

แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย
ของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่

นางจีรานุช แข็งแรง

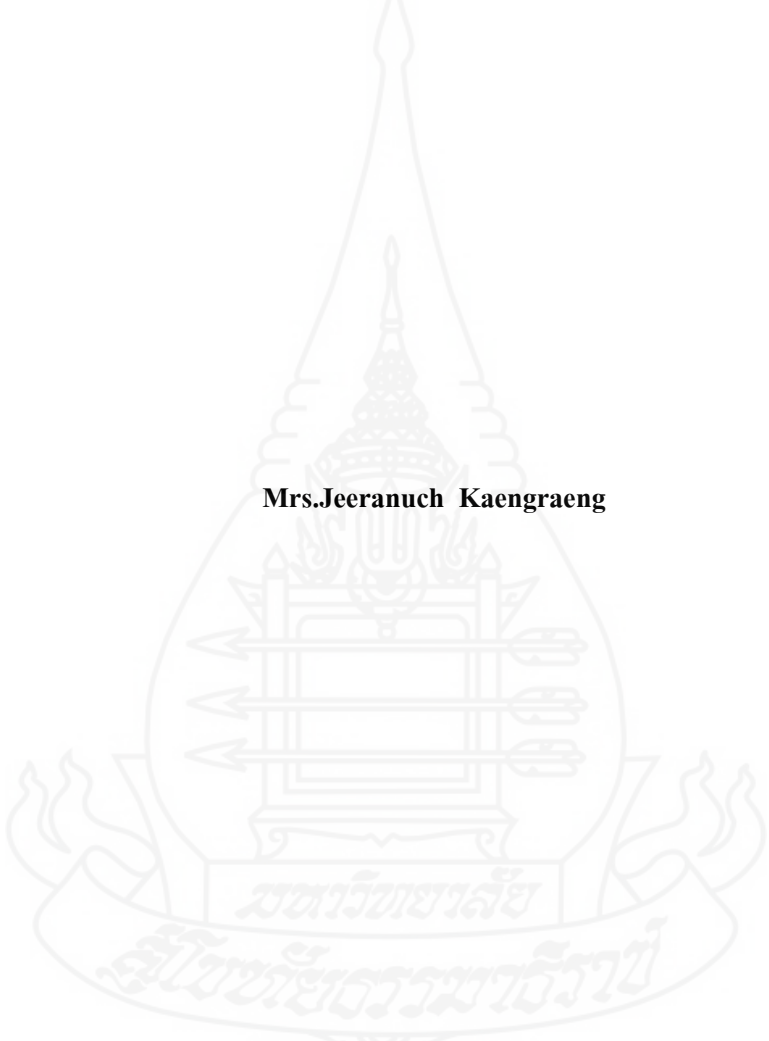


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2562

**Guidelines for the Development of Product Sourcing Businesses
of The Sung Men Agricultural Cooperative Limited, Phrae Province**

Mrs.Jeeranuch Kaengraeng



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration in Cooperatives
School of Agricultural Extension and Cooperatives
Sukhothai Thammathirat Open University

2019

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตร
สูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่

ผู้ศึกษา นางจิราบุษ แฉิ่งแรง **รหัสนักศึกษา** 2619002005 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์วรัชชัย สิงห์ฤกษ์ **ปีการศึกษา** 2562

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์ คือ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด 2) ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย 3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ 4) วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการเชิงสำรวจ ประชากรที่ศึกษา คือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จำนวน 2,978 คน ข้อมูลใน ปี 2562 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 352 คน โดยใช้สูตรทศนิยมที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบ ไคสแควร์ และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า 1) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษา สถานภาพสมรส มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 0-5 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 1-5 ไร่ 2) ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ในภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เพศ ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตรด้านราคา พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า อายุ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร ด้านบุคคล พบว่า อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตรและด้านกระบวนการ พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตรมีความสัมพันธ์กับการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย คือ สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ซึ่งการใช้บริการสหกรณ์ หากใช้บัตรสวัสดิการแห่งรัฐไม่ได้ทำให้เกิดปัญหาในการพัฒนาธุรกิจ เพื่อจัดหาสินค้าที่เหมาะสมมาจำหน่ายให้สมาชิก ข้อเสนอแนะควรศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรในพื้นที่อื่นๆ เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข ในการพัฒนาธุรกิจการจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สหกรณ์การเกษตรสูงเม่นจังหวัดแพร่

Independent Study title: Guidelines for the Development of Product Sourcing Businesses of the Sung Men Agricultural Cooperative Limited, Phrae Province

Author: Mrs.Jeeranuch Kaengraeng; **ID:** 2619002005;

Degree: Master of Business Administration (Cooperative);

Independent Study advisor: Warachai Singharek; Associate Professor;

Academic year: 2019

Abstract

The objectives of this research were to 1) study personal factors of Sung Men Agricultural Cooperative Limited members, 2) study marketing mix impacting the operation of sourcing business, 3) study the relationship between personal factors and marketing mix, 4) analyze problems, obstacles, and suggestions in the operation development of sourcing business

This study was a survey research. The population of this study was 2,978 members of Sung Men Agricultural Cooperative Limited. The sample size of 352 was determined by using Taro Yamane formula with the error value of 0.05 and simple random sampling method. Tool used in this study was questionnaire. Data was analyzed by using statistics such as frequency, percentage, mean, standard deviation, Chi-square, and content analysis.

The results of the study showed that 1) most were female with the age between 31-40 years. Their level of education was lower than secondary school level. They were married and were members of the cooperative between 0-5 years. The average income per month was 10,001-20,000 Baht, the average expense per month was lower or equal to 10,000. The size of the agricultural area was between 1-5 Rai. 2) Marketing mix impacting the operation of sourcing business of the cooperative, overall, was significant at the high level. 3) The relationship between personal factors and marketing mix regarding product aspect revealed that gender, agricultural area size, regarding membership time aspect showed that average monthly income, average monthly, regarding distribution channel aspect revealed that membership time, average monthly income, agricultural area size, regarding marketing promotion revealed that age, membership time, average monthly income, average monthly expense, agricultural area size, regarding personal aspect revealed that age, average monthly income, regarding physical aspect revealed that level of education, membership time, average monthly expense, agricultural area size, and regarding the process, it revealed that the duration of membership time, the average income per month, agricultural area size were related to the operation of product sourcing for Sung Men Agricultural Cooperative Limited at statistically significant level of 0.05. 4) The problem in developing the procurement business is that most of the cooperative members have state welfare cards. In which the use of cooperative services if the state benefits card cannot be used causing problems in business development to supply suitable products to distribute to members. Suggestions should improve business efficiency. To be a guideline for planning and formulating strategies for the development of the cooperative's future business.

Keywords : Development Guideline, Sourcing Business, Sung Men Agricultural Cooperative Limited

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างดียิ่ง จากรองศาสตราจารย์วรชัย สิงห์ฤกษ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ การจัดทำเอกสารการศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาตรวจแก้ไขและให้คำแนะนำ จนการค้นคว้าอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริลักษณ์ นามวงศ์ กรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ ผู้วิจัยขอขอบคุณ เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณคณาจารย์ในสาขาวิชา ฯ และผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่กรุณาช่วยพิจารณาและให้คำแนะนำเกี่ยวกับเนื้อหาและรูปแบบของแบบสอบถาม รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ในการเขียนรายงานผลการวิจัย

ขอขอบคุณสมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ ที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมถึงเพื่อนปริญญาโท สาขาการบริหารธุรกิจ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา

นอกจากนี้ บุคคลที่มีความสำคัญที่สุดที่มีส่วนช่วยให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยดี ได้แก่ ครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ เพื่อนนักศึกษา เพื่อนร่วมงาน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิจัย ในครั้งนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ คอยให้กำลังใจในการศึกษาแก่ข้าพเจ้า ข้าพเจ้าขอน้อมรำลึกพระคุณและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ ผู้วิจัยหวังว่า การค้นคว้าอิสระนี้คงจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจจะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องเช่นเดียวกันนี้ต่อไป

จิรานุช แข็งแรง

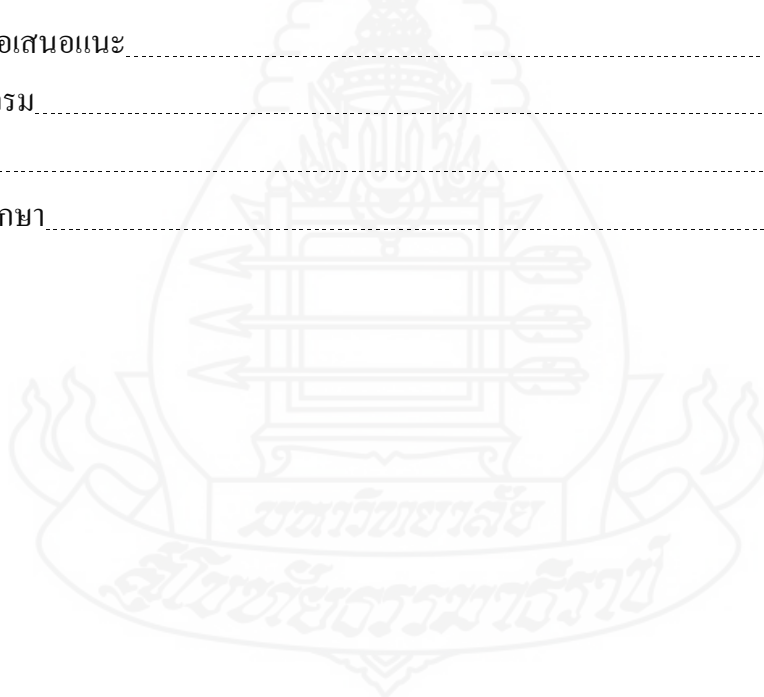
ตุลาคม 2563

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	4
สมมุติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสหกรณ์.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจ.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด.....	17
บริบทของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด.....	21
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....	35
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล.....	40
ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด.....	45
ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด.....	58
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	59
สรุปการศึกษา.....	59
อภิปรายผล.....	61
ข้อเสนอแนะ.....	62
บรรณานุกรม.....	64
ภาคผนวก.....	67
ประวัติผู้ศึกษา.....	75



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 จำนวนสมาชิกทั้งสิ้นของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ประจำปีบัญชี 2559-2561.....	23
ตารางที่ 2.2 ข้อมูลปริมาณธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ประจำปีบัญชี 2557-2561.....	24
ตารางที่ 2.3 ผลการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ประจำปีบัญชี 2559-2561.....	25
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	40
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	41
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	41
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	42
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก.....	42
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	43
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน.....	43
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร.....	44
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ โดยรวม.....	45
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านผลิตภัณฑ์.....	46
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านราคา.....	47
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	48
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	49
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านบุคคล.....	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	52
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ.....	53
ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อ การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด.....	57



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น.....	22
ภาพที่ 2.2 ข้อมูลกราฟแท่งปริมาณธุรกิจของสหกรณ์ (ปี พ.ศ.2558-2562).....	24



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์นั้นเกิดจากการรวมกันของกลุ่มคนที่มีความต้องการร่วมกันทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยรูปแบบการดำเนินงานของสหกรณ์ มีความแตกต่างจากองค์กรธุรกิจอื่น ที่ส่วนมากมุ่งตอบสนองทางด้านการเงินเป็นหลัก แต่สหกรณ์เป็นการระดมเงินทุนจากสมาชิกและใช้เงินทุนของสมาชิกร่วมกันดำเนินการอย่างคุ้มค่า ไม่หวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากเกินไป ส่วนหนึ่งที่สำคัญในสหกรณ์ คือสมาชิกสหกรณ์ สมาชิกมีบทบาทหลายอย่างในสหกรณ์ เช่น เมื่อสมาชิกถือหุ้นสหกรณ์ สถานะคือเจ้าของสหกรณ์ เมื่อซื้อปัจจัยการผลิตและขายปัจจัยการผลิตให้สหกรณ์ สถานะคือลูกค้าสหกรณ์ การดำเนินการของสหกรณ์จะประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด สมาชิกจึงมีส่วนสำคัญในการร่วมกันกำหนดทิศทางการดำเนินงานของสหกรณ์ ดังนั้นการดำเนินการต่าง ๆ ของสหกรณ์จึงต้องเน้นประโยชน์ของสมาชิกสหกรณ์เป็นหลัก และจะต้องเป็นไปตามความต้องการของสมาชิก เน้นให้สมาชิกตระหนักให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม อันเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งมั่นคงของสหกรณ์สหกรณ์หลายแห่งที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานเกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิก ยังมีสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมร่วมกับสหกรณ์มากเท่าไร ก็จะทำให้สหกรณ์มีความเข้มแข็งมากขึ้นเท่านั้น เพราะสหกรณ์เน้นการทำธุรกิจกับสมาชิกเป็นหลัก ซึ่งการทำให้สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของสหกรณ์ การปลูกฝังให้สมาชิกได้รับความรู้เกี่ยวกับอุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ ตั้งแต่เริ่มสมัครเข้าเป็นสมาชิก และการให้การศึกษาอบรมอย่างต่อเนื่อง จะทำให้สมาชิกมีความเข้าใจในองค์กรของสหกรณ์ ว่าเป็นองค์กรของสหกรณ์ว่าเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะเห็นได้ว่าหากสหกรณ์มีสมาชิกที่ดี เข้าใจหลักการสหกรณ์ ให้การสนับสนุน มีส่วนร่วมทั้งในด้านธุรกิจและด้านสังคม การแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ จะส่งผลให้สหกรณ์เจริญเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนและสมาชิกมีความกินดีอยู่ดีตามหลักสหกรณ์ อุดมการณ์ วิธีการสหกรณ์

สหกรณ์ไทยมีสหกรณ์ ทั้งหมด 8 ประเภทประกอบด้วย (1)สหกรณ์การเกษตร (2)สหกรณ์ประมง (3)สหกรณ์นิคม (4)สหกรณ์ร้านค้า (5)สหกรณ์บริการ (6)สหกรณ์ออมทรัพย์ (7)สหกรณ์เครดิตยูเนียน (8)สหกรณ์อื่นตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ในจังหวัดแพร่มีทั้งหมด 65 แห่ง

สามารถแบ่งออกเป็นตามประเภท ได้ดังนี้ คือ สหกรณ์การเกษตร จำนวน 27 แห่ง สหกรณ์บริการ จำนวน 22 แห่ง สหกรณ์ออมทรัพย์ จำนวน 9 แห่ง สหกรณ์เครดิตยูเนียน จำนวน 6 แห่ง และ สหกรณ์ร้านค้า จำนวน 1 แห่ง จำนวนสมาชิกสหกรณ์ทั้งหมด 106,452 ราย(พระราชบัญญัติ สหกรณ์ (ฉบับที่ 3), 2562)

สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด เป็นองค์กรธุรกิจภาคการเกษตรของเกษตรกร ที่รวมตัวกันถือหุ้นเป็นสมาชิก เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 89 หมู่ที่ 1 ถนนยันตรกิจโกศล ตำบลสูงเม่น จังหวัดแพร่ ได้ดำเนินธุรกิจ ทั้งหมด 5 ด้าน คือ ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจรับฝากเงิน ธุรกิจรวบรวมผลผลิต ธุรกิจแปรรูปผลผลิตและ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย เป็นต้น แต่ในการดำเนินธุรกิจประเภทจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ยังประสบปัญหาและอุปสรรคหลายด้าน เช่น การจัดจำหน่ายไม่ครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ ส่งผลทำให้ส่วนครองตลาดในธุรกิจดังกล่าวค่อนข้างต่ำ ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้นำตลาดในอำเภอสูงเม่นตามความมุ่งหวังของสหกรณ์ได้ ประกอบกับ ประชากรส่วนใหญ่ในอำเภอสูงเม่นมีอาชีพเกษตรกรรม และมีพื้นที่ทำการเกษตรเป็นอันดับ 2 ของ จังหวัดแพร่ และในเขตพื้นที่ อำเภอสูงเม่น เองนั้น มีร้านค้าจำหน่ายปัจจัยการผลิต (ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เคมีภัณฑ์ทางการเกษตร) เกิดขึ้นมากมาย หลายแห่ง ในเขตพื้นที่ชุมชน สหกรณ์จึงจำเป็นต้องปรับปรุง พัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในเชิงกลยุทธ์การศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการ ดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายดังกล่าวย่อมมีความความสำคัญต่อสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัดจะได้นำผลการศึกษาเป็นข้อมูลพื้นฐาน ไปใช้ในการปรับปรุงบริหารจัดการธุรกิจ หาก สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด สามารถดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายประสบผลสำเร็จ ในระดับสูง หมายถึงมีผลประกอบการของธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทำให้สมาชิก ได้รับประโยชน์จากการที่ได้ซื้อสินค้าในราคาที่เป็นธรรม รับเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจ และกำไร สูงขึ้น สมาชิกจะมีความภาคภูมิใจต่อสหกรณ์ตลอดจนมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ดีขึ้น

ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด (รายงานกิจการ ประจำปี 2561) เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญแก่สมาชิกสหกรณ์ ทำให้สมาชิกได้ใช้สินค้าในราคา ยุติธรรม ลดต้นทุนในการประกอบอาชีพ และยังส่งผลให้สหกรณ์มีปริมาณธุรกิจที่เพิ่มขึ้น ในปีบัญชี 2559, 2560 และ 2561 สหกรณ์มีปริมาณธุรกิจ จำนวน 110,740,304.78 บาท 126,122,079.37 บาท และ 109,357,792.27 บาท ตามลำดับ หากเปรียบเทียบปริมาณธุรกิจจัดหา สินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ในรอบสามปีจะเห็นได้ว่าสหกรณ์มีปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่ายในปี 2560 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 13.89 แต่ในปี 2561 ปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่ายลดลง ในอัตราร้อยละ 1.25 เมื่อเทียบกับปี 2559 และในปี 2561 ปริมาณธุรกิจจัดหา

สินค้ามาจำหน่ายลดลงถึงร้อยละ 13.29 เมื่อเทียบกับปี 2560 ซึ่งธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของ สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญแก่สมาชิกสหกรณ์ ทำให้สมาชิกได้ใช้ สินค้าในราคายุติธรรม ทำให้สมาชิกสามารถลดต้นทุนในการประกอบอาชีพ และยังส่งผลให้ สหกรณ์มีปริมาณธุรกิจที่เพิ่มขึ้นจากแนวโน้มการลดลงของปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ของสหกรณ์ สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ประกอบกับ ในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจดังกล่าวมีความรุนแรงมากขึ้นทั้งจากร้านค้าทั่วไป ห้างสรรพสินค้า ตัวแทนจำหน่ายสินค้า การขายแบบระบบออนไลน์ การขายตัวของตลาดในพื้นที่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ จากปัจจัยการแข่งขันดังกล่าว ทำให้สหกรณ์การเกษตร สูงเม่น จำกัด ต้องตระหนักถึงความสำคัญของการแข่งขันทางธุรกิจที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต จึงต้องมีการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองความต้องการของ สมาชิก และมีผลทำให้ปริมาณธุรกิจของสหกรณ์เพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งจะเป็นผลดีต่อสหกรณ์และ สมาชิกในระยะยาวต่อไป

จะเห็นได้ว่าสหกรณ์มีปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในปี 2560 เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 13.89 แต่ในปี 2561 ปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายลดลง ในอัตราร้อยละ 1.25 เมื่อเทียบกับปี 2559 และในปี 2561 ปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายลดลงถึงร้อยละ 13.29 เมื่อเทียบกับปี 2560 ซึ่งจะเห็นได้ว่าธุรกิจของสหกรณ์ยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก ได้อย่างทั่วถึง เมื่อเทียบกับจำนวนสมาชิกทั้งหมดของสหกรณ์ที่ยังเป็นสมาชิกสหกรณ์อยู่

ดังนั้น ผู้ศึกษาในฐานะเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ในพื้นที่จึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความต้องการของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ให้ครอบคลุม และความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการจัดการในธุรกิจการจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์เพื่อ จะเป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ และเพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์และสหกรณ์อื่นต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของ สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

4. เพื่อวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การค้นคว้าอิสระเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ ดังนี้



ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

4. สมมุติฐานการวิจัย

สมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัดที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ รายจ่าย พื้นที่ทำการเกษตร และส่วนประสมการตลาดที่มีด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ต่างกันมีผลต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายที่แตกต่างกัน

5. ขอบเขตการศึกษา

5.1 **ขอบเขตด้านประชากร** สมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จำนวน 2,978 คน
ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562

5.2 **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

5.3 **ขอบเขตด้านพื้นที่** ดำเนินการศึกษาเฉพาะ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

5.4 **ขอบเขตด้านระยะเวลา** ในการทำการวิจัยและเก็บข้อมูล ในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ถึงเดือน กรกฎาคม 2563

6. นิยามศัพท์

6.1 **สหกรณ์** หมายถึง สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

6.2 **สมาชิกสหกรณ์** หมายถึง สมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

6.3 **ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง ข้อมูลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรดอยสูงเม่น จำกัด ได้แก่ เพศ อายุสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ของครัวเรือนต่อเดือน รายจ่ายต่อครัวเรือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก พื้นที่ในการทำการเกษตร

6.4 **ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์** หมายถึง ธุรกิจการขายสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จัดมาให้บริการแก่สมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ ปุ๋ยเคมี ยาปราบศัตรูพืช เมล็ดพันธุ์ข้าว และสินค้าอุปโภคบริโภค

6.5 ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการ

แนวทางการพัฒนาธุรกิจ หมายถึง การพัฒนาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ให้ดีขึ้นไปสู่เป้าหมายตามความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ของสหกรณ์

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริหารสหกรณ์ทราบถึงความต้องการของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์รวมถึงความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินงานของสหกรณ์และข้อเสนอแนะ นำไปปรับใช้และพัฒนาธุรกิจในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด
2. สหกรณ์การเกษตรอื่นๆ ที่ดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ได้
3. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์สามารถนำผลการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการแนะนำส่งเสริมธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์อื่น ๆ ได้

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทาง ดังนี้

1. แนวคิดการจัดการสหกรณ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย
4. แนวคิดส่วนประสมการตลาด
5. บริบทของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสหกรณ์

การจัดการหรือการบริหาร หมายถึง การสั่งการควบคุมการดำเนินงานหรือการ ประสม ประสานทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปเพื่อบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

1.1 เป้าหมายของการจัดการสหกรณ์

จุฑาทิพย์ ภัทราวาท (2551, น.87) อธิบายความหมายการบริหารและการจัดการ สหกรณ์ ดังนี้

การบริหาร (administration) จะเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและการ ดำเนินงานต่างๆ ของคณะกรรมการ ดำเนินการ ซึ่งถือเป็นผู้บริหารระดับสูง การจัดการ (management) จะเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติต่างๆ ตามสาเหตุของปัญหาและอุปสรรคในการ ดำเนินงานของสหกรณ์พบว่า การขาดประสิทธิภาพ นโยบายที่ กำหนดไว้ มักมุ่งไปยังผู้จัดการและ พนักงานเป็นส่วนใหญ่ในการจัดการเป็นปัจจัยที่พบบ่อยที่สุด การขาด ความสนใจและเข้าใจใน สมาชิกต้องแนวความคิดของสหกรณ์ปัญหาทางธุรกิจที่เกี่ยวกับ ปัญหาทางการเงิน ขนาดธุรกิจขาด ระบบบัญชีที่ดีและขาดความสามารถในการแข่งขัน ในระบบเศรษฐกิจ กรมส่งเสริมสหกรณ์(2559)

ได้กล่าวถึง ระบบการบริหารจัดการสหกรณ์ไว้ว่า โดยทั่วไปสหกรณ์ที่สามารถบริหารงานไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องกำหนด นโยบาย มีการวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชา การควบคุม ซึ่งเป็นกระบวนการปฏิบัติงาน ที่นำทรัพยากรของ องค์กรณ์มาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด โดยมีขั้นตอนการบริหารจัดการสหกรณ์ส่วนใหญ่ สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นองค์กรที่เข้มแข็ง และให้บริการแก่มวลสมาชิกอย่างเพียงพอและทั่วถึง แต่ระบบการบริหารจัดการของสหกรณ์ยังไม่มีประสิทธิภาพ สหกรณ์จึงจำเป็นต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สหกรณ์สามารถมีการบริหารจัดการที่ดีขึ้น

วิชิต นวลชื่น (2546, น.28 อ้างถึงใน อติชาติ วิเชียรเมธี 2552, น.30) อธิบายว่า กระบวนการจัดการสหกรณ์ในการดำเนินธุรกิจสหกรณ์ต้องอาศัยปัจจัยด้านต่างๆ อันได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และ การจัดการเราเรียกปัจจัยเหล่านี้ว่าปัจจัยนำเข้า (input) ซึ่งมีอยู่อย่างจำกัดทำอย่างไรผู้บริหารจึงผสมผสานให้ ปัจจัยหรือทรัพยากรเหล่านี้เกิดประโยชน์สูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การผสมผสานนั้น โดยผ่านกระบวนการ จัดการ (management process) ซึ่งได้แก่การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคคล การอำนวยความสะดวก การ ประสานงาน การควบคุม นั่นเอง เพื่อที่จะได้ ผลลัพธ์ออกมา ซึ่งเราเรียกว่า (output) ซึ่งจะต้องเป็นผลลัพธ์ที่มี ประสิทธิภาพ (efficiency) ประสิทธิภาพ (effectiveness) ประหยัด (economy) และพึงพอใจ (satisfaction) ผลลัพธ์จากการบริหารหรือการจัดการสหกรณ์ก็คือการบรรลุผลสำเร็จ วัตถุประสงค์ทั้งทางเศรษฐกิจและทางสหกรณ์ ดังนี้

1. การจัดการหรือการบริหารดำเนินเงินทุน ได้แก่ การจัดหาเงินทุนการให้สมาชิกถือหุ้น การรับฝากเงิน การกู้ยืม การจัดสรรหา กันเป็นเงินสำรอง และโดยการรับบริจาค
2. การจัดการสินเชื่อ ได้แก่ การให้เงินกู้ระยะสั้น การให้เงินกู้ระยะปานกลาง และการให้เงินกู้ระยะยาว
3. การจัดการด้านการผลิต โดยการผลิตสินค้าและบริการ ได้แก่ การผลิตสินค้าสมาชิกเป็น ผู้ผลิต และสหกรณ์เป็นผู้จำหน่าย
4. การให้บริการสหกรณ์เป็นฝ่ายจัดหาบริการ เช่น บริการปุ๋ย และวัสดุอุปกรณ์ทางการเกษตร เป็นต้น ได้แก่ การบริการตลาด และการบริหารงานบุคคล
5. การบริการด้านอื่นๆ เช่น ด้านการเงิน การบัญชีการพัสดุการจัดการสินค้าคงเหลือ เป็นต้น

โดยสรุป จากแนวคิดการจัดการสหกรณ์จะเห็นได้ว่าทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องการจัดการสหกรณ์ โดยอาศัยทรัพยากรการจัดการ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ ซึ่งจะต้องมีความ

รับผิดชอบในหน้าที่ ความรับผิดชอบอย่างสมบูรณ์และมีการประสานงานกันเป็นอย่างดี ประกอบด้วย การวางแผน การจัด องค์การ การนำ และการควบคุม จึงจะทำให้การจัดการสหกรณ์ บรรลุเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมในเวลาอันสมควร

1.2 ความสำคัญของการจัดการธุรกิจสหกรณ์

สังเสริม หอมกลิ่น (2561, น. 37-38) กล่าวว่า iva การจัดการธุรกิจสหกรณ์หรือการ ดำเนิน กิจกรรมต่างๆ ของสหกรณ์เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของการร่วมกันทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรมของบุคคลที่มาร่วมกัน ความสำคัญของการบริหารสหกรณ์สรุปได้ดังนี้

1. ทำให้มีการดำเนินธุรกิจบรรลุตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์เมื่อมีการจัดตั้ง สหกรณ์แล้ว ไม่มีการดำเนินธุรกิจหรือหยุดดำเนินการจะไม่เกิดกิจกรรมตามที่สมาชิกได้ร่วมกัน จัดตั้งขึ้น บริหารธุรกิจ แต่ละธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ จะประสบความสำเร็จด้วย

2. ทำให้สมาชิกมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น เมื่อสหกรณ์ดำเนินกิจกรรมทาง เศรษฐกิจจะทำให้ สมาชิกมีรายได้หรือประหยัดรายจ่าย มีการลงทุนและมีการออมเพิ่มขึ้น ฐานะ ทางเศรษฐกิจของสมาชิกจะดีขึ้น เช่น สมาชิกรวมกันซื้อปัจจัยการผลิตสินค้าทางการเกษตรผ่าน สหกรณ์จำนวนมากย่อมประหยัดได้ มากกว่าสมาชิกต่างคนต่างซื้อนั้น หมายถึงสมาชิกประหยัด ต้นทุนการผลิต หรือสมาชิกนำ ผลผลิตมารวมกันขายกับสหกรณ์จำนวนมากเพื่อให้สหกรณ์ ไปจำหน่ายต่อ หรือแปรรูป การขายจำนวนมากทำให้สามารถ ต่อรองราคาและประหยัดค่าขนส่งได้ ทำให้สมาชิกมีรายได้มากขึ้น หรือประหยัดต้นทุนหรือสมาชิกต้องการ เงินทุนเพื่อการประกอบ อาชีพสามารถมาขอู้เงินกับสหกรณ์ซึ่งจะเสียดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำ กว่ากู้ยืมเงิน 24 ภายนอก คือ สมาชิกมีต้นทุนการกู้ที่ต่ำลงหรือประหยัดรายจ่ายนั่นเอง หรือถ้าสมาชิกมีเงินเหลือมาออมกับ สหกรณ์ในรูปของเงินฝากจะได้ผลตอบแทนเป็นดอกเบี้ยเงินฝาก ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

3. ทำให้สมาชิกมีฐานะทางสังคมที่ดีขึ้น การดำเนินงานสหกรณ์ต้องอาศัยการรวม กลุ่มกัน เพื่อให้เกิดพลังทั้งทางเศรษฐกิจและให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข มีความเอื้ออาทร ช่วยเหลือ ตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นอกจากเฉพาะสมาชิกสหกรณ์แล้วยังรวมทั้งคนใน ชุมชนและสังคมด้วย เพื่อให้สังคมโดยรวมดีขึ้น

4. ทำให้สมาชิกมีการดำเนินการสอดคล้องกับ วัฒนธรรม สังคม ชุมชน การดำเนินงานสหกรณ์ ต้องไม่ขัด ต่อศีลธรรม วัฒนธรรม และประเพณีอันดีงามของสังคม รวมถึง การใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมด้วย นอกจากนี้ สหกรณ์มีการดำเนินงานตามหลัก ประชาธิปไตยถือเป็นการดำเนินงานที่สอดคล้องกับการเมือง การปกครองของประเทศจัดว่าสหกรณ์เป็นองค์การที่ฝักการ ดำเนินการตามประชาธิปไตยด้วย

ชัยยุทธน์ วศวรรณวัฒน์ และส่งเสริม หอมกลิ่น (2558, น.9) กล่าวถึงความสำคัญของการ บริหารธุรกิจสหกรณ์เพื่อให้การดำเนินธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจแต่ละธุรกิจ เพื่อให้สหกรณ์มี รายได้มีกำไร และใส่ใจต่อสังคม แต่สหกรณ์จะมีการคืนกำไรหรือจัดสรรกำไร สุทธิคืนสมาชิกในฐานะ ลูกค้าเป็นเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจนอกเหนือจากจ่ายเป็นเงินปันผลตาม หุ้นให้สมาชิกในฐานะผู้ถือหุ้น นอกจากนี้การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ยังมีความสำคัญ ดังนี้

1. สหกรณ์ทำให้มีอำนาจต่อรองการรวมกันเป็นสหกรณ์ ทำให้มีผลในการต่อรอง ทั้งในด้านการซื้อและการขายสินค้าที่สมาชิกผลิตได้และฝึกคนให้รู้จักการพึ่งพาตนเองหรือ ช่วยเหลือตนเอง และ ส่งเสริมการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2. ทำให้ชุมชนมีความสามัคคี ประองคอง อันจะนำความเจริญมาสู่ประเทศชาติได้ สหกรณ์ส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการอยู่ร่วมกัน โดยสันติการสหกรณ์เป็นวิธีการที่อุ้มชูผู้ที่ยากจน ให้มีฐานะดีขึ้น โดยมีได้ทำลายคนมั่งมีจึงมีลักษณะเป็นสันตินิยมหรือส่งเสริมสันติภาพ

3. สหกรณ์เป็นแหล่งจัดหาเงินทุนมาให้สมาชิกกู้ยืมไปลงทุนในการประกอบ อาชีพหลัก

4. สหกรณ์ช่วยส่งเสริมความรู้ด้านการประกอบอาชีพแก่สมาชิก

5. ส่งเสริมความเสมอภาคกันและเป็นประชาธิปไตย โดยให้ทุกคนมีสิทธิเท่าเทียม กัน ในการ ออกเสียงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจการสหกรณ์

6. สหกรณ์ฝึกคนให้มีความรู้ ประสพการณ์ รู้จักการประหยัดทรัพย์และสนับสนุน ด้านเงินทุน การผลิต ควบคุมการใช้เงินทุนให้เป็นไปตามแผนรวมกันซื้อปัจจัยการผลิตและรวมกัน ขายผลิตผลทำ ให้คน ในชุมชนนั้น ๆ มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

ดังนั้น การที่สหกรณ์จะบริหารธุรกิจได้บรรลุวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ได้ จำเป็นต้อง มีทรัพยากรการบริหารอย่างเพียงพอไม่ว่าจะเป็น คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์และการจัดการ และนำมาบริหารตาม 25 กระบวนการตั้งแต่การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม ทำให้สหกรณ์สามารถดำเนินงานได้ ตามวัตถุประสงค์ของการรวมตัวกันเป็นสหกรณ์ของสมาชิก ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของบุคคลที่มาร่วมกัน รวมทั้งทำให้การดำเนินงานบรรลุ ตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์

2. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจ

2.1 ความหมายของการพัฒนาธุรกิจ

การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกระทำให้เกิดขึ้น หรือมีการวางแผน กำหนด ทิศทางไว้ล่วงหน้าโดยการเปลี่ยนแปลงนี้ต้องเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น ถ้าเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ไม่ดีก็ไม่เรียกว่า การพัฒนา (ที่มา : <https://www.im2market.com/>,2015) ลักษณะการพัฒนาแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. การพัฒนาทางเศรษฐกิจ หมายถึง การพัฒนาทางด้านการผลิต การจำหน่าย การแลกเปลี่ยน การลงทุน

2. การพัฒนาทางสังคม หมายถึงการพัฒนาทางด้านจิตใจ แบบแผน พฤติกรรม รวมทั้งความสัมพันธ์ของคนในสังคม เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ในสังคม

การพัฒนาทางการเมือง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองสร้างกระบวนการปกครองให้เป็นประชาธิปไตย และประชาชนภายในประเทศมีสิทธิเสรีภาพตามกฎหมาย เป็นต้น

ธุรกิจ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริการ โดย ภายในหน่วยงานหรือธุรกิจนั้น ๆ มีการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาผสมผสานกัน อย่างมีระบบ มีระเบียบตาม กฎเกณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนหรือผู้บริโภคในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดผลประโยชน์ หรือบรรลุตามเป้าหมายของธุรกิจและไม่ก่อให้เกิดมลภาวะที่ไม่ดีต่อสิ่งแวดล้อม (ที่มา <https://sites.google.com/>,2562)

วิลาวัลย์ ศิลปสร (2558, น.10) อธิบายถึงการพัฒนาคำดำเนินงานของสหกรณ์ ในอดีตที่ผ่านมาสหกรณ์ได้มีจุดอ่อนหลายอย่าง ซึ่งถ้าหากดำเนินงานอย่างเดิมก็อาจจะทำให้เกิดความเสียหายขึ้นได้ สหกรณ์จะต้องมีการพัฒนาคำดำเนินงานของสหกรณ์โดยตรงโดยการปรับโครงสร้างสหกรณ์ และจะต้องมีการปรับการดำเนินงานที่เน้นความมีประสิทธิภาพสูงสุด มีผลต่อการเพิ่มความสามารถในการให้บริการด้านต่าง ๆ ของสหกรณ์และมีความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจได้ใดแก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาด การพัฒนาบุคลากร การพัฒนาสมาชิก หรือลูกค้า การพัฒนาเครือข่ายสหกรณ์ให้เข้มแข็งการปรับ ระบบสารสนเทศการปรับวิธีการดำเนินงานให้ชัดเจน การกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน เป็นต้น

ดังนั้นการพัฒนาธุรกิจเป็นการริเริ่มกิจกรรมที่มุ่งสู่การดำเนินธุรกิจที่ดีขึ้น ซึ่งรวมถึงรายได้ที่เพิ่มขึ้นการเติบโตในแง่ของการขยายธุรกิจเพิ่มผลกำไรและเพิ่มส่วนครองตลาดในผลิตภัณฑ์หรือบริการ

ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์เป็นการจัดหาสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตทางการเกษตรรวมทั้งสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นมาจำหน่าย ตามความต้องการของสมาชิกในการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์เพื่อ สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่สมาชิกให้ใช้บริการแก่สหกรณ์มาสู่ ปริมาณธุรกิจที่เพิ่มขึ้นและสร้างผลกำไรคืนสู่สมาชิกต่อไป

2.2 ความสำคัญของธุรกิจ

ธุรกิจเป็นองค์กรที่ดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและประชาชน โดยนำทรัพยากรต่างๆ มาเข้ากระบวนการที่เรียกว่าการดำเนินธุรกิจ ซึ่งธุรกิจเหล่านั้นมีผลต่อการพัฒนาประเทศ และสังคม ดังนี้(ที่มา :<https://sites.google.com,2562>)

1. การดำเนินงานของธุรกิจก่อให้เกิดการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. ช่วยให้ผู้บริโภคหรือประชาชนได้ใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อพัฒนาความเป็นอยู่ของตนเองให้ดีขึ้น
3. ธุรกิจต่างๆ ช่วยขจัดปัญหาการว่างงาน และช่วยกระจายรายได้ไปสู่ประชาชน
4. ช่วยเพิ่มพูน รายได้ให้กับประเทศในรูปแบบของภาษีอากร
5. ประชาชนหรือผู้บริโภคมีโอกาสได้เลือกสินค้าหรือบริการที่สนองความพึงพอใจสูงสุดได้ง่ายเพราะธุรกิจต่าง ๆ มีการแข่งขันกัน เพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการ
6. ประเทศสามารถนำภาษีอากรที่จัดเก็บไปพัฒนาประเทศได้

ดังนั้น ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์มีความสำคัญทั้งต่อสมาชิกและสหกรณ์คือ ช่วยสร้างอำนาจการต่อรอง เพราะการรวมกันซื้อในปริมาณมาก ๆ จะทำให้ซื้อสินค้าและบริการจากผู้ผลิตได้ ในราคาที่ต่ำลง สมาชิกได้ซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมต่อสมาชิกกับสหกรณ์และการศึกษาถึงธุรกิจดังกล่าวทำให้ทราบถึงการดำเนินธุรกิจว่าควรจะต้องดำเนินการอย่างไร เพื่อ ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 โครงสร้างของธุรกิจ

โครงสร้างของธุรกิจโดยทั่วไป (โครงสร้างธุรกิจ, 2562 : ระบบออนไลน์) ประกอบด้วย

1. มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนเพื่อมอบหมายให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ปฏิบัติงาน
2. มอบหมายงานที่กำหนดไว้ว่าจะป็นรายบุคคลหรือกลุ่มบุคคล

3. กำหนดความรับผิดชอบของแต่ละหน้าที่ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติรู้ขอบเขตของหน่วยงานที่ต้องปฏิบัติ

4. จัดให้มีเอกภาพในการบังคับบัญชา โดยการกำหนดอำนาจหน้าที่ให้กับกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน ช่วยกัน ดูแล ปรึกษาหารือร่วมกัน เพื่อให้การดำเนินงานไปสู่เป้าหมายที่วางไว้

โครงสร้างธุรกิจโดยทั่วไป แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่

1. โครงสร้างที่ไม่เป็นทางการ คือไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน ไม่มีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ไม่มีกำหนดกฎระเบียบใดๆ โครงสร้างลักษณะนี้มักเกิดขึ้นในธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจในครอบครัว

2. โครงสร้างที่เป็นทางการ เป็นธุรกิจที่มีการกำหนดรูปแบบ มีกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีระเบียบแบบแผนในการทำงาน และมีแผนภูมิโครงสร้างแสดงไว้ให้เห็น

ดังนั้น โครงสร้างการบริหารงานภายในของสหกรณ์มีบุคคลฝ่ายต่างๆ เกี่ยวข้องและรับผิดชอบ งานตามรูปแบบที่ปฏิบัติกันอยู่โดยทั่วไป ได้แก่สมาชิกคณะกรรมการดำเนินการ เจ้าหน้าที่และผู้ตรวจสอบ กิจการ ซึ่งแต่ละฝ่ายจะแบ่งภาระรับผิดชอบกัน สำหรับโครงสร้างการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ของสหกรณ์จัดว่าเป็นโครงสร้างที่เป็นทางการเพราะมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละตำแหน่ง ประกอบด้วย หัวหน้าฝ่ายตลาด เจ้าหน้าที่การตลาด พนักงานการตลาด ลูกจ้างการตลาด พนักงานขับรถ เป็นต้น

โดยสรุป การพัฒนาธุรกิจ (business development) คือการใช้ทรัพยากรในการเร่งให้เกิดผล กำไร ต่อองค์กรให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้โดยอาศัยการจัดการเรื่องคน เงินทุน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือและ กระบวนการจัดการที่มีอยู่ในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การศึกษาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของ สหกรณ์ทำให้ทราบถึงการดำเนินธุรกิจว่าควรจะต้องดำเนินการอย่างไร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

การจัดการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในสหกรณ์การเกษตร ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายในสหกรณ์ เป็นธุรกิจที่สหกรณ์จัดหาหรือจัดซื้อเครื่องมือ เครื่องใช้และวัสดุอุปกรณ์การเกษตร ด้วยรับน้ำยาง มีดกรีดยาง เคมีภัณฑ์ทางการเกษตร ปุ๋ยยาฆ่าแมลง ฯลฯ อุปกรณ์การประมง ตลอดจนสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็น เช่น ข้าวสารผงซักฟอก น้ำมัน ฟิช น้ำปลา ฯลฯ มาขายให้แก่สมาชิกและผู้ที่มีใช้สมาชิก โดยมีการดำเนินการดังนี้ (สำนักงานสหกรณ์จังหวัด นครศรีธรรมราช 2557, น.6-8)

1. การจัดหาสินค้ามาขาย สหกรณ์จะสอบถามความต้องการจากสมาชิกเป็นคราวๆ แล้วจัดหา สิ่งของมาขายตามใบสั่งซื้อของสมาชิก

2. การจำหน่ายสินค้าสหกรณ์สามารถจำหน่ายสิ่งของให้แก่สมาชิกได้ 2 วิธี คือ

- **จำหน่ายเป็นเงินสด** เป็นวิธีที่สหกรณ์ไม่ต้องเสี่ยงและสมาชิกจะซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่า เงินเชื่อ นอกจากนี้เพื่อความสะดวกสำหรับสมาชิก สหกรณ์อาจใช้วิธี โอนเงินกู้ของสมาชิกรมา ชำระค่าสิ่งของ หรือใช้เงินฝากของสมาชิกรมาชำระค่าสิ่งของ หรือใช้เงินฝากของสมาชิกรมาชำระค่าสิ่งของ หรือหักเงินค่า ผลิตรายการเกษตรของสมาชิกรที่ขายให้สหกรณ์ชำระค่าสิ่งของ

- **จำหน่ายเป็นเงินเชื่อ** โดยแยกเป็น

- (1) จำหน่ายให้สมาชิกโดยตรง
- (2) จำหน่ายให้ในรูปของวัสดุการเกษตร
- (3) จำหน่ายผ่านสถาบัน

“สถาบัน” หมายถึง สหกรณ์หรือกลุ่มเกษตรกรที่มีฐานะเป็นนิติบุคคลโดยได้จดทะเบียน ตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์หรือจากหน่วยงานอื่นสำหรับการจำหน่ายให้แก่ผู้มีใช้สมาชิกรสหกรณ์จะต้อง จำหน่ายเป็นเงินสดเท่านั้น

3. ขั้นตอนการซื้อ

- จัดให้มีการสอบถามความต้องการของสมาชิก
- จัดซื้อสินค้าตามความต้องการของสมาชิก
- เมื่อได้รับมอบสินค้า ให้เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์เป็นผู้ตรวจรับของกับ

ใบเสร็จรับเงินหรือ ใบส่งของจากผู้ขายและบันทึกรายการสินค้าแยกเป็นแต่ละประเภท ขนาดในทะเบียนคุมสินค้าสำหรับกรณี ซื้อเชื่อต้องบันทึกจำนวนเงินเป็นหน้าในย่อเจ้าหน้าที่การค้าด้วย

4. ขั้นตอนการจ่ายชำระหนี้

- เมื่อเจ้าหน้าที่ขอรับเงิน โดยตรวจสอบใบส่งของของผู้ขายซึ่งเจ้าหน้าที่นำมาแสดงเพื่อขอรับ เงินกับใบส่งของต้นฉบับที่มีลายเซ็นรับของ โดยเจ้าหน้าที่สหกรณ์ว่าถูกต้องตรงกันหรือไม่รวมถึง ตรวจสอบจำนวนเงินที่เป็นหนี้ในบัญชีย่อเจ้าหน้าที่การค้าด้วย

- เมื่อตรวจสอบแล้ว จึงจ่ายเงินชำระหนี้และรับใบเสร็จรับเงินจากผู้ขายไว้เป็นหลักฐาน และบันทึกการจ่ายชำระหนี้ในบัญชีย่อเจ้าหน้าที่การค้า

5. ขั้นตอนการขาย

- กำหนดราคาขายของสินค้าแต่ละประเภท
- กรณีขายเป็นเงินสด จัดทำใบรับเงินขายสินค้า บันทึกในทะเบียนคุมสินค้า และส่งมอบสินค้าให้สมาชิก

- กรณีขายเป็นเงินเชื่อ จัดทำใบกำกับสินค้า หนังสือสัญญาซื้อขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ หนังสือค้ำประกันและบันทึกในบัญชีย่อยลูกหนี้การค้ากับ ทะเบียนคุมสินค้า พร้อมทั้งส่งมอบสินค้าให้ สมาชิก

6. ขั้นตอนการรับชำระหนี้

- เมื่อสมาชิกรนำเงินมาชำระหนี้ให้ตรวจสอบหลักฐานการเป็นหนี้และจำนวนเงินที่เป็นหนี้ในบัญชีย่อยลูกหนี้การค้า

- เมื่อตรวจสอบแล้ว จัดทำใบเสร็จรับเงินให้สมาชิกไว้เป็นหลักฐาน และบันทึกในบัญชีย่อยลูกหนี้การค้า การดำเนินธุรกิจการจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สหกรณ์จะต้องดำเนินการ

- 1) มีการกำหนดระเบียบว่าด้วยการจัดหาสิ่งของที่สมาชิกต้องการมาจำหน่าย
- 2) มีคำสั่งมอบหมายผู้รับผิดชอบด้านการจัดหาสินค้ามาจำหน่าย
- 3) มีการสำรวจความต้องการสินค้าจากสมาชิก
- 4) มีการจัดซื้อสินค้าตามความต้องการของสมาชิก
- 5) มีการอนุมัติก่อนการจัดซื้อสินค้า
- 6) มีการอนุมัติก่อนการจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อ
- 7) ผู้ทำหน้าที่ในการจัดซื้อสินค้าและผู้ทำหน้าที่ตรวจรับสินค้าต้องไม่เป็น

บุคคลเดียวกัน

- 8) จัดเก็บสินค้าไว้ในที่ปลอดภัย
- 9) จัดทำทะเบียนคุมสินค้าให้เป็นปัจจุบัน
- 10) มีการจัดทำทะเบียนของเจ้าหนี้การค้าเป็นปัจจุบันและส่งชำระหนี้ตาม

สัญญา

11) จัดทำทะเบียนย่อยลูกหนี้การค้าเป็นปัจจุบันและติดตามการชำระหนี้ของลูกหนี้ การค้าให้เป็นไปตามสัญญา

ครบถ้วน

- 12) มีหลักฐานเอกสารเกี่ยวกับการจัดซื้อสินค้าและจำหน่ายสินค้าถูกต้อง
- 13) มีการรายงานผลการจัดหาและจำหน่ายสินค้าต่อคณะกรรมการดำเนินการ
- 14) มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือเป็นประจำ
- 15) มีการรายงานผลการตรวจนับสินค้าคงเหลือต่อที่ประชุมคณะกรรมการ

ดำเนินการ

- 16) มีการสุ่มตรวจนับสินค้าขึ้นชั้นยอดจากการตรวจนับทะเบียนคุม

17) มีการสำรวจสินค้าเก่าเก็บเสื่อมชำรุด เสนอที่ประชุมคณะกรรมการ
ดำเนินการเพื่อขอลดราคาและหรือตัดจำหน่าย

18) มีการสุ่มสอบทานหนี้กรณีที่มีการซื้อขายเป็นเงินเชื่อ

19) แจ้งสหกรณ์ให้ใช้ความระมัดระวังตรวจสอบปฏุมถึงปัจจัยการผลิต
ทาง การเกษตรทุกประเภทก่อนรับซื้อมาจำหน่ายให้แก่เกษตรกร

20) การกำหนดระเบียบว่าด้วยการจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อ (ในกรณีที่
สหกรณ์มีมติจำหน่ายสินค้าเป็นเงินเชื่อแก่สมาชิก) เมื่อถึงสิ้นปีทางบัญชีของสหกรณ์มีกำไร ก็จะนำ
ผลกำไรมาเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกสหกรณ์ การเกษตรส่วนใหญ่จึงตอบสนองความต้องการของสมาชิก
โดยดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายให้กับ สมาชิก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึงการศึกษาถึง
พฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้านักการ
ตลาดจำเป็นต้อง ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการกล่าวคือ
พฤติกรรมผู้บริโภคมีผล ต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจและมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จถ้า
กลยุทธ์ทางการตลาด สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้และเพื่อให้สอดคล้องกับ
แนวความคิดทางการ ตลาด(Marketing Concept) ที่ว่า การทำให้ลูกค้าพึงพอใจจึงต้องศึกษา
พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือ กลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของ
ผู้บริโภค ประมาณการของ พฤติกรรมของพฤติกรรมของมนุษย์ ลักษณะคล้ายกัน 3 ประการ ดังนี้

1. พฤติกรรม จะเกิดขึ้น จะต้อง มีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior Is Caused)
ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้น จะต้อง มีสาเหตุทำให้
เกิดและสิ่งซึ่งเป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior Is
Motivated) คือ เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้วคนเราก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการ
นั้น จนกลายเป็น แรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ (Motivation) ใ้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อ
ตอบสนองความต้องการ ที่เกิดขึ้นนั้น

3. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior Is Goal –
Directed) ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราแสดงพฤติกรรมอะไรออกมานั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อน
ลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไร้ทิศทางตรงกันข้ามกลับ มุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอน เพื่อให้
บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน

กฤษดา ดีวัน (2551, น.30) ได้กล่าวถึงการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของ
สหกรณ์ การเกษตรไว้ว่าธุรกิจการซื้อหรือการจัดหาสิ่งของที่จำเป็นมาขายแก่สมาชิก สหกรณ์ไม่ได้

ดำเนินงานแบบ ร้านสหกรณ์ที่จัดหาสิ่งของต่างๆ มาเตรียมไว้เพื่อขายแก่สมาชิกแต่สหกรณ์ การเกษตรจัดหาเครื่องมือ เครื่องใช้ในการเพาะปลูก เช่น เครื่องสูบน้ำ รถไถขนาดเล็ก ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ฯลฯ กับสิ่งของที่จำเป็นใน ครอบครัวสมาชิก เช่น ข้าวสาร ฯลฯ มาขายแก่สมาชิกโดยสหกรณ์ดำเนินการ ดังนี้

1. การจัดหาสหกรณ์จะสอบถามความต้องการสิ่งของดังกล่าวจากสมาชิกเป็นคราวๆ แล้วจัดหามาขายเฉพาะสิ่งของและจำนวนตามใบสั่งซื้อของสมาชิกเท่านั้น

2. การขายปกติสหกรณ์จะขายด้วยเงินสด ซึ่งเป็นวิธีที่สหกรณ์ไม่ต้องเสี่ยงกับความสูญเสียและ สมาชิกจะซื้อได้ในราคาถูกกว่าการซื้อด้วยเงินเชื่อ นอกจากนี้เพื่อความสะดวกสำหรับสมาชิกสหกรณ์จะใช้ วิธีโอนเงินกู้ของสมาชิกมาชำระค่าสิ่งของ หรือใช้เงินฝากของสมาชิกมาชำระค่าสิ่งของ หรือหักเงินค่า ผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกที่สหกรณ์ขายได้ชำระสิ่งของ

ดังนั้น การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายให้แก่สมาชิกเป็นหน้าที่สำคัญของสหกรณ์เพื่อลดรายจ่ายของสมาชิกเนื่องจากราคาสินค้าในปัจจุบัน ตามท้องตลาดหรือร้านค้าทั่วไปในพื้นที่จะมีราคาสูงกว่า การที่ สหกรณ์จัดหาสินค้ามาจำหน่ายให้แก่สมาชิกตามความต้องการจะทำให้ลดต้นทุนการผลิตให้แก่สมาชิก เพราะสหกรณ์สามารถซื้อวัสดุสิ่งของในราคาถูกกว่าสมาชิกแต่ละคนซื้อเองเพราะการรวมกัน ซื้อในปริมาณมากจะทำให้ซื้อได้ในราคาที่ต่ำลงและเมื่อถึงสิ้นปีหากสหกรณ์มีกำไรก็จะนำเงินจำนวนนี้มาเฉลี่ยคืนให้แก่สมาชิกโดย สหกรณ์จะทำการสำรวจความต้องการสิ่งของต่างๆ จากสมาชิกเป็นคราว ๆ ไป

4. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

4.1 ความหมายของส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Kotler,1997, p.92) ส่วนประสมทางการตลาด (The marketing mix) เป็นแนวคิดที่สำคัญอย่างทางการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งแนวความคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาดนี้มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวม การตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมายเราเรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า 7 Ps ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้ จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2552, หน้า 22) ได้สรุปเกี่ยวกับแนวความคิดกลยุทธ์ การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

(Market mix) ไว้ในหนังสือการบริหารการตลาดยุคใหม่ว่า ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying decision process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 7 ขั้นตอน คือธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือ 7Ps ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นสิ่งซึ่งจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ในด้านการบริการด้านสินเชื่อนั้น ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของบริการ (Service product) การที่จะสร้างความมั่นใจและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการนั้น ธุรกิจจะต้องสร้างและนำเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรม เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนการบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้

2. ราคา (Price) หมายถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของ (Cost) ของลูกค้าลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงคุณค่า ซึ่งเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตรา เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องวิธีการกำหนดราคา นโยบายและกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการกำหนดราคา ต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องการแข่งขัน และปัจจัยอื่น ๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรกคือการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ผู้บริโภคต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้เพราะทำเลที่ตั้งที่เลือกเป็นตัวกำหนดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้น สถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของกลุ่มแข่งขันด้วย โดยความสำคัญขอทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels) การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ลักษณะของการบริการความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่ายและลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อ สื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร

หรือชักจูงให้ เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดบริการในการส่งเสริมทางการตลาด อาจทำได้ 4 แบบด้วยกัน ซึ่งเรียกว่า ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) หรือส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication mix) ประกอบไปด้วย

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้ปล้ำภักย์การต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่ผ่านสื่อเช่น หนังสือพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณาการโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ฯลฯ

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจซื้อ ซึ่งเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นเครื่องมือหรือกิจกรรมทางการตลาด ที่กระทำอย่างต่อเนื่อง นอกเหนือจากการขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ที่ช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการของลูกค้า

4.4 การประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) เป็นแผนงานการนำเสนอ อย่างต่อเนื่อง เพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณะให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ตลอดจน สร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีระหว่างธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง 5 บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบ ในการติดต่อแสวงหาลูกค้าการเสนอขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ

6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total quality management: TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพ ของบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้เช่น ธุรกิจโรงภาพยนตร์ต้องพัฒนา ลักษณะทาง กายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็วในการจำหน่ายตั๋ว หรือคุณประโยชน์อื่น

7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติ ในด้านการบริการที่นำเสนอกับลูกค้า เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็วและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ตามแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ได้ กล่าวถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)ว่ามี (1) ผลิตภัณฑ์หมายถึง สินค้าและบริการอันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ เพื่อการ สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (2) ราคา (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การที่จะส่งมอบบริการ ให้กับลูกค้าเมื่อไหร่ และต้องใช้เวลาในการที่จะส่งมอบบริการเท่าไร และ

เกิดขึ้นสถานที่ไหนและส่งมอบ กันอย่างไร (4) การส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมด้านการ ออกแบบสิ่งจูงใจและการสื่อสารด้านการตลาด เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้า (5) บุคลากร ต้องใช้ความพยายามในการวางแผนทั้งด้าน กำลังคน การสรรหา การคัดเลือกบุคลากรและ การฝึกอบรมพัฒนา และต้องสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด (6) หลักฐานทางกาย ภาค คือสถานที่และสิ่งแวดลอมรวมถึงองค์ประกอบต่างๆที่สามารถ จับต้องได้และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่อผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ (7) กระบวนการ เป็นวิธีในการทำงานสร้างและส่ง มอบผลิตภัณฑ์ โดยต้องอาศัยการออกแบบและปฏิบัติให้ได้ตามกระบวนการที่มี ประสิทธิภาพ

4.2 ความสำคัญของส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการใช้เพื่อตอบสนองต่อ วัตถุประสงค์ทางการตลาดเป้าหมายของธุรกิจ ประกอบด้วย 7P's คือ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้านบุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) ด้าน กายภาพและการ นำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process) ธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่ เหมาะสมใน การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถบรรลุประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจ และ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ สร้างความเป็นต่อทางการแข่งขันที่ยั่งยืนกับธุรกิจ (<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index,2562>)

ดังนั้น ส่วนประสมการตลาด เป็นเครื่องมือสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่ายของ สหกรณ์เพราะผู้บริหารจะต้องทราบเพื่อนำไปวางแผนหรือพัฒนากลยุทธ์ทาง การตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจ ประกอบด้วย 7P's คือ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การจัด จำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้าน บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ด้าน กายภาพและการ นำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ให้สามารถบรรลุ ประสงค์และเป้าหมายของธุรกิจและสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิก ให้เกิดความพึงพอใจในสินค้าซื้อแล้วซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง

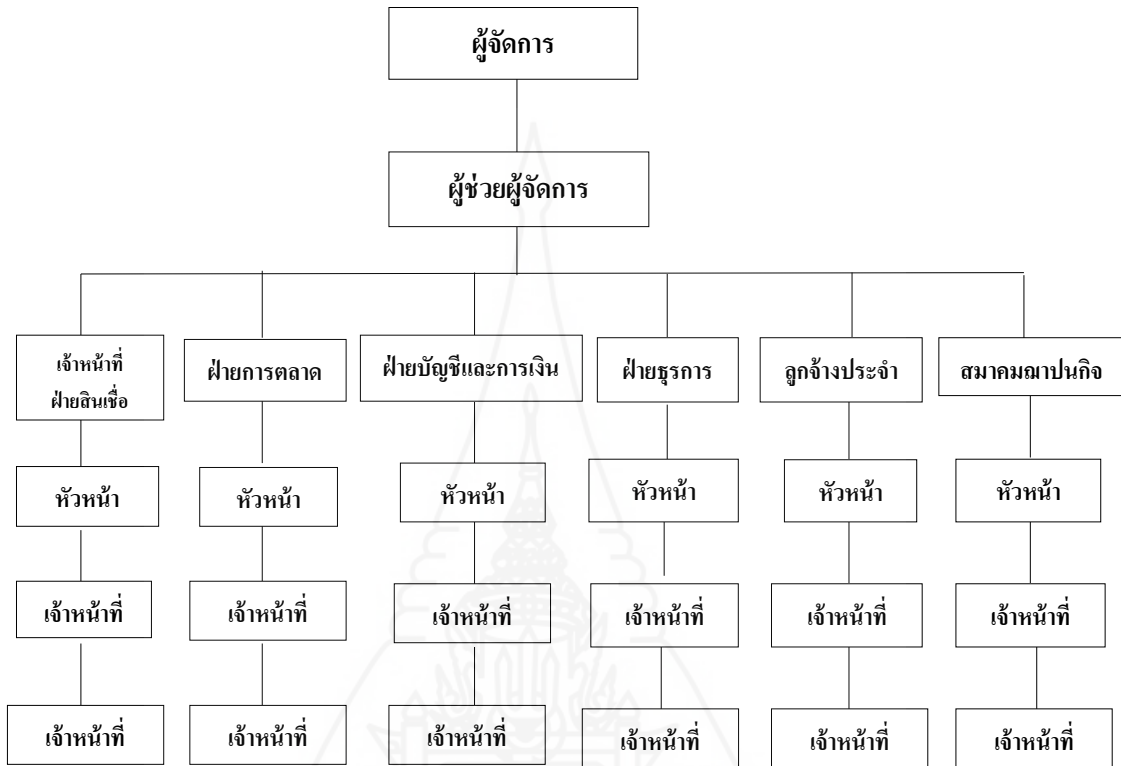
5. บริบทของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

5.1 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์

การสหกรณ์ได้แพร่ขยายเข้าสู่อำเภอสูงเม่น เมื่อปี พ.ศ. 2477 ซึ่งขณะนั้นเป็นสหกรณ์ประเภทหาทุนชนิดไม่จำกัดสินเชื่อ ต่อมาได้จัดตั้งเป็นสหกรณ์ขายข้าวและพืชผล สหกรณ์บำรุงที่ดิน สหกรณ์ที่ดินสูงเม่นพัฒนา จนกระทั่งปี พ.ศ. 2517 ทางกรมส่งเสริมสหกรณ์มีนโยบายที่จะรวมสหกรณ์ให้เป็นสหกรณ์ขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อความสะดวกในการบริหารและการทำธุรกิจของสหกรณ์ จึงทำให้มีการควบสหกรณ์ต่างๆเข้าด้วยกัน จำนวน 4 สหกรณ์ คือสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด เลขทะเบียนที่ 290/11603 สหกรณ์การเกษตรสูงเม่นสอง จำกัดเลขทะเบียนที่ 289/11602 สหกรณ์ขายข้าวและพืชผลสูงเม่น จำกัด ทะเบียนเลขที่ 6/1445 สหกรณ์ที่ดินสูงเม่นพัฒนา จำกัด เลขทะเบียนที่ 200/11786 แล้วใช้ชื่อของจดทะเบียนใหม่ว่า “สหกรณ์การเกษตรสูงเม่นจำกัด” ได้รับการจดทะเบียนเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม 2514 ขนาดนั้นมีสมาชิกประมาณ 1,000 คนมีสำนักงานเป็นของตัวเอง มีเนื้อที่ 4 ไร่ 1 งาน 19 ตารางวา ซึ่งปัจจุบันนี้สหกรณ์การเกษตรสูงเม่นจำกัดมีสมาชิกทั้งหมดจำนวน 2,978 คน กระจายอยู่ใน 12 ตำบลและ 1 เทศบาลของอำเภอสูงเม่นสหกรณ์ได้เริ่มดำเนินธุรกิจให้บริการแก่สมาชิกทั้งธุรกิจเครดิต ธุรกิจซื้อ ธุรกิจขายตลอดจนการให้บริการด้านการรับฝากเงิน นอกจากนี้สหกรณ์จะให้บริการด้านธุรกิจแก่สมาชิกแล้วสหกรณ์การเกษตรสูงเม่นจำกัดยังได้จัดตั้งสมาคมฌาปนกิจสงเคราะห์สมาชิกสหกรณ์ด้วยทั้งนี้เพื่อเป็นการสงเคราะห์แก่ครอบครัวสมาชิกที่ถึงแก่กรรม

5.2 โครงสร้างการดำเนินงาน

โครงสร้างการดำเนินงานของบุคลากร สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด มีดังนี้



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น

5.3 ข้อมูลสมาชิกของสหกรณ์

สมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น แบ่งออกเป็น สมาชิก สมทบ ซึ่งแยกเป็น 3 ปี
ย้อนหลัง ดังนี้

ตารางที่ 2.1 จำนวนสมาชิกทั้งสิ้นของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ประจำปีบัญชี 2559-2561

รายการ	ปีสิ้นสุด(ปีนี้) 31 มีนาคม 2562	ปีสิ้นสุด(ปีนี้) 31 มีนาคม 2561	ปีสิ้นสุด(ปีนี้) 31 มีนาคม 2560
1. จำนวนสมาชิก	2,978	3,056	3,155
จำนวนสมาชิกสมทบ	376	593	519
จำนวนกลุ่มสมาชิก	49 กลุ่ม	48 กลุ่ม	49 กลุ่ม

ที่มา : รายงานประจำปี 2559-2561 ของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด (ปี พ.ศ.2562)

5.4 การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์

สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด เป็นสหกรณ์ที่มีการดำเนินธุรกิจหลายอย่างเพื่อ
ช่วยเหลือมวลสมาชิก ทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่

1. **ธุรกิจรับฝากเงิน** โดยมีสมาชิกร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์ระหว่างปี จำนวน 2,720
ราย จากสมาชิกทั้งหมด 2,978 ราย มียอดรับฝากเงินทุกประเภท เป็นเงิน 80,947,579.81 บาท

2. **ธุรกิจสินเชื่อ** แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น 844 สัญญา มีสมาชิกร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์
จำนวน ราย เป็นเงิน 22,138,893.73 บาท

2.2 เงินกู้ระยะปานกลาง 171 สัญญา มีสมาชิกร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์ 714
ราย เป็นเงิน 22,720,000.00 บาท

3. **ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย** โดยมีสมาชิกร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์ระหว่างปี
จำนวน 2,625 ราย มียอดจำหน่ายสินค้าทั้งสิ้น 15,261,245.15 บาท

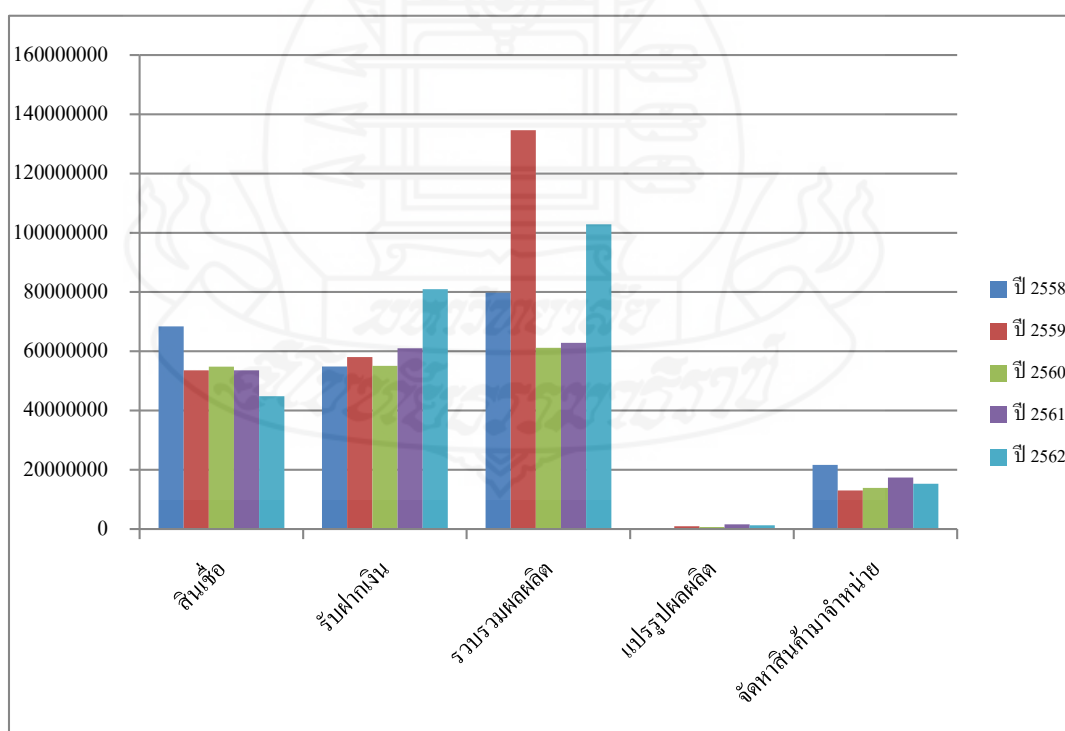
4. **ธุรกิจรวบรวมผลผลิต** สหกรณ์ดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตทางการเกษตรจาก
สมาชิกอยู่ 2 ชนิด นั่นคือข้าวเปลือก และถั่วเหลือง โดยมีสมาชิกร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์ระหว่างปี
จำนวน 598 ราย มียอดรวบรวมผลผลิตทางการเกษตร จำนวน 102,882,435.16 บาท

5. **ธุรกิจแปรรูปผลผลิต (ข้าวหอมมะลิ)** โดยมีสมาชิกร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์ระหว่างปี จำนวน 2,237 ราย เป็นเงิน 1,231,032.00 บาทส่งผลให้สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด มีผลการดำเนินงาน ณ 31 มีนาคม 2562 มีกำไร จำนวน 7,756,244.45 บาท ทุนดำเนินงาน 216,704,288.24 บาท

ตารางที่ 2.2 ข้อมูลปริมาณธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ประจำปีบัญชี 2557-2561

ประเภทธุรกิจ	หน่วย : บาท				
	ปี 2562	ปี 2561	ปี 2560	ปี 2559	ปี 2558
1) ธุรกิจสินเชื่อ	44,858,893.73	53,562,584.00	54,830,845.55	53,579,244.00	68,378,229.00
2) ธุรกิจรับฝากเงิน	80,947,579.81	61,022,571.11	55,105,213.97	58,067,980.39	54,891,363.59
3) ธุรกิจรวบรวมผลผลิต	102,882,435.16	62,872,901.00	61,194,801.00	134,653,715.00	79,797,011.00
4) ธุรกิจแปรรูปผลผลิต	1,231,032.00	1,605,616.50	667,853.50	922,989.00	0.00
5) ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	15,261,245.15	17,393,156.00	13,853,580.00	13,014,624.00	21,655,115.00

ที่มา : รายงานประจำปี 2557-2561 ของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด (ปี พ.ศ.2562)



ภาพที่ 2.2 ข้อมูลกราฟแท่งปริมาณธุรกิจของสหกรณ์ (ปี พ.ศ.2558-2562)

5.5 ผลการดำเนินงานธุรกิจและฐานะทางการเงินของสหกรณ์

ตารางที่ 2.3 ผลการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ประจำปีบัญชี 2559-2561

รายการ	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)
	31 มีนาคม 2562	31 มีนาคม 2561	31 มีนาคม 2560
1. จำนวนสมาชิก	2,978	3,056	3,155
จำนวนสมาชิกสมทบ	376	593	519
จำนวนกลุ่มสมาชิก	49 กลุ่ม	48 กลุ่ม	49 กลุ่ม
2. ทุนเรือนหุ้น	58,365,570.00	60,181,000.00	58,419,590.00
3. ทุนสำรอง	62,352,853.70	61,219,894.39	60,394,774.73
4. ทุนอื่น ๆ รวม	7,695,363.76	7,869,380.16	6,820,714.56
4.1 ทุนสาธารณประโยชน์	313,138.00	311,408.00	317,762.00
4.2 ทุนสะสมเพื่อการศึกษาอบรม ทางสหกรณ์	909,651.00	881,767.00	673,745.00
4.3 ทุนจัดการความเสี่ยงผลผลิตทาง การเกษตรและรักษาสິงแวดล้อม	400,000.00	400,000.00	400,000.00
4.4 ทุนสะสมเพื่อการพัฒนากิจการ สหกรณ์	1,689,635.42	1,922,260.32	1,202,912.32
4.5 ทุนสะสมเพื่อบริการส่วนรวม	582,939.34	553,944.84	426,925.24
4.6 เงินกองทุนสงเคราะห์เจ้าหน้าที่	3,800,000.00	3,800,000.00	3,800,000.00
5. เงินรับฝาก			
5.1 รับฝากระหว่างปีทุกประเภท	80,947,579.81	61,022,571.11	55,105,213.97
5.2 คงเหลือทุกประเภท	60,748,087.02	60,083,905.93	56,957,412.52
จำนวน 3,812 บัญชี 2,720 ราย			
6. แหล่งเงินทุนของสหกรณ์			
6.1 ฐกส. (เป็นทุนหมุนเวียน)			
(1) วงเงินกู้ประจำปี	70,000,000.00	70,000,000.00	70,000,000.00
(2) หนี้ยกมาต้นปี	20,000,000.00	0.00	0.00
(3) กู้ระหว่างปี	45,000,000.00	85,000,000.00	45,000,000.00

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

รายการ	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)
	31 มีนาคม 2562	31 มีนาคม 2561	31 มีนาคม 2560
(4) ชำระระหว่างปี	65,000,000.00	65,000,000.00	45,000,000.00
(5) หนี้คงเหลือสิ้นปี	0.00	20,000,000.00	0.00
6.2 กรมส่งเสริมสหกรณ์			
(1) วงเงินกู้ประจำปี	120,000,000.00	120,000,000.00	120,000,000.00
(2) หนียกมาต้นปี	160,000.00	600,000.00	0.00
(3) กู้ระหว่างปี	3,000,000.00	5,400,000.00	5,600,000.00
(4) ชำระระหว่างปี	3,040,000.00	5,840,000.00	5,000,000.00
(5) หนี้คงเหลือสิ้นปี	120,000.00	160,000.00	600,000.00
7. การให้เงินกู้แก่สมาชิกและสหกรณ์อื่น			
7.1 เงินกู้ยืม	94,619,590.95	91,299,159.58	91,550,936.46
	1,469 สัญญา	1,418 สัญญา	1,396 สัญญา
	1,250 ราย	1,344 ราย	1,392 ราย
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	19,790,187.41	20,338,299.65	20,966,944.07
	862 สัญญา	802 สัญญา	752 สัญญา
	830 ราย	728 ราย	605 ราย
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	74,829,403.54	70,960,859.93	7,058,392.39
	608 สัญญา	616 สัญญา	644 สัญญา
	605 ราย	616 ราย	644 ราย
7.2 จ่ายเงินกู้ระหว่างปี	44,858,893.73	53,562,584.00	54,830,845.55
	1,015 สัญญา	1,282 สัญญา	1,166 สัญญา
	878 ราย	1,035 ราย	970 ราย
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	22,138,893.73	24,322,584.00	25,864,845.55
	844 สัญญา	1,097 สัญญา	965 สัญญา
	714 ราย	856 ราย	77 ราย
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	22,720,000.00	29,240,000.00	28,966,000.00
	171 สัญญา	185 สัญญา	201 สัญญา
	164 ราย	179 ราย	193 ราย

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

รายการ	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)
	31 มีนาคม 2562	31 มีนาคม 2561	31 มีนาคม 2560
7.3 การชำระเงินกู้ระหว่างปี	54,160,488.96	50,242,152.63	55,082,622.43
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	27,165,429.87	24,870,696.24	26,493,489.97
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	26,995,059.09	25,371,456.39	28,589,132.46
7.4 เงินกู้คงเหลือสิ้นปี	85,317,995.72	94,619,590.95	91,299,159.58
	1,123 สัญญา	1,469 สัญญา	1,418 สัญญา
	960 ราย	1,250 ราย	1,344 ราย
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	14,763,651.27	19,790,187.41	20,338,299.65
	536 สัญญา	862 สัญญา	802 สัญญา
	535 ราย	830 ราย	728 ราย
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	70,554,344.45	74,829,403.54	70,960,859.93
	587 สัญญา	608 สัญญา	616 สัญญา
	584 ราย	605 ราย	616 ราย
8. การชำระคืนเงินกู้ของสมาชิกและสหกรณ์อื่น			
8.1 ต้นเงินที่ถึงกำหนดชำระ			
ทุกประเภท	64,403,094.50	65,067,351.42	67,314,315.14
8.2 ชำระได้ตามกำหนด	39,921,193.17	40,056,440.16	42,394,292.56
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	27,165,429.87	24,870,696.24	26,493,489.97
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	12,755,763.30	15,185,743.92	15,900,802.59
8.3 ชำระก่อนกำหนด	14,239,295.79	10,185,712.47	12,688,329.87
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น			
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	14,239,295.79	10,185,712.47	12,688,329.87
8.4 หนี้ที่ชำระไม่ได้ตามกำหนด	24,481,901.33	25,010,911.26	24,920,022.58
8.5 ชำระได้จริงคิดเป็นร้อยละ	84.10	77.22	81.83
9. การเรียกเก็บดอกเบี้ยเงินกู้			
9.1 ดอกเบี้ยค้างชำระยกมาต้นปี	1,458,968.45	1,380,797.57	1,316,304.72
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	473,701.83	604,816.36	618,651.26
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	985,266.62	775,981.21	697,653.46

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

รายการ	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)
	31 มีนาคม 2562	31 มีนาคม 2561	31 มีนาคม 2560
9.2 รับชำระดอกเบี้ยค้างระหว่างปี	636,225.70	656,254.57	617,458.73
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	271,064.54	296,469.83	208,465.88
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	365,161.16	359,784.74	408,992.85
ชำระได้จริงคิดเป็นร้อยละ	43.61	47.53	46.91
9.3 ดอกเบี้ยค้างรับคงเหลือ	822,742.75	724,543.00	698,845.99
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	202,637.29	308,346.53	410,185.38
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	620,105.46	416,196.47	288,660.61
9.4 ดอกเบี้ยพึงชำระระหว่างปี	6,911,910.03	7,128,447.82	7,331,107.12
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	1,081,043.81	1,228,711.57	1,511,903.61
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	5,830,866.22	5,899,736.25	5,819,203.51
9.5 รับชำระดอกเบี้ยพึงระหว่างปี	6,236,058.80	6,492,222.12	6,649,155.54
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	965,711.92	957,647.03	1,317,272.63
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	5,270,346.88	5,534,575.09	5,331,882.91
9.6 ดอกเบี้ยค้างชำระ ณ วันสิ้นปี	1,498,593.98	1,458,968.45	1,380,797.57
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	317,969.18	473,701.83	604,816.36
(2) เงินกู้ระยะปานกลาง	1,180,624.80	985,266.62	775,981.21
9.7 ดอกเบี้ยชดเชยโครงการ			
ลดดอกเบี้ย 3%	937,955.33	0.00	156,719.94
(1) เงินกู้ระยะสั้นเพื่อการอื่น	317,969.18	473,701.83	604,816.36
10. การจัดหาสินค้ามาจำหน่าย			
10.1 สินค้าคงเหลือยกมาต้นปี	1,545,981.13	1,592,087.79	1,347,782.16
10.2 ซื้อสินค้าระหว่างปี	12,463,809.50	15,429,445.00	12,465,652.69
10.3 ขายสินค้าระหว่างปี		15,261,245.15	17,393,156.00
จำนวนสมาชิกที่ซื้อ	2,625 คน	2,815 คน	2,478 คน
10.4 สินค้าคงเหลือสิ้นปี	490,447.08	1,545,981.13	1,592,087.79

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

รายการ	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	ปีสิ้นสุด(ปีนี้)	
	31 มีนาคม 2562	31 มีนาคม 2561	31 มีนาคม 2560	
11. การรวบรวมผลิตผล (ข้าวเปลือก+ถั่วเหลือง)				
10.1	สินค้าคงเหลือยกมาต้นปี	1,545,981.13	1,592,087.79	1,347,782.16
10.2	ซื้อสินค้าระหว่างปี	12,463,809.50	15,429,445.00	12,465,652.69
10.3	ขายสินค้าระหว่างปี		15,261,245.15	17,393,156.00
	จำนวนสมาชิกที่ซื้อ	2,625 คน	2,815 คน	2,478 คน
10.4	สินค้าคงเหลือสิ้นปี	490,447.08	1,545,981.13	1,592,087.79
11. การรวบรวมผลิตผล (ข้าวเปลือก+ถั่วเหลือง)				
11.1	ผลผลิตยกมาต้นปี	516,890.00	1,020,876.65	957,419.70
11.2	รวบรวมระหว่างปี	102,882,435.16	62,872,901.00	61,194,801.00
	จำนวนสมาชิกที่ขาย	598 คน	503 คน	375 คน
11.3	ขายผลิตผลระหว่างปี	103,950,213.00	64,148,488.00	62,167,160.00
11.4	ผลิตผลคงเหลือสิ้นปี	1,163,471.79	516,890.00	1,020,876.65
		80,852.80 กก.	46,990 กก.	96,367 กก.
12. การแปรรูปผลิตผล (ข้าวหอมมะลิ)				
12.1	ผลผลิตยกมาต้นปี	110,276.50	76,229.69	29,335.35
12.2	แปรรูประหว่างปี	642,709.81	1,034,354.15	487,653.05
	จำนวนสมาชิกที่ขาย	2,397 คน	2,327 คน	2,478 คน
12.3	ขายสินค้าระหว่างปี	1,231,032.00	1,605,616.50	667,853.50
12.4	สินค้าคงเหลือสิ้นปี	27,409.85	110,276.50	76,229.69
		1,442 กก.	5,468 กก.	2,407 กก.
13. การส่งเสริมการเกษตร				
13.1	โครงการปลูกข้าวนาปี	1,140,000.00	1,599,000.00	2,044,000.00
13.2	โครงการปลูกข้าวนาปรัง	651,000.00	704,000.00	1,182,000.00
13.3	โครงการบัจฉัยเพื่อการผลิต	7,417,630.00	7,151,755.00	7,603,230.00
13.4	โครงการข้าวโพดมอนซานโต้	4,216,072.00	6,757,011.00	3,086,638.00

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

รายการ	ปีสิ้นสุด(ปีนี้) 31 มีนาคม 2562	ปีสิ้นสุด(ปีนี้) 31 มีนาคม 2561	ปีสิ้นสุด(ปีนี้) 31 มีนาคม 2560
14. รายได้และค่าใช้จ่ายการดำเนินงาน			
14.1 รายได้ทั้งหมดหักต้นทุนธุรกิจ	131,769,038.13	94,911,717.77	88,318,636.25
14.2 ค่าใช้จ่ายธุรกิจและค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	124,012,793.68	87,674,655.36	80,969,422.59
14.3 กำไร (ขาดทุนสุทธิ)	7,756,244.45	7,237,062.41	7,349,213.66
15. ทุนดำเนินงาน	216,704,288.24	230,013,990.58	203,574,703.15

ที่มา : รายงานประจำปี 2559-2561 ของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด (ปี พ.ศ.2562)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุวารี บุญทรง (2551:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรไชยา จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ราคาสินค้าและบริการ สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ให้บริการกระบวนการให้บริการ ผลิตภาพหรือคุณภาพการให้บริการและสภาพแวดล้อมของการบริการ ส่วนด้านการส่งเสริมแนะนำสินค้าและบริการสมาชิกมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านการศึกษาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ จากผลการประชุมกลุ่มคณะกรรมการดำเนินงาน ฝ่ายจัดการและตัวแทนสมาชิกของสหกรณ์ทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ คือ สหกรณ์ควรจัดให้มีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่หลากหลาย มีการปรับอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราดอกเบี้ยเงินกู้และอัตราเงินปันผลให้แก่สมาชิก จัดหาสถานที่ในการซื้อและขนส่งสินค้าของสมาชิก และการประชาสัมพันธ์โดยใช้การสื่อสารหลายช่องทางขึ้น ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์บรรลุตามวัตถุประสงค์ทางการเงินและสามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่สมาชิก ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ คือ สหกรณ์ควรพิจารณาประเด็นด้านการเงินและจัดทำแผนติดตามลูกหนี้รายตัว ขยายการลงทุนเพิ่มในธุรกิจที่สามารถทำกำไร โดยการศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานอื่นที่ดำเนินงานในลักษณะเดียวกัน การแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการให้บริการด้านสถานที่รับจ่ายสินค้าสำหรับและการจัดหาสินค้ามาจำหน่ายให้กับ

สมาชิก การเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมให้คณะกรรมการ พนักงาน ตลอดจนสมาชิกได้พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการพัฒนาด้านสภาพแวดล้อม ของสำนักงานสหกรณ์

พรชนาสิทธิ กิจเจริญถาวรชัย (2553:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตรจำกัดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สมาชิกเป็นหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาไม่เกิน มัธยมศึกษาตอนต้น มีอาชีพเกษตรกร รายได้ต่อเดือน 10,000 -15,000 บาท สมาชิกตัดสินใจใช้บริการ เรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินเชื่อ เงินกู้ยืม เงินฝากสูง ตัดสินใจด้วยตนเอง อยู่ใกล้บ้าน ราคาสินค้าถูกกว่า ท้องตลาด สินค้าเหมาะสมกับความต้องการ มีระยะเวลาการให้เครดิตปานกลาง ให้บริการรับฝาก-ถอน เงินสะดวกรวดเร็ว และมาใช้บริการ 5-6 ครั้งต่อปี ช่วงเวลาที่ใช้บริการเวลา 10.00 -12.00 น. มีการใช้ บริการด้านจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ประเภทสินค้าคือปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช ลักษณะการซื้อเป็นเงินผ่อน และมาใช้บริการโดยรถยนต์/ไรด์/รถยนต์ส่วนตัว สมาชิกสหกรณ์มีความพึงพอใจด้านการ ดำเนินงาน ด้านบุคลากรและด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับมากที่สุด สมาชิกที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการและพฤติกรรมการใช้บริการต่างกัน มีระดับความพึงพอใจด้าน บุคลากรและด้านอาคารสถานที่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์มีความสัมพันธ์ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกและพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิก ผู้บริหาร สหกรณ์มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการสหกรณ์ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์กร ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุม ควรปรับปรุงเพื่อพัฒนาสหกรณ์ให้ดียิ่งขึ้น ปัญหาและอุปสรรค คือ ทุนในการดำเนินงาน มีไม่เพียงพอและสมาชิกยังไม่เข้าใจในรูปแบบการดำเนินงาน การบริหารจัดการ สหกรณ์ภายใต้กฎระเบียบ ข้อบังคับสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติที่กำหนดไว้

สุปราณี ลิทธิพรหม (2553:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย จำกัด พบว่า 1) สภาพปัญหาการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย จำกัด คือ ปัญหาด้านบุคคลพบว่า พนักงานมีความรู้ความสามารถไม่ตรงกับสาขาการทำงาน การประเมินผลการทำงานของพนักงานลูกจ้างไม่ตรงกับความสามารถปัญหาด้านงบประมาณ พบว่ามีปัญหาในการวางแผนการดำเนินงาน แต่ละฝ่ายไม่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนการดำเนินงาน ปัญหาด้านวัสดุอุปกรณ์ พบว่า ปัญหาการไม่ดูแลรักษาเครื่องมือเครื่องใช้ทำให้เกิดความเสียหาย และใช้งานไม่ตรงกับลักษณะงาน ปัญหาด้านการบริหารจัดการ พบว่า ปัญหาการจัดระบบการควบคุมภายในของสหกรณ์การกำหนดนโยบายที่ไม่ชัดเจน ปัญหาฝ่ายจัดการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบของสหกรณ์ 2) แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการ

สหกรณ์การเกษตรเมืองเลย คือ ด้านบุคคลแนวทางการพัฒนาการสอบคัดเลือกพนักงานควร พิจารณาความรู้ความสามารถให้ตรงกับตำแหน่งงานที่เปิดสอบ ควรมีการเชื่อมโยงนโยบายจากฝ่าย บริหารสู่พนักงานลูกจ้างอย่างเหมาะสม คณะกรรมการพนักงานและลูกจ้างของสหกรณ์ต้องเรียนรู้ ทำความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบ โครงสร้างของสหกรณ์ให้ชัดเจน เพื่อการปฏิบัติอย่างมีคุณภาพและ เกิดประสิทธิภาพ แนวทางพัฒนาด้านงบประมาณ จัดให้มีการวางแผนการดำเนินงานด้าน งบประมาณแต่ละส่วนอย่างเหมาะสม แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานด้านงบประมาณ เพื่อตรวจสอบและประเมินผลการปฏิบัติงานของฝ่ายจัดการ จัดอบรมและเพิ่มทักษะความรู้ด้าน เศรษฐกิจ วิเคราะห์แนวโน้มพยากรณ์ทางเศรษฐกิจ เพื่อประกอบการตัดสินใจดำเนินธุรกิจแนวทาง ด้านวัสดุอุปกรณ์ จัดให้มีการวางแผนการดำเนินงานด้านวัสดุอุปกรณ์

เรืองจิตร สุคนธเมธีรัตน์ (2555:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนา ธุรกิจ รวบรวมข้าวเปลือกของสหกรณ์การเกษตรหนองหวาย จำกัด จังหวัดขอนแก่น พบว่า 1) สภาพทั่วไปของสหกรณ์การเกษตรหนองหวาย จำกัด มีพื้นที่ดำเนินการ 2 แห่งอยู่ที่เขตพื้นที่ อำเภอมือและอำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ดำเนินธุรกิจด้านต่างๆ ตามความต้องการของ สมาชิกในด้านธุรกิจรวบรวมข้าวเปลือกสหกรณ์มีการกำหนดนโยบายแผนการ ดำเนินงานร่วมกัน ระหว่างคณะกรรมการดำเนินการ และฝ่ายจัดการของสหกรณ์แล้วมอบอำนาจให้ คณะอนุกรรมการ รับซื้อขายข้าวเปลือกและรองผู้จัดการฝ่ายการตลาดดำเนินการรวบรวมข้าวเปลือกจาก สมาชิก สหกรณ์และเกษตรกรทั่วไป เพื่อขายต่อให้พ่อค้าและเก็บไว้แปรรูปเป็นข้าวสารสูง 2) ปัญหาและ อุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่สหกรณ์เครื่องมือและอุปกรณ์ มีไม่เพียงพอใน การให้บริการ รวมทั้งด้านการวางแผนการบริหารจัดการ 3) แนวทางการพัฒนา ธุรกิจรวบรวมข้าวเปลือก ของสหกรณ์จากการศึกษาพบว่าสหกรณ์ควรลดขั้นตอนในการปฏิบัติงาน เพื่อให้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ พัฒนาระบบการบริหารงานให้ทันกับสภาวะท้องตลาดและพ่อค้า เอกชนสร้างความเชื่อมั่นให้สมาชิกสหกรณ์ ในสหกรณ์นอกจากนี้สหกรณ์ควรมีการฝึกอบรม เจ้าหน้าที่ให้มีความชำนาญ และทักษะในการทำงานอย่าง ต่อเนื่อง

อัญญา สิริสิทธิ์สืบเชื้อ (2556:บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำชลประทานเกาะตะเภา-ตากตก จำกัด จังหวัดตาก พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ประถมศึกษา เป็นสมาชิกสหกรณ์นาน 2- 5 ปี มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 5,001-10,000 บาท/ เดือน มีรายจ่ายของครอบครัวต่อเดือน 5,001-10,000 บาท/เดือน พื้นที่ในการทำการเกษตร 1-5 ไร่ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการให้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย โดยรวมมี ความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับดังนี้ คุณภาพสินค้า ราคาสินค้า(ยี่ห้อ) ของสินค้า บรรจุภัณฑ์

หีบห่อสินค้า ชนิดของสินค้าของสหกรณ์ ความสะดวกในการซื้อสินค้ากับสหกรณ์ สถานที่จำหน่ายสินค้า การบริการของสหกรณ์ ราคาของสินค้า การประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ การขายโดยประชาชนกลุ่ม และเงินเฉลี่ยคืน/ส่วนลด ตามลำดับ 3) ความสัมพันธ์ของบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า (1) เพศมีความสัมพันธ์กับราคาของสินค้า (2)ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับบรรจุหีบห่อสินค้า (3)ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับเงินเฉลี่ยคืน/ส่วนลด ชนิดของสินค้า ราคาสินค้า และการขายโดยประชาชนกลุ่ม (4) รายได้ของครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับการบริการของสหกรณ์ ได้แก่ สหกรณ์ควรบริการด้านการขนส่งสินค้าถึงบ้าน สหกรณ์ควรลดราคาสินค้าให้ถูกลง ข้อเสนอแนะ สหกรณ์ควรซื้อสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของสมาชิก ตราสินค้าควรเป็นไปตามที่สมาชิกเคยใช้ ราคาของสินค้าควรขายถูกลงกว่าหรือเทียบเท่าร้านค้า และสหกรณ์ควรวางแผนในการอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกเมื่อมาติดต่อซื้อสินค้ากับสหกรณ์

อาชาญ ฝ่ายลีลา (2556:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจการให้บริการของสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรศุภนิมิตแม่ยาว จำกัด จังหวัดเชียงราย พบว่า 1) ค่าเฉลี่ยทัศนคติของเกษตรกรสมาชิกต่อการให้บริการทางธุรกิจของสหกรณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านผู้บริโภคร โดยปัจจัยด้านผู้บริโภครในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือ เป็นสมาชิกสหกรณ์ได้ทำกิจกรรมร่วมกับสหกรณ์ เช่น เงินฝาก เงินกู้ ซื้อสินค้า และมีปัญหาหนี้ไม่ตรงวันกำหนดกับสหกรณ์และความต้องการด้านสินค้าเกษตรที่มีจำหน่ายในสหกรณ์มีสินค้าหลากหลายเป็นที่พอใจ ด้านการตลาดธุรกิจสหกรณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากคือ สหกรณ์มีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ด้านการทำงานของสหกรณ์ 2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบกับปัจจัยการเลือกใช้ในการบริการทางธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ โดยใช้สถิติ One Way ANOVA และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ใช้สถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยเลือกนำเสนอเฉพาะส่วนที่มีความสัมพันธ์แตกต่างกันคือ อายุ กับ รายได้ 3) แนวทางการพัฒนาธุรกิจให้บริการของสหกรณ์การเกษตรศุภนิมิตแม่ยาว จำกัด คือ ควรจัดองค์ความรู้ด้านการสหกรณ์ การกระจายแผนงานลงสู่การปฏิบัติเป็นรายเดือน และส่งเสริมให้สมาชิกทำธุรกิจกับสหกรณ์

ตรีรัตน์ ใจวงศ์คำ (2558:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองปราจีนบุรี จำกัด พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกในการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของสหกรณ์ สมาชิกส่วนใหญ่เพศชาย อายุ 51 ปี ขึ้นไป การศึกษาค่ากว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพเกษตรกรสถานภาพสมรส รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-30,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คนระยะเวลาเป็นสมาชิก 16-20 ปี 2) การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของสมาชิก ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดขนาด 600

มิลลิเมตร ความถี่ในการซื้อ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง เหตุผลในการซื้อคือ สะอาด หรือคุณภาพดี 3) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของสหกรณ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคามีความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมาก 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ส่วนบุคคลของสมาชิกกับการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของสหกรณ์ พบว่าปัจจัย ส่วนบุคคลทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กับขนาดที่ซื้อในแต่ละครั้ง และความถี่ในการซื้อ แต่มีความสัมพันธ์เพียงบางปัจจัยกับเหตุผลในการซื้อ และบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.055) ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด คือ เพศ มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับช่องทางการจัดจำหน่าย และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 6) ปัญหาในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของสหกรณ์ คือหาซื้อยากต้องไปซื้อที่สหกรณ์ การส่งน้ำดื่มไม่แน่นอน ข้อเสนอแนะคือ ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายในชุมชน และวางแผนเวลาในการจัดส่งให้เหมาะสม



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ จำนวน 2,978 คน ณ วันที่ 31 มีนาคม 2562

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษากำหนดขนาดโดยใช้สูตรของ Yamane, Taro (1973, P. 727) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 0.05% ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ($e = 0.05$)

$$\text{แทนค่าสูตร } n = \frac{2,978}{1+2,978(0.05)^2}$$

$$\text{ขนาดตัวอย่าง } n = 352.33$$

$$\sim 353$$

ดังนั้น จึงได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 353 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 การสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางการวิจัยศึกษาข้อมูล และสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย
3. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนนำเสนอ อาจารย์
4. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาด้านเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาและปรับปรุงแก้ไขตามเสนอ
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เสนอ อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาอีกครั้ง
5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 คน
6. จัดทำแบบสอบถามให้เป็นฉบับสมบูรณ์เตรียมพร้อมสำหรับการเก็บข้อมูล

2.2 โครงสร้างเครื่องมือ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีทั้งคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ซึ่งเป็นคำถามที่ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะแนวทางส่งเสริม ในการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ จำนวน 353 ฉบับ โดยจำแนกออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิก มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Close-Ended Questions) ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรสรายได้ ของครัวเรือน รายจ่ายของครัวเรือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก พื้นที่ในการทำเกษตร

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ของสหกรณ์ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริม การตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ

โดยลักษณะของข้อคำถามในส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 เป็นแบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยเกณฑ์กำหนดน้ำหนัก คะแนน คือ

มากที่สุด	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ 5
มาก	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	ให้ระดับคะแนนเท่ากับ 1

โดยมีการให้ความหมายระดับความพึงพอใจของสมาชิก ดังนี้

มากที่สุด	= 5 คะแนน หมายถึง พพอใจในระดับมากที่สุด
มาก	= 4 คะแนน หมายถึง พพอใจในระดับมาก
ปานกลาง	= 3 คะแนน หมายถึง พพอใจในระดับปานกลาง
น้อย	= 2 คะแนน หมายถึง พพอใจในระดับน้อย
น้อยที่สุด	= 1 คะแนน หมายถึง พพอใจในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions)

2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ผู้ศึกษาได้นำแบบทดสอบที่สร้างขึ้น ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างแบบสอบถามและปรับปรุงสำนวนภาษาที่ใช้ให้ชัดเจน

2. นำแบบทดสอบไปทดลองสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง คือ สหกรณ์การเกษตรร่องกวาง จำกัด จำนวน 30 ชุด เพื่อนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha) ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.977 ดังนั้นแบบสอบถามฉบับนี้สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 353 ชุด ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อทรัพยากรทางการจัดการในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ โดยผู้ทำการวิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวม

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่สนับสนุนการศึกษาให้สมบูรณ์โดยเก็บรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการ ตำราบทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูล โดยการนำแบบสอบถามที่เก็บได้ทั้งหมดจากสมาชิกสหกรณ์ การเกษตรสูงเม่น จำกัด มาดำเนินการดังต่อไปนี้

4.1 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยการตรวจสอบความถูกต้องของชุดแบบสอบถาม และคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาประมวลผลและลงรหัสที่กำหนดไว้

4.3 การประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์ (Computing) นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกโดยใช้คอมพิวเตอร์ แล้วประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยแจกแจงความถี่ของตัวแปรทุกตัวแล้วคำนวณค่าสถิติ

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.4.1 การวิจัยนี้จะประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ เพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติ ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อมาอธิบายข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใช้เกณฑ์การแปลผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น ผู้ศึกษาได้ค่าคะแนนเฉลี่ย โดยแปลความหมาย ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง	หมายถึง
4.21 - 5.00	มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีระดับความสำคัญในระดับมาก
2.61 - 3.40	มีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	มีระดับความสำคัญในระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีระดับความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด โดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

4.4.2 นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล กับแนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ Chi-Square (χ^2) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางการสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร และ ส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค ในการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของ สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

1. สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ซึ่งการใช้บริการสหกรณ์ หากใช้บัตรสวัสดิการแห่งรัฐไม่ได้ ทำให้เกิดปัญหาในการพัฒนาธุรกิจ เพื่อจัดหาสินค้าที่เหมาะสม มาจำหน่ายให้สมาชิก

2. สินค้าอุปโภคและบริโภค บางรายการต้องสั่งล่วงหน้าหรือสอบถาม เนื่องจากสินค้า บางรายการมีจำกัด

3. สินค้าประเภท ปุ๋ย ยา ต่างๆ บางชนิด ไม่สามารถสั่งซื้อได้ เนื่องจากเป็นสินค้า ที่ต้องรอการจ่ายเงินเป็นระยะเวลานาน เช่น ทำสินเชื่อก่อนฤดูปลูกข้าว สมาชิกสามารถชำระได้ หลังฤดูเก็บเกี่ยว

ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

สำหรับข้อเสนอแนะและแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัดซึ่งในแต่ละด้านมีดังนี้

5.1 ด้านผลิตภัณฑ์

5.1.1 ควรสำรวจความต้องการสินค้าของสมาชิกว่าสมาชิกต้องการสินค้าอุปโภค บริโภค ประเภทใด ในการดำรงชีวิตและทางการเกษตร

5.1.2 มีการจัดทำรายการวันหมดอายุของสินค้าเพื่อเป็นการเช็ค สินค้าให้มีคุณภาพ

5.2 ด้านราคา

5.2.1 มีกำหนดราคาให้ถูกกว่าท้องตลาด เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้าของ สหกรณ์

5.3 ด้านผลิตภัณฑ์

5.3.1 สินค้าที่นำมาจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดีแต่ราคาสมาชิกสามารถซื้อได้

5.3.2 สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความหลากหลายเช่น มีสินค้าอุปโภค บริโภค สินค้า การเกษตร และสินค้าประเภทใช้ในชีวิตประจำวัน

5.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

5.4.1 มีการตั้งจุดบริการสินค้าในแต่ละชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับ สมาชิกในแต่ละหมู่บ้าน

5.4.2 จัดจำหน่ายสินค้าหน้าร้านสหกรณ์ให้ครบทุกชนิดทั้งอาหาร เครื่องอุปโภค บริโภค และสินค้าทางการเกษตร

5.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

5.5.1 สหกรณ์ควรจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าให้กับสมาชิกทุกเดือน โดยแต่ละเดือนสินค้าไม่ซ้ำกัน

5.5.2 จัดให้มีการสะสมคะแนนในการซื้อสินค้า เพื่อนำคะแนนที่ได้มาแลกเปลี่ยนสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

5.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ

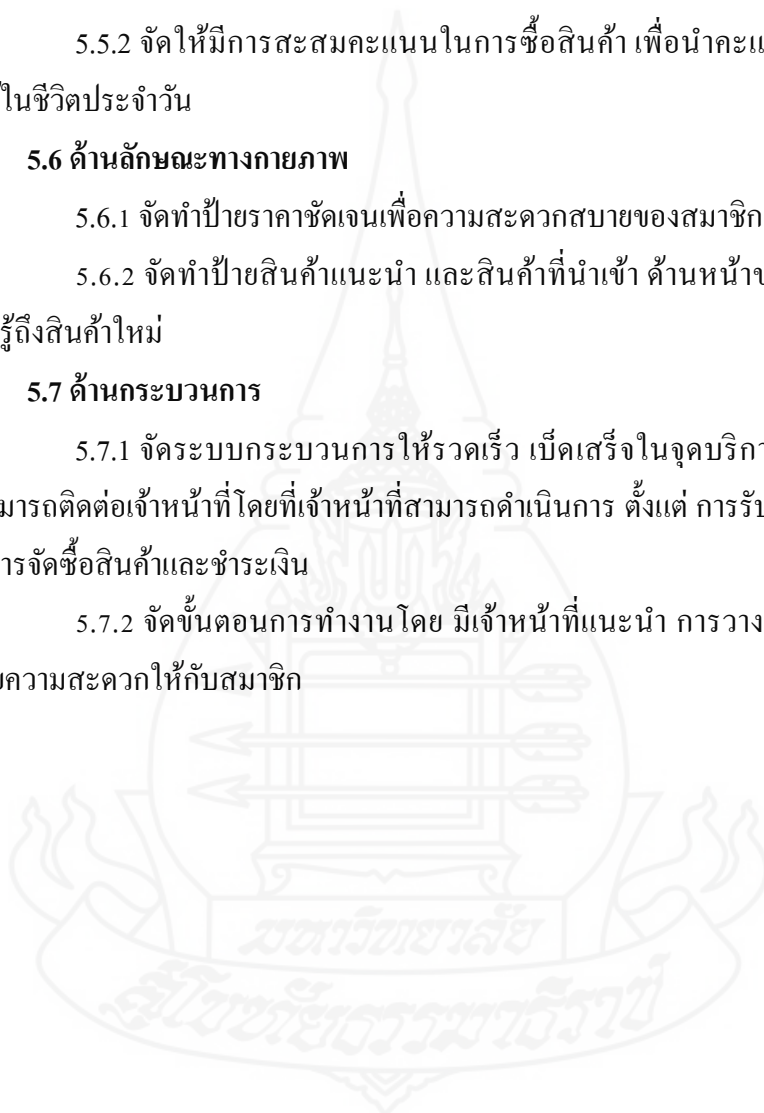
5.6.1 จัดทำป้ายราคาชัดเจนเพื่อความสะดวกสบายของสมาชิกผู้ใช้บริการ

5.6.2 จัดทำป้ายสินค้าแนะนำ และสินค้าที่นำเข้า ด้านหน้าของสหกรณ์ เพื่อให้สมาชิกรับรู้ถึงสินค้าใหม่

5.7 ด้านกระบวนการ

5.7.1 จัดระบบกระบวนการให้รวดเร็ว เบ็ดเสร็จในจุดบริการ ที่ได้ที่หนึ่งได้แก่ สมาชิกสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่โดยที่เจ้าหน้าที่สามารถดำเนินการ ตั้งแต่ การรับสมัครสมาชิกจนถึง กระบวนการจัดซื้อสินค้าและชำระเงิน

5.7.2 จัดขั้นตอนการทำงานโดย มีเจ้าหน้าที่แนะนำ การวางสินค้า ในช่องต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแสดงผล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค ในการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ของครัวเรือน รายจ่ายของครัวเรือน ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร ผลวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.1 - 4.8

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	109	30.88
หญิง	244	69.12
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 69.12 และเพศชาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 30.88

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20 -30 ปี	51	14.45
31 - 40 ปี	103	29.18
41 -50 ปี	59	16.71
51 - 60 ปี	82	23.23
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	58	16.43
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีอายุ 31 – 40 ปีมากที่สุด จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 29.18 รองลงมา คือ อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 23.23 อายุ 41–50ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.71 อายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 16.43 และอายุ 20 – 30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 14.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	117	33.14
มัธยมศึกษาตอนต้น	60	17.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	48	13.60
ปวท./ ปวส./อนุปริญญา	82	23.23
ปริญญาตรี	44	12.46
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2	0.57
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษามากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 33.14 รองลงมาคือ มีการศึกษาระดับ ปวท. / ปวส. /อนุปริญญา จำนวน 82คน คิดเป็นร้อยละ 23.23 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 มีระดับ

การศึกษาปริญญาตรี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.46 และมีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.57ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	63	17.85
สมรส	248	70.25
หม้าย/หย่าร้าง	42	11.90
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีสถานภาพสมรส มากที่สุด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 70.25 มีสถานภาพโสด จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 17.85 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1-5 ปี	129	36.54
6-10 ปี	114	32.29
11-15 ปี	43	12.18
16-20 ปี	30	8.50
21-25 ปี	15	4.25
25 ปีขึ้นไป	22	6.23
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 0-5 ปี มากที่สุด จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 36.54 รองลงมา มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6-10 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 32.29 มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11-15 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 12.18 มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 16 - 20 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 มีระยะเวลาการเป็น

สมาชิก 25 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.23 และมีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 21 - 25 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	149	42.21
10,001 – 20,000 บาท	173	49.01
20,001 – 30,000 บาท	23	6.52
30,001 – 40,000 บาท	8	2.27
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 49.01 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 42.21 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.52 และ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.27ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	231	65.44
10,001 – 20,000 บาท	100	28.33
20,001 – 30,000 บาท	16	4.53
30,001 – 40,000 บาท	5	1.42
40,001 – 50,000 บาท	1	0.28
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 65.44 รองลงมาคือ มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท

จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.53 มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.42 และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร

ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
0-5 ไร่	218	61.76
6-10 ไร่	77	21.81
11-15 ไร่	41	11.61
16-20 ไร่	9	2.55
21-25 ไร่	6	1.70
25 ไร่ ขึ้นไป	2	0.57
รวม	353	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 0-5 ไร่ จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 61.76 รองลงมาคือ มีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 6-10 ไร่ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 21.81 มีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 11-15 ไร่ และไม่มีหนี้สิน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 1.61 มีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 16-20 ไร่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.55 มีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 21-25 ไร่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 และมีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 25 ไร่ ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.57 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ การเกษตรสูงเม่น จำกัด

ข้อมูลระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย
ของสหกรณ์ดังตารางที่ 4.9 – 4.16

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนิน
ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์โดยรวม

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ สำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.22	0.606	มากที่สุด
ด้านราคา	4.23	0.613	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.27	0.620	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.89	0.637	มาก
ด้านบุคคล	4.26	0.648	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	0.612	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.32	0.616	มากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.20	0.621	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหา
สินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ในภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20
เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.417 รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน 0.415 ด้านบุคคล ค่าเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.427 ด้านราคาค่าเฉลี่ย 4.23
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.461 ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ย 4.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.454
ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.417 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.89ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.372มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลายตราสินค้า	4.35	0.555	มากที่สุด
2. การจำหน่ายสินค้ามีความสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก	4.22	0.526	มากที่สุด
3. มีสินค้าทางการเกษตรจำหน่ายครบทุกประเภท	4.19	0.646	มาก
4. สินค้าที่จำหน่ายได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด	4.23	0.608	มากที่สุด
5. สินค้าส่งคืนได้เมื่อเกิดการชำรุดเสียหาย	4.09	0.678	มาก
6. รูปแบบของสินค้าเป็นที่สะดุดตาน่าสนใจ	4.26	0.623	มากที่สุด
รวม	4.22	0.606	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลายตราสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.555 รองลงมาคือ รูปแบบของสินค้าเป็นที่สะดุดตาน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.623 สินค้าที่จำหน่ายได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด ค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.608 การจำหน่ายสินค้ามีความสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.526 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีสินค้าทางการเกษตรจำหน่ายครบทุกประเภท ค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.646 และ สินค้าส่งคืนได้เมื่อเกิดการชำรุดเสียหาย ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.678 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. ราคาขายของสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย	4.30	0.624	มากที่สุด
2. ราคาขายของสินค้าถูกกว่าร้านค้าภายนอก	4.18	0.578	มาก
3. ราคากับคุณภาพสอดคล้องกัน	4.22	0.611	มากที่สุด
4. มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด หรือระบุราคาไว้ชัดเจน	4.21	0.639	มากที่สุด
รวม	4.23	0.613	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านราคา ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาขายของสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย ค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.624 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือ ราคากับคุณภาพสอดคล้องกัน ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.611 มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด หรือระบุราคาไว้ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.639 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และราคาขายของสินค้าถูกกว่าร้านค้าภายนอก ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.578 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ สำคัญ
1. เว็บไซต์สหกรณ์เป็นที่ค้นหาง่าย	4.22	0.682	มากที่สุด
2. สหกรณ์เป็นพันธมิตรหน่วยงานต่างๆ ทั้ง ภาครัฐและเอกชน	4.19	0.581	มาก
3. เวลาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นเวลาที่เหมาะสม สำหรับลูกค้า	4.23	0.624	มากที่สุด
4. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย	4.23	0.613	มากที่สุด
5. มีการประชาสัมพันธ์การจำหน่ายสินค้าผ่าน แอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊กของสหกรณ์	4.38	0.593	มากที่สุด
6. สหกรณ์มีบริการขนส่งให้สมาชิกถึงบ้าน	4.29	0.592	มากที่สุด
7. สหกรณ์มีแผนออกตลาด/ประชาสัมพันธ์สินค้า สหกรณ์เป็นประจำทุกเดือน	4.30	0.653	มากที่สุด
8. ข้อมูลบนเว็บไซต์สหกรณ์เป็นประโยชน์ต่อ ผู้ให้บริการ	4.25	0.622	มากที่สุด
9. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับบริการ กิจกรรม และทรัพยากรสารสนเทศใหม่ มีความ สม่ำเสมอ	4.27	0.641	มากที่สุด
10. เอกสาร แผ่นพับและป้ายแนะนำสินค้า การ ให้บริการ มีความชัดเจนเพียงพอ	4.31	0.603	มากที่สุด
รวม	4.27	0.620	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการประชาสัมพันธ์การจำหน่ายสินค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์ เฟซบุ๊กของสหกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.38 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.593 รองลงมาคือ เอกสาร แผ่นพับและป้ายแนะนำสินค้า การให้บริการ มีความชัดเจน เพียงพอ ค่าเฉลี่ย 4.31 ส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.603 สหกรณ์มีแผนออกตลาด/ประชาสัมพันธ์สินค้าสหกรณ์เป็นประจำทุกเดือน ค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.653 สหกรณ์มีบริการขนส่งให้สมาชิกถึงบ้าน การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับบริการ กิจกรรม และทรัพยากร สารสนเทศใหม่ มีความสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.641 ข้อมูลบนเว็บไซต์สหกรณ์เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.622 เวลาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นเวลาที่สะดวกสำหรับลูกค้า ค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.624 มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.613 เว็บไซต์สหกรณ์เป็นที่ค้นหาง่าย ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.682 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และสหกรณ์เป็นพันธมิตรหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.581 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงชุมชน	4.17	0.706	มาก
2. มีการจำหน่ายสินค้าที่ทั่วถึงโดยประชาชนกลุ่มสมาชิก แต่ละกลุ่มเป็นจุดจำหน่ายรายย่อย	4.12	0.593	มาก
3. มีการออกตลาดชุมชนเพื่อจำหน่ายสินค้าให้แก่สมาชิกและประชาชนทั่วไป	4.26	0.621	มากที่สุด
4. สหกรณ์มีส่วนลดการค้าให้กับสมาชิกหรือประชาชนทั่วไปเมื่อซื้อสินค้าเป็นเงินสด	4.22	0.641	มากที่สุด
5. สหกรณ์มีของแถมของแถม เมื่อซื้อสินค้า	4.32	0.631	มากที่สุด
6. สหกรณ์มีระยะเวลาการให้เครดิตที่ยาวนาน	4.21	0.654	มากที่สุด
7. สหกรณ์มีการให้สินเชื่อเพื่อการซื้อสินค้า	4.11	0.648	มาก
8. สหกรณ์มีส่วนลดตามปริมาณซื้อ	4.09	0.699	มาก
9. สหกรณ์มีบริการรูดบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ	1.46	0.578	น้อยที่สุด
รวม	3.89	0.637	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 389 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สหกรณ์มีของแจกของแถม เมื่อซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.631 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีการออกตลาดชุมชน เพื่อจำหน่ายสินค้าให้แก่สมาชิกและประชาชนทั่วไป ค่าเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.621 สหกรณ์มีระยะเวลาการให้เครดิตที่ยาวนาน ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.640 มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.654 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงชุมชน ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.706 มีการจำหน่ายสินค้าที่ทั่วถึงโดยประชาชนกลุ่มสมาชิกแต่ละกลุ่มเป็นจุดจำหน่ายรายย่อย ค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.593 สหกรณ์มีการให้สินเชื่อเพื่อการซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.648 สหกรณ์มีส่วนลดตามปริมาณซื้อ ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.699 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และสหกรณ์มีบริการрудบัตรสวัสดิการแห่งรัฐค่าเฉลี่ย 1.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.578 มีความสำคัญอยู่ในน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. การบริการของพนักงานขาย	4.31	0.617	มากที่สุด
2. พนักงานขายมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหา	4.25	0.669	มากที่สุด
3. พนักงานเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.42	0.580	มากที่สุด
4. พนักงานสามารถให้คำแนะนำสินค้าได้ครบถ้วน	4.35	0.632	มากที่สุด
5. พนักงานสามารถจดจำลูกค้าที่ที่เคยมาติดต่อซื้อสินค้า	4.24	0.706	มากที่สุด
6. การให้บริการของพนักงานเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ	4.09	0.643	มาก

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ สำคัญ
7. พนักงานสอบสวนลูกค้าและให้การตอบรับที่ดี เช่น โทรกลับหาลูกค้าตามที่ได้รับปากลูกค้าไว้	4.18	0.718	มาก
8. มีความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการ อย่างสุภาพ	4.16	0.656	มาก
9. พนักงานให้คำปรึกษาการใช้สินค้าต่าง ๆ ได้	4.36	0.617	มากที่สุด
รวม	4.26	0.648	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านบุคคล ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.580 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานให้คำปรึกษาการใช้สินค้าต่าง ๆ ได้ ค่าเฉลี่ย 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.617 พนักงานสามารถให้คำแนะนำสินค้าได้ครบถ้วน ค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.632 การบริการของพนักงานขาย ค่าเฉลี่ย 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.617 พนักงานขายมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหา ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7069 พนักงานสามารถจดจำลูกค้าที่ที่เคยมาติดต่อซื้อสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.706 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด พนักงานสอบสวนลูกค้าและให้การตอบรับที่ดี เช่น โทรกลับหาลูกค้าตามที่ได้รับปากลูกค้าไว้ ค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.718 มีความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ ค่าเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.656 และการให้บริการของพนักงานเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ ค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.643 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. สหกรณ์มีการรับประกันสินค้าและความพึงพอใจ	4.25	0.651	มากที่สุด
2. ชื่อเสียงของสหกรณ์	4.22	0.616	มากที่สุด
3. ให้รายละเอียดการบริการที่ชัดเจน	4.27	0.596	มากที่สุด
4. ความชัดเจนของป้ายสหกรณ์ สัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์	4.21	0.592	มากที่สุด
5. ความเพียงพอต่อสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม	4.19	0.605	มาก
รวม	4.23	0.612	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ให้รายละเอียดการบริการที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.596 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สหกรณ์มีการรับประกันสินค้าและความพึงพอใจ ค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.651 ชื่อเสียงของสหกรณ์ ค่าเฉลี่ย 4.22 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.616 ความชัดเจนของป้ายสหกรณ์ สัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.592 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดและความเพียงพอต่อสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม ค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.605 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
1. มีความรวดเร็วในการให้บริการ	4.39	0.580	มากที่สุด
2. มีความถูกต้องในการให้บริการ	4.35	0.619	มากที่สุด
3. สามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มีปัญหา	4.36	0.625	มากที่สุด
4. สหกรณ์ใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยในการให้บริการ	4.19	0.642	มาก
5. สหกรณ์มีการจัดการธุรกิจจัดหาสินค้าจำหน่ายเป็นไปตามระเบียบที่กำหนด	4.32	0.626	มากที่สุด
6. สหกรณ์มีขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ	4.30	0.631	มากที่สุด
7. มีระยะเวลาเปิดบริการที่เหมาะสม เช่น ช่วงฤดูการผลิตข้าวเปิดบริการเช้า-ปิดค่ำกว่าปกติ	4.29	0.601	มากที่สุด
8. สหกรณ์เฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจเป็นที่น่าพอใจ	4.37	0.610	มากที่สุด
9. ระบบการบริการข้อมูลสินค้าแบบเบ็ดเสร็จ เช่น ลูกค้าไม่ต้องไปสอบถามข้อมูลสินค้าจากร้านค้าอื่น	4.33	0.613	มากที่สุด
รวม	4.32	0.616	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ด้านกระบวนการ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความรวดเร็วในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.580 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สหกรณ์เฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจเป็นที่น่าพอใจ ค่าเฉลี่ย 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.610 สามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่มีปัญหา ค่าเฉลี่ย 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.625 มีความถูกต้องในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.619 ระบบการบริการข้อมูลสินค้าแบบเบ็ดเสร็จ เช่น ลูกค้าไม่ต้องไปสอบถามข้อมูลสินค้าจากร้านค้าอื่น ค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.613 สหกรณ์มีการจัดการธุรกิจจัดหาสินค้าจำหน่ายเป็นไปตามระเบียบที่กำหนด ค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.626

สหกรณ์มีขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ ค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.631 มีระยะเวลาเปิดบริการที่เหมาะสม เช่น ช่วงฤดูการผลิตข้าวเปิดบริการเช้า-ปิดต่ำกว่าปกติ ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.601 มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด และสหกรณ์ใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.642 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก



ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

ปัจจัยส่วนบุคคล	ส่วนประสมการตลาด													
	ด้านผลิตภัณฑ์		ด้านราคา		ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		ด้านการส่งเสริมการตลาด		ด้านบุคคล		ด้านลักษณะทางกายภาพ		ด้านกระบวนการ	
	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P	X ²	P
1. เพศ	23.932	0.021*	15.026	0.059	20.568	0.423	16.825	0.395	17.295	0.503	13.679	0.322	21.594	0.251
2. อายุ	62.304	0.080	31.293	0.502	10.225	0.063	86.469	0.032*	96.742	0.032*	52.026	0.320	74.433	0.368
3. ระดับการศึกษา	79.144	0.050	48.440	0.169	99.954	0.482	77.254	0.566	97.456	0.277	81.380	0.035*	95.003	0.339
4. สถานภาพการสมรส	19.725	0.712	26.263	0.050	50.233	0.129	39.920	0.159	37.244	0.412	29.559	0.200	38.313	0.365
5. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	63.202	0.398	61.688	0.015*	54.056	0.000*	31.899	0.008*	90.587	0.079	98.396	0.001*	93.992	0.002*
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	48.166	0.085	56.583	0.000*	82.477	0.001*	81.465	0.002*	86.849	0.003*	83.098	0.000*	96.640	0.000*
7. รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	53.115	0.284	55.965	0.005*	96.859	0.097	86.568	0.002*	81.988	0.197	89.424	0.000*	97.950	0.001*
8. ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร	67.672	0.000*	45.530	0.253	79.728	0.000*	75.149	0.031*	93.398	0.382	85.580	0.000*	92.964	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด 4) เพื่อวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด มีข้อสรุปการศึกษา อภิปรายความสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปการศึกษา

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ ผู้ศึกษาสรุปผลการศึกษา ดังนี้

1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา สถานภาพสมรส มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 0-5 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และมีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 1-5 ไร่

1.2 ส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ในภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านกระบวนการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

2. อภิปรายผล

จากการศึกษา แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา สถานภาพสมรส มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 0-5 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร 0-5 ไร่ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชนา สิริสิทธิ์สืบเชื้อ (2556) พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป มีการศึกษา ระดับต่ำกว่าประถมศึกษา เป็นสมาชิกสหกรณ์นาน 2- 5 ปี มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือน 5,001-10,000 บาท/เดือน มีรายจ่ายของครอบครัวต่อเดือน 5,001-10,000 บาท/เดือน พื้นที่ในการทำการเกษตร 1-5 ไร่และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชานาสิทธิ กิจเจริญถาวรชัย (2553) พบว่า สมาชิกเป็นหญิง อายุ 51 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาไม่เกิน มัธยมศึกษาตอนต้น มีอาชีพเกษตรกร รายได้ต่อเดือน 10,000 -15,000 บาท

2.2 การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ในภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชนา สิริสิทธิ์สืบเชื้อ(2556) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการให้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย โดยรวมมีความสำคัญในระดับมากและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาชาญ ฝ้ายสีลา (2556) พบว่า 1) ค่าเฉลี่ยทัศนคติของเกษตรกรสมาชิกต่อการให้บริการทางธุรกิจของสหกรณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2.3 การหาค่าความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เพศ ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร ด้านราคา พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า อายุ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร ด้านบุคคล พบว่า อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตรและด้านกระบวนการ พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชนา สิริสิทธิ์สืบ

เชื้อ (2556) พบว่า (1) เพศมีความสัมพันธ์กับราคาของสินค้า (2) ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับบรรจุหีบห่อสินค้า (3) ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กับเงินเฉลี่ยคืน/ส่วนลด ชนิดของสินค้าราคาสินค้า และการขายโดยประธานกลุ่ม (4) รายได้ของครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับการบริการของสหกรณ์และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรธนาสิทธิ กิจเจริญถาวรชัย(2553) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์มีความสัมพันธ์ กับปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกและพฤติกรรมการใช้บริการของสมาชิก ผู้บริหาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของตรีรัตน์ ใจวงศ์คำ (2558) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด คือ เพศ มีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด ผู้ศึกษาจึงให้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย สินค้าตรงตามความต้องการของสมาชิก ดังนั้นสหกรณ์ควร มีการสำรวจความต้องการสินค้าของสมาชิก เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่สมาชิกในการใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์

3.2 ด้านราคา ผลการศึกษาพบว่า อยู่ในระดับมาก ดังนั้นสหกรณ์ควร กำหนดราคาให้ถูกกว่าท้องตลาด มีป้ายราคาชัดเจน มีราคาพิเศษสำหรับสมาชิกที่ซื้อเงินสดและสินค้าที่นำมาจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี และสั่งซื้อสินค้าจากผู้ผลิตโดยตรงเพื่อราคาต้นทุนที่ต่ำลง

3.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ดังนั้นสหกรณ์ควรมีการจัดจุดบริการสินค้าในแต่ละชุมชนและจัดจำหน่ายสินค้านำร้านสหกรณ์ให้ครบทุกชนิดตามความต้องการของสมาชิก และออกบูธ ในงานตำบล งานอำเภอต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก

3.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษา พบว่า สมาชิกมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ดังนั้นสหกรณ์ควรทำความร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ เพื่อหาผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ และอัพเดทราคาข้อมูลผลิตภัณฑ์ ในเว็บไซต์ เพื่อให้สมาชิกทราบราคาก่อนตัดสินใจซื้อ

3.5 ด้านบุคลากร ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ทางสหกรณ์ควรสนับสนุนการฝึกอบรมความรู้ด้านการบริการ เพื่อยกระดับบุคลากรให้มีความสามารถ และนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาองค์กรต่อไป

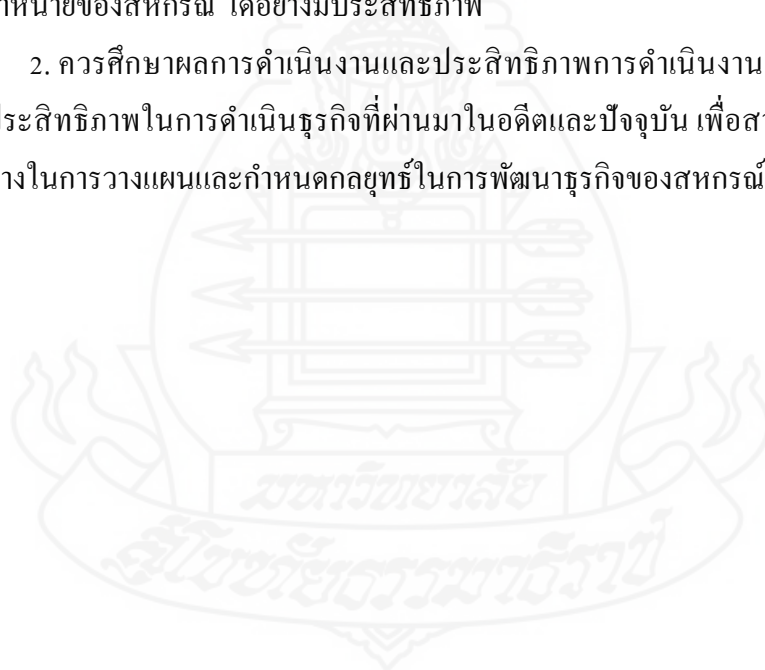
3.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด การวางสินค้าเพื่อให้เห็นเป็นหมวดหมู่และง่ายต่อการซื้อและใช้บริการ มีป้ายราคาที่ชัดเจน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสมาชิก

3.7 ด้านกระบวนการ ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด สหกรณ์ควรมีจุดสอบถาม หรือประชาสัมพันธ์ เพื่อสามารถสอบถามหรือแก้ปัญหาให้กับสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ การเกษตรในพื้นที่ อื่นๆ เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข ในการพัฒนาธุรกิจการจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรศึกษาผลการดำเนินงานและประสิทธิภาพการดำเนินงานของสหกรณ์เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาในอดีตและปัจจุบัน เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์ในอนาคตต่อไป





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

บรรณานุกรม

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2560). การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์. สืบค้นวันที่ 15 มีนาคม 2562, จาก https://www.cad.go.th/download/1_1hat.pdf
- กฤษดา ดีวัน. (2551). การดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของ สหกรณ์ การเกษตร. กรมส่งเสริมการเกษตรอำเภอแม่กลอง สมุทรสงคราม.
- ความหมายของการพัฒนาธุรกิจ. สืบค้นวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.im2market.com/2015/11/24/2097>.
- จุฑาทิพย์ ภัทราวาท และคณะ. (2551). การพัฒนาขบวนการสหกรณ์ในพื้นที่ 36 จังหวัด ระยะขยายเวลา. สถาบันวิชาการด้านสหกรณ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัคราเนนา).
- ตรีรัตน์ ไจวงค์คำ. (2558). การตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองปราจีนบุรี จำกัด. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- ธัญญรัตน์ วัชรธรรมวัฒน์. (2561). การจัดการการเงิน การตลาด และการผลิต. เล่ม 1 สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มสธ.
- นันทมนต์ พรหมมา. (2555). การพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรปฏิรูปที่ดินเมืองพะเยา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พรชนาสิทธิ กิจเจริญถาวรชัย. (2553). ประสิทธิภาพการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตรจำกัดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2563, จาก <http://lab.in/qto>.
- เรืองจิตร สุคนธเมธีรัตน์. (2555). แนวทางการพัฒนาธุรกิจรวบรวมข้าวเปลือกของสหกรณ์การเกษตรหนองหวาย จำกัด. (รายงานการค้นคว้าอิสระ ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- วิลาวลัย ศิลปสร. (2558). การพัฒนาการดำเนินงานของสหกรณ์ ใน ประมวลสาระชุดวิชาการบริหารธุรกิจสหกรณ์เชิงกลยุทธ์ (หน่วยที่ 8, พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 5, ปรับปรุงใหม่).
กรุงเทพฯ : บริษัท ชรรวมสาร จำกัด
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บ. ซีระฟิล์มไทเซ็ก จำกัด.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาด: ยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สงเสริม หอมกลิ่น. (2561). *บูรณาการการจัดการองค์การธุรกิจและสหกรณ์*. ครั้งที่ 1
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด. (2561) *รายงานประจำปีทางบัญชีสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2561*.
เชียงใหม่: สหกรณ์การเกษตรดอยสะเก็ดพัฒนา จำกัด
- สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด. (2562) *รายงานประจำปีทางบัญชีสิ้นสุด 30 มิถุนายน 2562*.
เชียงใหม่: สหกรณ์การเกษตรดอยสะเก็ดพัฒนา จำกัด
- สำนักงานสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่. (2557). *การจัดการองค์ความรู้ แนวทางการพัฒนาธุรกิจซื้อใน
สหกรณ์ 2557*.เชียงใหม่:สำนักงานสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่.
- สำนักงานสหกรณ์จังหวัดนครศรีธรรมราช .(2557). *สารสนเทศสหกรณ์*. สืบค้นวันที่ 9 ธันวาคม
2562,จาก <http://web.cpd.go.th/chiangmai/>.
- สุปราณี สิทธิพรหม .(2553). *แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการสหกรณ์การเกษตรเมืองเลย
จำกัด*. การค้นคว้าอิสระ ภาควิชาวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- สุวารี บุญทรง .(2551). *การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรไชยา จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี*.
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- อัญชญา สิริสิทธิ์สืบเชื้อ .(2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของ
สมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำชลประทานเกาะตะเภา-ตากตก จำกัด จังหวัดตาก*. บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อาชาญ ฝ้ายสีลา. (2556). *การศึกษาวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาธุรกิจการให้บริการของสหกรณ์
การเกษตร กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรสุกนิมิตแม่ยาว จำกัด*. (รายงานการค้นคว้าอิสระ
ไม่ได้ตีพิมพ์).มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, เชียงราย.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed).
New Jersey: Asimmon &Schuster.
- Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane. (2016). *Marketing Management*. (15th global edition)
Edinburgh: Pearson Education.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rdEd.New York.Harper and Row
Publications.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์
การเกษตรสูงเม่น จำกัดจังหวัดแพร่คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูล แนวทางการพัฒนาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด จังหวัดแพร่ โดยศึกษาการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสมาชิกสหกรณ์ความต้องการของสมาชิกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์ความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อ ทรัพยากรการจัดการของสหกรณ์ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ของสหกรณ์ เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระของนางสาวจิรา努ช แจ็งแรง นักศึกษาปริญญาโท แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช คำตอบ ที่ได้ ไม่มีผิด ไม่มีถูก เพียงของทราบความคิดเห็นเท่านั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลรายบุคคล ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณที่มาน ให้ความอนุเคราะห์และเสียสละ เวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 : ส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์

ส่วนที่ 3: ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามา จำหน่ายของสหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

นางสาวจิรา努ช แจ็งแรง

นักศึกษาระดับปริญญาโท แขนงวิชาสหกรณ์

สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ตรง หน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุด

ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

<input type="checkbox"/> (1) ชาย	<input type="checkbox"/> (2) หญิง
----------------------------------	-----------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> (1) 20 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> (2) 31 – 40 ปี
<input type="checkbox"/> (3) 41 – 50 ปี	<input type="checkbox"/> (4) 51 – 60 ปี
<input type="checkbox"/> (5) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	
3. ระดับการศึกษา

<input type="checkbox"/> (1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	<input type="checkbox"/> (2) มัธยมศึกษาตอนต้น
<input type="checkbox"/> (3) มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	<input type="checkbox"/> (4) ปวท. / ปวส. / อนุปริญญา
<input type="checkbox"/> (5) ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> (6) ปริญญาโทหรือสูงกว่า
4. สถานภาพการสมรส

<input type="checkbox"/> (1) โสด	<input type="checkbox"/> (2) สมรส	<input type="checkbox"/> (3) หม้าย/หย่าร้าง
----------------------------------	-----------------------------------	---
5. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก

<input type="checkbox"/> (1) 0-5 ปี	<input type="checkbox"/> (2) 6-10 ปี
<input type="checkbox"/> (3) 11-15 ปี	<input type="checkbox"/> (4) 16-20 ปี
<input type="checkbox"/> (5) 21-25 ปี	<input type="checkbox"/> (6) 25 ปีขึ้นไป
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

<input type="checkbox"/> (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> (2) 10,001 – 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> (3) 20,001 – 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> (4) 30,001 – 40,000 บาท
<input type="checkbox"/> (5) 40,001 – 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> (6) 50,001 บาท ขึ้นไป
7. รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

<input type="checkbox"/> (1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> (2) 10,001 – 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> (3) 20,001 – 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> (4) 30,001 – 40,000 บาท
<input type="checkbox"/> (5) 40,001 – 50,000 บาท	<input type="checkbox"/> (6) 50,001 บาท ขึ้นไป
8. ขนาดของพื้นที่ทำการเกษตร

<input type="checkbox"/> (1) 0-5 ไร่	<input type="checkbox"/> (2) 6-10 ไร่	<input type="checkbox"/> (3) 11-15 ไร่
<input type="checkbox"/> (4) 16-20 ไร่	<input type="checkbox"/> (5) 21-25 ไร่	<input type="checkbox"/> (6) 25 ไร่ ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของสหกรณ์

คำชี้แจง โปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความสำคัญ ที่ตรงกับความคิดเห็นท่านมากที่สุด โดยแต่ละหมายเลขมีความหมายดังนี้

5 = ระดับความสำคัญมากที่สุด

4 = ระดับความสำคัญมาก

3 = ระดับความสำคัญปานกลาง

2 = ระดับความสำคัญน้อย

1 = ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนประสมการตลาด (7'P)	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. สินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลายตราสินค้า					
2. การจำหน่ายสินค้ามีความสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก					
3. มีสินค้าทางการเกษตรจำหน่ายครบทุกประเภท					
4. สินค้าที่จำหน่ายได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด					
5. สินค้าส่งคืนได้เมื่อเกิดการชำรุดเสียหาย					
6. รูปแบบของสินค้าเป็นที่สุดน่าสนใจ					
ด้านราคา					
7. ราคาขายของสินค้าที่จำหน่ายมีความหลากหลาย					
8. ราคาขายของสินค้าถูกกว่าร้านค้าภายนอก					
9. ราคากับคุณภาพสอดคล้องกัน					
10. มีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกชนิด หรือระบุราคาไว้ชัดเจน					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
11. เว็บไซต์สหกรณ์เป็นที่ค้นหาง่าย					
12. สหกรณ์เป็นพันธมิตรหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน					
13. เวลาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นเวลาที่สะดวกสำหรับลูกค้า					
14. มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย					
15. มีการประชาสัมพันธ์การจำหน่ายสินค้าผ่าน แอปพลิเคชัน ไลน์ เฟซบุ๊กของสหกรณ์					
16. สหกรณ์มีบริการขนส่งให้สมาชิกถึงบ้าน					

ส่วนประสมการตลาด (7*P)	ระดับ ความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
17. สหกรณ์มีแผนออกตลาด/ประชาสัมพันธ์สินค้าสหกรณ์เป็นประจำทุกเดือน					
18. ข้อมูลบนเว็บไซต์สหกรณ์เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ					
19. การแจ้งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับบริการ กิจกรรม และทรัพยากร สารสนเทศใหม่ มีความสม่ำเสมอ					
20. เอกสาร แผ่นพับและป้ายแนะนำสินค้า การให้บริการ มีความชัดเจน เพียงพอ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
21. มีการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงชุมชน					
22. มีการจำหน่ายสินค้าที่ทั่วถึงโดยประชาชนกลุ่มสมาชิกแต่ละกลุ่มเป็นจุดจำหน่ายรายย่อย					
23. มีการออกตลาดชุมชนเพื่อจำหน่ายสินค้าให้แก่สมาชิกและประชาชนทั่วไป					
24. สหกรณ์มีส่วนลดการค้าให้กับสมาชิกหรือประชาชนทั่วไปเมื่อซื้อสินค้าเป็นเงินสด					
25. สหกรณ์มีของแจกของแถม เมื่อซื้อสินค้า					
26. สหกรณ์มีระยะเวลาการให้เครดิตที่ยาวนาน					
27. สหกรณ์มีการให้สินเชื่อเพื่อการซื้อสินค้า					
28. สหกรณ์มีส่วนลดตามปริมาณซื้อ					
29. สหกรณ์มีบริการรถบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ					
ด้านบุคคล					
30. การบริการของพนักงานขาย					
31. พนักงานขายมีความรู้ความเชี่ยวชาญในการแก้ไขปัญหา					
32. พนักงานเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ					
33. พนักงานสามารถให้คำแนะนำสินค้าได้ครบถ้วน					
34. พนักงานสามารถจดจำลูกค้าที่เคยมาติดต่อซื้อสินค้า					
35. การให้บริการของพนักงานเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ					
36. พนักงานสอบสวนลูกค้าและให้การตอบรับที่ดี เช่น โทรกลับหาลูกค้าตามที่รับปากลูกค้าไว้					
37. มีความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ					
38. พนักงานให้คำปรึกษาการใช้สินค้าต่าง ๆ ได้					

ส่วนประสมการตลาด (7'P)	ระดับ ความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
39. สหกรณ์มีการรับประกันสินค้าและความพึงพอใจ					
40. ชื่อเสียงของสหกรณ์					
41. ให้อยู่รายละเอียดการบริการที่ชัดเจน					
42. ความชัดเจนของป้ายสหกรณ์ สัญลักษณ์ ประชาสัมพันธ์					
43. ความเพียงพอต่อสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำดื่ม					
ด้านกระบวนการ					
44. มีความรวดเร็วในการให้บริการ					
45. มีความถูกต้องในการให้บริการ					
46. สามารถติดต่อได้ทุกครั้งที่ปัญหา					
47. สหกรณ์ใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยในการให้บริการ					
48. สหกรณ์มีการจัดการธุรกิจจัดหาสินค้าจำหน่ายเป็นไปตามระเบียบที่กำหนด					
49. สหกรณ์มีขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นระบบ					
50. มีระยะเวลาเปิดบริการที่เหมาะสม เช่น ช่วงฤดูการผลิตข้าวเปิดบริการเช้า-ปิด ค่ำกว่าปกติ					
51. สหกรณ์เฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจเป็นที่น่าพอใจ					
52. ระบบการบริการข้อมูลสินค้าแบบเบ็ดเสร็จ เช่น ลูกค้าไม่ต้องไปสอบถาม ข้อมูลสินค้าจากร้านค้าอื่น					

ส่วนที่ 3 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายของ
สหกรณ์การเกษตรสูงเม่น จำกัด

.....

.....

.....

.....



ภาพประกอบการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม



ภาพประกอบการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางจิรานุช แข็งแรง
วัน เดือน ปี	22 มีนาคม 2528
สถานที่เกิด	อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ปีพุทธศักราช 2551
สถานที่ทำงาน	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดแพร่
ตำแหน่ง	นักวิชาการสหกรณ์ปฏิบัติการ

