไม่แน่นอนในการตัดสินใจยอมรับเกี่ยวกับนวกรรม มีนวกรรมบางอย่างที่ไม่สามารถแบ่งออกเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อนำมาทดลองใช้ได้ จึงต้องยอมรับหรือปฏิเสธทีเดียวทั้งหมด นวกรรมที่สามารถแบ่งนำไปทดลองใช้ได้โดยปกติจะถูกยอมรับได้เร็วกว่า

4. ขั้นการนำไปปฏิบัติ (Implementation)

ขั้นของการนำไปปฏิบัติ เกิดขึ้นเมื่อบุคคล (หรือหน่วยที่ทำหน้าที่ในการตัดสินใจอื่น ๆ) นำนวกรรมไปปฏิบัติ กระบวนการตัดสินใจเป็นการฝึกคิดทางสมอง ส่วนขั้นของการนำไปปฏิบัติเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอก เมื่อความคิดใหม่ ๆ ได้รับการนำไปปฏิบัติอย่างจริงจัง การทำความเข้าใจเกี่ยวกับนวกรรมที่ผ่านมา ไม่ถือว่าสำคัญ แม้จะยังคงหลงเหลืออยู่ในขั้นของการนำไปปฏิบัติ บุคคลแยกการยอมรับนวกรรมออกจากการปฏิบัตินวกรรมนั้น ๆ ปัญหาที่สำคัญคือ จะใช้นวกรรมอย่างไรในขั้นของการนำไปปฏิบัติ

ปกติการปฏิบัติมักจะตามขั้นของการตัดสินใจโดยตรง เว้นแต่อาจถูกระงับเมื่อมีปัญหาบางประการ เช่น การขาดนวกรรมไปชั่วคราว แต่ละคนจะมีระดับของความไม่แน่นอนในผลของนวกรรมที่หวังไว้ในขั้นของการนำไปปฏิบัติ แม้ว่าได้มีการตัดสินใจยอมรับนวกรรม โดยเฉพาะบุคคลต้องตอบคำถามให้ได้ว่า จะรับนวกรรมได้ที่ไหน รับได้อย่างไร และจะประสบปัญหาอะไรบ้าง ในขั้นของการนำไปปฏิบัติ และจะแก้ปัญหาอย่างไร จะมีการค้นหาข้อมูลในขั้นของการนำไปปฏิบัติ ส่วนใหญ่แล้วบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมจะให้ความช่วยเหลือด้านเทคนิคกับกลุ่มเป้าหมายที่เริ่มใช้นวกรรม

5. ขั้นการยืนยัน (Confirmation)

บุคคลแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนหรือยืนยันการตัดสินใจเกี่ยวกับนวกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่บุคคลอาจจะเปลี่ยนการตัดสินใจได้ ถ้าหากภายหลังได้รับข่าวสารที่ขัดแย้งเกี่ยวกับนวกรรม ดังนั้น ขั้นการยืนยันจึงคงดำเนินอยู่ระยะหนึ่งหลังจากบุคคลตัดสินใจรับหรือปฏิเสธนวกรรมนั้น ๆ แล้ว และพยายามหลีกเลี่ยงความไม่มั่นใจให้น้อยลง

ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรม

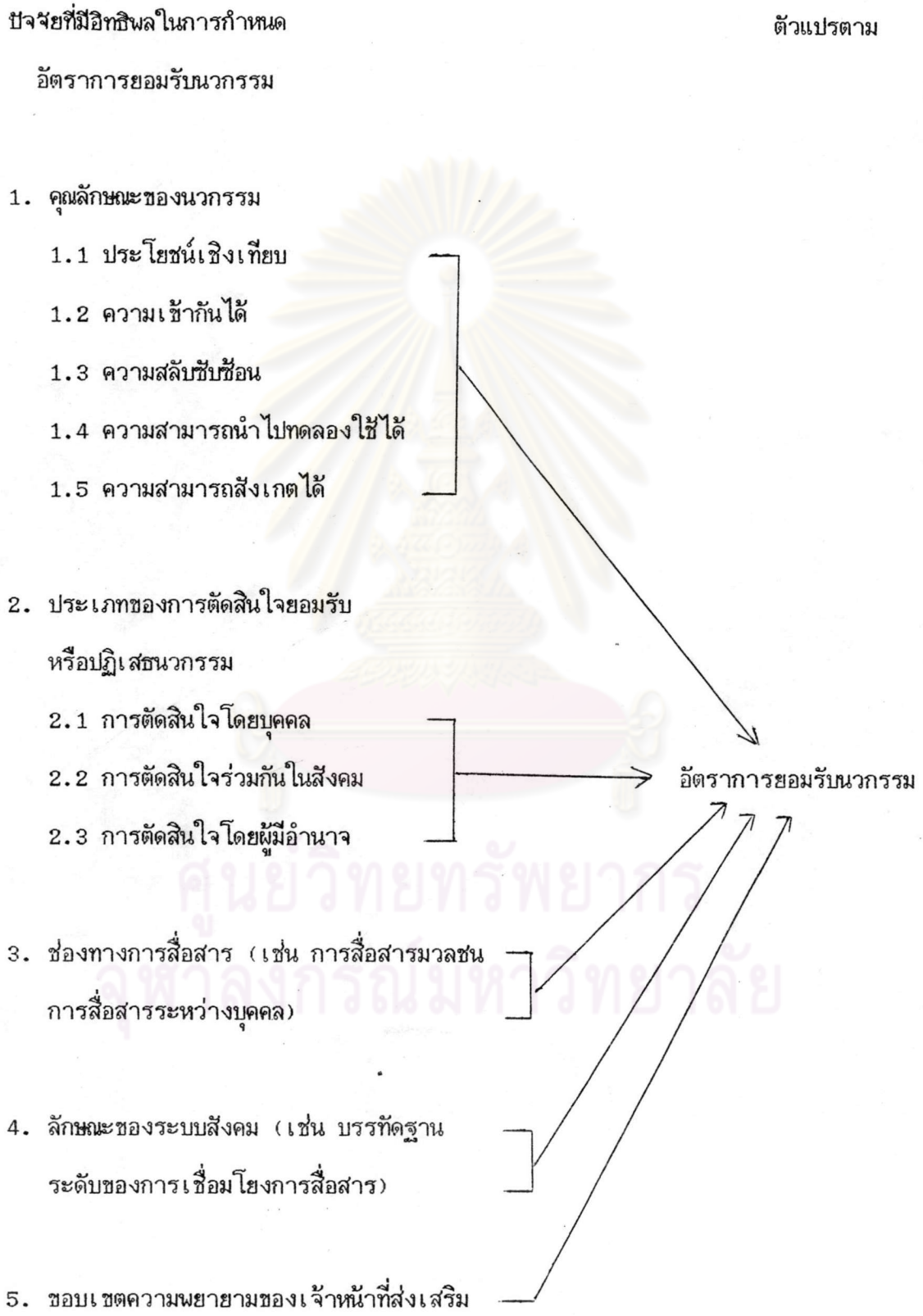
อัตราการยอมรับนวกรรม (Rate of Adoption) คือ ความเร็วเชิงเทียบ (Relative Speed) ที่นวกรรมถูกยอมรับโดยสมาชิกของระบบสังคม วิธีวัดอัตราการยอมรับนวกรรมโดยทั่วไป พิจารณาจากจำนวนของกลุ่มเป้าหมายที่ยอมรับนวกรรมในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

ตัวแปรที่สำคัญตัวหนึ่งในการอธิบายอัตราการยอมรับนวกรรม คือ คุณลักษณะของนวกรรมตามความรู้สึกหรือสายตาของผู้ยอมรับ นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอื่น ๆ อีก ได้แก่ ประเภทของการตัดสินใจยอมรับนวกรรม ช่องทางการสื่อสารในการเผยแพร่นวกรรม ลักษณะของระบบสังคม และระดับความพยายามของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมในการเผยแพร่นวกรรม (Rogers, 1983)

ปัจจัยหรือตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวกรรม สามารถแสดงออกมาเป็น Paradigm ได้ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบจำลองแสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอัตราการยอมรับนวกรรม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเผยแพร่นวกรรมจะประสพผลสำเร็จได้นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ ดังที่ได้กล่าวไว้แล้ว สำหรับในงานวิจัยเรื่องบทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับบัตรเครดิตชวัญนครของชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะกรณีโดยมุ่งศึกษาปัจจัยหลัก 4 ประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวกรรมบัตรเครดิตชวัญนครดังต่อไปนี้ คือ

