

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์

กระบวนการสื่อสารกับการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ของเกษตรกร ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายนครศร รั้งควัด

ปริญญา

วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

(ส่งเสริมการเกษตรและพัฒนาชนบท)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ศ.ดร.พงษ์ศักดิ์ อังกสิทธิ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

รศ.ดร.วรทัศน์ อินทรคัมพร

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

รศ.ดร.รุจ ศิริสัญลักษณ์

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการเรียนรู้เรื่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงผ่านกระบวนการสื่อสารของเกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาระดับความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติของเกษตรกร 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติของเกษตรกร 4) สังเคราะห์แนวทางในการจัดกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมที่มีผลทำให้เกษตรกรยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติในการประกอบอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาเป็นเกษตรกรจำนวน 375 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม ผลการศึกษา พบว่า สภาพการเปิดรับข่าวสารทั้ง 4 ด้าน คือ สื่อบุคคล (S) เนื้อหาข่าวสาร (M) ช่องทางการสื่อสาร (C) และผู้รับสาร (R) อยู่ในระดับ “ปานกลาง” โดย สื่อบุคคลเกษตรกรรับจากผู้นำชุมชนมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อนบ้าน ด้านเนื้อหาข่าวสาร เกษตรกรรับรู้ในเรื่องของคุณธรรมมากที่สุด รองลงมาคือด้านความมีเหตุผล ความพอประมาณ ด้านช่องทางการสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด (โทรทัศน์) รองลงมา คือ สื่อแบบกลุ่ม (การประชุม) และรายบุคคล (การเยี่ยมเยียนที่บ้าน) ส่วนด้านผู้รับสาร ผู้ให้ข้อมูลประเมินตนเองว่าจัดอยู่ในประเภท “ขอรู้ที่เท่า” มากที่สุดตามมาด้วย “เบิ่งตาลังเล”

ในด้านความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติ พบว่า เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีความรู้ด้านคุณธรรม

มากที่สุด ตามด้วยควมมีเหตุผล ความรอบรู้ ภูมิคุ้มกัน และความพอประมาณ ตามลำดับ เกษตรกรมีทัศนคติที่ดีต่อแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยพบว่า มีทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่งด้านจิตสำนึก ส่วนการยอมรับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติใน กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดอยู่ในขั้นตอนของ “การตัดสินใจ” ที่จะยอมรับแนวคิดไปปฏิบัติในขั้นของการดำเนินการในการปฏิบัติตน เพื่อจะนำไปสู่หลักการพึ่งพาตนเองในขั้นต่อไป สำหรับการปฏิบัติในระดับ “ขั้นตัดสินใจ” นั้น เกษตรกรตัดสินใจยอมรับแนวเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการประกอบอาชีพโดยมุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย โดยเฉพาะปัจจัยการผลิต และหันมาผลิตใช้เอง เช่น ปุ๋ยอินทรีย์ และน้ำหมักชีวภาพ ตลอดจนทำการผลิตสินค้าเกษตรแบบผสมผสานเพื่อลดความเสี่ยงความผันผวนด้านราคา มีผลผลิตหลากหลายไว้บริโภค และเหลือจึงขาย แจกจ่ายและแลกเปลี่ยนกับเพื่อนบ้านในด้านสังคมมีความเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีการแลกเปลี่ยนแรงงาน ร่วมกันแก้ไขปัญหาชุมชนอย่างมีส่วนร่วม เป็นต้น

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร การยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติของเกษตรกรพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ไปปฏิบัติในชีวิตประจำวันของเกษตรกร คือ ประสิทธิภาพทำการเกษตรตามแนว เศรษฐกิจพอเพียง ช่องทางการสื่อสารแบบมวลชน ความถี่ของการเปิดรับข่าวสารและเนื้อหาของข่าวสารด้านเศรษฐกิจพอเพียง ทัศนคติต่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและประเภทของผู้รับสาร โดยพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับ บริบทการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติของเกษตรกร ยกเว้นปัจจัยด้านประเภทของผู้รับสาร ที่มีความสัมพันธ์ด้านลบ กล่าวคือ เกษตรกรที่ประเมินตนเองว่าเป็นผู้รับสารประเภท “เบ้ตาลดั่งเล” จะมีการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติ น้อยกว่าผู้รับสารประเภทอื่น

นอกจากนี้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในแบบจำลองที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาปรากฏว่า สาเหตุการยอมรับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติของเกษตรกรมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดีมาก ($NFI = 0.985$) โดยการยอมรับของเกษตรกรได้รับอิทธิพลเชิงบวกโดยตรงจากประสิทธิภาพทำการเกษตรตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทัศนคติต่อแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและสภาพการเปิดรับข่าวสาร(ด้านเนื้อหาสาระของข่าวสาร)

ผลจากการศึกษานี้สามารถบ่งชี้ว่า แนวทางการพัฒนากระบวนการสื่อสารเพื่อให้เกษตรกรในจังหวัดเชียงใหม่ยอมรับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติ สามารถทำได้โดยการพัฒนาเนื้อหาสาระของสารที่มุ่งเน้นให้เกิดองค์ความรู้ และทัศนคติที่ดีของเกษตรกรต่อแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยนำเสนอผ่านทางช่องทางการสื่อสารแบบมวลชนเป็นหลัก

Thesis Title	Communication Process and Adoption of Sufficiency Economy Philosophy by Farmers in Chiang Mai Province	
Author	Mr.Nakarate Rungkawat	
Degree	Doctor of Philosophy (Agricultural Extension and Rural Development)	
Thesis Advisory Committee	Prof. Dr.Pongsak Angkasith	Advisor
	Assoc. Prof. Dr. Wallratat Intaruccomporn	Co-advisor
	Assoc. Prof. Dr.Ruth Sirisunyaluck	Co-advisor

ABSTRACT

The objectives of this study were to explore: 1) learning condition through the communication process on the philosophy of sufficiency economy of farmers in Chiang Mai; 2) level of knowledge, attitude, and the adoption of the philosophy of economy of the farmers; 3) factors effecting the adoption of the philosophy of sufficiency economy of the farmers; and 4) synthesis of a guideline for the facilitation of an appropriate communication process effecting the adoption of the philosophy of sufficiency economy of the farmers. A set of questionnaires and focus group discussion were used for data collection administered with 375 farmers.

Based on the focus group discussion, it was found that the informants had a moderate level of the information perception through the four aspects; personnel, message content, communication channel, and message receiver. For personnel media, it was found that the informants perceived information through community leaders most and followed by neighbors. For message content, it was found that the informants perceived virtue (ethics) most and followed by reasonableness and moderation, respectively. For communication channel, the informants perceived the information through mass media (television) most. This was followed by group

media (meeting) and individuals (home visit). For message receiver, the informants considered themselves as in the “early adopter” group most.

Regarding knowledge, attitude, and the adoption of the philosophy of sufficiency economy, it was found that the informants agreed to the philosophy and they had knowledge on ethics most. This was followed by reasonableness, general knowledge, immunity, and moderation, respectively. The informants had a positive attitude towards the concept of the philosophy; that was, they strongly agreed with the consciousness – almost all of the informants were in the stage of ‘evaluation’ to adopt the philosophy. They informants made a decision to adopt the philosophy which focused on an increase of incomes and a decrease of expenses. That was, to produce production factors such as organic fertilizer and liquid bio-compost. Besides, the decided to do mixed farming in order to reduce fluctuated price risks of their agricultural yields. For social aspects, the informants were generous, helpful and they exchanged agricultural workforce.

Based on an analysis of the relationships between the communicative components and the adoption of the philosophy of sufficiency economy of the farmers, there was a statistically significant relationship between the adoption of the philosophy of sufficiency economy of the farmers and the following factors: 1) farming experience in accordance with the philosophy sufficiency economy; 2) mass communication channel; 3) frequency of news or information perception on sufficiency economy; and 4) attitude toward the philosophy of sufficiency economy. Besides, the said factors had a positive relationship with the context of the adoption of the philosophy of sufficiency economy, except the factor on type of the message receiver having a negative relationship. That was, the farmers who considered themselves as an early majority type had a lower level of the adoption of the sufficiency economy philosophy than that of others.

Regarding an analysis of the cause relationships appeared in the model designed by the researcher, it was found that causes of the adoption of the philosophy of sufficiency economy were consistent with the empirical data at a very high level ($NF1 = 0.985$). The adoption of the philosophy by the farmers was directly and positively influenced by the following: farming experience in accordance with the

philosophy of sufficiency economy; attitude toward the concept of the philosophy; and condition of the news or information perception (message content).

Results of the study indicated that a guideline for the development of the communication process to make the informants adopt the philosophy of sufficiency economy could be applicable. This could be done by developing the message content focusing on the occurrence of body of knowledge and positive attitude of the informants towards the philosophy of sufficiency economy. However, it should be mainly presented through mass media.