

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อต่อไปนี้

1. สภาพทั่วไปของศูนย์สาธิตการตลาดในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี
2. ความหมายของหลักการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด
3. หลักการสหกรณ์และอุดมการณ์ของสหกรณ์
4. ความหมายของสหกรณ์
5. ประโยชน์ของสหกรณ์
6. หลักการสหกรณ์
7. การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมโดยเทคนิค เอ.ไอ.ซี.
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบความคิดในการวิจัย

สภาพทั่วไปของศูนย์สาธิตการตลาด ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

แต่เดิมศูนย์สาธิตการตลาดในตำบลหนองเต่า เป็นร้านค้าเล็ก ๆ และทำด้วยไม้ล้อมรอบ มุงด้วยสังกะสี มีสมาชิก 50 คน มีสินค้าจำหน่ายไม่พอกับความต้องการของประชาชนในหมู่บ้าน และชาวบ้านใกล้เคียงและไม่ค่อยมีคนเข้ามาร่วมลงทุน เนื่องจากว่ายังมองไม่เห็นถึงความสำคัญ ของสหกรณ์เมื่อทำไปแล้วจะประสบผลสำเร็จหรือไม่

ในปัจจุบันศูนย์สาธิตการตลาดเป็นร้านค้าที่เหมาะสมกับการจัดตั้ง เพราะอยู่ในหมู่บ้าน และมีชาวบ้านสัญจรไปมาสะดวกมีคณะกรรมการและมีสมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดที่เข้ามา ร่วมลงทุนกัน มีการจำหน่ายสินค้าเหมือนกับในท้องตลาดและบางอย่างถูกกว่าท้องตลาด เพื่อให้ ชาวบ้านที่มีรายได้น้อยสามารถหาซื้อได้ และมีการปรับระบบการบริหารใหม่ เพื่อให้มีระเบียบ ชัดเจนยิ่งขึ้น ภายในศูนย์สาธิตการตลาด ได้แก่ ด้านการอบรมทรัพย์สิน ด้านเงินทุน ด้านการขาย ด้านการตลาด ด้านบัญชี และด้านการเงิน และยังเป็นศูนย์การเรียนรู้การสอนให้กับโรงเรียนที่มีความ สนใจที่จะนำไปเป็นตัวอย่างในการจัดตั้งสหกรณ์ในโรงเรียน เพื่อสอนให้นักเรียนรู้จักการ รวมกลุ่มกันโดยมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน และให้นักเรียนรู้จักการอบรมทรัพย์สินและการจัดทำบัญชี ในเบื้องต้น

### ความหมายของหลักการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด

ศูนย์สาธิตการตลาดในด้านการค้าในระดับหมู่บ้าน ตำบล และอาจขยายผลไปสู่ระดับอำเภอ จังหวัด ได้ดำเนินงานดังนี้

#### 1. เงินทุนดำเนินงาน

- 1.1 ใช้เงินออมทรัพย์ของสมาชิกมาเป็นทุนดำเนินการ
- 1.2 ใช้เงินทุนเรือนหุ้นของสมาชิกหุ้นละ 10 บาท
- 1.3 กู้จากสถาบันการเงินธนาคารมาเป็นทุนดำเนินงานตามมติของคณะ

#### กรรมการ

1.4 ประชุมสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตให้ส่งเงินสัจจะเพิ่มพิเศษแล้วนำมาลงทุน ( ไม่ใช่เรียกเงินค่าหุ้นศูนย์สาธิตการตลาด )

- 1.5 ขอขี้อเงินทุนหมุนเวียนจากกรมพัฒนาชุมชนมาลงทุน

#### 2. คณะกรรมการดำเนินงาน

2.1 คณะกรรมการดำเนินงานกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานรวมทั้งหมดทุกด้าน ด้วยการกำหนดนโยบาย หลักเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติต่างๆ เกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด

2.2 คณะกรรมการอำนวยการกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต เป็นผู้รับผิดชอบดูแลการบริหารศูนย์สาธิตการตลาด

2.3 จัดตั้งคณะกรรมการศูนย์สาธิตการตลาด ให้ทำหน้าที่ในการจัดซื้อการขาย และการเบิกจ่ายเงินของศูนย์สาธิตการตลาด

2.4 ให้มีการจัดตั้ง ผู้จัดการศูนย์สาธิตการตลาด ( จัดตั้งกรรมการศูนย์สาธิตการตลาด ตามข้อตกลงเป็นผู้ควบคุมและดำเนินงาน และให้แต่งตั้งพนักงานขายสินค้าจำนวนเท่าที่จำเป็น ) ผู้จัดการและพนักงานขายสินค้าจะมีค่าจ้างมากเพียงไร ให้กำหนดจากผลกำไรของศูนย์สาธิตการตลาดเป็นหลักอาจจะไม่มีเงินเดือน แต่ให้โบนัสเป็นรายปีโดยขอให้ช่วยกันเสียสละไปก่อนก็ได้

3. การให้บริการของศูนย์สาธิตการตลาด ศูนย์สาธิตการตลาดเมื่อเปิดใหม่ ๆ หรือยังมีกิจกรรมไม่มากนัก จะเปิดเป็นระยะเวลาสั้น เช่น 06.00 – 08.00 น. 11.00 – 13.00 น. และ 16.00 – 19.00 น. ก็ได้แต่ถ้ากิจกรรมก้าวหน้ามีแนวโน้มการจำหน่ายตลอดทั้งวันจึงต้องเปิดบริการตลอดทั้งวัน

4. ประโยชน์ที่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตได้รับจากศูนย์สาธิตการตลาดมี

ดังนี้

4.1 ได้ซื้อสินค้าในราคาต่ำกว่าราคาในท้องตลาด เพราะจะได้รับเงินเฉลี่ยคืน การซื้อสินค้า ( ไม่จ่ายคืนให้แก่ผู้ที่ไม่เป็นสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต )

4.2 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตทุกคน จะได้รับเงินปันผลจากกำไรของ ศูนย์สาธิตการตลาดทุกปี ตามมูลค่าหุ้นที่เกิดจากเงินฝากสะสม ( กำไรของศูนย์สาธิตการตลาดต้องเอาไปรวมกับรายได้อื่น ๆ ของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ) แล้วคิดเป็นเงินปันผลของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ไม่ใช่เป็นเงินปันผลของศูนย์สาธิตการตลาด

4.3 ลดรายจ่ายในการซื้อสิ่งของเครื่องใช้ในครอบครัว และลดรายจ่ายในการจำหน่ายสินค้าหรือผลผลิตของตน

### หลักการสหกรณ์และอุดมการณ์ของสหกรณ์

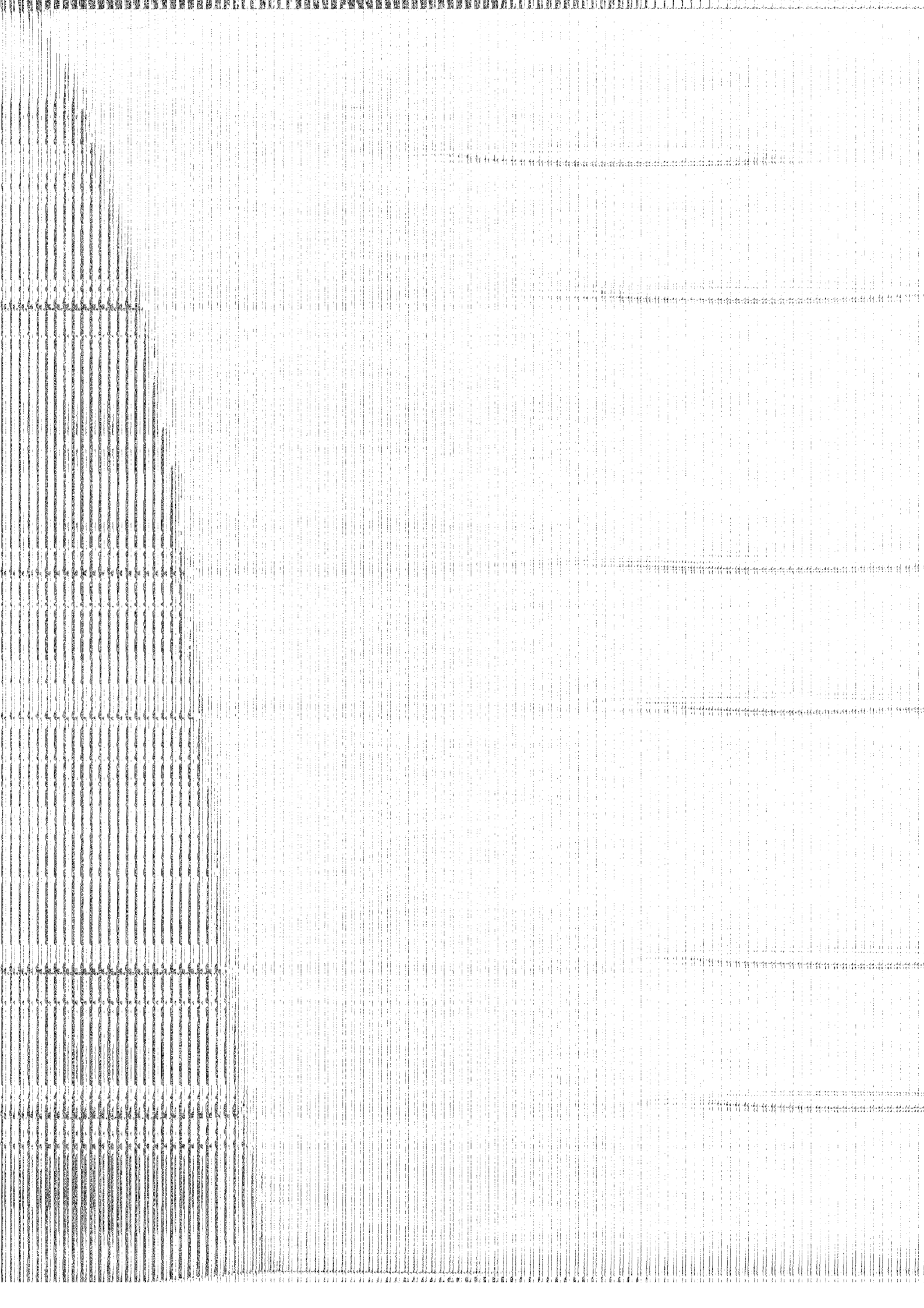
ถวิล เลิศประเสริฐ ( 2528 : 97 ) ได้กล่าวไว้ว่า การดำเนินงานเกี่ยวกับสหกรณ์จะต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามหลักการสหกรณ์สากล ซึ่งเป็นหลักสหกรณ์ที่ International Cooperatives Alliance ( ICA ) ประกาศไว้เมื่อวันที่ 8 กันยายน 1966 ซึ่งต่อมาได้แก้ไขเพิ่มเติมและบัญญัติไว้ในกฎของ ICA ตอน 2 มาตรา 8 มีสาระสำคัญดังนี้

1. การเปิดรับสมาชิกทั่วไปและด้วยความสมัครใจ ( Open and Voluntary Membership )
2. การควบคุมแบบประชาธิปไตย ( Democratic Control )
3. การจำกัดดอกเบี้ยเงินทุน ( Limited Interest on Capital )
4. การจัดสรรเงินส่วนเกินอย่างเที่ยงธรรม ( Equitable Distribution of Surplus )
5. การศึกษาทางสหกรณ์ ( Cooperative Education )
6. การร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์ ( Cooperation Among Cooperatives )

### การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกิจกรรมสหกรณ์

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกิจกรรมสหกรณ์ มีความสำคัญต่อการดำเนินงานด้านสหกรณ์ต่อไปนี้

ณรงค์ เสียงประชา ( 2527 : 1 ) ได้กล่าวว่า การทำงานร่วมกัน การอยู่ร่วมกัน และการแบ่งปันผลที่บังเกิดขึ้น จากบุคคลที่ร่วมมือกันประกอบกรนั้น นับว่าเป็นเรื่องเก่าแก่ของสังคมมนุษย์ซึ่งได้มีมาช้านานแล้ว และปรากฏว่าความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมนั้น ได้อาศัยความร่วมมือดังกล่าวตลอดมา และหากปฏิบัติได้กว้างขวางออกไปได้เพียงใด ก็ยิ่งทำให้ภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมก้าวหน้า และมีประสิทธิภาพเพิ่มพูนยิ่งขึ้นเพียงนั้น โดยปกติการร่วมมือกัน



ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้”

ดังนั้น จึงสามารถสรุปความหมายของสหกรณ์ได้ว่า สหกรณ์ คือการที่คนมารวมกันเพื่อดำเนินการให้การบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน โดยมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. เป็นกลุ่มบุคคลซึ่งมีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเดียวกัน
2. ยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
3. เป็นการดำเนินการโดยการลงทุน และจัดการร่วมกัน โดยเฉลี่ยผลประโยชน์ให้

แก่สมาชิกด้วยความเป็นธรรม ( สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ ม.ป.ป. 98)

### ประโยชน์ของสหกรณ์

สหกรณ์มีอุดมการณ์มุ่งประโยชน์ให้ความสำคัญของคนมากกว่าปัจจัยอื่น โดยรวมคนให้เกิดพลังงานในการช่วยเหลือซึ่งกันและกันและช่วยตนเองได้ในที่สุด หลักการจึงมีความคล้ายคลึงกับปรัชญาและหลักการพัฒนาชุมชน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการสหกรณ์ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### 1 ด้านเศรษฐกิจ

1.1 เป็นสถาบันการเงิน สหกรณ์เป็นสถาบันเงินทุนที่สำคัญยิ่งในการพัฒนาอาชีพและรายได้ของสมาชิกโดยสหกรณ์จัดหาเงินทุนให้สมาชิกได้กู้ยืมไปลงทุนหรือประกอบอาชีพในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และผ่อนชำระหนี้ในระยะยาว ทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้สหกรณ์ยังรับฝากเงินจากสมาชิกอีกด้วยเท่ากับว่าสหกรณ์เป็นธนาคารในท้องถิ่น จึงอาจกล่าวได้ว่าสหกรณ์เป็นสถาบันเงินทุนที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมชนบทที่บริการธนาคารยื่นมือเข้าไปไม่ถึง

1.2 เป็นสถาบันการผลิต สหกรณ์เป็นหน่วยผลิตที่สำคัญ ซึ่งเป็นการผลิตทั้งโดยสมาชิกรายบุคคลและโดยสหกรณ์ เช่น สมาชิกทำการเพาะปลูก สหกรณ์ก็ทำหน้าที่สีข้าวหรือแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร จึงนับได้ว่าเป็นการพัฒนาทั้งอาชีพและเศรษฐกิจของสังคมในท้องถิ่น

1.3 เป็นสถาบันการตลาด เมื่อแปรรูปผลผลิตแล้ว สหกรณ์ก็จัดจำหน่ายต่อไปยังผู้บริโภค ถ้าผลผลิตนั้นไม่ได้แปรรูป สหกรณ์ก็จะรวบรวมผลผลิตของสมาชิกช่วยจัดจำหน่ายให้ด้วยนอกจากนั้น สหกรณ์ยังจัดอุปกรณ์และปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง เมล็ดพันธุ์พืชหรือเครื่องจักรเครื่องมือมาจำหน่ายให้สมาชิกในราคาถูกด้วย

1.4 เป็นสถาบันการค้าระหว่างประเทศ ชุมชนสหกรณ์ระดับชาติ จะติดต่อค้าขายกับต่างประเทศในปริมาณธุรกิจมาก ๆ โดยรวบรวมผลผลิตจากสหกรณ์สมาชิกในท้องถิ่นและใน

โอกาสเดียวกัน สหกรณ์ระดับชาติอาจส่งเสริมเครื่องอุปโภคบริโภคทั้งจากภายในและต่างประเทศ มาจำหน่าย ให้แก่สหกรณ์ท้องถิ่นที่เป็นสมาชิกก็ได้

1.5 เป็นสถาบันธุรกิจ หน้าที่อันสำคัญของสหกรณ์คือ ดำเนินธุรกิจอย่าง กว้างขวางคือ ด้านการเงิน การผลิต การวางแผนการผลิต การแปรรูป การตลาด การค้าระหว่าง ประเทศ การประกันชีวิต การประกันภัย นับได้ว่าเป็นสถาบันธุรกิจที่กว้างขวางครอบคลุมกิจการ หลายอย่างที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับสมาชิก

## 2. ด้านสังคม

2.1 เป็นสถาบันการศึกษา และฝึกอบรมสหกรณ์ถือเป็นหลักการสำคัญที่จะละเว้น เสียมิได้จะให้การศึกษแก่สมาชิก เพื่อให้สมาชิกมีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินการธุรกิจสหกรณ์ ตลอดจนให้การศึกษาด้านการบริหารงานสหกรณ์ การให้ความรู้ด้านอาชีพด้วยในบางประเทศมี โรงเรียนหรือวิทยาลัยเป็นของตนเอง สหกรณ์ถือว่าการให้การศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ สหกรณ์นั้นเจริญก้าวหน้า

2.2 เป็นสถาบันทางสังคม สหกรณ์จะเป็นศูนย์กลางในการพบปะสังสรรค์และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิก เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข่าวสารและวิทยาการ ตลอดจน เป็นศูนย์กลางในการประกอบกิจการงานพิธีต่าง ๆ เช่น การแสดงกิจกรรม การแต่งงาน การประชุม อบรม เป็นต้น

2.3 เป็นสถาบันการพัฒนา คือเป็นสถาบันที่ช่วยให้คนมีความรู้และสามารถในการ ประกอบอาชีพมีงานทำได้ มีรายได้ เป็นแหล่งกู้ยืมเงิน ฝากเงิน ผลิตและจำหน่ายสินค้า ตลอดจน การเผยแพร่วิชาการต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้จะนำไปสู่การอยู่ดีกินดี มีความสุขในสังคมจึงนับได้ว่า สหกรณ์เป็นสถาบันที่ช่วยพัฒนาสังคมได้มาก

## 3. ด้านการปกครอง

หลักการและอุดมการณ์สำคัญประการหนึ่งของการสหกรณ์ คือการดำเนินงานตาม หลักประชาธิปไตย สมาชิกคนหนึ่งมีสิทธิออกเสียงได้เพียงเสียงเดียวเท่านั้น ไม่ว่าคนนั้นจะถือหุ้น จำนวนมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้มีการรวบอำนาจมีอภิสิทธิ์เหนือกว่าคนอื่นได้

การจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ได้ส่งเสริมการผลิตนำไปประยุกต์ในการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียน กิจกรรมที่ ส่งเสริมการผลิต ดำเนินการได้ 2 รูปแบบดังนี้

1. บูรณาการกับกิจกรรมการเรียนการสอนในกลุ่มประสบการณ์ต่าง ๆ เช่น กลุ่มการทำงานพื้นฐานอาชีพ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 ถึง ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และกลุ่มประสบการณ์พิเศษวิชาอาชีพที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 และ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6

2. กิจกรรมพิเศษเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้สมาชิกหารายได้จากการทำกิจกรรมพิเศษของแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่ม ตามความสามารถทั้งในโรงเรียนและที่บ้าน เช่น การเลี้ยงสัตว์ การปลูกผัก การผลิตสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ วิธีการและขั้นตอนการดำเนินงานโรงเรียนอาจส่งเสริมให้สมาชิกมีผลิตผลของตนเองได้ ดังนี้

2.1 ครูผู้สอนหรือครูประจำชั้น ร่วมกันวางแผนการผลิตโดย ฝึกปฏิบัติจริงตามกิจกรรมการเรียนการสอนของแต่ละชั้น โดยอาจทำเป็นรายชั้น รายกลุ่ม หรือรายบุคคล ได้ตามความเหมาะสม และเลือกกิจกรรมการผลิตที่สมาชิกหรือกลุ่มสนใจ เช่น การเกษตรงานหัตถกรรม

2.2 เสนอรายละเอียดของโครงการ หรือกิจกรรมต่อกรรมการฝ่ายเงินทุน เพื่อขออนุมัติลงทุน โดยมีครูประจำวิชา ครูที่ปรึกษาหรือผู้ปกครองเป็นผู้ให้ความเห็นชอบ

2.3 ดำเนินการผลิตตามงานและกิจกรรมที่วางไว้ โดยมีครูที่ปรึกษาให้ความช่วยเหลือตามดูแลการปฏิบัติงาน

2.4 จำหน่ายผลิตผลที่ได้ให้แก่ร้านค้าของสหกรณ์ โครงการอาหารกลางวันหรือตลาดในหมู่บ้าน

2.5 ส่งคืนเงินยืมให้แก่สหกรณ์ และแบ่งผลกำไรจากการผลิต

2.6 ประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกนำเงินรายได้มาจากการไปฝากออมทรัพย์หรือเพิ่มหุ้น

3. กิจกรรมร้านค้าเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้สมาชิกได้ฝึกปฏิบัติจริงในการรวมกลุ่มเลือกซื้อสินค้าโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

3.1 เพื่อให้สมาชิกมีความร่วมมือร่วมใจกัน

3.2 เพื่อให้สมาชิกรู้จักประหยัดคอดออมและใช้จ่ายในสิ่งที่จำเป็นการดำเนินงานกิจกรรมร้านค้า อาจมีวิธีการและขั้นตอนดังนี้

3.2.1 แต่งตั้งคณะกรรมการหรือเจ้าหน้าที่ผู้ดำเนินการ

3.2.2 รวบรวมเงินทุนจากแหล่งเงินทุน ดังนี้

3.2.2.1 ค่าหุ้น

3.2.2.2 เงินออมทรัพย์

3.2.3 จัดหาสินค้ามาจำหน่ายตามความต้องการของสมาชิก

3.2.4 รับซื้อผลิตผลจากสมาชิกฝ่ายส่งเสริมการผลิตเพื่อจำหน่ายให้แก่สมาชิกหรือบุคคลภายนอก

หลักการสหกรณ์ เป็นแนวทางสำหรับสหกรณ์ต่าง ๆ ในการนำคุณค่าของสหกรณ์ไปสู่ การปฏิบัติ

หลักการที่ 1 การเปิดรับสมาชิกโดยทั่วไปตามความสมัครใจ

สหกรณ์เป็นองค์กรแห่งความสมัครใจเปิดรับบุคคลทั่วไปที่สามารถใช้บริการสหกรณ์ได้และเต็มใจจะรับผิดชอบในฐานะสมาชิก เข้าเป็นสมาชิกโดยปราศจากการกีดกันทางเพศ ฐานะทางสังคม การเมือง หรือศาสนา

หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามแนวทางประชาธิปไตย

สหกรณ์เป็นองค์กรประชาธิปไตยที่มีการควบคุมโดยสมาชิกซึ่งมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจ บุรุษและสตรีที่ได้รับการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ให้เป็นผู้แทนสมาชิก ต้องรับผิดชอบต่อสมาชิกในสหกรณ์ชั้นปฐมสมาชิกมีสิทธิในการออกเสียงเท่าเทียมกัน ( สมาชิกหนึ่งคนหนึ่งเสียง ) สำหรับสหกรณ์ในระดับอื่น ๆ ก็ดำเนินการตามแนวทางประชาธิปไตยเช่นเดียวกัน

หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจโดยสมาชิก

สมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุน ( ซื้อหุ้น ) ในสหกรณ์ของตนเองอย่างเสมอภาคกันและมีส่วนในการควบคุมการใช้เงินทุนของสหกรณ์ ตามแนวทางประชาธิปไตย เงินของสหกรณ์อย่างน้อย ๆ ส่วนหนึ่งต้องเป็นทรัพย์สินส่วนรวมของสหกรณ์ โดยปกติสมาชิกจะได้รับผลตอบแทน ( ถ้ามี ) ในอัตราที่จำกัดตามเงินลงทุน ( หุ้น ) ที่กำหนดเป็นเงื่อนไขของการเข้าเป็นสมาชิก สามารถจัดสรรเงินส่วนของสหกรณ์เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือทุกอย่างดังนี้

- เพื่อการพัฒนาสหกรณ์ โดยอาจกันไว้เป็นเงินสำรองซึ่งอย่างน้อย ๆ จะต้องมีส่วนหนึ่งที่นำมาแบ่งปันกันไม่ได้
- เพื่อตอบแทนแก่สมาชิกตามสัดส่วนของปริมาณธุรกิจที่สมาชิกได้ทำกับสหกรณ์
- เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มวลสมาชิกเห็นชอบ

หลักการที่ 4 มีการปกครองตนเองและมีอิสระ

สหกรณ์เป็นองค์กรที่พึ่งพาตนเองและปกครองตนเอง โดยมีการควบคุมจากมวลสมาชิกหากสหกรณ์จะต้องมีข้อตกลงผูกพันกับองค์กรอื่นใด ซึ่งรวมถึงหน่วยงานของรัฐบาล ด้วยหรือจะต้องเพิ่มเงินลงทุนโดยอาศัยแหล่งเงินทุนภายนอกสหกรณ์ สหกรณ์จะต้องกระทำการดังกล่าวภายใต้เงื่อนไขที่มั่นใจได้ว่า มวลสมาชิกจะยังคงดำรงไว้ ซึ่งอำนาจในการควบคุมสหกรณ์ตามแนวทางประชาธิปไตยและสหกรณ์ยังคงดำรงความเป็นอิสระ

### หลักการที่ 5 การให้การศึกษา การฝึกอบรม และข่าวสาร

สหกรณ์พึงให้การศึกษาและการฝึกอบรมแก่สมาชิก ผู้แทนสมาชิก ที่ได้รับการเลือกตั้ง ผู้จัดการและพนักงาน เพื่อให้บุคลากรเหล่านี้สามารถมีส่วนช่วยพัฒนาสหกรณ์ของตนเอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพึงให้ข่าวสารแก่สาธารณชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชนและบรรดาผู้นำทางความคิดในเรื่องคุณลักษณะและประโยชน์ของสหกรณ์

### หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์

สหกรณ์จะสามารถให้บริการแก่สมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่กระบวนการสหกรณ์ได้ ได้ร่วมมือกันในระดับท้องถิ่นระดับชาติ ระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ

### หลักการที่ 7 ความห่วงใยต่อชุมชน

สหกรณ์พึงดำเนินกิจการต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญยั่งยืนตามนโยบาย มีมวลสมาชิกเห็นชอบ

#### วิธีการสหกรณ์

วิธีการสหกรณ์ คือการนำหลักการสหกรณ์มาใช้ในทางปฏิบัติ ซึ่งสหกรณ์แต่ละประเภทจะมีวิธีปฏิบัติที่แตกต่างกันไป เช่น การจัดตั้ง การระดมทุนการบริหารงาน การดำเนินธุรกิจและการส่งเสริมทางเศรษฐกิจของสมาชิกโดยกำหนดวิธีปฏิบัติไว้ในข้อบังคับสหกรณ์ ( กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2542 :73 )

ประเภทของสหกรณ์ในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พุทธศักราช 2511 แบ่งสหกรณ์ออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. สหกรณ์การเกษตร เป็นสหกรณ์ที่มีหน้าที่ในการจัดหาและให้บริการแก่สมาชิก ในด้านการผลิตการเกษตร เช่น การจัดหาเงินทุน วัสดุและเครื่องมือและอุปกรณ์ต่าง ๆ มาจำหน่ายให้สมาชิกในราคาถูก การรวบรวมผลผลิตออกจำหน่าย และการแปรรูปผลผลิตออกจำหน่ายให้ได้ราคาอีกด้วย สหกรณ์เหล่านี้ได้แก่ สหกรณ์หาทุน สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ขายผลิตผลและสหกรณ์บำรุงที่ดิน
2. สหกรณ์ประมง เป็นสหกรณ์ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมและประกอบอาชีพด้านการประมง ซึ่งรวมถึงการจัดหาเงินทุน และอุปกรณ์เกี่ยวกับการประมงมาจำหน่ายให้แก่สมาชิกและการจัดการด้านการตลาดเพื่อให้สามารถจำหน่ายปลาหรือผลผลิตให้ได้ราคาอีกด้วย
3. สหกรณ์นิคม เป็นสหกรณ์ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการจัดหาหรือจัดสรรที่ดินให้แก่สมาชิกในการประกอบอาชีพและรวมถึงการจัดหาและอำนวยความสะดวกในการประกอบอาชีพ

ให้แก่สมาชิกเช่น การจัดหาทุน อุปกรณ์การผลิตและเครื่องมือการผลิต มาจำหน่ายตลอดจนการจัดหาน้ำและการจัดหาด้านตลาดให้อีกด้วย สหกรณ์เหล่านี้ได้แก่ สหกรณ์นิคมกสิกรรมทั้งประเภทจำกัดและไม่จำกัด สหกรณ์การเช่าที่ดินและการเช่าซื้อที่ดิน

4. สหกรณ์ร้านค้า หรือสหกรณ์ผู้บริโภคนี้มีหน้าที่ในการจัดหาสินค้าหรือเครื่องอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายให้แก่สมาชิกส่วนมาก หรือเกือบจะทั้งหมดเป็นสหกรณ์ที่ตั้งอยู่ในเมืองหรือในย่านชุมชน

5. สหกรณ์นิคม เป็นสหกรณ์ที่มีหน้าที่ในการจัดหาและให้บริการแก่สมาชิกในด้านต่าง ๆ นอกเหนือไปจากสหกรณ์รูปอื่น ๆ เช่น สหกรณ์การไฟฟ้า สหกรณ์เคหสถาน สหกรณ์บริการขายผลิตภัณฑ์ และสหกรณ์บริการเดินรถแท็กซี่

6. สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นสหกรณ์ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับการรับฝากเงินและจัดหาเงินทุนให้สมาชิกกู้ยืมไปใช้จ่ายในเวลาจำเป็น ซึ่งเกือบจะทั้งหมดเป็นสหกรณ์ที่จัดอยู่ในหมู่ผู้มีรายได้ประจำ โดยเฉพาะในวงการราชการ ได้แก่ สหกรณ์ออมทรัพย์ครู สหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจ สหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการ และสหกรณ์ออมทรัพย์อื่น ๆ (สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ, ม.ป.ป. 81)

### การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมโดยเทคนิค เอ.ไอ.ซี ( AIC )

การที่จะส่งเสริมให้คนมีความรักกันและมีการเรียนรู้ในการกระทำได้นั้น ได้มีคนพยายามค้นคว้าวิธีการโดยพัฒนาและวิจัยมากกว่า 50 ปี จนกลายเป็นเครื่องมือที่เรียกว่า เอ.ไอ.ซี. ( AIC ) ซึ่งได้ผ่านการวิจัยและทดลองใช้และมีการพัฒนาอยู่เสมอ

เป็นวิธีการและเทคนิคในการเชิญคนที่ทำงานร่วมกันทั้งหมดในระบบใดระบบหนึ่งเข้ามาประชุมเชิงปฏิบัติการ ( Workshop ) ซึ่งจะดำเนินการใน 3 ขั้นคือ

ขั้นที่ 1 A : Appreciation

ขั้นที่ 2 I : Influence

ขั้นที่ 3 C : Control

ขั้นที่ 1 A ( Appreciation = ความซาบซึ้ง ) คือการทำให้ทุกคนให้การยอมรับและชื่นชมคนอื่นโดยไม่รู้หรือแสดงการต่อต้านหรือวิพากษ์วิจารณ์

ในกระบวนการขั้นนี้ ทุกคนจะมีโอกาสแสดงอย่างทัดเทียมกันด้วยภาพ ข้อเขียนและคำพูดว่าเขาเห็นสถานการณ์ในปัจจุบันเป็นอย่างไร และเขาอยากเห็นความสำเร็จในอนาคตเป็นอย่างไร ซึ่งจะทำให้ทุกคนได้มีโอกาสใช้ทั้งข้อเท็จจริง เหตุผล และความรู้สึก ตลอดจนการแสดง

ออกในลักษณะต่าง ๆ ตามที่เป็นจริง เมื่อทุกคนได้แสดงออกโดยได้รับการยอมรับจากคนอื่น ๆ จะทำให้ทุกคนมีความรู้สึกที่ดี มีความสุข มีความอบอุ่น และเกิดพลังร่วมขึ้นในระหว่างคนที่มาประชุมด้วยกัน

ในช่วงของการแสดงออกว่าแต่ละคนอยากเห็นความสำเร็จในอนาคตเป็นอย่างไร เป็นการจินตนาการที่ไม่ถูกจำกัดด้วยปัจจัย และสถานการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบันจึงให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การมองการณ์ไกลการมองภาพกว้าง และการคิดสิ่งแปลกใหม่ได้ดีกว่าการมองจากสภาพปัญหา หรืออุปสรรคข้อขัดข้องในปัจจุบันนั่นคือ “ จินตนาการ ” ( Imagination ) ดังกล่าวช่วยให้เกิด “ วิสัยทัศน์ ” ( Vision ) ได้ง่ายขึ้น และเมื่อนำ “ วิสัยทัศน์ ” ของแต่ละคนมารวมกันก็จะมีพลังมากขึ้นกลายเป็น วิสัยทัศน์ ( Shared Vision ) หรือ อุดมการณ์ร่วม ( Shared Ideal ) ได้แก่ สิ่งที่มีมุ่งมาดปรารถนาอย่างสูงสุดร่วมกัน นั่นเอง

ขั้นที่ 2 ไอ I ( Influence ) การมีอิทธิพลและการส่งผลกระทบ คือการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่แต่ละคนมีอยู่มาช่วยกันกำหนดวิธีการสำคัญหรือยุทธศาสตร์ ( Strategy ) ที่จะทำให้บรรลุ วิสัยทัศน์ ( Shared Vision ) หรืออุดมการณ์ร่วม ( Shared Ideal ) ของกลุ่มที่มาประชุมได้อย่างดีที่สุดในขั้นนี้ ทุกคนยังมีโอกาสทัดเทียมกันที่จะให้ข้อคิดเห็นว่าวิธีการสำคัญที่จะทำให้บรรลุ วิสัยทัศน์ร่วม หรืออุดมการณ์ร่วมนั้นประกอบด้วยอะไรบ้าง เมื่อทุกคนได้แสดงความคิดเห็นแล้วจะนำ วิธีการที่เสนอแนะทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่แยกแยะและพิจารณาร่วมกัน จนกระทั่งวิธีการสำคัญที่กลุ่มเห็นพ้องต้องกันว่าจะนำไปสู่ความสำเร็จตามที่กลุ่มต้องการ

ในการพิจารณาเลือก วิธีการสำคัญดังกล่าวสมาชิกกลุ่มจะมีปฏิสัมพันธ์ ( Influence หรือ Interaction ) ซึ่งกันและกันสูงรวมถึงการถกเถียงโต้แย้งด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ได้วิธีการที่กลุ่มเห็นร่วมกันว่าดีที่สุด อย่างไรก็ตามเนื่องจากการถกเถียงโต้แย้งในระดับวิธีการโดยที่ยังมีเป้าหมาย หรืออุดมการณ์ร่วมกัน ฉะนั้นกลุ่มจะยังคงมีแนวโน้มที่จะรักษาความรักความสามัคคีไว้โดยไม่ยากนัก

ขั้นที่ 3 ซี C ( Control = การควบคุม )

คือการนำวิธีการสำคัญมากำหนดเป็นแผนปฏิบัติการ ( Action Plan ) อย่างละเอียดว่าทำอะไร มีหลักการและเหตุผลอย่างไร มีเป้าหมายอย่างไร ใครรับผิดชอบเป็นหลักใครต้องให้ความร่วมมือ จะต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายเท่าไร จากแหล่งใดจะมีรายได้จากการดำเนินการดังกล่าวหรือไม่ ถ้ามีประมาณเท่าไร และรายละเอียดอื่น ๆ ตามที่เห็นว่าควรระบุไว้ในขั้นนี้ สมาชิกกลุ่มแต่ละคนจะเลือกเองว่า สมควรใจจะเป็นผู้รับผิดชอบหลักในเรื่องใดจะเป็นผู้ให้ความร่วมมือในเรื่องใด จะเป็นผู้ร่วมคิดแผนปฏิบัติการข้อใดเป็นการกำหนด ข้อผูกพัน ( Commitment )

ให้ตนเอง เพื่อควบคุม ( Control ) ให้เกิดการกระทำอันจะนำไปสู่การบรรลุที่เป็นเป้าหมายหรืออุดมการณ์ร่วมกันของกลุ่มในที่สุด นอกจากการเข้ารับผิดชอบ หรือให้ความร่วมมือตามแผนปฏิบัติการที่กลุ่มร่วมกันกำหนดขึ้น สมาชิกกลุ่มแต่ละคนยังขาดกำหนด ข้อผูกพันเฉพาะตัว ( Personal Commitment ) ได้อีกด้วย เพื่อเป็นการใช้พลังในส่วนของตนแต่ละคนให้เกิดผลในทางสร้างสรรค์มากที่สุด

#### สรุปกระบวนการ AIC

กระบวนการ เอ.ไอ.ซี AIC จะสร้างพลังสร้างสรรค์ขึ้นเมื่อฝ่ายต่าง ๆ เข้ามาทำกิจกรรมร่วมกันด้วยความรัก ความเมตตา ตัว “ A ” ( Appreciation ) นั้น ก็ธรรมะอย่างสูง ได้แก่ ความรักและความเมตตาคนอื่นต้องรับฟัง อดทน และยอมรับฟังความคิดเห็นของคนอื่นซึ่งตรงกับหลักของพระพุทธศาสนาเพราะฉะนั้น “ A ” ทำให้เกิดพลังความดีเข้ามา อาจเรียกว่าเป็นการพัฒนาทางจิตวิญญาณ ( Spiritual Development ) พอคนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความรัก ความเมตตาต่อกันแล้วก็จะเกิดการเรียนรู้ร่วมกันจากการทำงานด้วยกันที่เรียกว่า “ Interactive Learning through action ” จึงทำให้การพัฒนาประสบความสำเร็จเพราะทำให้เกิดการเรียนรู้ ( Learning ) ที่แท้จริงซึ่งมีพลังมากปกติแล้วคนมักจะเรียนรู้กันอยาก ( ยกตัวอย่างอาณาจักรกรีก โรมัน ขอม ฯลฯ ที่พอมีอำนาจแล้วไม่ยอมเรียนรู้ พลังจึงเสื่อมและเกิดการล่มสลาย ) เพราะฉะนั้น การพัฒนาต้องการเรียนรู้อย่างมากจากทุกฝ่ายนั้นคือต้องมี “ I ” ( Influence ) ได้แก่ การเรียนรู้ร่วมกันให้เกิดพลังและต้องมี “ C ” ( Control ) ซึ่งได้แก่การจัดการ ( Management ) และแผนปฏิบัติการ ที่กำหนดว่าใครจะทำอะไร อย่างไร เมื่อใด มีค่าใช้จ่ายเท่าไร จะได้เงินจากไหน ถ้าไม่พอจะทำอย่างไร เป็นต้น

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อาสาฬห์ เกษมทรัพย์ ( 2524 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียนชุมชนของผู้ปกครองในเขตอำเภอเมืองบางมูลนาก จังหวัดพิจิตร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรมาก มีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียนชุมชนมากกว่าผู้ปกครองที่มีบุตรน้อย และผู้ปกครองที่เป็นผู้นำท้องถิ่น มีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนชุมชนมากกว่าผู้ปกครองที่ไม่ได้เป็นผู้นำท้องถิ่น

บุญช่วย วาณิชยชาติ ( 2524 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของสมาชิกที่มีต่อร้านสหกรณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2523 ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกที่มาซื้อสินค้าที่ร้านสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและสมรสแล้ว มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนมากมีอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจส่วนใหญ่สมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์

เพราะต้องการเงินปันผล สมาชิกส่วนมากซื้อสินค้าที่ร้านสหกรณ์สัปดาห์ละ 1 ครั้งในวันเสาร์ – วันอาทิตย์ โดยวางแผนการซื้อล่วงหน้าว่าจะซื้ออะไร ใช้เวลาในการชื้อน้อยเฉลี่ยครั้งละประมาณครึ่งชั่วโมง ซื้อสินค้าเป็นมูลค่าเฉลี่ยครั้งละ 201 – 500 บาท มูลค่าสินค้าที่ซื้อแต่ละครั้งกับรายได้ของสมาชิกมีความสัมพันธ์กันโดยตรงสินค้าที่สมาชิกซื้อมากที่สุดก็คือสินค้าในแผนกซูเปอร์มาร์เก็ต ได้แก่ สินค้าประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม และนำไปใช้บริโภคในครอบครัว การจัดรายการพิเศษแถมบัตรสมนาคุณหรือคูปอง หรือการจัดให้มีการชิงโชคไม่ทำให้ยอดขายเพิ่มมากนักสมาชิกส่วนมากมีความเห็นว่าราคาสินค้าของร้านสหกรณ์บางอย่างสูงกว่าท้องตลาดของบางอย่างต่ำกว่าราคาในท้องตลาด สมาชิกส่วนมากพอใจกับการตั้งราคาแบบไม่มีการต่อรองโดยให้เหตุผลว่าสะดวกไม่เสียเวลาและสบายใจที่ไม่ต้องซื้อแพงกว่าคนอื่น เกี่ยวกับคุณภาพสินค้าสมาชิกส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้าของสหกรณ์มีคุณภาพเหมือนกับที่อื่น

ฉอ้าน วุฒิภิมรรักษ์ ( 2525 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการสร้างงานในชนบท : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการที่ได้รับรางวัลดีเด่นของตำบลทุ่งพยอม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่าการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในขั้นดำเนินการมากที่สุด รองลงมาขึ้นติดตามผลงานขึ้นกำหนดความต้องการ ขั้นการตัดสินใจเลือกโครงการ และขั้นแผนงานเพศชายเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนมากกว่าเพศหญิง ทั้งชายและหญิงเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นดำเนินการมากที่สุด แต่เข้ามาในขั้นวางแผนน้อยที่สุด ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมคือ ต้องการความสะดวกสบายในการคมนาคมขนส่งมากที่สุด รองลงมาต้องการพัฒนาหมู่บ้านต้องการมีงานทำและได้รับการขอร้องให้มาต้องการอยากได้เงินมีความสัมพันธ์อันดีกับเจ้าหน้าที่ไม่มีงานทำและเป็นญาติกับกำนัน

ศราวณีย์ ศรีเนาวรัตน์ ( 2526 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางปรับปรุงงานของสินค้าของสหกรณ์ร้าน : ศึกษาเฉพาะกรณีร้านสหกรณ์กรุงเทพ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติของลูกค้านั้นที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก เห็นว่าร้านสหกรณ์มีปริมาณสินค้าน้อยกว่าห้างอื่น ๆ จากการศึกษาค้นคว้าพบว่าลูกค้านั้นที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกมีความพอใจไม่ต่างกัน ในเรื่องการติดป้ายราคาสินค้ามาตรฐานสินค้า และระบบการชั่ง ตวง วัด นอกจากนี้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกและไม่ใช่สมาชิกไม่พอใจเรื่องระบบการจ่ายเงินและรับสินค้า การจัดวางสินค้าภายในร้านบรรยากาศในร้านไม่พอใจเกี่ยวกับเรื่องความสะดวก และความปลอดภัยที่จอดรถและเกี่ยวข้องกับปริมาณการเงินซื้อสินค้าจากร้านสหกรณ์เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าที่เป็นสมาชิกอย่างมีนัยของสถิติ สำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกมีความพอใจที่ได้รับเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนซื้อเมื่อสิ้นปี ซึ่งเป็นหลักการคืนกำไรของธุรกิจสหกรณ์แท้จริงแต่ลูกค้าไม่เป็นสมาชิกส่วนใหญ่พอใจจะได้รับบัตรคูปองคืนกำไรทันทีวันต่อวัน

ฉวี เว้นอินทร์ ( 2529 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าของสมาชิกที่มีต่อร้านสหกรณ์วิทยาลัยเพชรบุรีวิทยาลัยเกษตร กำจัด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกและซื้อสินค้าของร้านสหกรณ์ เพราะอยู่ใกล้ที่พักและต้องการได้รับเงินปันผลสินค้าที่จำหน่ายในร้านสหกรณ์มีความเห็นว่าเป็นสินค้าธรรมดาไม่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปในท้องตลาด ราคาสินค้าเมื่อเทียบกับราคาสินค้าในท้องตลาดบางอย่างราคาสูงกว่าบางอย่างราคาเท่ากัน การบริการที่ให้กับสมาชิกยังไม่ดีพอ สมาชิกสนใจในเรื่องการลดราคาสินค้าระหว่างอาจารย์และนักศึกษามีความต้องการแตกต่างกันในเรื่องความถี่ของการซื้อ ประเภทสินค้าผู้ที่เป็นสมาชิกมากกว่า 1 ปี และน้อยกว่า 1 ปี มีความรู้ความเข้าใจเหมือนกันในเรื่องผลตอบแทนค่าหุ้น ความเป็นเจ้าของธุรกิจการเข้าร่วมประชุมใหญ่สิทธิการออกเสียง ความรู้ความเข้าใจแตกต่างกันในเรื่องหน้าที่ของสมาชิกผู้เป็นสมาชิกมากกว่า 1 ปี และน้อยกว่า 1 ปี มีความภักดีต่อสหกรณ์ไม่แตกต่างกันและมีความต้องการแตกต่างกันในเรื่องให้ร้านสหกรณ์จัดบริการสินค้าให้

กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ ( 2530 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบทโดยองค์กรประชาชน ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่ยากจนในชนบทมีศักยภาพที่จะช่วยเหลือตนเองได้ แต่ศักยภาพดังกล่าวถูกปิดกั้นให้แสดงออกมา เนื่องจากเงื่อนไขภายในเช่นระบบกู้ยืมเงินที่ต้องเสียดอกเบี้ยสูง ๆ ดังนั้นกระบวนการทำขององค์กรพัฒนาต่าง ๆ จะมุ่งเน้นปลดปล่อยแนวคิดเก่า ๆ พร้อมนำเสนอแนวคิดใหม่ที่สัมพันธ์กับหลักพึ่งตนเองเพื่อเปลี่ยนแปลงภาพพจน์ที่มีต่อคนจนด้วยตนเอง และปลดปล่อยเงื่อนไขวิธีการปฏิบัติและสถาบันแบบเก่าให้หมดไปสร้างสรรค์ใหม่ทดแทน ในการศึกษานี้ได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมสนับสนุนองค์กรเพื่อการพึ่งตนเองว่าควรมีการจัดหาแหล่งทรัพยากรในระดับท้องถิ่นให้มากขึ้น โดยในชนบทแหล่งทรัพยากรมี 2 ลักษณะ คือแหล่งทรัพยากรที่พึ่งพาอาศัยกันส่วนใหญ่จะอยู่ในชุมชนและแหล่งทรัพยากรที่มีลักษณะเอาเปรียบ ส่วนใหญ่จะอยู่นอกชุมชนการช่วยเหลือต้องเน้นลักษณะแรกเพื่อให้ทดแทนลักษณะที่สอง และควรกระตุ้นให้มีการก่อตั้ง / พัฒนาองค์กรชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ให้มีความเข้มแข็งโดยอาจตั้งกลุ่มย่อยที่สนองความต้องการเฉพาะด้านของสมาชิกหรือให้กลุ่มทำโครงการแทรกตัวเองเข้าไปในโครงการสร้างกิจกรรมของชุมชนที่มีอยู่แล้วเพื่อมิให้เกิดการแปลกแยกตัวเองไปจากชุมชน

พรศักดิ์ พืชพจนานภรณ์ ( 2530 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตร : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกเพศชายจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมสหกรณ์การเกษตรมากกว่าสมาชิกหญิง สมาชิกที่มีที่ดินทำกินมากจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมสหกรณ์มากกว่าการเกษตรมากกว่าสมาชิกที่มีที่ดินทำการเกษตรน้อย สมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจหลักและวิธีการ

สหกรณ์การเกษตรมาก จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมสหกรณ์การเกษตรมากกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักและวิธีการสหกรณ์การเกษตรน้อยและสมาชิกที่มีทัศนคติที่มีต่อสหกรณ์การเกษตรจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมสหกรณ์การเกษตรมากกว่าสมาชิกที่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสหกรณ์การเกษตร

สุชาติ สุวรรณ ( 2530 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาเด็ก : ศึกษากรณีการมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่น และประชาชนในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นผู้นำท้องถิ่นและประชาชน มีความรู้ความเข้าใจในแต่ละด้าน ได้แก่ความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์วิธีการดำเนินงานและบทบาทของผู้นำท้องถิ่น และประชาชนในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอยู่ในระดับสูงและพบว่า หัวหน้าครัวเรือนที่เป็นผู้นำท้องถิ่น จะเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กมากกว่าหัวหน้าครัวเรือนที่เป็นประชาชน

เมย์ ( May 1951 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความแตกต่างของบุคคลในชนบทสี่แห่งเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางสังคม ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมของบุคคลนั้นมีปัจจัยเกี่ยวข้อง คือ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ โดยบุคคลที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจต่ำจะเข้าร่วมใน กิจกรรมต่างๆ ของชุมชนน้อยกว่าบุคคลที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจสูง

แอนเดอร์สัน ( Anderson 1952 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมทางสังคมที่หมู่บ้านแห่งหนึ่งในมลรัฐนิวเจอร์ซีย์ ผลการศึกษาพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมทางสังคมในทำนองเดียวกัน

บราวน์ ( Brown 1953 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม ผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมอย่างแข็งขันและไม่แข็งขันมักมีฐานะแตกต่างกันออกไป คือบุคคลที่มีรายสูงและมีการศึกษาสูงมักจะเข้าร่วมกิจกรรมอย่างแข็งขันมากกว่าบุคคลที่มีรายได้น้อยและการศึกษาน้อย

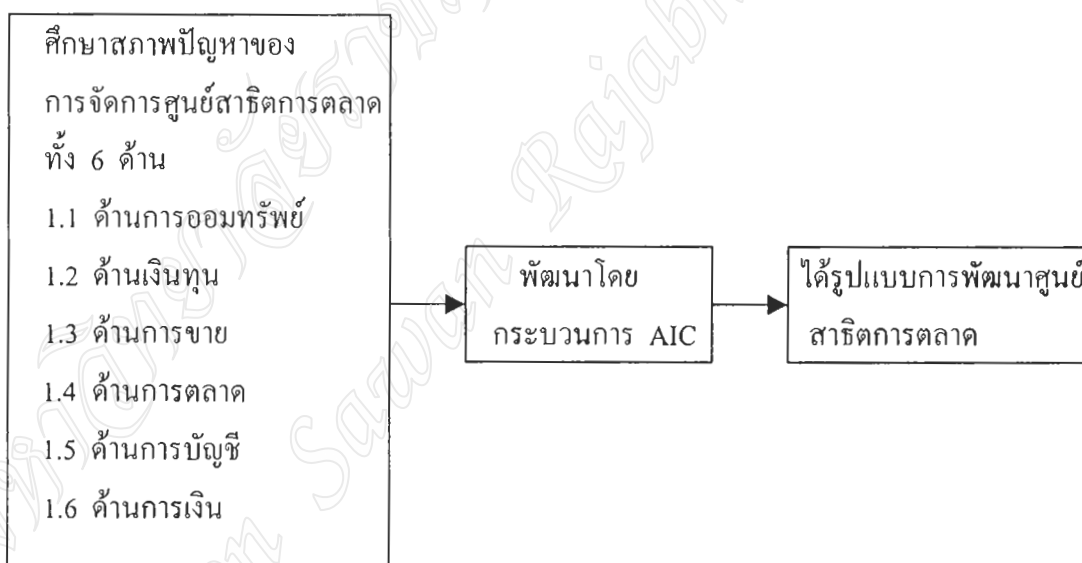
บีล ( Beal 1972 ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมบ้านเมือง ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในงานทุกอย่างที่มีน้อยสำคัญทางสถิติสูงจะเป็นตัวแปรที่เปลี่ยนแปลงได้ เช่นความรู้ความเข้าใจในหลักการ

จากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวแล้ว ผู้วิจัยอาศัยแนวความคิดและทฤษฎีเหล่านั้นเป็นแนวทางในการวิจัยเรื่อง การจัดการศูนย์สาธิตการตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี และจากเอกสารดังกล่าวนี้พบว่า ในการปฏิบัติงานใด ๆ ขององค์การจะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในองค์การในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์และระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในองค์การจะมีมากน้อยเพียงไร ย่อมมีความ

สัมพันธ์กับสถานภาพด้านต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการบริหารศูนย์สาธิต กรรมการที่ปรึกษาศูนย์สาธิตและสมาชิกผู้ถือหุ้น ความรู้ความเข้าใจการติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่และเจตคติที่มีต่อกิจการ ผู้วิจัยเชื่อว่าสถานภาพเหล่านี้จะมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิก ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ยึดถือแนวความคิดเหล่านี้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรเพื่อทำการวิจัยครั้งนี้

การจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี โดยการศึกษาตามตัวแปรตามเกี่ยวกับปัญหาที่พบได้แก่ ปัญหาด้านการออมทรัพย์ ปัญหาด้านเงินทุน ปัญหาด้านการขาย ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านบัญชี และปัญหาด้านการเงิน

#### กรอบความคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบความคิดในการวิจัย



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการเพื่อให้ได้ทราบข้อเท็จจริง ในปัญหาการวิจัยเพื่อการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

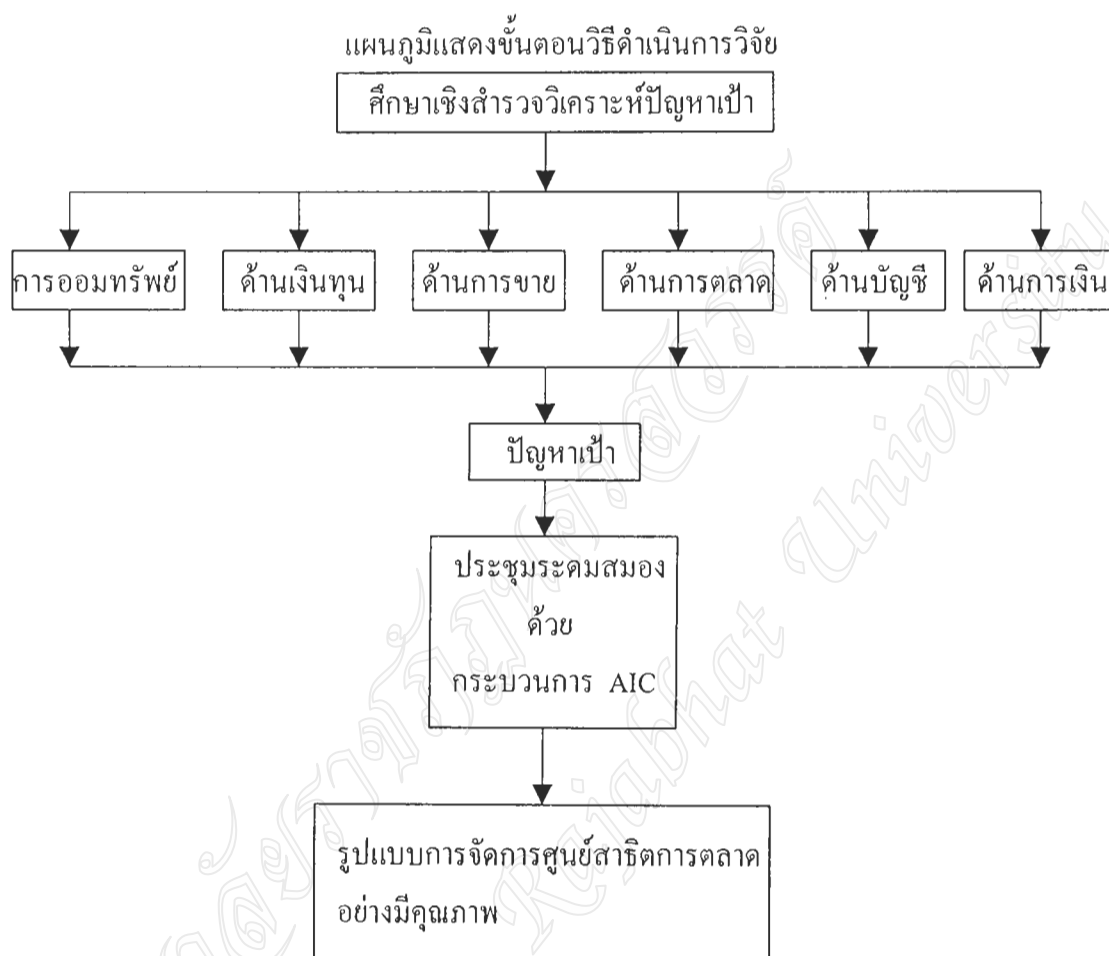
1. ขั้นตอนของการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

#### ขั้นตอนของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาของศูนย์สาธิตการตลาด และให้ประเด็นปัญหาเป้าที่ชัดเจน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการอบรมทรัพย์สิน ด้านเงินทุน ด้านการขาย ด้านการตลาด ด้านบัญชี และด้านการเงิน
  - 1.1 สร้างเครื่องมือโดยการศึกษาสภาพปัญหา
  - 1.2 นำเครื่องมือไปทดลองใช้ จากคณะกรรมการและสมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาด ตำบลหนองพังคำ อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี รวม 30 คน
  - 1.3 นำเครื่องมือมาปรับปรุง
  - 1.4 เก็บข้อมูลจริงจากคณะกรรมการและสมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี จำนวน 293 คน
6. นำปัญหามาเป็นแนวทางในการเปิดเวทีชาวบ้าน
7. เปิดเวทีชาวบ้านโดยกระบวนการ AIC เพื่อการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี รวมจำนวน 12 คน

๒ ๖๕๖๗

|            |                 |
|------------|-----------------|
| เลขทะเบียน | 112383          |
| วันที่     | 19 สิงหาคม 2561 |
| เลขหมู่    | ๒๕๖๘            |
|            | ๒๖๖๓            |



ภาพที่ 3.1 แสดงวิธีดำเนินการวิจัย

## ประชากร

ประชากร ได้แก่ กรรมการที่ปรึกษา จำนวน 3 คน

กรรมการบริหาร จำนวน 10 คน

สมาชิก จำนวน 280 คน

รวมทั้งสิ้น จำนวน 293 คน

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ เพศ และสถานภาพการเป็นสมาชิก

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัญหาเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า ( Rating Scale ) ชนิด 5 ระดับ จำนวน 38 ข้อ รวม 6 ด้าน เกี่ยวกับการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเองโดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์
2. ศึกษาเนื้อหาในแต่ละด้านรวม 6 ด้าน ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์
3. สร้างแบบสอบถามเพื่อเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจแก้ไขแบบสอบถาม
4. นำร่างแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจแก้ไข จากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ( Content Validity ) ได้แก่

4.1 ดร.สมภพ เจริญนาค รองอธิการบดีสถาบันราชภัฏนครสวรรค์

4.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวรรณ คงมี รองอธิการบดีสถาบันราชภัฏนครสวรรค์

ฝ่ายมาตรฐานการศึกษา

4.3 อาจารย์เสรี ชาเหลา คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สถาบันราชภัฏนครสวรรค์

4.4 นายสาขันธ์ แก้วกลีกรรม อดีตผู้อำนวยการการประถมศึกษา  
จังหวัดนครสวรรค์

4.5 นายวิโรจน์ เทศนา ผู้อำนวยการการประถมศึกษาจังหวัดอุทัยธานี  
โดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านพิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้น เป็นตัวแทนของปัญหาเกี่ยวกับการจัดการศูนย์สาธิต  
การตลาดตามหลักสหกรณ์

0 เมื่อแน่ใจไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้น เป็นตัวแทนของปัญหาเกี่ยวกับการจัดการศูนย์สาธิต  
การตลาดตามหลักสหกรณ์

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้น ไม่เป็นตัวแทนของปัญหาเกี่ยวกับการจัดการศูนย์สาธิต  
การตลาดตามหลักสหกรณ์ แล้วนำคะแนนที่ได้มาแทนค่าลงในสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับความคิดเห็น

$\sum R$  หมายถึง ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

( อ้างใน ช่อทิพ แสงดารา, 2536 )

5. แก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแนะนำเสนอ  
ต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้งหนึ่งเพื่อตรวจสอบแก้ไขและเสนอแนะ

6. จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลต่อไป

7. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ กับกรรมการที่ปรึกษา  
กรรมการบริหาร และสมาชิกซึ่งไม่ใช่กลุ่มประชากรในเขตตำบลหนองเต่า จำนวน 30 คน เพื่อ  
หาค่าความเชื่อมั่นและทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นตลอดจนสำนวนภาษาที่ใช้ ทั้ง  
นี้แบบสอบถามจำนวน 30 ฉบับที่ไปทดสอบ ได้คำนวณหาค่า ความเชื่อมั่น ( Reliability )  
โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (  $\alpha$  - Coefficient ) ของครอนบาค ( Cronbach ) ซึ่งได้ค่าความ  
เชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.87

8. หลังจากการทดลองใช้แบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้ได้  
แบบสอบถามที่สมบูรณ์

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ตามลำดับขั้นดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยจากบัณฑิตศึกษาศาสนาบัณฑิตวิทยาลัยถึงประธานศูนย์สถิติการตลาดตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการทำงานวิจัย

2. ขอนหนังสือจากประธานศูนย์สถิติการตลาดตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี แจ้งให้ประชากรให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้

3. ส่งแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

จากแบบสอบถามที่แจกไป จำนวน 293 ฉบับ ได้รับกลับคืนมาอย่างสมบูรณ์ จำนวน 293 ฉบับคิดเป็นร้อยละ 100

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม SPSS for windows

2.1 ข้อมูลพื้นฐานได้แก่ เพศ สถานภาพการเป็นสมาชิก ซึ่งเป็นตัวเลขในมาตรานามบัญญัติโดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

2.2 ข้อมูลปัญหาของการจัดการศูนย์สถิติการตลาดตามหลักสหกรณ์ในมาตราอันตรภาค (Interval Scale) ซึ่งเป็นตัวเลขมาตราอันตรภาคโดยหาค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ )

สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

- ค่าคะแนนเฉลี่ย (  $\mu$  )
- ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (  $\sigma$  )
- ค่าความเชื่อมั่น ( Reliability ) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีหาค่า

สัมประสิทธิ์แอลฟาสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left( \frac{1 - \sum Si^2}{S^2X} \right)$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

$N$  แทน จำนวนข้อของเครื่องมือ

$Si^2$  แทน คะแนนความแปรปรวนรายข้อ

$S^2X$  แทน คะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

เกณฑ์

เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่  $\mu$  ,  $\sigma$  เพื่อหาค่าเฉลี่ยดังนี้

1.00-1.50 หมายถึง มีปัญหาน้อยที่สุด

1.51-2.50 หมายถึง มีปัญหาค่อนข้างน้อย

2.51-3.50 หมายถึง มีปัญหาในระดับปานกลาง

3.51-4.50 หมายถึง มีปัญหาในระดับมาก

4.51-5.00 หมายถึง มีปัญหาในระดับมากที่สุด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการแปลความหมายและการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยแบ่งดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการแสดงผลข้อมูลส่วนตัวของประชากรสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

ตอนที่ 3 รูปแบบการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยขอเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

$N$  แทน จำนวนประชากรสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์

$\mu$  แทน ค่าเฉลี่ย

$\sigma$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 1 ผลการแสดงผลข้อมูลส่วนตัวของประชากรสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์

ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

ตารางที่ 4.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ และสถานภาพการเป็นสมาชิก

| สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------|-------|--------|
| เพศ                       |       |        |
| - ชาย                     | 112   | 38.23  |
| - หญิง                    | 181   | 61.77  |
| รวม                       | 293   | 100.00 |
| สถานภาพการเป็นสมาชิก      |       |        |
| - คณะกรรมการที่ปรึกษา     | 3     | 1.02   |
| - คณะกรรมการบริหาร        | 10    | 3.41   |
| - สมาชิก                  | 280   | 95.56  |
| รวม                       | 293   | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า จำนวนสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.77 ( จำนวน 181 คน ) และเป็นเพศชาย ร้อยละ 38.23 ( จำนวน 112คน ) และสถานภาพการเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนที่เป็นสมาชิก ร้อยละ 95.56 ( จำนวน 280 คน ) มากกว่าคณะกรรมการที่ปรึกษาร้อยละ 1.02 ( จำนวน 3 คน ) และคณะกรรมการบริหาร ร้อยละ 3.41 ( จำนวน 10 คน )

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตาม

หลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาธิตการตลาดตาม

หลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

| ลำดับที่ | ศูนย์สาธิตการตลาด    | $\mu$ | $\sigma$ | ระดับปัญหา |
|----------|----------------------|-------|----------|------------|
| 1.       | ด้านการอบรมทรัพย์สิน | 3.31  | 0.59     | ปานกลาง    |
| 2.       | ด้านเงินทุน          | 3.31  | 0.54     | ปานกลาง    |
| 3.       | ด้านการขาย           | 3.25  | 0.42     | ปานกลาง    |
| 4.       | ด้านการตลาด          | 2.82  | 0.54     | ปานกลาง    |
| 5.       | ด้านบัญชี            | 3.28  | 0.55     | ปานกลาง    |
| 6.       | ด้านการเงิน          | 4.00  | 0.68     | มาก        |
|          | รวม                  | 3.33  | 0.24     | ปานกลาง    |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาโดยรวมในระดับ ปานกลาง ( $\mu = 3.33$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงปัญหาค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยมาปรากฏว่า ด้านการเงิน ( $\mu = 4.00$ ) มีปัญหามาก ปัญหารองลงมาคือด้านการอบรมทรัพย์สินและด้านเงินทุน ( $\mu = 3.31$ ) ด้านบัญชี ( $\mu = 3.28$ ) ด้านการขาย ( $\mu = 3.25$ ) และด้านการตลาด ( $\mu = 2.82$ )

เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ละเอียดยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี เป็นรายด้านและรายข้อดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาริตการตลาด  
ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านออมทรัพย์

| ลำดับ<br>ที่ | การออมทรัพย์                                                                | ระดับปัญหา |          |         |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------|----------|---------|
|              |                                                                             | $\mu$      | $\sigma$ | ระดับ   |
| 1.           | การดำเนินการจัดทำระบบกองทุนรวมชุมชน<br>ของศูนย์สาริตการตลาด                 | 3.75       | 1.01     | มาก     |
| 2.           | ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการรับฝากเงินของสมาชิก<br>ศูนย์สาริตการตลาด          | 2.80       | 1.25     | ปานกลาง |
| 3.           | จำนวนเงินหุ้นพิเศษของศูนย์สาริตการตลาด                                      | 3.55       | 1.01     | มาก     |
| 4.           | การจัดทำทะเบียนสมาชิก/การถือหุ้นและทะเบียน<br>ทรัพย์สินของศูนย์สาริตการตลาด | 3.69       | 1.02     | มาก     |
| 5.           | การนำเงินฝากธนาคารประเภทฝากออมทรัพย์ฝาก<br>ประจำและกระแสรายวัน              | 2.79       | 1.23     | ปานกลาง |
|              | รวม                                                                         | 3.31       | 0.59     | ปานกลาง |

จากตารางที่ 43 พบว่า ศูนย์สาริตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า  
อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านออมทรัพย์ในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.31$ ) เมื่อ  
พิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัญหามากคือปัญหาข้อที่ 1  
การดำเนินการจัดทำระบบกองทุนรวมชุมชนของศูนย์สาริตการตลาด ( $\mu = 3.75$ ) รองลงมาคือ  
ปัญหาที่ 4 การจัดทำทะเบียนสมาชิก/การถือหุ้นและทะเบียนทรัพย์สินของศูนย์สาริตการตลาด  
( $\mu = 3.69$ ) และข้อที่มีปัญหาน้อย ปัญหาข้อที่ 5 การนำเงินฝากธนาคารประเภทฝากออม  
ทรัพย์ ฝากประจำและกระแสรายวัน ( $\mu = 2.79$ )

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาริตการตลาด  
ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านเงินทุน

| ลำดับ<br>ที่ | เงินทุน                                                                                    | ระดับปัญหา |          |         |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------|---------|
|              |                                                                                            | $\mu$      | $\sigma$ | ระดับ   |
| 6.           | การหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำหรือไม่มีดอกเบี้ยของศูนย์สาริตการตลาด                          | 3.94       | 0.98     | มาก     |
| 7.           | การจูงใจสมาชิกในการระดมเงินทุนพิเศษเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน                            | 4.04       | 0.97     | มาก     |
| 8.           | การดำเนินการกู้เงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น ธนาคาร สหกรณ์ เพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน | 2.66       | 1.22     | ปานกลาง |
| 9.           | การแปลงเงินงบประมาณสนับสนุนให้เป็นเงินทุนร่วมดำเนินการ                                     | 2.56       | 1.00     | ปานกลาง |
| 10.          | การแปลงมูลค่าแรงให้เป็นทุนเงินหุ้น                                                         | 2.57       | 1.04     | ปานกลาง |
| 11.          | การฝึกอบรมให้ความรู้และประสบการณ์แก่สมาชิกด้านออมทรัพย์และเงินทุน                          | 4.09       | 0.91     | มาก     |
|              | รวม                                                                                        | 3.31       | 0.54     | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ศูนย์สาริตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านเงินทุนในระดับ ปานกลาง (  $\mu = 3.31$  ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัญหามากคือ ปัญหาที่ 11 การฝึกอบรมให้ความรู้และประสบการณ์แก่สมาชิกด้านออมทรัพย์และเงินทุน (  $\mu = 4.09$  ) รองลงมาคือปัญหาที่ 7 การจูงใจสมาชิกในการระดมเงินทุนพิเศษเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน (  $\mu = 4.04$  ) และปัญหาน้อยคือปัญหาที่ 9 การแปลงเงินสนับสนุนให้เป็นเงินทุนร่วมดำเนินการ (  $\mu = 2.56$  )

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาริตการตลาด  
ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านการขาย

| ลำดับ<br>ที่ | การขาย                                                                             | ระดับปัญหา |          |         |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------|---------|
|              |                                                                                    | $\mu$      | $\sigma$ | ระดับ   |
| 12.          | การคัดเลือกสินค้าคุณภาพเพื่อบริการให้แก่สมาชิก<br>และบุคคลภายนอก                   | 2.65       | 1.24     | ปานกลาง |
| 13.          | การบริการด้านการขายลักษณะบรรจุหีบห่อตราสินค้า<br>มาตรฐาน อบ. สีและขนาดให้แก่ลูกค้า | 2.57       | 1.17     | ปานกลาง |
| 14.          | การวิเคราะห์สินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่สมาชิก<br>และบุคคลภายนอก                   | 3.91       | 1.01     | มาก     |
| 15.          | ทำเลที่ตั้งในการจัดวางสินค้าจำหน่ายของศูนย์สาริต<br>การตลาด                        | 2.60       | 1.17     | ปานกลาง |
| 16.          | การกำหนดราคาสินค้า/การแสดงสินค้า/และการ<br>ระบายสินค้า                             | 3.79       | 1.05     | มาก     |
| 17.          | การควบคุมตรวจสอบสินค้า/การทำความสะอาดสินค้า                                        | 3.93       | 0.91     | มาก     |
| 18.          | การส่งเสริมการขายสินค้าที่ผลิตขึ้นของในชุมชน                                       | 4.02       | 0.87     | มาก     |
| 19.          | การแนะนำสินค้าใหม่และเลหลังสินค้าเก่า                                              | 2.54       | 1.12     | ปานกลาง |
|              | รวม                                                                                | 3.25       | 0.42     | ปานกลาง |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ศูนย์สาริตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านการขายในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.25$ ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่าข้อที่มีปัญหามากคือปัญหาที่ 18 การส่งเสริม การขายสินค้าที่ผลิตขึ้นของในชุมชน ( $\mu = 4.02$ ) รองลงมาคือ ปัญหาที่ 17 การควบคุม ตรวจสอบสินค้า/การทำความสะอาดสินค้า ( $\mu = 3.93$ ) และน้อยคือ ปัญหาที่ 19 การแนะนำสินค้าใหม่และเลหลังสินค้าเก่า ( $\mu = 2.54$ )

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สถิติการตลาดตาม  
หลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านการตลาด

| ลำดับ<br>ที่ | การตลาด                                                                              | ระดับปัญหา |          |              |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------|--------------|
|              |                                                                                      | $\mu$      | $\sigma$ | ระดับ        |
| 20.          | การวิเคราะห์ความต้องการสินค้าของลูกค้า                                               | 3.76       | 1.12     | มาก          |
| 21.          | การใช้ระบบข้อมูลในการวางแผนการตลาดเพื่อ<br>เจาะจงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า              | 3.90       | 0.98     | มาก          |
| 22.          | การส่งเสริมการตลาดแบบขายตรง                                                          | 2.46       | 1.26     | ค่อนข้างน้อย |
| 23.          | การสร้างระบบในการพัฒนาเครือข่ายการตลาด                                               | 2.35       | 1.07     | ค่อนข้างน้อย |
| 24.          | การจัดงานร้านค้าชุมชนหรือตลาดนัดชุมชน                                                | 2.52       | 1.17     | ปานกลาง      |
| 25.          | การจัดทำตลาดแบบ 2 ทาง ได้แก่ตลาดซื้อและ<br>ตลาดขาย                                   | 2.29       | 1.08     | ค่อนข้างน้อย |
| 26.          | การสร้างเครื่องหมายผลิตภัณฑ์และการบรรจุ<br>ผลิตภัณฑ์ ( หีบห่อ ) เพื่อส่งเสริมการตลาด | 2.53       | 1.15     | ปานกลาง      |
|              | รวม                                                                                  | 2.82       | 0.54     | ปานกลาง      |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ศูนย์สถิติการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า  
อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านการตลาดในระดับปานกลาง (  $\mu = 2.82$  ) เมื่อ  
พิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัญหามาก คือปัญหาที่ 21 การใช้  
ระบบข้อมูลในการวางแผนการตลาดเพื่อเจาะจงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า (  $\mu = 3.90$  ) รองลงมา  
คือ ปัญหาที่ 20 การวิเคราะห์ความต้องการสินค้าของลูกค้า (  $\mu = 3.76$  ) และน้อยคือ ปัญหา  
ที่ 25 การจัดทำตลาดแบบ 2 ทาง ได้แก่ตลาดซื้อ และตลาดขาย (  $\mu = 2.29$  )

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาริตการตลาด  
ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านบัญชี

| ลำดับ<br>ที่ | บัญชี                                                         | ระดับปัญหา |          |              |
|--------------|---------------------------------------------------------------|------------|----------|--------------|
|              |                                                               | $\mu$      | $\sigma$ | ระดับ        |
| 27.          | การจัดให้มีเอกสารต่าง ๆ และคู่มือแนะนำ<br>ศูนย์สาริตการตลาด   | 2.48       | 1.14     | ค่อนข้างน้อย |
| 28.          | การจัดให้มีสมุดบัญชีที่จำเป็นทุกประเภท                        | 3.98       | 0.94     | มาก          |
| 29.          | การจัดทำบัญชีประเภทต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน                     | 4.03       | 0.92     | มาก          |
| 30.          | การจัดให้มีระบบการจัดเก็บและค้นหาข้อมูลทาง<br>บัญชีและการเงิน | 4.09       | 0.91     | มาก          |
| 31.          | การจัดให้มีการสอนงานและฝึกทดลองเรื่องการ<br>จัดทำบัญชี        | 2.53       | 1.09     | ปานกลาง      |
| 32.          | การแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ตรวจสอบ หรือที่<br>ปรึกษาทางบัญชี     | 2.60       | 1.19     | ปานกลาง      |
|              | รวม                                                           | 3.28       | 0.55     | ปานกลาง      |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ศูนย์สาริตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านบัญชีในระดับปานกลาง ( $\mu = 3.28$ ) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัญหามากคือ ปัญหาที่ 30 การจัดให้มีระบบการจัดเก็บและค้นหาข้อมูลทางบัญชีและการเงิน ( $\mu = 4.09$ ) รองลงมาคือ ปัญหาที่ 29 การจัดทำบัญชีประเภทต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน ( $\mu = 4.03$ ) และข้อที่มีปัญหาน้อยคือ ปัญหาที่ 27 การจัดให้มีเอกสารต่าง ๆ และคู่มือแนะนำศูนย์สาริตการตลาด ( $\mu = 2.48$ )

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาริตการตลาด  
ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านการเงิน

| ลำดับ<br>ที่ | การเงิน                                                                     | ระดับปัญหา |          |       |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------|----------|-------|
|              |                                                                             | $\mu$      | $\sigma$ | ระดับ |
| 33.          | การควบคุมการเบิกจ่ายเงินและการรับจ่ายเงินของ<br>คณะกรรมการศูนย์สาริตการตลาด | 3.91       | 0.95     | มาก   |
| 34.          | การจัดทำและควบคุมงบประมาณรายจ่ายของศูนย์<br>สาริตการตลาด                    | 4.00       | 0.93     | มาก   |
| 35.          | การประเมินผลกิจการของศูนย์สาริตการตลาด                                      | 3.95       | 0.92     | มาก   |
| 36.          | การรายงานผลการจัดทำบดุล(กำไร-ขาดทุน)                                        | 4.01       | 0.92     | มาก   |
| 37.          | แสดงสถานะทางธุรกิจของศูนย์สาริตการตลาด                                      | 4.10       | 0.93     | มาก   |
| 38.          | การประชุมชี้แจงเพื่อสรุปผลการดำเนินการของ<br>ศูนย์สาริตการตลาดในรอบปี       | 4.08       | 0.90     | มาก   |
|              | รวม                                                                         | 4.00       | 0.68     | มาก   |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ศูนย์สาริตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า  
อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านการเงินในระดับมาก ( $\mu = 4.00$ ) เมื่อพิจารณาค่า  
เฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัญหามากคือ ปัญหาที่ 37 แสดงสถานะทาง  
ธุรกิจของศูนย์สาริตการตลาด ( $\mu = 4.10$ ) รองลงมาคือ ปัญหาที่ 38 การประชุมชี้แจงเพื่อ  
สรุปผลการดำเนินการของศูนย์สาริตการตลาดในรอบปี ( $\mu = 4.08$ ) และข้อที่มีปัญหาน้อยคือ  
ปัญหาที่ 33 การควบคุมการเบิกจ่ายเงิน และการรับจ่ายเงินของคณะกรรมการศูนย์สาริตการตลาด  
( $\mu = 3.91$ )

ตอนที่ 3 รูปแบบการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์และผลการวิเคราะห์ข้อมูล  
การจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์

ในการที่จะสร้างรูปแบบการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ผู้วิจัยได้จัด  
เวทีชาวบ้าน ที่ตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม  
โดยเทคนิค AIC ในวันที่ 24 ธันวาคม พุทธศักราช 2544 เพื่อทราบปัญหาเพิ่มเติมและ  
ความต้องการในอนาคต และเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการสหกรณ์และจากการใช้กระบวนการ  
AIC จากคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ รวม 12 คน ทำให้ทราบปัญหาดังนี้

1. คณะกรรมการบางคนมีร้านค้าอยู่เป็นของตนเอง
2. คณะกรรมการไม่เข้มแข็ง ไม่ร่วมมือกันอย่างจริงจัง
3. ขายเงินเชื่อ ไม่ค่อยได้เงินเพราะทวงยาก
4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูง
5. สถานที่อยู่ห่างไกลชุมชน
6. บริเวณใกล้เคียงของศูนย์สาธิตการตลาดมีร้านค้าหรือสินค้ามาขาย เช่น หมู่บ้าน  
หมู่ที่ 1-3 มีสินค้ามาขายและหมู่บ้านที่ 4 มีกลุ่มเครดิตยูเนียน
7. สินค้าที่ขายราคาสูงกว่าท้องตลาด
8. ทุกวันพุธจะมีตลาดนัดนำสิ่งของมาขายในบริเวณใกล้เคียง ผู้บริโภคซื้อสินค้า  
มาก
9. เงินทุนในการดำเนินการมีน้อย

เงินทุนของศูนย์สาธิตการตลาด

1. ทุนออมทรัพย์ ได้จากสมาชิกออมทรัพย์ เงินออมทรัพย์ 1 เดือน
2. เงินลงทุนศูนย์สาธิตการตลาด
3. สถานที่ตั้งในบริเวณวัดสร้างโดยเงินมียาชาว่า 4 แสนบาท

ปัญหา

1. คณะกรรมการไม่เข้มแข็ง
2. ขายเงินเชื่อ ทวงยาก
3. แหล่งสินค้าที่มาจากอยู่ไกลทำให้ราคาแพง
4. สถานที่อยู่ห่างไกลชุมชน ขายได้น้อย
5. ค่าใช้จ่ายสูง
6. สินค้าบางชนิดราคาสูงกว่าท้องตลาด
7. ให้คณะกรรมการช่วยเหลือให้มากกว่านี้

8. ให้เจ้าหน้าที่จัดทำบัญชีซื้อขาย เพื่อขยายต้นทุน – กำไร
9. สมาชิกถือหุ้นน้อย

#### ความต้องการของศูนย์สาธิตการตลาดในอนาคต

1. อยากให้ทุกหมู่บ้านเข้ามาเป็นเครือข่ายของศูนย์สาธิตการตลาด โดยให้ทุกหมู่บ้านเข้ามาถือหุ้น
2. ตั้งศูนย์เครือข่ายย่อย
3. ต้องการมีปั้มน้ำมันที่ทันสมัย
4. ต้องการมีเงินทุนเพิ่ม
5. ต้องการให้ทุกคนคือกรรมการและสมาชิกช่วยกันแก้ปัญหา
6. อยากให้สมาชิกมาประชุมกัน 2 เดือน / ครั้ง
7. อยากให้มีเจ้าหน้าที่ทะเบียนโดยเฉพาะ
8. อยากให้มีการตรวจสอบ
9. อยากให้มีสินค้าเพิ่มขึ้น
10. อยากให้สมาชิก มาช่วยกันทำให้ดี
11. ต้องการขยายศูนย์ไปอยู่ที่ชุมชน
12. ต้องการคณะกรรมการมาประชุมให้ตรงเวลา
13. อยากได้งบประมาณจากส่วนอื่นมาสนับสนุน
14. อยากให้สมาชิกมาช่วยกันซื้อของมากกว่านี้

#### รูปแบบการพัฒนาการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์

หลังจากทราบปัญหาเพิ่มเติมและความต้องการของศูนย์แล้วผู้วิจัยได้จัดทำเวทีชาวบ้าน

ต่อ เพื่อสร้างรูปแบบในแต่ละด้านปรากฏดังนี้

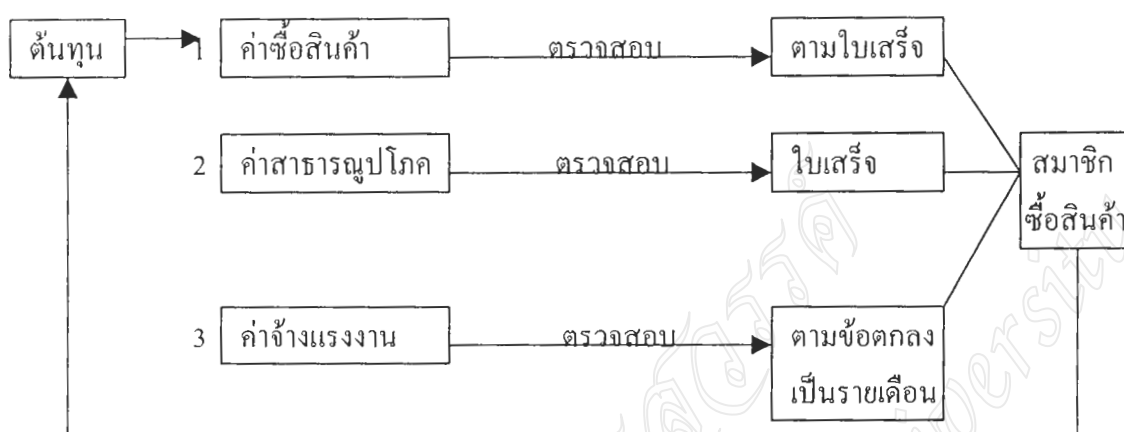
ก. ด้านออมทรัพย์ มีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้อง

พัฒนา

1. การดำเนินการจัดทำระบบกองทุนรวมชุมชนของศูนย์สาธิตการตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

- 1.1 มอบอำนาจให้ผู้มีอำนาจในรูปของคณะกรรมการ จำนวน 3 คน
- 1.2 ฝ่ายตรวจสอบสินค้า จำนวน 3 คน



ภาพที่ 4.1 แสดงรูปแบบการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดที่ได้มาจากระบวนการ AIC

## 2. จำนวนเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการของศูนย์สาธิตการตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1. การจำหน่ายสินค้า ( เงินเชื่อ ) จ่ายไปตามกำหนดถึงสิ้นปี
2. ให้สินเชื่อได้ไม่เกินจำนวนเงินเดือนหุ้นของแต่ละราย
3. ตกลงเมื่อสิ้นปีไม่ชำระ ดำเนินการหักจากเงินถือหุ้นเพื่อชำระหนี้
4. เพื่อตัดปัญหาเงินทุนหมุนเวียน
  - 4.1 เงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น
  - 4.2 หุ้นสมาชิกลดลง
5. ระดมหุ้นสมาชิกปี ละ 1 ครั้ง เพื่อเสริมหุ้นที่ลดลง
  - 5.1 การจัดสัปดาห์ออสมทรัพย์
  - 5.2 ระดมทุนเรือนหุ้น โดยการประชาสัมพันธ์เชิญชวน

## 3. การจัดทำทะเบียนสมาชิก / การถือหุ้น และทะเบียนทรัพย์สินของศูนย์สาธิตการ

ตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1. การจัดทำทะเบียนสมาชิก
2. ทำสมุดประจำตัวสมาชิก
3. ใบสมัครสมาชิกผู้ถือหุ้น

ข. ด้านเงินทุนมีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้องพัฒนา

1. การหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำหรือไม่มีดอกเบี้ยของศูนย์สาธิตการตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1.1 ไม่ปล่อยเงินกู้

1.2 ไม่กู้

2. การจูงใจสมาชิกในการระดมเงินหุ้นพิเศษ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

2.1 จัดระดมเงินหุ้น

2.2 ปั่นผลให้สูงกว่าเดิมจนเกิดความพึงพอใจ

2.3 ปีใหม่หรือเทศกาลสำคัญให้ของขวัญแก่สมาชิกเพื่อเป็นขวัญกำลังใจ

2.4 ประกวดสมาชิกดีเด่น ด้านการซื้อและมอบรางวัลให้

2.5 จัดเทศกาลสินค้าราคาถูกประจำปี ในวันจ่ายเงินปันผล

3. การฝึกอบรมให้ความรู้และประสบการณ์แก่สมาชิกด้านการออมทรัพย์และ

เงินทุน

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

3.1 ศึกษาดูงานของคณะกรรมการปีละ 1 ครั้ง

3.2 อบรมให้ความรู้สอนวิธีทำงานปีละ 1 ครั้ง (เชิญวิทยากรภายนอก)

3.3 แลกเปลี่ยนความรู้กับกลุ่มสมาชิกอื่นที่ประสบผลสำเร็จ

ค. ด้านการขายและการตลาดมีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุด ที่ต้องแก้ไข

และต้องพัฒนา

1. การวิเคราะห์สินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายแก่สมาชิกและบุคคลภายนอก

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1.1 ขายสินค้าให้มีราคาขายถูกกว่าท้องตลาด

1.2 จัดหาสินค้าที่มีราคาถูก และมีคุณภาพตามมาตรฐาน (อบ.)

มาจำหน่าย

1.3 จัดหาสินค้าที่แปลก - ใหม่ กว่าท้องตลาดที่มีอยู่มาจำหน่าย

1.4 ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้สมาชิกทราบสินค้าที่มาจำหน่าย

และสนใจที่จะซื้อสินค้า

1.5 การสร้างแรงจูงใจ

1.6 ส่งเสริมสินค้าที่ผลิตในชุมชน

1.6.1 จัดหาแหล่งวัสดุที่ดีราคาค้นทุนถูกมาสนับสนุน

1.6.2 เชิญวิทยากรให้คำแนะนำ

2. กำหนดราคาสินค้า / การแสดงสินค้าและการระบายสินค้า

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

2.1 ดัดป้ายราคาสินค้า

2.2 ในบางโอกาสต้องขายเท่าทุนเพื่อไม่ให้สินค้าตกค้าง

2.3 ประชาสัมพันธ์โดยการตั้งโชว์วางในที่เหมาะสมในร้านและ  
ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ ( โฆษณา )

2.4 มีส่วนร่วมและสนับสนุนสินค้าชุมชน

3. การควบคุมตรวจสอบสินค้า / การทำความสะอาดสินค้า

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

3.1 ตรวจสอบราคาสินค้าในท้องตลาด

3.2 ติตรราคาขายให้ถูกกว่าหรือใกล้เคียงกับราคาสินค้าในท้องตลาด

3.3 ทำความสะอาดด้วยการเช็ดเก็บกวาดทุกวัน ( สินค้าแห้งหรือที่  
บรรจุหีบห่อ )

3.4 สนับสนุนสินค้าในชุมชน

4. การส่งเสริมการขายสินค้าที่ผลิตขึ้นในชุมชน

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

4.1 สนับสนุนเงินทุน

4.2 จัดหาแหล่งวัตถุดิบสนับสนุน

4.3 จัดหาตลาดทั้งในชุมชนและนอกชุมชน

4.4 อบรบให้ความรู้ด้านการพัฒนาฝีมือ

ง. ด้านการตลาดมีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้อง  
พัฒนา

1. การวิเคราะห์ความต้องการสินค้าของลูกค้า

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1.1 ออกแบบสอบถามให้ลูกค้าตอบแล้วส่งกลับคืนศูนย์สาริตการ  
ตลาด

1.2 ให้เจ้าหน้าที่ของศูนย์สาริตการตลาดออกสัมภาษณ์ความต้องการ  
สินค้าของลูกค้า

### 1.3 ศึกษาข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาถามซื้อสินค้าในศูนย์สาธิต

#### การตลาด

### 1.4 ศึกษาสินค้าใหม่ในท้องตลาดทั่วไปที่เป็นที่นิยมในส่วนรวม

#### ส่งมาจำหน่าย

### 1.5 ตั้งโชว์สินค้าใหม่

### 1.6 ให้สั่งจองสินค้าที่ลูกค้าต้องการ

## 2. การใช้ระบบข้อมูลในการวางแผนการตลาดเพื่อเจาะจงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า

### รูปแบบที่ได้การพัฒนา

### 2.1 สังเกตและศึกษาข้อมูลสินค้าที่มีชื่อเสียงในท้องตลาด

### 2.2 สำรวจความสนใจตามต้องการของลูกค้า

### 2.3 ใช้ระบบจำหน่ายสินค้าเงินเชื่อ

## จ. ด้านการบัญชีมีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้อง

### พัฒนา

## 1. การจัดให้มีสมุดบัญชีที่จำเป็นทุกประเภท

### รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

### 1.1 จัดทำบัญชีที่เกี่ยวข้องทุกประเภท

#### 1.1.1 บัญชีเงินสด

#### 1.1.2 บัญชีรายได้และหนี้สิน

#### 1.1.3 บัญชีรายจ่ายและทรัพย์สิน

#### 1.1.4 บัญชีงบกำไร-ขาดทุน

#### 1.1.5 บัญชีงบดุล

### 1.2 จัดอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ ( ฝึกปฏิบัติ )

### 1.3 ศึกษาดูงาน

## 2. การจัดทำบัญชีประเภทต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน

### รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

### 2.1 การอบรมให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ ( ฝึกปฏิบัติ )

### 2.2 มีการตรวจสอบบัญชีเป็นประจำและบ่อยครั้งพร้อมที่จะได้รับ

#### การตรวจสอบจากบุคคลภายนอก

### 2.3 กำหนดคุณ-โทษผู้ที่ทำผิดระเบียบและข้อตกลง

### 3. การจัดให้มีระบบการจัดเก็บและค้นหาข้อมูลทางบัญชีและการเงิน

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

#### 3.1 จัดหาตู้เก็บเอกสาร

#### 3.2 จัดอบรมด้วยการปฏิบัติจริงแก่เจ้าหน้าที่

#### 3.3 แต่งตั้งเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

### จ. ด้านการเงินมีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้องพัฒนา

การควบคุมการเบิกจ่ายเงินและการรับจ่ายเงินของคณะกรรมการศูนย์สาริต

การตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

#### 1. แต่งตั้งในรูปของคณะกรรมการ

#### 2. การรับ – จ่ายเงินต้องมีหลักฐาน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ

#### 3. แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมโดยเทคนิค AIC ในประเด็นปัญหาสำคัญ 6 ด้าน คือ ด้านการอบรมทรัพย์สิน ด้านเงินทุน ด้านการขาย ด้านการตลาด ด้านบัญชี และด้านการเงิน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ประชากรทั้งสิ้น 293 คน โดยเป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาจำนวน 3 คน คณะกรรมการบริหาร จำนวน 10 คน และสมาชิกผู้ถือหุ้น จำนวน 280 คน รวมจำนวน 293 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามมาตราส่วนประมาณ (Rating Scale ) ชนิด 5 ระดับ เกี่ยวกับสภาพปัญหาการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามประธานกรรมการที่ปรึกษาของศูนย์สาธิตการตลาด เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้สมาชิกของศูนย์สาธิตการตลาดที่เป็นประชากร จำนวน 293 คน ได้ตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้ส่งด้วยตนเองและได้ชี้แจงจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้คำตอบตามความเป็นจริงใช้เวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 5 ตุลาคม 2544 ถึงวันที่ 20 พฤศจิกายน 2544 รวม 47 วัน และได้แบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น 293 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และเก็บข้อมูลจากการจัดทำเวทีชาวบ้านด้วยกระบวนการ AIC ในวันที่ 24 ธันวาคม 2544 จากประชากร 12 คน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาผู้วิจัยได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ พบว่าแบบสอบถามทั้งหมด 293 ฉบับ มีความสมบูรณ์และสามารถนำไปวิเคราะห์ได้ จึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ( SPSS for windows 10.0 ) ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และร้อยละ
2. การวิเคราะห์ระดับการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ( $\mu$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $\sigma$ )

### สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - 1.1 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.77
  - 1.2 สถานภาพการเป็นสมาชิกส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 95.56
2. จากการศึกษาสภาพปัญหาการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี แบ่งเป็น 6 ด้านคือ ด้านการออมทรัพย์ ด้านเงินทุน ด้านการขาย ด้านการตลาด ด้านบัญชีและด้านการเงิน พบว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด มีปัญหาระดับมาก คือด้านการเงินและมีปัญหาระดับปานกลาง เรียงตามปัญหาคือด้านการออมทรัพย์ ด้านเงินทุน ด้านบัญชี ด้านการขาย และด้านการตลาด
3. ข้อที่มีปัญหามากคือ การดำเนินการจัดทำระบบกองทุนรวมชุมชนของศูนย์สาธิตการตลาด รองลงมาคือการจัดทำทะเบียนสมาชิก/การถือหุ้นและทะเบียนทรัพย์สินของศูนย์สาธิต
 

ด้านเงินทุน

ข้อที่มีปัญหามากคือ การฝึกอบรมให้ความรู้และประสบการณ์ด้านออมทรัพย์ และเงินทุน รองลงมาคือ การจูงใจให้สมาชิกในการระดมเงินทุนพิเศษเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน

ด้านการขาย

ข้อที่มีปัญหามากคือ การส่งเสริมการขายสินค้าที่ผลิตขึ้นเองในชุมชน รองลงมาคือ การควบคุมตรวจสอบสินค้า/การทำความสะอาดสินค้า

ด้านการตลาด

ข้อที่มีปัญหามากคือ การใช้ระบบข้อมูลในการวางแผนการตลาดเพื่อเจาะจงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า รองลงมาคือ การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า

### ด้านบัญชี

ข้อที่มีปัญหามากคือ การจัดให้มีระบบการจัดเก็บและค้นหาข้อมูลทางบัญชีและการเงิน รองลงมาคือ การทำบัญชีประเภทต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน

### ด้านการเงิน

ข้อที่มีปัญหามากคือ การแสดงสถานะทางธุรกิจของศูนย์สาธิตการตลาด รองลงมาคือ การประชุมชี้แจงเพื่อสรุปผลการดำเนินงานของศูนย์การตลาดในรอบปี

4. ปัญหาที่ได้เปิดเวทีชาวบ้านโดยกระบวนการ AIC ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี รวมจำนวน 12 คน โดยการระดมสมองจากคณะกรรมการฝ่ายต่างๆ ทำให้ทราบปัญหาคือ

1. คณะกรรมการบางคนมีร้านค้าย่อยเป็นของตนเอง
2. คณะกรรมการไม่เข้มแข็งไม่ร่วมมือกันอย่างจริงจัง
3. ขยายเงินเชื่อไม่ค่อยได้เงินเพราะทวงยาก
4. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูง
5. สถานที่อยู่ห่างไกลชุมชน
6. บริเวณใกล้เคียงของศูนย์สาธิตการตลาดมีร้านค้าและมีกลุ่มเครดิตยูเนียน
7. สินค้าที่ขายราคาสูงกว่าท้องตลาด
8. ทุกวันพุธจะมีตลาดนัดนำสิ่งของมาขายในบริเวณใกล้เคียงผู้บริโภคซื้อสินค้ามาก
9. เงินทุนในการดำเนินการมีน้อย

ความต้องการของศูนย์สาธิตการตลาด

1. อยากให้ทุกหมู่บ้านเข้ามาเป็นเครือข่ายของศูนย์สาธิตการตลาด โดยให้ทุกหมู่บ้านเข้ามาถือหุ้น

2. ตั้งศูนย์เครือข่ายย่อย
3. ต้องการมีปั้มน้ำมันที่ทันสมัย
4. ต้องการมีเงินทุนเพิ่ม
5. ต้องการให้ทุกคนคือกรรมการและสมาชิกช่วยกันแก้ปัญหา
6. อยากให้สมาชิกมาประชุมกัน 2 เดือน / ครั้ง
7. อยากให้มีเจ้าหน้าที่ทะเบียนโดยเฉพาะ
8. อยากให้มีการตรวจสอบ
9. อยากให้มีสินค้าเพิ่มขึ้น
10. อยากให้สมาชิกมาช่วยกันทำให้ดี

11. ต้องการขยายศูนย์ไปอยู่ที่ชุมชน
12. ต้องการคณะกรรมการมาประชุมให้ตรงเวลา
13. อยากได้งบประมาณจากส่วนอื่นมาสนับสนุน
14. อยากให้สมาชิกมาช่วยกันซื้อของมากกว่านี้

การศึกษาปัญหาการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า

อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี

ด้านการออมทรัพย์

5. รูปแบบการพัฒนาการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดที่ได้จากกระบวนการ AIC

1. ด้านการออมทรัพย์ รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

- 1.1 มอบอำนาจให้ผู้มีอำนาจในรูปของคณะกรรมการ จำนวน 3 คน
- 1.2 ฝ่ายตรวจสอบสินค้า จำนวน 3 คน
- 1.3 การจำหน่ายสินค้า ( เงินเชื่อ ) จ่ายไปตามกำหนดถึงสิ้นปี
- 1.4 ให้สินเชื่อได้ไม่เกินจำนวนเงินเดือนหุ้นของแต่ละราย
- 1.5 ตกลงเมื่อสิ้นปีไม่ชำระดำเนินการหักจากเงินถือหุ้นเพื่อชำระหนี้
- 1.6 ให้ทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น
- 1.7 จัดสัปดาห์ออมทรัพย์
- 1.8 ระดมทุนเรือนหุ้นโดยการประชาสัมพันธ์เชิญชวน
- 1.9 การจัดทำทะเบียนสมาชิก
- 1.10 ทำสมุดประจำตัวสมาชิก
- 1.11 ใบสมัครสมาชิกผู้ถือหุ้น

2. ด้านเงินทุน รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

- 2.1 ไม่ปล่อยเงินกู้
- 2.2 ไม่กู้เงิน
- 2.3 จัดระดมเงินหุ้น
- 2.4 ปันผลให้สูงกว่าเดิมจนเกิดความพึงพอใจ
- 2.5 ปีใหม่หรือเทศกาลสำคัญให้ของขวัญแก่สมาชิกเพื่อเป็นขวัญกำลังใจ
- 2.6 ประกวดสมาชิกดีเด่นด้านการซื้อและมอบรางวัลให้
- 2.7 จัดเทศกาลสินค้าราคาถูกประจำปีในวันจ่ายเงินปันผล
- 2.8 ศึกษาดูงานของคณะกรรมการปีละ 1 ครั้ง

2.9 อบรมให้ความรู้สอนวิธีทำงานปีละ 1 ครั้ง ( เชิญวิทยากรภายนอก )

2.10 แลกเปลี่ยนความรู้กับกลุ่มสมาชิกอื่นที่ประสบความสำเร็จ

### 3. ด้านการขาย รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

3.1 ขายสินค้าให้มีราคาขายถูกกว่าท้องตลาด

3.2 จัดหาสินค้าที่มีราคาถูกและมีคุณภาพมาตรฐาน ( อย. ) มาจำหน่าย

3.3 จัดหาสินค้าที่แปลก-ใหม่กว่าท้องตลาดที่มีอยู่มาจำหน่าย

3.4 ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้สมาชิกทราบสินค้าที่มาจำหน่ายและสนใจที่จะซื้อสินค้า

3.5 การสร้างแรงจูงใจ

3.6 ส่งเสริมสินค้าที่ผลิตในชุมชน

### 4. ด้านการตลาด รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

4.1 ติดป้ายราคาสินค้า

4.2 ในบางโอกาสต้องขายเท่านั้นเพื่อไม่ให้สินค้าตกค้าง

### 5. ด้านการบัญชี รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

5.1 จัดทำบัญชีเงินสด

5.2 บัญชีรายได้และหนี้สิน

5.3 บัญชีรายจ่ายและทรัพย์สิน

5.4 บัญชีงบกำไร-ขาดทุน

5.5 บัญชีงบดุล

5.6 จัดหาตู้เก็บเอกสาร

5.7 จัดอบรมด้วยการปฏิบัติจริงแก่เจ้าหน้าที่

5.8 แต่งตั้งเจ้าหน้าที่เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

### 6. ด้านการเงิน รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

6.1 แต่งตั้งในรูปของคณะกรรมการ

6.2 การรับ-จ่ายเงินต้องมีหลักฐาน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ

6.3 แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ

2. ด้านการออมทรัพย์ พบว่า รูปแบบส่วนหนึ่งคือ การมอบอำนาจให้ผู้มีอำนาจในรูปคณะกรรมการ จำนวน 3 คน ซึ่งสอดคล้องกับหลักสหกรณ์ที่จะต้องทำงานในรูปคณะกรรมการ ซึ่งเป็นการกระจายอำนาจ ตามหลักการตรวจสอบ ซึ่งในรูปแบบข้อความ กำหนดให้การบริหาร

เป็นไปด้วยความโปร่งใส ถูกต้อง ตรวจสอบได้ตามหลักการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย ในปัจจุบัน

3. ด้านเงินทุน พบว่า รูปแบบส่วนหนึ่งคือ การปันผลให้สูงกว่าเดิมจนเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสหกรณ์ทั่วไปทุกแห่งโดยเฉพาะสหกรณ์ออมทรัพย์จะให้เงินปันผลแก่สมาชิกทุกคน ซึ่งเป็นขวัญและกำลังใจและเป็นไปตามระเบียบของสันนิบาตสหกรณ์ด้วย

4. ด้านการขาย พบว่า รูปแบบส่วนหนึ่ง คือ การขายสินค้าให้มีราคาถูกกว่าท้องตลาด ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจาก ในปัจจุบันมีแหล่งขายสินค้าจำนวนมากมาย ไม่ว่าในรูปของรถเร่ขาย ศูนย์ขาย สินค้าราคาถูก ตลาดนัดราคาถูก ดังนั้นการขายสินค้าราคาถูกกว่าท้องตลาดจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะ ทำให้รูปแบบการขายดำเนินไปได้อย่างดี

5. ด้านการขาย พบว่า รูปแบบหนึ่ง คือ การติดป้ายราคาสินค้า ซึ่งอาจเนื่องมาจาก ใน ปัจจุบัน ตามห้างสรรพสินค้า หรือร้านค้าทั่วไป ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ ต้องเดินดูสินค้าและราคา ควบคู่กันไป เป็นการเดินดูและเลือกซื้อสินค้าด้วยตนเอง เมื่อเกิดความพึงพอใจจึงหยิบซื้อสินค้า หรือส่งสินค้าเลข ในขณะเดียวกัน กระทั่งพหุวิชาชีพ โดยกรมการค้าภายในได้กำหนดให้ร้านค้า ได้ติดป้ายบอกราคาสินค้าไว้ด้วย ทุกชั้น ทุกอัน

6. ด้านการบัญชี พบว่า รูปแบบหนึ่งคือ ให้มีการจัดทำบัญชีหลายอย่าง เช่น บัญชีเงินสด บัญชีรายได้และหนี้สิน บัญชีรายจ่ายและทรัพย์สิน บัญชีงบกำไร - ขาดทุน บัญชีงบดุล เป็นต้น ทั้งนี้เพราะการทำบัญชีจะทำให้ทราบถึงสภาพเงิน สภาพสินค้า และสภาพการดำเนินการทุกอย่างในสหกรณ์ ซึ่งเป็นไปตามหลักโปร่งใส ตรวจสอบได้

7. ด้านการเงิน พบว่า รูปแบบหนึ่ง คือ แต่งตั้งในรูปแบบคณะกรรมการ เพราะการทำงาน ในรูปคณะกรรมการ จะทำให้มีการระดมความคิดมีการถ่วงดุล และเป็นที่ยอมรับ เพราะสังคม การทำงานของประเทศ ในปัจจุบันนิยมการทำงานในรูปคณะกรรมการมากกว่าทำงานเพียงคนเดียว โดยเฉพาะเรื่อง การเงิน ซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อนกับการทุจริต

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านการตลาดควรศึกษาข้อมูลจากลูกค้าที่สมาชิกซื้อสินค้าตลาด จนต้องศึกษาใหม่ทั่วไปที่เป็นที่นิยมในท้องตลาดการจัดวางสินค้าในทำเลที่เหมาะสมการวาง จำหน่ายราคาสินค้าต้องสะอาด ถูกหลักอนามัยที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากประชาชนหรือสมาชิก ไม่เข้าใจระบบการจัดซื้อและไม่เห็นความสำคัญของศูนย์สาธิตการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดของ (ฉวี แวนอินทร์, 2539) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าของสมาชิกที่มีต่อ ร้านสหกรณ์วิทยาลัยครูเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ จำกัด พบว่าสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าธรรมดา

ไม่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปในท้องตลาดราคาสินค้าเมื่อเทียบกับราคาสินค้าในท้องตลาดบางอย่างสูงกว่าบางอย่างราคาเท่ากันการบริการให้กับสมาชิกยังไม่ดีพอ สมาชิกในใจเรื่องการลดราคาสินค้า

จากผลการวิจัยที่พบว่าด้านการเงินของศูนย์สาธิตการตลาดมีปัญหาสูงสุดอาจเนื่องมาจากขาดแคลนทุนทรัพย์ ความรู้ความเข้าใจทางด้านการจัดการค้า การขาดความช่วยเหลือแนะนำและการสนับสนุนจากบุคคลภายนอกซึ่งสอดคล้องกับ ( กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ, 2530 : 208 – 209 ) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องกิจการทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบท โดยองค์กรประชาชนพบว่า ประชาชนที่ยากจนในชนบทมีศักยภาพที่จะช่วยเหลือตนเองได้แต่ศักยภาพดังกล่าวถูกปิดมิให้แสดงออกมาเนื่องจากเงื่อนไขภายใน เช่นระบบการกู้ยืมที่ต้องเสียดอกเบี้ยสูง ๆ และเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมสนับสนุนองค์การเพื่อการตั้งตนเองว่าควรมีการจัดหาแหล่งทรัพยากรในระดับท้องถิ่นให้มากขึ้น นอกจากนั้นเห็นว่าควรกระตุ้นให้มีการก่อตั้ง / พัฒนาองค์ชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มขึ้นให้มีความเข้มแข็งโดยอาจตั้งกลุ่มย่อย ที่สอดคล้องต้องการเฉพาะด้านของสมาชิก

#### ข้อเสนอแนะ

ผลจากการวิจัยเรื่องการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า จังหวัดอุทัยธานี มีข้อเสนอแนะที่จะเป็นประโยชน์ในการจัดการศูนย์สาธิตการตลาด ดังนี้

1. ควรจัดประชุมสัมมนาประธานกรรมการที่ปรึกษาของศูนย์สาธิตการตลาด โดยมุ่งวิเคราะห์ความสำคัญและกระบวนการจัดการในศูนย์สาธิตการตลาดเพื่อสรุปเป็นแนวทางในการยึดปฏิบัติต่อไป
2. ควรจัดโครงการสัมมนาหรืออบรมเพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจตลอดจนทัศนคติที่มีต่อการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดในท้องถิ่น
3. กระทรวงมหาดไทยควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมของศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านการเงินที่จะสนับสนุนการดำเนินการวิทยากรให้ความรู้อย่างต่อเนื่องตลอดจนการมอบหมายนโยบาย และการแสดงเจตนารมณ์ให้ชัดเจน
4. คณะกรรมการศูนย์สาธิตการตลาด ควรทำความเข้าใจกับสมาชิกเกี่ยวกับการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดให้เป็นที่เข้าใจและให้ความร่วมมือกับศูนย์สาธิตการตลาดอย่างเต็มที่
5. กระทรวงมหาดไทยควรสนับสนุนในด้านอาคารสถานที่ให้เพียงพอกับความต้องการของศูนย์สาธิตการตลาด เพื่อที่จะได้ดำเนินกิจกรรมได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาการเปรียบเทียบการพัฒนาศูนย์สาธิตการตลาดในเขตจังหวัดอื่น ๆ ด้วย
2. ควรศึกษาผลกระทบที่มีต่อการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดในทุก ๆ ด้าน
3. ควรศึกษาสภาพการบริหารงานของศูนย์สาธิตการตลาดที่พึงประสงค์ในท้องถิ่น
4. ควรศึกษาการติดตามผลการปฏิบัติงานของประธานกรรมการศูนย์สาธิตการตลาด
5. ควรศึกษาความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ในเขตอื่น ๆ
6. ควรศึกษาระบบในการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ในระดับประเทศ

### บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ. การพึ่งตนเอง : ศักยภาพในการพัฒนาการของ

ชนบท. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2530.

คณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ,สำนักงาน. คู่มือการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

กิจกรรมสหกรณ์โรงเรียนประถมศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการ.ป.ท. ,  
ม.ป.ป.

ฉวี แวนอินทร์. การศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าของสมาชิกที่มีต่อร้านค้าสหกรณ์

วิทยาลัยครูเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร. มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์, 2529.

ฉอาน วุฒิกรรมการึกษา. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

ในโครงการสร้างงานในชนบท ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการที่ได้รับรางวัลดีเด่นของ  
ตำบลทุ่งพยอม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร. มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์, 2525.

ถวิล เลิศประเสริฐ. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานสหกรณ์การซื้อสหกรณ์การขาย การซื้อและการ

บริการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช, 2528.

บุญช่วย วาณิชชาติ. การศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกที่มีต่อร้านค้าสหกรณ์ในเขต

กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2523. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร. จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2524.

พรศักดิ์ พัชรพจนานกรณ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกิจกรรมสหกรณ์

การเกษตร ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด จังหวัดเพชรบุรี.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530.

ศราวณีษฐ์ ศรีเนาวรัตน์. แนวทางการปรับปรุงงานขายสินค้าของสหกรณ์ร้านค้า : ศึกษาเฉพาะ

กรณีร้านค้าสหกรณ์กรุงเทพฯ จำกัด บางลำภู. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญา  
โทบริหาร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2526

ส่งเสริมสหกรณ์, กรม. อุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์. กรุงเทพฯ : ฝ่ายเผยแพร่และ

ประชาสัมพันธ์, 2542.

สุชาติ สุวรรณ. การพัฒนาเด็กในชนบท การศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่นและประชาชน

ในการดำเนินงานพัฒนาเด็กเล็ก จังหวัดนครศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
โทบริหาร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2530.

อาสาฬห์ เกษมทรัพย์. ปัจจัยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียนชุมชนของผู้ปกครองในเขต  
อำเภอบางมูลนาก จังหวัดพิจิตร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัย  
เกษตรศาสตร์, 2524.

Anderson, Wight. **Rural Community Organization**. New York : John Wiley and Sons,  
1952.

Beal, G.W. **Sociological Perspectives of Domestic Development**. Ames Iowa : The Iowa  
State University Press, 1971.

Brown, T.W. **Why Community Participation**. New York : Macmillan., 1982.

May. D.G. **Social Participation of Individuals in Four Rurals**. New York : Harper and  
Row, 1951.