1. คุณลักษณะของนวกรรม
2. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม
3. พฤติกรรมการสื่อสาร
4. บทบาทของสื่อ

<u>คุณลักษณะของนวกรรมต่อการยอมรับนวกรรม</u>

คุณลักษณะของนวกรรม เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในกระบวนการเผยแพร่นวกรรม เพราะนวกรรมจะดี มีประโยชน์ และน่าสนใจเพียงใดก็ตาม หากมีคุณลักษณะที่ไม่สอดคล้องกับผู้ที่จะยอมรับ หรือมีความยุ่งยากในการปฏิบัติการเผยแพร่นวกรรมก็ย่อมไม่บรรลุผลสำเร็จ

คุณลักษณะของนวกรรมที่มีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธมี 5 ประการ ดังนี้

1. <u>ความได้เปรียบเชิงเทียบ</u> (Relative Advantage) คือ การที่ผู้ยอมรับนวกรรมรู้สึกว่านวกรรมนั้นดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่า หรือวิธีปฏิบัติเก่า ความได้เปรียบเชิงเทียบของบัตรเครดิต ได้แก่ ความสะดวกปลอดภัยกว่าการถือเงินสด ความสะดวกสบายในการซื้อสินค้าและบริการ สามารถเบิกเงินเกินบัญชีได้ ใช้แทนบัตรเอ.ที.เอ็ม. เพื่อเบิกเงินสดจากตู้ เอ.ที.-เอ็ม.ได้ และเป็นที่ยอมรับและยกย่องของสังคม ดังนั้นถ้าหากบุคคลมีความรู้สึกว่า นวกรรมนั้นเป็นสิ่งที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อเขามากเพียงใดโอกาสที่นวกรรมนั้นจะถูกยอมรับก็มีมากขึ้นด้วย

2. <u>ความเข้ากันได้</u> (Compatibility) คือ การที่ผู้ยอมรับนวกรรมรู้สึกว่านวกรรมนั้นเข้ากันได้กับค่านิยม ความเชื่อทางสังคมและวัฒนธรรม ประสบการณ์ในอดีตและความต้องการของผู้รับ ซึ่งบัตรเครดิตมีคุณลักษณะหลายประการที่เข้ากันได้กับความต้องการเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินของคนในสังคมไทย

3. ความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน (Complexity) คือ ระดับความยากง่ายตามความรู้สึกของผู้รับนวกรรมในการทำความเข้าใจ หรือนำไปใช้ และบัตรเครดิตชวัญนครก็มีขั้นตอนการสมัครที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก วิธีการใช้บัตรง่ายแก่การทำความเข้าใจ

4. ความสามารถนำไปทดลองใช้ได้ (Trialability) คือ การที่ผู้รับนวกรรมสามารถนำนวกรรมไปทดลองใช้ในปริมาณจำกัดได้ การนำนวกรรมหน่วยย่อยไปทดลองใช้ เพื่อหาผลดี ผลเสีย จะช่วยลดความรู้สึกเสี่ยงภัยของผู้ยอมรับนวกรรม

5. ความสามารถสังเกตได้ (Observability) คือ ระดับที่ผลของนวกรรมเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นได้ง่าย บางชนิดสังเกตเห็นได้ยาก ด้วยเหตุนี้ นวกรรม ที่มีส่วนเป็นรูปร่าง (Material Innovations) จึงถูกยอมรับง่ายกว่าและเร็วกว่า นวกรรมที่มีส่วนเป็นความคิด (Non-material innovations) แต่เพียงอย่างเดียว

คุณลักษณะของนวกรรม เป็นตัวแปรสำคัญต่อการยอมรับนวกรรม มีงานวิจัยหลายเรื่องที่ได้พิสูจน์แล้วว่า คุณลักษณะของนวกรรม มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวกรรมของบุคคล ดังจะได้กล่าวต่อไปนี้

ผุสดี ทรัพย์สาร (2529) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของนวกรรมที่มีผลมากที่สุดต่อการยอมรับของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า คุณลักษณะความได้เปรียบเชิงเทียบ เป็นคุณลักษณะที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรมมากที่สุด

นอกจากนี้งานวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับระบบสื่อสารทางโทรสาร ของ เกษม กิตติอัชฌากุล (2525) พบว่า คุณลักษณะของโทรสาร เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่ทำให้บุคคลตัดสินใจใช้บริการโทรสาร โดยผู้ใช้บริการโทรสารฯ ส่วนใหญ่ เห็นด้วยว่าโทรสาร เป็นระบบสื่อสารที่มีความแน่นอนในการส่งข่าว ความรวดเร็ว ความสะดวก ความประหยัด ความมีประโยชน์ ความเหมาะสม และความทันสมัย แต่เปอร์เซ็นต์ที่เห็นด้วยมากที่สุด ได้แก่ คุณลักษณะความเหมาะสมของโทรสาร ที่เข้ากันได้กับลักษณะงาน และธุรกิจของผู้ใช้บริการโทรสาร

เบลิเนอร์ (Beliner, 1976) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจยอมรับนวกรรมในธุรกิจอุตสาหกรรม ของประเทศโซเวียต พบว่า หากนวกรรมนั้นก่อให้เกิดอัตราการเสี่ยงต่ำ หรือ

ไม่มีความเสี่ยงเกิดขึ้นจากการยอมรับนวกรรม และนวกรรมนั้นนำมาซึ่งผลตอบแทนสูง ก็จะทำให้การตัดสินใจยอมรับนวกรรมเกิดได้เร็วขึ้น

สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับบัตรเครดิตโดยตรงนั้น เซ็นเดอร์ (Sender, 1972) ซึ่งได้ศึกษาถึงการใช้บัตรเครดิตในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า ผู้ถือบัตรและร้านค้าสมาชิกในสหรัฐฯ มีจำนวนมากขึ้น เนื่องมาจากความสะดวก ปลอดภัย ที่ได้จากการใช้บัตรเครดิต และสามารถผ่อนชำระค่าสินค้าได้โดยมีระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย

จากแนวความคิดและผลงานวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะของนวกรรม ที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรมที่กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่า คุณลักษณะของนวกรรมเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในกระบวนการเผยแพร่นวกรรม หากนวกรรมนั้นมีความเหมาะสมกับสังคม มีประโยชน์และไม่มีความยุ่งยากซับซ้อนในการนำไปใช้ การเผยแพร่นวกรรมนั้นก็ย่อมเกิดผลสำเร็จได้ไม่ยาก

<u>สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรม</u>

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นคุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า (Earlier Adopters) และผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า (Later Adopters) โดยสามารถกล่าวสรุปเป็นหลักกว้าง ๆ ได้ดังนี้ (Rogers and Shoemaker, 1971)

1. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า ไม่แตกต่างไปจากผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่าในเรื่องอายุ ไม่มีหลักฐานที่แน่นอนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความเร็วในการยอมรับนวกรรม ประมาณครึ่งหนึ่งของการวิจัยจำนวน 228 ชิ้น เกี่ยวกับเรื่องนี้ แสดงให้เห็นว่าอายุและความเร็วในการยอมรับนวกรรมไม่มีความสัมพันธ์กันเลย 20% ของการวิจัยทั้งหมดแสดงให้เห็นว่าผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีอายุน้อยกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า แต่ 30% ของการวิจัยทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีอายุมากกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า

2. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า ได้รับการศึกษาในระบบโรงเรียนมากกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า

3. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า สามารถอ่านออกเขียนได้มากกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า

4. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีสถานะทางสังคมสูงกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า (สถานะทางสังคม อาจวัดจากรายได้ การเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ระดับการดำรงชีวิต เป็นต้น)

5. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีระดับการไต่ชั้นทางสังคมสูงกว่า ผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่าจะพยายามเลื่อนสถานะของตนเองในสังคมมากกว่า แม้จะไม่มีผลงานวิจัยมาสนับสนุนมากนัก แต่หลักฐานเท่าที่มีอยู่แสดงให้เห็นว่า ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า ไม่เพียงแต่จะมีสถานะทางสังคมสูงกว่าเท่านั้น แต่ยังพยายามเลื่อนสถานะของตนเองไปสู่เบื้องสูงในระดับที่มากกว่าอีกด้วย และอาจให้การยอมรับนวกรรมเป็นวิธีการในการเลื่อนสถานะทางสังคมของตนเองให้สูงขึ้นไปเร็วขึ้น

6. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า เป็นเจ้าของทรัพย์สินที่มีค่ามากกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า เช่น มีจำนวนที่ดิน หรือรถยนต์ มากกว่า

7. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีแนวโน้มที่จะทำอะไรเป็นธุรกิจมากกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า

8. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อการกู้ยืมเงินมากกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า

9. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่การงานมากกว่า ผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นตัวแปรที่สำคัญประการหนึ่ง ตัวแปรดังกล่าว เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้น อิทธิพลของตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการยอมรับนวกรรม ซึ่งได้มีผลจากวิจัยหลายชิ้นที่กล่าวถึง คือ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจและการสื่อสาร ที่มีผลต่อการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช ของ นิฤมล นันทมัจฉา (2532) พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจ อันได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการยอมรับนวกรรม

อี ฮก ควง (E. Hyock Kwan, 1967) ได้ทำการวิจัยพบว่า สตรีชาวเกาหลีที่มีการศึกษาสูง มีทัศนคติที่ดีต่อการวางแผนครอบครัว และการเรียนรู้วิธีการต่าง ๆ ตลอดจนการรับมาปฏิบัติมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ โกเซนและราลิช (Goldsen and Ralis, 1957) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับนวกรรมของชาวบ้านในหมู่บ้านบางชัน พบว่า ผู้ยอมรับนวกรรมส่วนใหญ่ มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง มีความสามารถในการอ่านออกเขียนได้สูงและมีการเปิดรับสื่อมวลชนสูง

จากงานวิจัยเหล่านี้ได้ชี้ให้เห็นว่า รายได้และการศึกษา เป็นลักษณะประการหนึ่งที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรม รายได้ของคนเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนั้น การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจนหันมาใช้เครื่องจักรแทนวัว ควาย ในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้ คนที่มีรายได้มาก ๆ ซื้อเครื่องซักผ้าหรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้น คนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ (ปรมะ สตะเวทิน, 2531)

จากที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดเกี่ยวกับทฤษฎีและผลงานวิจัยต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า ความแตกต่างของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีอิทธิพลต่อ การยอมรับแนวคิด วิธีปฏิบัติ และประดิษฐกรรมใหม่ ๆ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่าและผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า จะพบว่า ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีระดับการศึกษาและมีรายได้สูงกว่า

<u>พฤติกรรมการสื่อสารผลที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรม</u>

พฤติกรรมการสื่อสาร ของผู้รับนวกรรมเร็วกว่า และผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า ประเมินได้จากหลักต่อไปนี้ คือ

1. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า จะมีส่วนร่วมในสังคมมากกว่าผู้ยอมรับนวกรรมช้ากว่า
2. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า จะเข้าเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมได้ดีกว่า
3. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า จะมีความสัมพันธ์กับสังคมภายนอกดีกว่า
4. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า จะมีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเผยแพร่มากกว่า
5. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า จะเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่า
6. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า จะเข้าถึงสื่อบุคคลมากกว่า
7. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า จะแสวงหาข่าวสารความรู้เกี่ยวกับนวกรรมมากกว่า

8. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า จะมีความรู้เกี่ยวกับนวกรรมมากกว่า

9. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีแนวโน้มที่จะเป็นสมาชิกของระบบสังคมที่มีปทัสถานแบบทันสมัยมากกว่า

10. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีแนวโน้มที่จะเป็นสมาชิกของระบบสังคมที่มีบูรณาการอย่างดี (Well Intergrated System) มากกว่า

11. ผู้ยอมรับนวกรรมเร็วกว่า มีระดับการเป็นผู้นำทางความคิดมากกว่า

พฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกัน เป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่ง ที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรมไม่ว่าจะเป็น การเปิดรับสื่อมวลชน การเข้าถึงสื่อบุคคล หรือการมีส่วนร่วมในสังคม ได้มีแนวคิดของนักวิชาการและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

โรเจอร์ และสวีนนิ่ง (Rogers and Svenning, 1969) กล่าวสรุปไว้ว่า การเปิดรับสื่อมวลชน ก่อให้เกิดลักษณะการยอมรับนวกรรม ซึ่งจะทำให้คนยอมรับนวกรรมได้เร็วขึ้น ซึ่งจากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสาร การยอมรับวิธีการทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่ของกัลยา หวังวิศิษฏ์ (2526) ก็ได้พบว่า เกษตรกรที่ยอมรับวิธีทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่ ส่วนใหญ่เปิดรับสาร จากสื่อสารมวลชนมากกว่าเกษตรกรที่ยังไม่ยอมรับ โดยเปิดรับสารจากวิทยุมากที่สุด ขณะเดียวกันก็เปิดรับสารจากผู้ใกล้ชิดและเจ้าหน้าที่เกษตรมากด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ การรวมกันเป็นกลุ่มของสมาชิกเป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม กล่าวคือ แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย จะได้รับอิทธิพลจากการได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม (Hovland and Others, 1953) สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับการรวมกันเป็นกลุ่มของสมาชิก จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟ (พรพิมล วรดิลก, 2524) พบว่า เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร ยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่า ผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิก

อย่างไรก็ตามรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ก็มีผลทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและร่วมมือปฏิบัติมากที่สุดเช่นเดียวกัน (Katz and Lazarsfeld, 1955) ซึ่งจากการศึกษาของ กันยา สุนทรารักษ์ (2526) เรื่อง บทบาทการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพ จังหวัดราชบุรี

ได้พบว่า การรับข่าวสารเรื่องสหกรณ์โคนมโดยผ่านทางสื่อบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจ ยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์โคนม โดยสื่อบุคคลมีบทบาทในการแนะนำชักจูงใจให้คำปรึกษาหารือแก่สมาชิกด้วย

จากแนวคิด และงานวิจัยเกี่ยวกับ พฤติกรรมการสื่อสาร ที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรมที่กล่าวมานั้น ได้ชี้ให้เห็นว่า การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก การเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่ม และการเปิดรับสื่อมวลชน ช่วยทำให้บุคคลมีโอกาส รับแนวความคิดและสิ่งแปลกใหม่ จึงทำให้บุคคลนั้นยอมรับนวกรรมเร็วกว่าบุคคลอื่น

<u>บทบาทของสื่อต่อการยอมรับนวกรรม</u>

องค์ประกอบที่สำคัญในการเผยแพร่นวกรรมประการหนึ่ง คือ สื่อ เพราะการที่บุคคลจะยอมรับนวกรรมนั้น จะต้องตระหนักและรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับนวกรรมนั้นเสียก่อนจึงจะตัดสินใจได้ว่าจะยอมรับนวกรรมนั้นหรือไม่ ซึ่งการที่ข่าวสารเกี่ยวกับนวกรรมจะไปถึงผู้รับสารได้ต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร

โรเจอร์ และชูเมคเคอร์ (Rogers and Shoemakers, 1971) ได้แบ่งการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น สื่อมวลชน มีบทบาทในการเพิ่มความรู้ และก่อให้เกิดการตระหนักรับทราบเกี่ยวกับนวกรรม (Creating Awareness)

2. สื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Media) คือ สื่อที่เกี่ยวข้องกับการแลก-เปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลมีบทบาทสำคัญในการจูงใจให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Changing Attitude) และเกิดการยอมรับนวกรรม

ดังนั้น สื่อมวลชน จึงเป็นเพียงตัวเสริมย้ำ (Reinforce) ความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ยังไม่มั่นคง โดยสื่อบุคคลจะเป็นสื่อที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลง หรือสร้างทัศนคติใหม่ และพฤติกรรมของบุคคล สื่อบุคคลจึงเป็นตัวขยายอิทธิพลของสื่อมวลชน (Klapper, 1960)

สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพดังต่อไปนี้ คือ (Lazarsfeld and Manzel, 1963)

1. ผู้ส่งสารและผู้รับสารพูดคุยกันแบบเป็นกันเอง ทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดง่ายขึ้น

2. เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face Communication) ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถามผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

3. เป็นการสื่อสารที่เห็นผลได้ทันที ในกรณีที่ต้องการชักชวนให้ผู้รับสารตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

บทบาทของสื่อ นับเป็นตัวแปรที่สำคัญอีกประการหนึ่งต่อการยอมรับนวกรรม โดยเฉพาะในเรื่องการให้ข่าวสาร เกี่ยวกับนวกรรม อันจะส่งผลให้บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธนวกรรมได้มีผลงานวิจัยหลายเรื่องที่แสดงถึง บทบาทของสื่อต่อการยอมรับนวกรรม ดังจะได้กล่าวต่อไปนี้

วันชัย ธนะวังน้อย (2526) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและการยอมรับนวกรรมของชาวบ้านในโครงการเตาแก๊สมูลสัตว์ ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าสื่อบุคคล มีบทบาทต่อการยอมรับเตาแก๊สมูลสัตว์ มากกว่าสื่อเอกสารข้อความ สื่อแผ่นภาพโฆษณาการอบรม และสื่ออื่น และจากการศึกษาของ กรกช ว่องวิศว์ (2531) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรมกิจการฟาสฟู้ดของชาวกรุงเทพมหานคร ก็ได้พบว่า สื่อบุคคลมีผลต่อการชักจูงใจให้ยอมรับนวกรรมมากกว่าสื่อมวลชน

ส่วนในเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนที่มีผลต่อการยอมรับนวกรรมนั้น จากงานวิจัยของวงแข ศิริวานิช (2529) เรื่อง การนำนวกรรมเข้าสู่วงการธุรกิจ ศึกษาเฉพาะกรณีโพลีส-สไตรีนโฟม พบว่า สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ มีบทบาทต่อการยอมรับสินค้าภาชนะโฟมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และนิตยสาร ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม สำนักงานวิจัยการศึกษาแห่งมหาวิทยาลัยยูท่าห์ วิจัยพบว่า การใช้สื่อหลายประเภทจะช่วยให้เกิดสัมฤทธิผลในการโน้มน้าวใจ โดยเฉพาะการเผยแพร่นวกรรมที่สลับ-ซับซ้อนยากแก่การเข้าใจ การใช้ทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลเสริมซึ่งกันและกันจะให้ประสิทธิผลมาก (Bettinghaus, 1968)

นอกจากนี้ สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ก็มีความสำคัญต่อการเผยแพร่นวกรรมด้วยเช่นกัน สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจ ถูกใช้ในลักษณะของการให้ความรู้ และเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่ม

เป้าหมายกำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างเช่น เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ การจัดนิทรรศการ การสาธิต

บริษัท เค.ดี.ดี. (K.D.D., 1979) ซึ่งเป็นองค์การสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศญี่ปุ่น ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการยอมรับเครื่องโทรสารสำนักงานของนักธุรกิจ พบว่า การจัดส่งเอกสารเผยแพร่ และการจัดนิทรรศการ มีบทบาทมากต่อการยอมรับของนักธุรกิจในระยะเริ่มแรกของการเผยแพร่ แต่ในระยะต่อมา ซึ่งเป็นการขยายแผนงาน การใช้เครื่องโทรสารสำนักงานให้เผยแพร่ออกไป ปรากฏว่า สื่อบุคคล มีบทบาทมากที่สุด

จากทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อต่อการยอมรับนวกรรมที่กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่า การเผยแพร่นวกรรมมีกระบวนการเช่นเดียวกับการสื่อสาร และบทบาทของสื่อในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการเผยแพร่นวกรรมย่อมแตกต่างกันออกกล่าวคือ สื่อบุคคลจะมีบทบาทมากกว่าสื่ออื่น ในขั้นที่บุคคลจะตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวกรรม เพราะสื่อบุคคล เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารแบบยุคลวิถี คือ สามารถโต้ตอบ อธิบาย และทำความเข้าใจในนวกรรมแก่ผู้รับนวกรรมได้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย