

บทที่ 4

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ปัญหาการวิจัยครั้งนี้เป็นปัญหาเกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ด้านการได้รับข้อมูล และการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ ด้านความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธิตำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดกับการยอมรับในการตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต

สมมุติฐาน

สมมุติฐานเพื่อการทดสอบ มีดังต่อไปนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีเพศต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 2 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีอายุต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 3 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 4 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีระดับรายได้ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 5 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีการติดต่อ

สัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกันยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 6 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่ได้รับการประชุมชี้แจงหรือได้รับการอบรมต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 7 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีสถานภาพการเป็นผู้นำท้องถิ่นต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 8 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่เป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 9 สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ตำบลเขาพังไกร อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 144 คน ซึ่งได้มาโดยใช้วิธีสุ่มแบบง่ายจากจำนวนสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต 225 คน ด้วยการจัดสลากเลขที่แบบไม่ใส่กลับ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และแบบทดสอบที่คณะกรรมการดำเนินการวิจัยร่วมกันสร้างขึ้นมา ทั้งหมดมี 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การได้รับข้อมูลข่าวสาร และการได้รับการประชุมชี้แจง หรือได้รับการอบรม ตอนที่ 2 เป็นแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีการดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด ตอนที่ 3

เป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์การยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

วิธีการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลมี 2 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 คัดเลือกกรรมการกลุ่ม ออมทรัพย์เพื่อการผลิต จำนวน 10 คน แล้วผู้วิจัยชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับ แบบสอบถามและแบบทดสอบ และวิธีการบันทึกข้อมูล ขั้นที่ 2 การเก็บข้อมูล ภาคสนาม กรรมการกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่ได้รับการคัดเลือกออกเก็บ ข้อมูลจากสมาชิกตามที่ได้สุ่มตัวอย่างไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้สถิติต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. หาค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป ด้านสถานภาพทางสังคม และ เศรษฐกิจ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารและการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ ด้าน ความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของศูนย์ สาธิตการตลาดของสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตกลุ่มตัวอย่าง
2. ค่ามัธยิมเลขคณิต (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของคะแนนการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิกกลุ่ม ออมทรัพย์เพื่อการผลิตกลุ่มตัวอย่าง เป็นรายตัวแปร
3. วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของคะแนนการยอมรับการจัดตั้ง ศูนย์สาธิตการตลาดระหว่างสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตกลุ่มตัวอย่างที่มี สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การได้รับข้อมูลข่าวสาร และการติดต่อกับ เจ้าหน้าที่ ความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และ วิธีดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีเพศต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่เพศชายมีการยอมรับสูงกว่าเพศหญิง แสดงว่า เพศเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
2. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีอายุต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่ต่างกัน แสดงว่า อายุเป็นองค์ประกอบที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
3. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีระดับการยอมรับสูงกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อย แสดงว่า ระดับการศึกษาเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
4. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีระดับรายได้ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่สมาชิกที่มีรายได้สูงจะมีการยอมรับสูงกว่าสมาชิกที่มีรายได้น้อย แสดงว่า ระดับรายได้เป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
5. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่ต่างกัน แสดงว่า การติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่เป็นองค์ประกอบที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด
6. สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่ได้รับการประชุมชี้แจงหรือได้รับการอบรมต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่กลุ่มที่ได้รับการประชุมชี้แจงหรือได้รับ

การอบรมมีการยอมรับสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับการประชุมชี้แจง หรือได้รับการอบรมแสดงว่าการได้รับการประชุมชี้แจง หรือได้รับการอบรมเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

7. สมาชิกกลุ่มอบรมทรัพยากรเพื่อการผลิตที่มีสถานภาพการเป็นผู้นำท้องถิ่นต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่กลุ่มที่มีสถานภาพเป็นผู้นำมีการยอมรับสูงกว่ากลุ่มที่ไม่เป็นผู้นำ แสดงว่า การเป็นผู้นำท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

8. สมาชิกกลุ่มอบรมทรัพยากรเพื่อการผลิตที่เป็นสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กลุ่มที่เป็นสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ มีการยอมรับสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ แสดงว่า การเป็นสมาชิกกลุ่มอื่น ๆ เป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

9. สมาชิกกลุ่มอบรมทรัพยากรเพื่อการผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธิตำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่สมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจมากมีการยอมรับสูงกว่าสมาชิกที่มีความรู้ความเข้าใจน้อย แสดงว่า ความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธิตำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบด้านสถานภาพทางสังคมและ เศรษฐกิจ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารและการสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ ด้านความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธิตำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด กับการยอมรับการ

จัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดของสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต และผลจากการทดสอบมาตรฐานผู้วิจัย ได้อภิปรายผลตามลำดับดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 กล่าวว่า "สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีเพศต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีเพศต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลอันนี้ชี้ให้เห็นว่า เพศเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด โดยที่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตเพศชายมีการยอมรับสูงกว่าเพศหญิง ผลการวิจัยในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการยอมรับนวัตกรรมยังศึกษาไม่พบว่ามีผู้ทำการวิจัยมาก่อน แต่ ดิเรก ฤกษ์หรั่ง (2522) ได้กล่าวว่า เพศหญิงยอมรับการเปลี่ยนแปลงเร็วกว่าเพศชายซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาในครั้งนี้ ทั้งนี้ อาจเนื่องจากในสังคมชนบทของเกษตรกรไทย เพศชายเป็นผู้ที่มีโอกาสในการรับการศึกษา สถานภาพทางสังคม การติดต่อกับชุมชนภายนอก และการได้รับข่าวสาร การติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ การเข้าสังคม และการมีส่วนร่วมในสังคมสูงกว่าเพศหญิง ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นมีความสัมพันธ์กับการยอมรับนวัตกรรม ดังที่ โรเจอร์ และชู เมอร์เกอร์ (Rogers and Shoemaker : 1971) ได้สรุปผลการวิจัยที่เกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับอัตราการยอมรับ คือ ระดับการศึกษา ลักษณะเป็นผู้นำด้านความคิด การติดต่อกับชุมชนภายนอก การติดต่อกับเจ้าหน้าที่ การเข้าร่วม และมีส่วนร่วมในสังคม และสอดคล้องกับการวิจัยของ บุลคัตต์ โพธิ์เจริญ (2528) ที่ศึกษาว่าพบว่า สถานภาพทางสังคมมีผลทำให้อัตราการยอมรับการทำงานนาน้ำนมแผนใหม่ต่างกัน ด้วยสาเหตุดังกล่าว จึงน่าจะเป็นสาเหตุทำให้สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตเพศชายมีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าเพศหญิง

สมมุติฐานข้อที่ 2 กล่าวว่า "สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีอายุต่างกันยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน" ผลจากการทดสอบ

นัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีอายุต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่ต่างกัน (ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05) ปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ คิเรก ฤกษ์ทราย (2518) ที่ศึกษาพบว่า เกษตรกรในจังหวัดบึงกาฬมีการยอมรับวิทยาการไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ อวารณ์ เสนศักดิ์ (2529) ซึ่งทำการวิจัยเรื่อง "การยอมรับและการแพร่กระจายเทคโนโลยีการเลี้ยงผึ้งของผู้เลี้ยงผึ้งในจังหวัดเชียงราย แพร่ ลำปาง เชียงใหม่ และลำพูน" พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับคะแนนการยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงผึ้ง อนงค์ เกิดสาลี (2521) ศึกษาการยอมรับวิทยาการแผนใหม่ ของเกษตรกรรายย่อย อันเกิดจากการใช้สินเชื่อเพื่อการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรตำบลปากกราน อำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับวิทยาการเกษตร และเช่นเดียวกับ พงษ์ศักดิ์ อังกลสิทธิ์ (2526) พบว่า อายุเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการยอมรับสิ่งปฏิบัติใหม่ๆ ในการดำเนินการเกษตรที่สูงของชาวไทยภูเขาเผ่าม้ง จังหวัด เชียงใหม่ แต่ผลการวิจัยครั้งนี้ขัดแย้งกับงานวิจัยของ คณิต มานพงษ์ (2518) ที่ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับการเกษตรแผนใหม่ของเกษตรกรเจ้าของสวนยาง หมู่ที่ 2 ตำบลนาบอน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช" พบว่า เกษตรกรที่มีอายุน้อยจะรับเอาวิทยาการเกษตรแผนใหม่มาใช้ในการทำสวนยางมากกว่า และรวดเร็ว กว่าเกษตรกรที่มีอายุมาก สุวัฒนา เพ่งพิณิจ (2523) ได้อ้างโคเวอร์ (Kover) ศึกษาพบว่าอายุเป็นปัจจัยในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงการทำนา การเกษตรแผนใหม่ ศุลา อีร์ชติมานนท์ (2522) ศึกษาพบว่า อายุเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการปลูกพืชสามครั้งต่อปีในเขตชลประทานเพชรบุรี และวัชรภรณ์ ตระกูลฤทธิ์ (2525) ศึกษาพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการทำนาหว่านน้ำตมแผนใหม่

สมมุติฐานข้อที่ 3 กล่าวว่า "สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตต่างกัน" ผลการ

ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตระดับ
 ที่มีการศึกษาดังกันมีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่สมาชิก
 ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าประถมศึกษาและระดับประถมศึกษา จะมีการยอมรับ
 การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับ
 ประถมศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้
 สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ห่มจาบา (2513) ก็พบว่า คนที่มีฐานะ
 ทางการศึกษาที่จะยอมรับเอาวิธีการวางแผนครอบครัวมาใช้ก่อนเช่นเดียวกับ
 งานวิจัยของบุญธรรม คำพอ (2520) ที่พบว่า เกษตรกรที่มีระดับ
 การศึกษาสูงกว่าประถมศึกษาปีที่ 4 ที่มีความสามารถอ่านออกเขียนได้จะ
 ยอมรับการเกษตรแผนใหม่มากกว่าเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าประถม
 ศึกษาปีที่ 4 และผลงานการวิจัยของ ประมวล อ่วมงาม (2530) ที่พบว่า
 แม่บ้านเกษตรกรที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะยอมรับการวางแผนครอบครัว
 มากกว่าแม่บ้านเกษตรกรที่มีการศึกษาน้อย นอกจากนี้ ไพศาล เพ็ชรพลาย
 (2519) ได้อ้างว่า โคเวอร์ (Kover) ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยในการยอมรับ
 ในการเปลี่ยนแปลงทางการเกษตรแผนใหม่ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และ
 เช่นเดียวกับมาติกัน (Matigan) ก็พบว่า ปัจจัยการยอมรับการเปลี่ยนแปลง
 คือระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของสมาชิกเป็นองค์ประกอบที่มี
 ความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

สมมุติฐานข้อที่ 4 กล่าวว่า "สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มี
 รายได้ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน" ผลการ
 ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีระดับ
 รายได้ต่างกัน มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัย
 สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่สมาชิกที่มีระดับ
 รายได้ 15,000 ขึ้นไป จะมีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่า
 สมาชิกที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/ปี และระดับรายได้ 10,001-
 15,000 บาท/ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

สมาชิกที่มีระดับรายได้ 5,001-10,000 บาท/ปี และสมาชิกที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท/ปี จะมีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด สูงกว่าสมาชิกที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุณธรรมคาพอ (2520) ที่พบว่าเกษตรกรที่มีระดับรายได้สูงกว่าจะมีการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่มากกว่า บุลศักดิ์ โทธิเจริญ (2528) ได้อ้างว่าผลการวิจัยของ ซิงค์ (Singh : 1967) พบว่าตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับปุ๋ยในโตรเจนได้แก่ รายได้ ขนาดที่ดิน และฐานะทางเศรษฐกิจ สหสันนิลพันธ์ (2519) พบว่า การใช้ยูนบาร์ลมี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับรายได้ต่อปี เช่นเดียวกับ วีระ กองแก้ว (1973) ได้อ้างถึงการศึกษาของไลออน-เบอร์เกอร์ มอร์ริสัน และมาดิกัน (Lion berger, Morison and Madigen) พบว่าการปฏิบัติตามเกษตรกรรมแผนใหม่ ขึ้นอยู่กับรายได้ของชาวนา และวีระ กองแก้ว ยังได้อ้างผลการวิจัยของ คอกเจอร์เนอร์ (Cougherner) และวิลเคนิ่ง (Wilkening) พบว่าชาวนาที่มีรายได้สูง จะยอมรับการทางานการเกษตรแผนใหม่ มากกว่าพวกรายได้ต่ำ

สมมุติฐานข้อที่ 5 กล่าวว่า "สมาชิกกลุ่มมอสมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน" ผลการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มมอสมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่ต่างกัน (ที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ .05) ปฏิเสธสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วีรารณ กาญจนรังษี (2520) ที่ได้วิจัยเรื่อง "ปัจจัยบางประการที่มีผลต่อการยอมรับข้าวพันธุ์ใหม่ของเกษตรกรในพื้นที่ตำบลมะกอก อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน" พบว่า การได้รับหรือไม่ได้รับการปรึกษาและการได้รับการบริการทางด้านความรู้การเกษตรจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรไม่มีความแตกต่างในการยอมรับข้าวพันธุ์ปรับปรุงใหม่ แต่การวิจัยครั้งนี้แตกต่างจากการที่นักวิจัยหลายท่านได้ศึกษาไว้ เช่น ผลการวิจัยของ โรเจอร์ และ ชูเมตซ์เกอร์

(Rogers and Shoemaker) ที่พบว่า การยอมรับนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการติดต่อนักพัฒนาอย่างมาก วิระ กองแก้ว (1973) ได้อ้างถึงการศึกษาของโจนส์ (Jones) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า วิธีการติดต่อความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับเจ้าหน้าที่เป็นปัจจัยจูงใจที่ทำให้มีการยอมรับ สหสัมพันธ์ (2519) พบว่า กระบวนการยอมรับการใช้ปุ๋ยบอร์สมิเพื่อปรับปรุงดินเปรี้ยวมีความสัมพันธ์กับการติดต่อกับหน่วยส่งเสริมการเกษตร สุวัฒนา เพ็งพิณีจ (2523) พบว่า เกษตรกรที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรจะมีการยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่เร็วกว่าเกษตรกรที่ไม่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ และเช่นเดียวกับที่ บูลศักดิ์ โพธิ์เจริญ (2528) ได้อ้างผลการวิจัยของ ชาร์มา (Shama : 1974) ซึ่งได้ศึกษาถึงการยอมรับเกษตรกรรมแผนใหม่ในมัธยมประเทศ ประเทศอินเดีย ปรากฏว่า การติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ที่มีความสัมพันธ์อย่างมากกับการยอมรับนวัตกรรมการเกษตรกรแผนใหม่ของเกษตรกร ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้พบว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ต่างกัน มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดไม่ต่างกัน อาจจะเป็นเนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่น้อยมาก คือ เฉลี่ยปีละประมาณ 2 ครั้งเท่านั้นเอง และจากการสังเกตที่ได้จากการเก็บข้อมูล พบว่า ในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตไม่ค่อยได้รับความแนะนำหรือพูดคุยเกี่ยวกับศูนย์สาธิตการตลาด จึงเป็นผลทำให้การติดต่อสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

สมมุติฐานข้อที่ 6 กล่าวว่า "สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่ได้รับการประชุมชี้แจงหรือได้รับการอบรมต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่ได้รับการประชุมชี้แจง หรือได้รับการอบรมต่างกันยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ ตระกูลดิษฐ์ (2525) ได้ทำการวิจัยเรื่อง

"ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับการทานาหวานน้ำตาลมแผนใหม่ของเกษตรกร อาเภพรหมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี" พบว่า การฝึกอบรมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการทานาหวานน้ำตาลมแผนใหม่ของเกษตรกร บุหดี ชัยภักดี (2523) ศึกษาพบว่า สื่อบุคคลจะมีบทบาทในการยอมรับนวัตกรรมการเกษตรของสมาชิกนิคมมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สื่อการประชุมอบรม และหากพิจารณาให้ดีจะเห็นว่า การประชุมชี้แจงหรือการอบรมก็คือ การที่สมาชิกได้รับข้อมูล และข่าวสารโดยผ่านสื่อที่เป็นบุคคลนั่นเอง ดังนั้นผลการวิจัยครั้งนี้ น่าจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญธรรม คำพอ (2520) พบว่าเกษตรกรที่ได้รับรู้ข่าวสาร และเรื่องราวต่างๆ โดยช่องทางสื่อความรู้ที่เป็นบุคคลมาก ยอมรับวิทยาการเกษตรแผนใหม่มากกว่าเกษตรกรที่ได้รับรู้ข่าวสารและเรื่องราวต่างๆ โดยช่องทางสื่อความรู้ที่เป็นบุคคลน้อย

สมมุติฐานข้อที่ 7 กล่าวว่า "สมาชิกกลุ่มที่มีสถานภาพเป็นผู้นำท้องถิ่นต่างกัน มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน"

ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกที่มีสถานภาพการเป็นผู้นำท้องถิ่นต่างกัน มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ตั้งไว้โดยที่สมาชิกที่มีสถานภาพเป็นผู้นำท้องถิ่น มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่ไม่มีสถานภาพเป็นผู้นำท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ โรเจอร์ และชู เมอร์เกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้อธิบายสรุปผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอัตราการยอมรับประการหนึ่งคือ ลักษณะ เป็นผู้นำ

ซึ่งในลักษณะ โดยทั่วไปในสังคมชนบท ส่วนใหญ่ผู้นำท้องถิ่นมีลักษณะสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับของใหม่ของ โรเจอร์ และชูเมอร์เกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ยอมรับวิทยาการใหม่ว่า ผู้ยอมรับก่อนมีระดับการศึกษาสูงกว่ามีการติดต่อกับบุคคลในชุมชน และนอกชุมชนมากกว่า มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่มากกว่า มีความสัมพันธ์กับช่องทางสื่อสารมากกว่า และมีการถือครองที่ดิน (ปัจจัยการผลิตมากกว่า)

บลัคคี้ โพธิ์เจริญ (2528) ได้อ้าง Fliegel, Ray Sen และ Kiulin (1969) ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมเกษตรประการหนึ่ง คือ คุณลักษณะการเป็นผู้นำ เช่น ชนชั้นวรรณะ ในประเทศอินเดีย และยังได้อ้างผลการศึกษาการยอมรับการเกษตรกรรมใหม่ของเกษตรกรในรัฐปัญจาบ ประเทศอินเดีย โดยซิงค์ (Singh) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ที่ยอมรับเร็วจะมีประสบการณ์เป็นผู้นำ

สมมุติฐานข้อที่ 8 กล่าวว่า "สมาชิกที่เป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ นอกจากกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต่างกัน มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกัน" ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกที่เป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ นอกจากกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตต่างกัน มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่สมาชิกกลุ่มอื่นๆ นอกจากกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตมีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ นอกจากกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของกรมวิชาการเกษตร (กรมวิชาการเกษตร : 2521) ซึ่งได้ทำการศึกษาถึงความสนใจของชาวนาในการใช้วิทยาการแผนใหม่ต่างๆ ในการทำนาปีของ 10 จังหวัด พบว่า การเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการใช้วิทยาการแผนใหม่ในการทำนาสุพรรณ บัวทวน (2517) ศึกษาถึงทัศนคติต่อการยอมรับของใหม่ และลักษณะการยอมรับของใหม่ของชาวนาในจังหวัดขอนแก่น พบว่า ชาวนาที่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกรมีแนวโน้มที่จะยอมรับของใหม่สูงกว่าชาวนาที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร สหส นิลพันธ์ (2519) ได้ศึกษาพบว่า ชาวนการยอมรับมีความแตกต่างระหว่างการเป็นสมาชิกสถาบันเกษตรกร และไม่สมาชิกสถาบันเกษตรกร และสมภพ เพชรรัตน์ (2523) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับ ไม่ยอมรับเทคโนโลยีทางการเกษตร ในเขตโครงการปฏิบัติการพัฒนาสังคม อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง" พบว่า

เกษตรกรที่เป็นสมาชิกโครงการ มีระดับคะแนนในการยอมรับเทคโนโลยีทางการเกษตรมากกว่าเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกโครงการ แต่การวิจัยครั้งนี้แตกต่างจาก ดีเรก ฤกษ์หรั่ง (2518) ที่ศึกษาพบว่า การยอมรับนวัตกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับการเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร

สมมุติฐานข้อที่ 9 กล่าวว่า "สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน" ผลจากการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ ปรากฏว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดต่างกัน ยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สนับสนุนสมมุติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาผลการเปรียบเทียบค่ามัธยฐานเลขคณิตของคะแนนการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดพบว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดสูงจะมีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูงกว่าสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาดต่ำ แสดงว่า ความรู้ความเข้าใจในหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีดำเนินงานของศูนย์สาธิตการตลาด เป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ซึ่งการวิจัยในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจกับการยอมรับนวัตกรรมเท่าที่ศึกษายังไม่พบว่ามีผู้ทำการวิจัยไว้ก่อน แต่การวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับที่ ดีเรก ฤกษ์หรั่ง (2524) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมเกษตรกรภายใต้สถานการณ์สภาพแวดล้อมที่สำคัญประการหนึ่งคือ สามารถปฏิบัติได้และเข้าใจง่าย (Practical and Understood) นั่นคือ ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจในนวัตกรรมใหม่ได้ก่อน ก็จะยอมรับนวัตกรรมก่อนผู้ที่ไม่มีความรู้ความเข้าใจ เพราะในกระบวนการยอมรับ โรเจอร์ และ ชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้กล่าวไว้ว่า ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นรับทราบ

(Awareness Stage) 2) ขั้นสนใจ (Interest Stage)
 3) ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage) 4) ขั้นทดลอง (Trial Stage) และ 5) ขั้นยอมรับ (Adoption Stage) จะเห็นได้ว่าในการที่บุคคลจะยอมรับนวัตกรรมมาปฏิบัติ นั้น บุคคลนั้นต้องมีทั้งความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่ตนจะยอมรับเสียก่อน ดังนั้นความรู้ความเข้าใจจึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กับการยอมรับ

ข้อเสนอแนะ

1. ในการดำเนินการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

1.1. เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่มีระดับการศึกษาสูง ได้รับการประชุมชี้แจงหรือได้รับการอบรม และมีความรู้ความเข้าใจสูง จะมีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูง เพราะฉะนั้น การศึกษา การได้รับการประชุมชี้แจงหรือได้รับการอบรม และความรู้ความเข้าใจน่าจะมีผลทำให้เกิดการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ดังนั้นหากจะขยายผลการดำเนินงานของกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตก็ควรจะมีการให้การศึกษา เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่อง "ศูนย์สาธิตการตลาด" โดยใช้วิธีการจัดประชุมชี้แจง หรือการจัดการอบรมให้แก่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ก่อนที่จะดำเนินการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด

1.2. เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกที่มีสถานภาพเป็นผู้นำท้องถิ่นและการเป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ มีการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดสูง เพราะฉะนั้น สถานภาพการเป็นผู้นำท้องถิ่น และการเป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ น่าจะมีผลทำให้เกิดการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด ผลจากการเก็บข้อมูลยังพบว่า สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตส่วนใหญ่ยังไม่มีสถานภาพการเป็นผู้นำท้องถิ่น และเป็นสมาชิกกลุ่มอื่นๆ ดังนั้นพัฒนาการและคณะกรรมการดำเนินงานกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต น่าจะส่งเสริมให้

สมาชิกได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มต่างๆ ที่จัดขึ้นในชุมชน เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเยาวชน หรือลูกเรือชาวบ้าน เป็นต้น ส่วนการฝึกหัดการเป็นผู้นำนั้นน่ากระทำโดยการที่คณะกรรมการดำเนินงานไม่ควรอยู่ในตำแหน่งซ้ำหลายสมัย ควรผลัดเปลี่ยนให้สมาชิกของกลุ่มได้มีโอกาสบริหารกลุ่มบ้าง

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1. กรมการพัฒนาชุมชนน่าจะแนะนำให้คณะกรรมการดำเนินงานกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตฝึกหัดการท่ววิจัยอย่างง่ายๆ เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต

2.2. ควรศึกษาถึงตัวแปรอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด เช่น ผลประโยชน์ที่จะได้รับความสะดวกในการบริการ จำนวนร้านค้าในตลาด ความสะดวกในการคมนาคม เป็นต้น เพื่อศึกษาให้ครอบคลุมตัวแปรมากที่สุด

2.3. ควรขยายพื้นที่ทำการศึกษาให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้นเช่นระดับจังหวัด หรือ ระดับภาค เพื่อที่จะนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศูนย์สาธิตการตลาดต่อไปและในการวิจัยควรจะทำทั้งในกลุ่มที่กำลังจะเริ่มดำเนินการ กำลังดำเนินการ และที่ดำเนินการประสบผลสำเร็จแล้ว

3. สำหรับกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตตำบลเขาพัง ไกร อําเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช น่าจะนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ดังนี้ คือ

3.1 คณะกรรมการกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต พัฒนากร และผู้วิจัย ร่วมกันสรุปผลการวิจัยและใช้ข้อมูลจากการวิจัยเพื่อวางแผนในการดำเนินการจัดทำโครงการที่จะนำไปสู่การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่อไป

3.2 ในการจัดทำโครงการเพื่อจะนำไปสู่การจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาด น่าจะมีโครงการที่เกี่ยวกับการจัดการให้การศึกษาเรื่อง "ศูนย์สาธิตการตลาด" โดยอาจเชิญผู้ที่ชำนาญในด้านนี้มาให้การอบรม หรือการจัดทำเอกสารเผยแพร่ โครงการอีกแนวทางหนึ่งในการที่ให้การศึกษาแก่สมาชิกก็โดยการนำสมาชิกไปทัศนศึกษากลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตที่ได้

ดำเนินการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดเพื่อการผลิตเป็นผลสำเร็จ

3.3 ในการประชุมใหญ่สมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต
ทุกครั้ง ควรให้เจ้าหน้าที่หรือผู้ที่มีความรู้ในเรื่องศูนย์สาธิตการตลาด ได้
ชี้แจงให้สมาชิกได้เข้าใจถึงหลักการ วัตถุประสงค์ และวิธิตำเนินงานของ
ศูนย์สาธิตการตลาดให้มากยิ่งขึ้น

3.4 หลังจากดำเนินการต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การจัดตั้ง
ศูนย์สาธิตการตลาดแล้ว น่าจะมีการสำรวจข้อมูลเพื่อให้ทราบระดับการ
ยอมรับของสมาชิกอีกครั้งหนึ่ง ถ้าหากระดับการยอมรับมีระดับสูง เป็นที่น่า
พอใจ จึงจะดำเนินการจัดตั้งศูนย์สาธิตการตลาดต่อไป