

## ทัศนคติของประชาชนในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

People Attitude toward the Green Market Management  
in Kamphaeng Saen district, Nakornpathom province

รัชศักดิ์ ลิ้มอิม<sup>1</sup>

Ratchasak Lim-aim<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวของประชาชนในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนที่มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวกับทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวของประชาชน ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่เป็นผู้เช่าแผงรายย่อยจำนวน 112 ราย และประชาชนที่เป็นผู้ยังไม่เคยเช่าแผงจำนวน 198 ราย รวมทั้งสิ้น 310 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งหาค่าความเชื่อมั่นได้เท่ากับ .916 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชาชน ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = .715$  , S.D. = .291) 2) ปัจจัยส่วนบุคคลคือเพศและสถานภาพการเป็นผู้เช่าแผงรายย่อยมีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวในภาพรวมอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $r = .329$  , P-value = .000)

คำสำคัญ : การบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว

### ABSTRACT

The purposes of this study were 1) To study the knowledge about green market of the people in Kamphaengsean district, Nakornprathom province, 2) To study personal factors affected to attitude of the people on green market management in Kamphaengsean district, Nakornprathom province, 3) To study the correlation between the knowledge about green market

<sup>1</sup> นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา โครงการ ศศ.ม.รัฐศาสตร์ (ภาคพิเศษ) คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาเขตกำแพงแสน

and the people's attitude toward the green market management in Kamphaengsean district, Nakornprathom province. The samples in this study were the people who were stall tenants and non-stall tenants which totally consisting of 310 persons. The instruments were questionnaires which had 0.916 confidence value. The statistics used to analyze were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One Way Analysis of Variance(ANOVA) and Pearson's Correlation Coefficient by the level of statistical significance at .05. The results of the research found that 1) The people in Kamphaengsean district, Nakornprathom province had knowledge about green market in the high level, 2) The personal factors such as sex and being the stall tenant status affected to people's attitude toward green market management significantly, 3) The knowledge about green market related to the people's attitude toward green market management significantly.

Key words : green market management

E mail : mediam\_4@hotmail.com

## คำนำ

ในยุคปัจจุบันที่มลภาวะและสภาพแวดล้อมเป็นพิษ รวมถึงการเร่งหาทรัพยากรทดแทน การย้อนกลับไปสู่การรักษาสิ่งแวดล้อม และเกิดกระแสในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากขึ้น ทำให้องค์การทั้งหลายต้องคิดกลยุทธ์ เพื่อจูงใจผู้บริโภค รวมถึงสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเกิดเป็นจุดขาย ของธุรกิจนั้นๆ การคืนกำไรให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นทางเลือกแนวใหม่ให้ผู้บริโภคได้เลือก กล่าวได้ว่านับเป็นของคนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึกต่อส่วนรวมและสังคม และนี่คือแนวคิดของ “การตลาดสีเขียว” (Green Marketing)

แนวคิดตลาดสีเขียว เพื่อสังคมเป็นทางเลือกทางธุรกิจที่พิจารณาถึง ความจำเป็น ความน่าสนใจของตลาดกลุ่มเป้าหมาย และเกิดการตอบรับในทางที่เกิดความพึงพอใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดผลลัพธ์ซึ่งเป็นเชิงบวกมากกว่าคู่แข่งทางธุรกิจ โดยยังรักษาคุณภาพของสินค้า หรือบริการ และตระหนักถึงส่วนรวมและสังคม เช่น ไม่ค้ากำไรเกินควร ไม่ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม โดยเน้นไปที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคความใส่ใจกับสิ่งแวดล้อม และท้ายที่สุดก็คือ จิตสำนึกร่วมต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสีเขียวของประชาชนในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนที่มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสีเขียวในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวกับทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวของประชาชนในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม

## อุปกรณ์และวิธีการ

### อุปกรณ์

- 1) แบบสอบถาม
- 2) คอมพิวเตอร์และระบบประมวลผล
- 3) อุปกรณ์เครื่องเขียนต่าง ๆ

### วิธีการ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษากับกลุ่มประชากร ในเขตอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม จำนวนทั้งสิ้น 6,882 ราย (สำนักงานเทศบาลตำบลกำแพงแสน ณ กันยายน 2555) และอีกกลุ่มประชากรหนึ่งซึ่งเป็นผู้เข้าแผงรายย่อยปัจจุบันในตลาดสดศรีสุข จำนวนทั้งสิ้น 250 ราย (สำนักงานตลาดสดศรีสุข กำแพงแสน ณ กันยายน 2555)ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างกลุ่มผู้เข้าแผงรายย่อยและผู้ยังไม่เคยเข้าแผง การสุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษานี้จึงสุ่มจากประชากรทั้งสองกลุ่มข้างต้นบนเงื่อนไขข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงกำหนดความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (e) จากการคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยสูตรการคำนวณของ Taro Yamane (1967) ที่เท่ากับ 0.07 ได้ขนาดตัวอย่างจากประชากรกลุ่มแรกที่เป็นผู้เข้าแผงรายย่อยจำนวน 112ราย และจากประชากรกลุ่มหลังซึ่งเป็นผู้ยังไม่เคยเข้าแผงจำนวน198 ราย

ช่วงเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วงเดือน กันยายน – ตุลาคม พ.ศ. 2555

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การวัดระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียว ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ หากตอบถูกจะได้คะแนน 1 คะแนน หากตอบไม่แน่ใจหรือตอบผิดก็จะได้คะแนน 0 คะแนน กำหนดค่าเฉลี่ยและความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 0.67 – 1.00 หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 0.34 – 0.66 หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 0.00 – 0.33 หมายถึง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวอยู่ในระดับน้อย

การวัดระดับทัศนคติของประชาชนในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว ประกอบด้วย คำถาม 18 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบการประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนและแปลความหมายของคะแนน ดังนี้

5	มากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
4	มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
3	ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
2	น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
1	น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายของทัศนคติต่อการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวได้ดังนี้  
ค่าเฉลี่ย 3.67 – 5.00 หมายถึง มีทัศนคติต่อการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวอยู่ในระดับมาก  
ค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.66 หมายถึง มีทัศนคติต่อการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวอยู่ในระดับปานกลาง  
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 2.33 หมายถึง มีทัศนคติต่อการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวอยู่ในระดับน้อย  
และด้านการเช่าและค่าเช่าแผง จำนวน 2 ข้อ เป็นคำถามแบบเลือกตอบและเติมคำในช่องว่าง  
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการศึกษาและวิจารณ์

### ผลการศึกษา

#### 1. ข้อมูลทั่วไป

**เพศ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 58.39 และเพศชาย จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 41.61 **อายุ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ ไม่เกิน 28 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 รองลงมาคือ มีอายุ 29 - 39 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 31.61 และน้อยที่สุดคือ มีอายุ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 31.29 **ระดับการศึกษา** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมต้น/ปวช. จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 30.97 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวส. จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 26.45 และน้อยที่สุดคือ มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.61 **รายได้ต่อเดือน** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 73.55 รองลงมาคือ มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 19.35 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.65 **สถานะการเช่า** พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ได้เป็นผู้เช่าแผง จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 63.87 และเป็นผู้เช่าแผงรายย่อย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 36.13 **การเลือกเช่าแผง** พบว่า การเลือกเช่าแผงในตลาดสดสีเขียว ควรเลือกแผงที่อยู่ในตำแหน่งโดดเด่น มีลูกค้าเดินผ่านไปมาพหลุกพหล่าน จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 89.68 และไม่ต้องอยู่ในตำแหน่งโดดเด่น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.32 **อัตราค่าเช่าที่เหมาะสม** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าอัตราค่าเช่าที่เหมาะสม คือ ไม่เกิน 20 บาท ต่อตารางเมตร จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 30.65 รองลงมาคือ 51 - 100 บาท ต่อตารางเมตร จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 29.68 และน้อยที่สุดคือ อื่นๆ ได้แก่ ตามราคาแผงลอย แผงประจำใหญ่หรือเล็ก ตามความเหมาะสม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.94 อัตราค่าเช่าที่เหมาะสมที่น้อยที่สุดคือ 5 บาท ต่อตารางเมตร อัตราค่าเช่าที่เหมาะสมที่มากที่สุดคือ 2,000 บาท ต่อตารางเมตร โดยมีอัตราค่าเช่าที่เหมาะสมเฉลี่ยอยู่ที่ 106.79 บาท ต่อตารางเมตร

#### 2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียว

กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = .715$ , S.D. = .291) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การตลาดสดสีเขียว หมายถึง การคืนกำไรให้กับสังคม และสิ่งแวดล้อมเป็น แนวคิดทางการตลาดแนวใหม่มุ่งให้ผู้บริโภคซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่เลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีจิตสำนึกต่อส่วนรวมและสิ่งแวดล้อม ( $\bar{X} = .806$ , S.D. = .396) รองลงมาคือ ตลาดสดสีเขียวเป็นการตลาดแนว

ใหม่ที่มีงให้ผู้ค้ามีความเกื้อกูลและเอื้ออาทรต่อกัน ไม่ใช่แข่งเพื่อเอาชนะหรือทำลายคู่แข่งให้หมดสภาพ ( $\bar{X} = .765$ , S.D. = .425) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สินค้าสีเขียว หมายถึง สินค้าที่ผลิตออกมาแล้วเมื่อใช้งานเสร็จบรรจุกักตุนสามารถย่อยสลายง่ายและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ( $\bar{X} = .655$ , S.D. = .476) ทั้งนี้ ตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ กลุ่มตัวอย่างผู้เช่าแผงรายย่อยและผู้ยังไม่เคยเช่าแผงมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียว อยู่ในระดับมาก 5 ข้อ และระดับปานกลาง 1 ข้อ

### 3. ระดับทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว

ทัศนคติของประชาชนในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านสภาพทำเลทางกายภาพของตลาดสดสีเขียว ด้านสภาพแวดล้อมภายในอาคาร และด้านสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวมากกว่าด้านอื่น ๆ คือ ด้านสภาพทำเลทางกายภาพของตลาดสดสีเขียว ( $\bar{X} = 4.515$ , S.D. = .442) รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมภายในอาคาร ( $\bar{X} = 4.412$ , S.D. = .436) และด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวน้อยกว่าด้านอื่น ๆ คือ ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร ( $\bar{X} = 4.333$ , S.D. = .501) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว

(n=310)			
ทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านสภาพทำเลทางกายภาพของตลาดสดสีเขียว	4.515	.442	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมภายในอาคาร	4.412	.436	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร	4.333	.501	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>4.414</b>	<b>.401</b>	<b>มาก</b>

### 4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร

ตัวแปรข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน สถานะการเช่าแผง พบว่าประชาชนที่มีสถานะการเช่าแตกต่างกัน มีทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวในภาพรวม จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตัวแปรเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียว พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

## สรุปผลและเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ให้ข้อค้นพบว่า ประชาชน ในเขต อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียวโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=7.15$ , S.D.= .291) และมีทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียวโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.414$ , S.D.= .401) ตัวแปรเพศและสถานการณืเข้าแฉงมีผลต่อทัศนคติในการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว(F= Sig= ) (F= Sig= ) ตัวแปรความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดสดสีเขียว มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการตลาดสดสีเขียว ( $V=.329$ , P-value=.000) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐควรมีการควบคุมหรือมาตรการในการกำหนดอัตราค่าเช่าแฉงในการจำหน่ายสินค้า
2. ภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมด้านความสะอาดของตลาด ความปลอดภัย และระบบการจราจร ให้ถูกต้องตามสุขลักษณะที่ดี
3. ภาครัฐควรมีการควบคุมเกี่ยวกับคุณภาพ การปฏิบัติที่ถูกต้องด้านสุขลักษณะ และความปลอดภัยของอาหารที่นำมาวางจำหน่ายในตลาด
4. ภาครัฐควรกำหนดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การบำบัดน้ำเสีย การระบายอากาศ แสงสว่าง รวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ
5. ภาครัฐควรมีมาตรการในการดูแลประสานงานกับภาคเอกชนต่าง ๆ และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาปรับปรุงยกระดับคุณภาพของตลาดสดให้ดียิ่งขึ้น
6. ควรให้ความสำคัญกับการใช้พลังงานอย่างประหยัดคุ้มค่า ด้วยการนำพลังงานหมุนเวียนมาใช้ในตลาด

## เอกสารอ้างอิง

- Cronbach, Lee Joseph. (1990) . *Essentials of Psychology Testing* (5th ed). New York: Harper Collins.
- Likert, R.M. (1970). *New Patterns of Management*. New York: McGraw – Hill.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.) Tokyo: Harper In International Edition.
- นพมาศ อีรวะดิน. 2539. *จิตวิทยากับชีวิต*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2536. *ทัศนคติ: การจัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพมหานคร: โอเดียร์สโตร์
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. *วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรา นิคมานนท์. 2532. *ผลและการสร้างการประเมินแบบทดสอบ*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ทิพย์วิสุทธิ.