



บทที่ 2

## ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการที่หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกร ใคมาประสานงานกันในอนาคตจะเผยแพร่แนวความคิดใหม่ในเรื่องการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามแก่เกษตรกรในเขตชลประทาน อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกร และเพื่อให้เกษตรกรได้ใช้แรงงานในครัวเรือนอย่างเต็มที่นั่น การดำเนินงานดังกล่าวนี้ นับได้ว่าก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับสังคมและในระดับบุคคล

การเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม (Social system change) ซึ่งเรียกว่าการพัฒนา นั้น หมายถึง การที่ความคิดใหม่ (new idea) ถูกนำมาใช้ในสังคมเพื่อทำให้รายได้ต่อหัวของประชากรเพิ่มขึ้น และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้วิธีการผลิตที่ทันสมัยขึ้น ตลอดจนการมีสถาบันสังคมที่ดีขึ้น (7 : 8)

การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล (individual social change) เรียกว่าความทันสมัย (modernization) ซึ่งเป็นกระบวนการที่บุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแบบเก่ามาเป็นแบบใหม่ ซึ่งมีความซับซ้อนมากขึ้น มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยการเปลี่ยนแปลงทั้ง 2 ระดับนี้ มีความเกี่ยวพันกันอย่างใกล้ชิด และจะต้องเกิดควบคู่กันไป ตลอดจนมีผลกระทบซึ่งกันและกัน (7 : 14)

การเผยแพร่ความคิดใหม่ (new idea) ด้านการเลี้ยงกุ้งก้ามกรามแก่เกษตรกรในเขตชลประทาน อำเภอสรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยความร่วมมือของหน่วยงานของรัฐในด้านการศึกษาให้ความช่วยเหลือสนับสนุนแก่เกษตรกรในการประกอบอาชีพการเกษตร การดำเนินการเผยแพร่นี้ นับได้ว่าเป็นการเผยแพร่แนวทางการเกษตรอย่างหนึ่งไปยังเกษตรกร

ในการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย เพื่อเป็นการเปรียบเทียบว่า ผลงานวิจัยที่ออกมานั้น จะช่วยสนับสนุนหรือคัดค้านต่อทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมากน้อยเพียงใด โดยทฤษฎีและแนวความคิดที่จะมาสนับสนุนงานวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม (The adoption of innovation)
2. ทฤษฎีความทันสมัย (Modernization)

### ทฤษฎีการยอมรับนวัตกรรม

โรเจอร์ส (8 : 18) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน ได้ให้ความหมายของ นวัตกรรม (Innovation) ซึ่งพอสรุปได้ว่า นวัตกรรม หมายถึง ความคิด การกระทำ หรือสิ่งของซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าสิ่งนั้นเป็นของใหม่หรือไม่ โดยนับเวลาตั้งแต่แรกพบ แต่ขึ้นอยู่กับการที่ว่าเป็นของใหม่หรือไม่ตามความเห็นของตนเอง

โดยในการเผยแพร่ นวัตกรรมไปยังสังคมโลกก็ตาม ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งในระดับสังคมและบุคคล องค์ประกอบต่าง ๆ ในการเผยแพร่มีดังนี้คือ (8 : 19)

1. แนวความคิดหรือข้อปฏิบัติหรือประติษฐานกรรมใหม่
2. ซึ่งถูกเผยแพร่ผ่านช่องทาง
3. ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
4. ไปยังสมาชิกของระบบสังคม

เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของการเผยแพร่ นวัตกรรมดังกล่าว จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบของการเผยแพร่ นวัตกรรมมีลักษณะคล้าย หรือสามารถเปรียบเทียบได้กับองค์ประกอบของการสื่อสารของ คี เค เบอร์โล คือ แบบจำลองของ S-M-C-R โดยย่อมาจากแหล่งสาร (source) สาร (message) ช่องสาร (channel) และผู้รับสาร (receiver) ซึ่ง โรเจอร์ส ได้เพิ่มองค์ประกอบเข้าไปอีก คือ E ซึ่งย่อมาจาก "Effects"

หมายถึง ผลที่เกิดขึ้น ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมโดยการยอมรับของผู้รับสาร  
โดยสามารถสรุปเปรียบเทียบองค์ประกอบของการเผยแพร่นวัตกรรมและแบบจำลองการสื่อสาร  
ของ เบอร์โล ได้อย่างนี้ (9 : 40-72)



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



เปรียบเทียบองค์ประกอบของการสื่อสาร  
กับ

องค์ประกอบของการเผยแพร่นวัตกรรม

องค์ประกอบของ การสื่อสารในแบบ จำลอง S-M-C-R (E)	แหล่งสาร (S)	สาร (M)	ช่องสาร (C)	ผู้รับสาร (R)	ผลการสื่อสาร (E)
องค์ประกอบของ การเผยแพร่ นวัตกรรม	ผู้ประดิษฐ์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริม พัฒนากร ผู้นำทางความคิด ฯลฯ	นวัตกรรม (คุณสมบัติของ นวัตกรรมในสายตา ของผู้รับ เช่น ประโยชน์เชิงเทียบ ความเข้ากันได้ ความสลับซับซ้อน การสามารถนำไป ทดลองใช้ได้ ฯลฯ)	ช่องสาร (ช่องสาร มวลชนหรือ ช่องสาร ปัจเจกชน)	สมาชิกของ ระบบสังคม	ผลในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งอาจเป็น - การเปลี่ยนแปลง ระดับความรู้ - การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ - การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรม

นอกจากนี้ โรเจอร์ส (10 : 339) ยังได้ศึกษาพบว่า การเผยแพร่นวัตกรรม การเกษตรไปสู่เกษตรกรนั้น มีแนวทางอยู่ 4 ประการ คือ

1. เพื่อนและเพื่อนบ้าน
2. พนักงานเดินตลาดและพ่อค้าขายปลีก
3. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
4. สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ

ซึ่งในเรื่องนี้ ได้มีการศึกษาใน 5 หมู่บ้านที่ อัลตาร์ ปราเตช ประเทศอินเดีย พบว่า (11 : 258) ชาวสารส่วนใหญ่เกี่ยวกับการเผยแพร่เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ถูกส่งผ่านเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ไปยังเกษตรกรที่มีฐานะและสถานะทางสังคมค่อนข้างสูง และจะมีการแพร่กระจายของชาวสารนั้น ๆ ผ่านสื่อไปยังญาติและเพื่อน

นอกจากนั้น ยังมีงานวิจัยที่สอดคล้องกับแนวความคิดดังกล่าวนี้ จากการศึกษาของ บุญเลิศ สกสุชาติ (12 : 90-93) ถึงรูปแบบการแพร่กระจายสินค้าใหม่ ๆ ไปสู่ประชาชนในชนบท เขตอำเภอเมืองมหาสารคาม พบว่า ลีอกกลางในการแพร่กระจายสินค้าใหม่ได้ดีที่สุดคือ เพื่อนบ้าน สุวรรณ บัวทอง (13 : 112) ได้ทำการศึกษาในเรื่องทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่ และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น พบว่า แหล่งข่าวที่ให้ข่าวเกี่ยวกับของใหม่ที่สำคัญที่สุดจากห้วงบุคคล ซึ่งได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ผู้นำภายในท้องถิ่น และเพื่อนบ้าน เป็นแหล่งข่าวที่สำคัญ

จากการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในการที่จะทำการเผยแพร่ นวัตกรรม การเกษตรไปยังเกษตรกรได้นั้น จะต้องอาศัยสื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ ซึ่งมีทั้งสื่อบุคคล และสื่อมวลชน โดย โรเจอร์ส (8 : 252) ได้กล่าวถึงบทบาทของสื่อทั้ง 2 ประเภท แล้วพบว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในการเพิ่มความรู้ และก่อให้เกิดการตระหนัก รับทราบ ชาวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับนวัตกรรม ส่วนสื่อบุคคลช่วยในการจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ



ซึ่งในการศึกษาแนวเดียวกันนี้ โจเซฟ ที แกลบเพอร์ (14 : 15-49) ได้พบว่า ผลของสื่อมวลชนที่มีต่อสมาชิกในสังคมนั้น สื่อมวลชนเป็นเพียงสิ่งช่วยเสริมหรือย้ำความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ไม่มั่นคง เท่านั้น และสื่อบุคคลเป็นสื่อที่สำคัญมากในการเปลี่ยนแปลงทั้งค่านิยมทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร และสื่อบุคคลเป็นค่านำให้อิทธิพลของสื่อมวลชนขยายกว้างขึ้น

จากการศึกษาที่สอดคล้องกับแนวความคิดนี้ เออร์วิน พี เบททิงฮอส (15 : 170-171) ศึกษาพบว่า การใช้สื่อมวลชนและสื่อบุคคลควบคู่กันไปจะก่อให้เกิดผลการกระตุ้นอย่างรุนแรงที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงในระคับสังคม

นอกจากนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลยังคงมีอิทธิพลอย่างมากในลักษณะของการรวมกลุ่มหรือประชุมเป็นกลุ่ม ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ ฮอฟแลนด์ และคณะ (16 : 134) ที่พบว่า การได้รับอิทธิพลจากการได้ร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มและการพบปะสังสรรค์มีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

ซึ่งเรื่องนี้มีผลสอดคล้องกับการศึกษาของ อิลิซุ เกษ (17 : 435-440) ที่พบว่า สื่อมวลชนไม่สามารถทำให้คนแต่ละคนเปลี่ยนแปลงแนวความคิดได้ แต่การเปลี่ยนแปลงแนวความคิดของแต่ละบุคคลจะเกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มกับเพื่อน, ครอบครัว และเพื่อนร่วมอาชีพ

ในการเผยแพร่แนวกรรมการเกษตรเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของเกษตรกร ซึ่งก็หมายความว่า การยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ โรเจอร์ส (8 : 102-104) กล่าวว่า จะต้องมีกระบวนการยอมรับ (The Innovation Decision Process) ซึ่งมีอยู่ 4 ขั้นตอน คือ

1. ชั้นความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นที่เกษตรกรเริ่มทราบถึงแนวความคิดใหม่ที่เป็นนวัตกรรม แต่ยังไม่ทราบในรายละเอียดของนวัตกรรมนั้น ๆ มากนัก

2. ขั้นการจูงใจ (Persuasion) เป็นขั้นที่เกษตรกรสร้างทัศนคติที่ ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น ๆ

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นที่เกษตรกรเลือกที่จะยอมรับหรือ ปฏิเสธนวัตกรรม

4. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) เป็นขั้นที่บุคคลแสวงหาความมั่นใจ หลังจากที่ได้ตัดสินใจ

อย่างไรก็ตาม ในการที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมหรือไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้น มิใช่ ขึ้นอยู่กับบทบาทของสื่อ แต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังคงมีปัจจัยหลายประการด้วยกันที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจของเกษตรกรต่อนวัตกรรมนั้น ๆ ฟรานซิส อาร์ แอลเลน (18 : 272-283) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการยอมรับ ดังนี้คือ

1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ความเชื่อและค่านิยม ในการที่นวัตกรรมที่เผยแพร่ เข้าไปในสังคมนั้น ๆ มีความขัดกับความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมที่มีอยู่ในสังคมชาวบ้าน ก็จะเกิด การต่อต้านไม่ยอมรับ

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เนื่องจากการที่ชาวบ้านมีความเคยชินอยู่กับการ ดำเนินชีวิตแบบเก่า ๆ ซึ่งคิดว่าดีแล้ว ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลง

3. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ นวัตกรรมบางประเภทมีราคาแพงเกินกว่าฐานะของ ชาวบ้าน จึงเป็นการยากที่จะชาวบ้านจะนำไปใช้อย่างแพร่หลาย

4. ปัจจัยด้านอุดมการณ์ ถ้านวัตกรรมที่เผยแพร่เข้าไปในสังคมมีความขัดกับ อุดมการณ์ที่ชาวบ้านยึดถืออยู่ ก็จะเกิดการต่อต้านไม่ยอมรับ

5. ปัจจัยด้านสังคม ชาวบ้านจะต่อต้านของใหม่ที่ทำให้สภาพสังคมของเขา ซากสุญสภาพ เกิดภาวะไร้ระเบียบขึ้นมา ซึ่งสภาวะเช่นนี้มองเห็นได้ยาก อาจต้องใช้เวลา นานกว่าจะมองออก



6. ปัจจัยด้านความยุ่งยากซับซ้อนของนวัตกรรม ด้านนวัตกรรมที่เผยแพร่มีกรรมวิธีการใช้ที่ยุ่งยาก สลับซับซ้อน ชาวบ้านเองจะไม่เข้าใจ และจะมีการไม่ยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ

7. ปัจจัยด้านผลประโยชน์ ด้านนวัตกรรมนั้นไม่เกิดประโยชน์ต่อชาวบ้าน ก็จะเป็นการยากที่จะเกิดการยอมรับ

แต่ในทางตรงกันข้าม แม้ว่าปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้นจะเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับนวัตกรรมก็ตาม แต่ในบางครั้งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ อาจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมได้

ทั้งนี้จากการศึกษาของ จอร์จ เอ็ม ฟอสเตอร์ (19 : 143-145) ถึงตัวกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพบว่า มีแรงจูงใจ 2 ประการด้วยกัน คือ

1. ความต้องการเกียรติภูมิและการได้รับสถานภาพสูงขึ้น
2. การได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

โดยแรงจูงใจทั้ง 2 ประการนี้ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด เช่น การที่บุคคลใดได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงขึ้น ในทิศทางเดียวกัน สถานภาพของบุคคลนั้นก็เปลี่ยนแปลงสูงขึ้นไปด้วย

ซึ่งในเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้น โรเจอร์ส (8 : 185-189) ได้ศึกษาพบว่า สถานะทางเศรษฐกิจ สังคม พฤติกรรมการสื่อสาร และคุณลักษณะทางบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล ก็เป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมเช่นกัน โดย โรเจอร์ส ได้ทำการเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า (Earlier Adopters) และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า โดยกล่าวสรุปไว้เป็นหลักกว้าง ๆ ดังนี้คือ

ก. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม

1. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องอายุ



2. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า สามารถอ่านออกเขียนได้มากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

3. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า ได้รับการศึกษาในโรงเรียนมากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

4. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีสถานะทางสังคมสูงกว่า ผู้ยอมรับ  
นวัตกรรมช้ากว่า

5. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีระดับของการเลื่อนชั้นทางสังคมสูงกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

6. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า เป็นเจ้าของทรัพย์สินที่มีมูลค่ามากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า เช่น เป็นเจ้าของที่ดินมากกว่า มีจำนวนวัวควายมากกว่า

7. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีแนวโน้มที่จะทำการค้ามากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

8. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีทัศนคติที่คัดค้านการกักเงินมากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

9. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีความเชี่ยวชาญในการทำงานมากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

ข. คุณลักษณะทางบุคลิกภาพ

1. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีความสามารถในการเข้าใจบทบาทของ  
ผู้อื่น หรือมีความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรามากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

2. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า จะยึดถือระบบความเชื่อแบบฝังหัวน้อยกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

3. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีความสามารถเข้าใจในสิ่งที่เป็นรูปธรรม  
ได้ดีกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
4. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีความสามารถในการใช้เหตุผลได้ดีกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
5. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีความฉลาดกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
6. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีทัศนคติที่คัดต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
7. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีทัศนคติที่คัดต่อการเสี่ยงมากกว่า ผู้ยอมรับ  
นวัตกรรมช้ากว่า
8. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีทัศนคติที่คัดต่อการศึกษามากกว่า ผู้ยอมรับ  
นวัตกรรมช้ากว่า
9. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีทัศนคติที่คัดต่อวิทยาศาสตร์มากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
10. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีความเชื่อในโชคชะตาน้อยกว่า ผู้ยอมรับ  
นวัตกรรมช้ากว่า
11. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงกว่า ผู้ยอมรับ  
นวัตกรรมช้ากว่า
12. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีความปรารถนาในเรื่องการศึกษาอาชีพ  
และอื่น ๆ สูงกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

ก. พฤติกรรมการสื่อสาร

1. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีส่วนร่วมในสังคมมากกว่าผู้ยอมรับ  
นวัตกรรมช้ากว่า



2. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า เขาเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมได้  
ดีกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
3. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก  
มากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
4. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมมากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
5. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีโอกาสเข้าถึงสื่อมวลชนมากกว่า ผู้ยอมรับ  
นวัตกรรมช้ากว่า
6. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า เข้าถึงสื่อบุคคลมากกว่าผู้ยอมรับนวัตกรรม  
ช้ากว่า
7. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
8. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมมากกว่า ผู้  
ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
9. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีระดับการเป็นผู้นำทางความคิดมากกว่า  
ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
10. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีแนวโน้มที่จะเป็นสมาชิกของระบบสังคม  
ที่มีประสิทธิภาพตามแบบทันสมัยมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า
11. ผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า มีแนวโน้มที่จะเป็นสมาชิกของระบบสังคม  
ที่มีบูรณาการอย่างดีมากกว่า ผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า

### ทฤษฎีความทันสมัย

สำหรับแนวความคิดในด้านความทันสมัยนั้น บัญญัติ สุกคิลก (20 : 10) ได้กล่าวว่า การที่บุคคลจะพัฒนาเป็นคนสมัยใหม่ (modernman) นั้น จะต้องมียุคสมัยทางจิตวิทยาหรือความรู้สึกร่วมกันคือ ทักษะคิด และพฤติกรรมบางอย่าง ยุคสมัยเช่นนี้ บางครั้งก็เรียกรวมว่า ความทันสมัย (Modernity) และกระบวนการที่ทำให้บุคคลพัฒนาจนมีคุณสมบัติเช่นนั้น เรียกว่า การทำให้ทันสมัย (Modernization)

โรเจอร์ส และ สเวนนิ่ง (7 : 14) ได้ให้นิยามว่า การทำให้ทันสมัย (Modernization) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเปลี่ยนแปลงสภาพการดำเนินชีวิตจากแบบโบราณ มาเป็นแบบที่สลับซับซ้อนขึ้น และได้มีการศึกษาชานาในกลุ่มประเทศละตินอเมริกา โดยพบว่า (7 : 50) ปัจจัยที่ช่วยให้บุคคลมีความทันสมัยนั้น ขึ้นอยู่กับการรู้หนังสือ (Literacy) การเปิดรับสื่อมวลชน (Mass Media Exposure) การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม (Cosmopolitaness) การเข้าใจบทบาทของผู้อื่น (Empathy) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) ความเชื่อถือโชคชะตา (Fatalism) การยอมรับนวัตกรรม (Innovativeness) ความรู้ทางการเมือง (Political Knowledge) และความมุ่งหวัง (Aspiration) ของบุคคลนั้น ซึ่งจะเข้าใจได้ง่ายขึ้นเมื่อพิจารณาตามรูปแบบ (Paradigm) ดังนี้

<u>ตัวแปรต้น</u>	<u>ตัวแปรแทรก</u>	<u>ผล</u>
การรู้หนังสือ	การเข้าใจบทบาทผู้อื่น	การยอมรับนวัตกรรม
การเปิดรับสื่อมวลชน	แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	ความรู้ทางการเมือง
การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม	ความเชื่อถือโชคชะตา	ความมุ่งหวัง

นอกจากนี้ โรเจอร์ส (7 : 104-112) ยังได้ทำการศึกษามหาของสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นปัจจัยแทรกซ้อน ซึ่งสามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้คือ



<u>ตัวแปรต้น</u>	<u>กระบวนการ</u>	<u>ผล</u>
การอ่านออกเขียนได้		การเข้าใจบทบาทของผู้อื่น
การศึกษา	การเปิดรับสื่อมวลชน	ความรู้ทางการเมือง
สถานภาพทางสังคม		แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
อายุ		ความมุ่งหวังในเรื่องการศึกษา
การมีประสบการณ์ภายนอกสังคม		และอาชีพ

โดย โรเจอร์ส ได้ให้แนวความคิดว่า สื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่ทำให้คนทันสมัย เพราะว่าบุคคลที่อ่านออกเขียนได้ มีการศึกษาดี มีสถานะทางสังคมสูง มีการติดต่อกับสังคมภายนอก จะมีการเปิดรับสื่อมวลชนสูง ซึ่งเป็นผลให้บุคคลนั้นมีคุณลักษณะที่จะมีความเข้าใจในบทบาทของผู้อื่น มีความไวในการยอมรับนวัตกรรม มีความรู้ด้านการเมือง มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และมีความมุ่งหวังในด้านการศึกษา และอาชีพด้วย ซึ่งเป็นลักษณะของคนทันสมัย

และจากการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบในประเทศอาเจนตินา ชิลี ปากีสถาน ตะวันออก อินเดีย และไนจีเรีย ของ อเล็กซ์ อินเกลเลซ และ เดวิท เอช สมิตซ์ (21 : 19-24) ในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยภายในของตัวบุคคลที่มีความทันสมัย ซึ่งอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า เป็นผู้ที่มีความพร้อมในการยอมรับประสบการณ์ใหม่ ๆ (openness to new experience) มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (The readiness for social change) มีความเจริญทางความคิด (The realm of the growth of opinion) มีการรับทราบข่าวสาร (Information) ทางด้านเวลา (Time) จะมีความสนใจในอนาคตมากกว่าอดีต มีเป้าหมายในชีวิตของตนเองที่จะทำอะไรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficacy) มีการวางแผน (planning) ต่อการดำเนินชีวิตของตนเองและต่อกิจกรรมอื่น ๆ เชื่อในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล (Calculability) มีความมุ่งหวังในด้านการศึกษาและอาชีพ (Aspiration, educational and occupational) และมีความเคารพในสิทธิผู้อื่น

เดวิท ซี เมกเซลแลนค์ (22 : 74-85) ซึ่งได้ทำการศึกษาดังสังคมสมัยใหม่พบว่า ปัจจัยที่จะทำให้ความทันสมัยของบุคคลหรือของกลุ่มมีมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ก็จะเป็นคนทันสมัยมาก และเป็น

ผู้ประกอบการที่ดีด้วย แต่ถ้าเป็นบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ ก็จะเป็นคนที่ทันสมัยน้อย และมีลักษณะเป็นผู้ประกอบการต่ำ

ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ นาด พันธุนาวัน และคณะ (23 : 30-43) เกี่ยวกับเรื่องการยอมรับวิทยาการแผนใหม่กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความกล้าเสี่ยง และ ความวิตกกังวลของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพด ในอำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี และอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จากผลการวิจัยปรากฏว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ ส่วนความกล้าเสี่ยงและความวิตกกังวล ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับความรู้และการยอมรับวิทยาการแผนใหม่

โรเจอร์ส และ สเวนนิ่ง (7 : 291-292) ได้ศึกษาพบว่า บุคคลที่ทันสมัย จะมีการยอมรับนวัตกรรม (Innovativeness) เร็วกว่าบุคคลที่จัดอยู่ในประเภทรับนวัตกรรมช้า อเล็กซ์ อินเกลเลซ เดวิท เอช สมิตซ์ (21 : 19-20) ศึกษาพบว่า บุคคลที่มีความพร้อมมากในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การใช้ปุ๋ยแบบใหม่ การใช้พันธุ์พืชแบบใหม่ จะเป็นคนทันสมัยมากกว่าคนอื่น ๆ ซึ่งมีความพร้อมในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ น้อยกว่า และจากการศึกษาของ เวินเนอร์ (24 : 3) ได้ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงไปสู่ลักษณะสมัยใหม่ในด้านความสามารถของบุคคลที่นำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการควบคุมทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้ได้มาซึ่งจำนวนผลผลิตต่อหัวของประชาชาติสูงขึ้น เป็นการแสดงออกถึงความทันสมัย

ในด้านการศึกษาวิจัยถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมในประเทศไทย มีผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่าง ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

#### 1. ปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม

##### เพศ

จากการศึกษาของ วัชรารมภ์ ตระกูลศิษฐ์ (25 : 87) พบว่า เพศมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติในการยอมรับการทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่ ของเกษตรกร



อายุ

จากการวิจัยของกรมวิชาการเกษตร (24 : 42-51) พบว่า อายุมีอิทธิพลต่อการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ในการทำนาของเกษตรกร

สำหรับผลการวิจัยของ คณิต มานพวงษ์ (27 : 69) พบว่า อายุมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอัตราการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง ซึ่งมีความสอดคล้องกับการวิจัยของ สหส์ นิลพันธุ์ (28 : 60) ซึ่งพบว่า อายุมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการยอมรับในการใช้ปุ๋ยมาซัล

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ สมศักดิ์ พงษ์หาญยุทธ (29 : 39) ยังได้ศึกษาพบว่า เกษตรกรที่มีอายุน้อยกว่า จะยอมรับการปลูกข้าวโพดพันธุ์สุวรรณ 1 ได้เร็วกว่าเกษตรกรที่มีอายุมาก

ระดับการศึกษา

จากการวิจัยของ พรทิมล วรกลัก (30 : 83) พบว่า เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาสูง จะยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่าเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาต่ำ และจากการวิจัยของกรมวิชาการเกษตร (26 : 42-51) ก็พบว่า ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ในการทำนาของเกษตรกร

นอกจากนี้ บุญธรรม คำพ้อ (31 : 72-73) ยังได้ศึกษาพบว่า เกษตรกรที่มีการศึกษาสูงกว่า จะยอมรับวิทยาการแผนใหม่ในการทำนามากกว่าเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า และจากผลการศึกษาของ สมศักดิ์ พงษ์หาญยุทธ (29 : 40) ก็มีความสอดคล้องในแง่ที่ว่า เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะยอมรับการปลูกข้าวโพดพันธุ์สุวรรณ 1 ได้เร็วกว่าเกษตรกรที่มีการศึกษาต่ำ

ฐานะทางเศรษฐกิจ

จากผลการวิจัยของ สมศักดิ์ พงษ์หาญยุทธ (29 : 42) พบว่า เกษตรกรที่มีรายได้สูงกว่า จะยอมรับการปลูกข้าวโพดพันธุ์สุวรรณ 1 ได้เร็วกว่าเกษตรกรที่มีรายได้ต่ำ

สำหรับผลการศึกษาของ โกลด์เซน และ เรลส (32 : 16) พบว่า ผู้ที่ยอมรับของใหม่ เช่น การใช้ปุ๋ย การใช้เครื่องยนต์ การเลี้ยงปลาหมอเทศ และการเพาะเห็ด ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีความรู้ทางเศรษฐกิจสูง ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิศมัย กระแสนทร์ (33 : 70-73) ที่พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของเกษตรกร เช่น รายได้ เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกรจังหวัดศรีสะเกษ

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยของ ยุพดี ชัยภักดิ์ (34 : 80) ก็มีข้อเสนอแนะต่อแนวความคิดดังกล่าว โดยศึกษาพบว่า กลุ่มผู้รับการปลูกฝ้ายพันธุ์ใหม่เร็ว จะมีฐานะทางเศรษฐกิจสูงกว่ากลุ่มรับช้า

## 2. ปัจจัยด้านพฤติกรรมการสื่อสาร

### การเปิดรับสื่อมวลชน

จากการศึกษาของ ชิตาคาว ภักดิ์ (35 : 73) พบว่า ผู้ที่ยอมรับ การเลี้ยงกึ่งก้ามกรามเร็ว จะมีความดีในการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มยอมรับการเลี้ยงกึ่งก้ามกรามช้า ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ บุญธรรม คำพอ (31 : 72-73) ซึ่งพบว่า เกษตรกรที่รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชนสูง จะยอมรับวิทยาการแผนใหม่ในการทำนามากกว่าเกษตรกรที่รับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนน้อย และจากผลการวิจัยของ โกลด์เซน และ เรลส (32 : 36-37) ก็มีข้อเสนอแนะที่ว่าผู้ที่ยอมรับของใหม่ เช่น การใช้ปุ๋ย การใช้เครื่องยนต์ การเลี้ยงปลาหมอเทศ และการเพาะเห็ด จะมีการเปิดรับสื่อมวลชนสูง

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยดังกล่าว ก็มีการขัดแย้งต่อผลการวิจัยของ พรพิมล วรคิลก (30 : 50) ซึ่งพบว่า สื่อมวลชนไม่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟเลย

### การพบปะพูดคุยกับผู้นำการเปลี่ยนแปลง



คณิศ มานพหงษ์ (27 : 71) ได้ศึกษาพบว่า การติดต่อกับหน่วยส่งเสริม การเกษตรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกร ทำสวนยาง

