

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีบทบาทมากน้อยเพียงใดที่ทำให้เกษตรกรที่มีอาชีพเลี้ยง ไก่ในตำบลหนองโพ ยอมรับเขาเป็นสมาชิกสหกรณ์ ไก่หนองโพ ศึกษาถึงความสำคัญของสื่อบุคคลแต่ละประเภทที่มีผลจูงใจให้เกษตรกรยอมรับเขาเป็นสมาชิก ๆ และศึกษาถึงกลวิธีการสื่อสารต่าง ๆ ของสื่อบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเขาเป็นสมาชิกสหกรณ์ ๆ

ตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ไก่หนองโพ จังหวัดราชบุรี 170 คนที่ตงบ้านเรือนอยู่ในตำบลหนองโพ คิดเป็นร้อยละ 10 ของจำนวนสมาชิกสหกรณ์ ๆ ทั้งหมด 1,700 คน จากการวิจัยปรากฏผลโดยสรุป ดังนี้—

ตอนที่ 1 ข้อมูลภูมิหลังทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ๆ

สมาชิกสหกรณ์ ๆ จำนวน 170 คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ ร้อยละ 78.8 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41 – 50 ปี มากกว่า 3 ใน 4 จบการศึกษาชั้นประถมศึกษา ส่วนใหญ่มีความรู้อ่านออกเขียนได้ ร้อยละ 70.0 เป็นหัวหน้าครอบครัวผ่านการสมรสแล้ว มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนจากการเลี้ยงไก่ ประมาณ 3,000 – 5,000 บาท ส่วนใหญ่เลี้ยงไก่ระหว่าง 5 – 10 ตัว มีเครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์อยู่ในบ้านมากกว่าผู้ที่ไม่มี สมาชิกสหกรณ์ ๆ จำนวนมากไม่มีตำแหน่งทางสังคม (ร้อยละ 76.8) และเป็นสมาชิกมาแล้ว 5 – 6 ปี

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมกำรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับสารทั่วไปและข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์โคนม

2.1 พฤติกรรมกำรับสารทั่วไป

2.1.1 หนังสือพิมพ์ สมาชิกสหกรณ์ ฯ ส่วนใหญ่ไม่อ่านหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 56.5) ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีเวลา ส่วนผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ จะอ่านบ่อย แต่ไม่ทุกวัน และจะอ่านหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ มากที่สุด ส่วนใหญ่นิยมอ่านคอลัมน์ข่าวทั่วไป และข่าวการเกษตร คอลัมน์อื่นที่ชอบ คือ มวย และเกร็ดความรู้อื่น ๆ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์มีความเห็นว่า อ่านหนังสือพิมพ์เพื่อความรู้อะไรและการศึกษา และมีความเชื่อถือในหนังสือพิมพ์บางเล่มเหมือนกัน

2.1.2 วิทยุ สมาชิกสหกรณ์ ฯ มากกว่า 3 ใน 4 รับฟังวิทยุ (ร้อยละ 78.8) พวกที่ไม่ฟังส่วนใหญ่บอกว่า เป็นเพราะไม่มีเวลา ผู้ที่ฟังวิทยุส่วนมากจะฟังบ่อยแต่ไม่ทุกวัน และรับฟังจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่นิยมฟังรายการข่าวทั่วไป ข่าวการเกษตรและสารคดีน้ำ และฟังรายการเพลงลูกทุ่งบ่อย มีความเชื่อถือในวิทยุแบบเข็กรังไม่เข็กรัง (50 %)

2.1.3 โทรทัศน์ สมาชิกสหกรณ์ ฯ มากกว่าครึ่งหนึ่งดูโทรทัศน์ (ร้อยละ 60.6) ผู้ที่ไม่ดูเป็นเพราะไม่มีโทรทัศน์ ผู้ดูโทรทัศน์จะดูโทรทัศน์ทุกช่อง ส่วนมากจะดูโทรทัศน์บ่อยแต่ไม่ทุกวัน และดูรายการแสดงบันเทิงเป็นประจำ (ร้อยละ 75.7) ดูรายการเกี่ยวกับความรู้ทางการเกษตรบ่อย ๆ (ร้อยละ 37.9) ผู้ดูโทรทัศน์มีความเชื่อถือโทรทัศน์แบบเข็กรังไม่เข็กรัง

2.2 พฤติกรรมกำรับสารเกี่ยวกับสหกรณ์โคนม

2.2.1 การอ่านจากหนังสือพิมพ์ สมาชิกสหกรณ์ ฯ ที่อ่านหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เคยอ่านพบข่าวเกี่ยวกับสหกรณ์โคนม (ร้อยละ 60.9) และได้อ่านหลังจากสมัครเป็นสมาชิกแล้ว (ร้อยละ 72.5) ส่วนใหญ่ได้รับความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของสหกรณ์ คือการรวมกลุ่มเป็นสมาชิก การถือหุ้นและเงินปันผล

2.2.2 การฟังวิทยุ สมาชิกสหกรณ์ ฯ ที่ฟังวิทยุส่วนใหญ่เคยฟังข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์โคนม (ร้อยละ 59.7) และได้ฟังหลังจากเป็นสมาชิกแล้ว (ร้อยละ 73.8) ได้ทราบเรื่องการดูแล เลี้ยงดูโคนมมากที่สุด (ร้อยละ 61.3) รองลงมาคือ การดำเนินงานของสหกรณ์

2.2.3 การดูโทรทัศน์ สมาชิกสหกรณ์ ฯ ที่ดูโทรทัศน์ส่วนใหญ่เคยทราบข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์โคนม (ร้อยละ 50.5) และได้ทราบหลังจากเป็นสมาชิกแล้ว (ร้อยละ 88.5) ได้รับความรู้เกี่ยวกับการใช้สิทธิของสมาชิกสหกรณ์มากที่สุด

ตอนที่ 3 วิเคราะห์บทบาทของสื่อบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิก

3.1 บทบาทของสื่อบุคคล

สมาชิกสหกรณ์ ฯ ส่วนใหญ่ได้รับทราบเรื่องการสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์โคนม ฯ จากสื่อบุคคล 1 ประเภท (ร้อยละ 52.3) และได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องสหกรณ์โคนมจากเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากที่สุด (ร้อยละ 34.7) รองลงมาคือเพื่อนบ้าน (ร้อยละ 31.7) นอกจากนี้สมาชิกส่วนใหญ่ยังได้รับคำแนะนำชักชวนจากเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากที่สุด (ร้อยละ 40.0) ให้เข้าสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ ฯ รองลงมาคือเพื่อนบ้าน (ร้อยละ 28.2)

ส่วนความเชื่อถือในสื่อบุคคลนั้น เมื่อสมาชิกมีปัญหาเรื่องการเลี้ยงดูโคนม หรือปัญหาเกี่ยวกับสหกรณ์โคนม สมาชิกส่วนมากคิดว่า เจ้าหน้าที่สหกรณ์จะช่วยพวกเขาได้มากที่สุด (ร้อยละ 38.8) เพื่อนรวมกลุ่มอาชีพ เป็นอันดับรองลงมา (ร้อยละ 35.9) ทั้งนี้เป็นเพราะสมาชิกเชื่อว่า เจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีความรู้เรื่องสหกรณ์ เรื่องการดูแลโคนมดี และเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพก็เป็นผู้มีประสบการณ์

ส่วนความคิดเห็นของสมาชิกต่อคุณสมบัติของเจ้าหน้าที่สหกรณ์นั้น ส่วนใหญ่มีความเห็นในระดับดี และระดับปานกลาง สำหรับดีมาก ได้แก่คุณสมบัติในเรื่องความรู้เรื่องสหกรณ์ และระดับน้อยมาก สำหรับเรื่องความยุติธรรม และเข้าใจปัญหาชาวบ้าน ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือร้อยละ 1.8



ซึ่งเป็นเปอร์เซ็นต์อย่างมาก คุณสมบัติอย่างอื่นอีกเช่น ใ้แก่ ความกระตือรือร้นต่องานและความเอา
ใจใส่ช่วยเหลือผู้อื่น อยู่ในระดับดี และระดับปานกลาง

3.2 การยอมรับเข้าเป็นสมาชิก ฯ

ก่อนตัดสินใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ สมาชิกส่วนใหญ่ได้ไปปรึกษาหารือ
กับเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากที่สุด (ร้อยละ 33.5) รองลงมาคือเพื่อนบ้าน (ร้อยละ 31.8)
ปรึกษาศูนย์คลีในครอบครัว และเจ้าหน้าที่สหกรณ์ตามลำดับ มีผู้ไม่ปรึกษาใคร (ร้อยละ 2.3)
หลังจากนั้นมีสมาชิกจำนวน เกือบครึ่งหนึ่งยอมรับที่จะสมัครทันทีกับผู้ที่ขอเวลาตัดสินใจน้อยกว่า
1 เดือน (ร้อยละ 43.5) ส่วนผู้ที่ใช้เวลาตัดสินใจระหว่าง 1 – 12 เดือน มีจำนวนไม่ต่าง
กันมากนักกับพวกแรก (ร้อยละ 37.6) ในเรื่องการยอมรับเป็นสมาชิกนี้ สมาชิกเกือบทั้งหมด
(ร้อยละ 91.8) มีความเห็นว่า บุคคลที่เขาไปปรึกษาคอยมีส่วนช่วยในการตัดสินใจให้ยอมรับ
เขาเป็นสมาชิกสหกรณ์ ฯ นอกจากนี้สมาชิกเกือบทั้งหมด มีความเห็นในเรื่องพฤติกรรมการสื่อสาร
ระหว่างบุคคลความถี่ทำให้เกิดการยอมรับเข้าเป็นสมาชิก โดยสมาชิกร้อยละ 57.0 เห็นควย
อย่างยิ่งในเรื่องนี้ และร้อยละ 40.6 เห็นควย ส่วนผู้ไม่เห็นควยมีจำนวนน้อยมาก คือเพียง
ร้อยละ 2.3

3.3 เปรียบเทียบบทบาทของสื่อมวลชนกับสื่อบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับ

ผลจากการวิจัยพบว่า เมื่อนำเอาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จาก
มาเปรียบเทียบกันระหว่างสื่อมวลชน กับสื่อบุคคลจะเห็นได้ชัดเจนว่า
การยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ไ้คนมา ฯ โดยใช้เวลาระยะเวลาตัดสินใจน้อยที่สุด มีความ
สัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการสื่อสาร ระหว่างบุคคลมากกว่าการสื่อสารมวลชน อย่างไรก็ตาม
จะสังเกตได้ว่า สื่อมวลชนประเภทเดียวที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ไ้คนมาฯ
โดยใช้เวลาเวลาน้อยที่สุดนั้น คือสื่อวิทยุ ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อ โทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติกับการยอมรับเข้าเป็นสมาชิก

ตอนที่ 4 วิเคราะห์กลวิธีสื่อสารของสื่อบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับ

4.1 ความถี่ของการพบปะสนทนากับสื่อบุคคลประเภทต่าง ๆ เรื่องการเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ ฯ

สมาชิกสหกรณ์ ฯ จำนวนมาก (ร้อยละ 76.5) มีการพบปะสนทนากับบ่อยมาก กับเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อนบ้าน (ร้อยละ 63.5) สนทนากับบ่อยพอควร กับเจ้าหน้าที่สหกรณ์มากที่สุด (ร้อยละ 53.5) รองลงมาคือบุคคลในครอบครัว สมาชิกสหกรณ์ ฯ จำนวนร้อยละ 70.6 ไม่ค่อยได้สนทนากับผู้ใหญ่นาน รองลงมาคือเจ้าหน้าที่สหกรณ์ (ร้อยละ 14.1)

4.2 กลวิธีการสื่อสารเรื่องสหกรณ์โคมน ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่ ใ้รับการเผยแพร่ข่าวสาร เรื่องสหกรณ์โคมนจากเจ้าหน้าที่สหกรณ์โดยวิธีประชุมกลุ่ม (ร้อยละ 52.9) รองลงมาคือการแจ้งให้ทราบทางหนังสือ (ร้อยละ 45.3) และมีเพียงร้อยละ 1.8 ที่แจ้งให้สมาชิกทราบเวลาพบปะกัน

สมาชิกสหกรณ์ ฯ ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 39.4) อยากให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์ติดต่อสื่อสารกับตนด้วยการไปเยี่ยมเยียนที่บ้าน รองลงมาคือพบปะสนทนาส่วนตัว (ร้อยละ 28.2) แต่สมาชิกสหกรณ์ ฯ จำนวนมากกว่า 3 ใน 4 (ร้อยละ 81.2) ตอบว่านาน ๆ ครั้ง ที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ จะออกไปเผยแพร่ข่าวสารด้วยตนเอง

สมาชิกสหกรณ์ ฯ มีความเห็นในเรื่องกลวิธีการสื่อสารที่จูงใจให้สมัครเป็นสมาชิก ดังนี้ สมาชิกจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 58.3) คิดว่า การประชุมกลุ่มมีผลในด้านการจูงใจเป็นอันดับหนึ่ง อันดับที่สอง (ร้อยละ 37.6) คิดว่าการเยี่ยมเยียนที่บ้าน ร้อยละ 33.5 คิดว่าการพบปะสนทนาเป็นอันดับที่สาม และอันดับสุดท้ายสมาชิกจำนวนมาก (ร้อยละ 42.3) คิดว่าการแจ้งทางหนังสือ

ตอนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอื่น ๆ กับระยะเวลาที่ตัดสินใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ ฯ

ความสัมพันธ์ของคุณสมบัติของสมาชิกสหกรณ์ กับระยะเวลาที่ตัดสินใจยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ใด ๆ นั้น พบว่าคุณสมบัติในเรื่องอายุ และการศึกษามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับระยะเวลาที่ตัดสินใจยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ โดยใช้เวลาอันน้อยที่สุด ส่วนเรื่องเพศ สถานภาพสมรส สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม และการเปิดรับสื่อมวลชน ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ตัดสินใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ความเห็นของสมาชิกต่อการบริหารงานของสหกรณ์

สมาชิกสหกรณ์ ฯ จำนวน 1 ใน 3 (ร้อยละ 35.5) มีความเห็นว่าสหกรณ์ควรปรับปรุงแก้ไขการบริหารให้ดีขึ้น สมาชิกจำนวนใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 33.5) คิดว่าสหกรณ์ทำงานดีแล้ว ส่วนสมาชิกอีกกลุ่มหนึ่งบอกว่าคุณไม่เคຍบุงเกี้ยวและไม่รูเรื่องการบริหารสหกรณ์ ดังนั้นความคิดเห็นของสมาชิก 3 กลุ่มจึงไม่แตกต่างกันมากนัก

สมาชิกส่วนใหญ่จำนวน 3 ใน 4 (ร้อยละ 84.1) ต้องการให้สหกรณ์ให้ราคามสูงชัน และให้ลดราคาอาหารสัตว์ลงบ้าง ส่วนสมาชิกร้อยละ 13.5 ต้องการให้สหกรณ์หาที่ปลูกหญ้าให้สมาชิก และให้หาพอโคพันธุ์คุณภาพสม ส่วนสมาชิกจำนวนน้อยที่สุด (ร้อยละ 2.3) มีความเห็นว่าไม่ต้องการอะไร สหกรณ์ช่วยคืออยู่แล้ว

การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิจัยครั้งนี้ จะเห็นว่า ผลการวิจัยบางข้อเป็นไปตามสมมติฐานที่เคตั้งไว้ บางข้อก็ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งในท่นขอเสนอสมมติฐานที่เคตั้งไว้ และผลการวิจัยที่เคมาเสนอ เพื่อเป็นการเปรียบเทียบและแสดงความคิดเห็นต่อผลการวิจัยที่เคตั้งต่อไปนี้.—

1. จากสมมติฐานข้อ 1 ที่ตั้งไว้ว่า สมาชิกสหกรณ์จะเปิดรับสื่อไม่ต่ำกว่า 1 ประเภทนั้น จากผลการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน คือ สมาชิกทั้งหมด เปิดรับทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล (ตารางที่ 40 และ 41) และได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์โคนมจากทั้ง 2 ทาง สำหรับสื่อมวลชนนั้นเป็นที่น่าสังเกตว่า สื่อวิทยุมีผู้เปิดรับมากที่สุด (ร้อยละ 78.8) รองลงมาคือโทรทัศน์ (ร้อยละ 60.6) ทั้งนี้เป็นเพราะครัวเรือนส่วนมากมีเครื่องรับวิทยุ และสมาชิกเปิดรับฟังข่าวสารการเกษตรจากสถานีที่ เปิดรับฟังได้ทั่วประเทศ เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุ ป.ศ.อ. เป็นต้น การที่สมาชิกเปิดรับสื่อมวลชนจำนวนต่างกันั้น เพราะมีเหตุผลต่างกัน คือ ผู้ที่เปิดรับเพียง 1 ประเภท เป็นเพราะไม่มีเวลาพอ หรือไม่มีเครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือ อ่านหนังสือไม่ออก สำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น เป็นที่แน่นอนว่าสมาชิกทุกคนได้มีการพบปะติดต่อกับสื่อสารระหว่างกันในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว แต่จะมีความถี่ในการติดต่อกับสื่อบุคคลแต่ละประเภทไม่เท่ากัน ดังนั้น ผลการวิจัยในข้อนี้สามารถสรุปได้ว่า สมาชิกสหกรณ์เปิดรับสื่อไม่ต่ำกว่า 1 ประเภท ซึ่งเป็นไปตามแนวทฤษฎีของ Rogers และ Shoemaker ที่ว่าการเปิดรับสื่อหลายประเภทมีผลต่อการเปลี่ยนแปลง หรือยอมรับความคึกคักสมัยใหม่หรือนวัตกรรมได้มากกว่าและเร็วกว่าผู้ที่ไม่เคยเปิดรับสื่อใด ๆ

2. จากสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ตั้งไว้ว่า การรับสาร เกี่ยวกับสหกรณ์โคนมโดยผ่านสื่อบุคคลมีผลต่อระยะเวลาการยอมรับการ เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพมากกว่าผ่านทางสื่อมวลชน จากผลการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน คือแม้ว่าสมาชิกส่วนมากจะได้รับข่าวสารเรื่องสหกรณ์โคนมผ่านทางสื่อมวลชนแต่ละ 1 อย่างขึ้นไป แต่สมาชิกส่วนใหญ่ตอบแบบสอบถามว่าได้รับทราบข่าวสารดังกล่าวหลังจากสมัคร เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์แล้ว (ตารางที่ 35, 37 และ 39) จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการแจ้ง และเผยแพร่ข่าวสาร เท่านั้น แต่จะมีบทบาทในการชักจูงใจน้อยกว่าสื่อบุคคล แม้วาจะมีสมาชิกสหกรณ์บางคนได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์โคนมก่อนการสมัคร เขา เป็นสมาชิก แต่เขาเหล่านั้นก็จะได้รับแรง เสริมหรือย้ำ (Reinforcement) จากสื่อบุคคลอีกทีหนึ่ง

กึ่งที่โรเจอร์ส¹ กล่าวว่า การที่ผู้รับสารจะยอมรับนวัตกรรมนั้น จะต้องผ่านกระบวนการขั้นแรกเสียก่อน คือ ขั้นแสวงหาความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นตอนที่บุคคลเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ และทำความเข้าใจกับนวัตกรรมนั้น ในขั้นแรกนี้สื่อมวลชนเป็นสื่อที่สำคัญมากในการให้ความรู้ ส่วนสื่อบุคคลไม่จำเป็นต้องใช้ในขั้นนี้ โรเจอร์ส กล่าวควยว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในแง่เพิ่มความรู้ แลกการสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ²

นอกจากนี้ จากงานวิจัยของ พรพิมล วรคิลก³ พบว่า การรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟต่างกัน โดยสื่อบุคคลมีผลมากที่สุด รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ นอกจากนี้ยังพบว่า สื่อมวลชนไม่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟสำหรับเกษตรกรที่ปลูกกาแฟในกิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร

สำหรับการรับทราบข่าวสาร เรื่องสหกรณ์โคนม ผ่านทางสื่อมวลชนนั้น สมาชิกทุกคนได้มีการพบปะพูดคุยกับสื่อมวลชนเหล่านี้มากน้อยแตกต่างกันไป และได้รับทราบผ่านทางวิธีการติดต่อสื่อสารของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ควย ซึ่งสื่อมวลชนเหล่านี้มีบทบาทในการแนะนำชักจูงใจให้คำปรึกษาหารือแก่สมาชิกควย ซึ่งมีผลให้พวกเขาได้ตัดสินใจภายหลัง นอกจากนี้ เมื่อมีการทดสอบทางสถิติ เพื่อเปรียบเทียบบทบาทของสื่อมวลชนกับสื่อบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับแล้ว พบว่า สื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระยะเวลาในการตัดสินใจยอมรับ เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมโดยใช้เวลาน้อยที่สุด และยังพบว่าในบรรดาสื่อมวลชน 3 อย่างในที่นี้ วิทญูมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระยะเวลาในการยอมรับ เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์ ๗ โดยใช้เวลาน้อยที่สุดคือวิทยุ สำหรับความเห็นของสมาชิกตอบบทบาทของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับ เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์นั้น สมาชิกร้อยละ 57.๐ ตอบว่าเห็นควยอย่างยิ่ง (ตารางที่ 56)

³ พรพิมล วรคิลก, "พฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกร กิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร", บทคัดย่อ

3. จากสมมติฐานข้อที่ 3 ที่ตั้งไว้ว่า สื่อบุคคลแต่ละประเภทมีผลต่อระยะเวลาในการตกลงใจสมัคร เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์—แตกต่างกันโดยที่การสื่อสารภายในกลุ่มเพื่อนที่มีอาชีพเดียวกัน มีผลต่อการยอมรับมากหรือไวที่สุด จากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสหกรณ์ได้มีการพบปะสนทนาเรื่องราวเกี่ยวกับสหกรณ์ค่อนข้างบ่อยมาก การสมัคร เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์โคนม จากเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากที่สุด (ร้อยละ 76.5) ใ้รับคำแนะนำให้สมัคร เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์ จากเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากที่สุด และได้ไปปรึกษาหากับเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากที่สุด และเป็นที่น่าสนใจ เกตว่า ความสำคัญของสื่อบุคคลอันค้ำรองลงมา คือ เพื่อนบ้าน และมีความแตกต่างกันไม่มากนัก เจาหน้าที่สหกรณ์ และบุคคลในครอบครัวมีความสำคัญในอันค้ำรองลงมา ส่วนผู้ที่นำความคิดเห็น ซึ่งในที่นี้ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านนั้น นับว่ามีความสำคัญในอันค้ำรองน้อยที่สุด เพราะความเป็นผู้นำดังกล่าวมิใช่ความเป็นผู้นำด้านการเกษตรโดยตรง เช่น เป็นเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และเนื่องจากเจ้าหน้าที่สหกรณ์สามารถเข้าถึงตัวสมาชิกสหกรณ์ได้ เมื่อมีการแจ้งข่าวสาร เรื่องสหกรณ์โคนม ก็จะเรียกให้มาร่วมประชุมกลุ่ม การแจ้งทางหนังสือ การพบปะสนทนา มีโซ่แยะแพร่ผ่านผู้นำแต่ประการใด สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่ได้มีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากที่สุด ก็เพราะมีโอกาสได้พบปะกันมาก เนื่องจากมีงานอาชีพอย่างเดียวกัน อีกประการหนึ่ง สมาชิกจะเห็นตัวอย่างจากเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพที่สมัคร เป็นสมาชิกสหกรณ์มาก่อนแล้ว ว่าได้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากน้อยเพียงใด ก็จะคิดตัดสินใจตามเพื่อน สำหรับเพื่อนบ้านนั้นก็มิใช่ผลใน เรื่องกิ่ง-กลาวรองลงมา ซึ่งไม่แตกต่างกันมากนักกับเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพ เหตุผลประการหนึ่งที่สมาชิกติดต่อสื่อสารน้อยกว่าก็เพราะเพื่อนบ้านบางคนไม่ได้ประกอบอาชีพเลี้ยงโคนม ทำให้สมาชิกได้มีโอกาสพบกับเพื่อนรวมกลุ่มอาชีพมากกว่าส่วนบุคคลในครอบครัวมีส่วนร่วมช่วยในการสนับสนุนช่วย คัดสินใจแก่สมาชิกด้วย เช่น เกี่ยวกับ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ ซึ่งสมาชิกมีความเชื่อถือในด้านความรู้และบุคลิกภาพ อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่สหกรณ์ไม่มีโอกาสมากเท่ากับสื่อบุคคลประเภทอื่น ในเรื่องการสื่อสารระหว่างบุคคล จึงมีความสำคัญในอันค้ำรองลงมา

สมมติฐานในข้อนี้เป็นไปตามผลการวิจัยของเกษม กิตติธัชชากุล¹ ที่ว่า เพื่อน
 เพื่อนที่ติดต่อทางธุรกิจ ญาติพี่น้อง ผู้บังคับบัญชาหรือนายจ้าง ผู้ใ้บังคับบัญชาหรือลูกจ้าง และเจา
 หน้าที่การสื่อสารแห่งประเทศไทย เป็นผู้มีบทบาทจูงใจให้เกิดการยอมรับระบบสื่อสารทางโทรสาร
 มากที่สุด

Dubey และ Choldin² ได้ศึกษาจากจำนวนผู้ใช้หองอนามัยจำนวน 162 คน
 พบว่า สื่อที่มีความสำคัญในชั้นจูงใจสามที่สุดคือ เพื่อน และเพื่อนบ้าน ส่วนผลจากการศึกษาของ
 Lam³ ในเรื่องกลุ่มประชากร เป้าหมายที่มารับบริการวางแผนครอบครัวจำนวน 23,000 คน
 ในฮ่องกง ปี ค.ศ. 1966 ผลปรากฏว่า ร้อยละ 92 ของประชากรเป้าหมาย เขามารับบริการ
 งานบางแผนครอบครัวโดยได้รับการชักชวนคิดต่อกันระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เพื่อน
 และเพื่อนร่วมงาน

4. จากสมมติฐานข้อที่ 4 ที่ตั้งไว้ว่า การประชุมกลุ่มเป็นกลวิธีการสื่อสารที่มีผล
 ต่อการยอมรับ เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพมากกว่ากลวิธีการสื่อสารอย่างอื่น ผลการวิจัย
 พบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน สมาชิกสหกรณ์โคทรอบการ เผยแพร่ข่าวสาร เกี่ยวกับสหกรณ์โคนมหลาย
 วิธีด้วยกัน คือ จากการพบปะสนทนา การเยี่ยมเยียนที่บ้าน การประชุมกลุ่ม การแจ้งทางหนังสือ
 สมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลที่จะจูงใจให้สมัคร เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์
 คือ การประชุมกลุ่มเป็นอันดับ 1 อันดับ 2 คือ การ เยี่ยมเยียนที่บ้าน เหตุผลที่เลือกการประชุม
 กลุ่มเป็นอันดับ 1 ก็เพราะจะได้ฟังขอเสนอแนะ ขอคิดเห็น ความรู้จากหลาย ๆ คน ส่วนการ

¹ เกษม กิตติธัชชากุล , อ่างแล้ว

เยี่ยมเยียนที่บ้าน เป็นไปได้ไม่ยากนัก เพราะเจ้าหน้าที่สหกรณ์ไม่สามารถจะไปหาสมาชิกได้ทุกวัน จึงไม่อาจมีการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ตลอดเวลา ดังที่สมาชิกส่วนใหญ่ตอบแบบสอบถามว่า นาน ๆ ครั้ง เจ้าหน้าที่สหกรณ์จึงจะมีโอกาสมา แวะแพร่ข่าว เรื่องสหกรณ์ไค้ตนเอง อย่างไรก็ตาม สมาชิกก็อยากให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์ติดต่อกับพวกเขาอย่างใกล้ชิดด้วยการไปเยี่ยมเยียนที่บ้าน เป็นอันดับ 1 และการแจ้งให้ทราบทางหนังสือ เป็นวิธีการสื่อสารที่ชอบ เป็นอันดับสุดท้าย เนื่องจากดูเป็นการสื่อสารที่ห่างไกลไม่เหมือนวิธีการสื่อสารแบบ แผลูหน้ากัน

เหตุผลที่สมาชิกส่วนใหญ่เลือกการประชุมกลุ่มเป็นอันดับ 1 ที่จูงใจให้สมัคร เป็นสมาชิกสหกรณ์ ๓ คลอดตามผลการวิจัยของ พิภพย์ กระแสอินทร์¹ ที่ว่า อัตราการยอมรับมีความสัมพันธ์ระหว่างการไปเข้าร่วมประชุมอบรมที่ทางราชการหรือสมาชิกเพื่อนบ้านได้จัดขึ้น กล่าวคือ ถ้าเกษตรกรไปร่วมประชุมอบรมมาก มีแนวโน้มจะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนมาก ถ้าไปร่วมประชุมอบรมน้อย ก็มีแนวโน้มจะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนน้อย ผู้ที่ไม่เคยไปร่วมประชุมหรืออบรมเลยจะไม่ยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

ผลการวิจัยดังกล่าวคล้ายคลึงกับผลการวิจัยของชัยชาญ มณีคุณ² ซึ่งได้ศึกษาการยอมรับวิทยาการ แฉฉใหม่เกี่ยวกับการปลูกข้าวของ เกษตรกรในท้องที่อำเภอท่าบ่อ จังหวัดหนองคาย พบว่า เกษตรกรได้รับความรู้เรื่องการทำนาสาธิตจากการประชุมกลุ่มของเจ้าหน้าที่ 33% เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร เป็นผู้กำหนดให้ทำ 25 % จากเพื่อนบ้าน 21 % จากวิทยุ 10 % จากการดูไรนาของสมาชิกที่ทำไค้ผล ๑ % และจากการอ่านหนังสือพิมพ์ 2 %

¹ พิภพย์ กระแสอินทร์, อ่างแล้ว

² ชัยชาญ มณีคุณ, อ่างแล้ว

5. จากสมาชิกร้านซอ 5 ที่ตั้งไว้ว่า ปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือไปจากการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตกลงใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ ๆ ผลการวิจัยพบว่าไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางสถิติ ปรากฏว่า คุณสมบัติของสมาชิกในเรื่องอายุ และการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ ส่วนอายุนั้น จำนวนสมาชิกสหกรณ์มากที่สุดในช่วงอายุระหว่าง 20 - 30 ปี (ร้อยละ 59.4) ใช้เวลาน้อยที่สุดในการตัดสินใจยอมรับเข้าเป็นสมาชิก ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับที่โรเจอร์ส และเสวนนิง กล่าวสรุปว่า ¹ ในกลุ่มผู้น้อยอายุจะมีความสนใจในสื่อมวลชนสูง ในขณะที่ผู้สูงอายุมีความสนใจในสื่อมวลชนต่ำ นอกจากนี้ จากการศึกษาสังคมชาวนาที่โคลัมเบียพบว่า การยอมรับนวัตกรรมในเรื่องการมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.422 ² ส่วนปัจจัยในเรื่องการศึกษาที่ โรเจอร์ส และเสวนนิง กล่าวว่า การศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การเปิดรับสื่อเป็นไปได้โดยง่ายขึ้น ข้อมูลจากหมู่บ้านในโคลัมเบีย แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษาและการเปิดรับสื่อมวลชน จะมีมากกว่าความสัมพันธ์ของการอ่านออกเขียนได้ที่มีต่อสื่อมวลชน คือ ค่าสหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.508 ³ จากผลการวิจัยของยุพดี ชัยภักดิ์ ⁴ พบว่าไม่ว่ากลุ่มผู้รับนวัตกรรมเร็วหรือช้าจะเปิดรับสื่อมวลชนน้อยกว่าสื่อบุคคล ซึ่งตรงกับข้อเท็จจริงที่ว่าสื่อมวลชนประเภทวิทยุ และเอกสารสิ่งพิมพ์มีอยู่มาก สมาชิกนิคมอาจเปิดวิทยุรับฟังได้ตลอดเวลา ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลไม่สามารถจะเป็นไปได้ตลอดเวลา แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าแม่สมาชิกจะมีความถนัดในการเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล แต่ก็มีใ้ค้หมายควมาว่าสื่อมวลชนจะมีบทบาทต่อการยอมรับนวัตกรรมได้ค้กว่าสื่อบุคคล

ในเรื่องสถานภาพทางการศึกษาของสมาชิกนั้น สมาชิกจำนวนมากเกือบทั้งหมดจบการศึกษาในระดับประถมศึกษาและอ่านออกเขียนได้ เมื่อผู้วิจัยแบ่งระยะเวลาในการตัดสินใจในระดับปานกลาง และไว ก็เป็นไปค้ที่ว่าจะรวมจำนวนของผู้จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาไว้ด้วยส่วนใหญ่ และจากการวิจัยปรากฏว่า ผู้จบชั้นประถมศึกษาจำนวนมากที่สุดใช้เวลาระดับปานกลางในการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิก

¹ Rogers and Svenning, *Modernization Among Peasants*, p. 10

² Ibid, p. 107

³ Ibid, p. 105

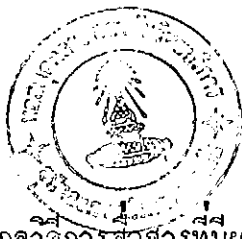
⁴ ยุพดี ชัยภักดิ์, อ่างแลว

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาน้อยที่สุดในการตกลงใจสมัคร เขา เป็นสมาชิก ทั้งนี้ตรงกับแนวความคิดที่ว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารให้ออกไปไกลกว้างไกล แต่มีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งใจน้อยกว่าสื่อบุคคล

ส่วนในเรื่องสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม จากผลการทดสอบทางสถิติพบว่า ตัวแปรดังกล่าว เป็นปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ กับระดับการยอมรับ เขา เป็นสมาชิก ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในข้อนี้พอจะสรุปได้ว่า สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการยอมรับ เพราะสมาชิกสหกรณ์ ๆ ส่วนมากมีรายได้ไม่แตกต่างกันมากนักในแต่ละกลุ่ม

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่มีผลต่อการยอมรับ เขา เป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพ ดังนั้น ทฤษฎี และแนวความคิดตลอดจน รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึง เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ นวัตกรรม เป็นส่วนใหญ่ และจากผลการวิจัยนี้ ก็เป็นการยืนยัน และสอดคล้องกับทฤษฎี แนวความคิด และรายงานวิจัยต่าง ๆ เหล่านั้น เป็นส่วนใหญ่ ผลการศึกษาเรื่องนี้ทำให้เราไขข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อการยอมรับนวัตกรรมพอสรุปได้ดังนี้คือ .--

1. การรับข่าวสารโดยผ่านทางสื่อบุคคล มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมมากกว่า การรับข่าวสารโดยผ่านทางสื่อมวลชน
2. สื่อบุคคล แต่ละประเภทมีบทบาทเชิงใจต่อการยอมรับไม่เท่ากัน โดยที่เพื่อนร่วมกลุ่มอาชีพมีบทบาทมากที่สุด และเพื่อนบ้านมีความสำคัญรองลงมา
3. เจ้าหน้าที่สหกรณ์ เป็นสื่อบุคคลที่ได้รับความน่าเชื่อถือมากที่สุด



4. การประชุมกลุ่มเป็นกลวิธีการสื่อสารที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมมากกว่าการใช้กลวิธีการสื่อสารอื่น ๆ

5. ปัจจัยต่าง ๆ คือ เรื่องเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม การเปิดรับสื่อมวลชนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม และปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ยกเว้นเรื่องเพศ สถานภาพสมรส สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม และการเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ลุ่มที่สุดที่ทัศนใจรับนวัตกรรม

ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากในปัจจุบันสื่อต่าง ๆ นั้นว่ามีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยเฉพาะในการดำเนินการส่งเสริมและเผยแพร่ นวัตกรรมทางการเกษตร รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องน่าจะพิจารณาดังเรื่องการสื่อสาร เพื่อเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าว ขณะนี้มีสื่อต่าง ๆ อยู่อย่างแพร่หลาย มีทั้งแนวทางการใช้สื่อต่าง ๆ ให้มีผลตามผลการวิจัยครั้งนี้คือใช้ความสำคัญต่อสื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่สหกรณ์ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร พืชนาการ ฯลฯ สื่อการประชุมอบรมเพื่อให้ความรู้ สื่อมวลชน เช่น วิทยุ หนังสือ และเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ในการเผยแพร่ นวัตกรรมหรือข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ถึงประชาชนอย่างแพร่หลาย สื่อวิทยุ และสิ่งพิมพ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับชาวสวนการเกษตรนั้นควรส่งเสริมให้มีแพร่หลายมากยิ่งขึ้น สถานีวิทยุต่าง ๆ ควรเพิ่มข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตรให้มากขึ้น และเพื่อให้เกิดการพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควรจะได้มีการใช้สื่อมวลชนควบคู่ไปกับการสื่อสารระหว่างบุคคล เพราะการเปิดรับสื่อมวลชนอย่างเดียวนั้น จะไม่ค่อยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับส่งมากนัก แต่จะมีความสำคัญในแง่การเพิ่มความรู้ในขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเป็นตัวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ค่อนข้างดีกว่า ดังนั้น งานของสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นสิ่งที่เกื้อกูลกัน ถ้าหากขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใด จะทำให้งานพัฒนาไม่ไต่ผลเท่าที่ควร

ดังเช่นจากการวิจัยครั้งนั้นพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลกับสื่อวิทยุมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรม (ตารางที่ 49 - 50) ดังนั้นผู้วางแผนด้านการใช้สื่อควรจะได้พิจารณาในข้อนี้ด้วย

ส่วนสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ คือ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรจะได้มีการติดต่อสื่อสารใกล้ชิดกับประชาชนในเขตพื้นที่รับผิดชอบให้มากขึ้น ในเรื่องการเผยแพร่ข่าวสารของสหกรณ์และทราบปัญหาของประชาชนจะได้วางแผนหาทางช่วยเหลือได้ถูกต้อง เพราะการติดต่อสื่อความหมายมีลักษณะเป็นบุคคลเพียงไร ย่อมจะเกิดผลจูงใจให้เกิดการยอมรับได้มากเพียงนั้น ในแง่ของการเผยแพร่ข่าวสารนั้น การรับสารจากสื่อมวลชนจะมีลักษณะอีกประการหนึ่ง คือ เป็นรูปแบบของ Two-Step Flow Model การให้ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้นำความคิด (Opinion Leader) ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการยกระดับความรู้ของประชากรทั้งสิ้น กล่าวคือ จะเป็นผู้นำสารที่ได้รับจากสื่อมวลชนไปเผยแพร่ถ่ายทอดไปยังประชาชนอีกทอดหนึ่ง

การมีแนวนโยบายการใช้สื่อที่จริงจัง เป็นสิ่งจำเป็นในการที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการเผยแพร่ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ และนำทรัพยากรด้านสื่อที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศอย่างจริงจัง

ความรู้จากการศึกษาดังกล่าวนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำมาใช้เพื่อกำหนดประชากรเป้าหมายในเขตจังหวัดราชบุรี และจังหวัดอื่น ๆ ใกล้เคียง และกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารสำหรับการวางแผน และนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาสื่อมวลชน และพัฒนาอาชีพเลี้ยงโคนมของสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพ ราชบุรี