

การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้นำจ้างม จำกัด  
จังหวัดพิษณุโลก

นายอานนท์ ภัคตวิงษ์

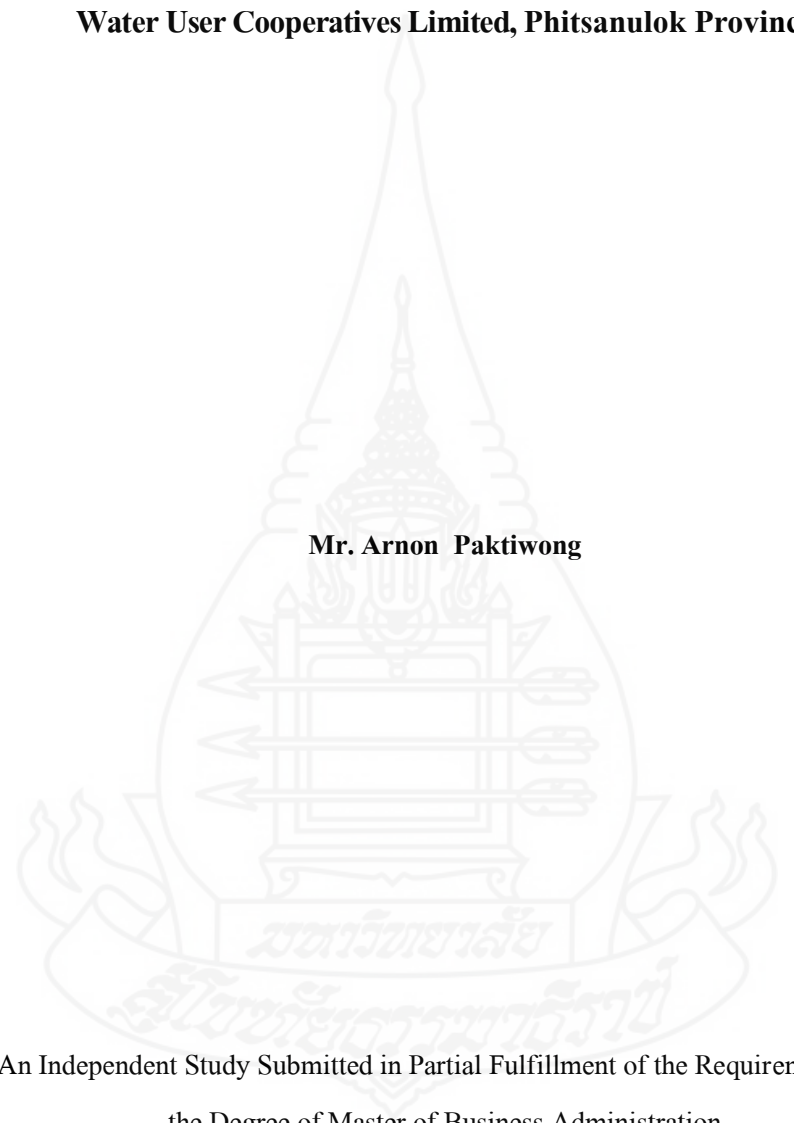


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2564

**Participation in Business Operations of Members in Ngew Ngam  
Water User Cooperatives Limited, Phitsanulok Province**

**Mr. Arnon Paktiwong**




An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Business Administration  
School of Management Science  
Sukhothai Thammathirat Open University


2021


หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก
ชื่อและนามสกุล	นายอานนท์ ภัคตวิงษ์
แขนงวิชา	บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2565

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์สงเสริม หอมกลิ่น)

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

**ชื่อการศึกษา** คั่นคว้ออิสระ การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก  
**ผู้ศึกษา** นายอานนท์ ภักดีวงษ์ รหัสนักศึกษา 2623003155 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ **ปีการศึกษา** 2564

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์ 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการดำเนินธุรกิจสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4) ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ สมาชิกที่มีส่วนร่วมกับธุรกิจของสหกรณ์ จำนวน 132 คน ซึ่งจะศึกษาจากประชากรทั้งหมด และสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมกับธุรกิจของสหกรณ์ จำนวน 547 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรทาร์โรว์ ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 205 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าความสัมพันธ์ของไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า 1) การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ กลุ่มที่ 1 ในธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการเงินกู้ระยะสั้น และปานกลาง ส่วนธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการปุ๋ย เคมีภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน กลุ่มที่ 2 ในธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการเงินกู้ระยะสั้น และปานกลาง ส่วนธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการปุ๋ย เคมีภัณฑ์ แต่ไม่เคยใช้บริการเมล็ดพันธุ์/น้ำมัน 2) กลุ่มที่ 1 ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดการดำเนินธุรกิจสหกรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนกลุ่มที่ 2 ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมการตลาดการดำเนินธุรกิจสหกรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และจำนวนบุคคลในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายเคมีภัณฑ์ และเมล็ดพันธุ์/น้ำมัน ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับธุรกิจสินเชื่อที่เป็นเงินกู้ระยะสั้น 4) ปัญหาและอุปสรรคของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ คือ สหกรณ์ไม่มีผลตอบแทนให้กับสมาชิกมาเป็นเวลานานหลายปี สมาชิกจึงไม่เห็นถึงความจำเป็นในการเข้ามาใช้บริการ ส่วนข้อเสนอแนะ คือ สหกรณ์ควรเร่งแก้ไขปัญหาการขาดทุนสะสมของสหกรณ์เพื่อเรียกความมั่นใจให้กับสมาชิกในการเข้าไปใช้บริการ

**คำสำคัญ** การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ส่วนประสมการตลาด สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด

**Independent Study title:** Participation in Business Operations of Members in Ngew Ngam Water User Cooperatives Limited, Phitsanulok Province

**Author:** Mr. Arnon Paktiwong; **ID:** 2623003155;

**Degree:** Master of Business Administration;

**Independent Study advisor:** Achara Cheewatrangoongit, Associate Professor;

**Academic year:** 2021

### **Abstract**

This study aimed to study 1) participation in business operations with Ngew Ngam Water User Cooperatives Limited classified by business cooperatives; 2) the level of importance of marketing mix factors and participation in business operations with Ngew Ngam Water User Cooperatives Limited; 3) the relationship between participation in business operations of members of Ngew Ngam Water User Cooperatives Limited and personal factors and marketing mix factors; and 4) problems, obstacles and recommendations of members who do not participate in business with Ngew Ngam Cooperative Water User Cooperatives Limited.

This study was a quantitative research. The study population was divided into two groups, consisting of 132 business-participating members of the cooperatives, who the total population was studied, and 547 non-business-participating members of the cooperatives which the sample size was determined using a Taro Yamane formula as a total of 205 people, using a simple random sampling method. The instruments used in data collection was a questionnaire. The statistics used for analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and chi-square correlation test.

The results of the study found that 1) for participation in business operations with group 1 cooperatives in credit business, most of the members used to apply for short and medium term loan services. For business of procuring products for sale, most of the members used fertilizers, chemicals, seed/oil services. For group 2 in the credit business, most members have used short and medium term loan services. For business of procuring products for sale, most of the members used fertilizers, chemicals, but never used seed/oil services. 2) Group 1 stated the importance of marketing mix factors and business operations with cooperatives overall at the highest level. Group 2 stated the importance of marketing mix factors and business operations with cooperatives overall at a high level. 3) Member individual factors including gender, age, educational level, yearly average income, membership period and the number of family members had a relationship with the business of procuring products to sell chemicals and seeds/oil. The marketing mix factors of product, price, place, promotion, personnel and processes were related to the short-term loan business. 4) Problems and obstacles of members who do not participate in business operations was that cooperatives have not had any rewards for their members for many years. Therefore, members do not see the need to use the services. As for the suggestion, cooperatives should expedite the problem of cooperative losses in order to instill confidence among members in using their services.

**Keywords:** Participation in business operations, Marketing mix, Ngew Ngam Water User Cooperatives Limited

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลหลายท่านรวมถึงหน่วยงานต่างๆ และได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ และรองศาสตราจารย์สังเสริม หอมกลิ่น ที่กรุณาให้คำแนะนำและติดตามตรวจแก้ไขตลอดจนให้ข้อเสนอแนะต่างๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษา ขอกราบขอบพระคุณท่านอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณว่าที่ร้อยตรีสมมาตร โกศล ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ 1 นางคุษฎี ทองรอด ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ 4 และนางสาวสุพรทิพย์ นครเนียม ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจการสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก ที่กรุณาช่วยตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม คณะกรรมการดำเนินการ เจ้าหน้าที่ สมาชิก และผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นอย่างสูงที่ได้ให้ความร่วมมือ ในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการศึกษาของสหกรณ์ผู้นำใจงาม จำกัด

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เพื่อนักศึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา รวมทั้งท่านที่ไม่ได้กล่าวนามที่มีส่วนช่วยให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

อานนท์ ภัคดีวงษ์

มกราคม 2565

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ด
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา .....	3
กรอบแนวคิดการศึกษา .....	4
สมมติฐานการศึกษา .....	5
ขอบเขตของการศึกษา .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	8
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ และข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด .....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วม .....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด .....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	19
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา .....	23
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	23
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	26
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	26
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	28
ปัจจัยส่วนบุคคล .....	29
การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์ .....	38

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วม	
ในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด .....	44
เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด	
กับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	53
ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์	
ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	77
ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วม	
ในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ .....	112
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	115
สรุปการศึกษา .....	115
อภิปรายผล .....	118
ข้อเสนอแนะ .....	120
บรรณานุกรม .....	122
ภาคผนวก .....	125
ก ราชานามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม .....	126
ข ค่าดัชนีความสอดคล้อง .....	128
ค แบบสอบถาม .....	132
ประวัติผู้ศึกษา .....	138



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 จำนวนสมาชิกใช้บริการธุรกิจของสหกรณ์เปรียบเทียบ ปี พ.ศ. 2563 กับ พ.ศ. 2562 .....	3
ตารางที่ 2.1 แสดงสินทรัพย์ หนี้สิน และทุนของสหกรณ์ .....	13
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ .....	29
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ .....	29
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา .....	30
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี .....	30
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา การเป็นสมาชิก .....	31
ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบทบาทหน้าที่ ในสหกรณ์ .....	31
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลผลิตหลัก ในการทำการเกษตร .....	32
ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุคคล ในครอบครัว .....	32
ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้พื้นฐาน ด้านสหกรณ์ .....	33
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ .....	33
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ .....	34
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา .....	34
ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี .....	35
ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลา การเป็นสมาชิก .....	35
ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบทบาทหน้าที่ ในสหกรณ์ .....	36
ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลผลิตหลัก ในการทำการเกษตร .....	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุคคล ในครอบครัว .....	37
ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้พื้นฐาน ด้านสหกรณ์ .....	37
ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) .....	38
ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) .....	38
ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) .....	39
ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุย) .....	39
ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) .....	40
ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) .....	40
ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) .....	41
ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) .....	41
ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) .....	42
ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุย) .....	42
ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) .....	43

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) .....	43
ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 7 ด้าน .....	44
ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ .....	45
ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านราคา .....	45
ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านช่องทางการให้บริการ .....	46
ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านส่งเสริมการตลาด .....	46
ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านบุคลากร .....	47
ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ .....	47
ตารางที่ 4.38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการ .....	48
ตารางที่ 4.39 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 7 ด้าน .....	49
ตารางที่ 4.40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ .....	50
ตารางที่ 4.41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านราคา .....	50
ตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านช่องทางการให้บริการ .....	51

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านส่งเสริมการตลาด .....	51
ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านบุคลากร .....	52
ตารางที่ 4.45 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ .....	52
ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการ .....	53
ตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	54
ตารางที่ 4.48 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	55
ตารางที่ 4.49 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	56
ตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	57
ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	58
ตารางที่ 4.52 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	59
ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	60
ตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	61
ตารางที่ 4.55 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.56 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	63
ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	65
ตารางที่ 4.58 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	66
ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	67
ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	68
ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	69
ตารางที่ 4.62 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) กับปัจจัยส่วนบุคคล .....	70
ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	71
ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	72
ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	73
ตารางที่ 4.66 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	74
ตารางที่ 4.67 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	75
ตารางที่ 4.68 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	76

## สารบัญญัตินี้ (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.69	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ .....	77
ตารางที่ 4.70	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	78
ตารางที่ 4.71	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ .....	79
ตารางที่ 4.72	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	80
ตารางที่ 4.73	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วม ในธุรกิจสินเชื่อ .....	81
ตารางที่ 4.74	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วม ในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	82
ตารางที่ 4.75	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีกับการมีส่วนร่วม ในธุรกิจสินเชื่อ .....	83
ตารางที่ 4.76	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีกับการมีส่วนร่วม ในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	84
ตารางที่ 4.77	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ .....	85
ตารางที่ 4.78	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	86
ตารางที่ 4.79	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์ กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ .....	87
ตารางที่ 4.80	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์ กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	88
ตารางที่ 4.81	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามผลผลิตหลักในการทำเกษตร กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ .....	89
ตารางที่ 4.82	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามผลผลิตหลักในการทำเกษตร กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	90

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.83 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัว กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ .....	91
ตารางที่ 4.84 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัว กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	92
ตารางที่ 4.85 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ .....	93
ตารางที่ 4.86 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	94
ตารางที่ 4.87 ความสัมพันธ์ของเพศกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	95
ตารางที่ 4.88 ความสัมพันธ์ของเพศกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	96
ตารางที่ 4.89 ความสัมพันธ์ของอายุกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	97
ตารางที่ 4.90 ความสัมพันธ์ของอายุกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	98
ตารางที่ 4.91 ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	99
ตารางที่ 4.92 ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	100
ตารางที่ 4.93 ความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อปีกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	101
ตารางที่ 4.94 ความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อปีกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	102
ตารางที่ 4.95 ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	103
ตารางที่ 4.96 ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการเป็นสมาชิก กับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	104

**สารบัญตาราง (ต่อ)**

	หน้า
ตารางที่ 4.97 ความสัมพันธ์ของผลผลิตหลักในการทำเกษตรกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	105
ตารางที่ 4.98 ความสัมพันธ์ของผลผลิตหลักในการทำเกษตรกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	106
ตารางที่ 4.99 ความสัมพันธ์ของจำนวนบุคคลในครอบครัวกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	107
ตารางที่ 4.100 ความสัมพันธ์ของจำนวนบุคคลในครอบครัวกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	108
ตารางที่ 4.101 ความสัมพันธ์ของความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์กับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	109
ตารางที่ 4.102 ความสัมพันธ์ของความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์กับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	110
ตารางที่ 4.103 ความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ .....	111
ตารางที่ 4.104 ความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย .....	112
ตารางที่ 4.105 ปัญหา อุปสรรค ของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจ ของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดวาม จำกัด .....	113
ตารางที่ 4.106 ข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจ ของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดวาม จำกัด .....	114



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา .....	4
ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด .....	12



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาชีพเกษตรกรถือเป็นอาชีพที่คนในประเทศไทยส่วนใหญ่เน้นใช้ในการหาเลี้ยงดำรงชีพของตนเองและครอบครัวมาอย่างยาวนาน ซึ่งที่ผ่านมาเกษตรกรก็จะพบกับปัญหาในการผลิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นต้นทุนที่สูงเนื่องจากปุ๋ยเคมี สารเคมี หรือแม้แต่เมล็ดพันธุ์นั้นมีราคาค่อนข้างสูง ทำให้ภาระต้นทุนไปอยู่กับเกษตรกรเมื่อผลผลิตเก็บเกี่ยวพร้อมจำหน่ายจึงทำให้รายได้ไม่เพียงพอต่อรายจ่าย รวมถึงราคาผลผลิตที่ตกต่ำลงเพราะถูกกดราคาเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อผลผลิต จึงเกิดระบบตลาดที่ไม่เป็นธรรมกับเกษตรกร ซึ่งพ่อค้าคนกลางอาศัยช่องว่างด้านข้อจำกัดของเกษตรกรในการแสวงหาผลประโยชน์ในกับตนเอง โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรที่ต้องใช้ปัจจัยการผลิตหลายๆ อย่างรวมถึงแรงงานคนในการได้มาซึ่งผลผลิตทางการเกษตร สิ่งต่างๆ เหล่านี้พบเห็นกันมาอย่างยาวนาน ซึ่งพระราชวรวงศ์เธอ กรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ ได้นำระบบสหกรณ์เข้ามาใช้ในประเทศไทยจนได้รับการยกย่องว่าเป็น พระบิดาแห่งการสหกรณ์ไทย และเป็นจุดเริ่มต้นของสหกรณ์แห่งแรกในประเทศไทยนั่นคือ สหกรณ์วัดจันทร์ไม่จำกัดสินใช้ จังหวัดพิษณุโลก

สถาบันเกษตรกร ประเภทสหกรณ์เป็นการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในการทำการเกษตร รวมถึงช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่มของเกษตรกร เพื่อไม่ให้ถูกกลุ่มนายทุนเอารัดเอาเปรียบ ทำให้สมาชิกมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถช่วยเหลือพึ่งพาตนเองได้โดยอยู่ภายใต้กฎกติกา ข้อบังคับระเบียบและยังมีสิทธิเท่าเทียมกัน มีความเสมอภาค ไม่มีคนได้เปรียบเสียเปรียบไปกว่ากัน โดยที่บรรดาสมาชิกนั้นสามารถเชื่อมั่นในระบบสหกรณ์โดยคณะกรรมการเป็นผู้แทนในการบริหารงานสหกรณ์ตามหลักการ อุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์มีคุณธรรมจริยธรรม โปร่งใสสมาชิกสามารถตรวจสอบได้ โดยยึดถือหลักปฏิบัติที่วางเป็นแนวทางในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรแต่สามารถบริหารจัดการสหกรณ์ให้อยู่รอดได้ด้วยการร่วมแรง ร่วมใจกันของสมาชิกสหกรณ์

กรมส่งเสริมสหกรณ์ เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่โดยตรงในการแนะนำ ส่งเสริม กำกับ ติดตาม การบริหารงานของสหกรณ์ทุกประเภทในประเทศไทย รวมทั้งรับจดทะเบียนสหกรณ์ทุกประเภทในประเทศไทย ปัจจุบันจากนโยบายของกรมส่งเสริมสหกรณ์ในการทำให้สหกรณ์ทุกประเภทในประเทศไทยนั้นผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ ซึ่งมีเรื่องที่สหกรณ์ในประเทศไทยหลายแห่งมัก ที่จะไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในข้อนี้ นั่นคือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการบริหารงานในรูปแบบสหกรณ์ เพราะสหกรณ์จัดตั้งขึ้นจากสมาชิก และมีสมาชิกเป็นเจ้าของ หากสมาชิกขาดการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์จะทำให้สหกรณ์ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ กรมส่งเสริมสหกรณ์จึงได้กำหนดตัวชี้วัดระดับมาตรฐานสหกรณ์ในข้อ 4 เรื่อง ผลการดำเนินงานในรอบปีบัญชีสุดท้าย สหกรณ์ต้องมีสมาชิกไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 ของสมาชิกทั้งหมดทำธุรกิจกับสหกรณ์ ถือเป็นเรื่องที่สำคัญมากในระบบสหกรณ์ (ตามประกาศกรมส่งเสริมสหกรณ์ เรื่อง กำหนดมาตรฐานสหกรณ์ ลงวันที่ 28 มีนาคม 2551)

สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด เดิมที่เป็นสหกรณ์การเกษตรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในการใช้น้ำทำการเกษตร โดยการให้บริการสูบน้ำเข้าสู่พื้นที่ทำการเกษตรก่อตั้งขึ้นในวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2528 จดทะเบียนเลขที่ กสก.7/2528 ตั้งอยู่ที่ 6/3 ตำบลจ๊วงาม อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก มีการคิดค่าบริการในราคาที่เป็นธรรมและเหมาะสมกับต้นทุนของเกษตรกรในการให้บริการสูบน้ำเรื่อยมา แต่ด้วยระยะเวลาที่ล่วงเลยมากกว่า 36 ปี ทำให้ปัจจุบันสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการสมาชิกจากเดิมมาเป็นการให้บริการในรูปแบบใหม่ ปัจจุบันสหกรณ์มีการดำเนินธุรกิจ 2 ประเภทหลักได้แก่ (1.ธุรกิจสินเชื่อ) (2.ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย) เพื่อเป็นการช่วยเหลือสมาชิกในเรื่องการเข้าถึงแหล่งของเงินทุนในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมและสามารถซื้อสินค้าประเภทปัจจัยการผลิตในราคาที่เหมาะสม เพื่อทำให้ต้นทุนของเกษตรกรนั้นต่ำลง เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรในการดำรงชีพ แต่ต่อมาสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด ก็ประสบปัญหาต่างๆ มากมายตามภาวะเศรษฐกิจจนทำให้สหกรณ์เกิดมาขาดทุนขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการที่สมาชิกจำนวนมากไม่เข้ามาดำเนินธุรกิจร่วมกับสหกรณ์ ซึ่งสหกรณ์มีแนวโน้มในการดำเนินธุรกิจลดน้อยลงในอนาคตอาจทำให้สหกรณ์ต้องเลิกกิจการลงได้ ดูได้จากรายงานประจำปี พ.ศ. 2563 ดังข้อมูลต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1 จำนวนสมาชิกใช้บริการธุรกิจของสหกรณ์เปรียบเทียบ ปี พ.ศ. 2563 กับ พ.ศ. 2562

รายการ	ปี 2563			ปี 2562		
	จำนวนสมาชิก	% การมีส่วนร่วม	จำนวนเงิน	จำนวนสมาชิก	% การมีส่วนร่วม	จำนวนเงิน
ธุรกิจสินเชื่อ	112	20.47	1,657,484.90	126	23.03	2,057,582.18
ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	88	16.08	2,520,455.00	106	19.37	2,867,655.00

จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของสหกรณ์แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนสมาชิกที่เข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจสหกรณ์ลดน้อยลงเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ซึ่งส่งผลกระทบต่อสหกรณ์มีรายได้น้อยลงไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายจนทำให้เกิดผลขาดทุนสะสมจำนวนมาก เพราะหากสหกรณ์สามารถทำให้สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมกลับมาใช้บริการสหกรณ์ได้เช่นเดิมก็จะส่งผลดีต่อสหกรณ์ทำให้มีกำไรได้ ดังนั้นการที่จะหาสาเหตุที่ทำให้สมาชิกเดิมที่มีส่วนร่วมเพราะเหตุใดและสมาชิกที่ขาดการมีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์นั้นเพราะเหตุใด จะทำให้สหกรณ์ได้มีแนวทางในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นด้วย

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวประกอบกับเป็นสหกรณ์ในคุณค่าและรับผิดชอบของผู้ศึกษา จึงสนใจที่จะศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของสหกรณ์ในคุณค่าและรับผิดชอบให้มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นกว่าเดิม เป็นการคงและรักษาไว้ให้สมาชิกสามารถใช้บริการได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพและเป็นแนวทางให้คณะกรรมการสหกรณ์นำไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานสหกรณ์อย่างเป็นระบบ สามารถแก้ไขปัญหาได้จริง

## 2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์

2.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด

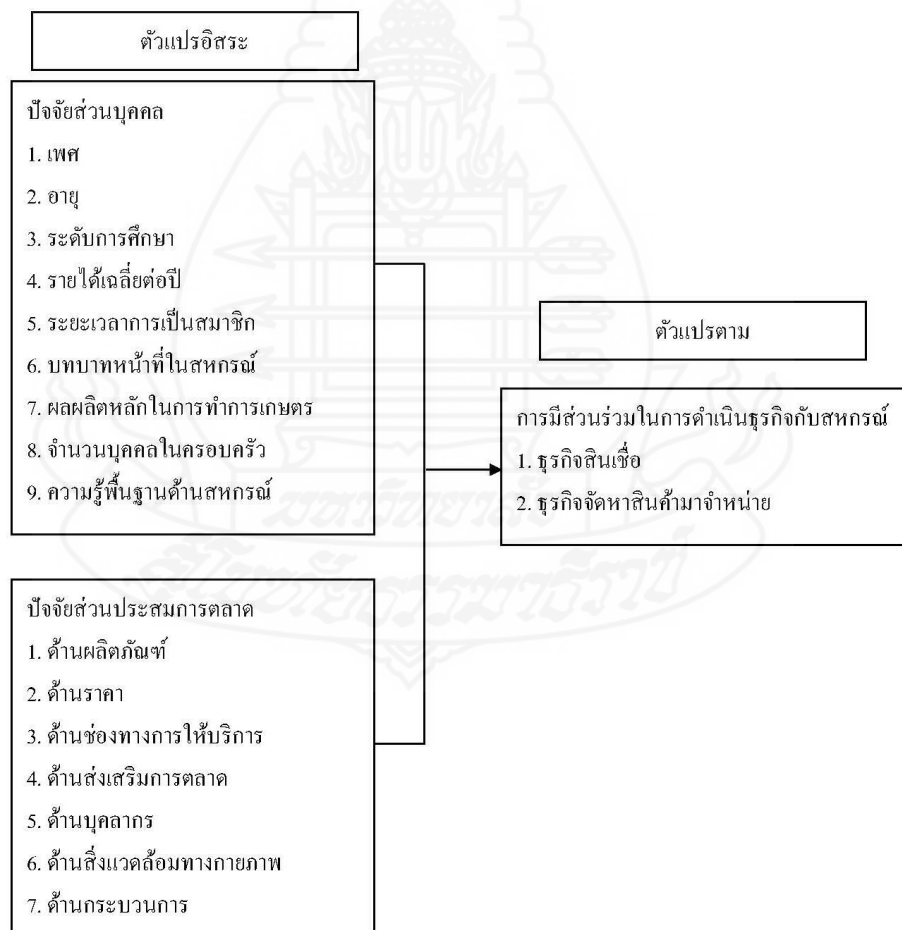
2.3 เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ  
จังหวัดจันทบุรี จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2.4 เพื่อหาความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์  
ผู้ใช้น้ำจังหวัดจันทบุรี จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

2.5 ศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
กับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจังหวัดจันทบุรี จำกัด

### 3. กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจังหวัดจันทบุรี จำกัด  
จังหวัดพิษณุโลก ผู้ศึกษาได้ทำการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

#### 4. สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันทำให้การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด

#### 5. ขอบเขตของการศึกษา

##### 5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

##### 5.1.1 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์

- 1) ส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ
- 2) ส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

5.1.2 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อปี, ระยะเวลาการเป็นสมาชิก, บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์, ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร, จำนวนบุคคลในครอบครัว, ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ ที่อาจส่งผลต่อการมีส่วนร่วม

5.1.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

##### 5.2 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้จะใช้ประชากรแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ จำนวน 132 คน

กลุ่มที่ 2 สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ จำนวน 205 คน

##### 5.3 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ จะดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม

## 5.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

### 5.4.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, รายได้เฉลี่ยต่อปี, ระยะเวลาการเป็นสมาชิก, บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์, ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร, จำนวนบุคคลในครอบครัว, ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ ที่อาจส่งผลต่อการมีส่วนร่วม

2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

5.4.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด ได้แก่ ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

6.2 สมาชิกที่มีส่วนร่วม ในการให้บริการเมื่อปีที่แล้วและสมาชิกที่ให้บริการไม่เกิน 5 ปีของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

### 6.3 การมีส่วนร่วมของสมาชิก

6.3.1 การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ หมายถึง การที่สมาชิกมีส่วนร่วมในการได้เข้าร่วมกิจกรรมในธุรกิจสินเชื่อ ได้แก่ เงินกู้ระยะสั้น เงินกู้ระยะปานกลาง เงินกู้ระยะยาว

6.3.2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย หมายถึง การที่สมาชิกมีส่วนร่วมในการได้เข้าร่วมกิจกรรมในธุรกิจซื้อสินค้า ได้แก่ การซื้อปุ๋ยกับสหกรณ์ การซื้อเคมีภัณฑ์กับสหกรณ์ และการซื้อเมล็ดพันธุ์หรือน้ำมันกับสหกรณ์

### 6.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ 7 ด้าน ดังต่อไปนี้

6.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสินเชื่อที่สมาชิกใช้บริการคือ เงินกู้ระยะสั้น เงินกู้ระยะปานกลาง และเงินกู้ระยะยาว และผลิตภัณฑ์ที่สหกรณ์จำหน่ายให้กับสมาชิกคือ ปุ๋ย เคมีภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์และน้ำมัน

6.4.2 ด้านราคา คือ อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์เรียกเก็บจากสมาชิก และราคาขายสินค้าให้กับสมาชิก

6.4.3 ด้านช่องทางการให้บริการ คือ ความสะดวกในการใช้บริการในผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์

**6.4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด** คือ การประชาสัมพันธ์รวมถึงกิจกรรมที่เป็นแรงจูงใจให้สมาชิกมาใช้บริการในผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์

**6.4.5 ด้านบุคลากร** คือ คุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ รวมถึงความพร้อมในการให้บริการสมาชิก

**6.4.6 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ** คือ สภาพแวดล้อมที่ดีและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกในการมาใช้บริการของสมาชิก

**6.4.7 ด้านกระบวนการ** คือ วิธีปฏิบัติงานและขั้นตอนการให้บริการสมาชิก

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 คณะกรรมการสหกรณ์ได้รู้ถึงระดับและความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด เพื่อนำไปใช้พัฒนาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์

7.2 คณะกรรมการสหกรณ์ได้รู้ถึงปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด เพื่อนำไปกำหนดแผนปรับปรุงการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกมากยิ่งขึ้น

7.3 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ในการให้คำแนะนำส่งเสริมสหกรณ์อย่างมีเป้าหมายและทิศทางที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

7.4 คณะกรรมการสหกรณ์อื่นๆ สามารถนำผลการศึกษาไปปรับใช้กับสหกรณ์ของตนเองเพื่อให้เกิดการพัฒนามากยิ่งขึ้น



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์  
ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง  
มาใช้ประกอบการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ และข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ และข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด

##### 1.1 ความหมายและความสำคัญของสหกรณ์

###### 1.1.1 ความหมายของสหกรณ์

สหกรณ์ คือ “ องค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจ  
ในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนอง  
ความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม”

“สหกรณ์” ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 หมายความว่า คณะบุคคล  
ซึ่งร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม โดยช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือ  
ซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542

ดังนั้น สหกรณ์จึงตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่แก้ปัญหาในด้านการทำมาหากิน  
ที่เหมือน หรือคล้ายๆ กัน หรือความต้องการบริการที่เหมือนกันและเป็นปัญหาที่สมาชิกแต่ละคน  
ไม่สามารถ แก้เองได้ตามลำพัง หรือตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการ ให้สมาชิกได้รับประโยชน์ในการ  
ประกอบอาชีพของตนมากกว่าที่แต่ละคนเคยได้จาก การดำเนินกิจการเองตามลำพัง

###### 1.1.2 ความสำคัญของสหกรณ์

เป็นองค์การธุรกิจแบบหนึ่งที่มีบทบาททางเศรษฐกิจเกือบทุกด้านเริ่มตั้งแต่  
การผลิต การจำหน่าย และการบริโภค ถ้าหากสามารถทำให้กระบวนการทางสหกรณ์มีประสิทธิภาพแล้ว

จะเป็นเครื่องมือสำคัญของรัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่กำลังพัฒนา หรือด้อยพัฒนา เพราะสหกรณ์มีบทบาทในการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างยุติธรรม ช่วยตัดพ่อค้าคนกลาง และนายทุนออกไป เป็นการรวมแรง รวมปัญญา รวมทุน ของบุคคลที่อ่อนแอทางเศรษฐกิจ การดำเนินการเป็นแบบประชาธิปไตย

ยึดหลักการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมตัวกัน ด้วยความสมัครใจ มีความเสมอภาค และมีความสามารถในการดำเนินการและสิทธิผลประโยชน์ ยึดหลักการประหยัด โดยส่งเสริมให้สมาชิกประหยัดและออมเงิน โดยให้บริการรับฝากเงิน การซื้อสินค้า และได้รับเงินออมคืนในรูปแบบเงินปันผล

ช่วยสร้างความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคม เมื่อบุคคลมารวมกัน จัดตั้งสหกรณ์ขึ้น มีการรวมแรง รวมทุน รวมปัญญา ดำเนินกิจกรรมเอง โดยตัดพ่อค้าคนกลางออก เพื่อไม่ให้เสียเปรียบ ทำให้สมาชิกมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการกินคืออยู่ดี ฐานะความเป็นอยู่ของคนกลุ่มนั้นก็เจริญขึ้น มีการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข สังคมมีระเบียบ อาชญากรรมก็ไม่เกิดขึ้น

จากบทสรุปดังกล่าวแล้วจะเห็นว่าสหกรณ์มีบทบาทสำคัญที่จะพัฒนา ประเทศชาติทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการปกครอง และในแง่ของสมาชิกรายบุคคล และสำหรับ ประชาชนส่วนรวมดังนี้ คือความสำคัญต่อสมาชิกสหกรณ์ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสหกรณ์เป็นชุมทรัพย์ ทางด้านเศรษฐกิจของสมาชิก ทำให้สมาชิกที่ขัดสนยากจนหลุดพ้นจากสภาพนี้ได้ คือ เศรษฐกิจ ของสมาชิกที่ฝืดเคืองมาก่อน มีโอกาสกลับกลายเป็นสภาพเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตก้าวหน้าได้ ความสำคัญต่อเศรษฐกิจส่วนรวม ระบบสหกรณ์มุ่งส่งเสริมฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละ คนให้เจริญเติบโต ขึ้น เพราะระบบสหกรณ์เป็นที่รวมของส่วนดีของระบบทุนนิยม และสังคมนิยมไว้ โดยมุ่งที่จะผลิตเศรษฐกิจและความมั่นคงให้ประเทศ ทำให้รายได้ประชาชาติสูงขึ้น และยังสามารถ นำเอา ความเสมอภาคและเสรีภาพเข้ามาใช้เพื่อรักษาธรรมชาติของมนุษย์ ให้ปลูกฝังความรู้ ความสามารถ ทางเศรษฐกิจ สังคม และการปกครองระบอบประชาธิปไตย ให้แก่สมาชิกสหกรณ์ ไม่ชอบความรุนแรง แต่ดำเนินการโดยใช้ สายกลาง เป็นหลัก

## 1.2 คุณค่าสหกรณ์ อุดมการณ์สหกรณ์ หลักการสหกรณ์ วิธีการสหกรณ์

### 1.2.1 คุณค่าสหกรณ์

สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการ ช่วยตนเอง ความรับผิดชอบ ต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทาง จริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อ สังคมและความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์

### 1.2.2 อุดมการณ์สหกรณ์ (Cooperative Ideology)

อุดมการณ์สหกรณ์คือ ความเชื่อร่วมกัน ที่ว่าการช่วยตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตามหลักการสหกรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่การกินดี อยู่ดี มีความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม

### 1.2.3 หลักการสหกรณ์ (Cooperative Principles)

หลักการสหกรณ์ คือ “แนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าของสหกรณ์เกิดผลเป็นรูปธรรม” ซึ่งประกอบด้วยหลักการ ที่สำคัญรวม 7 ประการ กล่าวคือ

หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง (Voluntary and Open Membership) พึงตระหนักว่าการเข้าและออกจาก การเป็นสมาชิก จะต้องเป็นไปโดยความสมัครใจของบุคคล ไม่ใช่ ถูกชักจูง โน้มน้าว ล่อลวง บังคับ ข่มขู่ จากผู้อื่น

หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย (Democratic Member Control) พึงตระหนักว่าเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนที่จะต้องร่วมแรงกายใจ และสติปัญญาในการดำเนินการและควบคุมดูแลการดำเนินงานของ สหกรณ์ตามวิถีทางประชาธิปไตย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยผ่านช่องทางหรือองค์กรต่างๆ เช่น คณะกรรมการดำเนินการ ผู้ตรวจสอบ กิจการ และที่ประชุมใหญ่

หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก (Member Economic Participation) หลักการสหกรณ์ข้อนี้ มุ่งเน้นให้ สมาชิกทุกคนพึงตระหนักว่าบทบาทที่สำคัญของตนคือ การที่ต้องเป็นทั้งเจ้าของ และลูกค้าในคนเดียวกัน (Co-owners customers) จึงต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้สมทบทุน ผู้ควบคุม และผู้อุดหนุน หรือผู้ใช้บริการของสหกรณ์ มิใช่เข้ามาเป็นสมาชิกเพียงเพื่อมุ่งหวังได้รับ ประโยชน์จากสหกรณ์เท่านั้น

หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ (Autonomy and Independence) สหกรณ์เป็นองค์กรช่วยตนเอง และปกครองตนเอง เพราะ ฉะนั้นสหกรณ์ต้องเป็นอิสระในการตัดสินใจ หรือทำสัญญาใดๆ ตามเงื่อนไขที่สหกรณ์ยอมรับได้ กับบุคคลภายนอกหรือรัฐบาล

หลักการที่ 5 สหกรณ์พึงให้การศึกษและการฝึกอบรมแก่มวลสมาชิกผู้แทนสมาชิกจากการเลือกตั้ง ผู้จัดการและเจ้าหน้าที่สหกรณ์ เพื่อบุคคลเหล่านั้นสามารถมีส่วนช่วยพัฒนาสหกรณ์ของพวกเขาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพึงให้ข่าวสารแก่สาธารณชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชนและบรรดาผู้นำทางความคิดในเรื่องคุณลักษณะและคุณประโยชน์ของการสหกรณ์

หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์ (Cooperation among Cooperatives) สหกรณ์สามารถให้บริการแก่สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ขบวนการสหกรณ์ได้ โดยการประสานความร่วมมือกันในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ

หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน (Concern for Community) สหกรณ์พึงดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อการพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญยั่งยืนตามนโยบายที่มวลสมาชิกให้ความเห็นชอบ

#### 1.2.4 วิธีการสหกรณ์ (Cooperative Method)

วิธีการสหกรณ์ คือ “การนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดี”

#### 1.3 ประเภทของสหกรณ์ (Cooperative Type)

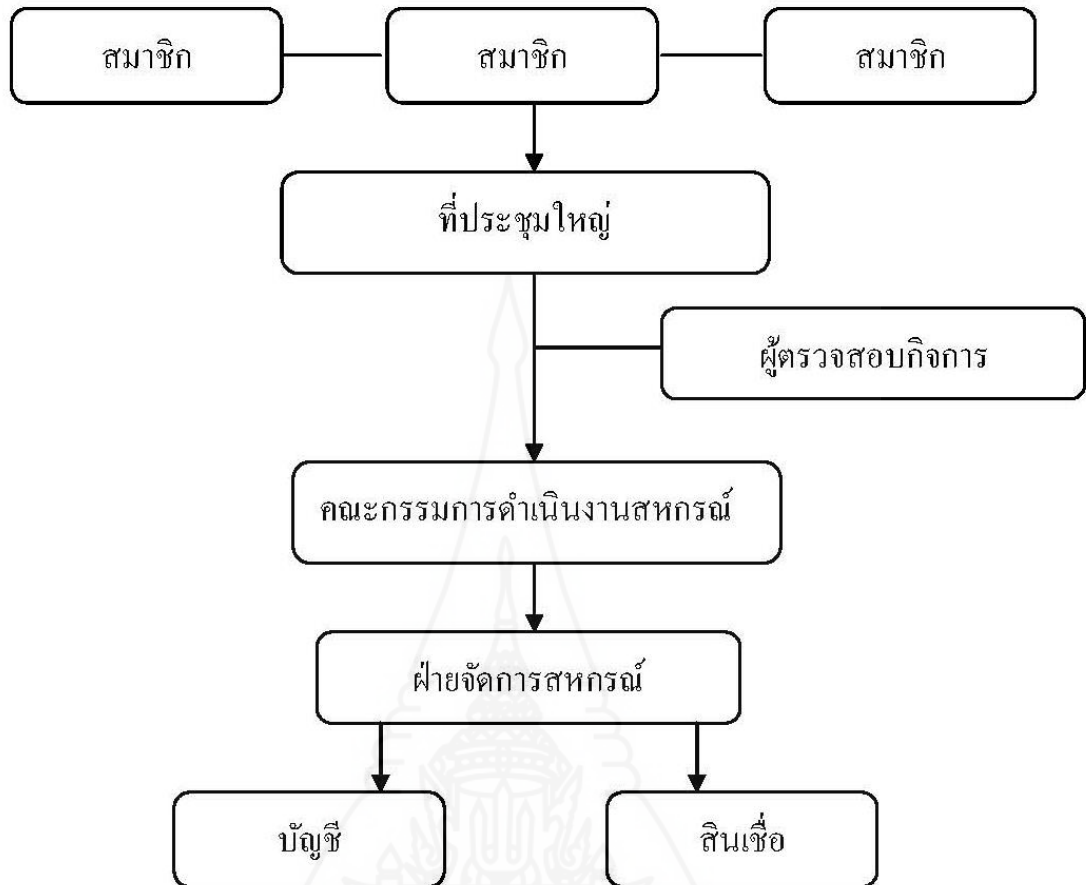
พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562 ตามมาตรา 33/1 สหกรณ์ที่จะรับจดทะเบียนตามมาตรา 33 แบ่งประเภทได้ 7 ประเภท ซึ่งสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืด จำกัด เป็นสหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ผู้มีอาชีพทางการเกษตร ร่วมกันจัด ตั้งขึ้น และจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก่อนนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจการร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพของสมาชิก และช่วยยกฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น

#### 1.4 ข้อมูลทั่วไปของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืด จำกัด จังหวัดพิษณุโลก

สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืด จำกัด ตั้งอยู่ 6/3 ตำบลจืด อำเภอเมืองพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก ในรอบปีบัญชีสิ้นสุด 31 มีนาคม พ.ศ. 2563 มีสมาชิกจำนวน 547 คน โดยมีการบริหารงานสหกรณ์ โดยคณะกรรมการที่ได้รับการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ของสหกรณ์ ซึ่งข้อบังคับสหกรณ์ข้อที่ 67 กำหนดให้สหกรณ์มีคณะกรรมการประกอบด้วยประธานกรรมการ 1 คน และกรรมการอื่นอีกไม่เกิน 6 คน ซึ่งปัจจุบันสหกรณ์มีประธานกรรมการคือ นายสำเริง จินคุ้ม และคณะกรรมการอื่นอีก 6 คน มีเจ้าหน้าที่บัญชี 1 คน คือ นางสาววาสนา ใจเที่ยงธรรม และเจ้าหน้าที่สินเชื่อ 1 คน คือ นางสาวนงคันธ์ พึ่งม่วง (รายงานประจำปี พ.ศ. 2563)

สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืด จำกัด ประกอบธุรกิจด้วยกัน 2 ประเภทที่ยังคงให้บริการสมาชิกอยู่ ได้แก่ 1. ธุรกิจสินเชื่อ 2. ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

โครงสร้างของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืด จำกัด ประกอบไปด้วย 3 ฝ่าย กล่าวคือ สมาชิก คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ และฝ่ายจัดการของสหกรณ์ โดยมีการดำเนินงานในรูปแบบของคณะกรรมการซึ่งได้รับเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ จำนวน 7 คน ซึ่งตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2562 กำหนดให้คณะกรรมการมีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี แต่ไม่สามารถดำรงตำแหน่งได้เกินกว่า 2 วาระติดต่อกันได้ ตามข้อบังคับของสหกรณ์



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด

การดำเนินงานของสหกรณ์เริ่มตั้งแต่การจัดตั้งไปจนถึงการดำเนินงานโดยภาพรวมทั้งหมดสหกรณ์จดทะเบียนและอยู่ภายใต้กฎหมายสหกรณ์คือ พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2562 โดยมีกรมส่งเสริมสหกรณ์เป็นนายทะเบียนสหกรณ์ เป็นหน่วยงานแนะนำ ส่งเสริม กำกับดูแลสหกรณ์ทุกประเภท ในระดับจังหวัดมีสำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก เป็นหน่วยงานแนะนำ ส่งเสริม กำกับดูแลสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด และมีสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์พิษณุโลก เป็นหน่วยงานตรวจสอบฐานะการเงินของสหกรณ์และแสดงความคิดเห็นในงบการเงินของสหกรณ์เพื่อเป็นการป้องกันการทุจริตทางการเงินอีกหน่วยงานหนึ่ง

ตารางที่ 2.1 แสดงสินทรัพย์ หนี้สิน และทุนของสหกรณ์

รายการ	ปี 2563 (บาท)	ปี 2562 (บาท)
สินทรัพย์	5,942,161.24	5,393,972.70
หนี้สิน	3,672,458.96	2,968,248.80
ทุนของสหกรณ์	2,269,702.28	2,425,723.90

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วม

### 2.1 ความหมายและความสำคัญของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ หมายถึง การที่สมาชิกของชุมชน หรือ ประชาชน ได้เข้าร่วมกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งทางเศรษฐกิจ รวมถึงร่วมตัดสินใจอย่างมีอิสรภาพ ใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของตนเองแก้ไขปัญหา

นิคม ผัดแสน (2540) การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ให้ประชาชนได้คิดค้นแนวทางขึ้นเอง เป็นผู้กำหนดการตัดสินใจ คิดค้นปัญหา และการดำเนินการในขั้นตอนต่างๆ เช่น แสดงความคิดเห็น เสนอแนะ และสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ

อุทัย บุญประเสริฐ (2542) การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้สมาชิกของชุมชนและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตัดสินใจในกิจกรรมใดๆ ให้ความช่วยเหลือและมีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อประชาชน

พีระ พรนวม (2544) การมีส่วนร่วม หมายถึง เป็นการกระจายอำนาจให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาปัญหาความต้องการร่วมกัน ในการตัดสินใจร่วมกัน วางแผนดำเนินงานหรือแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ดำเนินการหรือปฏิบัติงานร่วมกัน ตลอดจนรับรู้ผลดี เสียจนเกิดความภาคภูมิใจร่วมกัน

สมยศ นาวิการ (2545) การมีส่วนร่วมหมายถึงกระบวนการของการให้ผู้ที่บังคับบัญชาได้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ (Participative Management) เน้นการมีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของบุคคล PM ใช้ความคิดสร้างสรรค์และความเชี่ยวชาญของพวกเขาในการแก้ปัญหาของการบริหาร

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546) การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่ไม่เคยได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ หรือเข้าร่วมการตัดสินใจหรือเคยเล็กน้อยได้เข้าร่วมด้วยมากขึ้น เป็นไปอย่างมีอิสรภาพ เสมอภาค มิใช่เพียงมีส่วนร่วมอย่างผิวเผินแต่เข้าร่วมด้วยแท้จริงยิ่งขึ้น

จิราภรณ์ ศรีคำ (2547) การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลที่มีความสนใจหรือมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องเดียวกันเข้ามาร่วมกัน เพื่อปฏิบัติการกิจ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผน การดำเนินงาน การรับทราบผลการดำเนินงาน การติดตามประเมินผล หรือร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อบรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตกลงกันได้

จินตนา สุขจรรย์ (2549) การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการดำเนินงานรวมพลังประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือองค์กรเอกชนเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหรือแก้ปัญหาของชุมชน โดยให้สมาชิกเข้ามาร่วมวางแผน ปฏิบัติและประเมินงาน เพื่อแก้ปัญหาของชุมชน

ทรงวุฒิ เรืองวาทศิลป์ (2550) การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีบทบาทร่วมในกิจกรรมทุกประการตามกำลังความสามารถของสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจ การดำเนินกิจกรรม การติดตามตรวจสอบ และการประเมินผลร่วมกัน นำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขพัฒนางานในกลุ่มให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สัญญา เคนาภูมิ (2551) การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่สมาชิกได้มีโอกาสร่วมคิดร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามโครงการ ร่วมติดตามประเมินผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่พึงประสงค์ ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมจะต้องมาจากความสมัครใจ พึงพอใจ และได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากชุมชนโดยส่วนรวมร่วมกัน

เมตต์ เมตต์การุณจิต (2553) การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็ทางตรงหรือทางอ้อม ในลักษณะของการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ ร่วมติดตามผล

สรุปได้ดังนี้ หลักสำคัญของการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา คือ การมีความเสมอภาคเท่าเทียมกันการเปิดโอกาสให้มีความเป็นอิสระไม่ครอบงำการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องรวมถึงมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการอย่างแท้จริง

## 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม

รีดเดอร์ (Reeder, 1963 อ้างถึงใน ปรีดา เจษฎารางกุล, 2550, น.26)

ได้สรุปปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการรักษาการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 11 ประการ ดังนี้

- 1) การปฏิบัติตนให้สอดคล้องตามความเชื่อถือพื้นฐาน กล่าวคือ บุคคลและกลุ่มบุคคลเหมือนจะเลือกแบบวิธีการปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องและคล้ายคลึงกับความเชื่อพื้นฐานของตนเอง
- 2) มาตรฐานคุณค่า บุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณค่าของตนเอง
- 3) เป้าหมายบุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะส่งเสริมป้องกันและรักษาเป้าหมายตน

4) ประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา พฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลบางครั้งมีรากฐานมาจากประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา

5) ความคาดหวัง บุคคลและกลุ่มบุคคลจะประพฤติตามแบบที่ตนคาดหวังว่า จะต้องประพฤติในสถานการณ์เช่นนั้น ทั้งยังชอบปฏิบัติต่อผู้อื่นในลักษณะที่ตนคาดหวังจากผู้อื่นด้วยเช่นกัน

6) การมองแต่ตนเอง บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ซึ่งคิดว่าตนเองสมควรกระทำเช่นนั้น

7) การบีบบังคับ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ด้วยความรู้สึกว่าตนถูกบังคับให้ทำ

8) นิสัยและประเพณี บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ซึ่งเรามีนิสัยชอบกระทำอยู่ในสถานการณ์นั้นๆ

9) โอกาส บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบการปฏิบัติของสังคม โดยเฉพาะในทางที่เกี่ยวข้องกับจำนวนและชนิดของโอกาส ซึ่งโครงการของสังคมเอื้ออำนวยเข้ามามีส่วนร่วมกันในการกระทำเช่นนั้นเท่าที่พวกเขาได้รับรู้

10) ความสามารถ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมกันในกิจกรรมบางอย่างที่ตนเห็นว่าสามารถทำในสิ่งที่ต้องการให้เขาทำในสถานการณ์เช่นนั้น

11) การสนับสนุน บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเริ่มปฏิบัติเมื่อเขาารู้สึกว่าเขาได้รับการสนับสนุนที่ดีพอให้ทำการเช่นนั้น

โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1980 อ้างถึงใน ณรงค์ วาริษล, 2551, น. 9)

กล่าวว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม ได้แก่

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) สถานภาพสมรส
- 4) ระดับการศึกษา
- 5) อาชีพ
- 6) รายได้
- 7) ระยะเวลาที่อยู่ในท้องถิ่น
- 8) สถานภาพการทำงาน



อรพรรณ ภมรสวรรณ (2544) กล่าวว่า การที่ประชาชนในชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมการพัฒนาใดๆ มากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยภายนอกชุมชนและปัจจัย ภายในชุมชน เช่น แบบแผนการดำเนินชีวิต ความรู้และทัศนคติต่อกิจกรรมนั้นๆ การมีโอกาส และการได้รับการสนับสนุนจากภายนอก นโยบายการพัฒนาของรัฐ บทบาทของทางราชการ ต่อการพัฒนา โครงสร้างทางการเมืองและสังคม เป็นต้น

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทั้งหมดที่กล่าวมา ผู้ศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมที่จะทำการศึกษาได้แก่ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิก

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

#### 3.1 ความหมายของส่วนประสมการตลาด

คอตเลอร์ (kotler, 2000, p. 14) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาดไว้ว่า เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, น. 53) ได้ให้ความหมายของส่วนประสม การตลาดว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ แก่กลุ่มเป้าหมาย

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้สำหรับส่วนประสมการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, น. 53-55) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

##### 3.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ต้องการนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยการบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยความพึงพอใจนั้น อาจะมาจากสิ่งที่สัมผัส ได้หรือไม่ได้ โดยผลิตภัณฑ์นั้นต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า (Value) ในสายตาของผู้บริโภค

##### 3.2.2 ด้านราคา (Price)

ราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการ ของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าและ/หรือบริการนั้นๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไปนอกจากนี้ ยังอาจหมายถึงคุณค่า

ของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคาที่ต้องจ่ายเงินออกไปกับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจากผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision)

### 3.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งมีลักษณะที่ต้องพิจารณาว่า กลุ่มเป้าหมายคือใครและควรกระจายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2541) ได้กล่าวไว้ว่าการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจนั้นมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการให้บริการ เนื่องจากทำเลที่ตั้ง ที่กิจการเลือกไว้นั้นจะเป็นตัว กำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการดังนั้นสถานที่ให้บริการจึงควรครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง (Location) จะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท โดยในส่วนของกำหนดยุทธศาสตร์การจัดจำหน่ายจะต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้ง 3 ส่วน ดังนี้

- 1) ลักษณะและรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ
- 2) ความจำเป็นในการใช้คนกลาง (Intermediary) เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการของธุรกิจ
- 3) ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ

### 3.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความจูงใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้าและ/หรือบริการโดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ(Remind) ในตัวผลิตภัณฑ์โดยคาดว่า การส่งเสริมการตลาดนั้น จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรม การซื้อสินค้าหรือบริการ หรืออาจเป็นการติดต่อสื่อสาร เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ก็เป็นได้ทั้งนี้จะต้องมีการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ อย่างผสมผสานกัน หรือเรียกได้ว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC: Integrated Marketing Communication) ซึ่งการจะใช้เครื่องมือในรูปแบบใดนั้น จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการประกอบด้วย 5 เครื่องมือหลัก ดังนี้

- 1) การโฆษณา (Advertising)
- 2) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)
- 3) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling)
- 4) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
- 5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

### 3.2.5 ด้านบุคคล (People)

ด้านบุคคล หรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่างๆ ซึ่งนับรวมตั้งแต่ เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิดวางแผนและปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว

### 3.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นและมีคุณภาพ เช่นการตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้าการบริการที่รวดเร็ว เป็นต้นสิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านการบริการที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพในภาพรวม ซึ่งก็คือในส่วนของสภาพทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจ และความแปลกใหม่ของสภาพทางกายภาพที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น

### 3.2.7 ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วโดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากว่ากิจกรรมต่างๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกันจะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้กระบวนการทำงานในด้านของการบริการจำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานภายในองค์กรทุกคนเกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างถูกต้องและราบรื่น

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัยยุทธน์ มาลัย (บทคัดย่อ ปี 2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อ.พร้าว จ.เชียงใหม่ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่สมาชิกสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด จำนวน 362 คน ผลการศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์พบว่า ปัจจัยการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิก โดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการทำธุรกิจของสมาชิกอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณารายละเอียดแล้วพบว่าปัจจัยการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ

ทวีชัย คำทวี พุฒิสรรค์ เครือคำ นครศรี รังควัต และพหล ศักดิ์คะทัพนธ์ (บทคัดย่อ ปี 2558) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด 2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด 4) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จำนวน 221 คน ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 59 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า มีสถานภาพสมรส มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4 คน มีจำนวนแรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 3 คน ขนาดพื้นที่ถือครองในครัวเรือนเฉลี่ย 5 ไร่ มีรายได้รวมในครัวเรือนเฉลี่ย 105,257 บาทต่อปี สมาชิกกลุ่มตัวอย่างกู้เงินจากสหกรณ์จำนวน 56 คน เฉลี่ย 18,228 บาทต่อคน จำนวนการถือหุ้นกับสหกรณ์เฉลี่ย 3,732 บาทต่อคน การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตรและสหกรณ์จากสื่อต่างๆ เฉลี่ย 11 ครั้งต่อเดือน มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่สหกรณ์เฉลี่ย 2 ครั้งต่อเดือน มีการติดต่อกับเพื่อนบ้านเฉลี่ย 3 ครั้งต่อเดือน ส่วนใหญ่สมาชิกสหกรณ์ ไม่มีตำแหน่งทางสังคม มีประสบการณ์การฝึกอบรมหรือการดูงานด้านการเกษตรเฉลี่ย 1 ครั้งต่อปี และมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์เฉลี่ย 11 ปี 2) ด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตัดสินใจ ด้านการปฏิบัติการ

ด้านการรับผลประโยชน์ และด้านการประเมินผล โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 3) สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรประจวบ จำกั๊ด มี 6 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนเงินกู้จากสหกรณ์ จำนวนการถือหุ้นกับสหกรณ์ การได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการเกษตร และสหกรณ์จากสื่อต่างๆ การติดต่อกับเจ้าหน้าที่สหกรณ์ การติดต่อกับเพื่อนบ้าน และประสบการณ์การฝึกอบรมหรือดูงานด้านการเกษตร 4) สำหรับปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมที่สำคัญ ได้แก่ การเข้าไปมีส่วนร่วมในการจำหน่ายผลผลิตน้อยและไม่มีเวลาเนื่องจากมีงานมารวมถึงขาดความรู้ความเข้าใจในการมีส่วนร่วมกับสหกรณ์ ส่วนข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานสหกรณ์ ได้แก่ สหกรณ์ควรจัดหาตลาดเพื่อเพิ่มการกระจายผลผลิตทางการเกษตรให้แก่สมาชิก เนื่องจากช่วงลำไยในฤดูสมาชิกสามารถขายผลผลิตให้แก่สหกรณ์ได้จำนวนจำกัด สหกรณ์ควรกระจายการรับซื้อผลผลิตจากสมาชิกเฉลี่ย ในจำนวนเท่าๆ กัน และควรมีการจัดอบรมดูงานในท้องถิ่น อื่นๆ เพื่อเพิ่มความรู้แก่สมาชิกมากขึ้นในการมีส่วนร่วมกับสหกรณ์

สุครัตน์ วารศ, กอบกิตติ์ สุวรรณ โชติ, เบญจ์ พรพลธรรม, วรพันธ์ ทองมัน (บทคัดย่อปี 2562) ได้ศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหวาน จำกัด อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหวาน จำกัด 2) เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหวาน จำกัด ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการเป็นสมาชิกต่างกัน 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหา และแนวทางแก้ไขการมีส่วนร่วมกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหวาน จำกัด เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการหาค่าสถิติ t-test และ F-test รวมถึงการเปรียบเทียบรายคู่โดยใช้ Scheffe method ผลการวิจัย พบว่า การมีส่วนร่วมกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหวาน จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการเป็นสมาชิก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านธุรกิจขาย ด้านธุรกิจซื้อ และด้านการรับฝากเงิน อยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบ การมีส่วนร่วมกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหวาน จำกัด ตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาการเป็นสมาชิก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ข้อเสนอแนะและแนวทางแก้ไขการมีส่วนร่วมกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหวาน จำกัด คือ ควรช่วยเหลือกลุ่มสมาชิกได้กู้เงินดอกเบี้ยต่ำ รวบรวมผลผลิตทางการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์ขายสู่ตลาด รับฝากเก็บรักษาผลผลิตหรือการจัดหาตลาดขายผลผลิตของสมาชิก เพื่อจะได้ราคาดีกว่าและเป็นการป้องกันกตราคาสินค้าทางการเกษตรจากพ่อค้าคนกลางควรสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับสมาชิกในเรื่องของการซื้อเครื่องอุปโภคบริโภค และเครื่องมือเครื่องใช้

ในการเกษตรโดยรวมกันซื้อเป็นจำนวนมาก หรือซื้อในราคาขายส่ง ควรสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับสมาชิกในเรื่องเกี่ยวกับระเบียบการและขั้นตอนของการออมทรัพย์ การฝากเงิน ดอกเบี้ยเงินฝาก อันจะทำให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจ และส่งผลให้ การดำเนินชีวิตของสมาชิกมีความเจริญก้าวหน้า ต่อไป

ฉันทนุท ไบยา (บทคัดย่อ ปี 2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อบริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด 2) ศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสินเชื่อของสหกรณ์การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด 3) ศึกษาปัจจัยทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด และ 4) เปรียบเทียบปัจจัยทัศนคติและปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบริการสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ประชากรได้แก่ สมาชิกผู้ให้บริการด้านสินเชื่อสหกรณ์การเกษตรดอนเจดีย์ จำกัด จำนวน 1,423 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ ได้จำนวน 315 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการเปรียบเทียบเชิงพหุคูณด้วยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด

ผลการศึกษา พบว่า 1) ทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อบริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) สมาชิกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสินเชื่อของสหกรณ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านราคา 3) ปัจจัยด้านทัศนคติไม่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ แต่ส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อ โดยปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุด ได้แก่ ด้านสถานที่รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ 4) สมาชิกที่มีอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการบริการสินเชื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสมาชิกที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จุฑามาศ อุปถัมภ์ ธีรวัตร ภูระธีรานันท์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ (บทคัดย่อปี 2563) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อบริการส่วนประสมการตลาด 2) เพื่อศึกษา

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์

3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ที่ใช้บริการสินเชื่อ จำนวน 380 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าที่มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.969 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41 -50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 6 -10 ปีเมื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดโดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก

ผลการศึกษากระบวนการตัดสินใจ ใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์โดยรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผลศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจ ใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และการนำเสนอ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการใช้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ มากที่สุดได้แก่ ห้องน้ำในสำนักงานสหกรณ์ไม่ค่อยสะอาดเหมือนไม่มีการเช็ดถู และขยะวางไม่เป็นจุด และมีข้อเสนอแนะว่าสหกรณ์ควรมีปฏิทิน หรือของชำร่วยแจกสมาชิกในช่วงเทศกาลต่างๆ

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีการดำเนินการวิจัยศึกษารายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้มีประชากรทั้งหมด 132 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ โดยกลุ่มที่ 1 จะทำการศึกษาจากจำนวนประชากรทั้งหมด 132 คน

กลุ่มที่ 2 สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ โดยกลุ่มที่ 2 จะทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด ซึ่งมีจำนวน 415 คน ซึ่งได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาค่าตามวิธีของทาโร ยามานะ (Yamane) คำนวณ ได้ดังนี้

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

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (e = 0.05)



$$n = \frac{415}{1+415(0.05)^2}$$

$$n = \frac{415}{2.0375}$$

$$n = 203.68$$

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างข้างต้นจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างของผู้ไม่มีส่วนร่วมกับสหกรณ์ที่เหมาะสมอยู่ที่ 203.68 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาจึงขอกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 205 ตัวอย่างเพื่อความสะดวก ซึ่งเป็นตัวเลขที่มีค่ามากกว่าจำนวนที่คำนวณได้

**1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง** การศึกษาครั้งนี้ใช้ความน่าจะเป็นในการสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเลือกวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) และสุ่มโดยบังเอิญ สุ่มจากผู้ให้บริการ

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้จะใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม โดยมีรูปแบบโครงสร้างของแบบสอบถามและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

### 2.1 รูปแบบโครงสร้างแบบสอบถาม

แบบสอบถามจะประกอบด้วยข้อมูล 4 ส่วน ต่อไปนี้

แบบสอบถามในส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์ ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร จำนวนบุคคลในครอบครัว ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ โดยจะใช้ลักษณะคำถามในแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ส่วนร่วมในการซื้อสินค้า

โดยจะใช้ลักษณะคำถามในแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ต่อไปนี้

- (1) เคยใช้บริการ
- (2) ไม่เคยใช้บริการ

แบบสอบถามในส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

โดยจะใช้ลักษณะคำถามในแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็นระดับจำนวน 5 ระดับ ต่อไปนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	ไม่เลย

เกณฑ์ประเมินผลในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

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

จากการคำนวณจะได้ค่าเฉลี่ยแต่ละระดับห่างกัน 0.80 ซึ่งแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยแต่ละระดับได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่เลย

แบบสอบถามในส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้นำวิ้งงาม จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของสมาชิก ข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมของสมาชิก

## 2.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

**2.2.1 ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)** ในการศึกษาครั้งนี้ว่าอิสระในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบเนื้อหาและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เพื่อนำมาประมวลผลความเหมาะสม โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ (1) ว่าร้อยตรีสมมาตร โกศล ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ 1 (2) นางคุษฎี ทองรอด ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ 4 (3) นางสาวสุพรทิพย์ นครเนียม ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจการสหกรณ์ สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งจะต้องหาค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 – 1.00 แสดงถึงความถูกต้องที่ขงตรง โดยพบว่าแบบสอบถามการวิจัยสามารถหาค่า IOC ได้อยู่ที่ 0.904 ผลคือ ให้งงไว้

**2.2.2 ความเชื่อถือได้ (Reliability)** ในการศึกษาครั้งนี้ว่าอิสระในครั้งนี้ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลไปตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์ หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบัก (Cronbach Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติหาความเชื่อมั่นและทดลองใช้กับประชากรที่อาจจะไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด โดยใช้ประชากรจากสหกรณ์ผู้ใช้น้ำแหลมโพธิ์ จำกัด พบว่า สามารถหาค่าความน่าเชื่อถือได้ที่ 0.88 ซึ่งนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ 1. สมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ จำนวน 132 คน 2. สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ จำนวน 205 คน ในคราวการประชุมใหญ่สามัญประจำปีของสหกรณ์ หรือแจกแบบสอบถามจากสมาชิกที่เข้ามาใช้บริการสหกรณ์ในแต่ละวันและลงพื้นที่เก็บจากสมาชิกโดยตรงเนื่องจากสมาชิกบางกลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกที่ไม่เคยมีส่วนร่วมกับสหกรณ์เลย

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูลและทำการสรุปผลนั้น จะทำการหลังจากได้รับข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามแล้ว จำนวน 337 ชุด แล้วนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ทางสถิติ ซึ่งจะใช้สถิติต่อไปนี้

4.1 สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4.2 สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4.3 สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จะใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการวิเคราะห์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4.4 สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด การวิเคราะห์เนื้อหาสาระของข้อเสนอแนะ เป็นคำถามแบบปลายเปิด ให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

4.5 การเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การทดสอบค่าที (T Test)

4.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test)



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก เพื่อทำการอธิบายรวมทั้งทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรของการวิจัย ซึ่งข้อมูลในการนำมาวิเคราะห์นี้ได้มาจากการเก็บแบบสอบถามที่มีคำตอบของกลุ่มตัวอย่างครบถ้วนและสมบูรณ์แล้ว จำนวนทั้งสิ้น 337 ชุด โดยนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย ผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล
  2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์
  3. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด
  4. เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด
  5. ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด
  6. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์
- ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

## 1. ปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มที่ 1 สมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 132 คน

ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์ ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร จำนวนบุคคลในครอบครัว ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.1 – 4.9

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	59	44.70
หญิง	73	55.30
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.30 และเพศชาย จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.70

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
20 – 30 ปี	7	5.30
31 – 40 ปี	24	18.20
41 – 50 ปี	44	33.30
51 – 60 ปี	41	31.10
60 ปีขึ้นไป	16	12.10
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี มากที่สุด จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคืออายุอยู่ในช่วง 51 – 60 ปี จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.10 ถัดมาอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.10 น้อยที่สุดคืออายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.30

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	75	56.80
มัธยมศึกษา	41	31.10
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	11	8.30
ปริญญาตรี	5	3.80
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	-	-
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับการศึกษามากที่สุดคือ ประถมศึกษา จำนวน 75 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.80 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา จำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.10 ถัดมาคือระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.30 และน้อยที่สุดคือระดับปริญญาตรี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.80 ส่วนระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าไม่มีข้อมูล

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
10,000 – 30,000 บาทต่อปี	36	27.30
30,000 – 50,000 บาทต่อปี	54	40.90
50,000 – 100,000 บาทต่อปี	34	25.80
100,000 บาทต่อปีขึ้นไป	8	6.10
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีรายได้เฉลี่ยต่อปีมากที่สุดอยู่ในช่วง 30,000 – 50,000 บาทต่อปี จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.90 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ในช่วง 10,000 - 30,000 บาทต่อปี จำนวน 36 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30 ถัดมาคือรายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ในช่วง 50,000 – 100,000 บาทต่อปี จำนวน 25.80 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.80 และน้อยที่สุดคือรายได้เฉลี่ยต่อปี 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.10

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1-3 ปี	24	18.20
4-6 ปี	44	33.30
7-10 ปี	43	32.60
10 ปีขึ้นไป	21	15.90
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากที่สุดอยู่ในช่วง 4–6 ปี จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมามีระยะเวลาการเป็นสมาชิกอยู่ในช่วง 7 – 10 ปี จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.60 ถัดมามีระยะเวลาการเป็นสมาชิกอยู่ในช่วง 1 – 3 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.20 และน้อยที่สุดคือระยะเวลาการเป็นสมาชิก 10 ปีขึ้นไป จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.90

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์

บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
คณะกรรมการสหกรณ์	7	5.30
สมาชิก	125	94.70
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกส่วนใหญ่มีบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์เป็นสมาชิก จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.70 และเป็นคณะกรรมการสหกรณ์ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.30



ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลผลิตหลักในการทำการเกษตร

ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข้าวเปลือก	124	93.90
พืชผัก	7	5.30
เลี้ยงสัตว์	1	0.80
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีผลผลิตในการทำการเกษตรมากที่สุดคือข้าวเปลือก จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.90 รองลงมาคือพืชผัก จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.30 และน้อยที่สุดคือเลี้ยงสัตว์ จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัว

จำนวนบุคคลในครอบครัว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1-3 คน	79	59.80
4-6 คน	52	39.40
6 คนขึ้นไป	1	0.80
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีจำนวนบุคคลในครอบครัวมากที่สุดอยู่ในช่วง 1 – 3 คน จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.80 รองลงมาอยู่ในช่วง 4-6 คน จำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.40 และน้อยที่สุดคือ 6 คนขึ้นไปจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์

ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	53	40.20
ไม่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	79	59.80
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกส่วนมากไม่เคยผ่านการอบรมพื้นฐานด้านสหกรณ์ จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.80 และผู้ที่เคยผ่านการอบรมพื้นฐานด้านสหกรณ์ จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.20

#### กลุ่มที่ 2 สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 205 คน

ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์ ผลผลิตหลักในการทำเกษตร จำนวนบุคคลในครอบครัว ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.10 – 4.19

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	70	33.41
หญิง	135	65.90
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 135 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.90 และเพศชาย จำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.41

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
20 – 30 ปี	-	-
31 – 40 ปี	6	2.90
41 – 50 ปี	29	14.10
51 – 60 ปี	130	63.40
60 ปีขึ้นไป	40	19.50
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีอายุอยู่ในช่วง 51 - 60 ปี มากที่สุด จำนวน 130 ราย คิดเป็นร้อยละ 63.40 รองลงมาคืออายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.50 ถัดมาอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.10 และน้อยที่สุดคืออายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.90

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	174	84.90
มัธยมศึกษา	23	11.20
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	8	3.90
ปริญญาตรี	-	-
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	-	-
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับการศึกษามากที่สุดคือ ประถมศึกษา จำนวน 174 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.90 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.20 และน้อยที่สุดคือ ระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.90

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี

รายได้เฉลี่ยต่อปี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
10,000 – 30,000 บาทต่อปี	5	2.40
30,001 – 50,000 บาทต่อปี	19	9.30
50,001 – 100,000 บาทต่อปี	142	69.30
100,000 บาทต่อปีขึ้นไป	39	19.00
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีรายได้เฉลี่ยต่อปีมากที่สุดอยู่ในช่วง 50,001 – 100,000 บาทต่อปี จำนวน 142 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.30 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ในช่วง 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.00 ถัดมามีรายได้เฉลี่ยต่อปีอยู่ในช่วง 30,001 – 50,000 บาทต่อปี จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.30 และน้อยที่สุดคือรายได้เฉลี่ยต่อปี 10,000 -30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.40

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1-3 ปี	5	2.40
4-6 ปี	27	13.20
7-10 ปี	76	37.10
10 ปีขึ้นไป	97	47.30
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากที่สุดอยู่ในช่วง 10 ปีขึ้นไป จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.30 รองลงมามีระยะเวลาการเป็นสมาชิกอยู่ในช่วง 7 – 10 ปี จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.10 ถัดมามีระยะเวลาการเป็นสมาชิกอยู่ในช่วง 4 – 6 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.20 และน้อยที่สุดคือระยะเวลาการเป็นสมาชิก 1- 3 ปี จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.40

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์

บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
สมาชิก	205	100
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100</b>

จากตาราง สมาชิกทั้งหมดมีบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์เป็นสมาชิก จำนวน 205 ราย คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลผลิตหลักในการทำการเกษตร

ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ข้าวเปลือก	191	93.20
พืชผัก	8	3.90
เลี้ยงสัตว์	6	2.90
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100</b>

จากตาราง สมาชิกมีผลผลิตในการทำการเกษตรมากที่สุดคือข้าวเปลือก จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.20 รองลงมาคือพืชผัก จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.90 และน้อยที่สุดคือเลี้ยงสัตว์ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.90

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัว

จำนวนบุคคลในครอบครัว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1-3 คน	165	80.50
4-6 คน	29	14.10
6 คนขึ้นไป	11	5.40
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกมีจำนวนบุคคลในครอบครัวมากที่สุดอยู่ในช่วง 1 – 3 คน จำนวน 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.50 รองลงมาอยู่ในช่วง 4-6 คน จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.10 และน้อยที่สุดคือ 6 คนขึ้นไปจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.40

ตารางที่ 4.18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์

ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	56	27.30
ไม่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	149	72.70
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกส่วนมากไม่เคยผ่านการอบรมพื้นฐานด้านสหกรณ์ จำนวน 149 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.70 และผู้ที่เคยผ่านการอบรมพื้นฐานด้านสหกรณ์ จำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.30

## 2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์

กลุ่มที่ 1 สมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 132 คน

ข้อมูลการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์ประกอบไปด้วยการมีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ 2 ธุรกิจ คือ 1. ธุรกิจสินเชื่อ 2. ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.19 – 4.24

ตารางที่ 4.19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)

ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	121	91.70
ไม่เคยใช้บริการ	11	8.30
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการและมีส่วนร่วมกับธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) จำนวน 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.70 และไม่เคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.30

ตารางที่ 4.20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)

ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	94	71.20
ไม่เคยใช้บริการ	38	28.80
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการและมีส่วนร่วมกับธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.20 และไม่เคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.80

ตารางที่ 4.21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)

ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	7	5.30
ไม่เคยใช้บริการ	125	94.70
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกไม่เคยใช้บริการและมีส่วนร่วมกับธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.70 และเคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.30

ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย)

ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย(ปุ๋ย)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	132	100
ไม่เคยใช้บริการ	-	-
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย) จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ไม่มีผู้ใดไม่เคยใช้บริการเลย



ตารางที่ 4.23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)

ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	127	96.20
ไม่เคยใช้บริการ	5	3.80
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 96.20 และไม่เคยใช้บริการเลย จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.80

ตารางที่ 4.24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)

ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	119	90.20
ไม่เคยใช้บริการ	13	9.80
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการธุรกิจซื้อสินค้า (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.20 และไม่เคยใช้บริการเลย จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.80

**กลุ่มที่ 2 สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 205 คน**

ข้อมูลการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์ประกอบไปด้วยการมีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ 2 ธุรกิจ คือ 1.ธุรกิจสินเชื่อ 2. ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.25 – 4.30

ตารางที่ 4.25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)

ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	118	57.60
ไม่เคยใช้บริการ	87	42.40
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการและมีส่วนร่วมกับธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) จำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 57.60 และไม่เคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.40

ตารางที่ 4.26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)

ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	187	91.20
ไม่เคยใช้บริการ	18	8.80
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการและมีส่วนร่วมกับธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) จำนวน 187 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.20 และไม่เคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.80

ตารางที่ 4.27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)

ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	6	2.90
ไม่เคยใช้บริการ	199	97.10
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกไม่เคยใช้บริการและมีส่วนร่วมด้วยธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) จำนวน 199 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.10 และเคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.90

ตารางที่ 4.28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย)

ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	189	92.20
ไม่เคยใช้บริการ	16	7.80
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย) จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.20 และไม่เคยใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย) จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.80

ตารางที่ 4.29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)

ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	132	64.40
ไม่เคยใช้บริการ	73	35.60
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.40 และไม่เคยใช้บริการเลย จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.60

ตารางที่ 4.30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)

ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคยใช้บริการ	37	18.00
ไม่เคยใช้บริการ	168	82.00
<b>รวม</b>	<b>205</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง สมาชิกเคยใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 และไม่เคยใช้บริการเลย จำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.00

### 3. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงม จำกัด

กลุ่มที่ 1 สมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 132 คน

ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงม จำกัด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4.31 – 4.38

ตารางที่ 4.31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.38	0.36	มากที่สุด
ด้านราคา	4.44	0.43	มากที่สุด
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.67	0.41	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.37	0.42	มากที่สุด
ด้านบุคลากร	4.47	0.42	มากที่สุด
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.71	0.39	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.44	0.38	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.50</b>	<b>0.25</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านที่น้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
เงินกู้มีหลายรูปแบบ	4.30	0.51	มากที่สุด
วงเงินให้กู้เหมาะสม	4.35	0.51	มากที่สุด
ระยะเวลาชำระหนี้เหมาะสมกับรายได้สมาชิก	4.41	0.53	มากที่สุด
สินค้ามีหลายชนิดตรงกับความต้องการสมาชิก	4.47	0.55	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.38</b>	<b>0.36</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้ หัวข้อเรื่องสินค้ามีหลายชนิดตรงกับความต้องการสมาชิกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาหัวข้อเรื่องระยะเวลาชำระหนี้เหมาะสมกับรายได้สมาชิก ถัดมาคือหัวข้อเรื่องวงเงินให้กู้เหมาะสม

ตารางที่ 4.33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านราคา

ด้านราคา	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
เงินกู้มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม	4.42	0.53	มากที่สุด
งวดที่ผ่อนชำระคืนที่เหมาะสม	4.40	0.51	มากที่สุด
ราคาขายสินค้าที่เหมาะสม	4.52	0.51	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.44</b>	<b>0.43</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านราคา โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้ หัวข้อเรื่องราคาขายสินค้าที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อเรื่องเงินกู้มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องงวดที่ผ่อนชำระคืนที่เหมาะสม

ตารางที่ 4.34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
เดินทางสะดวกในการใช้บริการ	4.62	0.50	มากที่สุด
สหกรณ์ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	4.72	0.45	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.67</b>	<b>0.41</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้ หัวข้อเรื่องสหกรณ์ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องเดินทางสะดวกในการใช้บริการ

ตารางที่ 4.35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
สหกรณ์ประชาสัมพันธ์ในสมาชิกได้ทั่วถึง	4.46	0.50	มากที่สุด
สหกรณ์จ่ายเฉลี่ยคืนให้เหมาะสม	4.33	0.52	มากที่สุด
มีการแจกของรางวัลให้สมาชิก	4.32	0.54	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.37</b>	<b>0.42</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้ หัวข้อเรื่องสหกรณ์ประชาสัมพันธ์ในสมาชิกได้ทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อเรื่องสหกรณ์จ่ายเฉลี่ยคืนให้เหมาะสม และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องมีการแจกของรางวัลให้สมาชิก

ตารางที่ 4.36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพในการให้บริการ	4.50	0.50	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน	4.52	0.53	มากที่สุด
เจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการบริการ	4.40	0.52	มากที่สุด
รวม	4.47	0.42	มากที่สุด

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้ หัวข้อเรื่องเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อเรื่องเจ้าหน้าที่มีความสุภาพในการให้บริการและน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการ

ตารางที่ 4.37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
สถานที่สะอาดเหมาะสม	4.70	0.46	มากที่สุด
มีที่นั่งรอให้บริการเพียงพอ	4.68	0.48	มากที่สุด
สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ	4.77	0.44	มากที่สุด
รวม	4.71	0.39	มากที่สุด

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้ หัวข้อเรื่องสถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อเรื่องสถานที่สะอาดเหมาะสม และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องมีที่นั่งรอให้บริการเพียงพอ



ตารางที่ 4.38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
การพิจารณาเงินกู้อย่างรวดเร็ว	4.36	0.48	มากที่สุด
การขายสินค้ารวดเร็วเป็นระบบ	4.36	0.48	มากที่สุด
คำขอกู้เข้าใจง่าย ชัดเจน	4.42	0.51	มากที่สุด
การทำงานในภาพรวมเป็นระบบ	4.63	0.50	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.44</b>	<b>0.38</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้ หัวข้อเรื่องการทำงานในภาพรวมเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อเรื่องคำขอกู้เข้าใจง่าย ชัดเจน และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องการพิจารณาเงินกู้อย่างรวดเร็ว และ การขายสินค้ารวดเร็วเป็นระบบ



**กลุ่มที่ 2 สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 205 คน**

ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืด จำกัด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4.39 – 4.46

ตารางที่ 4.39 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ทั้ง 7 ด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.17	0.37	มาก
ด้านราคา	4.18	0.37	มาก
ด้านช่องทางการให้บริการ	4.50	0.70	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.12	0.35	ปานกลาง
ด้านบุคลากร	3.77	0.37	มาก
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.10	0.29	มาก
ด้านกระบวนการ	3.98	0.25	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>0.22</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ภาพรวมในระดับมาก โดยจำแนกเป็นรายด้านดังนี้ ด้านช่องทางการให้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ตามลำดับ และด้านที่น้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 4.40 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
เงินกู้มีหลายรูปแบบ	4.24	0.43	มากที่สุด
วงเงินให้กู้เหมาะสม	4.11	0.39	มาก
ระยะเวลาชำระหนี้เหมาะสมกับรายได้สมาชิก	4.22	0.48	มากที่สุด
สินค้ำมีหลายชนิดตรงกับความต้องการสมาชิก	4.12	0.40	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.17</b>	<b>0.37</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้ หัวข้อเรื่องเงินกู้มีหลายรูปแบบ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาหัวข้อเรื่องระยะเวลาชำระหนี้เหมาะสมกับรายได้สมาชิก ถัดมาคือหัวข้อเรื่องสินค้ำมีหลายชนิดตรงกับความต้องการสมาชิก และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องวงเงินให้กู้เหมาะสม

ตารางที่ 4.41 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านราคา

ด้านราคา	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
เงินกู้มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม	4.24	0.43	มากที่สุด
งวดที่ผ่อนชำระคืนที่เหมาะสม	4.13	0.41	มาก
ราคาขายสินค้ำที่เหมาะสม	4.18	0.38	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.18</b>	<b>0.37</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านราคา โดยรวมในระดับมาก โดยจำแนกเป็นรายชื่อดังนี้ หัวข้อเรื่องเงินกู้มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อเรื่องราคาขายสินค้ำที่เหมาะสม และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องงวดที่ผ่อนชำระคืนที่เหมาะสม

ตารางที่ 4.42 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านช่องทางการให้บริการ

ด้านช่องทางการให้บริการ	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
เดินทางสะดวกในการใช้บริการ	4.54	0.71	มากที่สุด
สหกรณ์ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	4.48	0.71	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.50</b>	<b>0.70</b>	<b>มากที่สุด</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านช่องทางการให้บริการ โดยรวมในระดับมากที่สุด โดยจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้ หัวข้อเรื่องเดินทางสะดวกในการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องสหกรณ์ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน

ตารางที่ 4.43 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
สหกรณ์ประชาสัมพันธ์ในสมาชิกได้ทั่วถึง	3.36	0.48	ปานกลาง
สหกรณ์จ่ายเฉลี่ยคืนให้เหมาะสม	3.13	0.33	ปานกลาง
มีการแจกของรางวัลให้สมาชิก	2.88	0.58	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.12</b>	<b>0.35</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับปานกลาง โดยจำแนกเป็นรายชื่อ ดังนี้ หัวข้อเรื่องสหกรณ์ประชาสัมพันธ์ในสมาชิกได้ทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อเรื่องสหกรณ์จ่ายเฉลี่ยคืนให้เหมาะสม และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องมีการแจกของรางวัลให้สมาชิก

ตารางที่ 4.44 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพในการให้บริการ	3.86	0.34	มาก
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน	3.72	0.44	มาก
เจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการบริการ	3.74	0.44	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.77</b>	<b>0.37</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านบุคลากร โดยรวมในระดับมาก โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้ หัวข้อเรื่องเจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพในการให้บริการ รองลงมาคือหัวข้อเรื่องเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการ และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 4.45 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
สถานที่สะอาดเหมาะสม	4.09	0.29	มาก
มีที่นั่งรอให้บริการเพียงพอ	4.09	0.29	มาก
สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ	4.09	.029	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.29</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมในระดับมาก โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้ หัวข้อเรื่องสถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ หัวข้อเรื่องสถานที่สะอาดเหมาะสมและหัวข้อเรื่องมีที่นั่งรอให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน

ตารางที่ 4.46 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
การพิจารณาเงินกู้อย่างรวดเร็ว	4.23	0.42	มากที่สุด
การขายสินค้ารวดเร็วเป็นระบบ	4.08	0.27	มาก
คำขอกู้เข้าใจง่าย ชัดเจน	4.11	0.32	มาก
การทำงานในภาพรวมเป็นระบบ	3.52	0.50	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.98</b>	<b>0.25</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง สมาชิกมีระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการ โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ย โดยจำแนกเป็นรายข้อดังนี้ หัวข้อเรื่องการพิจารณาเงินกู้อย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือหัวข้อเรื่องคำขอกู้เข้าใจง่าย ชัดเจน ถัดมาคือหัวข้อการขายสินค้ารวดเร็วเป็นระบบ มีค่าเฉลี่ย และน้อยที่สุดคือหัวข้อเรื่องการทำงานในภาพรวมเป็นระบบ

#### 4. เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาด

กลุ่มที่ 1 สมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 132 คน

ข้อมูลเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปรากฏผลดังตารางที่ 4.47 – 4.56

ตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)	n	$\bar{X}$	S.D.
เพศ	เคยใช้บริการ	121	1.64	0.51
	ไม่เคยใช้บริการ	11	1.55	0.50
อายุ	เคยใช้บริการ	121	3.33	1.04
	ไม่เคยใช้บริการ	11	2.55	1.03
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	121	1.73	0.81
	ไม่เคยใช้บริการ	11	1.58	0.64
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	121	2.12	1.04
	ไม่เคยใช้บริการ	11	1.91	0.86
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	121	2.51	0.96
	ไม่เคยใช้บริการ	11	1.91	0.83
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	121	2.00	0.00
	ไม่เคยใช้บริการ	11	1.94	0.23
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	121	1.18	0.45
	ไม่เคยใช้บริการ	11	1.06	0.26
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	121	1.63	0.51
	ไม่เคยใช้บริการ	11	1.38	0.50
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	121	1.60	0.52
	ไม่เคยใช้บริการ	11	1.55	0.49

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 9 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่เคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) มากกว่าสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.48 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)	n	$\bar{X}$	S.D.
เพศ	เคยใช้บริการ	94	1.56	0.50
	ไม่เคยใช้บริการ	38	1.53	0.50
อายุ	เคยใช้บริการ	94	3.39	1.26
	ไม่เคยใช้บริการ	38	3.21	0.97
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	94	1.61	0.82
	ไม่เคยใช้บริการ	38	1.59	0.79
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	94	2.13	0.92
	ไม่เคยใช้บริการ	38	2.05	0.85
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	94	2.47	0.97
	ไม่เคยใช้บริการ	38	2.45	0.96
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	94	1.97	0.31
	ไม่เคยใช้บริการ	38	1.89	0.17
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	94	1.07	0.30
	ไม่เคยใช้บริการ	38	1.05	0.22
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	94	1.43	0.51
	ไม่เคยใช้บริการ	38	1.34	0.48
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	94	1.71	0.50
	ไม่เคยใช้บริการ	38	1.55	0.46

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 9 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่เคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) มากกว่าสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการ



ตารางที่ 4.49 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	n	$\bar{X}$	S.D.
เพศ	เคยใช้บริการ	7	1.55	0.53
	ไม่เคยใช้บริการ	125	1.57	0.49
อายุ	เคยใช้บริการ	7	2.86	0.69
	ไม่เคยใช้บริการ	125	3.29	1.07
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	7	1.57	0.53
	ไม่เคยใช้บริการ	125	1.55	0.81
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	7	1.71	0.75
	ไม่เคยใช้บริการ	125	2.13	0.88
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	7	2.43	0.78
	ไม่เคยใช้บริการ	125	2.46	0.98
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	7	1.94	0.23
	ไม่เคยใช้บริการ	125	2.00	0.00
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	7	1.00	0.00
	ไม่เคยใช้บริการ	125	1.07	0.28
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	7	1.57	0.50
	ไม่เคยใช้บริการ	125	1.40	0.53
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	7	1.58	0.49
	ไม่เคยใช้บริการ	125	1.86	0.37

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 9 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) มากกว่าสมาชิกที่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)  
กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)	n	$\bar{X}$	S.D.
เพศ	เคยใช้บริการ	127	1.57	0.49
	ไม่เคยใช้บริการ	5	1.00	0.00
อายุ	เคยใช้บริการ	127	3.27	1.78
	ไม่เคยใช้บริการ	5	3.20	1.03
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	127	2.00	1.41
	ไม่เคยใช้บริการ	5	1.57	0.77
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	127	2.60	0.88
	ไม่เคยใช้บริการ	5	2.09	0.54
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	127	2.80	1.30
	ไม่เคยใช้บริการ	5	2.45	0.95
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	127	1.95	0.44
	ไม่เคยใช้บริการ	5	1.80	0.21
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	127	1.07	0.28
	ไม่เคยใช้บริการ	5	1.00	0.00
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	127	1.41	0.51
	ไม่เคยใช้บริการ	5	1.20	0.44
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	127	1.61	0.54
	ไม่เคยใช้บริการ	5	1.60	0.49

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 9 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่เคยใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย(เคมีภัณฑ์) มากกว่าสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย(เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)  
กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	n	$\bar{X}$	S.D.
เพศ	เคยใช้บริการ	119	1.56	0.50
	ไม่เคยใช้บริการ	13	1.53	0.50
อายุ	เคยใช้บริการ	119	3.39	1.26
	ไม่เคยใช้บริการ	13	3.21	0.97
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	119	1.61	0.82
	ไม่เคยใช้บริการ	13	1.59	0.79
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	119	2.13	0.92
	ไม่เคยใช้บริการ	13	2.05	0.85
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	119	2.47	0.97
	ไม่เคยใช้บริการ	13	2.45	0.96
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	119	1.97	0.31
	ไม่เคยใช้บริการ	13	1.89	0.17
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	119	1.07	0.30
	ไม่เคยใช้บริการ	13	1.05	0.22
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	119	1.43	0.51
	ไม่เคยใช้บริการ	13	1.34	0.48
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	119	1.71	0.50
	ไม่เคยใช้บริการ	13	1.55	0.46

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 9 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่เคยใช้บริการธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) มากกว่าสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.52 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) กับปัจจัย  
ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)	n	$\bar{X}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	121	4.52	0.45
	ไม่เคยใช้บริการ	11	4.37	0.35
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	121	4.72	0.46
	ไม่เคยใช้บริการ	11	4.41	0.42
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	121	4.77	0.41
	ไม่เคยใช้บริการ	11	4.66	0.41
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	121	4.69	0.45
	ไม่เคยใช้บริการ	11	4.34	0.40
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	121	4.75	0.41
	ไม่เคยใช้บริการ	11	4.44	0.39
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	121	4.66	0.44
	ไม่เคยใช้บริการ	11	4.72	0.38
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	121	4.52	0.48
	ไม่เคยใช้บริการ	11	4.43	0.37

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่เคยใช้บริการ  
มากกว่าสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) กับปัจจัย ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)	n	$\bar{X}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	94	4.42	0.36
	ไม่เคยใช้บริการ	38	4.36	0.35
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	94	4.49	0.43
	ไม่เคยใช้บริการ	38	4.42	0.42
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	94	4.68	0.43
	ไม่เคยใช้บริการ	38	4.67	0.40
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	94	4.38	0.44
	ไม่เคยใช้บริการ	38	4.33	0.41
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	94	4.52	0.42
	ไม่เคยใช้บริการ	38	4.45	0.42
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	94	4.72	0.44
	ไม่เคยใช้บริการ	38	4.70	0.37
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	94	4.45	0.42
	ไม่เคยใช้บริการ	38	4.41	0.36

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่เคยใช้บริการมากกว่าสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) กับปัจจัย  
ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	n	$\bar{X}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	7	4.12	0.60
	ไม่เคยใช้บริการ	125	4.40	0.34
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	7	4.28	0.48
	ไม่เคยใช้บริการ	125	4.42	0.42
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	7	4.64	0.62
	ไม่เคยใช้บริการ	125	4.67	0.40
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	7	4.36	0.65
	ไม่เคยใช้บริการ	125	4.42	0.40
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	7	4.23	0.53
	ไม่เคยใช้บริการ	125	4.48	0.46
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	7	4.57	0.41
	ไม่เคยใช้บริการ	125	4.72	0.38
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	7	4.43	0.56
	ไม่เคยใช้บริการ	125	4.53	0.37

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการ  
มากกว่าสมาชิกที่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.55 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)	n	$\bar{X}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	127	4.40	0.36
	ไม่เคยใช้บริการ	5	4.38	0.33
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	127	4.45	0.43
	ไม่เคยใช้บริการ	5	4.26	0.43
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	127	4.90	0.41
	ไม่เคยใช้บริการ	5	4.66	0.22
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	127	4.37	0.42
	ไม่เคยใช้บริการ	5	4.20	0.29
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	127	4.47	0.43
	ไม่เคยใช้บริการ	5	4.40	0.42
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	127	4.80	0.39
	ไม่เคยใช้บริการ	5	4.71	0.29
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	127	4.60	0.38
	ไม่เคยใช้บริการ	5	4.43	0.37

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการมากกว่าสมาชิกที่เคยใช้บริการ

ตารางที่ 4.56 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	n	$\bar{X}$	S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	119	4.38	0.37
	ไม่เคยใช้บริการ	13	4.32	0.15
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	119	4.46	0.44
	ไม่เคยใช้บริการ	13	4.25	0.19
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	119	4.67	0.41
	ไม่เคยใช้บริการ	13	4.61	0.41
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	119	4.40	0.42
	ไม่เคยใช้บริการ	13	4.02	0.09
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	119	4.49	0.43
	ไม่เคยใช้บริการ	13	4.33	0.27
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	119	4.84	0.39
	ไม่เคยใช้บริการ	13	4.70	0.32
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	119	4.46	0.39
	ไม่เคยใช้บริการ	13	4.26	0.06

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีค่าเฉลี่ยสมาชิกที่ไม่เคยใช้บริการมากกว่าสมาชิกที่เคยใช้บริการ



**กลุ่มที่ 2 สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 205 คน**

ข้อมูลเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ  
จ๊วงม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย  
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบค่าที่ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.57 – 4.68

สมมติฐานข้อ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันทำให้  
การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงม จำกัด แตกต่างกัน

HO : ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการ  
มีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ที่ไม่แตกต่างกัน

H1 : ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการ  
มีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์สมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก HO  
และยอมรับสมมติฐานรอง H1 ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig น้อยกว่า 0.05



ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
เพศ	เคยใช้บริการ	118	1.83	0.37	6.371	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	1.43	0.49		
อายุ	เคยใช้บริการ	118	4.23	0.42	5.765	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	3.68	0.81		
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	118	1.04	0.20	-4.807	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	1.39	0.65		
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	118	3.25	0.52	5.729	0.670
	ไม่เคยใช้บริการ	87	2.78	0.63		
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	118	3.47	0.70	3.991	0.315
	ไม่เคยใช้บริการ	87	3.05	0.83		
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	118	2.00	0.00	-	-
	ไม่เคยใช้บริการ	87	2.00	0.00		
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	118	1.10	0.40	0.179	0.701
	ไม่เคยใช้บริการ	87	1.09	0.36		
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	118	1.39	0.65	5.094	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	1.06	0.23		
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	118	1.57	0.49	-7.175	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	1.94	0.23		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ที่แตกต่างกันในเพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนบุคคลในครอบครัว และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
เพศ	เคยใช้บริการ	187	1.64	0.48	-1.976	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	18	1.83	0.38		
อายุ	เคยใช้บริการ	187	3.98	0.67	-0.762	0.903
	ไม่เคยใช้บริการ	18	4.11	0.67		
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	187	1.20	0.49	2.222	0.007*
	ไม่เคยใช้บริการ	18	1.06	0.23		
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	187	3.04	0.63	-0.448	0.140
	ไม่เคยใช้บริการ	18	3.11	0.32		
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	187	3.25	0.79	-2.128	0.075
	ไม่เคยใช้บริการ	18	3.67	0.59		
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	187	2.00	0.00	-	-
	ไม่เคยใช้บริการ	18	2.00	0.00		
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	187	1.10	0.39	0.485	0.314
	ไม่เคยใช้บริการ	18	1.06	0.23		
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	187	1.25	0.53	-0.236	0.451
	ไม่เคยใช้บริการ	18	1.28	0.66		
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	187	1.73	0.44	0.046	0.928
	ไม่เคยใช้บริการ	18	1.72	0.46		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) ที่แตกต่างกันในเพศ ระดับการศึกษา ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
เพศ	เคยใช้บริการ	6	1.50	0.54	-0.829	0.401
	ไม่เคยใช้บริการ	199	1.66	0.47		
อายุ	เคยใช้บริการ	6	4.17	0.40	0.631	0.559
	ไม่เคยใช้บริการ	199	3.99	0.68		
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	6	1.17	0.40	-0.121	0.755
	ไม่เคยใช้บริการ	199	1.19	0.48		
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	6	3.00	0.00	-0.196	0.072
	ไม่เคยใช้บริการ	199	3.05	0.62		
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	6	3.17	0.40	-0.738	0.019*
	ไม่เคยใช้บริการ	199	3.30	0.79		
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	6	2.00	0.00	-	-
	ไม่เคยใช้บริการ	199	2.00	0.00		
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	6	1.17	0.40	0.447	0.479
	ไม่เคยใช้บริการ	199	1.10	0.38		
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	6	1.00	0.00	-6.571	0.007*
	ไม่เคยใช้บริการ	199	1.26	0.55		
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	6	1.83	0.40	0.592	0.147
	ไม่เคยใช้บริการ	199	1.72	0.44		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) ที่แตกต่างกันในระยะเวลาการเป็นสมาชิก และจำนวนบุคคลในครอบครัว ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปฎิ) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปฎิ)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
เพศ	เคยใช้บริการ	189	1.66	0.47	0.293	0.597
	ไม่เคยใช้บริการ	16	1.63	0.50		
อายุ	เคยใช้บริการ	189	3.98	0.65	-0.801	0.053
	ไม่เคยใช้บริการ	16	4.13	0.88		
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	189	1.19	0.47	0.024	0.952
	ไม่เคยใช้บริการ	16	1.19	0.54		
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	189	3.04	0.60	-0.937	0.215
	ไม่เคยใช้บริการ	16	3.19	0.75		
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	189	3.29	0.79	-0.435	0.657
	ไม่เคยใช้บริการ	16	3.38	0.71		
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	189	2.00	0.00	-	-
	ไม่เคยใช้บริการ	16	2.00	0.00		
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	189	1.11	0.39	3.649	0.025*
	ไม่เคยใช้บริการ	16	1.10	0.00		
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	189	1.24	0.55	-0.487	0.731
	ไม่เคยใช้บริการ	16	1.31	0.47		
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	189	1.74	0.44	0.949	0.134
	ไม่เคยใช้บริการ	16	1.63	0.50		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปฎิ) ที่แตกต่างกันในผลผลิตหลักในการทำการเกษตร ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		$\bar{X}$	S.D.	t	sig
	เคยใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ				
เพศ	เคยใช้บริการ	132	1.71	0.54	2.131	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	73	1.56	0.47		
อายุ	เคยใช้บริการ	132	4.17	0.40	5.194	0.225
	ไม่เคยใช้บริการ	73	3.68	0.68		
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ	132	1.12	0.40	-2.341	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	73	1.32	0.48		
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ	132	3.11	0.00	1.799	0.318
	ไม่เคยใช้บริการ	73	2.95	0.62		
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ	132	3.17	0.40	3.294	0.758
	ไม่เคยใช้บริการ	73	3.30	0.79		
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ	132	2.00	0.00	-	-
	ไม่เคยใช้บริการ	73	2.00	0.00		
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ	132	1.17	0.40	-0.713	0.157
	ไม่เคยใช้บริการ	73	1.10	0.38		
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ	132	1.00	0.00	-2.261	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	73	1.26	0.55		
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ	132	1.83	0.40	-0.633	0.195
	ไม่เคยใช้บริการ	73	1.72	0.44		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) ที่แตกต่างกันในเพศ ระดับการศึกษา และจำนวนบุคคลในครอบครัว ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.62 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) กับปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย		n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
	เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน						
เพศ	เคยใช้บริการ		37	1.73	0.45	1.049	0.020*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	1.64	0.48		
อายุ	เคยใช้บริการ		37	4.41	0.49	4.250	0.687
	ไม่เคยใช้บริการ		168	3.90	0.67		
ระดับการศึกษา	เคยใช้บริการ		37	1.27	0.45	1.114	0.158
	ไม่เคยใช้บริการ		168	1.17	0.48		
รายได้เฉลี่ยต่อปี	เคยใช้บริการ		37	3.32	1.02	1.945	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	2.99	0.46		
ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	เคยใช้บริการ		37	3.78	0.58	5.278	0.001*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	3.18	0.78		
บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	เคยใช้บริการ		37	2.00	0.00	-	-
	ไม่เคยใช้บริการ		168	2.00	0.00		
ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร	เคยใช้บริการ		37	1.08	0.36	-0.288	0.575
	ไม่เคยใช้บริการ		168	1.10	0.38		
จำนวนบุคคลในครอบครัว	เคยใช้บริการ		37	1.41	0.49	1.949	0.085
	ไม่เคยใช้บริการ		168	1.21	0.54		
ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์	เคยใช้บริการ		37	1.59	0.49	-2.004	0.003*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	1.76	0.43		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ที่แตกต่างกันในเพศ รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) กับปัจจัย  
ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	118	4.21	0.44	2.115	0.036*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	4.11	0.21		
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	118	4.15	0.39	-1.406	0.161
	ไม่เคยใช้บริการ	87	4.22	0.34		
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	118	4.64	0.61	3.226	0.002*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	4.32	0.78		
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	118	3.08	0.31	-1.540	0.126
	ไม่เคยใช้บริการ	87	3.16	0.41		
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	118	3.65	0.43	-6.186	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	3.93	0.18		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	118	4.11	0.32	1.567	0.119
	ไม่เคยใช้บริการ	87	4.05	0.23		
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	118	3.94	0.26	-2.597	0.010*
	ไม่เคยใช้บริการ	87	4.04	0.24		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจ  
สินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ที่แตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร  
และด้านกระบวนการ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง) กับปัจจัย ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	187	4.16	0.36	-1.452	0.148
	ไม่เคยใช้บริการ	18	4.29	0.39		
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	187	4.18	0.37	-0.238	0.812
	ไม่เคยใช้บริการ	18	4.20	0.39		
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	187	4.51	0.70	0.235	0.814
	ไม่เคยใช้บริการ	18	4.47	0.77		
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	187	3.11	0.36	-0.324	0.746
	ไม่เคยใช้บริการ	18	3.14	0.29		
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	187	3.76	0.37	-0.928	0.354
	ไม่เคยใช้บริการ	18	3.85	0.31		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	187	4.08	0.28	-1.131	0.259
	ไม่เคยใช้บริการ	18	4.16	0.38		
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	187	3.98	0.25	-0.470	0.639
	ไม่เคยใช้บริการ	18	4.01	0.29		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว) กับปัจจัย  
ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	6	4.16	0.41	-0.036	0.972
	ไม่เคยใช้บริการ	199	4.17	0.37		
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	6	4.22	0.34	0.257	0.797
	ไม่เคยใช้บริการ	199	4.18	0.37		
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	6	4.08	0.91	-1.504	0.134
	ไม่เคยใช้บริการ	199	4.52	0.69		
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	6	3.00	0.21	-0.846	0.399
	ไม่เคยใช้บริการ	199	3.13	0.36		
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	6	3.77	0.40	0.025	0.980
	ไม่เคยใช้บริการ	199	3.77	0.37		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	6	4.16	0.41	0.632	0.528
	ไม่เคยใช้บริการ	199	4.09	0.29		
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	6	3.91	0.30	-0.674	0.501
	ไม่เคยใช้บริการ	199	3.98	0.26		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.66 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปฎิ) กับปัจจัย ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปฎิ)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	189	4.17	0.35	-0.242	0.812
	ไม่เคยใช้บริการ	16	4.20	0.55		
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	189	4.20	0.37	1.960	0.065
	ไม่เคยใช้บริการ	16	4.04	0.30		
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	189	4.50	0.71	-0.494	0.622
	ไม่เคยใช้บริการ	16	4.59	0.61		
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	189	3.12	0.36	0.448	0.654
	ไม่เคยใช้บริการ	16	3.08	0.31		
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	189	3.77	0.37	0.268	0.789
	ไม่เคยใช้บริการ	16	3.75	0.41		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	189	4.09	0.29	-0.462	0.644
	ไม่เคยใช้บริการ	16	4.12	0.34		
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	189	3.99	0.26	0.288	0.774
	ไม่เคยใช้บริการ	16	3.97	0.25		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน ไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.67 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)	n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ	132	4.27	0.38	6.381	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	73	3.98	0.27		
ด้านราคา	เคยใช้บริการ	132	4.19	0.38	0.555	0.580
	ไม่เคยใช้บริการ	73	4.16	0.35		
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ	132	4.56	0.71	1.492	0.137
	ไม่เคยใช้บริการ	73	4.41	0.70		
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ	132	3.17	0.39	3.231	0.001*
	ไม่เคยใช้บริการ	73	3.02	0.25		
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ	132	3.86	0.31	4.556	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	73	3.61	0.40		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ	132	4.14	0.35	4.693	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	73	4.00	0.00		
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ	132	4.04	0.27	4.776	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ	73	3.89	.019		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) ที่แตกต่างกัน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.68 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) กับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจจัดหาสินค้า		n	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
	มาจำหน่าย	(เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)					
ด้านผลิตภัณฑ์	เคยใช้บริการ		37	4.14	0.30	-0.549	0.584
	ไม่เคยใช้บริการ		168	4.17	0.38		
ด้านราคา	เคยใช้บริการ		37	4.00	0.00	-7.288	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	4.22	0.40		
ด้านช่องทางการให้บริการ	เคยใช้บริการ		37	4.80	0.36	4.229	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	4.44	0.75		
ด้านส่งเสริมการตลาด	เคยใช้บริการ		37	3.00	0.18	-3.605	0.000*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	3.15	0.38		
ด้านบุคลากร	เคยใช้บริการ		37	3.86	0.24	2.218	0.029*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	3.75	0.39		
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	เคยใช้บริการ		37	4.32	0.47	3.554	0.001*
	ไม่เคยใช้บริการ		168	4.04	0.20		
ด้านกระบวนการ	เคยใช้บริการ		37	3.93	0.25	-1.427	0.159
	ไม่เคยใช้บริการ		168	3.99	0.26		

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ที่แตกต่างกัน ในด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

## 5. ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ จังหวัด จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาด

กลุ่มที่ 1 สมาชิกที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 132 คน

ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ  
จังหวัด จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยการวิเคราะห์ข้อมูล หาดำเนินงาน  
และร้อยละปรากฏผลดังตารางที่ 4.69 – 4.86

ตารางที่ 4.69 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ

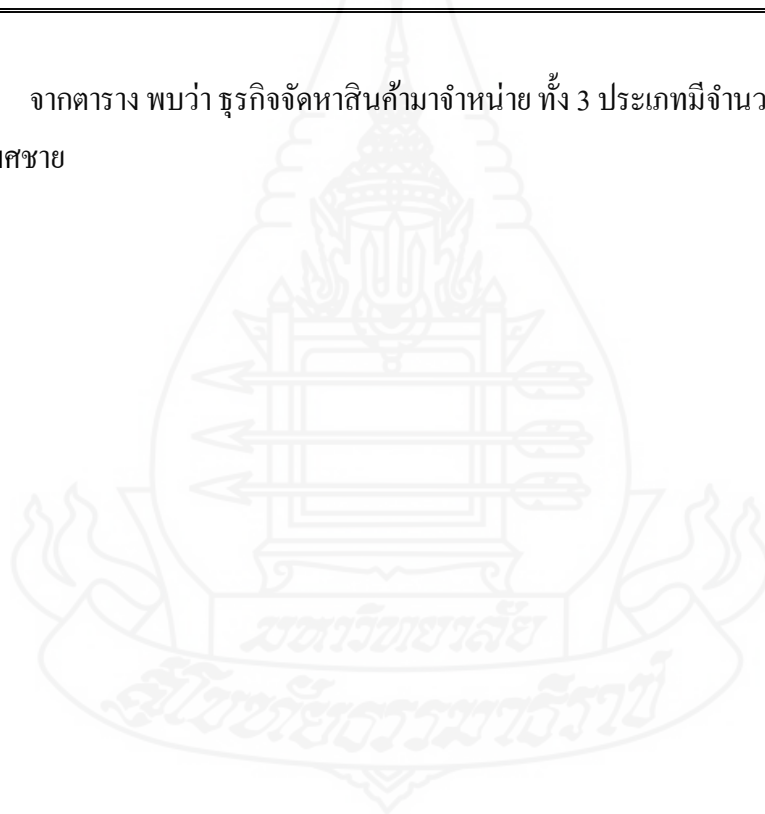
เพศ	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	ชาย	55 (41.7%)	4 (3.0%)	41 (31.1%)	18 (13.6%)	3 (2.3%)
หญิง	66 (50.0%)	7 (5.3%)	53 (40.2%)	20 (15.2%)	4 (3.0%)	69 (52.3%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ ทั้ง 3 ประเภท มีจำนวนเพศหญิงใช้บริการมากกว่า  
เพศชาย

ตารางที่ 4.70 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

เพศ	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปู้ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
ชาย	59 (44.7%)	-	54 (40.9%)	5 (3.8%)	56 (42.4%)	3 (2.3%)
หญิง	73 (55.3%)	-	73 (55.3%)	-	63 (47.7%)	10 (7.6%)
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ทั้ง 3 ประเภทมีจำนวนเพศหญิงใช้บริการมากกว่าเพศชาย



ตารางที่ 4.71 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ

อายุ	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	20 – 30 ปี	5 (3.8%)	2 (1.5%)	4 (3.0%)	3 (2.3%)	-
31 – 40 ปี	21 (15.9%)	3 (2.3%)	17 (12.9%)	7 (5.3%)	2 (1.5%)	22 (16.7%)
41 – 50 ปี	40 (30.3%)	4 (3.0%)	35 (26.5%)	9 (6.8%)	4 (3.0%)	40 (30.3%)
51 – 60 ปี	39 (29.5%)	2 (1.5%)	31 (23.5%)	10 (7.6%)	1 (0.8%)	40 (30.3%)
60 ปีขึ้นไป	16 (12.1%)	-	7 (5.3%)	9 (6.8%)	-	16 (12.1%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกที่มีอายุ 41-50 ปี เคยใช้บริการมากที่สุด รองลงมา คือ อายุ 51 -60 ปี



ตารางที่ 4.72 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

อายุ	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปู้ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
20 – 30 ปี	7 (5.3%)	-	6 (4.5%)	1 (0.8%)	7 (5.3%)	-
31 – 40 ปี	24 (18.2%)	-	23 (17.4%)	1 (0.8%)	24 (18.2%)	-
41 – 50 ปี	44 (33.3%)	-	43 (32.6%)	1 (0.8%)	38 (28.8%)	6 (4.5%)
51 – 60 ปี	41 (31.1%)	-	41 (31.1%)	0	36 (27.3%)	5 (3.8%)
60 ปีขึ้นไป	16 (12.1%)	-	14 (10.6%)	2 (1.5%)	14 (10.6%)	2 (1.5%)
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกที่มีอายุ 41-50 ปี เคยใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ อายุ 51 -60 ปี

ตารางที่ 4.73 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ

ระดับการศึกษา	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	ประถมศึกษา	71 (53.8%)	4 (3.0%)	54 (40.9%)	21 (15.9%)	3 (2.3%)
มัธยมศึกษา	35 (26.5%)	6 (4.5%)	28 (21.2%)	13 (9.8%)	4 (3.0%)	37 (28.0%)
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	10 (7.6%)	1 (0.8%)	9 (6.8%)	2 (1.5%)	-	11 (8.3%)
ปริญญาตรี	5 (3.8%)	-	3 (2.3%)	2 (1.5%)	-	5 (3.8%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกมีระดับการศึกษาประถมศึกษามากที่สุด รองลงมาคือมัธยมศึกษา



ตารางที่ 4.74 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ระดับการศึกษา	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคยใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
ประถมศึกษา	75 (56.8%)	-	72 (54.5%)	3 (2.3%)	62 (47.0%)	13 (9.8%)
มัธยมศึกษา	41 (31.1%)	-	41 (31.1%)	0	41 (31.1%)	-
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	11 (8.3%)	-	10 (7.6%)	1 (0.8%)	11 (8.3%)	-
ปริญญาตรี	5 (3.8%)	-	4 (3.0%)	1 (0.8%)	5 (3.8%)	-
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกมีระดับการศึกษาประถมศึกษามากที่สุด รองลงมาคือมัธยมศึกษา

ตารางที่ 4.75 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ

รายได้เฉลี่ยต่อปี	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	10,000-30,000 บาทต่อปี	31 (23.5%)	5 (3.8%)	23 (17.4%)	13 (9.8%)	3 (2.3%)
30,001-50,000 บาทต่อปี	51 (38.6%)	3 (2.3%)	42 (31.8%)	12 (9.1%)	3 (2.3%)	51 (38.6%)
50,001-100,000 บาทต่อปี	32 (24.2%)	2 (1.5%)	23 (17.4%)	11 (8.3%)	1 (0.8%)	33 (25.0%)
100,000 ต่อปีขึ้นไป	7 (5.3%)	1 (0.8%)	6 (4.5%)	2 (1.5%)	-	8 (6.1%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 30,001-50,000 บาทต่อปี มากที่สุด รองลงมาคือ 50,001-100,000 บาทต่อปี



ตารางที่ 4.76 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปีกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

รายได้เฉลี่ยต่อปี	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปู้ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
10,000-30,000 บาทต่อปี	36 (27.3%)	-	36 (27.3%)	-	33 (25.0%)	3 (2.3%)
30,001-50,000 บาทต่อปี	54 (40.9%)	-	52 (39.4%)	2 (1.5%)	47 (35.6%)	7 (5.3%)
50,001-100,000 บาทต่อปี	34 (25.8%)	-	31 (23.5%)	3 (2.3%)	32 (24.2%)	2 (1.5%)
100,000 ต่อปีขึ้นไป	8 (6.1%)	-	8 (6.1%)	-	7 (5.3%)	1 (0.8%)
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 30,001-50,000 บาท ต่อปี มากที่สุด รองลงมาคือ 50,001-100,000 บาทต่อปี

ตารางที่ 4.77 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ

ระยะเวลา การเป็นสมาชิก	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	1-3 ปี	20 (15.2%)	4 (3.0%)	17 (12.9%)	7 (5.3%)	-
4-6 ปี	40 (30.3%)	4 (3.0%)	31 (23.5%)	13 (9.8%)	5 (3.8%)	39 (29.5%)
7-10 ปี	40 (30.3%)	3 (2.3%)	31 (23.5%)	12 (9.1%)	1 (0.8%)	42 (31.8%)
10 ปีขึ้นไป	21 (15.9%)	-	15 (11.4%)	6 (4.5%)	1 (0.8%)	20 (15.2%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกมีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 4-6 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ 7-10 ปี



ตารางที่ 4.78 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ระยะเวลา การเป็นสมาชิก	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
1-3 ปี	24 (18.2%)	-	23 (17.4%)	1 (0.8%)	22 (16.7%)	2 (1.5%)
4-6 ปี	44 (33.3%)	-	43 (32.6%)	1 (0.8%)	41 (31.1%)	3 (2.3%)
7-10 ปี	43 (32.6%)	-	42 (31.8%)	1 (0.8%)	38 (28.8%)	5 (3.8%)
10 ปีขึ้นไป	21 (15.9%)	-	19 (14.4%)	2 (1.5%)	18 (13.6%)	3 (2.3%)
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

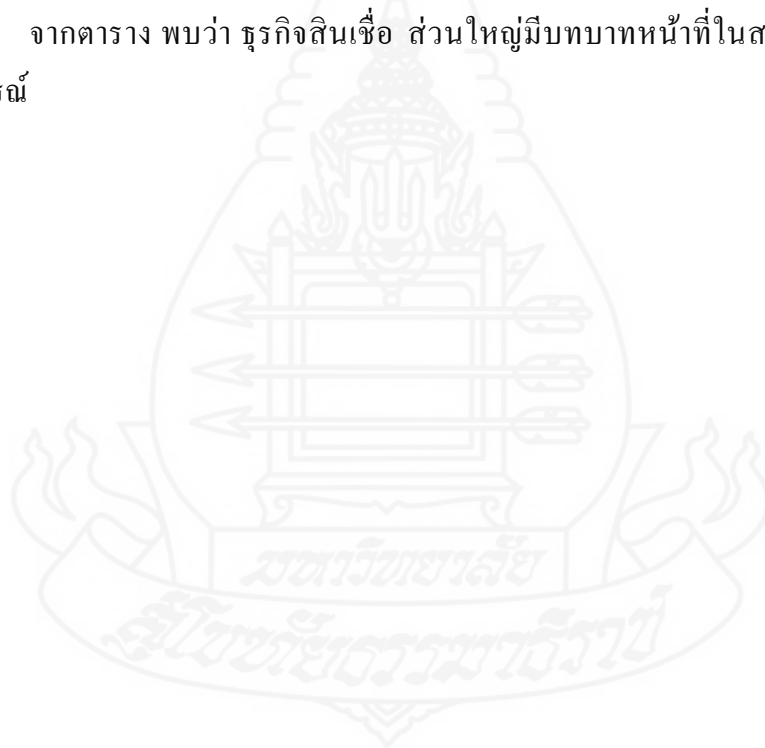
จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกมีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 4-6 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ 7-10 ปี



ตารางที่ 4.79 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ

บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
คณะกรรมการสหกรณ์	7 (5.3%)	-	3 (2.3%)	4 (3.0%)	-	7 (5.3%)
สมาชิกสหกรณ์	114 (86.4%)	11 (8.3%)	91 (68.9%)	34 (25.8%)	7 (5.3%)	118 (89.4%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ ส่วนใหญ่มีบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์ เป็นสมาชิกของสหกรณ์

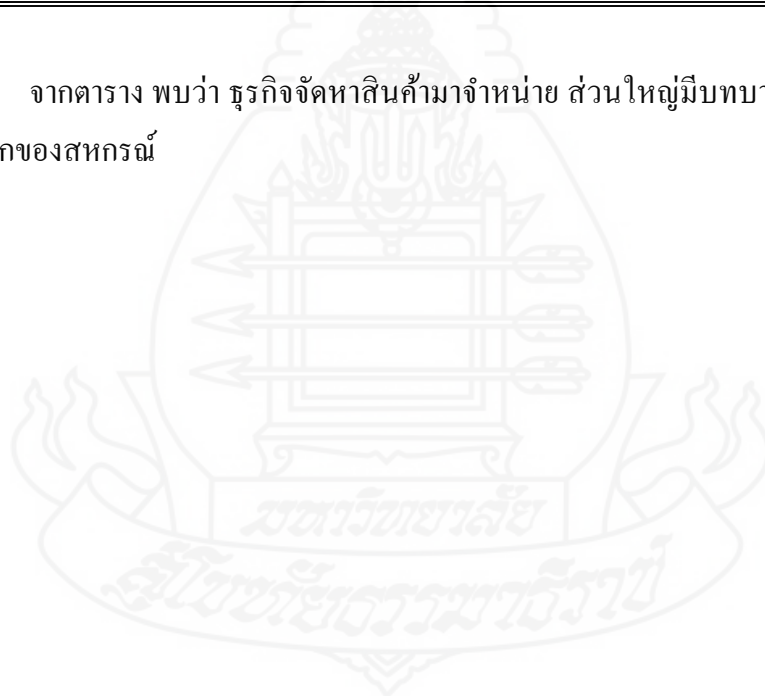




ตารางที่ 4.80 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ  
จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุ๋ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
คณะกรรมการสหกรณ์	7 (5.3%)	-	6 (4.5%)	1 (0.8%)	7 (5.3%)	-
สมาชิกสหกรณ์	125 (94.7%)	-	121 (91.7%)	4 (3.0%)	112 (84.8%)	13 (9.8%)
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

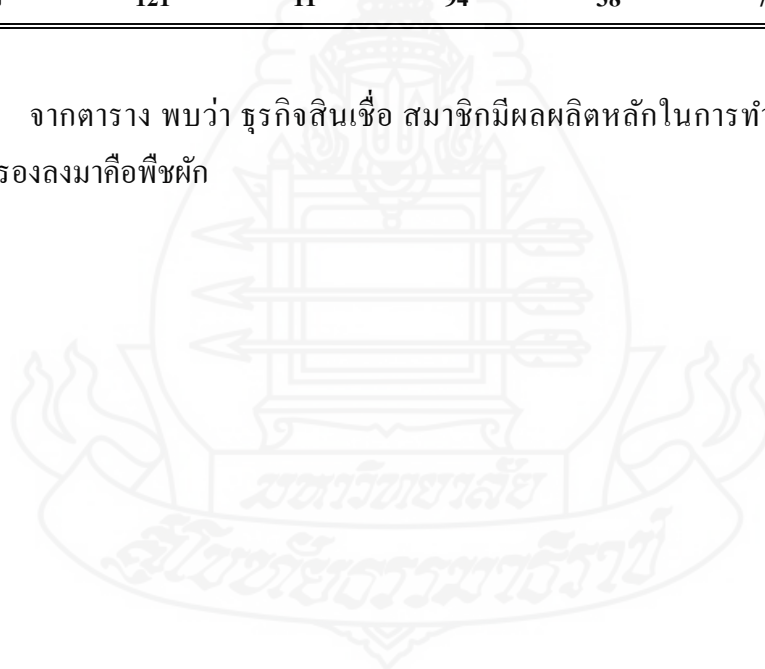
จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ส่วนใหญ่มีบทบาทหน้าที่ในสหกรณ์  
เป็นสมาชิกของสหกรณ์



ตารางที่ 4.81 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามผลผลิตหลักในการทำเกษตรกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ  
สินเชื่อ

ผลผลิตหลัก ในการทำเกษตร	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	ข้าวเปลือก	115 (87.1%)	9 (6.8%)	88 (66.7%)	36 (27.3%)	7 (5.3%)
พืชผัก	5 (3.8%)	2 (1.5%)	5 (3.8%)	2 (1.5%)	-	7 (5.3%)
เลี้ยงสัตว์	1 (0.8%)	-	1 (0.8%)	-	-	1 (0.8%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

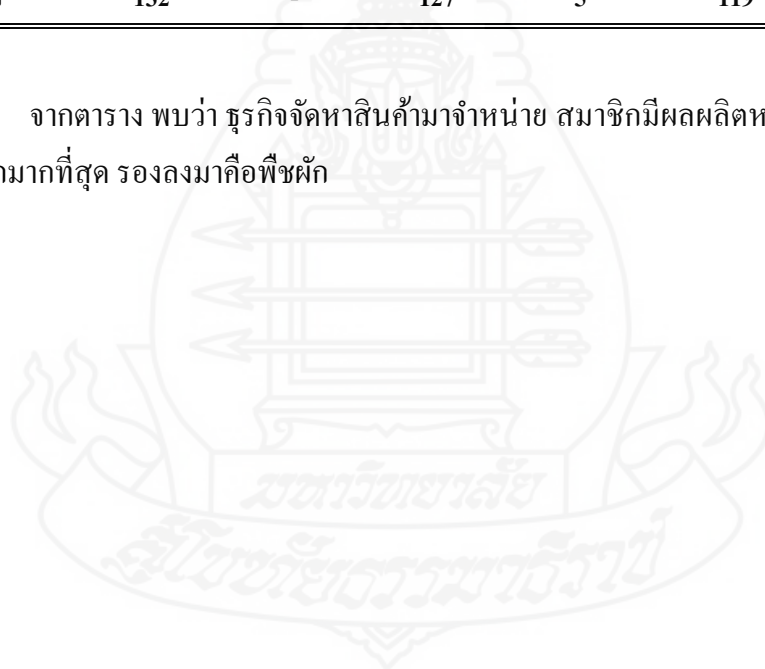
จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกมีผลผลิตหลักในการทำเกษตร ข้าวเปลือก  
มากที่สุด รองลงมาคือพืชผัก



ตารางที่ 4.82 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามผลผลิตหลักในการทำเกษตรกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ผลผลิตหลัก ในการทำเกษตร	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
ข้าวเปลือก	124 (93.9%)	-	119 (90.2%)	5 (3.8%)	112 (84.8%)	12 (9.1%)
พืชผัก	7 (5.3%)	-	7 (5.3%)	-	6 (4.5%)	1 (0.8%)
เลี้ยงสัตว์	1 (0.8%)	-	1 (0.8%)	-	1 (0.8%)	-
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

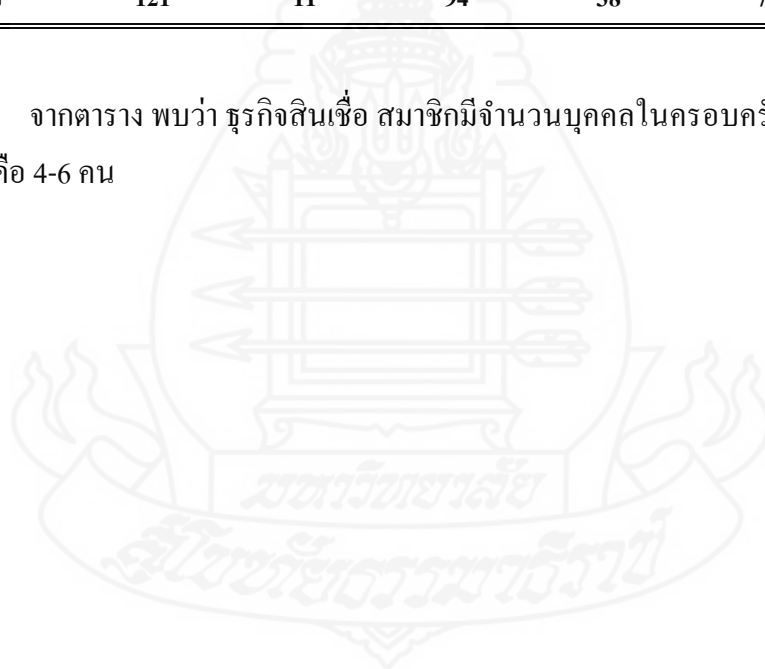
จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกมีผลผลิตหลักในการทำเกษตร ข้าวเปลือกมากที่สุด รองลงมาคือพืชผัก



ตารางที่ 4.83 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัวกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ  
สินเชื่อ

จำนวนบุคคล ในครอบครัว	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	1-3 คน	75 (56.8%)	4 (3.0%)	54 (40.9%)	25 (18.9%)	3 (2.3%)
4 – 6 คน	45 (34.1%)	7 (5.3%)	39 (29.5%)	13 (9.8%)	4 (3.0%)	48 (36.4%)
6 คนขึ้นไป	1 (0.8%)	-	1 (0.8%)	-	-	1 (0.8%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

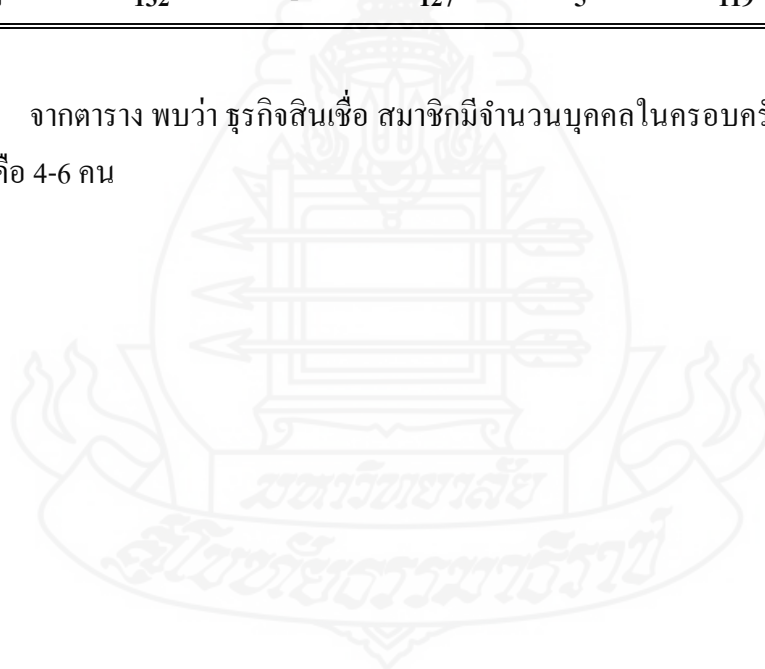
จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกมีจำนวนบุคคลในครอบครัว 1-3 คน มากที่สุด  
รองลงมาก็คือ 4-6 คน



ตารางที่ 4.84 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามจำนวนบุคคลในครอบครัวกับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

จำนวนบุคคล ในครอบครัว	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
1-3 คน	79 (59.8%)	-	75 (56.8%)	4 (3.0%)	73 (55.3%)	6 (4.5%)
4-6 คน	52 (39.4%)	-	51 (38.6%)	1 (0.8%)	45 (34.1%)	7 (5.3%)
6 คนขึ้นไป	1 (0.8%)	-	1 (0.8%)	- (%)	1 (0.8%)	- (%)
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

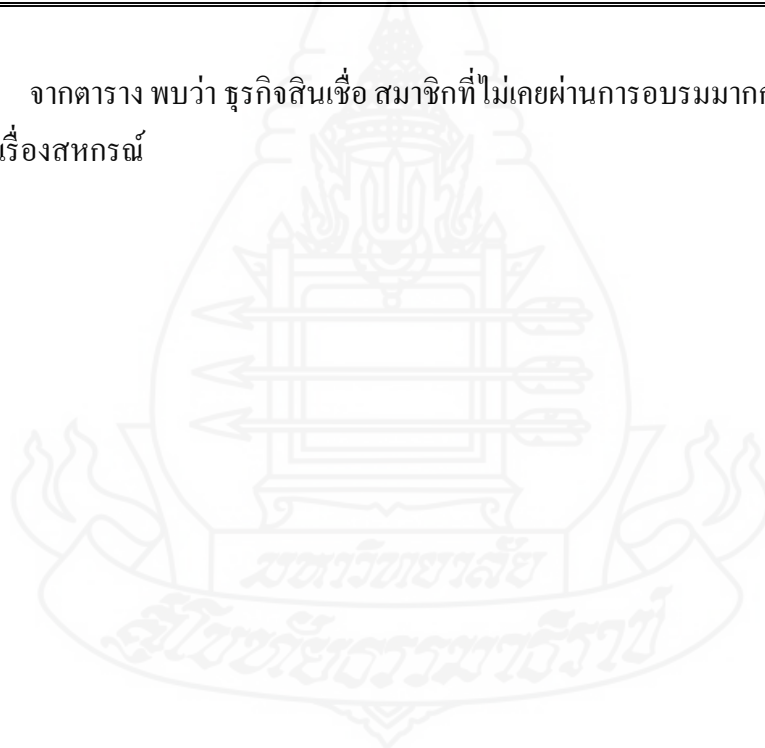
จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกมีจำนวนบุคคลในครอบครัว 1-3 คน มากที่สุด รองลงมาคือ 4-6 คน



ตารางที่ 4.85 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ  
สินเชื่อ

ความรู้พื้นฐาน ด้านสหกรณ์	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	48 (36.4%)	5 (3.8%)	42 (31.8%)	11 (8.3%)	1 (0.8%)	52 (39.4%)
ไม่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	73 (55.3%)	6 (4.5%)	52 (39.4%)	27 (20.5%)	6 (4.5%)	73 (55.3%)
<b>รวม</b>	<b>121</b>	<b>11</b>	<b>94</b>	<b>38</b>	<b>7</b>	<b>125</b>

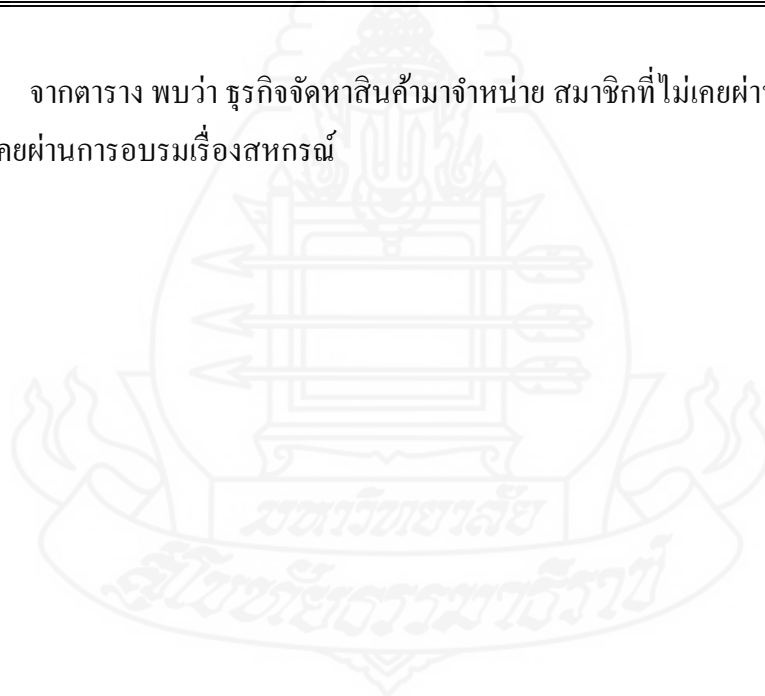
จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ สมาชิกที่ไม่เคยผ่านการอบรมมากกว่าสมาชิกที่เคยผ่าน  
การอบรมเรื่องสหกรณ์



ตารางที่ 4.86 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ความรู้พื้นฐาน ด้านสหกรณ์	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุ๋ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	53 (40.2%)	-	51 (38.6%)	2 (1.5%)	45 (34.1%)	8 (6.1%)
ไม่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	79 (59.8%)	-	76 (57.6%)	3 (2.3%)	74 (56.1%)	5 (3.8%)
<b>รวม</b>	<b>132</b>	<b>-</b>	<b>127</b>	<b>5</b>	<b>119</b>	<b>13</b>

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกที่ไม่เคยผ่านการอบรมมากกว่า สมาชิกที่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์



**กลุ่มที่ 2 สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ฯ จำนวน 205 คน**

ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ  
จ้างงาน จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด โดยการวิเคราะห์ข้อมูล หาดำเนินงาน  
และร้อยละปรากฏผลดังตารางที่ 4.87 – 4.104

สมมติฐานข้อ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม  
ในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ้างงาน จำกัด

HO : ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์  
กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ที่ไม่แตกต่างกัน

H1 : ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์  
กับการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.87 ความสัมพันธ์ของเพศกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

เพศ	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	ชาย	20 (9.8%)	50 (24.4%)	67 (32.7%)	3 (1.5%)	3 (1.5%)
หญิง	98 (47.8%)	37 (18%)	120 (58.5%)	15 (7.3%)	3 (1.5%)	132 (64.4%)
รวม	118	87	187	18	6	199
Chi – Square	P = 36.57 Sig = 0.000*		P = 2.681 Sig = 0.102		P = 0.691 Sig = 0.406	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ เพศมีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)  
ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

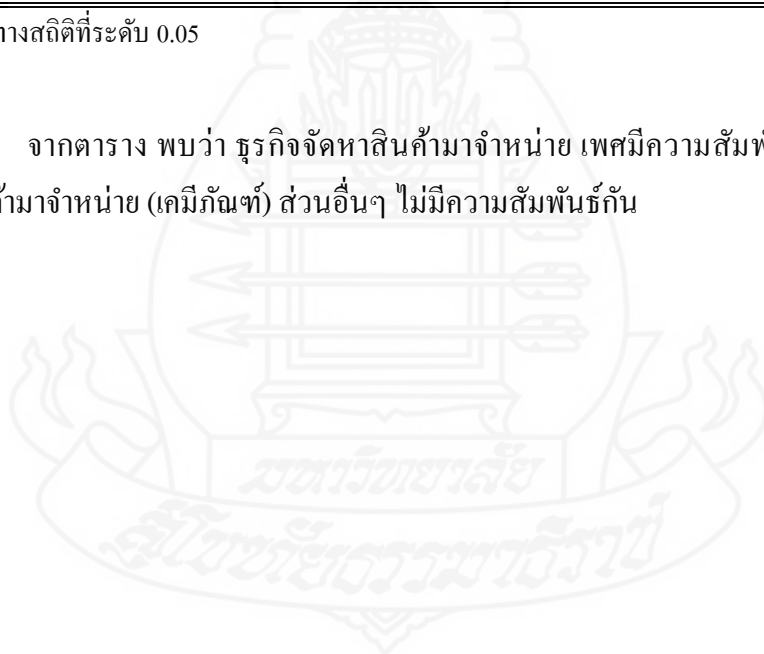


ตารางที่ 4.88 ความสัมพันธ์ของเพศกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

เพศ	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ป๋วย)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคยใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ	ไม่เคยใช้บริการ
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
ชาย	64 (31.2%)	6 (2.9%)	38 (18.5%)	32 (15.6%)	10 (4.9%)	60 (29.3%)
หญิง	125 (61.0%)	10 (4.9%)	94 (45.90%)	41 (20.0%)	27 (13.2%)	108 (52.7%)
รวม	189	16	132	73	37	168
Chi – Square	P = 0.870		P = 4.733		P = 1.018	
	Sig = 0.768		Sig = 0.030*		Sig = 0.313	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย เพศมีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.89 ความสัมพันธ์ของอายุกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

อายุ	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	31 – 40 ปี	0 -	6 (2.9%)	5 (2.4%)	1 (0.5%)	0 -
41 – 50 ปี	0 -	29 (14.1%)	29 (14.1%)	0 -	0 -	29 (14.1%)
51 – 60 ปี	91 (44.4%)	39 (19.0%)	117 (57.1%)	13 (6.3%)	5 (2.4%)	125 (61.0%)
60 ปีขึ้นไป	27 (13.2%)	13 (6.3%)	36 (17.6%)	4 (2.0%)	1 (0.5%)	39 (19.0%)
รวม	118	87	187	18	6	199
Chi – Square	P = 57.32 Sig = 0.000*		P = 3.573 Sig = 0.311		P = 1.468 Sig = 0.690	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ อายุมีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.90 ความสัมพันธ์ของอายุกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

อายุ	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ป๋ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
31 – 40 ปี	5 (2.4%)	1 (0.5%)	6 (2.9%)	-	-	6 (2.9%)
41 – 50 ปี	27 (13.2%)	2 (1.0%)	6 (2.9%)	23 (11.2%)	-	29 (14.1%)
51 – 60 ปี	123 (60.0%)	7 (3.4%)	80 (39.0%)	50 (24.4%)	22 (10.7%)	108 (52.7%)
60 ปีขึ้นไป	34 (16.6%)	6 (2.9%)	40 (19.5%)	-	15 (7.3%)	25 (12.2%)
รวม	189	16	132	73	37	168
Chi – Square	P = 4.624 Sig = 0.201		P = 50.05 Sig = 0.000*		P = 18.05 Sig = 0.000*	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

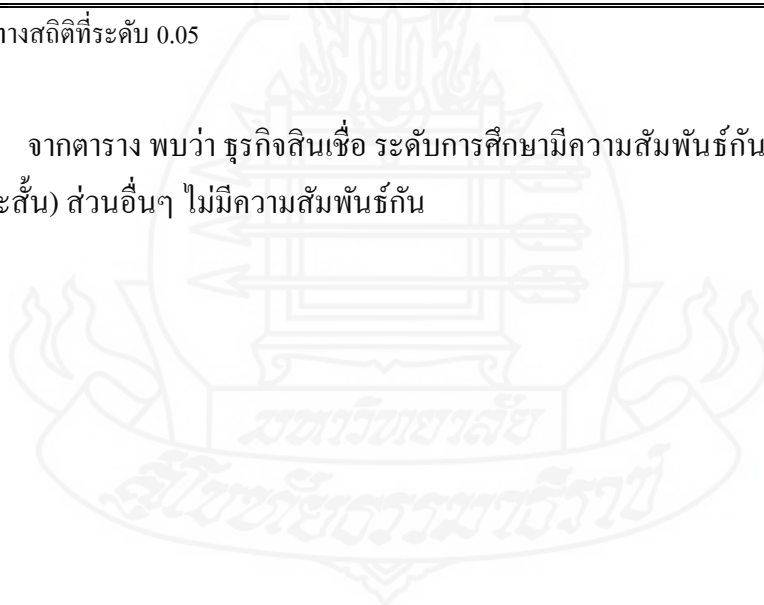
จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย อายุมีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.91 ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

ระดับการศึกษา	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	ประถมศึกษา	113 (55.1%)	61 (29.8%)	157 (76.6%)	17 (8.3%)	5 (2.4%)
มัธยมศึกษา	5 (2.4%)	18 (8.8%)	22 (10.7%)	1 (0.5%)	1 (0.5%)	22 (10.7%)
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	-	8 (3.9%)	8 (3.9%)	-	-	8 (3.9%)
รวม	118	87	187	18	6	199
Chi – Square	P = 26.81 Sig = 0.000*		P = 1.547 Sig = 0.461		P = 0.406 Sig = 0.816	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.92 ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ระดับการศึกษา	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปู้ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
ประถมศึกษา	160 (78.0%)	14 (6.8%)	116 (56.6%)	58 (28.3%)	27 (13.2%)	147 (71.7%)
มัธยมศึกษา	22 (10.7%)	1 (0.5%)	16 (7.8%)	7 (3.4%)	10 (4.9%)	13 (6.3%)
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	7 (3.4%)	1 (0.5%)	-	8 (3.9%)	-	8 (3.9%)
รวม	189	16	132	73	37	168
Chi – Square	P = 0.641 Sig = 0.726		P = 15.12 Sig = 0.001*		P = 12.57 Sig = 0.002*	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.93 ความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อปีกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

รายได้เฉลี่ยต่อปี	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	10,000-30,000 บาทต่อปี	-	5 (2.4%)	5 (2.4%)	-	-
30,001-50,000 บาทต่อปี	5 (2.4%)	14 (6.8%)	19 (9.3%)	-	-	19 (9.3%)
50,001-100,000 บาทต่อปี	79 (38.5%)	63 (30.7%)	126 (61.5%)	16 (7.8%)	6 (2.9%)	136 (66.3%)
100,000 ต่อปีขึ้นไป	34 (16.6%)	5 (2.4%)	37 (18.0%)	2 (1.0%)	-	39 (19.0%)
รวม	118	87	187	18	6	199
Chi – Square	P = 28.59 Sig = 0.000*		P = 4.056 Sig = 0.255		P = 2.742 Sig = 0.433	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ รายได้เฉลี่ยต่อปีมีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.94 ความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อปีกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

รายได้เฉลี่ยต่อปี	ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปู้ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
10,000-30,000 บาทต่อปี	4 (2.0%)	1 (0.5%)	5 (2.4%)	-	5 (2.4%)	-
30,001-50,000 บาทต่อปี	19 (9.3%)	-	6 (2.9%)	13 (6.3%)	-	19 (9.3%)
50,001-100,000 บาทต่อปี	132 (64.4%)	10 (4.9%)	91 (44.4%)	51 (24.9%)	10 (4.9%)	132 (64.4%)
100,000 ต่อปีขึ้นไป	34 (16.6%)	5 (2.4%)	30 (14.6%)	9 (4.4%)	22 (10.7%)	17 (8.3%)
รวม	189	16	132	73	37	168
Chi – Square	P = 4.120 Sig = 0.249		P = 14.36 Sig = 0.002*		P = 77.31 Sig = 0.000*	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย รายได้เฉลี่ยต่อปีมีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.95 ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

ระยะเวลา การเป็นสมาชิก	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	1-3 ปี	3 (1.5%)	2 (1.0%)	5 (2.4%)	-	-
4-6 ปี	5 (2.4%)	22 (10.7%)	26 (12.7%)	1 (0.5%)	-	27 (13.2%)
7-10 ปี	43 (21.0%)	33 (16.1%)	72 (35.1%)	4 (2.0%)	5 (2.4%)	71 (34.6%)
10 ปีขึ้นไป	67 (32.7%)	30 (14.6%)	84 (41.0%)	13 (6.3%)	1 (0.5%)	96 (46.8%)
รวม	118	87	187	18	6	199
Chi – Square	P = 22.15 Sig = 0.000*		P = 5.111 Sig = 0.164		P = 5.760 Sig = 0.124	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจ  
สินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.96 ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการเป็นสมาชิก กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ระยะเวลา การเป็นสมาชิก	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
1-3 ปี	5 (2.4%)	-	5 (2.4%)	-	1 (0.5%)	4 (2.0%)
4-6 ปี	25 (12.2%)	2 (1.0%)	6 (2.9%)	21 (10.2%)	-	27 (13.2%)
7-10 ปี	70 (34.1%)	6 (2.9%)	49 (23.9%)	27 (13.2%)	5 (2.4%)	71 (34.6%)
10 ปีขึ้นไป	89 (43.4%)	8 (3.9%)	72 (35.1%)	25 (12.2%)	31 (15.1%)	66 (32.2%)
รวม	189	16	132	73	37	168
Chi – Square	P = 0.456 Sig = 0.928		P = 27.79 Sig = 0.000*		P = 25.40 Sig = 0.000*	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.97 ความสัมพันธ์ของผลผลิตหลักในการทำเกษตรกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
สินเชื่

ผลผลิตหลัก ในการทำเกษตร	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	ข้าวเปลือก	110 (53.7%)	81 (39.5%)	174 (84.9%)	17 (8.3%)	5 (2.4%)
พืชผัก	4 (2.0%)	4 (2.0%)	7 (3.4%)	1 (0.5%)	1 (0.5%)	7 (3.4%)
เลี้ยงสัตว์	4 (2.0%)	2 (1.0%)	6 (2.9%)	-	-	6 (2.9%)
รวม	118	87	187	18	6	199
Chi – Square	P = 0.391 Sig= 0.822		P = 0.719 Sig= .698		P = 2.826 Sig= 0.243	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ผลผลิตหลักในการทำเกษตรไม่มีความสัมพันธ์กันธุรกิจสินเชื่อ  
ทั้ง 3 ประเภท

ตารางที่ 4.98 ความสัมพันธ์ของผลผลิตหลักในการทำเกษตรกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ผลผลิตหลัก ในการทำเกษตร	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปួយ)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
ข้าวเปลือก	175 (85.4%)	16 (7.8%)	124 (60.5%)	67 (32.7%)	35 (17.1%)	156 (76.1%)
พืชผัก	8 (3.9%)	-	5 (2.4%)	3 (1.5%)	1 (0.5%)	7 (3.4%)
เลี้ยงสัตว์	6 (2.9%)	-	3 (1.5%)	3 (1.5%)	1 (0.5%)	5 (2.4%)
รวม	189	16	132	73	37	168
Chi – Square	P = 1.272 Sig= 0.529		P = 0.578 Sig= 0.749		P = 0.184 Sig= 0.912	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ผลผลิตหลักในการทำเกษตร ไม่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้า  
มาจำหน่ายทั้ง 3 ประเภท

ตารางที่ 4.99 ความสัมพันธ์ของจำนวนบุคคลในครอบครัวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
สินเชื่อ

จำนวนบุคคล ในครอบครัว	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการ
	1-3 คน	83 (40.5%)	82 (40.0%)	150 (73.2%)	15 (7.3%)	6 (2.9%)
4 – 6 คน	24 (11.7%)	5 (2.4%)	28 (13.7%)	1 (0.5%)	-	29 (14.1%)
6 คนขึ้นไป	11 (5.4%)	-	9 (4.4%)	2 (1.0%)	-	11 (5.4%)
รวม	118	87	187	18	6	199
Chi – Square	P = 19.20 Sig= 0.000*		P = 2.263 Sig= 0.323		P = 1.498 Sig= 0.473	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ จำนวนบุคคลในครอบครัวมีความสัมพันธ์กันเฉพาะ  
ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.100 ความสัมพันธ์ของจำนวนบุคคลในครอบครัวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

จำนวนบุคคล ในครอบครัว	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปู้ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
1-3 คน	154 (75.1%)	11 (5.4%)	109 (53.2%)	56 (27.3%)	22 (10.7%)	143 (69.8%)
4 – 6 คน	24 (11.7%)	5 (2.4%)	23 (11.2%)	6 (2.9%)	15 (7.3%)	14 (6.8%)
6 คนขึ้นไป	11 (5.4%)	-	-	11 (5.4%)	-	11 (5.4%)
รวม	189	16	132	73	37	168
Chi – Square	P = 4.817 Sig= 0.090		P = 22.90 Sig= 0.000*		P = 27.13 Sig= 0.000*	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

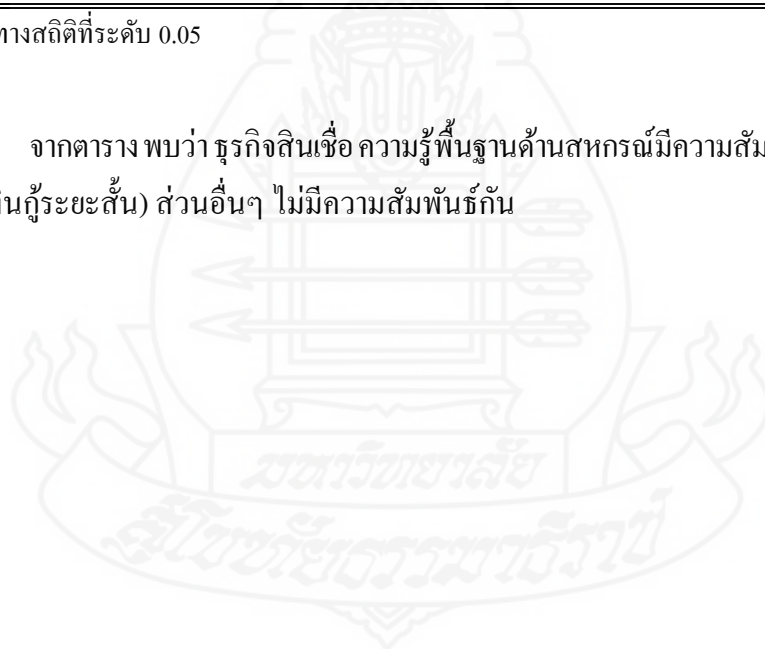
จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย จำนวนบุคคลในครอบครัวมีความสัมพันธ์  
กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)  
ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.101 ความสัมพันธ์ของความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
สินเชื่อ

ความรู้พื้นฐาน ด้านสหกรณ์	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	51 (24.9%)	5 (2.4%)	51 (24.9%)	5 (2.4%)	1 (0.5%)	55 (26.8%)
ไม่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	67 (32.7%)	82 (40.0%)	136 (66.3%)	13 (6.3%)	5 (2.4%)	144 (70.2%)
รวม	118	87	187	18	6	199
Chi – Square	P = 35.41 Sig= 0.000*		P = 0.002 Sig= 0.963		P = 0.353 Sig= 0.552	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์มีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจ  
สินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.102 ความสัมพันธ์ของความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ความรู้พื้นฐาน ด้านสหกรณ์	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปู้ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย	เคย	ไม่เคย
	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ	ใช้บริการ
เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	50 (24.4%)	6 (2.9%)	38 (18.5%)	18 (8.8%)	15 (7.3%)	41 (20.0%)
ไม่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์	139 (67.8%)	10 (4.9%)	94 (45.9%)	55 (26.8%)	22 (10.7%)	127 (62.0%)
รวม	189	16	132	73	37	168
Chi – Square	P = 0.906		P = 0.404		P = 3.976	
	Sig= 0.341		Sig= 0.525		Sig= 0.046*	

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์มีความสัมพันธ์  
กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

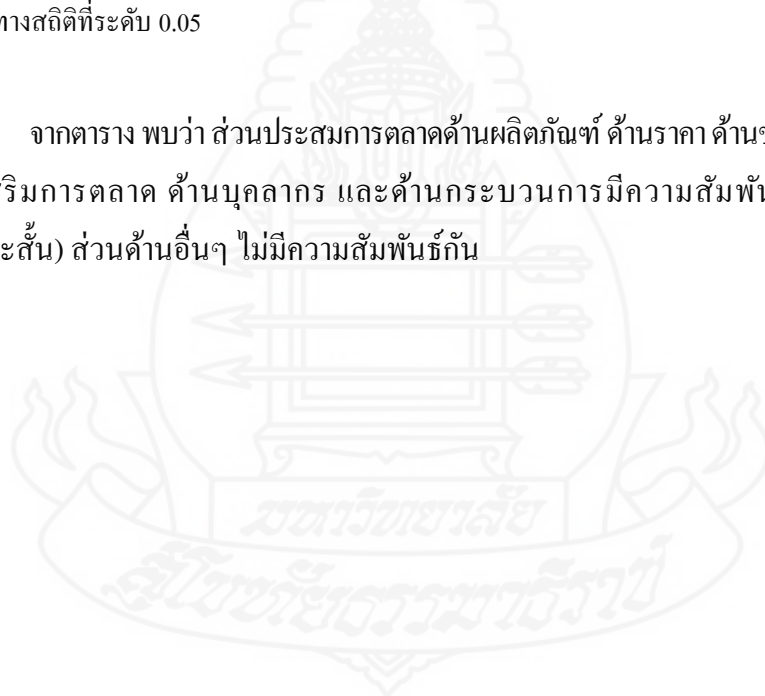


ตารางที่ 4.103 ความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

ที่	ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะปานกลาง)		ธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะยาว)	
		Chi – Square		Chi – Square		Chi – Square	
		P	Sig	P	P	Sig	P
1.	ด้านผลิตภัณฑ์	38.912	0.000*	3.576	0.466	2.362	0.669
2.	ด้านราคา	42.033	0.000*	1.747	0.782	5.880	0.208
3.	ด้านช่องทางการให้บริการ	12.846	0.005*	0.284	0.963	3.747	0.290
4.	ด้านส่งเสริมการตลาด	15.303	0.004*	4.849	0.303	0.990	0.911
5.	ด้านบุคลากร	30.642	0.000*	1.164	0.762	1.722	0.632
6.	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	2.228	0.135	1.284	0.257	0.402	0.526
7.	ด้านกระบวนการ	22.303	0.000*	3.012	0.390	2.113	0.549

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน





ตารางที่ 4.104 ความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
จัดหาสินค้ามาจำหน่าย

ที่	ส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (ปุ๋ย)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์)		ธุรกิจจัดหาสินค้า มาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)	
		Chi – Square		Chi – Square		Chi – Square	
		P	Sig	P	P	Sig	P
		1.	ด้านผลิตภัณฑ์	9.497	0.050*	31.278	0.000*
2.	ด้านราคา	7.861	0.097	32.445	0.000*	16.969	0.002*
3.	ด้านช่องทางการให้บริการ	0.906	0.824	8.830	0.032*	11.507	0.009*
4.	ด้านส่งเสริมการตลาด	4.969	0.291	52.774	0.000*	9.507	0.050*
5.	ด้านบุคลากร	0.602	0.896	31.567	0.000*	10.367	0.016*
6.	ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.216	0.642	11.581	0.001*	28.808	0.000*
7.	ด้านกระบวนการ	0.229	0.973	32.208	0.000*	5.855	0.119

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย) ส่วนด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน)

## 6. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์

จากการตอบแบบสอบถามของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดงาม จำกัด ในแบบสอบถามแบบปลายเปิดในเรื่องปัญหา อุปสรรคผู้ตอบจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 26.34 และข้อเสนอแนะ ผู้ตอบจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแสดงได้ในตารางที่ 4.105 – 4.106

ตารางที่ 4.105 ปัญหา อุปสรรค ของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด

ปัญหา อุปสรรค	จำนวน (54 คน)	ร้อยละ (100.00)
1. สหกรณ์ไม่มีผลตอบแทนในกับสมาชิกมาเป็นเวลานานหลายปี เนื่องจากเหตุขาดทุนสะสม จึงไม่เห็นถึงความจำเป็นในการเข้ามาใช้บริการ	11	20.37
2. ปัญหาการทุจริตของอดีตประธานสหกรณ์ทำให้สมาชิกเกิดความไม่มั่นใจในการใช้บริการหรือการลงทุนในสหกรณ์เหมือนเช่นเดิม	10	18.52
3. สมาชิกเลือกใช้บริการเงินกู้จากทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรแทนการให้บริการสหกรณ์เนื่องจากได้วงเงินที่สูงกว่า และมีระยะเวลาชำระหนี้ที่นานกว่า	9	16.67
4. สมาชิกมีอายุมากจนไม่สามารถเดินทางได้สะดวกเหมือนเช่นเดิมในการมาใช้บริการ	7	12.96
5. ปัจจุบันสมาชิกเลิกทำการเกษตรกรรม จึงไม่มีความจำเป็นต้องใช้บริการสหกรณ์	6	11.11
6. สมาชิกมีหนี้ค้างชำระกับสหกรณ์จำนวนมาก แต่ยังไม่มีความสามารถในการชำระหนี้คืนสหกรณ์ได้ จึงขาดการติดต่อไป	6	11.11
7. สมาชิกย้ายถิ่นฐานในการประกอบอาชีพเปลี่ยนจากการทำเกษตรกรรมไปทำงานอื่นในต่างจังหวัด	5	9.26
<b>รวม</b>	<b>54</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง พบว่า มีสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด มีปัญหา อุปสรรค ในการใช้บริการสหกรณ์ มากที่สุดคือ สหกรณ์ไม่มีผลตอบแทนในกับสมาชิกมาเป็นเวลานานหลายปี เนื่องจากเหตุขาดทุนสะสม จึงไม่เห็นถึงความจำเป็นในการเข้ามาใช้บริการ รองลงมาคือ ปัญหาการทุจริตของอดีตประธานสหกรณ์ทำให้สมาชิกเกิดความไม่มั่นใจในการใช้บริการหรือการลงทุนในสหกรณ์เหมือนเช่นเดิม และสมาชิกเลือกใช้บริการเงินกู้จากทางธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรแทนการให้บริการสหกรณ์เนื่องจากได้วงเงินที่สูงกว่า และมีระยะเวลาชำระหนี้ที่นานกว่า ตามลำดับ

ตารางที่ 4.106 ข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด

ข้อเสนอแนะ	จำนวน(65 คน)	ร้อยละ (100.00)
1. สหกรณ์ควรเร่งแก้ไขปัญหาการขาดทุนสะสมของสหกรณ์เพื่อเรียกความมั่นใจให้กับสมาชิกในการเข้าไปใช้บริการเช่นเดิม	17	26.15
2. สหกรณ์ควรให้คำแนะนำช่วยเหลือ ผ่อนผัน หรือปรับโครงสร้างของหนี้สมาชิกที่ผิดนัดชำระอยู่ เพื่อให้โอกาสสมาชิกในการผ่อนชำระ	13	20.00
3. สหกรณ์ควรเพิ่มวงเงินกู้และระยะเวลาของเงินกู้เพิ่มเติมจากเดิม	9	13.85
4. สหกรณ์ควรเพิ่มชนิดสินค้า ปริมาณสินค้า ให้เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิก เพราะสินค้าบางชนิดสมาชิกก็นำไปใช้ไม่ได้	7	10.77
5. สหกรณ์ควรจัดประชุมสมาชิกในกลุ่มย่อยต่างๆ เพื่อพบปะหารือกันในเรื่องต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และควรมีช่องทางที่ให้สมาชิกติดต่อสื่อสารได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น	7	10.77
6. สหกรณ์ควรรายงานผลการดำเนินงานคดีกับอดีตประธานในกรณีทุจริตเงินของสหกรณ์ให้สมาชิกได้รับทราบ โดยทั่วถึงเพื่อให้สมาชิกเข้าใจในการดำเนินงานของสหกรณ์	6	9.23
7. คณะกรรมการควรบริหารงานอย่างโปร่งใส และไม่ปฏิบัติเหมือนเช่นเดิมในอดีตที่เกิดการทุจริตขึ้น และทำความเข้าใจกับสมาชิกในเรื่องดังกล่าวให้มากขึ้นด้วย	6	9.23
<b>รวม</b>	<b>65</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง พบว่า มีสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด มีปัญหาอุปสรรค ในการใช้บริการสหกรณ์ มากที่สุดคือ สหกรณ์ควรเร่งแก้ไขปัญหาการขาดทุนสะสมของสหกรณ์เพื่อเรียกความมั่นใจให้กับสมาชิกในการเข้าไปใช้บริการเช่นเดิม รองลงมาสหกรณ์ควรให้คำแนะนำช่วยเหลือ ผ่อนผัน หรือปรับโครงสร้างของหนี้สมาชิกที่ผิดนัดชำระอยู่ เพื่อให้โอกาสสมาชิกในการผ่อนชำระ และสหกรณ์ควรเพิ่มวงเงินกู้และระยะเวลาของเงินกู้เพิ่มเติมจากเดิมตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าอิสระเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์ 2) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด 3) เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4) เพื่อหาความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 5) ศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด โดยสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. สรุปการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

#### 1. สรุปการศึกษา

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จาก 2 กลุ่ม คือ 1. สมาชิกผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด ซึ่งมีจำนวน 132 คน ซึ่งผู้ศึกษาจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด 2. สมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด ซึ่งมีประชากรจำนวน 415 คน ซึ่งได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการหาค่าตามวิธีของทาโร ยามานะ (Yamane) คำนวณได้กลุ่มตัวอย่าง 205 คน โดยเลือกวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) และสุ่มโดยบังเอิญ สุ่มจากผู้ใช้บริการ มีสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี ระดับการศึกษาประถมศึกษา รายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 30,001 – 50,000 บาทต่อปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิกอยู่ในช่วง 4-6 ปี

มีบทบาทหน้าที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ ผลผลิตหลักคือข้าวเปลือก มีจำนวนบุคคลในครอบครัว 1-3 คน ไม่เคยผ่านการอบรมด้านสหกรณ์ ผลการศึกษาพบว่า

### 1.1 การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้นำจ้างมา จำกัด จำแนกตามธุรกิจของสหกรณ์

กลุ่มที่ 1 พบว่า ธุรกิจสินเชื่อสมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการเงินกู้ระยะสั้น และเงินกู้ระยะปานกลาง และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการปุ๋ย เคมีภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน

กลุ่มที่ 2 พบว่า ธุรกิจสินเชื่อสมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการเงินกู้ระยะสั้น และเงินกู้ระยะปานกลาง และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการปุ๋ย เคมีภัณฑ์ แต่ไม่เคยใช้บริการเมล็ดพันธุ์/น้ำมัน

### 1.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้นำจ้างมา จำกัด

กลุ่มที่ 1 พบว่า สมาชิกให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ ภาพรวมในระดับ มากที่สุด โดยที่ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

กลุ่มที่ 2 พบว่า สมาชิกให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ภาพรวมในระดับ มาก โดยที่ด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

### 1.3 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้นำจ้างมา จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

กลุ่มที่ 1 พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสมาชิกมีค่าเฉลี่ยเคยใช้บริการมากกว่าไม่เคยใช้บริการในประเภทเงินกู้ระยะสั้นและเงินกู้ระยะปานกลาง และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสมาชิกมีค่าเฉลี่ยเคยใช้บริการมากกว่าไม่เคยใช้บริการในประเภทเคมีภัณฑ์และเมล็ดพันธุ์/น้ำมัน

กลุ่มที่ 2 พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก จำนวนบุคคลในครอบครัว และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นจำนวนบุคคลในครอบครัว ผลผลิตหลักในการทำเกษตร และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์

ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ และด้านกระบวนการส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย

#### 1.4 ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ จ๊วงาม จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

กลุ่มที่ 1 พบว่า ธุรกิจสินเชื่อและธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย มีร้อยละและจำนวน เพศหญิงใช้บริการมากกว่าเพศชาย มีอายุ 41-50 ปี เคยใช้บริการมากที่สุด ระดับการศึกษาประถมศึกษา เคยใช้บริการมากที่สุด สมาชิกมีรายได้เฉลี่ยต่อปี 30,001-50,000 บาทต่อปีเคยใช้บริการมากที่สุด มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 4-6 ปีเคยใช้บริการมากที่สุด และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ มีผลผลิตหลักในการทำเกษตรข้าวเปลือกเคยใช้บริการมากที่สุด มีจำนวนบุคคลในครอบครัว 1-3 คน เคยใช้บริการมากที่สุด สมาชิกที่ไม่เคยผ่านการอบรมมากกว่าสมาชิกที่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์

กลุ่มที่ 2 พบว่า ธุรกิจสินเชื่อ ปัจจัยส่วนบุคคลในเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก จำนวนบุคคลในครอบครัว และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และปัจจัย ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปัจจัยส่วนบุคคลในเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิกจำนวนบุคคลในครอบครัว และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์รายได้เฉลี่ยต่อปี มีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และ (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับธุรกิจ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย) ส่วนด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

#### 1.5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ กับสหกรณ์

พบว่าปัญหา อุปสรรค ของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ จ๊วงาม จำกัด ในการใช้บริการสหกรณ์ มากที่สุดคือ สหกรณ์ไม่มีผลตอบแทนในกับสมาชิกมาเป็น เวลานานหลายปี เนื่องจากเหตุขาดทุนสะสม จึงไม่เห็นถึงความจำเป็นในการเข้ามาใช้บริการ

และพบว่าข้อเสนอแนะ ของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในธุรกิจของสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ  
จี้วงาม จำกัด ในการใช้บริการสหกรณ์ มากที่สุดคือ สหกรณ์ควรเร่งแก้ไขปัญหาการขาดทุนสะสม  
ของสหกรณ์เพื่อเรียกความมั่นใจให้กับสมาชิกในการเข้าไปใช้บริการเช่นเดิม

## 2. อภิปรายผล

การศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ในเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิก  
สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจี้วงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปรายผลการศึกษา ดังนี้

### 2.1 การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจี้วงาม จำกัด จำแนกตามธุรกิจ ของสหกรณ์

กลุ่มที่ 1 ธุรกิจสินเชื่อสมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการเงินกู้ระยะสั้นและเงินกู้  
ระยะปานกลาง อาจเนื่องมาจากสมาชิกส่วนใหญ่มีความต้องการเงินทุนหมุนเวียนในการทำเกษตร  
เพราะทั้ง 2 ธุรกิจมีวงเงินและระยะเวลาชำระหนี้ที่เหมาะสมกับสมาชิก และธุรกิจจัดหาสินค้า  
มาจำหน่าย สมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการปุ๋ย เคมีภัณฑ์ เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน อาจเป็นเพราะสมาชิก  
ปัจจุบันยังคงมีส่วนร่วมด้วยสหกรณ์จึงมีความต้องการและความจำเป็นในการใช้บริการซื้อสินค้า  
ทั้ง 3 ประเภทอยู่

กลุ่มที่ 2 ธุรกิจสินเชื่อสมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการเงินกู้ระยะสั้น และเงินกู้  
ระยะปานกลาง อาจเนื่องมาจากสมาชิกที่ปัจจุบันไม่มีส่วนร่วมด้วยสหกรณ์ในอดีตเคยใช้บริการ  
ธุรกิจสินเชื่อ และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย สมาชิกส่วนใหญ่เคยใช้บริการปุ๋ย เคมีภัณฑ์  
แต่ไม่เคยใช้บริการเมล็ดพันธุ์/น้ำมัน อาจเนื่องมาจากเป็นธุรกิจใหม่ของสหกรณ์จึงทำให้สมาชิก  
ที่ไม่มีส่วนร่วมไปนานไม่เคยใช้บริการดังกล่าว

### 2.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ กับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจี้วงาม จำกัด

กลุ่มที่ 1 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วม  
ในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ ภาพรวมในระดับ มากที่สุด โดยที่ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ  
มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด โดยผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐนนท์ ไบยา (2562) ได้ทำการศึกษา  
ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร  
ดอนเจดีย์ จำกัด อาจเป็นเพราะความแตกต่างของขนาดสหกรณ์และความแตกต่างของพื้นที่ในการ  
ให้บริการสมาชิกของสหกรณ์

กลุ่มที่ 2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ ภาพรวมในระดับ มาก โดยที่ด้านช่องทางการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยผลการศึกษา ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฉันทนัท ไบยา (2562) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรคอนเจดีย์ จำกัด อาจเป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะในการใช้บริการในธุรกิจสหกรณ์แตกต่างกัน

### 2.3 เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจืดร่วมกับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

กลุ่มที่ 1 ธุรกิจสินเชื่อ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสมาชิก มีค่าเฉลี่ยเคยใช้บริการมากกว่าไม่เคยใช้บริการ ในประเภทเงินกู้ระยะสั้นและเงินกู้ระยะปานกลาง อาจเป็นเพราะเงินกู้ทั้ง 2 ประเภทเหมาะสมกับการประกอบอาชีพของสมาชิกมากกว่าเงินกู้ระยะยาว และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสมาชิกมีค่าเฉลี่ยเคยใช้บริการมากกว่าไม่เคยใช้บริการ ในประเภทเคมีภัณฑ์และเมล็ดพันธุ์/น้ำมัน อาจเป็นเพราะสมาชิกเชื่อมั่นในสินค้าของสหกรณ์และได้ราคาที่ถูกกว่าท้องตลาดเป็นการลดต้นทุนการผลิตได้

กลุ่มที่ 2 ธุรกิจสินเชื่อ ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก จำนวนบุคคลในครอบครัว และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการส่งผลการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ โดยผลการศึกษา ไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฉันทนัท ไบยา (2562) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ส่วนประสมทางการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรคอนเจดีย์ จำกัด อาจเป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะในการใช้บริการในธุรกิจสหกรณ์แตกต่างกัน ในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในเพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นจำนวนบุคคลในครอบครัว ผลผลิตหลักในการทำเกษตร และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการส่งผลการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย อาจเป็นเพราะสมาชิกให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกอย่างทั่วถึง การจ่ายเงินปันผลและเฉลี่ยคืน การแจกของรางวัลต่างๆ ให้กับสมาชิก จึงให้ความสำคัญกับด้านส่งเสริมการตลาด และสมาชิกให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ การให้ข้อมูล และความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ ราคาขายสินค้าที่เหมาะสม การจ่ายเงินเฉลี่ยคืน และการขายสินค้าอย่างรวดเร็ว



## 2.4 ความสัมพันธ์ของการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ จังหวัดจันทบุรี จำกัด กับปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ธุรกิจสินเชื่อ ปัจจัยส่วนบุคคลในเพศอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อปี ระยะเวลาการเป็นสมาชิก จำนวนบุคคลในครอบครัว และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์มีความสัมพันธ์กัน เฉพาะธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กันเฉพาะธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปัจจัยส่วนบุคคลในเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก จำนวนบุคคลในครอบครัว และความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์รายได้เฉลี่ยต่อปีมีความสัมพันธ์กัน เฉพาะธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และ (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (ปุ๋ย) ส่วนด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน และส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ส่วนอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน อาจเป็นเพราะธุรกิจของสหกรณ์ที่สมาชิกจะใช้บริการจะต้องมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสมาชิกด้วยจึงจะทำให้สมาชิกเลือกใช้บริการ

## 3. ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจังหวัดจันทบุรี จำกัด จังหวัดพิจนุโลก ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินงาน รวมถึงการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและจำนวนร้อยละของสมาชิกที่มีส่วนร่วมมากขึ้น ดังนี้

### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

3.1.1 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ภาพรวมในระดับ มากที่สุดในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพด้านช่องทางการให้บริการ ควรจะต้องคงและรักษาไว้ให้สมาชิกสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวกดูแลเรื่องความสะอาดเช่นที่ผ่านมา

3.1.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ควรจะต้องเร่งพัฒนา ปรับปรุงรวมการทำงานในภาพรวมให้สอดคล้องกับปัจจัยด้านต่างๆ ที่สมาชิกต้องการหรือรักษาไว้ ซึ่งสิ่งสมาชิกพึงพอใจอยู่แล้ว

3.1.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ในด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ควรจะปรับปรุงต้องเพิ่มสินค้าให้หลากหลายชนิด รวมถึงตรงตามความต้องการของสมาชิกและมีราคาที่เหมาะสม โดยมีการประชาสัมพันธ์ในสมาชิก ได้ทราบอย่างทั่วถึงและมีการจูงใจสมาชิกด้วยของรางวัลต่างๆ เพื่อให้สมาชิกเกิดความรู้สึกอยากใช้บริการเพิ่มขึ้นด้วย

3.1.4 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับธุรกิจสินเชื่อ (เงินกู้ระยะสั้น) ควรจะต้องปรับปรุงธุรกิจนี้ให้มีความเหมาะสมกับสมาชิกทั้งในเรื่องของวงเงินกู้หรืออัตราดอกเบี้ย และรักษาไว้ซึ่งสิ่งที่สมาชิกพึงพอใจอยู่แล้ว

3.1.5 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย (เคมีภัณฑ์) และ (เมล็ดพันธุ์/น้ำมัน) ควรจะต้องปรับปรุงให้มีสินค้าทางเลือกเพิ่มมากขึ้นและตรงต่อความต้องการของสมาชิก และรักษาไว้ซึ่งสิ่งที่สมาชิกพึงพอใจอยู่แล้ว

3.1.6 ควรนำข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมมาปรับปรุงการดำเนินงาน และการให้บริการของสหกรณ์ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า 1. สหกรณ์ควรเพิ่มวงเงินกู้และระยะเวลาของเงินกู้เพิ่มเติมจากเดิม 2. สหกรณ์ควรเพิ่มชนิดสินค้า ปริมาณสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิก เพราะสินค้าบางชนิดสมาชิกก็นำไปใช้ไม่ได้ 3. สหกรณ์ควรเร่งแก้ไขปัญหาการขาดทุนสะสมของสหกรณ์เพื่อเรียกความมั่นใจให้กับสมาชิกในการเข้าไปใช้บริการเช่นเดิม

## 3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ควรทำวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อหาแนวทางในการเพิ่มการมีส่วนร่วมของสมาชิก

3.2.2 ควรทำวิจัยในแก้ไขปัญหาการขาดทุนสะสมของสหกรณ์

3.2.3 ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัย

สืบราชสันตติวงศ์

## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2564). *ประเภทสหกรณ์*. สืบค้นจาก <https://www.cpd.go.th/knowledge/general-coop/item/1741-coop-type.html#land>
- จุฑามาศ อุปถัมภ์. (2563). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียนในจังหวัดสุรินทร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, สุรินทร์.
- ณัฐนนท์ ไบยา. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรคอนเจคีย์ จำกัด*. (การศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ทวีชัย คำทวิ. (2558). *การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรประดู่ป่า จำกัด จังหวัดลำพูน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- ธัญญรัตน์ มาลัย. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อ.พร้าว จ.เชียงใหม่*. (การศึกษาระดับปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- พระราชบัญญัติสหกรณ์ (ฉบับที่ 3) พุทธศักราช 2562. (2562, 20 มีนาคม).  
ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 136 ตอนที่ 34. หน้า 27-42.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*.  
กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- \_\_\_\_\_. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด. (2562). *รายงานกิจการประจำปี 2562*. พิษณุโลก: สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด.
- \_\_\_\_\_. (2563). *รายงานกิจการประจำปี 2563*. พิษณุโลก: สหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด.
- สุดารัตน์ วาเรศ. (2562). *ปัจจัยการมีส่วนร่วมกิจกรรมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบ้านเขี้ยวหลาน จำกัด อำเภอบ้านตาขุน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*.  
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีธรรมมาโคกราช, นครศรีธรรมราช.

Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. The Millennium edition. New Jersey: Prentice-Hall.

Schiffman; & Kanuk. (1994). *Customer Behavior*. 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall.

Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York. Harper and Row.

Forum for Rural Transport and Development.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

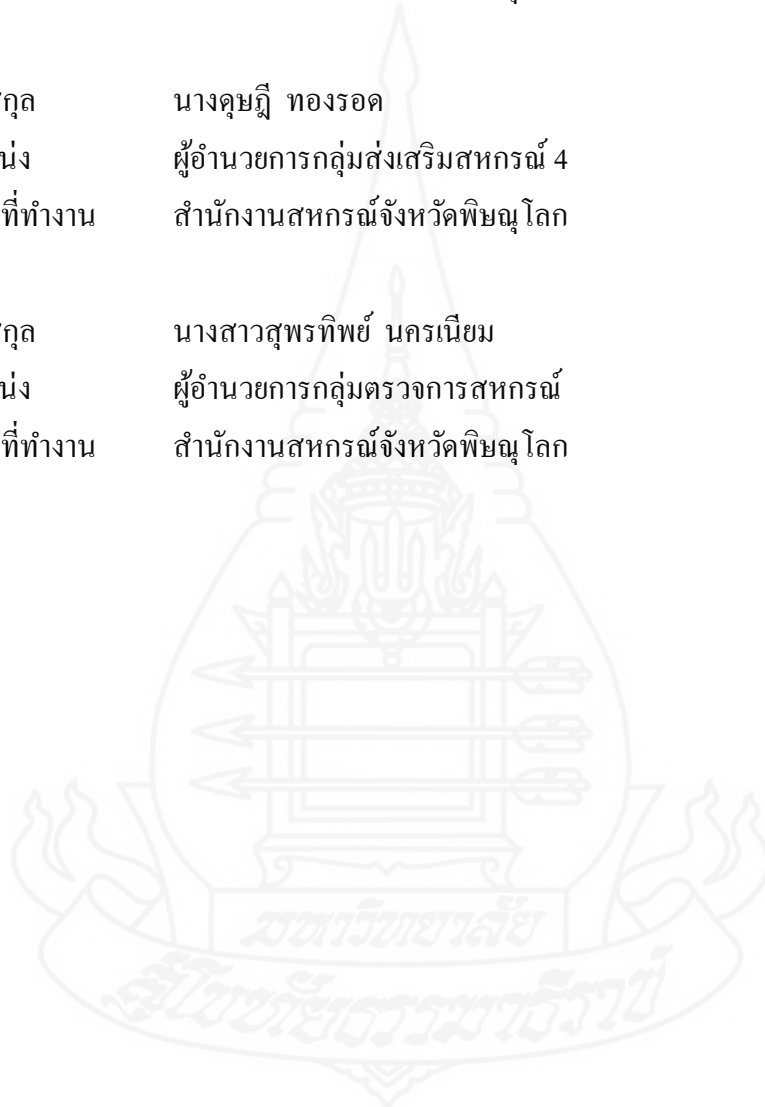


**ภาคผนวก ก**

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

### รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถาม

- |              |                                  |
|--------------|----------------------------------|
| 1. ชื่อ-สกุล | ว่าที่ ร.ต. สมมาตร โกศล          |
| ตำแหน่ง      | ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ 1 |
| สถานที่ทำงาน | สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก    |
| 2. ชื่อ-สกุล | นางคุณฤดี ทองรอด                 |
| ตำแหน่ง      | ผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมสหกรณ์ 4 |
| สถานที่ทำงาน | สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก    |
| 3. ชื่อ-สกุล | นางสาวสุพรทิพย์ นครเนียม         |
| ตำแหน่ง      | ผู้อำนวยการกลุ่มตรวจการสหกรณ์    |
| สถานที่ทำงาน | สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก    |







ภาคผนวก ข

ค่าดัชนีความสอดคล้อง

การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence : IOC)

เรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 3		
<b>ส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ</b>						
1.	ท่านมีส่วนร่วมในการกู้เงิน ระยะสั้นกับสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.	ท่านมีส่วนร่วมในการกู้เงิน ระยะปานกลางกับสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
3.	ท่านมีส่วนร่วมในการกู้เงิน ระยะยาวกับสหกรณ์	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้
<b>ส่วนร่วมในการซื้อสินค้า</b>						
4.	ท่านมีส่วนร่วมในการซื้อปุ๋ย กับสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
5.	ท่านมีส่วนร่วมในการซื้อ เคมีภัณฑ์กับสหกรณ์	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6.	ท่านมีส่วนร่วมในการซื้อเมล็ด พันธุ์/น้ำมันกับสหกรณ์	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำ  
จังหวัด

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 3		
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>						
1.	เงินกู้มีหลายรูปแบบ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
2.	วงเงินให้กู้เหมาะสม	+1	0	+1	0.67	ใช้ได้
3.	ระยะเวลาชำระหนี้เหมาะสม กับรายได้สมาชิก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
4.	สินค้ามีหลายชนิดตรงกับ ความต้องการสมาชิก	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>ด้านราคา</b>						
5.	เงินกู้มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
6.	งวดที่ผ่อนชำระคืนที่เหมาะสม	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้
7.	ราคาขายสินค้าที่เหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>ด้านช่องทางการให้บริการ</b>						
8.	เดินทางความสะดวกในการ ใช้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
9.	สหกรณ์ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>						
10.	สหกรณ์ประชาสัมพันธ์ใน สมาชิกได้ทั่วถึง	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
11.	สหกรณ์จ่ายเฉลี่ยคืน ให้เหมาะสม	0	+1	+1	0.67	ใช้ได้
12.	มีการแจกของรางวัล ให้สมาชิก	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้

ข้อ	ข้อความ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล
		ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 3		
<b>ด้านบุคลากร</b>						
13.	เจ้าหน้าที่ที่มีคุณภาพ ในการให้บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
14.	เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้
15.	เจ้าหน้าที่มีเพียงพอต่อการ บริการ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>						
16.	สถานที่สะอาดเหมาะสม	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
17.	มีที่นั่งรอให้บริการเพียงพอ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
18.	สถานที่จอดรถกว้างขวาง เพียงพอ	+1	+1	0	0.67	ใช้ได้
<b>ด้านกระบวนการ</b>						
19.	การพิจารณาเงินกู้อย่างรวดเร็ว	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
20.	การขายสินค้ารวดเร็วเป็นระบบ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
21.	คำขอกู้เข้าใจง่าย ชัดเจน	+1	+1	+1	1	ใช้ได้
22.	การทำงานในภาพรวมเป็นระบบ	+1	+1	+1	1	ใช้ได้

ค่า IOC =  $25.33/28 = 0.904$  ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามฉบับนี้สามารถนำไปใช้ได้



ภาคผนวก ค  
แบบสอบถาม

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการสำรวจการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้จากความคิดเห็นของท่านต่อสหกรณ์ ผู้ศึกษาขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ผู้ใช้น้ำจ๊วงาม จำกัด

คำชี้แจง กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ตามความเป็นจริง

1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ

( ) 20 - 30 ปี ( ) 31 - 40 ปี ( ) 41 - 50 ปี  
( ) 51 - 60 ปี ( ) 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

( ) ประถมศึกษา ( ) มัธยมศึกษา ( ) ปวช./ปวส./อนุปริญญา  
( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโทหรือสูงกว่า

4. รายได้เฉลี่ยต่อปี

( ) 10,000 - 30,000 บาทต่อปี ( ) 30,001 - 50,000 บาทต่อปี  
( ) 50,001 - 100,000 บาทต่อปี ( ) 100,000 บาทต่อปีขึ้นไป

5. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก

( ) 1 - 3 ปี ( ) 4 - 6 ปี  
( ) 7 - 10 ปี ( ) 10 ปีขึ้นไป

6. บทบาทหน้าที่ในสหกรณ์

( ) คณะกรรมการสหกรณ์ ( ) สมาชิกสหกรณ์ ( ) ผู้ตรวจสอบกิจการ

7. ผลผลิตหลักในการทำการเกษตร

( ) ข้าวเปลือก ( ) พืชผัก ( ) เลี้ยงสัตว์

8. จำนวนบุคคลในครอบครัว (รวมตัวท่าน)

( ) 1 - 3 คน ( ) 4 - 6 คน ( ) 6 คนขึ้นไป

9. ความรู้พื้นฐานด้านสหกรณ์

( ) เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์ ( ) ไม่เคยผ่านการอบรมเรื่องสหกรณ์

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์  
ผู้นำวิงวาม จำกัด

คำชี้แจง กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ตามความเป็นจริงลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด  
เพียงข้อเดียวแบ่งออกเป็น 2 ตัวเลือก ดังนี้

รายการ	เคย ใช้บริการ	ไม่เคย ใช้บริการเลย
<u>ส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ</u>		
1. ท่านมีส่วนร่วมในการกู้เงินระยะสั้นกับสหกรณ์		
2. ท่านมีส่วนร่วมในการกู้เงินระยะปานกลางกับสหกรณ์		
3. ท่านมีส่วนร่วมในการกู้เงินระยะยาวกับสหกรณ์		
<u>ส่วนร่วมในการซื้อสินค้า</u>		
1. ท่านมีส่วนร่วมในการซื้อปุ๋ยกับสหกรณ์		
2. ท่านมีส่วนร่วมในการซื้อเคมีภัณฑ์กับสหกรณ์		
3. ท่านมีส่วนร่วมในการซื้อเมล็ดพันธุ์/น้ำมันกับสหกรณ์		



แบบสอบถามส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์  
ผู้นำวิ้งงาม จำกัด

คำชี้แจง กรุณาเติมเครื่องหมาย ✓ ตามความเป็นจริงลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด  
เพียงข้อเดียว แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด  
4 หมายถึง เหมาะสมมาก  
3 หมายถึง เหมาะสมปานกลาง  
2 หมายถึง เหมาะสมน้อย  
1 หมายถึง ไม่เหมาะสมเลย

รายการ	5 (มากที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปานกลาง)	2 (น้อย)	1 (ไม่เลย)
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>					
1. เงินกู้มีหลายรูปแบบ					
2. วงเงินให้กู้เหมาะสม					
3. ระยะเวลาชำระหนี้เหมาะสม กับรายได้สมาชิก					
4. สิ้นค้ามีหลายชนิดตรงกับ ความต้องการสมาชิก					
<u>ด้านราคา</u>					
1. เงินกู้มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม					
2. งวดที่ผ่อนชำระคืนที่เหมาะสม					
3. ราคาขายสินค้าที่เหมาะสม					
<u>ด้านช่องทางการให้บริการ</u>					
1. เส้นทางความสะดวกในการ ใช้บริการ					
2. สหกรณ์ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน					



รายการ	5 (มากที่สุด)	4 (มาก)	3 (ปานกลาง)	2 (น้อย)	1 (ไม่เลย)
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
1. สหกรณ์ประชาสัมพันธ์ในสมาชิก ได้ทั่วถึง					
2. สหกรณ์จ่ายเฉลี่ยคืนให้อย่าง เหมาะสม					
3. มีการแจกของรางวัลให้สมาชิก					
<b>ด้านบุคลากร</b>					
1. เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพในการ ให้บริการ					
2. เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างชัดเจน					
3. เจ้าหน้าที่ที่มีเพียงพอต่อการบริการ					
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>					
1. สถานที่สะอาดเหมาะสม					
2. มีที่นั่งรอใช้บริการเพียงพอ					
3. สถานที่จอดรถกว้างขวางเพียงพอ					
<b>ด้านกระบวนการ</b>					
1. การพิจารณาเงินกู้อย่างรวดเร็ว					
2. การขายสินค้ารวดเร็วเป็นระบบ					
3. ค่าของกู้เข้าใจง่าย ชัดเจน					
4. การทำงานในภาพรวมเป็นระบบ					

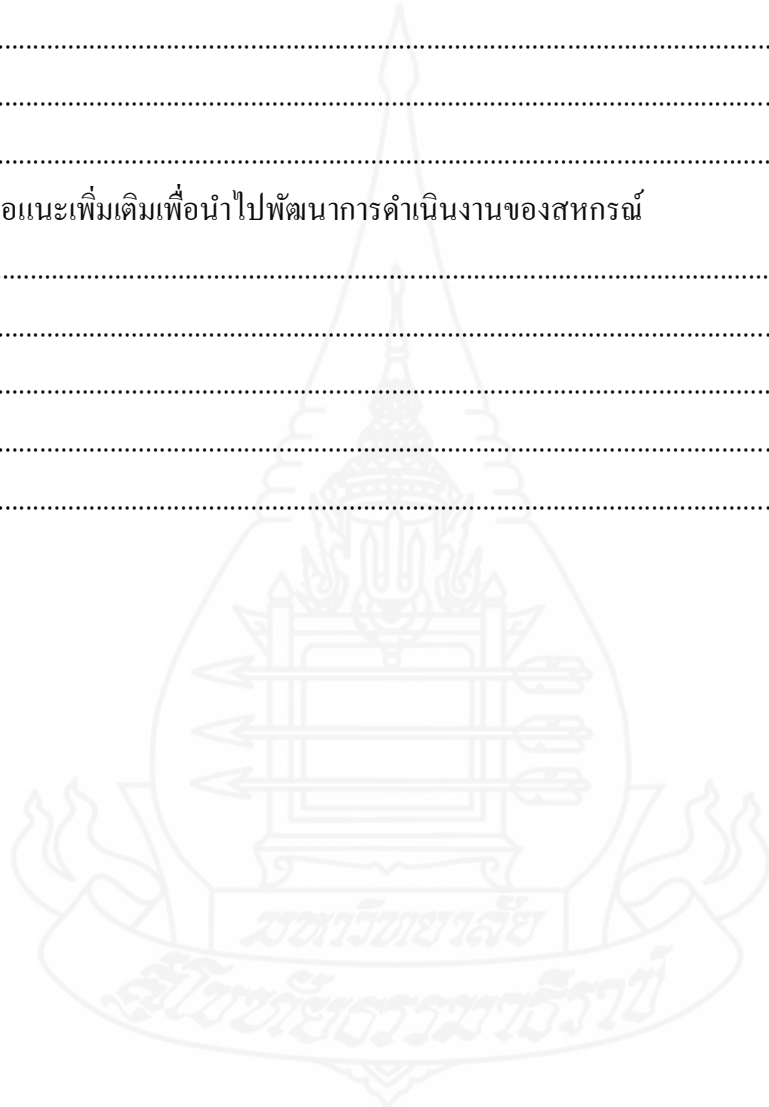
**แบบสอบถามส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของสมาชิกที่ไม่มีส่วนร่วมในการ  
ดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ผู้ใช้น้ำวังงาม จำกัด**

1. ปัญหาและอุปสรรคในการเข้ามามีส่วนร่วมกับสหกรณ์

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

2. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปพัฒนาการดำเนินงานของสหกรณ์

.....  
.....  
.....  
.....  
.....



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายอานนท์ ภัคดีวงษ์
วัน เดือน ปีเกิด	15 มีนาคม 2534
สถานที่เกิด	อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี
ประวัติการศึกษา	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา พ.ศ. 2556
สถานที่ทำงาน	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดพิษณุโลก
ตำแหน่ง	นักวิชาการสหกรณ์ปฏิบัติการ

