

บทที่ 4

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยเสนอสรุปผลและอภิปรายผลการทดสอบสมมุติฐาน
และข้อเสนอการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด และข้อสังเกตที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

ปัญหาการวิจัย

ปัญหาการวิจัยครั้งนี้เป็นปัญหาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ
จัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ดังนี้ ต้องการทราบลักษณะเฉพาะตัวของสมาชิกศูนย์สาธิต
การตลาดที่ต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันหรือไม่ ต้องการ
ทราบลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดเป็นอย่างไร
ต้องการทราบเหตุผลการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการ
ตลาด และต้องการทราบว่าใครมีบทบาทในการชักชวนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม
ในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาลักษณะของสมาชิกเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้
สถานภาพทางสังคม ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ความรู้ความเข้าใจในหลักการและ
วิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด และเจตคติเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน
มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันหรือไม่

สมมติฐาน

สมมติฐานเพื่อการทดสอบ มีดังต่อไปนี้

- สมมติฐานข้อที่ 1 สมาชิกเพศชายมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการ ตลาดสูงกว่าเพศหญิง
- สมมติฐานข้อที่ 2 สมาชิกที่มีอายุสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการ ตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีอายุต่ำ
- สมมติฐานข้อที่ 3 สมาชิกที่มีระดับการศึกษาสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำ
- สมมติฐานข้อที่ 4 สมาชิกที่มีรายได้สูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีรายได้ต่ำ
- สมมติฐานข้อที่ 5 สมาชิกที่เป็นผู้นำกลุ่มต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่เป็นประชาชนธรรมดา
- สมมติฐานข้อที่ 6 สมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่มาก มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่น้อย
- สมมติฐานข้อที่ 7 สมาชิกที่มีความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สวัสดิการตลาดสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สวัสดิการตลาดต่ำ
- สมมติฐานข้อที่ 8 สมาชิกที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดต่ำ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาด อําเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา จำนวน 272 คน ซึ่งได้มาโดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายจากศูนย์สวัสดิการตลาดนิคมรัตนภูมิ ศูนย์สวัสดิการตลาดกลุ่ม 579 บ้านจุมปะ และศูนย์สวัสดิการตลาด

บ้านปลายละหาน จำนวน 820 คน ด้วยการจับฉลากโดยไม่แยกเพศ ตามสัดส่วนของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดแต่ละศูนย์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ได้จัดแบ่งเป็นหมวดหมู่แบบสอบถามตามตัวแปรที่ศึกษา โดยแบ่งเนื้อหาและโครงสร้างออกเป็น 4 ตอน คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของสมาชิก คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพทางสังคม และความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ แบบสอบถามวัดความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด แบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ แบบสอบถามวัดเจตคติต่อศูนย์สาธิตการตลาด แบ่งตัวเลือกออกเป็น 3 ระดับ คือ เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย จำนวน 20 ข้อ แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มี 2 ประเด็น คือ ได้เข้าร่วม และไม่เข้าร่วม และมีแบบสอบถามเพิ่มเติมอีก 2 ข้อ คือ เหตุผลของการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มี 5 รายการและผู้ชักชวนให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มี 7 รายการ

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้กรรมการศูนย์สาธิตการตลาดแต่ละศูนย์ โดยให้กรรมการศูนย์สาธิตการตลาดนำแบบสอบถามไปให้สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดตอบแบบสอบถามตามจำนวนที่ได้สุ่มตัวอย่างไว้ จากนั้นกรรมการศูนย์สาธิตการตลาดเก็บรวบรวมและส่งแบบสอบถามคืนให้กับผู้วิจัย แบบสอบถามได้ส่งไป จำนวน 307 ฉบับ ได้รับคืน จำนวน 272 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 88.60

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้คอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SAS (Statistical Analysis System) โดยใช้สถิติดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลทั่วไปของสมาชิก โดยแยกเป็นรายตัวแปร
2. ค่ามัชฌิมเลขคณิต (Arithmetic Mean) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาด
3. วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) หรือ ANOVA. ของคะแนนการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด และใช้ค่าเอฟ (F-test) เมื่อพบค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ (Post hoc multiple comparisons) ของทูกีย์ (Tukey)

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดอำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
 - 1.1 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0003$) โดยสมาชิกเพศชายมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกเพศหญิง แสดงว่าเพศเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
 - 1.2 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0006$) โดยสมาชิกที่

มีอายุสูงมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีอายุต่ำ แสดงว่าอายุเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

1.3 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0007$) โดยสมาชิกที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำ แสดงว่าระดับการศึกษาเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

1.4 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีรายได้ต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0001$) โดยสมาชิกที่มีรายได้สูงมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีรายได้ต่ำ แสดงว่ารายได้เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

1.5 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีสถานภาพทางสังคมต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0001$) โดยสมาชิกที่เป็นผู้นำต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่เป็นประชาชนธรรมดา แสดงว่าสถานภาพทางสังคมเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

1.6 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0001$) โดยสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่มาก มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่น้อย แสดงว่าความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

1.7 สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P = 0.0248$) โดยสมาชิกที่มีความรู้ความ

เข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สวัสดิการตลาดสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สวัสดิการตลาดต่ำ แสดงว่าความรู้ความเข้าใจในหลักการ และวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สวัสดิการตลาดเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด

1.8 สมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.1838$) โดยที่สมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดไม่ต่างกัน แสดงว่าเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาด ไม่ได้เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด

2. ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด จากกิจกรรมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากไปหาน้อย เรียงตามลำดับดังนี้

1. ร่วมประชุมเพื่อรับฟังคำชี้แจง
2. ร่วมตัดสินใจคัดเลือกกรรมการ
3. ร่วมส่งแรงงานให้กับศูนย์สวัสดิการตลาด
4. ร่วมประสานงานกับเพื่อนสมาชิก
5. ร่วมแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ
6. ร่วมชักชวนเพื่อนบ้านเข้ามาเป็นสมาชิก
7. ร่วมพิจารณาข้อบังคับต่าง ๆ
8. ร่วมประชุมวางแผนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด
9. ร่วมประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจในหมู่เพื่อนบ้าน
10. ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหา
11. ร่วมเป็นผู้ริเริ่มในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด
12. ร่วมประสานงานกับเจ้าหน้าที่
13. ร่วมบริจาคเงินให้ศูนย์สวัสดิการตลาด
14. ร่วมเป็นกรรมการฝ่ายต่าง ๆ และ
15. ร่วมบริจาควัสดุและสิ่งของให้กับศูนย์สวัสดิการตลาด

3. เหตุผลของการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดมีดังนี้ 1. เพราะต้องการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก ร้อยละ 67.65 2. เพราะคาดว่าจะได้รับประโยชน์จากศูนย์สาธิตการตลาด ร้อยละ 19.48 3. เพราะต้องการมีความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน ร้อยละ 9.93 4. เพราะต้องการมีเกียรติและเป็นที่ยกย่องของบุคคลทั่วไป ร้อยละ 1.84 และ 5. เพราะเหตุผลอื่น ๆ ร้อยละ 1.10

4. ผู้ที่ชักชวนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดพบว่าผู้มีส่วนในการชักชวน มีดังนี้ 1. เพื่อนบ้าน ร้อยละ 37.90 2. กรรมการหมู่บ้าน ร้อยละ 25.00 3. พัฒนาการ ร้อยละ 21.70 4. ผู้ใหญ่บ้าน ร้อยละ 5.85 5. เกษตรตำบล ร้อยละ 2.60 6. ครู ร้อยละ 1.10 และ 7. อื่น ๆ ร้อยละ 5.85

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด และลักษณะของสมาชิกจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพทางสังคม ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ผู้วิจัยอภิปรายผลจากการศึกษา และผลจากการทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

1. สมมุติฐานในการวิจัย

สมมุติฐานข้อที่ 1 กล่าวว่า "สมาชิกเพศชายมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าเพศหญิง" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่าสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.0003$) สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้

เห็นว่า เพศเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด โดยสมาชิกเพศชายมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกหญิง ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของกรมพัฒนาชุมชน (2529) ได้รายงานวิจัยโครงการสารภี ตำบลบัวมุง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าสมาชิกกลุ่มที่เป็นเพศชายเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการสูงกว่าสมาชิกกลุ่มที่เป็นเพศหญิง ฉัตราน วุฒิกรรมรักษา (2526) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการสร้างงานในชนบท พบว่าความแตกต่างกันในเรื่องเพศเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน คือเพศชายเข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าเพศหญิง และ ถม ทวีพย์เจริญ (2525) ศึกษาเรื่องการเมืองส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนชนบทในประเทศไทย ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร พบว่าประชาชนเพศชายมีส่วนร่วมทางการเมืองสูงกว่าเพศหญิง

สมมติฐานข้อที่ 2 กล่าวว่า "สมาชิกที่มีอายุสูงมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีอายุต่ำ" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่า สมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดที่มีอายุต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.0006$) สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้เห็นว่า อายุเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด โดยสมาชิกที่มีอายุสูงมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีอายุต่ำ ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของกรมพัฒนาชุมชน (2519) ได้รายงานการวิจัยโครงการสารภี ตำบลบัวมุง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าประชากรกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูงมีแนวโน้มเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการมากกว่ากลุ่มประชากรที่มีอายุน้อย แต่ ถม ทวีพย์เจริญ (2525) ศึกษาเรื่องการเมืองส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนชนบทในประเทศไทยศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร พบว่าประชาชนที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองไม่ต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 3 กล่าวว่า "สมาชิกที่มีระดับการศึกษาสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำ" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่าสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.0007$) สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้เห็นว่าระดับการศึกษาเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด โดยที่สมาชิกที่มีระดับการศึกษาสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำ ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของกรมพัฒนาชุมชน (2519) ได้รายงานการวิจัยโครงการสารภี ตำบลบัวมุง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ พรศักดิ์ พิศรพจนการณ (2530) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกิจกรรมสหกรณ์การเกษตร ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรบ้านลาดจังกัด จังหวัดเพชรบุรี พบว่าระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสหกรณ์การเกษตร ซึ่งขัดแย้งกับผลการวิจัยในครั้งนี้ และผลการวิจัยในครั้งนี้ยังไม่พบว่ามีผู้ทำการวิจัยไว้ก่อน

สมมุติฐานข้อที่ 4 กล่าวว่า "สมาชิกที่มีรายได้สูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีรายได้ต่ำ" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่าสมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดที่มีรายได้ต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.0001$) สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้เห็นว่า รายได้เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด โดยสมาชิกที่มีรายได้สูงมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีรายได้ต่ำ ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับ Nelson และ Verner (1960 : 252) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางสังคมและองค์การที่เป็นทางการมักจะเป็นผู้ที่ได้รับการศึกษาสูง และมีรายได้สูง และ ยารยา วัฒนกิจ (2526) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในกิจกรรมศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ปกครองที่มีรายได้สูงมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

สมมุติฐานข้อที่ 5 กล่าวว่า "สมาชิกที่เป็นผู้นำกลุ่มต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่เป็นประชาชนธรรมดา" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ผลปรากฏว่าสมาชิกที่มีสถานภาพทางสังคมต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.0001$) สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้เห็นว่าสถานภาพทางสังคมเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด โดยสมาชิกที่เป็นผู้นำกลุ่มต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่เป็นประชาชนธรรมดา ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อารยา วัฒนกิจ (2526) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ปกครองที่เป็นผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสูงกว่าผู้ปกครองที่ไม่ได้เป็นผู้นำท้องถิ่น และ ยาสาหิ เกษมทรัพย์ (2524) ศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียนชุมชนของผู้ปกครองในอำเภอบางมูลนาก จังหวัดพิจิตร พบว่าผู้ปกครองที่เป็นผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนชุมชนมากกว่าผู้ปกครองที่ไม่ได้เป็นผู้นำท้องถิ่น

สมมุติฐานข้อที่ 6 กล่าวว่า "สมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่มาก มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่น้อย" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่าสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.0001$) สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด โดยสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่มากมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่น้อย ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อารยา วัฒนกิจ (2526) ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในเขตอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ปกครองที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของรัฐมาก มีส่วนร่วมในกิจกรรมของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสูงกว่าผู้ปกครองที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของรัฐน้อย และ อนุภรณ์

สุวรรณเสถียร (2529) ศึกษาการมีส่วนร่วมของคณะกรรมการสภาตำบลต่อโครงการสร้างงานในชนบท (กสช.) ปี 2528 อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น พบว่ากรรมการสภาตำบลที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่มากมีส่วนร่วมร่วมกับโครงการ กสช. มากกว่ากรรมการสภาตำบลที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่น้อย

สมมุติฐานข้อที่ 7 กล่าวว่า "สมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดต่ำ" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ผลปรากฏว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.0248$) สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้เห็นว่าความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดเป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด โดยสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดต่ำ ผลการวิจัยของ อุบลวรรณ สืบยุค (2529) ศึกษาปัจจัยบางประการที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาที่อยู่อาศัย : ศึกษากรณีการตั้งถิ่นฐานใหม่ของผู้มีรายได้น้อยโครงการพินนครบางบัว กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการของโครงการฯ มีส่วนร่วมในการพัฒนาที่อยู่อาศัย มากกว่าผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการของโครงการฯ น้อย และ พรศักดิ์ พชรพจนานกรณ์ (2530) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในสหกรณ์การเกษตร : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรบ้านลาด-จำกั๊ด จังหวัดเพชรบุรี พบว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์การเกษตรมาก มีส่วนร่วมในกิจกรรมสหกรณ์การเกษตรมากกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์การเกษตรน้อย

สมมติฐานข้อที่ 8 กล่าวว่า "สมาชิกที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดต่ำ" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ผลปรากฏว่าสมาชิกที่มีเจตคติต่อศูนย์สวัสดิการตลาดต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดไม่ต่างกัน ทดสอบสมมติฐานแล้วไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P. = 0.1838$) ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้เห็นว่าเจตคติไม่ได้เป็นตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดในครั้งนี้ จากผลดังกล่าวเมื่อเปรียบเทียบจากตาราง 8 สมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดมีเจตคติไม่แตกต่างกันมากนัก อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้สมาชิกศูนย์สวัสดิการตลาดมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาดไม่แตกต่างกัน และ/หรืออาจเกิดจากการที่เพื่อนบ้านและกรรมการหมู่บ้านได้ชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรมในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด และ/หรืออาจเกิดการรณรงค์ของเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลโดยเฉพาะพัฒนาการที่พยายามทำความเข้าใจกับประชาชนให้เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาในหมู่บ้าน เพื่อต้องการให้ประชาชนอยู่ดีกินดีมากขึ้น และ/หรืออาจได้รับอิทธิพลจากสื่อสารมวลชนที่มีอยู่อย่างทั่วถึงในหมู่บ้าน เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และไปสเตอร์ต่าง ๆ ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับเจตคติในเรื่องนี้ ยังไม่พบว่ามีผู้ทำการวิจัยไว้ก่อน

2. ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด
อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา พบว่าลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมของศูนย์สวัสดิการตลาด มี 15 กิจกรรม โดยเรียงจากกิจกรรมที่มีประชาชนเข้าร่วมมากที่สุดไปหาน้อย ตามลำดับดังนี้ 1. ร่วมประชุมเพื่อรับฟังคำชี้แจง 2. ร่วมตัดสินใจคัดเลือกกรรมการ 3. ร่วมสละแรงงาให้ศูนย์สวัสดิการตลาด 4. ร่วมประสานงานกับเพื่อนสมาชิก 5. ร่วมแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ 6. ร่วมชักชวนเพื่อนบ้านเข้ามาเป็นสมาชิก 7. ร่วมพิจารณาข้อบังคับต่าง ๆ 8. ร่วมประชุมวางแผนในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการ-ตลาด 9. ร่วมประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจในหมู่เพื่อนบ้าน 10. ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหา 11. ร่วมเป็นผู้ริเริ่มในการจัดตั้งศูนย์สวัสดิการตลาด 12. ร่วมประสานงานกับเจ้าหน้าที่ 13. ร่วมบริจาคเงินให้ศูนย์สวัสดิการตลาด 14. ร่วมเป็นกรรม-

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในครั้ง นี้ พบว่าประชาชนได้แสดงออกทางด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ตามขีดความสามารถของตนเอง โดยเลือกเข้าร่วมในกิจกรรมที่ตนมีความสามารถทำได้ จะเห็นได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมที่ไม่ยุ่งยากไม่ต้องใช้ความรู้ความสามารถมากและไม่ต้องสละทรัพย์สิน จึงมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมาก สำหรับกิจกรรมที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถมากต้องสละแรงงานและเงินทุน จะมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมน้อย

3. เหตุผลของการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดในครั้ง นี้ พบว่า 1. เพราะต้องการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิก ร้อยละ 67.65 2. เพราะคาดว่าจะได้รับผลประโยชน์จากศูนย์สาธิตการตลาด ร้อยละ 19.48 3. เพราะต้องการมีความสัมพันธ์กับเพื่อนบ้าน ร้อยละ 9.93 4. เพราะต้องการมีเกียรติและเป็นที่ยกย่องของบุคคลทั่วไป ร้อยละ 1.84 และ 5. เพราะเหตุผลอื่น ๆ เช่น ต้องการซื้อของราคาถูก ร้อยละ 1.10

เหตุผลของการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ผลจากการศึกษา พบว่าการเข้าร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มีแนวโน้มที่ชี้ให้เห็นว่าเกิดจากความเข้าใจในเรื่องหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดอยู่ในเกณฑ์ดี และเหตุผลของการเข้าร่วมเป็นไปตามหลักการของสหกรณ์ทั่วไปทุกประการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ถวิล เลิศประเสริฐ (2523 : 177) ได้กล่าวไว้ว่าสมาชิกสหกรณ์มีผลประโยชน์โดยตรงกับสหกรณ์และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่สำคัญยิ่งกว่าการถือหุ้นในธุรกิจทั่วไป

4. ผู้ชักชวนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด พบว่าผู้ที่มีส่วนในการชักชวนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดในครั้งนี้ มีดังนี้ 1. เพื่อนบ้าน ร้อยละ 37.90 2. กรรมการหมู่บ้าน ร้อยละ 25.00 3. พัฒนาการ ร้อยละ 21.70 4. ผู้ใหญ่บ้าน ร้อยละ 5.90 5. เกษตรตำบล ร้อยละ 2.60 6. ครู ร้อยละ 1.10 และอื่น ๆ ร้อยละ 5.80

ผู้ที่มีส่วนในการชักชวนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ซึ่งมีจุดเด่นอยู่ที่ เพื่อนบ้าน กรรมการหมู่บ้าน และพัฒนากร บุคคลกลุ่มนี้มีบทบาทมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ อาจเป็นเพราะเพื่อนบ้านและกรรมการหมู่บ้าน เป็นสมาชิกที่อยู่ในหมู่บ้านเดียวกัน มีสภาพแวดล้อมและปัญหาเดียวกัน ประชาชนจึงไว้วางใจมากกว่าส่วนพัฒนากร อาจเป็นเพราะเป็นเจ้าของพื้นที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนโดยตรง ทำให้ประชาชนไว้วางใจในระดับรองลงมา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลจากการศึกษาลักษณะของสมาชิกแยกตามรายตัวแปร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพทางสังคม ความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ ความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด เป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ทำให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับงานพัฒนาชุมชนได้ทราบลักษณะของสมาชิกหรือประชาชน ในประเด็นสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดในครั้งนี้ โดยสามารถนำไปประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ผลจากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดในครั้งนี้ พบว่ากิจกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด มี 15 กิจกรรม จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าประชาชนเลือกเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ตามขีดความสามารถของตน จะเห็นได้ว่ากิจกรรมที่มีขั้นตอนไม่มากไม่ยุ่งยากและใช้ความรู้ความสามารถน้อยจะมีประชาชนเข้าร่วมมาก และกิจกรรมใดที่มีขั้นตอนยุ่งยากต้องใช้ความรู้ความสามารถสูง จะมีประชาชนเข้าร่วมน้อยกว่าปกติ จากประเด็นนี้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานพัฒนาชุมชน สามารถพัฒนากิจกรรมการมีส่วนร่วมให้ตรงกับความรู้ความสามารถของประชาชน หรือในทางกลับกันถ้าต้องการให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมใด ก็สามารถจัดประสบการณ์ที่เพิ่มขีดความสามารถของประชาชนให้เข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องการได้

3. จากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการ ตลาดในครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่สามารถดำเนินการวิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนได้เต็มรูปแบบตามวิธีการ Participatory Action Research (PAR) ได้อย่างแท้จริง เพราะมีข้อจำกัดมาก การทำวิจัยแบบ PAR ไม่เหมาะกับการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา เนื่องจากเสียค่าใช้จ่ายสูง เสียเวลาในการศึกษามากกว่าปกติ ผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ที่สนใจสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาแนวทางในการศึกษาดำเนินงานวิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในรูปแบบ PAR ในหน่วยงานของรัฐบาล และเอกชนได้

ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานศูนย์สาธิตการ ตลาด

จากการศึกษาเอกสาร รายงานการศึกษา และผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าการจัดตั้งและการดำเนินงานศูนย์สาธิตการ ตลาดตามหมู่บ้านและตำบลต่าง ๆ ทำให้ประชาชนได้มีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ให้สามารถช่วยตนเองได้มากขึ้น โดยภาพรวมแล้วประชาชนพึงพอใจที่มีศูนย์สาธิตการ ตลาดในหมู่บ้านของตนเอง และจากที่ผู้วิจัยได้เข้าไปดำเนินการวิจัยในพื้นที่ และมีส่วนในกระตุ้นให้ประชาชนดำเนินการจัดตั้งศูนย์สาธิตการ ตลาดขึ้น และจากการดำเนินงานดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อสังเกตและข้อเสนอแนะในบางประเด็น ดังนี้

1. ผลที่ได้จากการวิจัย

1.1 พบตัวแปรที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการ ตลาดดังนี้ สมาชิกเพศชาย สมาชิกที่มีอายุสูง สมาชิกที่มีระดับการศึกษาสูง สมาชิกที่มีรายได้สูง สมาชิกที่เป็นผู้นำกลุ่มต่าง ๆ สมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่มาก สมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการ-ตลาดสูง สมาชิกกลุ่มนี้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการ ตลาดสูงและสมาชิกกลุ่มนี้โดยสภาพทั่วไปแล้วพร้อมที่จะให้ความร่วมมือกับทางราชการ

1.2 สมาชิกอีกกลุ่มหนึ่งที่มีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างกับกลุ่มแรก คือ สมาชิกเพศหญิง สมาชิกที่มีอายุต่ำ สมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำ สมาชิกที่มีรายได้น้อย สมาชิกที่เป็นประชาชนธรรมดา สมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่น้อย สมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจน้อย เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานพัฒนาชุมชนสามารถประยุกต์กิจกรรมเพื่อพัฒนาประชาชนให้มีขีดความสามารถให้สูงขึ้น โดยการเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะดำเนินงาน เพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้มีความต่อเนื่องและทั่วถึง จัดกิจกรรมที่เพิ่มพูนรายได้และลดรายจ่าย สร้างเจตคติที่ดี และสภาพแวดล้อมที่ดี กิจกรรมดังกล่าวสามารถสร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนและเป็นการปรับสภาพความพร้อมของประชาชนให้มีความสามารถที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนา รูปแบบต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

2. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

2.1 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด น่าจะมีผลต่อความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด จากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ผลปรากฏว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สรุปได้ว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจสูง มีส่วนร่วมในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจต่ำ จากการสังเกตในขณะดำเนินการวิจัย พบว่าการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่ชัดเจน เอกสารที่ใช้ประกอบในการดำเนินงานไม่เพียงพอ และยังไม่แพร่หลาย ทำให้เจ้าหน้าที่และประชาชนไม่สามารถตัดสินใจแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมั่นใจ อาจเป็นเพราะนโยบายและรูปแบบการจัดศูนย์สาธิตการตลาดกำหนดไว้ไม่ชัดเจนบางประเด็นเป็นแต่เพียงหลักการไม่สามารถนำมาปฏิบัติจริงได้ การที่กรมพัฒนาชุมชนพยายามดัดแปลงกิจกรรมสหกรณ์ร้านค้ามาเป็นศูนย์สาธิตการตลาด ทำให้กิจกรรมบางอย่างไม่ชัดเจนและไม่สามารถดำเนินการได้เต็มตามรูปแบบ เพราะถือว่าการดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาดเป็นการทดลองการทำงานของประชาชนเท่านั้น แนวทางที่สามารถจะทำให้การดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาด เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของประชาชนได้นั้น กรมการพัฒนาชุมชนน่าจะมีการปรับปรุง

รูปแบบการดำเนินงานให้ชัดเจนสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของสังคมปัจจุบัน โดยการผลิตเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง จัดอบรมเจ้าหน้าที่และสมาชิกศูนย์สาธิตการตลาดให้มีความรู้ความเข้าใจตรงกันและเป็นแนวเดียวกัน

2.2 จากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด ข้อ 14 ศูนย์สาธิตการตลาดจะก้าวหน้าหรือล่าหลัง ย่อมขึ้นอยู่กับการศึกษาของสมาชิก ดังนั้นการให้การศึกษาแก่ประชาชนเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์และศูนย์สาธิตการตลาด ผู้เกี่ยวข้องควรให้ความรู้แก่คณะกรรมการดำเนินงาน และประชาชนให้มีความรู้ความเข้าใจก่อนการดำเนินการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด หรือหลังจากการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดแล้ว เพราะความสำเร็จในการดำเนินงานเกิดจากความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และควรจัดอบรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้

2.3 เงินทุนในการดำเนินการศูนย์สาธิตการตลาด ตามข้อกำหนดได้จากการกู้ยืมธนาคารกรุงไทย และได้จากเงินสัจจะที่สมาชิกรายมาสะสมไว้ และไม่เปิดโอกาสให้ศูนย์สาธิตการตลาดเรียกหุ้น หรือกำหนดหุ้นขึ้นมาได้เองตามความเหมาะสม แนวคิดดังกล่าวไม่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน และยังเป็นการสกัดกั้นความก้าวหน้าในการจัดกิจกรรมศูนย์สาธิตการตลาด เพราะการระดมทุนโดยการกู้เงินจากธนาคารกรุงไทยนั้นพบว่าไม่สามารถดำเนินการได้ ส่วนเงินทุนที่ได้จากเงินสัจจะไม่สามารถขยายให้ศูนย์สาธิตการตลาดดำเนินการในรูปธุรกิจได้ กรมพัฒนาชุมชนน่าจะเปิดโอกาสให้ศูนย์สาธิตการตลาดเรียกหุ้นหรือกำหนดหุ้นขึ้นเองได้ตามความเหมาะสมและส่งเสริมให้ขยายการดำเนินงานในรูปธุรกิจสหกรณ์ได้

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัย

จากการศึกษา "การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด อำเภอรัตนภูมิ จังหวัดสงขลา" ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับผู้สนใจงานพัฒนาและการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด หากได้มีการศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจาก เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพทางสังคม ความรู้ความเข้าใจในหลักการและวิถีทางสหกรณ์ และศูนย์สาธิตการตลาด และเจตคติ เช่น อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว การถือครองที่ดินทำกิน หรือศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการบริหาร การดำเนินงาน ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาด จากประเด็นดังกล่าวน่าจะทำให้ผลการศึกษามีความถูกต้องแม่นยำและสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงมากขึ้น ทำให้มีความเข้าใจประชาชนมากยิ่งขึ้น เป็นการลดเงื่อนไขต่าง ๆ ได้ ทำให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมของศูนย์สาธิตการตลาดได้ถูกต้องมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาวิจัยสำหรับผู้สนใจ อาจเลือกศึกษาในประเด็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานศูนย์สาธิตการตลาด ซึ่งเป็นการวิจัยต่อเนื่องกับการวิจัยในครั้งนี จะทำให้พบประเด็นสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของศูนย์สาธิตทั้งระบบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศูนย์สาธิตการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. การเลือกพื้นที่ทำการวิจัยเกี่ยวกับกิจกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้ทำการวิจัยควรเลือกสถานที่ที่ผู้วิจัยสามารถเดินทางเข้าไปในพื้นที่ได้ตลอดเวลาที่ทำการวิจัย เพื่อลดข้อจำกัดในการติดต่อประสานงานกับประชาชนในพื้นที่และควรคำนึงถึงความต่อเนื่องในการเข้าไปในพื้นที่ด้วย

4. การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชน ผู้วิจัยจะต้องมีความเข้าใจในสภาพของชุมชนในชนบท และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาได้ทุกกิจกรรม เพื่อสร้างความคุ้นเคยระหว่างผู้วิจัยกับประชาชนในพื้นที่ ซึ่งเป็นการลดเงื่อนไขต่าง ๆ ระหว่างผู้วิจัยกับประชาชน ถ้าผู้วิจัยสามารถปฏิบัติได้จะเป็นการเพิ่มความไว้วางใจจากประชาชนในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

5. การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด ผู้วิจัยควรทำความเข้าใจในหลักการสหกรณ์ให้ชัดเจน หรือควรผ่านการศึกษายอบรมทางด้านสหกรณ์มาก่อน จะทำให้เกิดความเข้าใจในการดำเนินงานได้ทุกขั้นตอน เพราะศูนย์สาธิตการตลาดเป็นกิจกรรมสหกรณ์อีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นการทดลองดำเนินงานของกรมพัฒนาชุมชน