

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 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาธิตการตลาด
ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านออมทรัพย์

ลำดับ ที่	การออมทรัพย์	ระดับปัญหา		
		μ	σ	ระดับ
1.	การดำเนินการจัดทำระบบกองทุนรวมชุมชน ของศูนย์สาธิตการตลาด	3.75	1.01	มาก
2.	ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับการรับฝากเงินของสมาชิก ศูนย์สาธิตการตลาด	2.80	1.25	ปานกลาง
3.	จำนวนเงินหุ้นพิเศษของศูนย์สาธิตการตลาด	3.55	1.01	มาก
4.	การจัดทำทะเบียนสมาชิก/การถือหุ้นและทะเบียน ทรัพย์สินของศูนย์สาธิตการตลาด	3.69	1.02	มาก
5.	การนำเงินฝากธนาคารประเภทฝากออมทรัพย์ฝาก ประจำและกระแสรายวัน	2.79	1.23	ปานกลาง
	รวม	3.31	0.59	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านออมทรัพย์ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.31$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายชื่อพบว่า ข้อที่มีปัญหามากคือปัญหาข้อที่ 1 การดำเนินการจัดทำระบบกองทุนรวมชุมชนของศูนย์สาธิตการตลาด ($\mu = 3.75$) รองลงมาคือปัญหาข้อที่ 4 การจัดทำทะเบียนสมาชิก/การถือหุ้นและทะเบียนทรัพย์สินของศูนย์สาธิตการตลาด ($\mu = 3.69$) และข้อที่มีปัญหาน้อย ปัญหาข้อที่ 5 การนำเงินฝากธนาคารประเภทฝากออมทรัพย์ 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.	การจูงใจสมาชิกในการระดมเงินทุนพิเศษเพื่อใช้ 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 ($\mu = 3.31$) 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 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 ($\mu = 3.25$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายชื่อพบว่าข้อที่มีปัญหามากคือปัญหาที่ 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 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 ($\mu = 3.28$) เมื่อพิจารณา ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่า 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 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาศูนย์สาริการตลาด
ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี ด้านการเงิน

ลำดับ ที่	การเงิน	ระดับปัญหา		
		μ	σ	ระดับ
33.	การควบคุมการเบิกจ่ายเงินและการรับจ่ายเงินของ คณะกรรมการศูนย์สาริการตลาด	3.91	0.95	มาก
34.	การจัดทำและควบคุมงบประมาณรายจ่ายของศูนย์ สาริการตลาด	4.00	0.93	มาก
35.	การประเมินผลกิจการของศูนย์สาริการตลาด	3.95	0.92	มาก
36.	การรายงานผลการจัดทำบดุล(กำไร-ขาดทุน)	4.01	0.92	มาก
37.	แสดงสถานะทางธุรกิจของศูนย์สาริการตลาด	4.10	0.93	มาก
38.	การประชุมชี้แจงเพื่อสรุปผลการดำเนินการของ ศูนย์สาริการตลาดในรอบปี	4.08	0.90	มาก
	รวม	4.00	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ศูนย์สาริการตลาดตามหลักสหกรณ์ ในตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี มีปัญหาด้านการเงินในระดับมาก ($\mu = 4.00$) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรายข้อพบว่า ข้อที่มีปัญหามากคือ ปัญหาที่ 37 แสดงสถานะทางธุรกิจของศูนย์สาริการตลาด ($\mu = 4.10$) รองลงมาคือ ปัญหาที่ 38 การประชุมชี้แจงเพื่อสรุปผลการดำเนินการของศูนย์สาริการตลาดในรอบปี ($\mu = 4.08$) และข้อที่มีปัญหาน้อยคือ ปัญหาที่ 33 การควบคุมการเบิกจ่ายเงิน และการรับจ่ายเงินของคณะกรรมการศูนย์สาริการตลาด ($\mu = 3.91$)

ตอนที่ 3 รูปแบบการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์และผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์

ในการที่จะสร้างรูปแบบการจัดการศูนย์สาธิตการตลาดตามหลักสหกรณ์ ผู้วิจัยได้จัดเวทีชาวบ้าน ที่ตำบลหนองเต่า อำเภอเมือง จังหวัดอุทัยธานี โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม โดยเทคนิค AIC ในวันที่ 24 ธันวาคม พุทธศักราช 2544 เพื่อทราบปัญหาเพิ่มเติมและความต้องการในอนาคต และเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการสหกรณ์และจากการใช้กระบวนการ AIC จากคณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ รวม 12 คน ทำให้ทราบปัญหาดังนี้

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

เงินทุนของศูนย์สาธิตการตลาด

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

ปัญหา

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

8. ให้เจ้าหน้าที่จัดทำบัญชีซื้อขาย เพื่อขยายต้นทุน – กำไร
9. สมาชิกถือหุ้นน้อย

ความต้องการของศูนย์สาธิตการตลาดในอนาคต

1. อยากให้ทุกหมู่บ้านเข้ามาเป็นเครือข่ายของศูนย์สาธิตการตลาด โดยให้ทุกหมู่บ้านเข้ามาถือหุ้น
2. ตั้งศูนย์เครือข่ายย่อย
3. ต้องการมีปื้มน้ำมันที่ทันสมัย
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

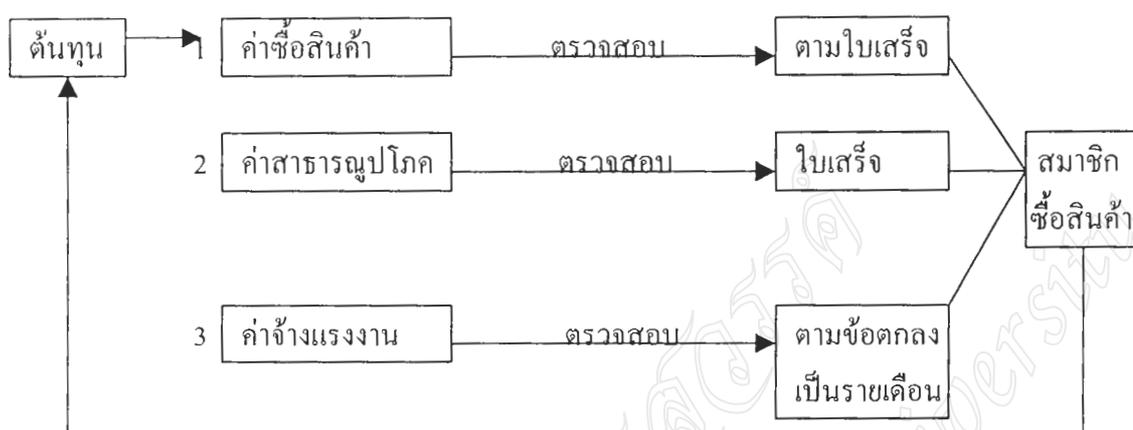
ก. ด้านออมทรัพย์ มีข้อกระทงที่มีปัญหาในระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้อง

พัฒนา

1. การดำเนินการจัดทำระบบกองทุนรวมชุมชนของศูนย์สาธิตการตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

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



ภาพที่ 4.1 แสดงรูปแบบการบริหารศูนย์สาธิตการตลาดที่ได้มาจากกระบวนการ AIC

2. จำนวนเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินการของศูนย์สาธิตการตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1. การจำหน่ายสินค้า (เงินเชื่อ) จ่ายไปตามกำหนดถึงสิ้นปี
2. ให้สินเชื่อได้ไม่เกินจำนวนเงินเดือนหุ้นของแต่ละราย
3. ตกลงเมื่อสิ้นปีไม่ชำระ ดำเนินการหักจากเงินถือหุ้นเพื่อชำระหนี้
4. เพื่อตัดปัญหาเงินทุนหมุนเวียน
 - 4.1 ทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น
 - 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. ด้านเงินลงทุนมีข้อกระทงที่มีปัญหาหระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและดักพัฒนา

1. การหาแหล่งเงินลงทุนดอกเบี้ยต่ำหรือไม่มีดอกเบี้ยของศูนย์สาธิตการตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1.1 ไม่ปล่อยเงินกู้

1.2 ไม่กู้

2. การจูงใจสมาชิกในการระดมเงินหุ้นพิเศษ เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

2.1 จัดระดมเงินหุ้น

2.2 ปันผลให้สูงกว่าเดิมจนเกิดความพึงพอใจ

2.3 ปีใหม่หรือเทศกาลสำคัญให้ของขวัญแก่สมาชิกเพื่อเป็นขวัญกำลังใจ

2.4 ประกวดสมาชิกดีเด่น ด้านการซื้อและมอบรางวัลให้

2.5 จัดเทศกาลสินค้าราคาถูกประจำปี ในวันจ่ายเงินปันผล

3. การฝึกอบรมให้ความรู้และประสบการณ์แก่สมาชิกด้านการออมทรัพย์และ

เงินลงทุน

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

3.1 ศึกษาดูงานของคณะกรรมการปีละ 1 ครั้ง

3.2 อบรมให้ความรู้สอนวิธีทำงานปีละ 1 ครั้ง (เชิญวิทยากรภายนอก)

3.3 แลกเปลี่ยนความรู้กับกลุ่มสมาชิกอื่นที่ประสบผลสำเร็จ

ค. ด้านการขายและการตลาดมีข้อกระทงที่มีปัญหาหระดับมากและมากที่สุด ที่ต้องแก้ไข

และต้องพัฒนา

1. การวิเคราะห์สินค้าเพื่อเพิ่มยอดขายแก่สมาชิกและบุคคลภายนอก

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1.1 ขายสินค้าให้มีราคาขายถูกกว่าท้องตลาด

1.2 จัดหาสินค้าที่มีราคาถูก และมีคุณภาพตามมาตรฐาน (อย.)

มาจำหน่าย

1.3 จัดหาสินค้าที่แปลก - ใหม่ กว่าท้องตลาดที่มีอยู่มาจำหน่าย

1.4 ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้สมาชิกทราบสินค้าที่จำหน่าย

และสนใจที่จะซื้อสินค้า

1.5 การสร้างแรงจูงใจ

1.6 ส่งเสริมสินค้าที่ผลิตในชุมชน

- 1.6.1 จัดหาแหล่งวัสดุที่ีราคาต้นทุนถูกมาสนับสนุน
- 1.6.2 เชิญวิทยากรให้คำแนะนำ
2. กำหนดราคาสินค้า / การแสดงสินค้าและการระบายสินค้า
รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา
 - 2.1 ดัดป้ายราคาสินค้า
 - 2.2 ในบางโอกาสต้องขายเท่านั้นเพื่อไม่ให้สินค้าตกค้าง
 - 2.3 ประชาสัมพันธ์โดยการตั้งโชว์วางในที่เหมาะสมในร้านและประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (โฆษณา)
 - 2.4 มีส่วนร่วมและสนับสนุนสินค้าชุมชน
3. การควบคุมตรวจสอบสินค้า / การทำความสะอาดสินค้า
รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา
 - 3.1 ตรวจสอบราคาสินค้าในท้องตลาด
 - 3.2 ศึกษารายให้ถูกกว่าหรือใกล้เคียงกับราคาสินค้าในท้องตลาด
 - 3.3 ทำความสะอาดด้วยการเช็ดเก็บกวาดทุกวัน (สินค้าแห้งหรือที่บรรจุหีบห่อ)
 - 3.4 สนับสนุนสินค้าในชุมชน
4. การส่งเสริมการขายสินค้าที่ผลิตขึ้นในชุมชน
รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา
 - 4.1 สนับสนุนเงินทุน
 - 4.2 จัดหาแหล่งวัตถุดิบสนับสนุน
 - 4.3 จัดหาตลาดทั้งในชุมชนและนอกชุมชน
 - 4.4 อบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนาฝีมือ
- ง. ด้านการตลาดมีข้อกระทงที่มีปัญหาในระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้องพัฒนา
 1. การวิเคราะห์ความต้องการสินค้าของลูกค้า
รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา
 - 1.1 ออกแบบสอบถามให้ลูกค้าตอบแล้วส่งกลับคืนศูนย์สาธิตการตลาด
 - 1.2 ให้เจ้าหน้าที่ของศูนย์สาธิตการตลาดออกสัมภาษณ์ความต้องการสินค้าของลูกค้า

1.3 ศึกษาข้อมูลจากลูกค้าที่เข้ามาถามซื้อสินค้าในศูนย์สาธิต
การตลาด

1.4 ศึกษาสินค้าใหม่ในท้องตลาดทั่วไปที่เป็นที่นิยมในส่วนรวม
ส่งมาจำหน่าย

1.5 ตั้งชื่อสินค้าใหม่

1.6 ให้สั่งจองสินค้าที่ลูกค้าต้องการ

2. การใช้ระบบข้อมูลในการวางแผนการตลาดเพื่อเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย
ของลูกค้า

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

2.1 สังเกตและศึกษาข้อมูลสินค้าที่มีชื่อเสียงในท้องตลาด

2.2 สำรวจความสนใจตามต้องการของลูกค้า

2.3 ใช้ระบบจำหน่ายสินค้าเงินเชื่อ

จ. ด้านการบัญชีมีข้อกระทงที่มีปัญหาในระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้อง

พัฒนา

1. การจัดทำมีสมุดบัญชีที่จำเป็นทุกประเภท

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

ฉ. ด้านการเงินมีข้อกระทงที่มีปัญหาระดับมากและมากที่สุดที่ต้องแก้ไขและต้องพัฒนา
การควบคุมการเบิกจ่ายเงินและการรับจ่ายเงินของคณะกรรมการศูนย์สาริต
การตลาด

รูปแบบที่ได้รับการพัฒนา

1. แต่งตั้งในรูปของคณะกรรมการ

2. การรับ – จ่ายเงินต้องมีหลักฐาน เช่น ใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ

3. แต่งตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