

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เสนอตามลำดับดังนี้

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. บทบาทของสื่อที่เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
3. ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ซึ่งได้แก่

- ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิก
- การเปิดรับสื่อบุคคล
- การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ
- การเปิดรับสื่อมวลชน
- การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก
- ฐานะทางเศรษฐกิจ

4. การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
5. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 200 คน สามารถสัมภาษณ์ได้ 158 คน (79.0 %) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 158 คน ปรากฏในตารางที่ 1-4

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 29 ปี	54	34.2
30 - 39 ปี	34	21.5
40 - 49 ปี	45	28.5
50 ปีขึ้นไป	25	15.8
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 1 ใน 3 มีอายุระหว่าง 20-29 ปี รองลงมาคือผู้มีอายุอยู่ระหว่าง 40-49 ปี ส่วนผู้มีอายุ 50 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรรวม	129	81.7
รับจ้าง	16	10.1
ค้าขาย	7	4.4
แม่บ้าน	6	3.8
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 4 ใน 5 ประกอบอาชีพเกษตรกร รองลงมาคืออาชีพรับจ้าง นอกนั้นทำการค้าขายและเป็นแม่บ้าน



ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เข้าเรียน	8	5.1
ป.1 - ป.4	143	90.5
ป.5 - ป.7	5	3.2
สูงกว่า ป.7	2	1.3
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 9 ใน 10 มีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 1 - ประถมปีที่ 4 นอกนั้นเป็นผู้ที่ไม่ได้เข้าเรียน ผู้ที่ได้รับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาปีที่ 5 - ประถมปีที่ 7 และผู้ที่ได้รับการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษาปีที่ 7

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	142	89.9
โสด	16	10.1
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 4 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด เป็นผู้สมรสแล้ว ส่วนที่เป็นโสดมีเพียงเล็กน้อย

2. บทบาทของสื่อที่เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (ดูจากตารางที่ 5-7)

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามการรับข่าวสาร เผยแพร่เกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จากสื่อต่าง ๆ

ประเภทของสื่อ	จำนวน* (N = 158)	ร้อยละ*
สื่อบุคคล		
เจ้าหน้าที่ทางการเกษตร	110	69.6
กำนัน, ผู้ใหญ่บ้าน	67	43.0
เพื่อน	3	1.9
เพื่อนบ้าน	73	46.2
ญาติพี่น้อง	35	22.1
สื่อมวลชน		
หนังสือพิมพ์	15	9.4
วิทยุ	59	37.4
โทรทัศน์	32	20.2
สื่อเฉพาะกิจ		
เอกสาร เผยแพร่เกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านฯ	17	10.7

* กลุ่มตัวอย่างแต่ละรายอาจรับได้มากกว่า 1 สื่อ

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ก่อนสมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกร กลุ่มตัวอย่างแต่ละรายมีโอกาสรับข่าวสาร เผยแพร่ เกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกร ได้มากกว่า 1 สื่อ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 7 ใน 10 ได้รับข่าว-
สารจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นสื่อบุคคล ส่วนผู้ที่ได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีไม่ถึง 3
ใน 10 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สำหรับสื่อเฉพาะกิจนั้น ปรากฏว่ามีผู้รับน้อยที่สุด
ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล ปรากฏว่า ส่วนใหญ่รับข่าวสาร
จากเจ้าหน้าที่ทางการ เกษตร และในจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน
ปรากฏว่า ส่วนใหญ่รับข่าวสารจากวิทยุ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามการรับข่าวสาร
เผยแพร่เกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จากสื่อประเภทเดียวและมากกว่า 1 ประเภท

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อประเภทเดียว		
สื่อบุคคล	85	53.8
สื่อมากกว่า 1 ประเภท		
สื่อบุคคลและสื่อมวลชน	56	35.4
สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ	3	1.9
สื่อบุคคล, สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ	14	8.9
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาถึงการรับข่าวสารเผยแพร่เกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้าน
เกษตรกรจากสื่อประเภทเดียวและสื่อมากกว่า 1 ประเภท ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่าง
มากกว่าครึ่งหนึ่งได้รับข่าวสารเผยแพร่เกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จากสื่อประเภทเดียวกัน
คือสื่อบุคคล ส่วนผู้ที่ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากสื่อมากกว่า 1 ประเภท มีไม่ถึงครึ่งหนึ่งของ
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในจำนวนนี้ปรากฏว่า ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากสื่อบุคคล
และสื่อมวลชน รองลงมาเป็นผู้ที่ได้รับข่าวสารจากสื่อทั้งสามประเภทคือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน
และสื่อเฉพาะกิจ ส่วนผู้ที่ได้รับข่าวสารเผยแพร่จากสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีจำนวน
น้อยที่สุด

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามการจัดอันดับความสำคัญของสื่อที่สนใจให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ลำดับความสำคัญ	ประเภทของสื่อ					
	สื่อบุคคล		สื่อมวลชน		สื่อเฉพาะกิจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อันดับที่ 1	146	92.4	10	6.3	2	1.3
อันดับที่ 2	12	7.6	56	35.4	5	3.2
อันดับที่ 3	-	-	4	2.5	10	6.3
ไม่จัดอันดับ	-	-	88	55.8	141	89.2
รวม	158	100.0	158	100.0	158	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าในการจัดลำดับความสำคัญของสื่อที่สนใจให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดคือ ประมาณ 9 ใน 10 ให้ความสำคัญแก่อุบุคคลว่ามีบทบาทในการจัดอันดับ 1 ส่วนสื่อมวลชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 3 ใน 10 ให้ความสำคัญว่ามีบทบาทจัดอันดับ 2 สำหรับสื่อเฉพาะกิจนั้น ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญว่ามีบทบาทจัดอันดับ 3

3. ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (ดูจากตารางที่ 8-17)

3.1 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิก

ประโยชน์ที่จะได้รับ	ระดับการคาดหวัง											
	มากอย่างยิ่ง		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยอย่างยิ่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. จะได้รับความรู้ในด้าน สาธารณสุข โภชนาการ การ จัดบ้านเรือน เพื่อนำไปปรับ ปรุงความเป็นอยู่ของครอบครัว ให้ดีขึ้น	40	25.3	46	29.1	68	43.0	4	2.5	-	-	158	100.0
2. จะสามารถใช้ความรู้ที่ ได้รับไปหารายได้เพิ่มในแก ครอบครัว	18	11.4	29	18.4	46	29.1	17	10.8	48	30.4	158	100.0
3. จะมีความรู้ความสามารถ ทางการเกษตรเพิ่มขึ้น	41	25.9	45	28.5	55	34.8	8	5.1	9	5.7	158	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 1 ใน 3 คาดว่าการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จะได้รับความรู้ทางด้านสาธารณสุข โภชนาการ การจัดบ้านเรือน เพื่อนำไปปรับปรุงความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นปานกลาง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหญ่ประมาณ 1 ใน 3 ยังคาดว่า การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จะทำให้มีความรู้ความสามารถทางด้าน การเกษตร เพิ่มขึ้นปานกลาง ส่วนประโยชน์ในเรื่องที่ว่าทำให้สมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามารถได้รับความรู้ที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ไปหารายได้เพิ่มให้แก่ครอบครัวนั้น กลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหญ่ประมาณ 1 ใน 3 คาดว่าจะได้รับน้อยอย่างยิ่ง

3.2 การเปิดรับสื่อบุคคล

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อบุคคล ในรอบ 1 เดือน

สื่อบุคคล	ความบ่อยครั้ง									
	ไม่เคยเลย		นาน ๆ ครั้ง		เกือบทุกวัน		ทุกวัน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ญาติพี่น้อง	8	5.1	37	23.4	6	3.8	107	67.7	158	100.0
เพื่อนบ้าน	3	1.9	32	20.3	14	8.8	109	69.0	158	100.0
เพื่อน	72	45.6	63	39.8	6	3.8	17	10.8	158	100.0
กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน	42	26.6	64	40.5	19	12.0	33	20.9	158	100.0
เจ้าหน้าที่ทางการ เกษตร	37	23.4	121	76.6	-	-	-	-	158	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าในรอบ 1 เดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มากกว่า 3 ใน 5 ได้พบปะพูดคุยกับญาติพี่น้องทุกวัน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 3 ใน 5 เช่นกัน มีโอกาสพบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านทุกวัน ส่วนการพบปะติดต่อกับกำนัน ผู้ใหญ่บ้านและเจ้าหน้าที่ทางการเกษตรในหมู่บ้านนั้น ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประมาณ 3 ใน 4 ติดต่อกับเจ้าหน้าที่ทางการเกษตรนาน ๆ ครั้ง และประมาณ 2 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมดติดต่อกับกำนัน ผู้ใหญ่บ้านนาน ๆ ครั้ง เช่นเดียวกัน สำหรับการพบปะพูดคุยกับเพื่อนบ้านในหมู่บ้านเดียวกันนั้น ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 2 ใน 5 ไม่มีโอกาสพูดคุยกันเลย



3.3 การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามการมีโอกาสได้อ่านเอกสารเผยแพร่ของทางราชการในรอบ 1 เดือน

การมีโอกาสอ่าน	จำนวน	ร้อยละ
เคยอ่าน	48	30.4
ไม่เคยอ่าน	110	69.6
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าในรอบ 1 เดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 3 ใน 5 ไม่มีโอกาสได้อ่านเอกสารเผยแพร่ของทางราชการเลย

3.4 การเปิดรับสื่อมวลชน

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อมวลชนในรอบ 1 เดือน

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อ					
	หนังสือพิมพ์		วิทยุ		โทรทัศน์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	100	63.3	23	14.6	38	24.1
นาน ๆ ครั้ง	47	29.7	35	22.1	43	27.1
เกือบทุกวัน	4	2.5	14	8.9	8	5.1
ทุกวัน	7	4.5	86	54.4	69	43.7
รวม	158	100.0	158	100.0	158	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่าในรอบ 1 เดือน กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งหนึ่ง มีโอกาสฟังวิทยุทุกวัน และเกือบครึ่งหนึ่งชมโทรทัศน์ทุกวัน ส่วนการอ่านหนังสือพิมพ์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 3 ใน 5 ไม่ได้อ่านเลย

3.5 การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามการเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคม หรือกลุ่มอาชีพอื่น ๆ

สภาพการ เป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เป็น	68	43.0
ไม่เป็น	90	57.0
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพียงอย่างเดียว ที่เป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมหรือกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ควบคู่กัน มีไม่ถึงครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามการมีโอกาสไปเยี่ยมชมกิจการ เกี่ยวกับอาชีพนอกหมู่บ้าน

โอกาส	จำนวน	ร้อยละ
เคยไป	41	26.0
ไม่เคยไป	117	74.0
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 3 ใน 4 ไม่เคยไปเยี่ยมชมกิจการเกี่ยวกับอาชีพนอกหมู่บ้าน มีเพียงประมาณ 1 ใน 4 เท่านั้น ที่มีโอกาสไปเยี่ยมชมกิจการดังกล่าวนอกหมู่บ้าน

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามระดับความชอบในการพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่น

ระดับความชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชอบอย่างยิ่ง	18	11.4
ไม่ชอบ	80	50.6
ชอบ	53	33.5
ชอบมาก	7	4.5
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่ง ไม่ชอบที่จะพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่น ส่วนผู้ที่ชอบมีประมาณ 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามความบ่อยครั้งในการพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นในรอบ 1 เดือน

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	44	27.9
นาน ๆ ครั้ง	104	65.8
เกือบทุกวัน	7	4.4
ทุกวัน	3	1.9
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่าในรอบ 1 เดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 2 ใน 3 มีโอกาสพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นนาน ๆ ครั้ง รองลงมาคือผู้ที่ไม่ได้พบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นเลย ซึ่งมีประมาณ 1 ใน 5 ส่วนผู้ที่มีโอกาสพบปะพูดคุยกับบุคคลต่างถิ่นทุกวันและเกือบทุกวันมีจำนวนน้อยมาก

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตาม
ความบ่อยครั้งในการเดินทางออกนอกหมู่บ้าน ในรอบ 1 เดือน

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	29	18.4
นาน ๆ ครั้ง	111	70.3
เกือบทุกวัน	7	4.4
ทุกวัน	11	7.0
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าในรอบ 1 เดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่
มากกว่า 2 ใน 3 เดินทางออกนอกหมู่บ้านนาน ๆ ครั้ง รองลงมาคือผู้ที่ไม่ได้ออกนอก
หมู่บ้านเลย นอกนั้นเป็นผู้ที่มีโอกาสเดินทางออกนอกหมู่บ้านทุกวันและเกือบทุกวัน

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตาม ความบ่อยครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมของส่วนรวม

ความบ่อยครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	17	10.8
นาน ๆ ครั้ง	40	25.3
เกือบทุกครั้ง	31	19.6
ทุกครั้ง	70	44.3
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่ง มีส่วนร่วมในงานที่เป็นกิจกรรมของส่วนรวมทุกครั้ง รองลงมาประมาณ 1 ใน 4 มีส่วนร่วมบ้าง นาน ๆ ครั้ง นอกนั้นเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมเกือบทุกครั้ง และผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วม

3.6 ฐานะทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อปี (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000	43	27.2
20,000 - 40,000	64	40.5
40,001 - 60,000	29	18.4
มากกว่า 60,000	22	13.9
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 2 ใน 5 มีรายได้ต่อปีอยู่ระหว่าง 20,000 - 40,000 บาท รองลงมาเป็นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อปี ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทต่อปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือไม่ถึง 1 ใน 5 ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามมูลค่าของทรัพย์สินที่เป็นเจ้าของ

มูลค่าของทรัพย์สิน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000	60	38.0
20,000 - 40,000	27	17.1
40,001 - 60,000	21	13.3
60,001 - 80,000	25	15.8
มากกว่า 80,000	25	15.8
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีทรัพย์สินที่มีมูลค่าต่ำกว่า 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือประมาณ 4 ใน 10 ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด รองลงมาคือผู้ที่มีทรัพย์สินที่มีมูลค่าอยู่ระหว่าง 20,000 - 40,000 บาท ส่วนผู้ที่มีทรัพย์สินที่มีมูลค่าอยู่ระหว่าง 40,001 - 60,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุดคือประมาณ 1 ใน 10 ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งหมด

4. การเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร (ดูตารางที่ 20 - 23)

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจเข้าเป็นสมาชิก

ระยะเวลาในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 สัปดาห์	104	65.8
มากกว่า 2 - 3 สัปดาห์	32	20.2
มากกว่า 3 - 4 สัปดาห์	8	5.1
มากกว่า 4 สัปดาห์	14	8.9
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากกว่า 3 ใน 5 ใช้เวลาในการตัดสินใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรประมาณ 1-2 สัปดาห์ ผู้ที่ใช้เวลาในการตัดสินใจมากกว่า 2 สัปดาห์ - 3 สัปดาห์ มีอยู่ประมาณ 1 ใน 5 นอกนั้นเป็นผู้ที่ใช้เวลาในการตัดสินใจมากกว่า 4 สัปดาห์ และมากกว่า 3 สัปดาห์ ไปจนถึง 4 สัปดาห์ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ความบ่อยครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	8	5.1
นาน ๆ ครั้ง	23	14.6
เกือบทุกครั้ง	30	19.0
เข้าร่วมทุกครั้ง	97	61.3
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 21 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 6 ใน 10 เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทุกครั้ง รองลงมาเป็นผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมเกือบทุกครั้ง ส่วนผู้ที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเลยตั้งแต่สมัครเข้าเป็นสมาชิกมีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ข้อคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น									
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การส่งเสริมให้มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นสิ่งที่ควรกระทำ	83	52.5	74	46.9	1	0.6	-	-	158	100.0
2. การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ที่กระทำอยู่นี้ เหมาะสมกับอาชีพของสมาชิก	65	41.1	88	55.7	5	3.2	-	-	158	100.0
3. การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนี้ เหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่ของสมาชิก	69	43.6	87	55.1	2	1.3	-	-	158	100.0

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ข้อคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น									
	เห็นด้วยอย่าง		เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นการช่วยเหลือท่านอย่างแท้จริง	53	33.5	102	64.6	3	1.9	-	-	158	100.0
5. ควรจะได้มีการเผยแพร่ให้มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพิ่มขึ้นอีกหลาย ๆ กลุ่ม	62	39.2	88	55.7	8	5.1	-	-	158	100.0
6. การตัดสินใจสมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง	62	39.2	94	59.5	2	1.3	-	-	158	100.0

จากตารางที่ 22 จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า การส่งเสริมให้จัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นสิ่งที่ควรกระทำ และกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งเช่นกัน เห็นด้วยว่าการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่กระทำอยู่นี้ เหมาะสมกับอาชีพและสภาพความเป็นอยู่ของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งยังเห็นด้วยว่า การดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นการช่วยเหลือสมาชิกอย่างแท้จริง ส่วนในเรื่องการเผยแพร่ให้มีการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เพิ่มขึ้นหลาย ๆ กลุ่มนั้น กลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งเห็นด้วยว่าควรจะได้มีการเผยแพร่ สำหรับความเห็นต่อการตัดสินใจสมัคร เข้า เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเห็นด้วยว่าการตัดสินใจสมัคร เข้า เป็นสมาชิกดังกล่าว เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง



ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้สมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้าง

ความบ่อยครั้งในการชักชวน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยเลย	49	31.0
1 - 3 ครั้ง	52	32.9
4 - 6 ครั้ง	35	22.2
มากกว่า 6 ครั้ง	22	13.9
รวม	158	100.0

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าในการชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้สมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณ 1 ใน 3 ได้ชักชวน 1 - 3 ครั้ง รองลงมาคือกลุ่มที่ชักชวน 4 - 6 ครั้ง และมากกว่า 6 ครั้ง ตามลำดับ ส่วนสมาชิกกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยชักชวนบุคคลอื่น ๆ ให้สมัครเข้าเป็นสมาชิกมีน้อยกว่า 1 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

5. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ดูจากตารางที่ 24-27)

สมมติฐานข้อที่ 1 สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีบทบาทแตกต่างกันในการจูงใจให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างบทบาทของสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ในการจูงใจให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ประเภทของสื่อ	ผลรวมของคะแนน	\bar{x}	S.D.
สื่อบุคคล	462	2.92405	0.26576
สื่อมวลชน	146	0.92405	1.07989
สื่อเฉพาะกิจ	26	0.16456	0.52771

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างบุคคล	157	66.56823		
ภายในกลุ่ม	316	813.33333		
- สื่อ 3 ประเภท	2	642.09283	321.04641	588.69584**
- ที่เหลือ	314	171.24051	0.54535	
รวม	473	879.99156		

** $p < .01$ [ค่าจากตาราง $F_{.99}(2, 314) = 6.91$]

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในบทบาทของสื่อทั้ง 3 ประเภท ในการจูงใจให้เข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โดยให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญของสื่อที่จูงใจให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกด้วยตนเอง สื่อใดที่ผู้ตอบแบบสอบถามจัดให้เป็นอันดับ 1 ให้ 3 คะแนน อันดับ 2 ให้ 2 คะแนนและอันดับ 3 ให้ 1 คะแนน ส่วนสื่อที่ผู้ตอบไม่จัดอันดับให้ 0 คะแนน แล้วนำคะแนนที่ได้จากสื่อแต่ละประเภทมาคำนวณโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวแบบวัดซ้ำ (Repeated One-Way Analysis of Variance) ผลปรากฏว่า สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ มีบทบาทในการจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงได้ทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของสื่อเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ นิวแมน - คูลส์ ซึ่งเสนอผลไว้ในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของสื่อ 3 ประเภท เป็นรายคู่ด้วยวิธีของ นิวแมน - คูลส์

สื่อ	คะแนนเฉลี่ย	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน	สื่อเฉพาะกิจ
		2.924	0.924	0.165
สื่อบุคคล	2.924	-	2.00 **	2.759 **
สื่อมวลชน	0.924		-	0.759 **
สื่อเฉพาะกิจ	0.165			-
		r	2	3
			0.214	0.243
		$q_{.99}(r, 314) \cdot \sqrt{\frac{MS_{res}}{n}}$		

** p < .01

จากตารางที่ 25 แสดงว่าสื่อบุคคลกับสื่อมวลชน สื่อบุคคลกับสื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนกับสื่อเฉพาะกิจ ต่างก็เป็นคู่สื่อที่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกันแล้ว มีบทบาทในการจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสื่อบุคคลมีบทบาทในการจูงใจมากที่สุด รองลงมาคือสื่อมวลชน สำหรับสื่อเฉพาะกิจมีบทบาทในการจูงใจให้เขาเป็นสมาชิกลดน้อยที่สุด

สมมติฐานข้อที่ 2 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร การเปิดรับสื่อบุคคล การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ การเปิดรับสื่อมวลชน การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก และฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ตารางที่ 26 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแต่ละตัวกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	0.51 **
การเปิดรับสื่อบุคคล	0.22 **
การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก	0.20 *
การเปิดรับสื่อมวลชน	0.02
การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	0.18 *
ฐานะทางเศรษฐกิจ	0.15

** $p < .01$

* $p < .05$

จากตารางที่ 26 อธิบายได้ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างผลประโยชน์ที่ว่าจะได้รับ กับการ เข้าร่วม เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร เท่ากับ 0.51 ($P < .01$) ซึ่งบอกความสัมพันธ์ ได้ประมาณร้อยละ 26.01 แสดงว่าผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับมีความสัมพันธ์กับการ เข้าร่วม เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรในทิศทางเดียวกัน และความสัมพันธ์อยู่ในระดับ ปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการ เปิดรับสื่อบุคคลกับการ เข้าร่วม เป็นสมาชิก กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร เท่ากับ 0.22 ($P < .01$) ซึ่งบอกความสัมพันธ์ได้ประมาณ ร้อยละ 4.84 แสดงว่าการ เปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการ เข้าร่วม เป็นสมาชิก กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร ในทิศทางเดียวกัน แต่ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการ เปิดรับสื่อ เฉพาะกิจกับการ เข้าร่วม เป็น สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร เท่ากับ 0.18 ($P < .05$) ซึ่งบอกความสัมพันธ์ ได้ประมาณร้อยละ 3.24 แสดงว่าการ เปิดรับสื่อ เฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการ เข้าร่วม เป็น สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร ในทิศทางเดียวกัน แต่ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการ เปิดรับสื่อมวลชนกับการ เข้าร่วม เป็น สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร เท่ากับ 0.02 ($P > .05$) แสดงว่าการ เปิดรับ สื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับการ เข้าร่วม เป็น สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร

และถ้าจะพิจารณาถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการ เปิดรับสื่อมวลชน แต่ละสื่อกับการ เข้าร่วม เป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร ก็จะปรากฏผลดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการ อ่านหนังสือพิมพ์กับการ เข้าร่วม เป็น สมาชิก กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร เท่ากับ - 0.07 ($P > .05$) แสดงว่าการ อ่านหนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการ เข้าร่วม เป็น สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการฟังวิทยุกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เท่ากับ -0.01 ($P > .05$) แสดงว่าการฟังวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการดูโทรทัศน์กับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เท่ากับ 0.06 ($P > .05$) แสดงว่าการดูโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการอ่านหนังสือพิมพ์กับการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร การฟังวิทยุกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร และการชมโทรทัศน์กับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร น่าจะยืนยันได้ว่าการเปิดรับสื่อมวลชนกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอกกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เท่ากับ 0.20 ($P < .05$) ซึ่งบอกความสัมพันธ์โดยรวม 4.0 แสดงว่าการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอกมีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ในทิศทางเดียวกัน แต่ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างฐานะทางเศรษฐกิจกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เท่ากับ 0.15 ($P > .05$) จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ แสดงว่าฐานะทางเศรษฐกิจกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าเป็นสมาชิก
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร การเปิดรับสื่อบุคคล การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก การเปิด
รับสื่อมวลชน การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ และฐานะทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นอันดับ 1, 2, 3, 4, 5,
และ 6 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิก
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

ปัจจัย	R	R ²	B	β	F
ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	0.51403	0.26422	0.6583595	0.46256	43.261**
การเปิดรับสื่อบุคคล	0.53513	0.28637	0.1976360	0.14456	3.880*
การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก	0.54373	0.29564	0.1498182	0.10571	2.036
การเปิดรับสื่อมวลชน	0.54981	0.30229	0.2361858	0.10415	2.034
การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ	0.55605	0.30919	0.6096891	0.01895	1.398
ฐานะทางเศรษฐกิจ	0.55941	0.31294	0.1438471	0.06463	0.824
ค่าคงที่					11.31753

** p < .01

* p < .05

[ค่าจากตาราง F_{.99} (1,157) = 6.64]
[ค่าจากตาราง F_{.95} (1,157) = 3.84]

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าเมื่อใช้การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ปัจจัยทั้ง 6 ซึ่งได้แก่ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร การเปิดรับสื่อบุคคล การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก การเปิดรับสื่อมวลชน การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ และฐานะทางเศรษฐกิจ สามารถร่วมกันอธิบายการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้ร้อยละ 31 โดยประมาณ แต่มีเพียงปัจจัย 2 ตัวแรกเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยทั้งสองนี้ สามารถร่วมกันอธิบายการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้ร้อยละ 28 โดยประมาณ และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (R) พบว่าปัจจัยผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเป็นตัวทำนายที่ดีที่สุด หรืออาจกล่าวได้ว่าผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมากที่สุด โดยปัจจัยนี้เพียงตัวเดียวสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 26 รองลงมาคือปัจจัยการเปิดรับสื่อบุคคล ส่วนปัจจัยอื่น ๆ คือ การติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก การเปิดรับสื่อมวลชน การเปิดรับสื่อเฉพาะกิจ และฐานะทางเศรษฐกิจ สามารถร่วมกันอธิบายการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อย และสัดส่วนของการอธิบายที่เพิ่มขึ้นนั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงอาจกล่าวได้ว่าปัจจัยทั้ง 4 ดังกล่าว ไม่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร