

บทสรุป

การพัฒนาประเทศตามแนวทางใหม่ และตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ซึ่งใช้อยู่ในปัจจุบันนี้ ถือเอาการพัฒนาชนบทเป็นเป้าหมาย และวิธีการสำคัญในการพัฒนาประเทศ กิจกรรมสหกรณ์เป็นองค์การธุรกิจที่จะขจัดปัญหาความเดือดร้อนทางเศรษฐกิจและสังคม สนองตอบในการพัฒนาประเทศชาติอย่างหนึ่ง ซึ่งต้องอาศัยการสื่อสารเข้าช่วยให้กิจกรรมสหกรณ์ได้ผลดี การศึกษาบทบาทของสื่อและรูปแบบการสื่อสารที่มีต่อการเข้าเป็นสมาชิก ของร้านสหกรณ์กลุ่มวิทยาลัยครูภาคตะวันตก เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเรื่องของสหกรณ์ที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศชาติ จึงได้ทำการวิจัยเรื่องนี้โดยตั้งวัตถุประสงค์ไว้ว่า

1. เพื่อทราบบทบาทของสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจที่มีต่อการเข้าเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์
2. เพื่อทราบรูปแบบของการสื่อสารที่มีต่อความรู้ของสมาชิกในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์
3. เพื่อทราบความคิดเห็นของสมาชิกร้านสหกรณ์ที่มีต่อวิธีการใช้สื่อของร้านสหกรณ์

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการวางแผนงานวิจัยแบบ One Shot Descriptive Study และทำการเลือกตัวอย่าง 439 คน จากประชากร 1,755 คน ของสมาชิกร้านสหกรณ์กลุ่มวิทยาลัยครูตะวันตก ด้วยวิธีเลือกตัวอย่าง แบบจำแนกประเภท (Stratification) โดยใช้เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลที่ยูวิจัยสร้างขึ้น เครื่องมือนี้ส่วนใหญ่เป็นคำถามแบบปลายเปิด มีแบบปลายเปิดเพียง 2 ข้อเท่านั้น นำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยครูเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์ จังหวัดปทุมธานี จนได้เครื่องมือที่มีค่าความเชื่อมั่น อำนาจจำแนก และความยากง่ายตามเกณฑ์แล้วจึงนำไปใช้เก็บข้อมูล ทำการรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ 1 กันยายน ถึง 31 ตุลาคม พ.ศ. 2526 แล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูล ภายหลังจากการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว สามารถสรุปผลการวิจัยแยกเป็นส่วน ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของสมาชิกร้านสหกรณ์ สมาชิกส่วนใหญ่ของร้านสหกรณ์เป็นเพศหญิง (56.9%) มีอายุตั้งแต่ 20-60 ปี ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 20-30 ปี (70.8%) สถานภาพ (อาชีพ) ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาในวิทยาลัยครู (60.1%) การศึกษาของสมาชิกส่วนใหญ่จบระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 หรือ ป.กศ. หรือ ปวช. (53.5%) สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้ 600-1,000 บาทต่อเดือน (45.8%) เป็นสมาชิกร้านสหกรณ์วิทยาลัยครูหมู่บ้านจอมบึงมากที่สุด (35.5%) ส่วนอายุการเป็นสมาชิกนั้น เป็นสมาชิกนาน 1-2 ปี มากที่สุด (74.3%)

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์บทบาทของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ร้านสหกรณ์ ในจำนวนสมาชิก 439 รายนั้น สมาชิกที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากถึง 333 ราย (75.9%) ที่เหลือเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ 106 ราย (24.1%) จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Z พบว่า บุคคลที่สมัครเข้าเป็นสมาชิกเป็นผู้เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อเฉพาะกิจอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.5 แสดงว่าสื่อบุคคลมีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวสารมากกว่าสื่อเฉพาะกิจ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Katz และ Lazarsfeld ที่ว่า "รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล ในลักษณะที่เผชิญหน้าเป็นรูปแบบที่มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ที่จะยอมรับปฏิบัติมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Everett M. Rogers ที่ว่า "สื่อบุคคลเป็นตัวสำคัญมากกว่าในการโน้มน้าวใจและเปลี่ยนทัศนคติ" นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Balakrishnan and Mutthai (1966) ที่ว่า "ญาติ เพื่อนบ้าน (สื่อบุคคล) เป็นช่องทางสื่อสารที่สำคัญที่สุด"

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ชนิดของสื่อกับความรู้อันเนื่องมาจากร้านค้า จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่าสมาชิกที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมากชนิดกว่ามีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้ามากกว่า สมาชิกที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อน้อยชนิดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับ ประภาเพ็ญ สุวรรณ ที่ว่า "การที่ประสาทสัมผัสของบุคคลได้ถูกกระตุ้นมากเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้นมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากขึ้นเท่านั้น การส่งข่าวสารหลาย ๆ วิธีมีผลคือต่อผู้รับมากกว่าใช้วิธีการเดียว"

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ทิศทางของการสื่อสารกับความรู้ เรื่องหลักและวิธีการ สหกรณ์ร้านค้า จากการวิเคราะห์ T - Test พบว่า สมาชิกที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อสอง ทิศทางมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้ามากกว่าสมาชิกที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อทิศทาง เดียว อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับผลการวิจัย ของ Rogers และ Svenning ที่ว่า "การหลังไหลของข่าวสารแบบสองทิศทางมีปฏิ กิริยาตอบสนองจากผู้รับสารในระดับสูงกว่าการสื่อสารแบบทิศทางเดียว" และสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ Leavitt and Mueller ที่ว่า "การสื่อสารแบบสองทิศทางมีความถูก ต้องและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับสารมากกว่าการสื่อสารแบบทิศทางเดียว"

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ของสมาชิกที่มีต่อวิธีการใช้สื่อของร้านสหกรณ์ แยกต่าง กันตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ ใช้สถิติ t และ F-test แยกวิเคราะห์เป็นรายข้อ ผล การวิเคราะห์มีดังต่อไปนี้

1. การใช้สื่อบุคคลของร้านสหกรณ์ ชักชวนบุคคลเข้าเป็นสมาชิก สมาชิก มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตาม เพศ อายุ อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้าและจำนวน สื่อที่เปิดรับแตกต่างกันเมื่อพิจารณาการศึกษา กล่าวคือ ผู้จบปริญญามีความแตกต่างกับผู้จบ อนุปริญญา สมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นควยว่า ควรใช้สื่อบุคคลชักชวนบุคคลเข้าเป็นสมาชิก
2. ความน่าสนใจของเรื่องที่สื่อบุคคลของร้านสหกรณ์สนทนากับสมาชิก สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณา ตามอาชีพ การศึกษา กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มบุคคลภายนอกมีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่ม นักศึกษา กลุ่มคนงาน เจ้าหน้าที่ และกลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้จบการศึกษาระดับอนุปริญญามีความ คิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการ สหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นควยว่า เรื่องที่สื่อบุคคลของร้านสหกรณ์ สนทนากับสมาชิกมีความน่าสนใจ

3. ความน่าเชื่อถือเรื่องชื่อเสียงของร้านสหกรณ์สนทนากับสมาชิก สมาชิกมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้าและจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่าเรื่องชื่อเสียงของร้านสหกรณ์สนทนากับสมาชิกนั้นน่าเชื่อถือได้

4. ความบ่อยครั้งในการใช้สื่อของร้านสหกรณ์เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับร้านสหกรณ์ สมาชิกมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาตาม เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับสมาชิกส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าควรใช้สื่อของร้านสหกรณ์เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับร้านสหกรณ์บ่อยครั้งที่โอกาสจะอำนวยให้

5. การให้บริการของเจ้าหน้าที่ร้านสหกรณ์แก่สมาชิกด้วยอัยยาลัยอันดี สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เพื่อพิจารณาตาม อายุ อาชีพ การศึกษา กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีอายุ 20-30 ปี นักศึกษามีความคิดเห็นแตกต่างกับอาจารย์ ผู้จบมัธยมศึกษา อนุปริญญามีความคิดเห็นแตกต่างกับผู้จบสูงกว่าปริญญาตรี แต่ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาตาม เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้เกี่ยวกับหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับสมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เจ้าหน้าที่ร้านสหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกด้วยอัยยาลัยอันดี

6. ความน่าสนใจของการเผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสายในวิทยาลัยครู สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตาม อายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ กล่าวคือสมาชิกกลุ่มผู้มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี กลุ่มคนงานเจ้าหน้าที่ กลุ่มนักศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้จบมัธยมศึกษา กลุ่มผู้จบอนุปริญญา และกลุ่มผู้จบประถมศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มผู้มีรายได้ 600-1,000 บาท 1,001-2,000 บาท , 2,001-3,000 บาท, 3,001-4,000 บาท ต่างกับกลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า 5,000 บาท กลุ่มผู้มีความรู้ระดับกลางและระดับต่ำมีความคิดเห็นแตกต่าง

กับกลุ่มผู้มีความรู้สูงกลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 4-6 ชนิด และ 1-3 ชนิด มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 7-9 ชนิด แต่ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาตามเพศ สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีความเห็นเกี่ยวกับการเผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสายในวิทยาลัยครู ว่ามีความสนใจหรือไม่ อาจเป็นเพราะว่าสมาชิกไม่ได้รับฟังช่วงที่มีรายการของร้านสหกรณ์ ออกอากาศทางเสียงตามสาย

7. การจัดทำรายการเผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสายเป็นรายการเอกเทศ สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตามอาชีพ กล่าวคือสมาชิกกลุ่มคนงาน เจ้าหน้าที่ กลุ่มนักศึกษาที่มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มบุคคลภายนอก แต่ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาตาม เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้เกี่ยวกับหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีความเห็นเกี่ยวกับการที่ร้านสหกรณ์จะจัดรายการทางเสียงตามสายเป็นรายการเอกเทศหรือไม่ อาจเป็นเพราะเห็นว่าร้านสหกรณ์จะต้องพิจารณาเองตามความเหมาะสม

8. การจัดทำรายการร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสายสัปดาห์ละ 3 ครั้งขึ้นไป สมาชิกมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้เกี่ยวกับหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้าและจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีความเห็นเกี่ยวกับการที่ร้านสหกรณ์จะจัดทำรายการทางเสียงตามสายสัปดาห์ละ 3 ครั้งขึ้นไปหรือไม่ อาจเป็นเพราะสมาชิกต้องการให้ร้านสหกรณ์ใช้ดุลยพินิจเอง

9. ป้ายประกาศทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาอายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้เกี่ยวกับหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มผู้มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี กลุ่มนักศึกษาที่มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้จบมัธยมศึกษา อนุปริญญา ประถมศึกษาและปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี สมาชิกกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 600 บาท และกลุ่มผู้มีรายได้ 600-1,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีรายได้สูงกว่า 5,000 บาท กลุ่มผู้มีความรู้ระดับต่ำ



และระดับกลาง มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีความรู้ระดับสูง สมาชิกกลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 1-3 ชนิด มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 7-9 ชนิด แต่ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาตามเพศ สมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยว่า ป้ายประกาศทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า

10. การเผยแพร่เฉพาะเรื่องราวของร้านสหกรณ์เท่านั้น ในป้ายประกาศ สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตาม อาชีพ กลุ่มคนงาน เจ้าหน้าที่ และกลุ่มอาจารย์มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มบุคคลภายนอกและกลุ่มนักศึกษา แต่ความคิดเห็นของสมาชิกร้านสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีความเห็นเกี่ยวกับการที่ร้านสหกรณ์จะเผยแพร่เฉพาะเรื่องราวของร้านสหกรณ์เท่านั้นในป้ายประกาศ

11. เรื่องราวข่าวสารจากแผนภาพโฆษณาทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตามการศึกษา กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มผู้จบมัธยมศึกษาที่มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี แต่ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาตาม เพศ อายุ อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยว่า เรื่องราวข่าวสารจากแผนภาพโฆษณาทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า

12. ความน่าสนใจของแผนภาพโฆษณาของร้านสหกรณ์ สมาชิกมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ.05 เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีความเห็นเกี่ยวกับความน่าสนใจของแผนภาพโฆษณาของร้านสหกรณ์

13. การจัดทำเอกสารเผยแพร่ร้านสหกรณ์บ่อย ๆ สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตาม อายุ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มที่มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่ม

ผู้มีอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีอายุ 20-30 ปี กลุ่มผู้มีความรู้ระดับสูง มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีความรู้ระดับกลาง และระดับต่ำ แต่ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาตามเพศ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ และจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยว่า ควรจัดทำเอกสารเผยแพร่ร้านสหกรณ์บ่อย ๆ

14. ความน่าสนใจด้านรูปเล่มและเนื้อหาของเอกสารเผยแพร่ร้านสหกรณ์ สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตามเพศ อาชีพ กล่าวคือกลุ่มสมาชิกเพศชาย มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มเพศหญิง กลุ่มคนงานเจ้าหน้าที่ และกลุ่มนักศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มบุคคลภายนอก แต่ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาตามอายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้าและจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่ไม่มีความเห็นเกี่ยวกับความน่าสนใจด้านรูปเล่มและเนื้อหาของเอกสารเผยแพร่ร้านสหกรณ์

15. การตกแต่งร้านสหกรณ์ดึงดูดใจสมาชิก สมาชิกมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ แต่แตกต่างกันเมื่อพิจารณา การศึกษา กล่าวคือ กลุ่มผู้จบอนุปริญญาและมีชั้นมัธยมศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้จบสูงกว่าปริญญาตรี สมาชิกส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าร้านสหกรณ์ มีการตกแต่งร้านค้า สามารถดึงดูดใจสมาชิกให้เข้าร้านสหกรณ์

16. การที่ร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ให้ความรู้ด้านสหกรณ์ร้านค้าแก่สมาชิก สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตามอายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ กล่าวคือ สมาชิกกลุ่มผู้มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี กลุ่มนักศึกษา กลุ่มบุคคลภายนอก และกลุ่มคนงานเจ้าหน้าที่ มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้จบมัธยมศึกษา กลุ่มผู้จบอนุปริญญา กลุ่มผู้จบประถมศึกษา กลุ่มผู้มีรายได้ 600-1,000 บาท, กลุ่มผู้มีรายได้ 1,001-2,000 บาท, 2,001-3,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีรายได้ 4,001-5,000 บาท และสูงกว่า 5,000 บาท สมาชิกกลุ่มผู้มีความรู้ระดับต่ำและระดับกลาง มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีความรู้ระดับสูง

กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 1-3 ชนิด มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 4-6 ชนิด และกลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 7-9 ชนิด แต่ความคิดเห็นของสมาชิกไม่แตกต่างเมื่อพิจารณาตามเพศ สมาชิกส่วนใหญ่เห็นควรวาร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ให้ความรู้แก่สมาชิก

17. การจัดร้านสหกรณ์เป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้ สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาตามอายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ กล่าวคือ กลุ่มผู้มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี กลุ่มบุคคลภายนอก กลุ่มนักศึกษาที่มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้มีรายได้ 600-1,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีรายได้ 4,001-5,000 บาท กลุ่มมีความรู้ระดับต่ำมีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มที่มีความรู้ระดับสูง กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 1-3 ชนิด มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 4-6 ชนิด และ 7-9 ชนิด แต่สมาชิกมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาเพศ สมาชิกส่วนใหญ่เห็นควรวาร้านสหกรณ์จัดร้านดีเป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้

18. การใช้สื่อทุกชนิดเผยแพร่ร้านสหกรณ์ สมาชิกมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาตามอาชีพ กล่าวคือ กลุ่มบุคคลภายนอกมีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มคนงานเจ้าหน้าที่ นักศึกษาและอาจารย์ แต่ไม่แตกต่างกันเมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกส่วนใหญ่เห็นควรวาร้านสหกรณ์ใช้สื่อทุกชนิดเผยแพร่ร้านสหกรณ์ให้มากที่สุด

จากความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อวิธีการใช้สื่อของร้านสหกรณ์พบว่า สมาชิกมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 ดังนี้

ก. เพศ สมาชิกเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้สื่อของร้านสหกรณ์แตกต่างกันในเรื่องความน่าสนใจค่านิยมและเนื้อหาของเอกสารเผยแพร่ร้านสหกรณ์

ข. อายุ สมาชิกกลุ่มผู้มีอายุ 20-30 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างกับกลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี ในเรื่องต่อไปนี้

- (1) การให้บริการของเจ้าหน้าที่ร้านสหกรณ์แก่สมาชิกด้วยอัธยาศัยอันดี
- (2) ความน่าสนใจของการ เผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสาย
- (3) ป้ายประกาศทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า
- (4) ร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ให้ความรู้สหกรณ์ร้านค้าแก่สมาชิก
- (5) การจัดร้านสหกรณ์เป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้
- (6) การจัดทำเอกสารเผยแพร่ร้านสหกรณ์บ่อย ๆ

ค. สถานภาพ สมาชิกกลุ่มอาจารย์ นักศึกษา คนงานเจ้าหน้าที่ และบุคคลภายนอก มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องต่อไปนี้

- (1) ความน่าสนใจของ เรื่องที่สื่อบุคคลของร้านสหกรณ์สนทนากับสมาชิก
- (2) ความน่าสนใจของการ เผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสาย
- (3) การจัดทำรายการ เผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสายเป็นรายการเอกเทศ
- (4) ป้ายประกาศทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า
- (5) การเผยแพร่ เฉพาะเรื่องราวของร้านสหกรณ์ในป้ายประกาศ
- (6) การให้บริการของเจ้าหน้าที่ร้านสหกรณ์ด้วยอัธยาศัยอันดี
- (7) ความน่าสนใจด้านรูปเล่มและเนื้อหาของ เอกสาร เผยแพร่
- (8) ร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ให้ความรู้ด้านสหกรณ์ร้านค้าแก่สมาชิก
- (9) การจัดร้านสหกรณ์เป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้
- (10) การใช้สื่อทุกชนิดเผยแพร่ร้านสหกรณ์

ง. การศึกษา สมาชิกกลุ่มผู้จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อนุปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องต่อไปนี้

- (1) ความน่าสนใจของ เรื่องที่สื่อบุคคลของร้านสหกรณ์สนทนากับสมาชิก
- (2) การใช้สื่อบุคคลของร้านสหกรณ์ชักชวนบุคคลเข้าเป็นสมาชิก
- (3) ความน่าสนใจของการ เผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสาย
- (4) ป้ายประกาศทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการ สหกรณ์ร้านค้า
- (5) การให้บริการของเจ้าหน้าที่ของร้านสหกรณ์ด้วยอัธยาศัยอันดี
- (6) เรื่องราวข่าวสารจากแผ่นภาพโฆษณาทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลัก

และวิธีการสหกรณ์ร้านค้า

- (7) ร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ให้ความรู้คานสหกรณ์ร้านค้าแกสมาชิก
- (8) การจัดร้านสหกรณ์เป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้
- (9) การตกแต่งร้านสหกรณ์ดึงดูดใจสมาชิก

จ. ฐานะทางเศรษฐกิจ สมาชิกกลุ่มผู้มีรายได้ต่ำกว่า 600 บาท - 1,000 บาท 4,001-5,000 บาท และเกินกว่า 5,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องต่อไปนี้

- (1) ความน่าสนใจของการ เผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสาย
- (2) ป้ายประกาศทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า
- (3) ร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ให้ความรู้คานสหกรณ์ร้านค้าแกสมาชิก
- (4) การจัดร้านสหกรณ์เป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้

ณ. ความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า สมาชิกกลุ่มผู้มีความรู้ระดับสูง กลางและต่ำมีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องต่อไปนี้

- (1) ความน่าสนใจของการ เผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสาย
- (2) ป้ายประกาศทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า
- (3) การจัดทำเอกสาร เผยแพร่ร้านสหกรณ์บ่อย ๆ
- (4) ร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ให้ความรู้คานสหกรณ์ร้านค้าแกสมาชิก
- (5) การจัดร้านสหกรณ์เป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้

ข. จำนวนสื่อที่เปิดรับ สมาชิกกลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 7-9 ชนิด 4-6 ชนิดและ 1-2 ชนิด มีความคิดเห็นแตกต่างกันในเรื่องต่อไปนี้

- (1) ความน่าสนใจของการ เผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสาย
- (2) ป้ายประกาศทำให้สมาชิกมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า
- (3) การจัดร้านสหกรณ์เป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้
- (4) ร้านสหกรณ์เป็นสถานที่ให้ความรู้คานสหกรณ์ร้านค้าแกสมาชิก

อภิปรายผล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะค้นหาบทบาทและรูปแบบของการสื่อสาร ซึ่งเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งของการ เข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ ด้วยเห็นว่าการสหกรณ์

แพร่หลายเข้ามาสู่ประเทศไทยเป็นเวลานานแล้ว แต่ยังไม่แพร่หลายกว้างขวางไปในหมู่ประชาชน เพื่อให้การสหกรณ์แพร่หลายกว้างขวางมากยิ่งขึ้น กรมการฝึกหัดครูจึงได้นำมาดำเนินการผ่านกิจการการฝึกหัดครู เพื่อให้นักศึกษาที่จบออกไปเป็นครู เผยแพร่ไปสู่นักเรียนและประชาชนทั่วไป

สำหรับคุณลักษณะโดยทั่วไปของสมาชิกร้านสหกรณ์นั้นเป็นคุณลักษณะ ที่ร้านสหกรณ์กำหนดไว้แต่ร้านสหกรณ์ควร เผยแพร่ไปสู่บุคคลทั่วไปมากขึ้น เพื่อให้มีสมาชิกที่มีอายุมากขึ้น และมาจากอาชีพต่าง ๆ มากขึ้น เนื่องจากสหกรณ์ร้านค้าไม่บังคับคุณสมบัติเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ถ้าสมาชิกมาจากทุกอาชีพมากขึ้นเท่าไร จะเป็นการช่วยเหลือยกฐานะทางเศรษฐกิจของสมาชิกได้มากเท่านั้น

ตามสมมติฐานข้อที่ 1 สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ มีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวสารแตกต่างกัน โดยสื่อบุคคลมีบทบาทมากกว่าสื่อเฉพาะกิจ ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แสดงว่าสื่อเฉพาะกิจมีบทบาทในการ เผยแพร่ให้เกิดความตระหนัก (Awareness) ส่วนในระยะเวลาการสนใจการประเมินผลและขั้นแห่งการยอมรับ สื่อบุคคลมีบทบาทมากกว่าสื่อเฉพาะกิจ ตามความเห็นของ Rogers¹

ตามสมมติฐานข้อที่ 2 สมาชิกที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคิดว่ามีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้ามากกว่าสมาชิกที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคิดว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ใน การเผยแพร่ร้านสหกรณ์ให้เป็นที่สนใจและยอมรับสมัครเป็นสมาชิกนั้น ถ้าจะให้ได้ผลดีจะต้องใช้สื่อหลายชนิดนับตั้งแต่สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล เข้าช่วยตามโอกาสให้มากที่สุด จนแน่ใจว่ากลุ่มเป้าหมายเปิดรับข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ นั้นอย่างทั่วถึง ซึ่งนอกจากจะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า ยังทำให้สมาชิกตื่นตัวอยู่เสมอที่จะรักษาสิทธิและประโยชน์ของตนไว้ โดยพยายามทำหน้าที่ที่ตนมีอยู่กับร้านสหกรณ์อย่างดีที่สุด และเมื่อนั้นกิจการสหกรณ์ก็จะเจริญก้าวหน้าและแพร่หลายมากตามที่รัฐบาลประสงค์

¹Everett M. Rogers, Diffusion of Innovation, (New York : The Free Press of Glercoe, 1962) p. 81.

ตามสมมติฐานที่ 3 การสื่อสารแบบสองทิศทาง ทำให้สมาชิกมีความรู้เรื่องหลัก และวิธีการสหกรณ์มากกว่าสื่อสารแบบทิศทางเดียว ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องหลักและวิธีการสหกรณ์ ร้านค้าสมาชิกย่อมมีข้อข้องใจสงสัยถึงหลักการ ผลประโยชน์และหน้าที่ของสมาชิก หากมีการสื่อสารแบบสองทิศทางก็จะช่วยให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้มีทางซักข้อสงสัยนั้น ๆ และเกิดความมั่นใจว่าสิ่งที่ตนตัดสินใจไปนั้นถูกต้อง นอกจากนั้นยังมีความรู้เกี่ยวกับหลักและวิธีการสหกรณ์สหกรณ์ร้านค้าขึ้นอีกด้วย

ตามสมมติฐานที่ 4 ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อวิธีการใช้สื่อของร้านสหกรณ์มีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาตามเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ ความรู้เกี่ยวกับหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า และจำนวนสื่อที่ได้รับ ผลการวิจัยมีทั้งยอมรับและไม่ยอมรับสมมติฐาน แต่เมื่อประมวลความคิดเห็นโดยทั่วไปแล้ว สมาชิกส่วนใหญ่เห็นควยว่าควรจะใช้สื่อบุคคลชักชวนบุคคลเข้าเป็นสมาชิก เรื่องที่สื่อบุคคลสนทนากับกลุ่มเป้าหมายมีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือ ควรใช้สื่อบุคคลให้บ่อยครั้ง เจ้าหน้าที่ร้านสหกรณ์ให้บริการแก่สมาชิกด้วยอัธยาศัยอันดี ส่วนการใช้เสียงตามสายในวิทยาลัยครู เผยแพร่ร้านสหกรณ์ และวิธีการในการเผยแพร่ร้านสหกรณ์ไม่มีความเห็น อาจเป็นเพราะว่าควรให้แต่ละร้านสหกรณ์พิจารณาเอง สำหรับป้ายประกาศ แผนภาพโฆษณา เอกสารเผยแพร่ และการตกแต่งร้านสหกรณ์นั้นให้ความรู้แก่สมาชิกได้ และจัดทำที่น่าสนใจ และควรใช้สื่อมากขึ้นคเผยแพร่ร้านสหกรณ์ออกไป เพื่อชักจูงบุคคลให้สมัครเข้าเป็นสมาชิกมาก ๆ

ดังนั้น แต่ละร้านสหกรณ์ควรทบทวนเรื่องการใช้อสื่อของตนหาทางปรับปรุงการใช้สื่อ เพื่อให้เรื่องราวของร้านสหกรณ์เผยแพร่ไปสู่สมาชิก และบุคคลภายนอกมากที่สุด อันจะเป็นผลดีต่อร้านสหกรณ์โดยตรงและเป็นผลดีต่อประเทศชาติโดยรวมด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ในการเผยแพร่ข่าวสารร้านสหกรณ์เพื่อชักชวนบุคคลให้เข้าเป็นสมาชิก ควรใช้สื่อบุคคลมากที่สุด ซึ่งได้แก่ ครูอาจารย์ คณะกรรมการดำเนินการ เจ้าหน้าที่ร้านสหกรณ์ และเพื่อนหรือผู้ใกล้ชิด แต่ควรจะได้ทำการวิจัยหารูปแบบที่เหมาะสมเสียก่อน แล้วจึงนำไปใช้

2. ในการเผยแพร่ข่าวสารของร้านสหกรณ์ เพื่อชักชวนบุคคลให้เข้าเป็นสมาชิก ควรใช้สื่อหลาย ๆ ชนิด จะทำให้ผู้รับสารมีความรู้ความเข้าใจหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้า มากขึ้น และควรจะได้มีการวิจัยต่อไปอีกว่า หากกลุ่มบุคคลมีความรู้ความเข้าใจหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้ามากขึ้น จะสมัครเข้าเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์เพิ่มขึ้นหรือไม่

3. ในการเผยแพร่ข่าวสารร้านสหกรณ์ เพื่อชักชวนบุคคลเข้าเป็นสมาชิกควร ใช้วิธีการสื่อสารแบบสองทิศทาง (Two way Communication) เพราะจะสร้างความรู้ความเข้าใจในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้าให้ผู้รับสารมากกว่าการสื่อสารแบบทิศทาง เดียว

4. นอกจากชื่อบุคคลแล้ว การใช้สื่อเฉพาะกิจได้แก่ เสียงตามสาย ป้ายประกาศ แผ่นภาพโฆษณา เอกสารเผยแพร่และการจัดร้านสหกรณ์ในการเผยแพร่ร้านสหกรณ์ จะทำให้บุคคลสมัครเข้าเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์ด้วย และหากสื่อเฉพาะกิจมีความน่าสนใจ มีลักษณะช่วย เพิ่มความรู้แก่ผู้รับสารก็จะทำให้มีผู้สมัครเข้าเป็นสมาชิกมากขึ้น

5. ร้านสหกรณ์ควรจะได้พิจารณาปรับปรุงแก้ไขวิธีการใช้สื่อของร้านสหกรณ์ให้ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย แยกตามสถานภาพส่วนตัวของสมาชิกดังต่อไปนี้

5.1 ปรับปรุงการใช้สื่อบุคคลชักชวนบุคคลเข้าเป็นสมาชิกให้ดีขึ้น สำหรับ กลุ่มผู้จบอนุปริญญา

5.2 ปรับปรุงเรื่องสื่อบุคคลของร้านสหกรณ์สนทนากับสมาชิกเกี่ยวกับ หลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้าให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น สำหรับสมาชิกกลุ่มที่เป็นอาจารย์ หน่วยงานเจ้าหน้าที่ และนักศึกษากลุ่มผู้จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

5.3 ปรับปรุงคานการให้บริการของเจ้าหน้าที่ร้านสหกรณ์ให้มีอรรถยาศัย ขึ้นสำหรับกลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี กลุ่มอาจารย์ และกลุ่มผู้จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

5.4 ปรับปรุงการเผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสายที่น่าสนใจขึ้น สำหรับกลุ่มสมาชิกที่มีอายุ 31-40 ปี กลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้จบสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มผู้มี รายได้ 4,001-5,000 บาท และสูงกว่า 5,000 บาท กลุ่มผู้มีความรู้ระดับสูง กลุ่มผู้ เป็กรับสื่อ 7-9 ชนิด

5.5 ปรับปรุงการจัดทำรายการเผยแพร่ร้านสหกรณ์ทางเสียงตามสาย เป็นรายการเอกเทศที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มบุคคลภายนอก

5.6 ดำเนินการในอันที่จะให้ป้ายประกาศช่วยเพิ่มความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้ามากขึ้น สำหรับกลุ่มผู้มีอายุ 31-40 ปี กลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้จบสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มผู้มีรายได้เกิน 5,000 บาท กลุ่มผู้มีความรู้ระดับสูง กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 7-9 ชนิด

5.7 ปรับปรุงการเผยแพร่เฉพาะเรื่องราวข่าวสารของร้านสหกรณ์ โดยไม่ปะปนกับข่าวสารอื่นให้เป็นที่สนใจแก่ผู้เปิดรับสารจากป้ายประกาศมากยิ่งขึ้น สำหรับสมาชิกกลุ่มนักศึกษา และกลุ่มบุคคลภายนอก

5.8 จัดทำแผนภาพโฆษณาให้มีลักษณะช่วยเพิ่มความรู้ในหลักและวิธีการสหกรณ์ร้านค้ามากยิ่งขึ้น สำหรับสมาชิกกลุ่มผู้จบสูงกว่าปริญญาตรี

5.9 ควรออกเอกสารเผยแพร่ร้านสหกรณ์ให้มีความดีเพิ่มขึ้น สำหรับสมาชิกกลุ่มอายุ 20-30 ปี กลุ่มผู้มีความรู้ระดับกลางและระดับต่ำ

5.10 ปรับปรุงค่านรูปเล่มและเนื้อหาของเอกสารเผยแพร่ร้านสหกรณ์ให้น่าสนใจมากขึ้นสำหรับสมาชิกเพศหญิง กลุ่มบุคคลภายนอก

5.11 ควรตกแต่งร้านสหกรณ์ให้ดึงดูดใจลูกค้าเข้าร้านสหกรณ์มากขึ้น สำหรับกลุ่มผู้จบสูงกว่าปริญญาตรี

5.12 ปรับปรุงร้านสหกรณ์ให้เป็นสถานที่ให้ความรู้ด้านสหกรณ์ร้านค้าแก่สมาชิกเพิ่มขึ้น สำหรับกลุ่มอายุ 31-40 ปี กลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้จบปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มผู้มีรายได้ 4,001-5,000 บาท และสูงกว่า 5,000 บาท กลุ่มผู้มีความรู้ระดับสูง กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 4-6 ชนิด และ 7-9 ชนิด

5.13 พยายามจัดร้านสหกรณ์ให้ไค้มาตรฐานเป็นตัวอย่างแก่ร้านสหกรณ์อื่นได้ สำหรับสมาชิกกลุ่มอายุ 31-40 ปี กลุ่มอาจารย์ กลุ่มผู้จบสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มผู้มีรายได้ 4,001-5,000 บาท กลุ่มผู้มีความรู้ระดับสูง กลุ่มผู้เปิดรับสื่อ 4-6 ชนิดและ 7-9 ชนิด

5.14 ทำการสื่อสารให้สมาชิกกลุ่มนักศึกษา อาจารย์ และคณงานเจ้าหน้าที่เห็นคุณค่าเพิ่มขึ้นในการใช้สื่อทุกชนิดเผยแพร่ร้านสหกรณ์

6. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรวิจัยให้ละเอียดถึงเนื้อหาสาระของสื่อชนิดต่าง ๆ ที่ให้ความรู้ จนทำให้บุคคลสมัคร เข้าเป็นสมาชิกร้านสหกรณ์ เพื่อประโยชน์ในการประกอบการพิจารณาวางแผนการใช้สื่อเพื่อพัฒนาประเทศต่อไป

7. ควรให้มีความดีในการใช้สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจสูงกว่าปัจจุบัน และควรใช้สื่อสองประเภทนี้ควบคู่กันไป

8. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในเรื่องสื่อและการรับสารเท่านั้น ควรจะมีการวิจัยให้กว้างขวางขึ้นในเรื่องต่าง ๆ คำนการสื่อสารเกี่ยวกับร้านสหกรณ์ เช่น ความรู้ ความเข้าใจหลักและวิธีการสหกรณ์ ความศรัทธาและความร่วมมือร่วมใจต่อสหกรณ์ การปฏิบัติตามลัทธิและหน้าที่เกี่ยวกับสหกรณ์ ความภักดีและการมีน้ำใจต่อสหกรณ์ การบริการที่สหกรณ์สามารถให้แก่สมาชิก เป็นต้น เพื่อหาข้อมูลแก้ไขปัญหาอุปสรรคทางการดำเนินงานของสหกรณ์

9. ผู้วิจัยเห็นว่า นอกจากการใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อชักนำบุคคลเข้าเป็นสมาชิกแล้ว ควรใช้สื่อหลังจากการเข้าเป็นสมาชิกด้วย เพื่อให้สมาชิกทราบข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ จะได้มีการตื่นตัว พร้อมทั้งจะซื้อสัตย์ มีอุดมการณ์สหกรณ์ จงรักภักดี ทำธุรกิจกับร้านสหกรณ์ตลอดไป อันจะทำให้กิจการสหกรณ์เจริญก้าวหน้า เป็นการช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของชาติในที่สุด

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย