



ทฤษฎีแนวความคิดและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในเรื่องนี้เป็นการศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) ซึ่งเน้นที่คุณสมบัติของผู้ส่งสารคือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โดยเฉพาะซึ่งมีอิทธิพลต่อความเชื่อในตัวของผู้ส่งสาร ทฤษฎีแนวความคิดและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทนี้ จึงแยกได้เป็น ๒ ตอน คือ ปัจจัยของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจ และคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ซึ่งจะกล่าวต่อไป

๑. ปัจจัยของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจ

ถ้าจะเปรียบเทียบกันระหว่างการสื่อสารระหว่างบุคคล กับการสื่อสารมวลชนแล้ว มีผู้วิจัยพบเสมอว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจมากกว่าการสื่อสารมวลชน ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ Charles R. Wright พบว่าการตัดสินใจของบุคคลในการเลือกซื้อสินค้า แฟชั่น และการเลือกชมภาพยนตร์นั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลมากกว่าการสื่อสารมวลชน^๑ แต่การสื่อสารมวลชนก็เป็นปัจจัยช่วยเสริมหรือสนับสนุน (Reinforcement) ให้เกิดความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจผู้รับสารได้รวดเร็วยิ่งขึ้นเมื่อใช้ควบคู่กับสื่อบุคคล จากการศึกษาของสำนักงานวิจัยการศึกษามหาวิทยาลัยยูทาห์ เรื่องการใช้สื่อหลายประเภทเพื่อการโน้มน้าวใจพบว่า การใช้สื่อหลายประเภทจะช่วยให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจ โดยเฉพาะสื่อบุคคลและสื่อสารมวลชนควรเสริมซึ่งกันและกัน ในกรณีที่นวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่สลับซับซ้อน^๒

^๑ Charles R. Wright, Mass Communication, (New York: Random House Inc., 1959), pp. 12 - 63.

^๒ Erwin P. Bettinghaus, Persuasive Communication, (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1968), pp. 170 171.

สื่อบุคคลเป็นปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลตังใดมีผู้วิจัย เรื่องอิทธิพลของสื่อบุคคลในการโน้มน้าวใจ พบว่า เพื่อนร่วมงาน เพื่อนการรวมกลุ่มกัน คุณลักษณะที่ละม้ายคล้ายคลึงกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร และความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นต้น มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจ ผลการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้ขอสรุปได้ว่า

ก. อิทธิพลของเพื่อนร่วมงานและเพื่อน Lam ได้ทำการศึกษาคนไข้ใหม่ที่มารับบริการทางการวางแผนครอบครัว จำนวน ๒๓,๐๐๐ คน ในฮ่องกง เมื่อปี ค.ศ. ๑๙๖๖ พบว่า ร้อยละ ๙๒ ของประชากร มารับบริการวางแผนครอบครัวโดยได้รับการชักชวนจากการติดต่อระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อนร่วมงานและเพื่อน^๑ และจากการศึกษาของ Dubey และ Choldin ซึ่งศึกษาจากผู้ไข้ทางอนามัย จำนวน ๑๘๒ คน ในนิวเดลี พบว่า สื่อบุคคลที่สำคัญสำหรับสตรีในชั้นให้ความรู้ คือ เจาหน้าที่หน่วยงานวางแผนครอบครัว เพื่อน และเพื่อนบ้าน ตามลำดับ ส่วนสื่อที่สำคัญในการให้ความรู้ด้านการวางแผนครอบครัวแก่ผู้เป็นสามี คือ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร เพื่อน และเพื่อนบ้านตามลำดับ แต่ในชั้นการจูงใจ ผู้ที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ เพื่อนและเพื่อนบ้าน^๒

¹ Peggy Lam, "Experiences in the Use of Communication Methods in Promoting Family Planning in Hong Kong," In ECAFE (ed.) Report of the Working Group on Communications Aspects of Family Planning Programmes and Selected Paper Bangkok: ECAFE, Asian Population Studies Series 3 cited by Everett M. Rogers. Communication Strategies For Family Planning, p.263.

² Dinesh C. Dubey and M. Choldin Harvey, "Communication and Diffusion of the IUCD: A Case Study in Urban India," In Demography, 4 pp. 601-614, cited by Everett M. Rogers, Modernization Among Peasants, (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969), p.266.



ข. อิทธิพลของกลุ่ม ปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในการโน้มน้าวใจของการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การประชุมกลุ่มหรือการรวมกันเป็นกลุ่มของสมาชิก ซึ่ง Hovland และคณะกล่าวว่า ความสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสารไม่ใช่มาจากคุณลักษณะของผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว แต่แนวโน้มนำในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายจะได้รับอิทธิพลจากการได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่ม และจากการพบปะสังสรรค์กันด้วยเช่นกัน ดังนั้น อิทธิพลของการรวมกลุ่มของสมาชิกจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมขึ้น^๑ สำหรับปัจจัยที่มุ่งใจให้บุคคลเข้าร่วมกลุ่มกันนั้นมีอยู่หลายปัจจัยด้วยกัน ซึ่งอาจจำแนกได้ดังนี้ คือ ๑) ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ๒) วิธีการสื่อสาร ๓) ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ส่งเสริมกับผู้รับการส่งเสริม หรือระหว่างผู้รับการส่งเสริมด้วยกัน ๔) การมีส่วนร่วมของสมาชิก และ ๕) กิจกรรมของนวัตกรมนำไปใช้เพื่อให้เกิดการยอมรับสมาคม^๒ นอกจากนี้ Newcomb และ Homans ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของกลุ่มพบว่า เมื่อบุคคลหลาย ๆ คนมีการรวมกันเป็นกลุ่มแล้ว ความสัมฤทธิ์ผลของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติย่อมมีได้งายและรวดเร็วกว่าผู้ที่อยู่ในกลุ่มควบคุม^๓

ค. คุณลักษณะที่ละม้ายคล้ายคลึงกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจ คือ คุณลักษณะหรือคุณสมบัติที่ละม้ายคล้ายคลึงกัน (Homophily) ของผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่ง Rogers และ Shoemaker

¹ Carl I. Hovland, Irving L. Janis and Harold H. Kelley, Communication and Persuasion, (New York: Yale University Press, 1953), p.134.

² Weesa Kongkaeow, "The Adoption of Farmer's Association among farmers in Pila, Laguna, Phillipines," (Master's Thesis, UP. College of Agriculture 1973), p.32.

³ Erwin P. Bettinghaus, Persuasive Communication, p.90.

กล่าวว่า การสื่อสารจะราบรื่น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารมีคุณสมบัติคล้ายคลึงกัน (homophily) มีความเข้าใจร่วมกัน มีทัศนคติ ความเชื่อและภาษาเหมือน ๆ กัน ถ้าผู้ส่งสารมีความแตกต่างกันมักจะทำให้เกิดความไม่สมบูรณ์ขึ้นในจิตใจ ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยเฉพาะอย่างยิ่งคนในครอบครัว เพื่อนบ้าน ผู้นำท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับผู้รับสาร จะมีผลต่อความสำเร็จในการโน้มน้าวใจหรือการยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ ^๑

ง. ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร นอกจากคุณลักษณะหรือคุณสมบัติที่คล้ายคลึงกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเป็นปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลในการโน้มน้าวใจแล้ว ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการโน้มน้าวใจ ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ Rogers ซึ่งพบว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้ดีในกรณีผู้ส่งสารเป็นผู้มีความน่าเชื่อถือสูง ^๒ Haiman (๑๙๔๙) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือในตัวผู้ส่งสารในระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยทดสอบสมมุติฐานเกี่ยวกับเรื่องที่ถูกพูดซึ่งเป็นเรื่องเดียวกัน แต่ผู้พูดเป็นคนละคนกัน ผลเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือคำพูดของผู้อำนวยความสะดวกที่พูดกับกลุ่มนักศึกษาแพทย์ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักศึกษาเหล่านั้น ^๓

ในเรื่องความน่าเชื่อถือนี้ Hovland, Janis และ Kelley กล่าวว่า หมายถึง การที่ผู้ทำการโน้มน้าวใจมีลักษณะของความเป็นผู้มีความรู้หรือเชี่ยวชาญ (expertise) และลักษณะของความเป็นผู้นำไว้วางใจ (trustworthiness) กล่าวคือในการที่ผู้ส่งสารมีความรู้ในเรื่องที่ตนเองจะทำการโน้มน้าวใจเป็นอย่างดี และสมควรได้รับความไว้วางใจ จากผู้รับสารอีกด้วย การโน้มน้าวใจครั้งนั้นย่อมมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จหรือมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

¹ Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovations, (New York: The Free Press, 1971), pp. 210-212.

² Everett M. Rogers, Modernization Among Peasants, (New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1969), p. 184.

³ F.S. Haiman, "The Effect of Ethos in Public Speaking," Speech Monographs (1949), p. 192.

ผลการวิจัยของ Kelman (๑๙๖๑) ก็ได้สนับสนุนเกี่ยวกับเรื่องนี้ ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Kelman เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการสื่อสาร ซึ่งสรุปได้ว่า ผู้รับสารจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือ มีความละม้ายคล้ายคลึงกับผู้รับสาร ตลอดจนผู้ส่งสารมีอำนาจในการสั่งการ ส่วน Lorge กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันออกไปตามหัวข้อของสารแต่ละเรื่อง และอิทธิพลของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ และเนื้อหาของสาร ^๒

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้นสามารถวัดได้ จากผลงานวิจัยของ Berlo, Lemert และ Mertz สรุปได้ว่า มีปัจจัยอยู่ ๓ ประการ สำหรับใช้วัดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร หลาย ๆ คน คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย (safety factor) ปัจจัยด้านคุณวุฒิ (qualification factor) และปัจจัยด้านพลวัต (dynamism factor) ปัจจัยด้านความปลอดภัย ได้แก่ การมีความเมตตา (kind) การเข้ากับผู้อื่นได้ (congenial) เป็นมิตร (friendly) เห็นพ้องต้องกัน (agreeable) น่ารัก (pleasant) สุภาพ (gentle) ไม่เห็นแก่ตัว (unselfish) ยุติธรรม (just) รู้สึกให้อภัย (forgiving) เที่ยงธรรม (fair) เอื้อเฟื้อ (hospitable) มีไมตรีจิต (warm) ราบรื่น (cheerful) สماعคมดี (socialable) มีจริยธรรม (ethics) สงบเยือกเย็น (calm) อุตุน (patience) ส่วนปัจจัยด้านคุณวุฒิ ได้แก่ การได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี (trained) มีประสบการณ์ (experienced) มีคุณวุฒิ (qualified) มีทักษะดี (skilled) รู้เรื่องราวดี (informed) รู้จักบังคับ (authoritative) มีความสามารถ (able) มีไหวพริบดี (intelligent) และปัจจัยด้านพลวัต ได้แก่ การรุกเร้า (aggressive) เขาใจผู้อื่น (emphatic) เปิดเผย (frank) มีพลังผลักดัน (forceful) มีความกล้า (bold) มีความกระตือรือร้น (active) มีพลังในการทำงาน และมีความรวดเร็ว (fast) ^๓

¹ Thomas D. Beilecker and Donn W. Pason, The Process of Social Influence, (New York: Prentice-Hall, Inc., 1972), p.142.

² Erwin P. Bettinghaus, Persuasive Communication, p.106.

³ Ibid.

ปัจจัยทั้ง ๓ ประการ ข้างต้น ถ้าผู้ส่งสารคนใดมีมาก ก็ย่อมแสดงว่ามีความน่าเชื่อถือสูง โดยวัดจากค่าเฉลี่ยของผู้ส่งสารหลาย ๆ คน ดังนั้นจากผลการวิจัยข้างต้นจึงพอสรุปได้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ผู้ส่งสารที่ไม่ได้รับความเชื่อถือจากผู้รับสารจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารได้ แต่ในทางตรงข้าม ถ้าได้รับความเชื่อถือสูง ก็สามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารได้มาก ความน่าเชื่อถือจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับว่า ผู้รับสารเป็นใคร สารเป็นเรื่องอะไร และอยู่ในสถานการณ์อย่างไร ทั้งนี้เพราะว่าอิทธิพลของผู้ส่งสารนั้นย่อมขึ้นอยู่กับสภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารด้วย^๑

จากทฤษฎี แนวความคิดและผลการวิจัยที่กล่าวมาแล้ว อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจของผู้รับสารให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ได้แก่ผู้ส่งสารหรือสื่อบุคคลคือเพื่อน เพื่อนร่วมงาน และเพื่อนบ้าน การรวมกลุ่ม การที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะละม้ายคล้ายคลึงกัน และความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เป็นต้น

๒. คุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม

การพัฒนาชนบทของหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสมบูรณ์แบบเฉพาะแห่ง หรือการพัฒนาตามสายงานรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานก็ตาม ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้การพัฒนาสำเร็จตามเป้าหมาย ก็คือเจ้าหน้าที่ผู้มีความรู้คุณสมบัติเหมาะสมกับงาน ดังนั้น จึงได้มีการกำหนดและทำการศึกษาวิจัยหาคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมด้านต่าง ๆ ไว้ ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ L.D. Kebbey และ C.C. Hearne เกี่ยวกับคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม (Extention Agents) หรือพัฒนากร (Community Organizer) สำหรับชนบท พบว่า ควรจะมีพื้นเพเป็นชาวชนบทอยู่บ้าง เพื่อให้ความเข้าใจระหว่างผู้ให้การเปลี่ยนแปลงกับผู้รับการเปลี่ยนแปลงไม่แตก

¹ Erwin P. Bettinhaus, Persuasive Communication, pp.104-109.

ต่างกันมากนัก เข้าใจประชาชนและเข้าใจวิถีชีวิตในท้องไร่ท้องนาได้ดี^๑

ในการศึกษาเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่พัฒนาในระดับมณฑล (county agents) แห่งมลรัฐมิสซูรี Nye พบว่า จากการประเมินผลได้พบมูลเหตุ ๕ ประการ ที่จะนำไปพิจารณาคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมสำหรับเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม โดยการวัดประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้ของบุคคลเหล่านี้ตอบประชาชน การประเมินผลนั้นวัดจากเจ้าหน้าที่ที่ส่งเสริมและชาวบ้านเอง สิ่งที่ยกเป็นหลักในเรื่องนี้คือบุคคลิกภาพและอุปนิสัยใจคอถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก รองลงมาคือภูมิหลัง การฝึกอบรม ความสนใจในอาชีพ และทัศนคติ^๒

นอกจากนี้ สุวิทย์ ยี่งวรพันธุ์ ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือพัฒนากรไว้ว่า จะต้องสามารถเข้ากับประชาชนทั่ว ๆ ไปได้เป็นอย่างดี จะต้องรู้การดำรงชีวิตของชาวบ้าน จะพอได้เห็นใจเพื่อชาวบ้านได้ความตั้งใจ หรือความวิตกกังวลอย่างแท้จริง ะห้องมีความรู้ในศรัทธาอย่างเต็มที่ จะต้องเป็นผู้มุ่งต่อเหตุการณ์ในอนาคตและรู้สึกเป็นห่วงใยในสวัสดิภาพของประชาชน นอกจากนี้ยังจะต้องมีนิสัยกระตือรือร้น และตั้งมั่นในงานที่จะต้องทำ ไม่เป็นผู้ที่มีความประหวั่นพรั่นพรึงต่องานยากลำบาก จะพอจะสมัครใจจะอยู่และบุกป่าฝ่าดงในถิ่นทุรกันดาร จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ทุกอย่าง และพอจะรู้จักเข้าข้างจิตใจของประชาชนโดยวิธีธรรมดา จะต้องมีความกระตือรือร้น มีความกล้าหาญ มีความนิยมชมชอบ เชื่อถือราษฎรมีความรู้ มีฝีมือในการทำงาน มีความสามารถเร่งเร้าให้เกิดการศึกษา ชี้แจงและทำให้ประชาชนมีจิตใจหรือสงสัยให้เข้าใจดี มีความสามารถทำตัวให้ผู้อื่นหลงใหลเชื่อถือได้ สามารถไกล่เกลี่ย

¹L.D.Kebbey and C C Hearne. Cooperative Extension Work, Second Edition, (Ithaca, N.Y.: Comstock Publishing Associates, 1955), p.75. อ้างถึงใน สุวิทย์ ยี่งวรพันธุ์, พัฒนาชนบทในประเทศไทย, หน้า ๓๑๘.

²Ivan Nye, The Relationship of Certain Factors of the County Agent Success, (Missouri Agri. Exp. Sta. Res. Bull. 192; Columbia, 1952), p.43. อ้างถึงใน สุวิทย์ ยี่งวรพันธุ์, เรื่องเดียวกัน, หน้า ๓๑๘ - ๓๒๐.

การแก่งแย่งชิงดีกัน จนสามารถร่วมมือกันทำงานให้บรรลุผลสำเร็จด้วยดี สามารถในการทำงานร่วมกับกลุ่มคนและชุมชนทั้งหมด และจะต้องมีความรู้ในด้านเทคนิคหลายสาขา นอกจากนี้ยังจะต้องยึดมั่นในการทำงานไม่ว่าจะเป็นคนมีฝีมือหรือคนยากจนอีกด้วย ๑

ส่วนเจ้าหน้าที่เผยแพร่ทางการเกษตร หรือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรนั้น ทำนองสังคาลวณิช ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของบุคคลพวกนี้ไว้ว่า การเผยแพร่ต้องเป็นไปด้วยความตั้งใจเต็มใจ และมีเป้าหมายในการเปลี่ยนพฤติกรรมซึ่งประกอบด้วยความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ และทัศนคติ ต้องเข้าใจความต้องการของเกษตรกร มีความรู้ที่จะทำการถ่ายทอดหรือเผยแพร่เป็นอย่างดี หากไม่อาจเรียนรู้ได้พอเพียงก็ต้องทราบแหล่งบุคคลหรือสถาบันที่จะให้ความสนับสนุนในความรู้เรื่องนั้น ต้องมีความรู้หรือเรียนรู้ถึงกลวิธี หรือเทคนิควิธีในการเผยแพร่ให้เหมาะสมสอดคล้องกับความรู้ และบุคลิกภาพของผู้รับ ต้องเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องที่จะทำการเผยแพร่สูงกว่าผู้รับการเผยแพร่ มีความสันทัดในการใช้ภาษา การพูด และการปฏิบัติกิจกรรม ๒

สำหรับเจ้าหน้าที่นิเทศนั้น วีระ บำรุงรักษา ได้กล่าวถึงคุณสมบัติไว้ว่า จะต้องมีความรู้ความสามารถในงานด้านนิเทศ มีความสามารถในการจูงใจ มีความมั่นคงทางอารมณ์ มีนิสัยผู้อื่นเข้าใจง่าย มีความยุติธรรม ช่วยเหลือผู้อื่น รักเพื่อนมนุษย์ มีความจำดี สนใจผู้อื่น รู้จักกาลเทศะและบุคคล ไม่ชอบฟ้องร้องผู้ใหญ่เกี่ยวกับความผิดชอบผู้อื่น รู้จักดี รู้จักชม ยกย่องผู้อื่น มีความสามารถในการแก้ปัญหา และพูดนอกลายจะพูดก็พูดในสิ่งที่เป็นการสาระ ๓

จากทฤษฎี แนวความคิด และผลการวิจัยที่กล่าวข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าเจ้าหน้าที่ส่งเสริมแต่ละประเภทจะต้องมีคุณสมบัติ และคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมอาจเกิดขึ้นใน ๒ ลักษณะ คือมีผู้กำหนดขึ้นและจากการศึกษาวิจัย

๑ สุวิทย์ ชีษวรรพันธุ์, พัฒนาการชนบทไทย, หน้า ๒๔๔ - ๒๔๖.

๒ ทำนอง สังคาลวณิช, เกษตรทัศน์, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์รวมมิตรไทย, ๒๕๑๖), หน้า ๑๑๘ - ๑๒๒.

๓ วีระ บำรุงรักษา, "ระบบการนิเทศ," (เอกสารประกอบการบรรยาย ณ ศูนย์ฝึกอบรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เมื่อ ๒๖ กรกฎาคม ๒๕๒๑), หน้า ๖ - ๗. (อัตสำเนา)