



บทที่ 3

ทฤษฎีแนวความคิดและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

"นวัตกรรม" หรือ "ของใหม่" (Innovation) หมายถึง¹ แนวความคิดต่าง ๆ แบบแผนพฤติกรรม หรือสิ่งของใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากของเดิม นวัตกรรมในที่นี้จึงครอบคลุมถึงเรื่องราวต่าง ๆ ใต้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็น สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้งห้า รวมทั้งที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติตามระบบสังคมประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์และสิ่งที่มองไม่เห็นอันได้แก่เรื่องราวที่เกี่ยวกับความเชื่อ ความนึกคิด ความศรัทธา ซึ่งเป็นเรื่องราวใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากความคิดภายในจิตใจของบุคคล

จากความหมายของ "นวัตกรรม" ดังกล่าวแล้วข้างต้น จะเห็นว่าคำว่า "นวัตกรรม" เป็นคำที่มีความหมายใต้อย่างกว้างขวาง รวมทั้งสิ่งที่มองเห็น เช่น เทคโนโลยีใหม่ ๆ คำนต่าง ๆ รวมทั้งความรู้สึคนึกคิดและแบบแผนพฤติกรรมใหม่ ๆ ซึ่งสมาชิกในสังคมไม่เคยรู้เห็นหรือไม่เคยปฏิบัติมาก่อน สิ่งนั้นอาจเป็นของเก่าในสังคมอื่น แต่หาเพียงจะเผยแพร่ไปยังอีกสังคมหนึ่ง สิ่งนั้นก็เป็ น "นวัตกรรม" เช่นกัน ซึ่ง Rogers ได้กล่าวถึงเรื่องนวัตกรรมไว้ว่า "นวัตกรรม เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสาร แต่เป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นความคิดใหม่ ๆ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ สิ่งใหม่ ๆ เหล่านี้อาจเคยปรากฏในชุมชนอื่นมาก่อน แต่ไม่เคยปรากฏในชุมชนที่จะเข้ามาเผยแพร่"²

¹ H.G. Barnette, Innovation (New York : McGraw - Hill, 1953), p.7.

² Everette M. Rogers. with F. Floyd Shoemaker, Communication of Innovation, 2d ed. (New York : The Free Press, 1971), p.18.

ฉะนั้น "นวัตกรรม" จึงมักจะเป็นของใหม่สำหรับสังคมที่ล่าช้า แต่ของใหม่นั้นอาจเป็นของเก่าสำหรับสังคมที่ทันสมัยแล้วก็ได้ แต่เมื่อนวัตกรรมเริ่มเผยแพร่สู่สังคมหนึ่งสังคมใดก็จะทำให้สังคมนั้นค่อย ๆ พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับในประเทศเกษตรกรรมที่กำลังพัฒนา เช่นประเทศไทยเรา นวัตกรรมการเกษตรจึงเป็นสิ่งที่ปรารถนาเป็นอย่างยิ่ง ดังที่ Stanley A. Hetzler¹ กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมการเกษตรใหม่ ๆ ต่างเกิดจากพลังความก้าวหน้าทางเทคนิควิทยาการ เป็นพื้นฐานในการพัฒนาประดิษฐ์เครื่องมือใหม่ ๆ อันก่อให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคนิคในการเกษตรและการเพาะปลูก

ในเรื่องนวัตกรรมทางการเกษตรนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ ๆ ล้วนแต่เป็นนวัตกรรมทั้งสิ้น ซึ่ง Delbert C. Miller² ได้จัดแบ่งนวัตกรรมทางการเกษตรไว้ 5 ประเภท คือ

1. การประดิษฐ์และการปรับปรุงการใช้แรงงานเครื่องจักร
2. การรับคำแนะนำและการปรับตัวในการใช้พันธุ์พืชพันธุ์สัตว์ใหม่
3. ความสามารถในการควบคุมโรคระบาดและเชื้อโรค
4. ความสามารถเพิ่มความรู้เกี่ยวกับการใช้และการปรับปรุงที่ดิน
5. การปรับปรุงการจัดการและการปรับปรุงเทคนิคในการตลาด

ในการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการปลูกถ่ายพันธุ์ใหม่ก็เกี่ยวข้องโดยตรงกับนวัตกรรมการเกษตรที่ Miller ได้กล่าวไว้ เนื่องจากการปลูกถ่ายพันธุ์ใหม่ต้องมีเครื่องมือเครื่องใช้ และยาใหม่ ๆ ในการปรับปรุงดินและปราบศัตรูพืช นอกจากนั้นยังมีการปรับปรุงเทคนิคการขายโดยผ่านสหกรณ์ของนิคม

ดังนั้น เมื่อนวัตกรรมทางการเกษตรที่สอดคล้องกับการแบ่งของ Delbert C. Miller เผยแพร่เข้ามาในสังคมหนึ่งสังคมใด ก็จะเป็นระบบของการเผยแพร่ชาว

¹ Stanley A. Hetzler, Technological Growth and Social Change. (London : Routledge and Kegan Paul, 1969) p.182.

² Delbert C. Miller, Technology and Social Change. (New York : Appleton - Century - Grafts, 1957), p.32.

สาร (นวัตกรรมการเกษตร) ไปสู่สมาชิกของสังคม ซึ่ง Everette M. Rogers และ F. Floyd Shoemaker¹ กล่าวว่า ในการเผยแพร่ นวัตกรรม (Innovation) นั้น จะต้องประกอบด้วยกระบวนการในการเผยแพร่ เรียงตามลำดับ ดังนี้คือ

1. นวัตกรรม
2. เผยแพร่ผ่านของสาร
3. ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง
4. ไปสู่สมาชิกของระบบสังคม

สำหรับการเผยแพร่ นวัตกรรมการเกษตรนั้น Rogers² ได้กล่าวว่า แนวทางที่นวัตกรรมจะเผยแพร่ ไปสู่เกษตรกรนั้น มี 4 แนวทางคือ

1. อย่างไม่เป็นทางการ ได้แก่ เพื่อน เพื่อนบ้าน
2. พนักงานเดินตลาด และพ่อค้าขายปลีก
3. เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานของรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร
4. สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และเอกสารสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

เมื่อนวัตกรรมเผยแพร่ผ่านแนวทางต่าง ๆ 4 แนวทาง ไปยังสมาชิกของระบบสังคมแล้ว ก็ได้หมายความว่าสมาชิกของระบบสังคมจะยอมรับนวัตกรรมนั้นที่เดียว สมาชิกอาจจะรับนวัตกรรมเร็วหรือช้าต่างกัน เพราะในแต่ละสังคมย่อมมีปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ ของสังคม ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคและแรงกระตุ้นให้ยอมรับนวัตกรรมด้วย ตัวกระตุ้นที่สำคัญคือ แรงจูงใจ (Motivation) ซึ่ง George

¹ Everette M. Rogers. with F. Floyd Shoemaker, Op cit., p.18.

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

M. Foster¹ กล่าวว่า แรงจูงใจที่จะทำให้ยอมรับนวัตกรรมมี 3 ประการ คือ

1. ความต้องการด้านเกียรติภูมิ
2. ความต้องการมีสถานภาพที่สูงขึ้น
3. ความต้องการให้ได้ผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้นว่า การเผยแพร่ นวัตกรรมก็เหมือนกับการเผยแพร่ข่าวสารอื่น ๆ เพียงแต่การเผยแพร่ นวัตกรรมต้องเป็นการเผยแพร่เกี่ยวกับ "ของใหม่" เท่านั้น ฉะนั้นการเผยแพร่ นวัตกรรมจึงมีขบวนการเหมือนการเผยแพร่ข่าวสารโดยทั่วไป ซึ่ง Rogers และ Shoemaker ได้เปรียบเทียบการเผยแพร่ นวัตกรรมให้เข้ากับ SMCR Model ของขบวนการสื่อสารดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ George M. Foster, Traditional Culture : and The Impact of Technological Change. (New York : Harper and Row Publishers, 1962), pp. 143 - 162.

องค์ประกอบของขบวนการเผยแพร่นวัตกรรม					
ซึ่งคล้ายคลึงกับรูปแบบของ S-M-C-R-E ในขบวนการสื่อสาร					
องค์ประกอบของ รูปแบบของ S-M-C-R-E	แหล่งข่าวสาร	ตัวข่าวสาร	ช่องทางที่ข่าวสารจะผ่าน ไปสู่ผู้รับสาร	ผู้รับสาร	ผล
องค์ประกอบของ ขบวนการเผยแพร่ นวัตกรรม	ผู้นำการเปลี่ยนแปลง นักวิทยาศาสตร์ ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง ของรัฐ เช่น พัฒนาการ หรือผู้นำความคิด	นวัตกรรม (ผู้รับจะรับหรือไม่ รับ ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของ นวัตกรรม เช่นการได้เปรียบ เชิงเทียบ การเข้ากันได้ ระหว่างของเก่าที่ปฏิบัติอยู่ และของใหม่)	ช่องทางที่ข่าวสารไหลไป สู่ผู้รับสาร เช่น สื่อสาร มวลชน หรือการสื่อสาร ระหว่างบุคคล	สมาชิกของ สังคม	ผลที่เกิดขึ้นในช่วง ระยะเวลา ได้แก่ 1. การได้รับความรู้ 2. การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ 3. การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรม (ซึ่ง อาจจะยอมรับหรือ ปฏิเสธนวัตกรรมนั้น)

¹ Everette M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, Op cit., p.20.

เมื่อข่าวสารผ่านกระบวนการสื่อสารไปถึงผู้รับสารแล้ว การที่ผู้รับสารจะยอมรับนวัตกรรมไปช่วยแก้ปัญหาานั้น จะต้องผ่านกระบวนการยอมรับ (adoption process) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้คือ

1. ขั้นแห่งการเริ่มตระหนัก (awareness stage) ในขั้นนี้ผู้เรียนรู้ (clients) จะต้องรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ อันเป็นแนวความคิดใหม่ โดยผ่านการสังเกตได้ยิน ได้ฟัง ได้พบเห็นเรื่องราวหรือสิ่งที่เป็นแนวความคิด แต่ยังไม่รู้อย่างละเอียดปลีกย่อย
2. ขั้นแห่งการสนใจ (interest stage) ผู้เรียนรู้เกิดความสนใจในสิ่งที่ได้รับรู้นั้น ๆ แล้วจึงชวนขยายหารายละเอียดเพิ่มเติม
3. ขั้นแห่งการประเมินผล (evaluation stage) ในขั้นนี้ผู้เรียนรู้มีการตั้งใจ โดยคำนึงถึงผลได้ผลเสียก่อนตัดสินใจที่จะทำสิ่งอันเป็นแนวความคิดใหม่ ๆ นั้นไปทดลองทำดู
4. ขั้นแห่งการทดลอง (trial stage) ในขั้นนี้เป็นระยะที่ผู้เรียนรู้ต้องการทดสอบถึงเรื่องอันเป็นแนวความคิดใหม่นั้นเพื่อให้เกิดความแน่ใจว่า การนำแนวความคิดที่ได้รับจากการถ่ายทอดมานั้นไปใช้ได้ผลเพียงใดหรือไม่ เมื่อได้ทดลองและทราบผลจากการทดลองในขั้นนี้แล้ว ผู้เรียนรู้จึงจะตัดสินใจตกลงใจในเรื่องที่จะยอมรับ
5. ขั้นแห่งการยอมรับปฏิบัติตาม (adoption stage) เป็นขั้นสุดท้าย ผู้เรียนรู้ได้ตัดสินใจตกลงใจที่จะนำความรู้ไปปฏิบัติตามโดยสมบูรณ์¹

สำหรับผู้รับสารบางคนอาจจะผ่านกระบวนการยอมรับนวัตกรรมทั้ง 5 ขั้นตอนอย่างรวดเร็ว คือ เมื่อเกิดความรู้ความสนใจ ประเมินผล ทดลอง และยอมรับในเวลาอันสั้น เช่น เมื่อมีข่าวสารเกี่ยวกับการปลูกฝ้ายเผยแพร่เข้ามา ผู้รับสารอาจตัดสินใจยอมรับและลงมือปลูกอย่างรวดเร็ว แต่บางคนอาจจะยอมรับช้า หลายปีต่อมาจึงจะลงมือปลูกฝ้าย

¹ Everette M. Rogers, Diffusion of Innovation. (The Free Press of Glencoe, 1962), p.81.

ต่อมา Rogers เห็นว่ากระบวนการยอมรับดังกล่าวมีมากเกินไปจึงได้ปรับปรุงกระบวนการเสียใหม่ ให้เหลือ 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นการเรียนรู้ (knowledge function)
2. ขั้นการโน้มน้าวจิตใจ (persuasion function) เกิดเมื่อผู้เรียนรู้ได้เรียนรู้ว่า สิ่งนั้นตนเองชอบหรือไม่ชอบ
3. ขั้นตัดสินใจยอมรับปฏิบัติ (decision function) หลังจากเรียนรู้ว่า สิ่งนั้นตนชอบหรือไม่แล้ว ก็เลือกที่จะรับหรือปฏิเสธสิ่งนั้น (นวักรรม)
4. ขั้นการย้ำความตั้งใจ (confirmation function) เป็นขั้นแสวงหาแรงหนุนเพิ่มเติมจากการที่ได้ตัดสินใจไปแล้ว และจะปฏิเสธนวักรรมถ้าได้ข่าวสารที่ขัดแย้งกับการตัดสินใจไปแล้ว¹

กล่าวโดยสรุปแล้ว Rogers ยังคงให้ความสำคัญสำคัญของกระบวนการยอมรับเหมือนกัน คือขั้นแรกเป็นการเรียนรู้ และขั้นสุดท้ายเป็นขั้นการยอมรับปฏิบัติ ซึ่งในแต่ละขั้นตอน สื่อแต่ละชนิดจะให้ผลต่างกัน ในขั้นการเรียนรู้ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลมากที่สุด ขั้นการสนใจและประเมินผลเพื่อนบ้านผู้ใกล้ชิดอื่น ๆ มีอิทธิพลมากที่สุด โดยเฉพาะในขั้นการประเมินผลสื่อบุคคลเริ่มเข้ามามีบทบาทมาก ขนาดให้บุคคลนั้นยอมรับนวักรรม ขั้นการทดลอง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมมีอิทธิพลมากที่สุด ขั้นการยอมรับสื่อระหว่างบุคคลมีอิทธิพลมากที่สุด และสื่อมวลชนที่เคยมีบทบาทมากที่สุดในขั้นการเรียนรู้กลับมีอิทธิพลน้อยที่สุดในขั้นนี้²

นอกจากนั้น Rogers กล่าวว่าในการจูงใจให้คนยอมรับนวักรรมนี้ไปเผยแพร่ ผู้ส่งสาร (source) เป็นสิ่งสำคัญในการโน้มน้าวจิตใจมาก ถ้าผู้ส่งสารมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้ จะทำให้ข่าวสารนั้นน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

1. ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือมากจะทำให้ข่าวสารนั้นได้รับการจูงใจมากกว่าผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือน้อย ความน่าเชื่อถือประกอบด้วย

¹ Everette M. Rogers with F. Floyd Shoemaker, Op cit., p.25.

² Lee Richardson (eds.) Dimension of Communication. (New Jersey : Prentice Hall, I.N.C., 1969), pp.204 - 205.

ก. ความเชี่ยวชาญ (Expertness)

ข. ความซื่อสัตย์ (Trustworthiness)

2. ผู้ส่งสารที่มีความคล้ายคลึงกับผู้รับสาร (Homophily) เช่น ในค่านการศึกษารายได้ สภาพความเป็นอยู่ จะทำให้ได้รับความเชื่อถือและสนใจได้มาก

3. ผู้ส่งสารที่มีอำนาจมากจะทำให้ชาวสารนั้นได้รับความเชื่อถือและยอมรับมากขึ้น

4. ถ้าผู้ส่งสารจัดให้มีการประชุมกลุ่มให้คนมารวมกัน จะทำให้ชาวสารนั้นได้รับความเชื่อถือและยอมรับมากขึ้น

ในด้านตัวสารที่เป็นนวัตกรรม สารนั้นจะประสบความสำเร็จถ้ามีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. ความเข้ากันได้ (Compatibility) ผู้รับนวัตกรรมมีความรู้สึกว่า นวัตกรรมนั้นเข้ากันได้กับค่านิยมในอดีต นวัตกรรมนั้นจะถูกยอมรับง่าย

2. การได้เปรียบเชิงเทียบ (Relative Advantage) คือการที่ผู้รับนวัตกรรมมีความรู้สึกว่า นวัตกรรมนั้นดีกว่าสิ่งเก่าที่ตนทำอยู่

3. ความสลับซับซ้อนของนวัตกรรม (Complexity) ถ้านวัตกรรมนั้นยากแก่การเข้าใจ ก็จะถูกยอมรับยากกว่านวัตกรรมที่ง่ายต่อการเข้าใจ

4. ความสามารถนำเอามาทดลองใช้ได้ (Triability) ถ้านวัตกรรมนั้นสามารถนำเอามาทดลองใช้ได้ ก็จะถูกยอมรับมากกว่านวัตกรรมที่ไม่สามารถจะทดลองใช้ได้ (เช่น การทำหมัน ไม่สามารถทดลองได้)

5. ผลของนวัตกรรมสังเกตผลได้ (Observability) ถ้านวัตกรรมให้ผลที่เห็นได้ชัดเจน จะถูกยอมรับง่าย เช่น ปุ๋ยใส่แล้วพืชงอกงาม คนก็ยอมรับการใช้ปุ๋ยมาก เป็นต้น

ผลการวิจัยที่มีผู้วิจัยไว้แล้ว

ผลงานวิจัยในประเทศ

พิศมัย กระแสนินทร์¹ เคยทำวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ ผลการวิจัยพอสรุปได้ว่าการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ ขึ้นกับปัจจัย 3 ประการ คือ คุณลักษณะของเกษตรกรเอง เช่น ความรู้ รายได้ ความเป็นอยู่ในสังคม คุณลักษณะของเทคโนโลยี และคุณลักษณะของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ในส่วนที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร วิทยานิพนธ์ดังกล่าวได้สรุปไว้ว่า

1. มีความสัมพันธ์ระหว่างการไปเข้าร่วมประชุมอบรมที่ทางราชการหรือสมาชิกเพื่อนบ้านได้จัดขึ้นกับอัตราการยอมรับ กล่าวคือถ้าไปร่วมประชุมอบรมมากก็มีแนวโน้มจะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนมาก ถ้าไปประชุมอบรมน้อยก็มีแนวโน้มจะยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนน้อย ผู้ที่ไม่เคยไปร่วมประชุมหรืออบรมเลย จะไม่ยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

2. มีความสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อสอบถามเพื่อนบ้าน สมาชิกแปลงสาธิตเกี่ยวกับวิทยาการแผนใหม่กับอัตราการยอมรับ กล่าวคือผู้ที่ไปสอบถามเพื่อนบ้านหรือสมาชิกแปลงสาธิตนาน ๆ ครั้ง และบ่อย ๆ ครั้งจะยอมรับมากกว่าผู้ที่ไม่เคยไปติดต่อสอบถามเลย ส่วนผู้ที่ไปติดต่อสอบถามบ่อยครั้งที่สุดจะยอมรับมากกว่าผู้ที่ไม่เคยไปสอบถามเลย เฉพาะในเรื่องปุ๋ยหมักเท่านั้น

3. มีความสัมพันธ์ระหว่างการรับฟังรายการความรู้ทางด้านการเกษตรทางวิทยุกระจายเสียงกับอัตราการยอมรับ เมื่อเปรียบเทียบผู้ที่สนใจรับฟังนาน ๆ ครั้ง บ่อย ๆ ครั้ง และผู้สนใจฟังบ่อยครั้งที่สุด ปรากฏว่าผู้ที่สนใจในระดับต่าง ๆ ดังกล่าวยอมรับเทคโนโลยี

¹พิศมัย กระแสนินทร์, "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการปลูกพืชหมุนเวียนของเกษตรกร จังหวัดศรีสะเกษ" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 70 - 73.

ใหม่ ๆ มากกว่าผู้ที่ไม่เคยสนใจรับฟังเลย การยอมรับที่มากกว่ากันนี้มีความแตกต่างอย่างมองเห็นได้ชัด

4. ความสัมพันธ์ระหว่างการอ่านหนังสือพิมพ์ หรือเอกสารทางการเกษตรกับอัตราการยอมรับ เมื่อเปรียบเทียบอัตราการยอมรับของผู้ไม่เคยสนใจอ่านเลยกับผู้สนใจอ่านนาน ๆ ครั้ง พบว่าผู้สนใจอ่านนาน ๆ ครั้ง จะยอมรับเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่วนมากเกือบทั้งหมดมากกว่าผู้ที่ไม่เคยสนใจอ่านเลย ผู้ที่ไม่เคยสนใจอ่านเลยเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่สนใจอ่านบ่อยครั้ง จะพบว่าผู้สนใจอ่านบ่อย ๆ ครั้งจะยอมรับเทคโนโลยีต่าง ๆ ส่วนมากเกือบทั้งหมดมากกว่าผู้ที่ไม่เคยสนใจอ่านเลย และผู้ที่ไม่อ่านเลยกับผู้ที่เคยอ่านบ่อยครั้งที่สุดพบว่า ผู้ที่สนใจอ่านบ่อยครั้งที่สุดยอมรับมากกว่าผู้ที่ไม่เคยสนใจอ่านเลย เกือบทั้งหมด

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานจัดทำแปลงสาธิต ปรากฏว่าเทคโนโลยีที่มีผู้อยอมรับมากขึ้นเป็นไปตามลำดับการดำเนินงานจัดทำแปลงสาธิตที่คืบหน้า

6. ความสัมพันธ์ระหว่างการเอาใจใส่ของพนักงานส่งเสริมกับอัตราการยอมรับ พบว่า เทคโนโลยีที่มีผู้อยอมรับมากขึ้นตามลำดับการเอาใจใส่ของพนักงานส่งเสริมการเกษตร

7. มีความสัมพันธ์ระหว่างการพุดจาคลองแคว และ การโน้มน้าวจิตใจให้เห็นตามของพนักงานส่งเสริมการเกษตร กับอัตราการยอมรับเทคโนโลยี เกษตรกรจะยอมรับมากขึ้นตามลำดับของการพุดจาคลองแควและการโน้มน้าวจิตใจของพนักงานส่งเสริม การพุดจาไม่คลองแควและไม่สามารถโน้มน้าวจิตใจให้เห็นตามของพนักงาน จะทำให้เกษตรกรไม่ยอมรับเลย

ผลการวิจัยดังกล่าวคล้ายคลึงกับผลการวิจัยของ ชัยชาญ มณีบุษย์¹ ซึ่งได้ศึกษาการยอมรับวิทยาการแผนใหม่เกี่ยวกับการปลูกข้าวของเกษตรกรในท้องที่อำเภอทาบอ จังหวัดหนองคาย พบว่าเกษตรกรได้รับความรู้เรื่องการทำนาสาธิต จากการประชุมกลุ่ม

¹ ชัยชาญ มณีบุษย์, การศึกษาการยอมรับวิทยาการแผนใหม่เกี่ยวกับการปลูกข้าวของเกษตรกรในอำเภอทาบอ จังหวัดหนองคาย (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2513), หน้า 50 - 54.

ของเจ้าหน้าที่ 33% เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเป็นผู้กำหนดให้ทำ 25% จากเพื่อนบ้าน 21% จากวิทยุ 10% จากการคูโรนาของสมาชิกที่ทำไคยล 9% และจากการอ่านหนังสือพิมพ์ 2%

ในเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการทำนาสาธิต พอสรุปได้ว่า

1. สมาชิกทุกรายให้ความเห็นว่า หลังจากเข้าเป็นสมาชิกลานาสาธิตแล้ว ทำให้ผลผลิตข้าวเพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนเข้าเป็นสมาชิก
2. สมาชิกทุกรายให้ความเห็นว่า หลังจากเข้าเป็นสมาชิกลานาสาธิตแล้ว ได้รับความรู้เพิ่มมากกว่าก่อนเข้าเป็นสมาชิก

ส่วน คณิต มานพพงศ์¹ ศึกษาเรื่องปัจจัยบางประการที่เกี่ยวกับการยอมรับวิทยากรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอดำรงวิทยุ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าเกษตรกร 60% อ่านหนังสือพิมพ์ 90% ฟังวิทยุ แต่เกษตรกรที่เคยฟังรายการทางด้านการเกษตรมีเพียง 49.5% และพบว่าเกษตรกร 45% รู้จักเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร 43% รู้จักเพียงเล็กน้อย 11.4% ไม่รู้จัก และไม่เคยพบเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรเลย

สำหรับผู้ที่ไปพบเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร ไปพบเพราะเหตุผลต่าง ๆ กัน คือไปพบเพื่อรับปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช 21.5% ไปพบเพื่อให้เจ้าหน้าที่มาตรวจสอบ 20.3% ไปขอคำปรึกษาเรื่องยา 5% ไปพบเพราะเจ้าหน้าที่เรียกประชุม 2.6% ไปเยี่ยมเจ้าหน้าที่เพราะสนิทกันเป็นส่วนตัว ในเรื่องการยอมรับเกษตรกรตอบว่า ยอมรับเจ้าหน้าที่กองทุนสงเคราะห์การทำสวนยาง เพราะเจ้าหน้าที่เหล่านั้นมีการประชาสัมพันธ์ที่ ประกอบกับความสนใจในค่านิยมของตัวเกษตรกรเอง

¹ คณิต มานพพงศ์, "ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับวิทยากรการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอดำรงวิทยุ จังหวัดนครศรีธรรมราช" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2518), หน้า 71.

นอกจากนั้น สุวรรณ บัวทวน¹ ได้ศึกษาเรื่องเกี่ยวกับการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น พบว่าแหล่งข่าวที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับของใหม่ที่สำคัญที่สุดคือ สื่อบุคคล ซึ่งได้แก่เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องและผู้นำภายในชุมชน นอกจากนี้เพื่อนบ้านก็เป็นแหล่งให้ข่าวสารที่สำคัญแก่ชาวนา

นอกจาก สุวรรณ บัวทวน จะวิจัยเรื่องการยอมรับของใหม่แล้ว แหล่งข่าวเหล่านี้ทำให้ชาวนายอมรับของใหม่ ส่วนชาวนาที่ไม่ยอมรับของใหม่ให้ความเห็นว่าเป็นเพราะของใหม่ทางการเกษตรนั้นไม่ก่อให้เกิดประโยชน์อะไร นอกจากนี้พบว่าชาวนาที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรมีแนวโน้มที่จะยอมรับของใหม่สูงกว่าเกษตรกรที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

Rose K. Goldsen และ Max Ralis² ยังศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับของใหม่ในหมู่บ้านบางชั้น ซึ่งอยู่ติดกันกับอำเภอเมืองบุรีรัมย์และอำเภอบางกะปิ โดยใช้ของใหม่ 4 อย่างคือ การใช้ปุ๋ย การใช้เครื่องยนต์ การเลี้ยงปลาหมอบเทศ และการเพาะเห็ด พบว่าผู้ที่ยอมรับของใหม่เหล่านี้เป็นผู้ที่มีฐานะทางสังคมสูง เดินทางติดต่อกับเมืองหลวงบ่อย ๆ มีการเปิดรับสื่อมวลชน คือฟังวิทยุ ดูภาพยนตร์มาก นอกจากนี้ผู้ที่ยอมรับของใหม่ส่วนมากเป็นผู้ที่สามารถอ่านออกเขียนได้ เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วแสดงให้เห็นว่า

ผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) ซึ่งได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน พระครู และเจ้าของร้านค้า มีระดับการศึกษา ความสนใจข่าวสาร และฐานะทางเศรษฐกิจเหนือชาวนาคนอื่น ๆ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีโอกาสเปิดรับสื่อมากกว่าชาวบ้าน สำหรับ

¹ สุวรรณ บัวทวน, "ทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่และลักษณะการยอมรับของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2514), หน้า 81 - 82.

² Rose K. Goldsen and Max Ralis. Factors Related To Acceptance of Innovation in Bang Chan, Thailand. (Ithaca) (New York : Cornell University Press, 1957), p.31.

ชาวบ้านรับรูข่าวสารจากเพื่อนบ้านด้วยตนเอง ในค่านิยมและหนังสือพิมพ์ไม่ค่อยมีความสำคัญและมีผลน้อย การนำเอาของใหม่ด้านการเกษตรเข้าไปนั้น ชาวบ้านยอมรับเรื่องปุ๋ยและยาฆ่าแมลงมากกว่าสิ่งอื่นที่ชาวบ้านไม่สามารถเข้าใจได้ แม้ว่าจะมีการสาธิตให้ดูแล้วก็ตาม ซึ่งการวิจัยนี้เป็นของ Usom ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการยอมรับของใหม่ในจังหวัดอุบลราชธานี¹

อนึ่ง Catherine McDole² ได้รายงานถึงสภาพสังคมและวัฒนธรรมในเขตโครงการสร้างเขื่อนผามอง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย คือจังหวัดหนองคาย ขอนแก่น อุดรธานี สกลนคร และกาฬสินธุ์ พบว่าในเรื่องการรับของใหม่ทางด้านการเกษตรกรรมยังมีจำกัดอยู่ ชาวนาทำตามประเพณีมากกว่า เพราะขาดการแนะนำสาธิตจากหน่วยงานของรัฐ การจะรับของใหม่หรือไม่รับขึ้นกับผลที่ได้จากการทดลอง ถ้าทดลองแล้วใช้ได้ผลดีชาวบ้านก็จะรับมาก ในการตรวจสอบอิทธิพลที่มีต่อการยอมรับของใหม่พบว่าขนาดการถือครองที่ดินมีอิทธิพลมาก คือผู้ถือครองที่ดินขนาดใหญ่จะยอมรับของใหม่ทางการเกษตรมากกว่าผู้ถือครองที่ดินน้อย จากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ขนาดของที่ดินก็มีบทบาทต่อการยอมรับนวัตกรรมเช่นกัน

นอกจากนี้ จากรายงานการศึกษาสภาพสังคมและวัฒนธรรมในจังหวัดร้อยเอ็ดของ Catherine McDole³ ในส่วนที่เกี่ยวกับการรับของใหม่พบว่า ในระยะสองปี

¹ Usom, Innovation in Ubol Changwad. (Bangkok Research Division, Thailand, 15 June 1966), p.54.

² Catherine McDole, A Report on Socio - Cultural Conditions in the Pa Mong Study Area of Northeast Thailand. (Bangkok : United States Operations Mission To Thailand, June 1969), p.63.

³ Catherine McDole, A Report on Socio - Cultural Conditions in the Yong Study Area of Roi-Et in Northeast Thailand. (Bangkok : United States Operations Mission To Thailand, December 1968), p.23.

ก่อนหน้าการสำรวจมีการใช้ปุ๋ยเคมีเพิ่มขึ้น กลุ่มชาวนาและกลุ่มสินค้าเชื่อมีอิทธิพลมากในการให้สมาชิกพัฒนา เมื่อชาวบ้านนำสิ่งที่ได้รับการบอกเล่าจากกลุ่มเหล่านี้และนำไปทดลองใช้ก็จะเป็นตัวอย่างที่มีอิทธิพลต่อชาวบ้านคนอื่น ๆ ให้ทำตาม ชาวบ้านมีความเห็นว่าการประชุมลูกบ้าน การพิมพ์เอกสารเป็นทางหนึ่งที่จะช่วยเผยแพร่ของใหม่ กลุ่มเกษตรกรจะมีอิทธิพลในการชักจูงชาวบ้านให้รับของใหม่ 4 ประการคือ การใช้ปุ๋ยเคมี ยาฆ่าแมลง ข้าวพันธุ์ หนุพันธุ์ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยที่กล่าวมาแล้วในตอนต้น ๆ คือ สื่อบุคคลมีอิทธิพลในการยอมรับนวัตกรรม นอกจากนั้นสื่อการประชุมอบรมและสื่อเอกสารสิ่งพิมพ์ก็เป็นสื่อหนึ่งที่จะช่วยให้การเผยแพร่เป็นไปอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยต่างประเทศ

ในต่างประเทศก็มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลที่มีต่อการยอมรับของใหม่ อยู่มาก เช่น B. Kers และ J. M. Kaporn¹ ศึกษาในบราซิล อินเดีย และไนจีเรีย พบว่าวิทยุเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากในการยอมรับของใหม่ และเป็นสื่อที่มีราคาถูกละกว่าสื่อชนิดอื่นในการใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับชาวนา

นอกจากนั้น Jerald J. Feasters² ก็ศึกษาเกี่ยวกับการรับนวัตกรรม การเกษตรในเมืองซานอันโตนิโอ บริติชฮอนดูรัส พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการรับนวัตกรรมคือ อายุ การศึกษา ระดับการครองชีพ การติดต่อกับหน่วยให้บริการของรัฐ และความคาดหวังในอาชีพ

¹ Graham B. Kers and J. M. Kaporn, "Field Experiments on the Diffusion of Innovation in Brazil, India and Nigerea" Sociological Abstract, Vol. 17. (July 1965), p.18.

² Jerald J. Feasters. "Measurement and Determinants of Innovativeness among Primitive Agriculturists" Rural Sociology, Vol. 33. (September 1968), pp.339 - 348.

จากผลการวิจัยทั้งสองพอจะสรุปได้ว่า สื่อมวลชนประเภทวิทยุมีอิทธิพลต่อการยอมรับนวัตกรรม และแต่ละคนจะยอมรับนวัตกรรมต่าง ๆ ต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านอายุ การศึกษา และระดับการครองชีพ ฯลฯ

สำหรับประเทศฟิลิปปินส์ ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนวัตกรรมการเกษตร โดยเฉพาะหลายเรื่องด้วยกัน ดังเช่น Defa Greez Efren¹ ได้ศึกษาเรื่องจำนวนสื่อที่มีอยู่ และการใช้สื่อให้ข่าวสารเกี่ยวกับการเกษตร ใน Barrio Paciano Rizal, Bay Laguna โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ให้ทราบว่าสื่อที่ให้ข่าวสารใน Barrio Paciano Rizal มีสื่อชนิดใดบ้าง
2. เพื่อให้ทราบว่าเกษตรกรมีขอบเขตการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างไรบ้าง
3. เพื่อจะได้วางนโยบายการใช้สื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร

ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (face to face Communication) เป็นการสื่อสารที่สำคัญที่สุดใน Barrio มีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ 42% แมกกาซีน 12% หนังสือตลกเล่มเล็ก ๆ 17% ส่วนสื่อวิทยุมีผู้ใช้มากถึง 57% ผู้มีวิทยุจะเปิดฟังทั้งข่าวท้องถิ่นและข่าวต่างประเทศ ชาวบ้านได้รับประโยชน์จากวิทยุเพราะวิทยุให้ทั้งความบันเทิงและข่าวสารเกี่ยวกับการทำเกษตร

ศูนย์วิทยุทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ Defa Greez Efren, "Availability and Use of Farm Information Media in Barrio Paciano Rizal, Bay, Laguna. 1964," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol. 3. (Department of Agricultural Communications, college of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Laguna, Philippines, 1980), pp.9 - 11.

ส่วน Cesar M. Mercado, Consullo Agreda และ Maximo Parbal.¹ ได้ศึกษาเรื่องสื่อมวลชนในฐานะตัวแทนของการเปลี่ยนแปลงใน 4 Barrios โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงปัญหาในการสื่อสาร การกระจายการไหลของข่าวสาร และอัตราการเปลี่ยนแปลงของประชาชน หลังจากเปิดรับสื่อชนิดต่าง ๆ แล้ว การวิจัยพบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจมากที่สุด โดยเฉพาะหัวหน้าใน Barrios มีอิทธิพลในการชักจูงมากที่สุด แหล่งส่งข่าวที่คึกที่สุดคือแหล่งข่าวที่มาจากสมาชิกสภา 39.6% ของประชาชนใน Barrios มีวิทยุ และส่วนใหญ่ชอบฟังรายการเกษตร ส่วนสื่อชนิดอื่น ๆ ก็ได้รับความเชื่อถือ การวิจัยพบว่าสื่อใบปลิวเป็นสื่อหนึ่งที่ช่วยให้เกษตรกรมีความรู้และมีอิทธิพลต่อการยอมรับมาก ท้ายสุดของการวิจัยได้เสนอแนะสิ่งที่เกี่ยวข้องให้พิจารณา คือ

1. รายการจากวิทยุจะได้รับความสนใจมาก ถ้ารายการนั้นตอบปัญหาของผู้ฟังด้วยความรวดเร็ว และข่าวสารที่เสนอควรจะเน้นนักข่าวสารที่เกี่ยวกับสิ่งที่ประชาชนต้องการ เช่น เรื่องการกำจัดหนู เรื่องแมลงที่กัดกินต้นข้าว
2. ปัญหาต่าง ๆ ควรเสนอให้ง่ายและเกษตรกรสามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที
3. รายการที่กระจายเสียงต้องเริ่มต้นด้วยการแจ้งให้ทราบว่า จะเสนอรายการอะไร รายการที่คึกต้องตอบสนองประสงค์การท้วงติงของเกษตรกร
4. การใช้สื่อในการแก้ปัญหา ต้องแก้ปัญหาให้ตรงกับเวลาที่เกษตรกรประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องนั้น

¹ Cesar M. Mercado, Agreda Consullo, Parbal Maximo,

"Mass Media As Agents of Change in Four Selected Barrios of Laguna Province," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Communication, Vol. 3. (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1980), pp.33 - 34.

5. อัตราการอ่านออกเขียนได้ของผู้ฟังจะช่วยให้ช่วยในการตัดสินใจว่าควรจะใช้สื่อชนิดใด เพื่อให้เข้าถึงเกษตรกรเหล่านั้น

6. สื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่น่าเชื่อถือและสามารถโน้มน้าวใจได้เป็นอย่างดี

Pedro Bueno¹ และ Antonio S. Frio² ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนในการยอมรับวัชพืช 2, 4-D ใน 2 Laguna Barrios และเรื่องการเลือกผู้นำ การยอมรับ IR8 และแหล่งข่าวสารของเกษตรกรที่ทำนาในหน้าแล้ง ผลการวิจัยของทั้งสองคล้ายกันคือ พบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุด โดย Pedro Bueno พบว่าสื่อบุคคลมีความสำคัญในขั้นการเริ่มตระหนัก (Awareness) ขั้นการสนใจ (interest) และขั้นประเมินผล ส่วนในขั้นการทดลองมีอิทธิพลภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในขั้นการยอมรับไม่มีอิทธิพลจากภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้องเลย ส่วนสื่อมวลชนมีผลทำให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมน้อยมาก ส่วน Antonio S. Frio ก็พบคล้ายคลึงกันว่า สื่อบุคคลเช่น ผู้จัดการบ้านเทคนิคของ APC และผู้นำใน Barrios

¹ Pedro Bueno, "The Role of Mass Media in the adoption of 2, 4-D in Two Laguna Barrios," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol 2. (Department of Agricultural Communication, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1978), pp.22 - 25.

² Antonio S. Frio "Leadership Preference, IR8 Adoption and Communication Sources Among Dry - Season Farmers of Morong, Rizal," in Esther F. Monigque (eds.) Abstract of Research in Agricultural Development Communication, Vol. 2. (Department of Agricultural Communications, College of Agriculture, U.P. at Los Bonos College, Saguna, Philippines, 1970, pp.55 - 56.

มีบทบาทในการให้ข่าวสารมาก แต่ในเรื่องสื่อมวลชนผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Pedro Bueno เนื่องจาก Frio พบว่า วิทยุเป็นสื่อที่มีบทบาทในการให้ข่าวสาร เพราะมีอิทธิพลครอบคลุมพื้นที่ได้อย่างกว้างขวาง

ผลการวิจัยอีกเรื่องหนึ่ง Gloria D. Feliciano¹ ซึ่งได้ศึกษาเรื่องตัวแปรเกี่ยวกับมนุษย์ในการยอมรับการทำการเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. มีปัจจัยอะไรที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการไม่ยอมรับ
2. อะไรเป็นตัวกระตุ้นให้เกษตรกรยอมรับการปฏิบัติบางอย่างอย่างรวดเร็วและไม่ยอมรับอย่างอื่น
3. ตัวแปรเกี่ยวกับมนุษย์มีความสำคัญอย่างไรในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการปรับปรุงไรนา

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรที่ยอมรับและไม่ยอมรับการปรับปรุงไรนาเนื่องจากเหตุผลต่าง ๆ กันคือ

1. ขาดแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ
2. ไม่เห็นว่าการปฏิบัติเช่นนั้นจะให้ผลคืออย่างไร
3. นวัตกรรมใหม่ที่เผยแพร่ เมื่อเปรียบเทียบกับของเก่าที่มีอยู่แล้ว จะเห็นว่าของเก่าดีกว่า จึงไม่ยอมรับไปปฏิบัติตาม
4. เกษตรกรไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนตามคำบอกเล่า เนื่องจากเห็นว่า

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

- ก. พอใจจะรักษาประเพณีแบบดั้งเดิม
 ข. กลัวผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลง
 ค. คิดว่าไม่มีอะไรดีขึ้นเมื่อเปลี่ยนทัศนคติ เกษตรกรส่วนมากปรารถนาที่จะอยู่ในปัจจุบันมากกว่าเสี่ยงเพื่ออนาคต

ส่วน Rogers กับ Svenning¹ และ Sycip C. Felicidad² ก็ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการยอมรับสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ซึ่งได้ผลการวิจัยที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ Rogers กับ Svenning ศึกษาพบว่าชาวนาในโคลัมเบียมีปัจจัยที่สนับสนุนให้เปิดรับสื่อและยอมรับนวัตกรรม ปัจจัยดังกล่าวคือการศึกษา การเดินทางไปต่างถิ่น การเป็นคนทันสมัย มีการศึกษา มีฐานะทางเศรษฐกิจ และมีตำแหน่งหน้าที่การงาน กล่าวคือผู้ที่ปัจจัยดังกล่าวมาแล้วจะเปิดรับสื่อและยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ง่ายกว่าผู้ที่ไม่มีปัจจัยดังกล่าว ส่วน Sycip C. Felicidad ซึ่งได้ศึกษาในฟิลิปปินส์ และพบคล้ายคลึงกันว่าปัจจัยบางอย่างที่ส่งเสริมให้มีการยอมรับนวัตกรรมง่ายขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ การอ่านออกเขียนได้ การเปิดรับสื่อมวลชน บ่อยครั้ง การเยี่ยมบ้าน การเป็นสมาชิกสโมสร (Club Membership)

¹ Everette M. Rogers, and Lynne Svenning, Modernization Among Peasants. (New York : Holt Rinehart and Winston, Inc., 1969), pp.70, 105.

² Sycip C. Felicidad, Factor Related To Acceptance of Rejection of Innovation in Espirite Social Foudation of Communication Development. (R.M. Cercia Publishing, House Manila, 1964), pp.592 - 601.