จากการวิจัยของ ดวงใจ จตุภัทร์ (35 : 58) ได้พบว่า การสื่อสาร ระหว่างบุคคลในท้องถิ่นมีอิทธิพลให้เกษตรกรยอมรับโครงการสินเชื่อเพื่อการเกษตรแผน สามประสาน

นอกจากนั้น จากการศึกษาของ ยุพดี ชัยภักดิ์ (34 : 80) ก็พบว่า สื่อ บุคคลมีบทบาทในการยอมรับการปลูกฝ้ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกนิคมมากที่สุด ซึ่งมีความ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพิมล วรคิลก (30 : 47-49) ซึ่งพบว่า สื่อบุคคลนอกจาก จะมีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟมากที่สุดแล้ว ยังเป็นสื่อที่ให้ข่าวสารเพิ่มหลังจากยอมรับ การปลูกกาแฟที่สุดด้วย

### การประชุมกลุ่ม

จากการศึกษาของ ภาระณี ประถมบุรณ (37 : 61) ได้พบว่า การประชุม กลุ่ม เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่ก่อให้เกิดความสัมฤทธิ์ผลในการโน้มน้าวใจสมาชิกให้ร่วมกัน จัดตั้งสหกรณ์ชาวบ้านเก่า

ยุพดี ชัยภักดิ์ (34 : 81) ได้ศึกษาพบว่า สื่อการประชุมอบรมมีบทบาทต่อ การยอมรับการปลูกฝ้ายพันธุ์ใหม่ของสมาชิกมากกว่าสื่อมวลชน และการทำไร่นาสำธิต ซึ่ง มี ความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญชัย มณีมนุญย์ (38 : 50-54) ซึ่งศึกษาพบว่า เกษตรกรได้รับความรู้เรื่องการทำนาสำธิต ส่วนใหญ่มาจากสื่อระหว่างบุคคลที่สำคัญที่สุด ได้แก่ การประชุมกลุ่มของเจ้าหน้าที่

### 3. ปัจจัยด้านความทันสมัย

ดวงใจ จตุภัทร์ (36 : 65) ศึกษาพบว่า เกษตรกรที่มีลักษณะทันสมัย ไม่มีความแตกต่างกับเกษตรกรที่มีลักษณะตามแบบประเพณีโบราณ ในการยอมรับโครงการ

สินเชื่อเพื่อการเกษตรแผนสามประสาน

และจากการศึกษาของ ยูพีที ซัยภักดิ์ (34 : 74) พบว่า การยอมรับ การปลูกฝ้ายพันธุ์ใหม่เร็วหรือช้า ไม่มีความสัมพันธ์กับการเป็นคนทันสมัย

ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ ประคอง เอี่ยมส่วางค์ (39 : 196) ซึ่งพบว่า ปัจจัยทางด้านความทันสมัยของบุคคลมีความสัมพันธ์กับผลผลิตข้าวต่อไร่

จากการศึกษาถึงทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้อธิบายมาแล้วนั้น จะพบได้ว่า ปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านพฤติกรรม การสื่อสาร ปัจจัยด้านความทันสมัย ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกในโครงการส่งเสริมการเลี้ยงกึ่งก้ามกรามทั้งสิ้น โดยคาดว่า งานวิจัยดังกล่าว จะเป็นงานวิจัยขั้นพื้นฐานของธนาคารเอง ในส่วนที่เกี่ยวกับเกษตรกรผู้ เป็นกลุ่มเป้าหมาย ในการดำเนินงานของธนาคารโดยตรง เพื่อเป็นแนวทางของธนาคาร ในอันที่จะทำการปรับปรุงการดำเนินงานในการพัฒนาการเกษตรของธนาคาร ทั้งในด้านการ พัฒนาตัวบุคคล คือ เกษตรกร ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญมากในการยอมรับนวัตกรรมเป็นการพัฒนา ตัวเกษตรกรให้มีความพร้อมและมีแนวความคิดที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการพัฒนา การเกษตรในระดับสังคม ในด้านการเผยแพร่ เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ ผลิต ก็จะเป็นไปอย่างสอดคล้องและเสริมซึ่งกันและกัน ยังผลให้การดำเนินงานของธนาคาร ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพสมดังจุดหมายในการพัฒนาการเกษตรไทย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย