



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการเพื่อให้ได้ทราบข้อเท็จจริง ในปัญหาการวิจัยเพื่อการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

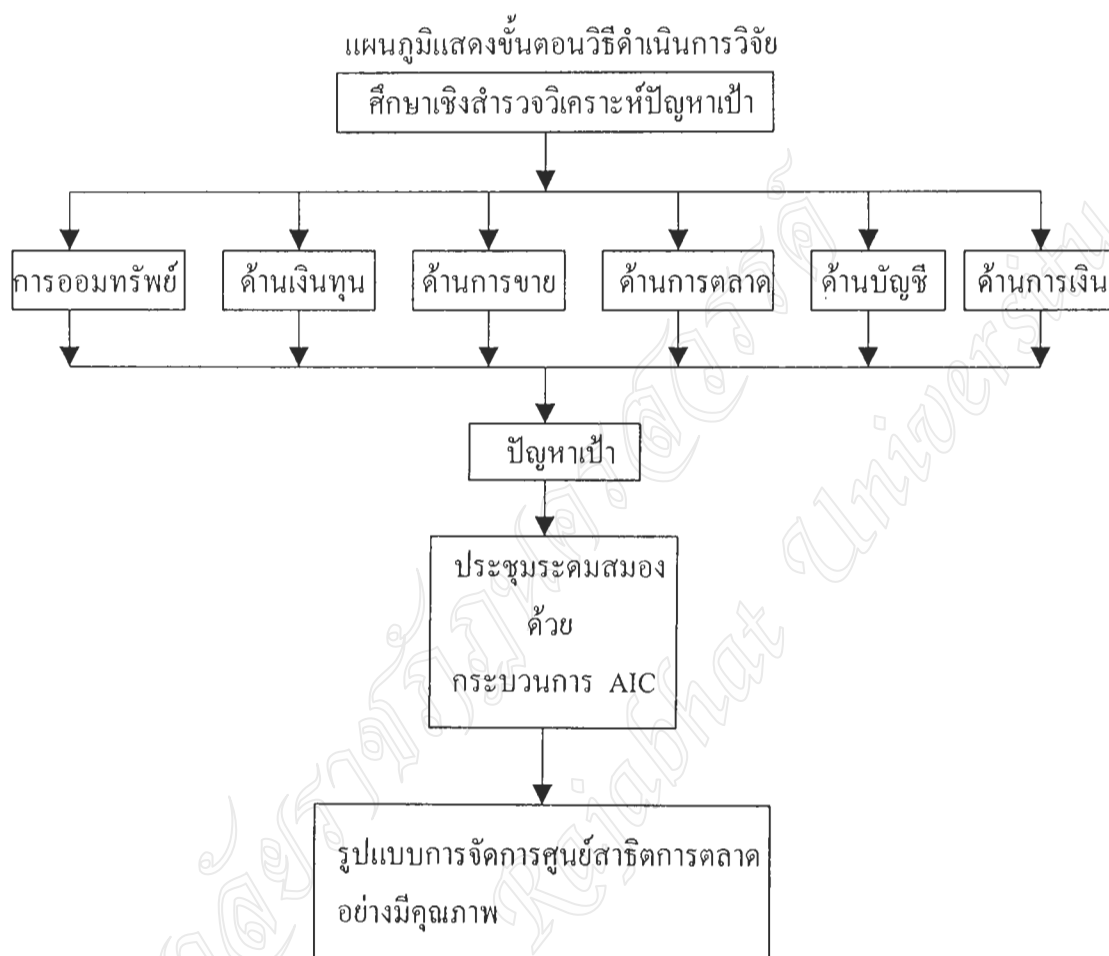
1. ขั้นตอนของการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ขั้นตอนของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพปัญหาของศูนย์สาธิตการตลาด และให้ประเด็นปัญหาเป้าที่ชัดเจน ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านการอบรมทฤษฎี 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 2566
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 ชาหลา คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สถาบันราชภัฏนครสวรรค์

4.4 นายสาธิต แก้วกลีกรม อดีตผู้อำนวยการการประถมศึกษา
จังหวัดนครสวรรค์

4.5 นายวิโรจน์ เทศนา ผู้อำนวยการการประถมศึกษาจังหวัดอุทัยธานี
โดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านพิจารณาลงความเห็นและให้คะแนน ดังนี้

+1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้น เป็นตัวแทนของปัญหาเกี่ยวกับการจัดการศูนย์สาธิต
การติดตามหลักสูตร

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้น เป็นตัวแทนของปัญหาเกี่ยวกับการจัดการศูนย์สาธิต
การติดตามหลักสูตร

-1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้น ไม่เป็นตัวแทนของปัญหาเกี่ยวกับการจัดการศูนย์สาธิต
การติดตามหลักสูตร 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 (α - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความ
เชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.87

8. หลังจากการทดลองใช้แบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้ได้
แบบสอบถามที่สมบูรณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ตามลำดับขั้นดังนี้

1. ขอนหนังสือแนะนำตัวผู้วิจัยจากบัณฑิตศึกษาศาสนาบัณฑิตศึกษาศาสนาธรรมศาสตร์ถึงประธานศูนย์สถิติการตลาดตำบลหนองเต่า 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 (μ) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)

สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล

- ค่าคะแนนเฉลี่ย (μ)
- ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)
- ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยวิธีหาค่า

สัมประสิทธิ์แอลฟาสูตรดังนี้

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

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

N แทน จำนวนข้อของเครื่องมือ

Si^2 แทน คะแนนความแปรปรวนรายข้อ

S^2X แทน คะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

เกณฑ์

เกณฑ์การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ μ , σ 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

μ แทน ค่าเฉลี่ย

σ 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	μ	σ	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 ที่	การออมทรัพย์	ระดับปัญหา		
		μ	σ	ระดับ
1.	การดำเนินการจัดทำระบบกองทุนรวมชุมชน ของศูนย์สาริตการตลาด	3.75	1.01	มาก
2.	ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการรับฝากเงินของสมาชิก ศูนย์สาริตการตลาด	2.80	1.25	ปานกลาง
3.	จำนวนเงินหุ้นพิเศษของศูนย์สาริตการตลาด	3.55	1.01	มาก
4.	การจัดทำทะเบียนสมาชิก/การถือหุ้นและทะเบียน ทรัพย์สินของศูนย์สาริตการตลาด	3.69	1.02	มาก
5.	การนำเงินฝากธนาคารประเภทฝากออมทรัพย์ฝาก 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 ที่	เงินทุน	ระดับปัญหา		
		μ	σ	ระดับ
6.	การหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำหรือไม่มีดอกเบี้ยของ ศูนย์สาริตการตลาด	3.94	0.98	มาก
7.	การจูงใจสมาชิกในการระดมเงินหุ้นพิเศษเพื่อใช้ เป็นเงินทุนหมุนเวียน	4.04	0.97	มาก
8.	การดำเนินการกู้เงินจากสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น ธนาคาร สหกรณ์ เพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียน	2.66	1.22	ปานกลาง
9.	การแปลงเงินงบประมาณสนับสนุนให้เป็นเงินทุนร่วมดำเนิน การ	2.56	1.00	ปานกลาง
10.	การแปลงมูลค่าแรงให้เป็นทุนเงินหุ้น	2.57	1.04	ปานกลาง
11.	การฝึกอบรมให้ความรู้และประสบการณ์แก่สมาชิก ด้านออมทรัพย์และเงินทุน	4.09	0.91	มาก
	รวม	3.31	0.54	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ศูนย์สาริตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า
อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านเงินทุนในระดับ ปานกลาง ($\mu = 3.31$) เมื่อ
พิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัญหามากคือ ปัญหาที่ 11 การฝึก
อบรมให้ความรู้และประสบการณ์แก่สมาชิกด้านออมทรัพย์และเงินทุน ($\mu = 4.09$)
รองลงมาคือปัญหาที่ 7 การจูงใจสมาชิกในการระดมเงินหุ้นพิเศษเพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน
($\mu = 4.04$) และปัญหาน้อยคือปัญหาที่ 9 การแปลงเงินสนับสนุนให้เป็นเงินทุนร่วมดำเนิน
การ ($\mu = 2.56$)

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาริตการตลาด
ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านการขาย

ลำดับ ที่	การขาย	ระดับปัญหา		
		μ	σ	ระดับ
12.	การคัดเลือกสินค้าคุณภาพเพื่อบริการให้แก่สมาชิก และบุคคลภายนอก	2.65	1.24	ปานกลาง
13.	การบริการด้านการขายลักษณะบรรจุหีบห่อตราสินค้า มาตรฐาน อย. สีและขนาดให้แก่ลูกค้า	2.57	1.17	ปานกลาง
14.	การวิเคราะห์สินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่สมาชิก และบุคคลภายนอก	3.91	1.01	มาก
15.	ทำเลที่ตั้งในการจัดวางสินค้าจำหน่ายของศูนย์สาริต การตลาด	2.60	1.17	ปานกลาง
16.	การกำหนดราคาสินค้า/การแสดงสินค้า/และการ 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 การส่งเสริมการขายสินค้าที่ผลิตขึ้นของในชุมชน ($\mu = 4.02$) 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 ที่	การตลาด	ระดับปัญหา		
		μ	σ	ระดับ
20.	การวิเคราะห์ความต้องการสินค้าของลูกค้า	3.76	1.12	มาก
21.	การใช้ระบบข้อมูลในการวางแผนการตลาดเพื่อ 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 ตลาดขาย	2.29	1.08	ค่อนข้างน้อย
26.	การสร้างเครื่องหมายผลิตภัณฑ์และการบรรจุ 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 ที่	บัญชี	ระดับปัญหา		
		μ	σ	ระดับ
27.	การจัดให้มีเอกสารต่าง ๆ และคู่มือแนะนำ ศูนย์สาริตการตลาด	2.48	1.14	ค่อนข้างน้อย
28.	การจัดให้มีสมุดบัญชีที่จำเป็นทุกประเภท	3.98	0.94	มาก
29.	การจัดทำบัญชีประเภทต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน	4.03	0.92	มาก
30.	การจัดให้มีระบบการจัดเก็บและค้นหาข้อมูลทาง บัญชีและการเงิน	4.09	0.91	มาก
31.	การจัดให้มีการสอนงานและฝึกทดลองเรื่องการ จัดทำบัญชี	2.53	1.09	ปานกลาง
32.	การแต่งตั้งคณะกรรมการผู้ตรวจสอบ หรือที่ 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 ที่	การเงิน	ระดับปัญหา		
		μ	σ	ระดับ
33.	การควบคุมการเบิกจ่ายเงินและการรับจ่ายเงินของ คณะกรรมการศูนย์สาริตการตลาด	3.91	0.95	มาก
34.	การจัดทำและควบคุมงบประมาณรายจ่ายของศูนย์ 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 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. ต้องการมีปิ่นน้ำมันที่ทันสมัย
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

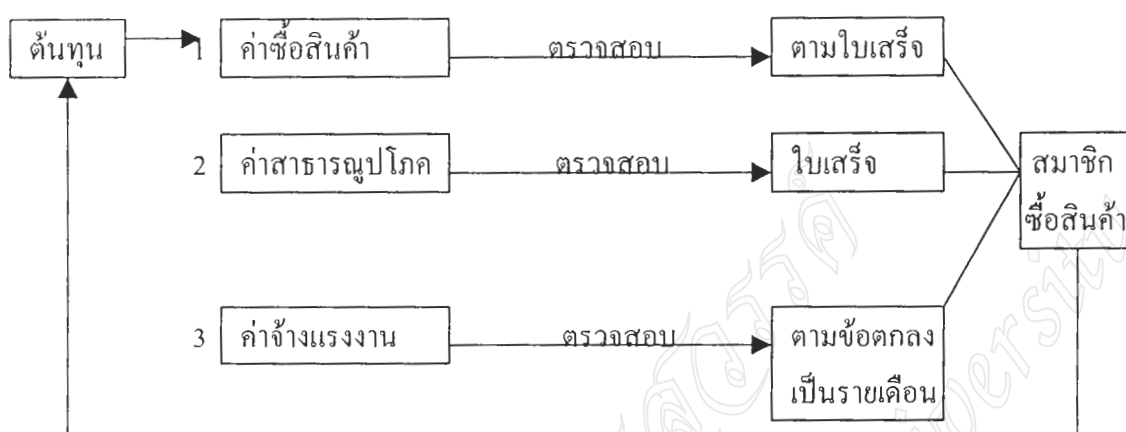
ก. ด้านออมทรัพย์ มีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้อง

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 พุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น
 - 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 จัดหาแหล่งวัสดุที่ตีราคาค้นทุนถูกมาสนับสนุน

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 ตีราคาขายให้ถูกกว่าหรือใกล้เคียงกับราคาสินค้าในท้องตลาด

3.3 ทำความสะอาดด้วยการเช็ดเก็บกวาดทุกวัน (สินค้าแห้งหรือที่
บรรจุหีบห่อ)

3.4 สนับสนุนสินค้าในชุมชน

4. การส่งเสริมการขายสินค้าที่ผลิตขึ้นในชุมชน

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

4.1 สนับสนุนเงินทุน

4.2 จัดหาแหล่งวัตถุดิบสนับสนุน

4.3 จัดหาตลาดทั้งในชุมชนและนอกชุมชน

4.4 อบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนาฝีมือ

ง. ด้านการตลาดมีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้อง
พัฒนา

1. การวิเคราะห์ความต้องการสินค้าของลูกค้า

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1.1 ออกแบบสอบถามให้ลูกค้าตอบแล้วส่งกลับคืนศูนย์สาริตการ
ตลาด

1.2 ให้เจ้าหน้าที่ของศูนย์สาริตการตลาดออกสัมภาษณ์ความต้องการ
สินค้าของลูกค้า

1.3 ศึกษาข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาถามซื้อสินค้าในศูนย์สาริต

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 (μ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)

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 แว่นอินทร์, 2539) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อสินค้าของสมาชิกที่มีต่อ ร้านสหกรณ์วิทยาลัยครูเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ จำกัด พบว่าสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าธรรมดา

ไม่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปในท้องตลาดราคาสินค้าเมื่อเทียบกับราคาสินค้าในท้องตลาดบางอย่างสูงกว่าบางอย่างราคาเท่ากันการบริการให้กับสมาชิกยังไม่ดีพอ สมาชิกในใจเรื่องการลดราคาสินค้า

จากผลการวิจัยที่พบว่าด้านการเงินของศูนย์สาธิตการตลาดมีปัญหาสูงสุดอาจเนื่องมาจากขาดแคลนทุนทรัพย์ ความรู้ความเข้าใจทางด้านการธุรกิจการค้า การขาดความช่วยเหลือแนะนำและการสนับสนุนจากบุคคลภายนอกซึ่งสอดคล้องกับ (กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ, 2530 : 208 – 209) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องกิจการทางเศรษฐกิจในพื้นที่ชนบท โดยองค์กรประชาชนพบว่า ประชาชนที่ยากจนในชนบทมีศักยภาพที่จะช่วยเหลือตนเองได้แต่ศักยภาพดังกล่าวถูกปิดมิให้แสดงออกมาเนื่องจากเงื่อนไขภายใน เช่นระบบการกีดกันที่ต้องเสียดอกเบี้ยสูง 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. การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของสมาชิกที่มีต่อร้านค้าสหกรณ์
วิทยาลัยครูเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์, 2529.
- นอาน วุฒิกรรมกรักษา. ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน
ในโครงการสร้างงานในชนบท ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการที่ได้รับรางวัลดีเด่นของ
ตำบลทุ่งพยอม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ
วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.
- ถวิล เลิศประเสริฐ. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานสหกรณ์การซื้อสหกรณ์การขาย การซื้อและการ
บริการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2528.
- บุญช่วย วาณิชชาติ. การศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกที่มีต่อร้านค้าสหกรณ์ในเขต
กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2523. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2524.
- พรศักดิ์ พัชรพจนานกรณ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกิจกรรมสหกรณ์
การเกษตร ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด จำกัด จังหวัดเพชรบุรี.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.
- ศราวณีษฐ์ ศรีเนาวรัตน์. แนวทางการปรับปรุงงานขายสินค้าของสหกรณ์ร้านค้า : ศึกษาเฉพาะ
กรณีร้านค้าสหกรณ์กรุงเทพฯ จำกัด บางลำภู. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2526
- ส่งเสริมสหกรณ์, กรม. อุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์. กรุงเทพฯ : ฝ่ายเผยแพร่และ
ประชาสัมพันธ์, 2542.
- สุชาติ สุวรรณ. การพัฒนาเด็กในชนบท การศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้นำท้องถิ่นและประชาชน
ในการดำเนินงานพัฒนาเด็กเล็ก จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530.

อาสาฬห์ เกษมทรัพย์. ปัจจัยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียนชุมชนของผู้ปกครองในเขต
อำเภอบางมูลนาก จังหวัดพิจิตร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. 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.