

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่” มีแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเรื่องรูปแบบของการสื่อสาร
2. ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร
3. ทฤษฎีและแนวคิดการสื่อสารงานนวัตกรรม
4. แนวคิดด้านการสื่อสารกับการพัฒนาการเกษตร
5. แนวคิดการพัฒนาเพื่อพึ่งตนเองของเกษตรกรอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

แนวคิดเรื่องรูปแบบของการสื่อสาร

ในการสื่อสารมีการจำแนกรูปแบบการสื่อสารหลายลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาที่แตกต่างกันไป โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะ คือ

1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร
2. จำแนกตามลักษณะการใช้
3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
4. จำแนกตามการไหลของข่าวสาร

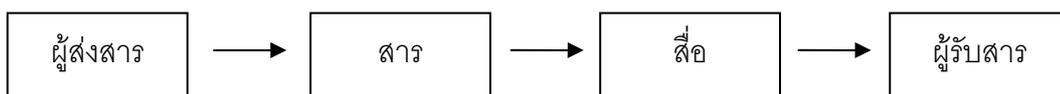
1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร

การจำแนกตามทิศทางการสื่อสาร สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1.1 การสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัย หรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกริยาย้อนกลับจากผู้รับสาร การสื่อสารแบบนี้มีลักษณะเป็นเส้นตรงจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยตรง ปราศจากการคำนึงถึงปฏิกริยาได้ตอบจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารมีน้อย หรือไม่มีเลย ซึ่งแสดงเป็น

แผนภาพแบบจำลองได้ดังนี้

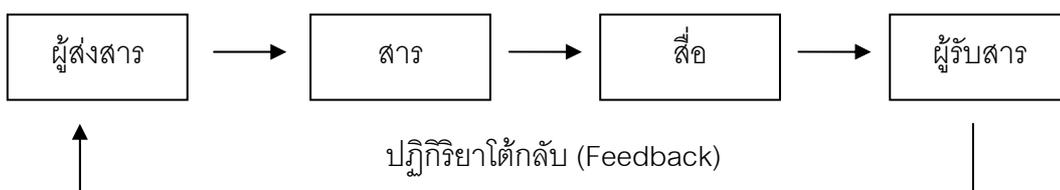
ภาพที่ 3
แบบจำลองการสื่อสารแบบทิศทางเดียว



การสื่อสารในลักษณะนี้ จะออกมาในรูปแบบของนโยบาย แผนงาน คำสั่งต่าง ๆ ของผู้บริหาร หรือผู้นำ โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ เช่น เสียงตามสาย เอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่แล้ว การสื่อสารแบบทางเดียวมักจะเกิดขึ้นกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่มีการเสนอข่าวสารสู่ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียว

1.2 การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) หมายถึง การสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะเดียวกัน เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกัน เพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกิริยาโต้กลับ (Feedback) ของผู้รับสารดังแผนภาพแบบจำลอง

ภาพที่ 4
แบบจำลองการสื่อสารแบบสองทิศทาง



ทั้งนี้การสื่อสารแบบสองทาง มีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญกับปฏิกริยาโต้กลับ (Feedback) นั้น เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมีความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร โดยไม่มีฝ่ายใดมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินการได้เป็นอย่างดี

ฮาโรลด์ เจ ลิฟวิท (Harold J Leavitt, 1964) ได้กล่าวถึงการทดลองเปรียบเทียบระหว่างการสื่อสารทางเดียวกับการสื่อสารสองทาง ปรากฏผลการทดลองดังนี้

1. การสื่อสารทางเดียวรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทาง
2. การสื่อสารสองทางมีความถูกต้องแม่นยำกว่าการสื่อสารทางเดียว
3. การสื่อสารสองทางสามารถสร้างความเข้าใจแก่ผู้รับสาร มากกว่าการสื่อสารทางเดียว
4. การสื่อสารทางเดียวมีความถูกต้องแม่นยำน้อยกว่า แต่มีความเป็นระเบียบมากกว่า
5. การสื่อสารสองทางมักมีการรบกวนและยุ่งเหยิงมากกว่า

นอกจากนี้ ลิฟวิทยังให้ข้อเสนอแนะว่า หากองค์กรมีความต้องการความรวดเร็วและความถูกต้องอย่างง่าย ๆ ในการติดต่อสื่อสารแล้ว การสื่อสารทางเดียวจะเหมาะสมมากกว่า ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า ภายในสถานการณ์ต่าง ๆ ในการบริหารงานย่อมต้องเลือกใช้สื่อสารทั้งสองแบบควบคู่กันไป

2. จำแนกตามลักษณะการใช้

หากจำแนกตามลักษณะการใช้แล้ว จะสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่ และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น ประกาศแจ้งนโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึง การสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยไม่พิจารณาจากตำแหน่งหน้าที่ และมีได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการสนทนาสนมคุ้นเคย และจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่า การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูด ได้แก่ การพบปะพูดคุยสนทนากัน

3. จำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร

การจำแนกตามสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

3.1 การสื่อสารแบบใช้ถ้อยคำ หรือเป็นวจนภาษา (Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารที่อาศัยคำพูดหรือตัวเลขเป็นสัญลักษณ์ของข่าวสาร สัญลักษณ์นี้อาจเป็นในรูปของ ภาษาพูด ภาษาเขียน หรือภาษาทางคณิตศาสตร์ก็ได้ เพื่อใช้ในการสื่อความหมายให้ผู้รับสารเข้าใจ ความหมายได้อย่างชัดเจนและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการ

ลักษณะการสื่อสารแบบวจนภาษานี้ ได้แก่ การสนทนา การสัมภาษณ์ การเขียนบันทึก การเขียนรายงาน การประกาศข่าวสาร การประชุม เป็นต้น

3.2 การสื่อสารแบบไม่ใช้ถ้อยคำ หรือแบบอวจนภาษา (Non-Verbal Communication) หมายถึง การสื่อสารโดยปราศจากคำพูด แต่แสดงออกทางท่าทาง สีหน้า การเคลื่อนไหวส่วนใด ส่วนหนึ่งของร่างกายตามธรรมชาติของคน ซึ่งแต่ละบุคคลก็สื่อสารกับบุคคลอื่น โดยมีความหมาย เฉพาะของตนเอง ซึ่งทำให้ผู้อื่นเข้าใจว่าเราอยู่ในสภาพเช่นใด เช่น การสั่นศีรษะแสดงถึงการปฏิเสธ การพยักหน้าแสดงถึงการเข้าใจหรือเห็นด้วย เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การตีความหมายของแต่ละคนที่รับข่าวสารว่าจะสอดคล้องและตรงตามกับผู้ส่งสารต้องการหรือไม่

ทั้งนี้ การสื่อสารทั้งแบบวจนภาษา และการสื่อสารแบบอวจนภาษา ต้องดำเนินควบคู่กันไป เพื่อให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพ เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสาร กับผู้รับสาร

4. จำแนกตามการไหลของข่าวสาร

การสื่อสารในลักษณะนี้ แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

4.1 การสื่อสารตามแนวตั้ง (Vertical Communication) โดยแบ่งออกเป็น

4.1.1 การสื่อสารจากบนลงล่าง (Top-Down หรือ Downward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากบุคคลที่มีตำแหน่งสูงกว่าลงมายังตำแหน่งที่ต่ำกว่า โดยออกมาในรูปของ นโยบาย แผนงาน ประกาศ เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารรูปแบบนี้จะทำให้ผู้รับสารที่อยู่ในตำแหน่งต่ำกว่า ไม่เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเอง ขาดความคิดริเริ่ม คอยรับฟังคำสั่งอยู่เสมอ หลีกเลี่ยงการ ตัดสินใจ และไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

4.1.2 การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Bottom-Up หรือ Upward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารซึ่งอยู่ในระดับหรือตำแหน่งที่ต่ำกว่าขึ้นไปสู่ผู้รับสารซึ่งอยู่ใน

ระดับหรือตำแหน่งที่สูงกว่า ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้สมาชิกของสังคมได้ติดต่อสื่อสารกัน โดยมีทั้งส่งสารและรับสารอย่างเท่าเทียมกัน การสื่อสารรูปแบบนี้ จะออกมาในลักษณะของการประชุม ปรีกษาหารือ การสัมมนา เป็นต้น ทั้งนี้ จะก่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เสริมสร้างให้มีการคิดสร้างสรรค์ และทำให้สมาชิกทุกส่วนของสังคมนั้น มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างเต็มที่

4.2 การสื่อสารตามแนวนอนหรือแนวราบ (Horizontal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ที่มีระดับหรือมีตำแหน่งที่เสมอกัน ใกล้เคียงกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว เช่น เพื่อนฝูง ญาติพี่น้อง การสื่อสารรูปแบบนี้จะช่วยเสริมสร้างความรับผิดชอบร่วมกันของหมู่คณะ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกัน และเป็นการสื่อสารอีก รูปแบบหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสังคม

จากรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวข้างต้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารทางเดียวกันคือการสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารสองทาง ก็คือการสื่อสารทั้งจากบนลงล่าง และจากล่างขึ้นบน ทั้งนี้ การสื่อสารจากบนลงล่างหรือจากล่างขึ้นบน อาจใช้รูปแบบการสื่อสารอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในขณะที่เดียวกันระหว่างการสื่อสารอาจใช้รูปแบบการสื่อสาร ทั้งวงจภาษาและอวงจภาษาควบคู่กันไปก็ได้

รูปแบบการสื่อสารที่จะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาได้นั้น Schramm (1979) มองว่า ได้แก่รูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน และการสื่อสารในแนวนอน ทั้งนี้ เป็นไปในลักษณะของการสื่อสารที่ผสมผสานกัน ทั้งการสื่อสารในแนวดิ่งและแนวนอน โดยมีการสื่อสารแบบสองทางเป็นแกนหลัก เพื่อช่วยก่อให้เกิดพลัง และกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา

ทั้งนี้ การสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นและมีประสิทธิภาพในการพัฒนาหรือไม่นั้น โรเจอร์ส (Rogers, 2003) กล่าวว่า คุณลักษณะระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นปัจจัยที่จะอธิบายว่าใครถ่ายทอดข่าวสารไปยังใคร และจะมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารแค่ไหน ซึ่งการสื่อสารจะเป็นไปด้วยความราบรื่นเมื่อผู้ส่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะเหมือน ๆ กัน (Homophily) เช่น ความเชื่อ ทักษะคติ ค่านิยม การศึกษา สังคม และอื่น ๆ นั่นหมายถึงบุคคลส่วนใหญ่จะรู้สึกสบายใจที่จะติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่คล้ายคลึงกับตน มากกว่าการพูดคุยกับบุคคลที่แตกต่างกับตนเอง ซึ่งต้องใช้ความพยายามมากที่จะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้ เพราะการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน (Heterophily) อาจทำให้เกิดการรับรู้ที่ไม่สอดคล้องกันก็ได้ และผู้รับสารเองอาจจะมีความรู้สึกไม่สะดวกหรือไม่สบายใจที่จะสื่อสาร

ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

ในการสื่อสารนั้น นอกจากทักษะและประสิทธิภาพทางการสื่อสารที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จอย่างดีแล้ว ในเรื่องของการยอมรับในแหล่งสารของผู้รับสาร ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารยอมรับหรือเชื่อถือข่าวสารที่ส่งมาได้มากยิ่งขึ้น

ทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนี้ มาจากการค้นพบในการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ (Persuasive Communication) โดยใช้ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารเป็นตัวแปรในการศึกษา ส่วนใหญ่พบว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง จะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ หรือถ้าผู้รับสารมีความเชื่อถือในตัวผู้ส่งสารมาก ก็มักจะเชื่อถือและยอมรับสารได้มาก

องค์ประกอบของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร สามารถแบ่งได้เป็น “แหล่งสาร” (source) หมายถึง บุคคลหรือหน่วยงานที่ทำการส่งข่าวสารไปยังบุคคลอื่น ทั้งโดยความตั้งใจและไม่ตั้งใจ และ “ความน่าเชื่อถือ” (credibility) ซึ่งหมายถึงความเชื่อถือได้หรือความเต็มใจของผู้รับสาร ที่จะเชื่อถือในสิ่งที่ผู้ส่งสารพูดหรือกระทำ เมื่อประมวลเข้าด้วยกันเป็น “ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร” หมายความว่า เป็นการประเมินของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารหรือแหล่งสารในเรื่องของความน่าเชื่อถือในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

ชิมป์ (Shimp, 1985, pp. 128-131) ได้กล่าวถึงความหมายของความน่าเชื่อถือไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (source credibility) ก็คือชุดของการรับรู้ (An Entire Set of Perception) ที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 มิติ ดังนี้

1. ความเชี่ยวชาญ (Expertise) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสารมีความรู้ มีประสบการณ์ มีทักษะ และมีความชำนาญ ทั้งยังมีความสามารถในการสื่อสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
2. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่า ผู้ส่งสารมีความซื่อตรง อบอุ่นใจเมื่อได้ใกล้ชิดหรือสื่อสารด้วย
3. ความคล่องแคล่ว (Dynamic) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าผู้ส่งสารมีลักษณะกระตือรือร้น มีการตื่นตัว รวดเร็ว เป็นต้น
4. ความมีศักยภาพ (Potential) ในที่นี้หมายถึงปัจจัยอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปร่างที่สง่างาม ผ่าเผย น้ำเสียง ตลอดจนการมีหน้าตาดี เป็นต้น

ในเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้น เบอร์โล (Berlo, 1960, p. 109) ได้กล่าวไว้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นก่อนการสื่อสาร (Initial Source Credibility) ความเชื่อเริ่มแรกต่อตัวผู้ส่งสารของผู้รับสาร เป็นความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ที่เกิดขึ้นจากความมีชื่อเสียงหรือการได้รับความนิยมนจากบุคคลทั่วไป โดยผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคลที่มีบทบาท ตำแหน่งหน้าที่การงานเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป หรือเป็นที่รู้จักของผู้รับมาก่อนหน้าที่จะทำการสื่อสาร เช่น นักพูด นักการเมือง หรือนักแสดง

2. ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสาร (Transactional Source Credibility) เป็นความเชื่อที่เกิดขึ้นหรือมีเพิ่มขึ้น ในขณะที่ผู้ส่งสารกำลังส่งสาร ผู้ส่งสารแสดงความรอบรู้ ความเฉลียวฉลาดในขณะที่กำลังสื่อสาร ความน่าเชื่อถือก็จะเกิดขึ้นและเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ แต่ถ้าหากผู้ส่งสารแสดงถึงความเป็นผู้ที่ไม่รอบรู้ ขาดความเฉลียวฉลาด ก็จะทำให้ผู้รับสารไม่พอใจ ความน่าเชื่อถือในตัวผู้ส่งสารก็อาจจะลดลงได้เช่นกัน

3. ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นภายหลังการสื่อสาร (Terminal Source Credibility) เป็นความน่าเชื่อถือภายหลังจากที่การสื่อสารสิ้นสุดลง เป็นความประทับใจ ความนิยม หรือพอใจในการส่งสารของผู้ส่งสารในครั้งนั้น ซึ่งในบางครั้ง ในระหว่างที่ทำการสื่อสาร ผู้รับสารอาจรู้สึกเฉย ๆ แต่เมื่อการสื่อสารจบลง ผู้ส่งอาจกล่าวคำพูดที่น่าประทับใจหรือแสดงความเฉลียวฉลาด ความน่าเชื่อถือที่มีต่อตัวผู้ส่งสารก็อาจเกิดขึ้นในช่วงนี้ได้

อย่างไรก็ตาม ในการสื่อสารในบางครั้ง ผู้ส่งสารบางคนอาจมีความน่าเชื่อถือก่อนการสื่อสาร หากยังไม่มีก็ควรเพิ่มความน่าเชื่อถือให้มากขึ้นในขณะที่สื่อสาร และท้ายที่สุดควรสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับสารด้วย เพื่อในอนาคต ความรู้สึกที่ดีเหล่านี้จะมีส่วนในการสร้างประสิทธิภาพของการสื่อสารในครั้งต่อไปได้

สำหรับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารหรือผู้ส่งสารนี้ มีความสำคัญเป็นอย่างมากกับการเผยแพร่ หรือการให้ข้อมูลข่าวสาร รวมไปถึงการสาธิตและการถ่ายทอดเทคโนโลยีต่าง ๆ จากเจ้าหน้าที่ของศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ต่อเกษตรกรที่เข้ารับการอบรม เนื่องจากถ้าเกษตรกรให้ความเชื่อถือข่าวสารจากแหล่งใดมาก ก็จะมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้น ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพในระดับที่มากด้วย

ทฤษฎีและแนวคิดการสื่อสารงานนวัตกรรม

โรเจอร์ส (Rogers, 2003, p. 5) ได้ให้ความหมายของคำว่า การแพร่กระจาย (Diffusion) ไว้ว่า เป็นกระบวนการซึ่งนวัตกรรมได้รับการถ่ายทอดผ่านทางช่องทางในช่วงเวลาหนึ่ง ระหว่างสมาชิกต่าง ๆ ที่อยู่ในระบบสังคม

สำหรับนวัตกรรม (Innovation) นั้น Rogers and Shoemaker (1971, p. 72) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรมเป็นความคิด การกระทำ หรือสิ่งของ ซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะเป็นของใหม่นับตั้งแต่แรกพบหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับการที่บุคคลรับรู้ว่าเป็นของใหม่ โดยความเห็นของบุคคลเอง จะเป็นเครื่องตัดสินการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ถ้าบุคคลเห็นว่าจะอะไรเป็นสิ่งใหม่สำหรับตน สิ่งนั้นก็จะเป็นนวัตกรรม ซึ่งคำว่า “ใหม่” ตามความหมายของนวัตกรรมไม่ใช่ความคิด การกระทำ หรือสิ่งของใหม่ จริง ๆ บุคคลอาจจะเคยได้ยินเกี่ยวกับนวัตกรรมมาก่อน แต่ยังไม่เกิดทัศนคติชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น หรือยังไม่เคยยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น

การแพร่กระจายนวัตกรรม จึงเป็นกระบวนการในการถ่ายทอดความคิด การปฏิบัติ ข่าวสาร หรือพฤติกรรมไปสู่ที่ต่าง ๆ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ไปสู่กลุ่มบุคคลอื่นโดยกว้างขวาง จนเป็นผลให้เกิดการยอมรับความคิดและการปฏิบัติเหล่านั้น อันจะมีผลต่อโครงสร้างทางสังคม และวัฒนธรรมการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในที่สุด (ณรงค์ สมพงษ์, 2543, น. 88)

องค์ประกอบของการเผยแพร่วัตกรรม

องค์ประกอบของการเผยแพร่วัตกรรม (Rogers, 2003, p. 125) มีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ ที่ทำให้การเผยแพร่วัตกรรมนั้นประสบความสำเร็จ ได้แก่

1. มีนวัตกรรม (Innovation)
2. ซึ่งถูกถ่ายทอดผ่านช่องทาง (Channels)
3. ในระยะเวลาหนึ่ง (Over time)
4. ไปยังสมาชิกในสังคม

ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. นวัตกรรม

ในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ความเร็วหรือช้าในการยอมรับนวัตกรรมใด ๆ นั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของนวัตกรรม ดังต่อไปนี้

1.1 ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรรมรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นมีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่าหรือวิธีปฏิบัติแบบเดิม

1.2 ความสอดคล้อง (Compatibility) คือ ระดับของความสัมพันธ์ของนวัตกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเป็นอยู่ ประสบการณ์ในอดีต และแนวโน้มความต้องการของผู้รับนวัตกรรม

1.3 ความซับซ้อน (Complexity) คือ ระดับของความยากง่ายในการทำความเข้าใจ หรือในการนำนวัตกรรมมาใช้

1.4 การทดลองใช้ได้ (Trialability) คือ ระดับที่นวัตกรรมสามารถแบ่งออกเป็นส่วนย่อยได้ เพื่อการนำไปทดลองใช้

1.5 การสังเกตเห็นได้ (Observability) คือ ระดับที่บุคคลสามารถสังเกตเห็นผลของนวัตกรรมได้

2. ช่องสาร

การสื่อสารเพื่อเผยแพร่วัตกรรม เป็นกระบวนการที่สารถูกถ่ายทอดจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสารที่นำมาใช้ในการเผยแพร่วัตกรรม ประกอบด้วย

2.1 ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลและช่องทางการสื่อสารมวลชน ซึ่งทั้งสองช่องทางมีความสำคัญในชั้นต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมแตกต่างกันคือ ช่องทางการสื่อสารมวลชน มีความสำคัญในชั้นความรู้ และช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญในชั้นการจูงใจ นอกจากนี้ยังพบว่าในประเทศที่กำลังพัฒนานั้น ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญในชั้นความรู้ด้วย

2.2 ช่องทางการสื่อสารภายในสังคมและช่องทางการสื่อสารภายนอกสังคม ในการแบ่งประเภทช่องทางการสื่อสารในสังคม ขึ้นอยู่กับจุดเริ่มต้น กล่าวคือ ช่องทางการสื่อสารภายในมีจุดเริ่มต้นที่ระบบสังคมของผู้รับสาร ช่องทางการสื่อสารภายนอกมีจุดเริ่มต้นจากภายนอกระบบสังคม เช่น การพูดปากต่อปากเพื่อกระจายข่าวสาร อาจเป็นไปได้ทั้งภายนอกหรือภายใน ขึ้นอยู่กับแหล่งข่าวสารนั้นอยู่ภายในหรือภายนอกสังคมของผู้รับสาร

การตัดสินใจเลือกใช้สื่อในการเผยแพร่วัตกรรมของผู้ส่งสารนั้น โดยปกติยึดหลักสำคัญสองประการ คือ วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ อยู่ในขั้นตอนใดของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของประชาชน และประชาชนกลุ่มเป้าหมายว่า มีลักษณะ พฤติกรรมการใช้สื่อ และมีความสามารถในการรับสารอย่างไร รวมไปถึงมีสื่ออะไรในการรับสาร

3. ช่วงระยะเวลา

ช่วงระยะเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการเผยแพร่ข่าว 3 สถานการณ์ด้วยกัน คือ

3.1 เกี่ยวข้องกับกระบวนการในการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

3.2 เกี่ยวข้องกับความเร็วหรือความช้าของบุคคลในการยอมรับนวัตกรรมเมื่อเปรียบเทียบกับสมาชิกคนอื่นในสังคมเดียวกัน

3.3 เกี่ยวข้องกับอัตราการยอมรับนวัตกรรมในสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งโดยปกติจะวัดดูว่าในช่วงเวลาหนึ่งหลังจากที่ได้มีการเผยแพร่ข่าวแล้ว มีคนยอมรับนวัตกรรมมากน้อยแค่ไหน

3.3.1 กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสมองที่บุคคลจะต้องผ่านขั้นหรือระยะต่าง ๆ ตั้งแต่ขั้นแรกที่ตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรม ไปจนถึงขั้นตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม และในที่สุดถึงขั้นยืนยันการตัดสินใจที่กระทำไปแล้ว กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมมี 5 ขั้นตอน คือ

3.3.1.1 **ขั้นความรู้ (Knowledge)** เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่านวัตกรรมอยู่ และมีความเข้าใจถึงหน้าที่ของนวัตกรรมนั้น

3.3.1.2 **ขั้นจูงใจ (Persuasion)** เป็นขั้นที่บุคคลสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม เป็นเรื่องของอารมณ์หรือความรู้สึกว่าจะสร้างทัศนคติที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งจะเกิดขึ้นหลังจากมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมนั้นก่อน ในขั้นนี้ บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม บุคลิกภาพส่วนตัว และบรรทัดฐานของสังคมจะมีอิทธิพลต่อการแสวงหา และการนำข่าวสารที่ได้รับมาเลือกติดตามทัศนคติและความเชื่อของตน โดยพูดคุยกับเพื่อนที่มีลักษณะทั่ว ๆ ไปทางสังคมเหมือน ๆ กัน เช่น เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้อง

3.3.1.3 **ขั้นตัดสินใจ (Decision)** เป็นขั้นที่บุคคลทำกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

3.3.1.4 **ขั้นการนำมาใช้ (Implementation)** เป็นขั้นที่บุคคลนำนวัตกรรมไปใช้

3.3.1.5 **ขั้นทบทวนการตัดสินใจ (Confirmation)** เป็นขั้นที่บุคคลแสวงหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ทำไปแล้ว แต่อาจเปลี่ยนการตัดสินใจได้ หากทราบข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่ขัดแย้งกับนวัตกรรมนั้น

3.3.2 โรเจอร์ส (Rogers, 2003, pp. 248-250) จำแนกลักษณะของบุคคลที่มีต่อการยอมรับนวัตกรรมออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

3.3.2.1 พวกชอบของใหม่ (Innovators) เป็นพวกที่มีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ชอบทดลอง มีความสัมพันธ์กับโลกภายนอกมากกว่าคนอื่น ๆ มีความสามารถรองรับแหล่งการเงินที่อาจสูญเสียไปจากการทดลองของใหม่ ๆ มีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจาย หรือเป็นเสมือนผู้เฝ้าประตู (Gate Keeper) ในการไหลของข่าวสารของระบบสังคมนั้นด้วย

3.3.2.2 กลุ่มรับนวัตกรรมได้ง่าย (Early Adopters) เป็นผู้นำท้องถิ่น และเป็นผู้นำความคิดในระบบสังคม มีความเป็นคนที่ท้องถิ่นมากกว่า เป็นผู้ประเมินนวัตกรรมให้กับกลุ่มเพื่อน โดยใช้เครือข่ายการติดต่อส่วนบุคคลเป็นสื่อกลาง

3.3.2.3 กลุ่มส่วนใหญ่ (Majority) ถือเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในสังคม เป็นพวกที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนสมาชิกโดยเฉลี่ยในสังคมเล็กน้อย และให้ความเชื่อถือต่อข่าวสารมาก ลักษณะการยอมรับจะเป็นแบบค่อยเป็นค่อยไป

3.3.2.4 กลุ่มยอมรับช้า (Late Majority) เป็นพวกที่ยอมรับนวัตกรรมช้า การยอมรับนวัตกรรมเกิดขึ้นเนื่องจากความจำเป็นทางเศรษฐกิจและแรงกดดันทางสังคม

3.3.2.5 กลุ่มล้าหลัง (Laggards) เป็นกลุ่มที่ก้าวไปไม่ทันกลุ่มอื่น ๆ มักยึดติดกับความคิดเก่า ๆ ของตน ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ขาดความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง

3.3.3 อัตราการยอมรับนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรม โดยพิจารณาจากระยะเวลาที่สมาชิกของระบบสังคมจำนวนหนึ่งที่ต้องใช้ในการยอมรับนวัตกรรม

4 สมาชิกภายในระบบสังคม

นวัตกรรมที่เผยแพร่เข้ามาสู่สังคม ก็อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธโดยสมาชิกแต่ละคนภายในสังคมหรือระบบสังคมก็ได้ ดังนั้น การตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมที่เผยแพร่เข้ามาในระบบสังคม จึงสามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่าง ๆ กัน ดังนี้

4.1 การตัดสินใจระดับบุคคล (Optional Decision) เป็นการที่แต่ละบุคคลตัดสินใจด้วยตนเองโดยอิสระ การตัดสินใจประเภทนี้ จะส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลเอง ไม่ได้กระทบกระเทือนบุคคลอื่น ๆ ภายในสังคม

4.2 การตัดสินใจร่วมกันหรือการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Collective Decision) เป็นการที่แต่ละบุคคลตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่สมาชิกของระบบสังคมตัดสินใจร่วมกัน เมื่อมีการตัดสินใจแล้ว สมาชิกทุกคนในระบบสังคมต้องทำตามการตัดสินใจนั้น

4.3 การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (Authority Decision) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมโดยผู้ที่อยู่ในตำแหน่งหรือฐานะสูงกว่า เมื่อมีการตัดสินใจไปแล้ว สมาชิกแต่ละคนของระบบสังคมก็จะถูกบังคับให้ยอมรับการตัดสินใจนั้น

4.4 การตัดสินใจแบบบังเอิญ (Contingent Decision) เป็นการตัดสินใจรับหรือไม่รับนวัตกรรม ภายหลังจากที่ได้มีการตัดสินใจประเภทใดประเภทหนึ่งในสามประเภทมาก่อน

นอกจากนี้ จากการศึกษาของโรเจอร์ส ในปี 2003 เกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสารงานนวัตกรรม โรเจอร์สได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารในรูปแบบของเครือข่ายแบบ peer-to-peer ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่งผ่านการพูดคุย สนทนา ที่มีผลทำให้ผู้รับสารยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับสารจะให้ความเชื่อถือบุคคลที่เขารู้จักและเชื่อถือ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากผู้ส่งสารเป็นคนที่ได้รับยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ และนำไปใช้จนประสบความสำเร็จ ก็จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้รับสารต่อการยอมรับนวัตกรรมไปใช้ เพราะจะช่วยทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกมั่นใจว่า หากตนนำนวัตกรรมนั้น ๆ ไปใช้ ก็จะสามารถประสบความสำเร็จเหมือนกับผู้ส่งสารที่ได้รับเอานวัตกรรมมาใช้ก่อนหน้า โดยที่ผู้รับสารไม่ต้องเสียเงินหรือเวลาในการทดลองนวัตกรรมด้วยตนเองอีก

แนวคิดด้านการสื่อสารกับการพัฒนาการเกษตร

ปรมะ สตะเวทิน (2539, น.230-231) กล่าวว่า การสื่อสารมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์แนบแน่นอย่างใกล้ชิดกับสังคม การสื่อสารเป็นสายใยของสังคมและเป็นส่วนประกอบที่แนบเนื่องกับกระบวนการทางสังคมอย่างต่อเนื่อง วิวัฒนาการของสังคมจากกำเนิดจนถึงสภาพปัจจุบันและการเปลี่ยนแปลงไปสู่อนาคต อาศัยการสื่อสารเป็นปัจจัยพื้นฐานทั้งสิ้น อาจกล่าวได้ว่าสังคมเกิดจากการสื่อสาร สังคมดำรงอยู่ได้ด้วยการสื่อสาร และเมื่อสังคมจะพัฒนาต่อไปก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากปราศจากการสื่อสาร สมาชิกของสังคมก็ไม่สามารถรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา และย่อมไม่สามารถเปลี่ยนเป็นคนที่ทันสมัยได้ สังคมโดยส่วนรวมก็ไม่อาจพัฒนาได้ ในขณะที่สังคมกำลังอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนานั้น การสื่อสารจะถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมและขยายการพัฒนา ตลอดจนทำให้งานพัฒนาดำเนินไปโดยสะดวก การสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นกลไกสังคมที่จะผลักดันให้สังคมพัฒนาไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาเกษตรกรรมจากวิธีดั้งเดิมมาเป็นการใช้วิธีการสมัยใหม่

ประเทศไทยก็เป็นเช่นเดียวกับประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ ที่พบว่าปัญหาการเกษตร เป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้ ในขณะที่คนส่วนมากต้องพึ่งพิง ผลิตผลทางการเกษตรและใช้ภาคการเกษตรเป็นแหล่งประกอบอาชีพหลัก ดังนั้น การให้การสื่อสาร เพื่อการเกษตรจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการเกษตรของประเทศไทยและกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา

การสื่อสารเพื่อการเกษตร หมายถึง กระบวนการในการสื่อสารโดยมีผู้ส่งสารทำหน้าที่ในการส่งข่าวสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการเกษตร ในลักษณะการให้บริการ และการเผยแพร่วิธีปฏิบัติที่ถูกต้อง ผ่านสื่อหรือช่องทางการสื่อสารไปสู่เกษตรกร เพื่อให้เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การสื่อสารจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของการพัฒนา เพราะเป็นส่วนเชื่อมระหว่างแหล่งวิทยาการที่เป็นหน่วยงานมุ่งค้นคว้าวิจัย ความก้าวหน้าในการพัฒนาการเกษตรกับเกษตรกร ซึ่งเป็นผู้ที่จะนำวิทยาการเหล่านั้นไปสู่การปฏิบัติ เพื่อก่อให้เกิดผลผลิตเพิ่มขึ้นหรือลดต้นทุนการผลิต โดยอาจรวมถึงการพัฒนาคุณภาพของผลผลิต

ระบบการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน ต่างเป็นปัจจัยสำคัญที่จะ ผลักดัน รวมทั้งกระตุ้นส่งเสริม ช่วยให้มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำไปสู่การปรับวิถีชีวิตและค่านิยม เพื่อการพัฒนา (บำรุง สุขพรรณ, 2520, น. 120)

การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตรจึงมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพ รวมทั้ง ประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยที่การสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (ประมะ สตะเวทิน, 2539, น. 230-231)

1. เพื่อยกระดับความรู้ความเข้าใจของเกษตรกรหรือผู้รับสาร
2. เพื่อให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวทางด้านเกษตร
3. เพื่อแนะนำส่งเสริมการพัฒนาการผลิตทางด้านเกษตร
4. เพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้เกษตรกรมีความสามารถในการผลิต โดยการนำ ศักยภาพที่มีอยู่ในตัวออกมาใช้เพื่อการพัฒนาการผลิต
5. เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่เกษตรกร ในการเสริมสร้างความเข้าใจสู่สภาพการณ์ต่างๆ โดยรู้จักปัญหาความต้องการที่แท้จริง อันเป็นผลให้มีการพัฒนาการผลิตได้ตรงตามความต้องการ
6. เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้และข่าวสารต่างๆ ทั้งในชุมชนและต่างชุมชน
7. เพื่อจัดสร้างบรรยากาศให้เกษตรกรมีโอกาสในทางพัฒนาปัญญา หรือความรอบรู้ ความสามารถ โดยรู้จักปฏิบัติตนให้มีค่าทางเศรษฐกิจและสังคม วิธีการทำงาน ศิลปะในการ ครองชีพและสังคม
8. เพื่อช่วยให้การดำรงชีพของเกษตรกรเป็นไปตามมาตรฐาน

9. เพื่อช่วยให้สมาชิกในครอบครัวมีโลกทัศน์ทางการเกษตรกว้างขวางขึ้น
10. เพื่อสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นอยู่และอาชีพ ความอิสระและพึ่งตนเอง
11. เพื่อช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1. ประเภทและรูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร

การปฏิบัติงานทางการติดต่อสื่อสาร เพื่อมาสนับสนุนการพัฒนาด้านการเกษตร ในการส่งเสริมและเผยแพร่ความรู้และเทคโนโลยี อาจอยู่ในรูปแบบต่างๆ กัน เช่น งานประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ การถ่ายทอดเทคโนโลยีไปสู่ชาวบ้าน หรือการแจ้งข่าวต่างๆ ที่จำเป็น ซึ่งมีประเภทและรูปแบบของการสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร ดังนี้ (พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์, 2535, น.120)

1.1 การสื่อสารกับเกษตรกรเป็นรายบุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงระหว่างผู้ส่งสาร คือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรหรือพัฒนากรกับเกษตรกรแต่ละคน มีรูปแบบที่สำคัญคือ

- 1.1.1 การเยี่ยมเยียนเพื่อแนะนำเกษตรกรตามที่ไร่นาและที่บ้าน
- 1.1.2 การที่เกษตรกรมาขอคำแนะนำซึ่งที่ทำการหรือสำนักงาน
- 1.1.3 การที่เกษตรกรจดหมายมาสอบถาม

การติดต่อในลักษณะนี้สามารถให้ข่าวสารแก่เกษตรกรได้มาก สามารถทราบปฏิกิริยาตอบโต้จากเกษตรกรได้ทันที สามารถซักจูงและโน้มน้าวใจเกษตรกรให้คล้อยตามได้ แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้ส่งสารจะต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ รวมทั้งยังทำให้สูญเสียเวลาและค่าใช้จ่ายมาก

1.2 การสื่อสารกับเกษตรกรแบบกลุ่ม เป็นการสื่อสารโดยมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมหรือพัฒนากรทำการสื่อสารกับเกษตรกรหลาย ๆ รายพร้อมกัน โดยการอภิปรายพูดคุยกับเกษตรกรจำนวนมาก เพื่อเสริมความรู้ ความเข้าใจ หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในหมู่คนที่มาพบกัน มีรูปแบบที่สำคัญคือ

- 1.2.1 การประชุม
- 1.2.2 การฝึกอบรม
- 1.2.3 การบรรยาย
- 1.2.4 การทัศนศึกษา
- 1.2.5 การสาธิตวิธี
- 1.2.6 การสาธิตผล

การติดต่อในลักษณะนี้ มีข้อดีด้านการส่งข่าวสารถึงบุคคลหลายคนในคราวเดียวกัน และทำให้ทราบปฏิกริยาได้ตอบ รวมทั้งยังใช้กลุ่มเป็นแรงหนุนในการชักจูงใจ แต่มีข้อจำกัดคือ ถ้าขนาดกลุ่มใหญ่ขึ้นจะทำให้ประสิทธิภาพของการสื่อสารลดลง โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความแตกต่างกันมาก ๆ

1.3 การสื่อสารมวลชนด้านการเกษตร เป็นการสื่อสารที่อาศัยสื่อมวลชนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาการเกษตรไปสู่เกษตรกรส่วนรวม มีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว มีรูปแบบที่สำคัญคือ

1.3.1 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ ข่าวสั้น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ฯลฯ

1.3.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ

1.3.3 สื่อประเภทกิจกรรม เช่น นิทรรศการ การสาธิต การประกวด ฯลฯ

นอกจากการพิจารณาเรื่องการกำหนดเป้าหมาย (Goals) และจุดมุ่งหมาย (Objectives) บุคคลเป้าหมาย เนื้อหาสารสิ่งที่ต้องการเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีการเรียนรู้ ความต้องการและเวลาในการดำเนินการใช้สื่อ นั้น การเลือกสื่อและยุทธวิธีการใช้สื่อ ก็มีความสำคัญในการที่จะนำมาวิเคราะห์ด้วย เพื่อเลือกวิธีการสื่อสาร ซึ่งสื่อที่นำมาใช้อาจมีมากกว่าหนึ่งอย่างขึ้นไป หรือที่เรียกกันว่า “สื่อผสม” (Multi-Media Approach) ซึ่งถ้าเป็นกรณีนี้แล้ว ควรมีการกำหนดด้วยว่าสื่อแต่ละชนิดจะมีเนื้อหาครอบคลุมไปถึงหัวข้อใดบ้าง และจะมีวิธีการใช้ร่วมกันอย่างไร (ณรงค์ สมพงษ์, 2543, น. 115-116)

2. การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาด้านเกษตรกรรม

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาด้านเกษตรกรรม (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2529, น. 39-40) ควรประกอบด้วยข้อเสนอแนะดังนี้

1. ความสนใจของเกษตรกรต่อการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับปัจจัยสองประการ คือ การได้รับการกระตุ้น และการใช้ความพยายามในการสื่อสาร

2. ผู้ส่งสารสามารถเพิ่มความสนใจของเกษตรกร โดยการลดความพยายามของผู้รับสาร และเพิ่มแรงกระตุ้นในการรับสาร ซึ่งโดยการทำให้ประโยคสั้นและกระชับกระจ่างชัด ไม่วกวน ดำเนินอย่างสอดคล้องต่อเนื่องกันง่ายแก่การเข้าใจ เชื่อมโยงกับสิ่งที่เกษตรกรรับรู้อยู่แล้วไปสู่สิ่งที่ต้องการจะให้อู้ และจะซ้ำหรือย้ำเนื้อหาเพื่อเสริมความเข้าใจและการยอมรับ โดยเปลี่ยนรูปแบบและลีลาการนำเสนอ รวมทั้งการใช้สื่อ

3. เกษตรกรมักให้ความสนใจกับสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว และให้ความเชื่อถือแหล่งสารที่ตนเองเชื่อถือ โดยการยอมรับสารนั้น แต่ต้องสอดคล้องกับทัศนคติของตน

4. การลดความขัดแย้ง ควรทำในลักษณะจริงจังมากกว่าเน้นการเป็นปฏิบัติทางความคิด โดยการพยายามหว่านล้อมด้วยหลักฐานและใช้ระยะเวลา เพื่อให้เกษตรกรเห็นผล พร้อมกับทำทั้งทำด้วยการให้เกษตรกรตัดสินใจยอมรับ

แนวคิดการพัฒนาเพื่อพึ่งตนเองของเกษตรกรอันเนื่องมาจากพระราชดำริ

แนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เกี่ยวกับการส่งเสริมชุมชนหรือการพัฒนาชนบท (Self Reliance) (สำนักงาน กปร., 2551) ที่สำคัญ ๆ คือ การที่ทรงมุ่งช่วยเหลือพัฒนาให้เกิดการพึ่งตนเองได้ของคนในชนบทเป็นหลัก กิจกรรมและโครงการตามแนวพระราชดำริที่ดำเนินการอยู่หลายพื้นที่ทั่วประเทศในปัจจุบันนั้น ล้วนแล้วแต่มีเป้าหมายสุดท้ายอยู่ที่การพึ่งตนเองได้ของราษฎรทั้งสิ้น

ในการพัฒนาทั้งด้านอาชีพและส่งเสริมการเกษตรให้เกษตรกรสามารถดำรงชีพอยู่ได้อย่างมั่นคงเป็นปึกแผ่นนั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงดำเนินการแนะนำสาธิตให้ประชาชนดำเนินรอยตามเบื้องพระยุคลบาท เป็นไปตามหลักการพัฒนาสังคมชุมชนอย่างแท้จริง กล่าวคือ ทรงมุ่งช่วยเหลือพัฒนาให้เกิดการพึ่งตนเองได้ของคนในชนบทเป็นหลัก

ดังนั้น การที่ราษฎรในชนบทสามารถพึ่งตนเองได้มากยิ่งขึ้นนั้น สืบเนื่องจากแนวพระราชดำรินำการพัฒนาที่ทรงพระกรุณาโปรดเกล้า ฯ พระราชทานแก่เกษตรกรหลายประการ ซึ่งมีวิธีการในการพัฒนา ดังนี้

1. ไม่ใช้วิธีการสั่งการให้เกษตรกรปฏิบัติตาม เพราะไม่อาจช่วยให้คนเหล่านั้นพึ่งตนเองได้ เนื่องจากการปฏิบัติงานโดยไม่ได้เกิดจากความพึงใจ
2. เน้นให้พึ่งตนเองและช่วยเหลือตนเองเป็นหลักสำคัญ โดยไม่มีการบังคับ การแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกต้องกระทำเมื่อจำเป็นจริง ๆ
3. ให้หลักการมีส่วนร่วมของประชาชน (People Participation) เป็นจุดหลักสำคัญในการพัฒนาตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ด้วยการดำเนินการเช่นนั้น จะช่วยให้ประชาชนสามารถช่วยเหลือตนเองได้ในที่สุด
4. ให้หลักประชาธิปไตยในการดำเนินการ หากเจ้าหน้าที่ทักท้วงสิ่งใดทางวิชาการ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวก็ทรงรับฟังข้อสรุปอย่างเป็นกลาง หากสิ่งใดที่เจ้าหน้าที่กราบบังคมทูล

ว่าปฏิบัติได้ แต่ผลลัพธ์อาจไม่คุ้มค่างบเงินที่ลงไป พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวก็ทรงให้เปลี่ยนแปลงโครงการได้เสมอ

5. ทรงยึดหลักสภาพของท้องถิ่นเป็นแนวทางในการดำเนินงานโครงการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ทั้งด้านสภาพแวดล้อม ทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ของแต่ละท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคของประเทศ

6. การสร้างความแข็งแกร่งให้ชุมชน ด้วยการสร้างโครงสร้างพื้นฐานหลักที่จำเป็นต่อการผลิต อันจะเป็นรากฐานนำไปสู่การพึ่งตนเองได้ในระยะยาว โครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ คือ แหล่งน้ำ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ต้องพึ่งพาอาศัยน้ำฝน จะได้มีโอกาสที่จะมีผลผลิตได้ตลอดปี ซึ่งเป็นเงื่อนไขปัจจัยสำคัญยิ่งที่จะทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ในเรื่องอาหารได้ระดับหนึ่ง และเมื่อชุมชนแข็งแกร่งพร้อมดีแล้ว ก็อาจจะมีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการยกระดับรายได้ของชุมชน เช่น เส้นทางคมนาคม ฯลฯ ซึ่งการพัฒนาในลักษณะที่เป็นการมุ่งเตรียมชุมชนให้พร้อมต่อการติดต่อสัมพันธ์กับโลกภายนอกอย่างเป็นขั้นตอนนี้ทรงเรียกว่า “การระเบิดจากข้างใน”

วิธีการพัฒนาเพื่อให้เกิดการพึ่งตนเองได้นี้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงชี้แนะว่า ควรจะต้องค่อย ๆ กระทำตามลำดับขั้นตอนต่อไป ไม่ควรกระทำด้วยความเร่งรีบ ซึ่งอาจจะเกิดความเสียหายได้

7. การส่งเสริมหรือสร้างเสริมสิ่งที่ชาวชนบทขาดแคลน และเป็นความต้องการอย่างสำคัญ คือ “ความรู้” ด้านต่าง ๆ ในเรื่องของการทำมาหากิน การทำการเกษตรโดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยทรงเน้นถึงความจำเป็นที่จะต้องมีความสำเร็จในเรื่องการพึ่งตนเอง ซึ่งทรงมีพระราชประสงค์ที่จะให้ราษฎรในชนบทได้มีโอกาสได้รู้ได้เห็นถึงตัวอย่างของความสำเร็จนี้นี้ และนำไปปฏิบัติได้เอง และกระจายไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วประเทศ

8. ทรงนำความรู้ในด้านเทคโนโลยีการเกษตรที่เหมาะสมเข้าไปถึงมือชาวชนบทอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยทรงมุ่งเน้นให้เป็นขบวนการเดียวกับที่เป็นเทคโนโลยีทางการผลิตที่ชาวบ้านสามารถรับไปและสามารถไปปฏิบัติได้ผลจริง

โดยการใช้เทคนิควิธีการต่าง ๆ หลายประการ เพื่อบรรลุถึงเป้าหมาย เช่น

8.1 การรวมกลุ่มประชาชนเพื่อแก้ไขปัญหาหลักของชุมชนชนบท ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญประการหนึ่งของการพัฒนาพึ่งตนเอง โดยเฉพาะการรวมตัวกันเป็นรูปของสหกรณ์

8.2 การส่งเสริมโดยกระตุ้นผู้นำชุมชนให้เป็นผู้ดำเนินการพัฒนา ซึ่งการพิจารณาผู้นำจะเน้นในด้านคุณธรรม ความโอบอ้อมอารี ความเป็นคนในท้องถิ่นและรักท้องถิ่น จากนั้น

จะอาศัยโครงสร้างสังคมไทย โดยเฉพาะระบบอุปถัมภ์ กระตุ้นให้ผู้นำชุมชนที่มักจะมีฐานะดี ให้เป็นผู้นำในการสร้างสรรค์ความเจริญให้กับท้องถิ่น โดยชาวบ้านที่ยากจนให้ความสนับสนุนร่วมมือ ซึ่งในที่สุดแล้วผลแห่งความเจริญที่เกิดขึ้นจะตกแก่ชาวบ้านในชุมชนนั้นทุกคน

8.3 การส่งเสริมการพัฒนาเพื่อพึ่งตนเองนั้น จะต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ไม่รีบร้อนที่จะให้เกิดผลในทางความเจริญอย่างรวดเร็ว สิ่งสำคัญที่มีพระราชดำริอยู่เสมอคือ ชุมชนจะต้องพึ่งตนเองได้ในเรื่องอาหารก่อนเป็นลำดับแรก จากนั้นจึงค่อยก้าวไปสู่การพัฒนาในเรื่องอื่น ๆ การขยายการผลิตเพื่อการค้าใด ๆ ก็ตาม ทรงมีข้อสังเกตเกี่ยวกับความพร้อมในด้านการตลาด โดยเฉพาะในด้านความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีธุรกิจการเกษตรของชาวบ้านอย่างง่าย ๆ อีกด้วย

ประวัติศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานพระราชดำริให้ก่อตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำรินั้น บริเวณป่าสงวนแห่งชาติป่าขุนแม่กวง อำเภออดอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2525 โดยมีพระราชประสงค์ที่จะให้เป็นศูนย์กลางในการศึกษา ทดลอง ที่เหมาะสมกับพื้นที่ภาคเหนือ และเผยแพร่แก่ราษฎรให้สามารถนำไปปฏิบัติได้ด้วยตัวเองต่อไป เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้เป็นพื้นที่ลุ่มน้ำที่ไม่มีราษฎรอาศัยอยู่ ทั้ง ๆ ที่บริเวณโดยรอบเป็นเขตที่อยู่อาศัยและที่ทำกินของราษฎร และทรงพบว่าบริเวณดังกล่าวเคยเป็นเขตสัมปทานทำไม้หมอนของการรถไฟแห่งประเทศไทย และเป็นพื้นที่ซึ่งราษฎรปล่อยให้ใช้หาของป่าและตัดไม้ใช้สอย

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระราชประสงค์ที่จะให้ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ ๙ เป็นศูนย์กลางในการศึกษาเพื่อหารูปแบบการพัฒนาต่าง ๆ ในบริเวณพื้นที่ต้นน้ำที่เหมาะสม และเผยแพร่ให้ราษฎรนำไปปฏิบัติต่อไป โดยเฉพาะการพัฒนาพื้นที่ต้นน้ำลำธาร ซึ่งศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ ๙ จะศึกษาการพัฒนาป่าไม้พื้นที่ต้นน้ำลำธารให้ได้ผลอย่างสมบูรณ์เป็นหลัก ต้นทางเป็นการศึกษาด้านป่าไม้ และปลายทางเป็นการศึกษาการประมงตามอ่างเก็บน้ำต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อราษฎรอย่างแท้จริง ผสมกับการศึกษาด้านการเกษตรกรรม ด้านปศุสัตว์และโคนม และด้านเกษตรอุตสาหกรรม เพื่อให้เป็นศูนย์ศึกษาการพัฒนาที่สมบูรณ์แบบ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อราษฎรที่จะเข้ามาศึกษากิจกรรมต่าง ๆ แล้วนำไปใช้ปฏิบัติอย่างได้ผลต่อไป

1. วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ มีดังนี้

1.1 เพื่อศึกษา ทดลอง วิจัย และพัฒนาตามแนวพระราชดำริ ด้านทรัพยากรน้ำ ป่าไม้ ดิน และระบบเกษตร รวมทั้งระบบนิเวศลุ่มน้ำห้วยฮ่องไคร้ และการจัดการลุ่มน้ำให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

1.2 เพื่อเป็นศูนย์รวมแหล่งเรียนรู้การศึกษา ทดลอง วิจัย และแสวงหาแนวทางวิธีการพัฒนาต่าง ๆ ที่เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และการประกอบอาชีพของราษฎร ให้สามารถนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติได้จริง

1.3 เพื่อเป็นศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ ที่มีการศึกษาทดลอง สาธิต เป็นตัวอย่างรูปแบบแห่งความสำเร็จในลักษณะสหวิทยาการ เสมือนหนึ่งพิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต

1.4 เพื่อเป็นศูนย์กลางฐานข้อมูลการเรียนรู้รูปแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริแบบบูรณาการ และแลกเปลี่ยนข้อมูล บริการข้อมูลข่าวสาร ทั้งในด้านวิชาการ ด้านพัฒนาอาชีพเชิงปฏิบัติ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้

1.5 เพื่อขยายผลการพัฒนาสู่ประชาชนในหมู่บ้านรอบบริเวณศูนย์ฯ พื้นที่หมู่บ้านศูนย์สาขา พื้นที่หมู่บ้านอื่นในเขตจังหวัดภาคเหนือและภาคอื่น และโครงการบริการในระดับพื้นที่ที่ราษฎรให้ความสนใจเข้ามาเรียนรู้แล้วนำไปใช้ ให้ดำรงชีวิตที่สามารถพึ่งตนเองได้ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถและโอกาสทางการผลิต ให้มีรายได้และคุณภาพชีวิตดีขึ้น

1.6 เสริมสร้างการมีส่วนร่วมของราษฎร ชุมชน หน่วยงาน องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ให้มีการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมควบคู่การอนุรักษ์ โดยเฉพาะพื้นที่ต้นน้ำและลุ่มน้ำให้มีความสมบูรณ์ สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน เหมาะสมตามแนวพระราชดำริ

1.7 ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร อาคารถิ่นสถานที่ เพื่อพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ได้อย่างเหมาะสม

2. เป้าหมาย

2.1 ด้านการวิจัยพัฒนา

2.1.1 เน้นงานศึกษา ทดลอง วิจัย ที่สอดคล้องกับแนวพระราชดำริที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานไว้ ผลที่ได้จากการศึกษาก่อให้เกิดประโยชน์แก่ราษฎรในพื้นที่อย่างแท้จริง และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างรวดเร็ว

2.1.2 เน้นการรวบรวมผลการศึกษา ทดลอง วิจัย ของศูนย์ศึกษาการพัฒนา ห้วยฮ่องไคร้ฯ ที่สำเร็จแล้ว ไปจดสิทธิบัตร

2.1.3 บันทึกรงานศึกษา ทดลอง วิจัย อย่างเป็นระบบ เพื่อป้องกันการวิจัยที่ซ้ำซ้อน และช่วยให้ไม่ต้องไปเริ่มต้นตั้งแต่พื้นฐาน

2.1.4 เน้นการศึกษา ทดลอง วิจัย ในลักษณะต่อยอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ตรงกับความต้องการของราษฎร

2.1.5 จัดทำทะเบียน ข้อมูลงานศึกษา ทดลอง วิจัย เพื่อบันทึกเป็นตำรา คู่มือการพัฒนาเอกสารเผยแพร่ทางวิชาการ

2.1.6 การวิจัยควรเป็นเชิงเศรษฐกิจมากขึ้น ซึ่งจะนำมาซึ่งรายได้

2.1.7 เพื่อการศึกษารูปแบบการพึ่งตนเองด้านพลังงานทดแทนตามแนวพระราชดำริ

2.2 ด้านบริหารจัดการ

2.2.1 การมีส่วนร่วมของเกษตรกร/ราษฎร ในลักษณะการบูรณาการ จัดทำแปลงสาธิต ทดลอง ในพื้นที่ของเกษตรกร/ราษฎร เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ภายในชุมชน และชุมชนอื่น ๆ

2.2.2 ดำเนินการจัดตั้งคณะทำงานด้านวิชาการของศูนย์ฯ โดยดำเนินงานในลักษณะร่วมกัน เพื่อให้เกิดการประสานในทุกสาขา ทำการศึกษาพัฒนาแบบประยุกต์ เพื่อลดการสูญเปล่าของเวลา

2.2.3 ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการ ทั้งในระดับองค์กรของศูนย์ฯ องค์กรวิชาการอื่น ๆ และสถาบันการศึกษา ในลักษณะประชุมสัมมนา รวมทั้งจัดระบบข้อมูลสารสนเทศผลการศึกษา วิจัย ทดลอง ของศูนย์ฯ เน้นการรวบรวมผลการศึกษา ทดลอง วิจัย ของศูนย์ฯ ที่สำเร็จแล้วไปจดสิทธิบัตร

2.3 ด้านการขยายผล

2.3.1 นำความรู้ที่ได้มาจากการศึกษา ทดลอง วิจัย จัดทำเป็นหลักสูตรการฝึกอบรม รวมทั้งการจัดทำแผนฝึกอบรมประจำปี

2.3.2 มีองค์กรเป็นการเฉพาะในรูปแบบคณะทำงาน รับผิดชอบการพิจารณาแผนงานขยายผล

2.3.3 ให้เกษตรกรและราษฎรที่เข้าร่วมโครงการมีความรู้ เข้าใจหลักการบริหารจัดการโครงการขยายผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม การรวมกลุ่ม เพื่อเป็นเครือข่าย เพื่อพัฒนาหมู่บ้านให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.3.4 เสริมสร้างและสนับสนุนให้มีเกษตรกรตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนศูนย์ ฯ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้การทำงานเกษตรอย่างยั่งยืน ในรูปแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่เหมาะสมกับท้องถิ่น

2.3.5 ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกร เพื่อร่วมกันคิด ร่วมทำ และพัฒนาระบบการผลิตให้สอดคล้องกับศักยภาพของตนเอง และสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้มากขึ้น

2.3.6 จัดให้มีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องในระดับพื้นที่

3. พื้นที่ดำเนินการ

พื้นที่ดำเนินการของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ประกอบด้วย

1. พื้นที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เนื้อที่ 8,500 ไร่

2. พื้นที่หมู่บ้านรอบบริเวณโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้อันเนื่องมาจากพระราชดำริ จำนวน 18 หมู่บ้าน ในตำบลแม่โป่ง ตำบลแม่ฮ้อยเงิน ตำบลเชิงดอย ตำบลป่าป้อง อำเภอดอยสะเก็ด และตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่

3. โครงการบริการการพัฒนาในระดับพื้นที่ศูนย์สาขา จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

3.1 โครงการพัฒนาเบ็ดเสร็จลุ่มน้ำสาขาแม่น้ำปิงอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอจอมทอง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน

3.2 ศูนย์บริการการพัฒนาขยายพันธุ์ไม้ดอกไม้ผลบ้านไร่อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

3.3 โครงการพัฒนาพื้นที่ห้วยลานอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

3.4 โครงการพัฒนาพื้นที่ป่าชุมชนแม่กวังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

3.5 โครงการพัฒนาดอยตุง (พื้นที่ทรงงาน) อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย

4. พื้นที่โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำแม่อาวอันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

5. พื้นที่หมู่บ้านในเขตจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดอื่นในภาคเหนือ ที่เกษตรกรมีความสนใจเข้ามาเรียนรู้และนำไปปฏิบัติ

ผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการเกษตรของศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยฮ่องไคร้ อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่” มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

กิ่งแก้ว อินทว้าง (2530) ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของประธานกรรมการสภาตำบลที่มีต่อการปฏิบัติงานของพัฒนากร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทราบทัศนคติ ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประธานกรรมการสภาตำบลที่มีต่อการปฏิบัติงานของพัฒนากร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ประธานกรรมการสภาตำบลที่มีต่อการปฏิบัติงานของพัฒนากรอยู่ในระดับปานกลาง และมีแนวโน้มว่าประธานกรรมการสภาตำบลที่มีทัศนคติที่ดีต่อพัฒนากรมีจำนวนมากกว่าประธานกรรมการสภาตำบลที่มีทัศนคติในแง่ลบต่อพัฒนากร โดยปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของประธานกรรมการสภาตำบล ได้แก่ ความรู้จักคุ้นเคยกับพัฒนากร การรับรู้ข่าวสารการพัฒนาและความสนใจของประธานกรรมการสภาตำบลต่องานพัฒนาของตำบล ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่า การรู้จักคุ้นเคยระหว่างประธานกรรมการสภาตำบลกับพัฒนากรมีผลต่อทัศนคติในการปฏิบัติงานของพัฒนากรนั้น แสดงให้เห็นว่าพัฒนากรมีความสามารถในการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับประธานกรรมการสภาตำบล เป็นการเน้นย้ำให้ตระหนักว่าการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชนในชนบทนั้น จะเป็นช่องทางสำคัญที่ทำให้การทำงานทุกอย่างเป็นไปอย่างราบรื่น

การวิจัยของชัยฤกษ์ ไตลังคะ (2526) เรื่อง “บทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต่อการยอมรับนวัตกรรมในการทำนาดำของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงในเชียงใหม่” พบว่า ในการพัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขา เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรต้องมีความรู้พื้นฐานทางสังคม เศรษฐกิจ

การปกครอง และธรรมเนียมของชาวเขาเป็นอันดับแรก จึงจะสามารถวางแผนออกแบบวิธีการสื่อสารเพื่อเผยแพร่นวัตกรรมได้อย่างเหมาะสม

ภริตพร สุขโกศล (2547) ได้ศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของวิทยุชุมชน อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง” พบว่า กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในวิทยุชุมชนนั้น ผู้ส่งสารจะแสวงหาข้อมูลจากการวิเคราะห์สภาพปัญหาภายในชุมชน ประสบการณ์ และความสนใจของผู้ผลิตรายการ โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาจะพิจารณาจากระดับความรู้ของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ และจะเลือกใช้ภาษาท้องถิ่นในการสื่อสาร นอกจากนี้ การที่ผู้รับสารมีบทบาทในการดำเนินงานวิทยุชุมชน ทั้งในฐานะของผู้รับสาร ผู้ผลิตรายการ และผู้วางแผนนโยบาย ทำให้เกิดการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) คือ ผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถโต้ตอบซึ่งกันและกัน ทำให้สามารถใช้วิทยุชุมชนเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วย

ประภาวดี สืบสนธิ์ (2530) ศึกษาเรื่อง “การใช้และแสวงหาสารนิเทศของเกษตรกรอำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี” พบว่า แหล่งที่เกษตรกรจำนวนมากที่สุดใช้ในการแสวงหาสารนิเทศทางการเกษตร ได้แก่ ประสบการณ์ ความคิดของตนเอง เพื่อนบ้าน เพื่อนเกษตรกร และญาติ ส่วนปัญหาที่เกษตรกรมักจะประสบคือ ไม่มีเวลาที่จะหาคำตอบจากหลาย ๆ แหล่งเพื่อเทียบเคียง ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง และได้คำตอบล่าช้า จำนวนเกษตรกรมากกว่าครึ่งหนึ่งไม่ค่อยอ่านสารนิเทศทางการเกษตร จำนวนแหล่งสารนิเทศที่เกษตรกรจะใช้จะแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ที่ต้องการสารนิเทศ

พรพิมล วรดิลก (2524) ศึกษาเกี่ยวกับ “พฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟของเกษตรกร กิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร” พบว่า การรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อการยอมรับการปลูกกาแฟแตกต่างกัน โดยสื่อบุคคลมีผลมากที่สุด รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ เกษตรกรที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่าเกษตรกรที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ เกษตรกรที่มีระดับการศึกษาสูงยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่าเกษตรกรที่มีการศึกษาต่ำ เกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรยอมรับการปลูกกาแฟเร็วกว่าเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติตามโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกร กรณีศึกษาจังหวัดอุทัย” ของ เรียงรिता มฤคทัต (2544) พบว่า ประเภทของสื่อที่เกษตรกรได้รับมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการยอมรับโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่แตกต่างกัน โดยสื่อบุคคลเป็นสื่อที่ทำให้เกษตรกรรับรู้เรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่

และเป็นสื่อที่เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการชื่นชอบ และเป็นสื่อที่เกษตรกรตัดสินใจปฏิบัติตามโครงการมากที่สุด

สริตา ชาทกุล (2543) ศึกษาเรื่อง “การรับสารนิเทศด้านการเกษตรของชาวเขาตอยอ่างขาง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า ชาวเขาที่อาศัยอยู่บนตอยอ่างขางได้รับเนื้อหาสารนิเทศอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแหล่งสารนิเทศที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ชาวเขามากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่สูง ศูนย์ส่งเสริมการเกษตรที่สูง และสถานีราชการในจังหวัดหรืออำเภอ ในด้านการเปิดรับสารนิเทศด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนและสื่อกิจกรรม พบว่า ชาวเขาเปิดรับสารนิเทศจากสื่อกิจกรรมมากกว่าสื่อมวลชน สำหรับปัญหาในการรับสารนิเทศด้านการเกษตรที่ชาวเขาตอยอ่างขางประสบก็คือ การไม่รู้หนังสือตามระบบการศึกษาของไทย ภาษาที่ใช้ในการเผยแพร่สารนิเทศไม่คุ้นเคย การเผยแพร่สารนิเทศไม่ต่อเนื่อง และชาวเขาไม่มีเวลาว่างที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการเผยแพร่สารนิเทศ

การศึกษาเรื่อง “ความต้องการสื่อในงานส่งเสริมการเกษตร ของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบล ในจังหวัดนครราชสีมา” ของ สมณิตย์ เหล็กอุ้นวงษ์ (2549) พบว่า ประเภทของสื่อที่ใช้ในงานส่งเสริมการเกษตรเรียงตามลำดับมีดังนี้ สื่อบุคคล สื่อเทคนิควิธีการ สื่อวัสดุ สื่ออุปกรณ์ และสื่อมวลชน ประเภทของสื่อที่ต้องการในงานส่งเสริมการเกษตรเรียงตามลำดับ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อเทคนิควิธีการ สื่ออุปกรณ์ สื่อมวลชน และสื่อวัสดุ

วชิรา วชิรจตุพงษ์ (2548) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของสื่อในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรกรม : กรณีศึกษาเกษตรกรในเขตปฏิรูปที่ดินป่าจอมทอง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า เกษตรกรเห็นว่าสื่อมวลชน สื่อกลุ่ม และสื่อบุคคล มีบทบาทในการให้ความรู้โดยวิทยุเป็นสื่อมวลชนที่เกษตรกรมีพฤติกรรมการเปิดรับมากที่สุด แต่ไม่มีบทบาทในการเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม รวมไปถึงการสร้างความมุ่งหวังในอาชีพให้เกษตรกรที่ได้รับสื่อ ในขณะที่สื่อกลุ่มประเภทการฝึกอบรม เป็นสื่อที่มีบทบาทในการให้ความรู้ เปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม รวมไปถึงการสร้างความมุ่งหวังในอาชีพใหม่ให้แก่เกษตรกร สำหรับสื่อที่เกษตรกรเห็นว่า มีบทบาทในการพัฒนาอาชีพเกษตรกรคือสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ปฏิรูปที่ดิน โดยมีบทบาทในการให้ความช่วยเหลือในด้านการให้ความรู้ การจัดหาแหล่งเงินทุน การจัดหาพันธุ์กบและไก่ไข่ รวมไปถึงการจัดหาตลาด

พรทิพย์ เย็นจะบก และคณะ (2547) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตร ‘ทฤษฎีใหม่’ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช” พบว่า ในบริบทของสังคมไทย เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเป็นผู้สื่อสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงสุด ส่งผลให้

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมมีเพียง 3 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกคือ ขั้นตอนการรับรู้ โน้มน้าวใจ และยอมรับ โดยสื่อที่มีบทบาทมากที่สุดในขั้นตอนนี้ ประกอบด้วย สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ และสื่อบุคคล อันได้แก่ เกษตรตำบลและเจ้าหน้าที่โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ขั้นตอนที่สองคือ ขั้นตอนลงมือปฏิบัติและแสวงหาความรู้ สื่อที่มีบทบาทมากที่สุดคือ สื่อเฉพาะกิจ อันได้แก่ การอบรมและเครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งช่วยเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่สามคือ ขั้นยืนยัน โดยมีเครือข่ายการสื่อสารเป็นสื่อที่มีบทบาทมากที่สุดที่จะทำให้เกษตรกรยืนยันการยอมรับเกษตรทฤษฎีใหม่ต่อไป ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า สื่อที่เหมาะสมกับการสื่อสารเพื่อพัฒนาการเกษตรทฤษฎีใหม่มากที่สุดคือ สื่อผสม โดยมีสื่อบุคคลเป็นหลักและใช้สื่ออื่น ๆ เช่น คู่มือการอบรม สาริต สื่อภาพชุด สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิดีโอหรือวีซีดี เทปวิทยุเปิดในหอกระจายข่าว และแบบจำลองภาพแนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ ซึ่งการที่จะเลือกใช้สื่อต่าง ๆ ผสมกันอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และเนื้อหาที่ต้องการสื่อสาร

การศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพของการสื่อสาร เพื่อการส่งเสริมการเกษตรของศูนย์บริการและถ่ายทอดเทคโนโลยีประจำตำบลทาเหนือ อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษาเปรียบเทียบชนเผ่าปกากะญอและคนเมือง” ของ รศ.ทรา หิรัญรังสิต (2551) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตรไปใช้ประโยชน์ โดยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประเภทสื่อบุคคลจะทำให้เกษตรกรมีการนำสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตรไปใช้ประโยชน์มากที่สุด

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและการยอมรับนวัตกรรมด้านการเกษตรและการนำไปใช้ของเกษตรกร โดยในการติดต่อสื่อสารของสื่อบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้นำชุมชน กับเกษตรกรภายในชุมชนนั้น ผู้ส่งสารควรทำความเข้าใจวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีของผู้รับสาร เพื่อให้การสื่อสารสามารถดำเนินไปได้โดยราบรื่น ตลอดจนความสนิทสนมคุ้นเคย การสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน การทำความรู้จักพบปะพูดคุยกับคนในชุมชนและผู้นำท้องถิ่นก็เป็นอีกช่องทางที่ทำให้การดำเนินงานสำเร็จได้ด้วยดี