

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวม  
ผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด  
จังหวัดนครราชสีมา

นางสาวรภัศรณ โปธิสิริณัชชัย

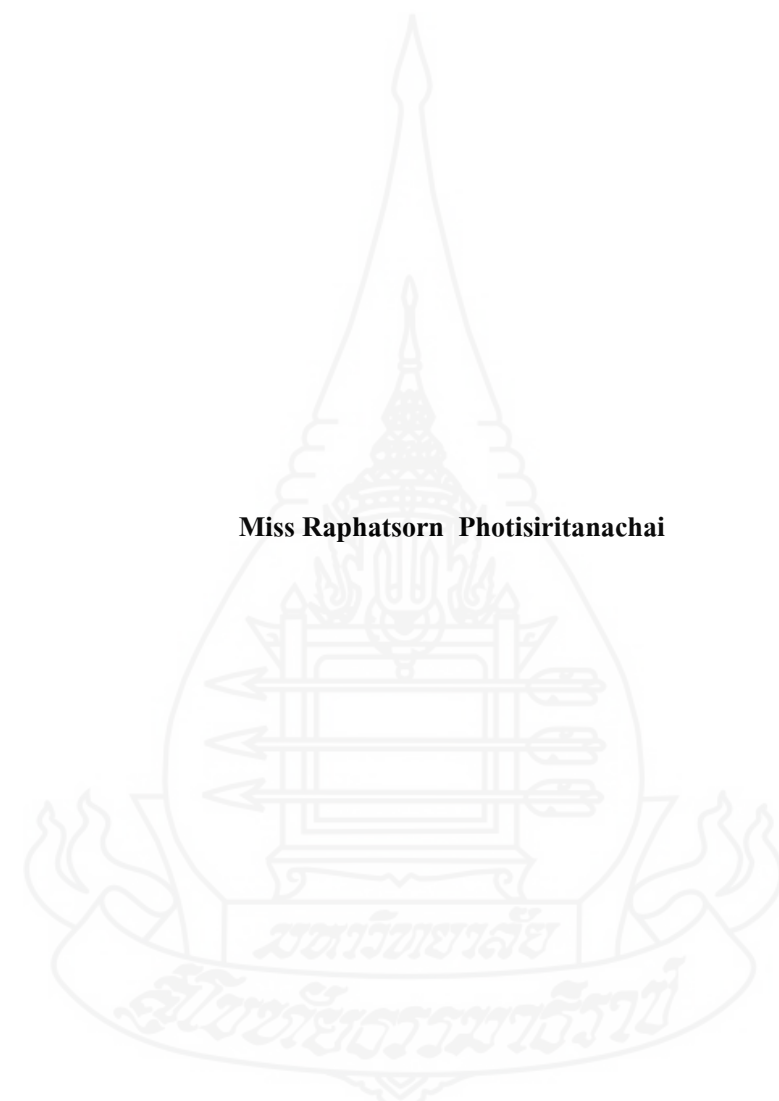


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาเกษตรศาสตร์ และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2562

**Factors related to the participation of members in the business of  
collecting maize products, Kham Sakae Saeng Agriculture Cooperative Limited,  
Nakhon Ratchasima Province**

**Miss Raphatsorn Photisiritanachai**



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for  
the Degree of Master of Business Administration in Cooperatives

School of Agriculture and Cooperatives  
Sukhothai Thammathirat Open University

2019

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ      ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนิน  
ธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตร  
ขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา  
ชื่อและนามสกุล      นางสาวภัสสรณ์ โพธิ์สิริธนาชัย  
แขนงวิชา      สหกรณ์  
สาขาวิชา      เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา      รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา รอดสมบูรณ์

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2562

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา รอดสมบูรณ์)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สงเสริม หอมกลิ่น)

(รองศาสตราจารย์ ดร.คูสิต เวชกิจ)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์

**การค้นคว้าอิสระเรื่อง** ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพด  
เลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรชามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา

**ผู้ศึกษา** นางสาวรภัศรณี โพธิ์ศิริราชชัย **รหัสนักศึกษา** 2619002351 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
(สหกรณ์) **อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ ดร.ศุจิตรา รอดสมบูรณ์ **ปีการศึกษา** 2562

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรชาม  
สะแกแสง จำกัด และ 2) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

ประชากรที่ศึกษา คือสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ศึกษา  
จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 317 ราย ได้จากการคำนวณของทาโร ยามาเน่ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวม  
ข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ  
ทดสอบไคสแควร์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และ 0.05 และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 60 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส การศึกษา  
ระดับประถมศึกษา พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 1 – 10 ไร่ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี มากกว่า 250,000 บาท ขึ้น  
ไป รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี ต่ำกว่าหรือ  
เท่ากับ 25,000 บาท รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทและหนี้สินของครัวเรือน  
ทั้งหมด 100,001 – 200,000 บาทปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่าสมาชิกมีระดับการตัดสินใจต่อการมีส่วนร่วม  
ด้านผลผลิต ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก  
ที่สุด ส่วนด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่งและด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก พฤติกรรม  
การมีส่วนร่วมพบว่าประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ยมากกว่า 17.5% และเหตุผลที่  
ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์คือ ความพร้อมของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการรับซื้อ 1)  
ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์คือ อายุ  
รายได้จากภาคเกษตรต่อปี รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน และหนี้สิน  
ของครัวเรือนทั้งหมด ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวม  
ผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ คือ ด้านผลผลิตด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน  
บุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการและ 2) ข้อเสนอแนะคือหาวิธีกำจัด  
แมลงศัตรูพืชที่มาทำลายผลผลิตแนะนำให้สมาชิก และจัดหาแหล่งน้ำให้แก่สมาชิกเพื่อให้มีปริมาณน้ำเพียงพอ  
ในการเพาะปลูก

**คำสำคัญ:** พฤติกรรม, การมีส่วนร่วม, สหกรณ์การเกษตรชามสะแกแสง จำกัด

**Independent Study title:** Factors related to the participation of members in the business Of collecting maize products of Kham Sakae Saeng Agriculture Cooperative Limited, Nakhon Ratchasima Province

**Author:** Miss Raphatsorn Photisiritanachai; **ID:** 2619002351;

**Degree:** Master of Business Administration (Cooperative);

**Independent Study advisors:** Dr. Sujittra Rodsomboon, Associate Professor

**Academic year:** 2019

### **Abstract**

The objectives of this research were to study 1) the relationship between personal and mixed marketing factors and the participation in the business of collecting maize products of Kham Sakae Saeng Agriculture Cooperative Limited and 2) suggestions regarding the development of the business operation of maize collection.

The population of this study was 317 members of Kham Sakae Saeng Agriculture Cooperative Limited, Nakhon Ratchasima Province. The sample group was determined by using Taro Yamane formula and by utilizing questionnaires in collecting data with simple random sampling method. Statistics that were employed included frequency, percentage, mean, standard deviation, chi-square at the statistically significant level of 0.01 and 0.05, and content analysis.

The results of the study revealed that the majority of the sample group was male with the age 60 years and older. They were married and completed primary school education. The maize production area was between 1-10 Rai. The income from agricultural sector was more than 250,000 Baht per year with the income outside of the agricultural sector per month lower than or equal to 10,000 Baht and the expenses from agricultural sector per year lower than or equal to 25,000 Baht and the expenses from outside of the agricultural sector lower than or equal to 5,000 Baht per month. The overall household debt were between 100,001 – 200,000 Baht. Regarding mixed marketing factors, they showed that members had the decision level towards the participation in productivity, personnel and services, physical appearances, and process aspects at the highest level. For pricing, location and transportation, and marketing promotion aspects, they were at the high level. Participating behaviors stated that the types of products sold had the average moisture percentage of more than 17.5% and the reasons behind the decision to sell products to the cooperatives were the readiness of location and the equipments in purchasing. 1). The relationship between personal factors and the participation in business operation of maize product collection included age, annual income from agricultural sector, monthly income outside of agricultural sector, and overall household debts. The relationship between mixed marketing factors and the participation in business operation of maize product collection were product pricing, location and transportation, marketing promotion, personnel and service, physical appearance, and process aspect and 2) suggestions given were to find a way for pest control and then recommend it to members and to find water resources for members so that they have enough supplies for production.

**Keywords:** Behavior, Participation, Kham Sakae Saeng Agriculture Cooperative Limited

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตากรุณาเป็นอย่างสูง จาก รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา รอดสมบูรณ์ ที่ปรึกษา และรองศาสตราจารย์สงเสริม หอมกลิ่น รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ คณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และข้อเสนอแนะตลอดระยะเวลาการศึกษาค้นคว้าอิสระด้วยความเมตตากรุณาเป็นอย่างดี ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สมบูรณ์ ซึ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการดำเนินการ และสมาชิกสหกรณ์การเกษตรพรหมพิราม จำกัด ที่ให้ความกรุณาในการจัดทำทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณคณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการสหกรณ์พร้อมด้วยเจ้าหน้าที่สหกรณ์และสมาชิกสหกรณ์ผู้ตอบแบบสอบถามของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด เป็นอย่างสูงที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

ขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนช่วยเหลือการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้มาโดยตลอด คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีของการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอให้ เป็นแหล่งความรู้แก่ผู้ที่สนใจทุกท่านนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนางานสหกรณ์ให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นอย่างยั่งยืนต่อไป

รภัสสรณ์ โปธิสิริธนาชัย

กรกฎาคม 2563

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา .....	3
กรอบแนวคิดการศึกษา .....	3
สมมติฐานในการศึกษา .....	5
ขอบเขตของการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	7
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์และสหกรณ์การเกษตร .....	8
บริบทของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด .....	17
แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ .....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา .....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	39

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	40
ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ .....	40
ปัจจัยส่วนประสมการตลาด .....	45
การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวม .....	52
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการมีส่วนร่วม .....	54
ปัญหาอุปสรรค .....	69
บทที่ 5 สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	71
สรุปผลการศึกษา .....	71
อภิปรายผล .....	73
ข้อเสนอแนะ .....	74
บรรณานุกรม .....	76
ภาคผนวก .....	79
แบบสอบถาม .....	80
ประวัติผู้ศึกษา .....	86





สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ผลการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด ประจำปีบัญชี 2559 - 2561.....	15
ตารางที่ 2.2 รายงานผลการดำเนินธุรกิจสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด ประจำปีบัญชี 2559 - 2561.....	16
ตารางที่ 4.1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส.....	41
ตารางที่ 4.2 พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี.....	42
ตารางที่ 4.3 รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี.....	43
ตารางที่ 4.4 รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด.....	44
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลผลิต.....	45
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา.....	46
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด ด้านสถานที่และการขนส่ง.....	47
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	48
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ.....	49
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	50
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ.....	51
ตารางที่ 4.12 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับการตัดสินใจ.....	52
ตารางที่ 4.13 ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์.....	53
ตารางที่ 4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์.....	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา สถานภาพสมรส กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์.....	55
ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์.....	56
ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ออกนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาค การเกษตรต่อปี กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์.....	57
ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน หนี้สินของครัวเรือน ทั้งหมด กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์.....	58
ตารางที่ 4.19 สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด.....	59
ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมด้านประเภท ผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย.....	60
ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผล ที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์.....	65
ตารางที่ 4.22 ปัญหาอุปสรรค.....	69



สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	หน้า
		4



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์ หลักการสหกรณ์ คือ “แนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าของสหกรณ์เกิดผลเป็นรูปธรรม” ซึ่งประกอบด้วยหลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ ได้แก่ 1) การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง 2) การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย 3) การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก 4) การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ 5) การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ 6) การร่วมมือระหว่างสหกรณ์ และ 7) การเอื้ออาทรต่อชุมชน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

หลักการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก คือ 1) หลักการข้อนี้นุ่งเน้นให้สมาชิกทุกคนพึงตระหนักว่าบทบาทที่สำคัญของตน คือ การที่ต้องเป็นทั้งเจ้าของ และลูกค้าในคนเดียวกัน จึงต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้สมทบทุน ผู้ควบคุมและผู้อุดหนุน หรือผู้ใช้บริการของสหกรณ์ มิใช่เข้ามาเป็นสมาชิกเพียงเพื่อมุ่งหวังได้รับประโยชน์จากสหกรณ์เท่านั้น 2) ในการจัดสรรกำไรสุทธิเพื่อความเป็นธรรมแก่สมาชิก ส่วนหนึ่งต้องกันไว้เป็นทุนสำรอง ซึ่งจะนำไปแบ่งกันมิได้แต่เป็นทุนเพื่อพัฒนาสหกรณ์ของพวกเขาเองถือว่าเป็นทุนทางสังคม นอกนั้น อาจแบ่งเป็นเงินปันผลในอัตราจำกัด และเป็นเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนแห่งธุรกิจ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2560)

จังหวัดนครราชสีมาในปี 2561 มีสหกรณ์การเกษตร จำนวน 97 สหกรณ์ มีรายได้ 8,478,147,914.23 บาท ค่าใช้จ่าย 8,054,336,411.37 บาท และมีกำไรสุทธิในภาพรวม 423,811,502.86 บาท สำหรับสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ตั้งสำนักงานอยู่เลขที่ 342 หมู่ 2 ถนนขามสะแกแสง - คง ตำบลขามสะแกแสง อำเภอขามสะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา สหกรณ์มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 3,047 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 39 คน มีทุนเรือนหุ้น 181,547,450 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 14,281,250 บาท มีทุนสำรอง 51,456,721.52 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 5,004,216.13 บาท

มีเงินทุนอื่น ๆ 12,353,338.07 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1,894,646.55 บาท มีเงินรับฝาก 187,625,654.89 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 20,632,674.33 บาท มีทุนดำเนินงานทั้งหมด 512,525,208.15 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 48,098,642.29 บาท มีรายได้ 34,556,491.70 บาท ลดลงจากปีก่อน 2,033,257.11 บาท มีค่าใช้จ่าย 14,720,951.13 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1,629,562.19 บาท มีกำไรสุทธิประจำปี 19,835,540.57 บาท ลดลงจากปีก่อน 3,662,819.30 บาท สหกรณ์ดำเนินธุรกิจ จำนวน 5 ประเภท ได้แก่ 1) ธุรกิจสินเชื่อ 2) ธุรกิจรับฝากเงิน 3) ธุรกิจรวบรวมผลผลิต 4) ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย และ 5) ธุรกิจให้บริการและส่งเสริมการเกษตร สำหรับธุรกิจรวบรวมผลผลิต สหกรณ์รวบรวมผลผลิตข้าวเปลือก ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง มูลค่าที่สหกรณ์รวบรวม ได้ปี 2561 มีมูลค่า 119,255,798.22 บาท ปี 2560 มีมูลค่า 115,959,693.27 บาท ปี 2559 มีมูลค่า 89,979,266.59 บาท (รายงานประจำปี 2559 – 2561 ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด)

สหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ได้รับเงินอุดหนุนในลักษณะลงทุน งบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 โครงการพัฒนาสถาบันเกษตรกรจัดเก็บพืชผลทางการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ มีรายการเงินอุดหนุนทั้งหมด 5 รายการ จำนวนเงินอุดหนุนทั้งสิ้น 40,845,899 บาท ทั้งนี้เพื่อให้สหกรณ์แห่งนี้เป็นแม่ข่ายของการรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ทั้งจากสมาชิก เกษตรกรทั่วไป และจากสหกรณ์การเกษตรใกล้เคียง เพื่อให้สหกรณ์มีความเข้มแข็ง เป็นที่พึ่งให้มวลสมาชิกได้อย่างแท้จริง ดังนั้นหากต้องการให้เงินงบประมาณของรัฐบาลที่สนับสนุนมีความคุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุด ควรให้อุปกรณ์การตลาดต่าง ๆ ดังกล่าวใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพเพิ่มปริมาณการรวบรวมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จากสมาชิกให้ได้มากขึ้นกว่าเดิม (รายการเงินอุดหนุนในลักษณะลงทุน งบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2561 กรมส่งเสริมสหกรณ์)

การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด พบว่า จากการประเมินชั้นคุณภาพการควบคุมภายใน สหกรณ์ตามหลักเกณฑ์ที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์กำหนดนั้น ทุกด้านผลประเมินอยู่ในระดับดีมาก แต่ด้านธุรกิจรวบรวมผลผลิต/แปรรูปผลิตผลทางการเกษตรและผลิตสินค้า อยู่ในระดับชั้นดี แสดงให้เห็นว่าสมาชิกร่วมทำธุรกิจรวบรวมผลผลิตกับสหกรณ์ไม่ทั้งหมด หากสมาชิกไม่เล็งเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมทำธุรกิจรวบรวมกับสหกรณ์จะส่งผลโดยตรงต่อการรวบรวมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และอุปกรณ์การตลาดที่มีจะไม่สามารถใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพ จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้อง และการมีส่วนร่วมในการดำเนิน

ธุรกิจรวบรวมผลผลิตของสมาชิกเพื่อให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ซึ่งสหกรณ์จะได้รับประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจมีความเจริญก้าวหน้าส่งผลให้สหกรณ์มีความเข้มแข็ง เป็นที่พึงให้สมาชิกมีความยินดี อยู่ดี มีสุข ได้อย่างแท้จริง

## 2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

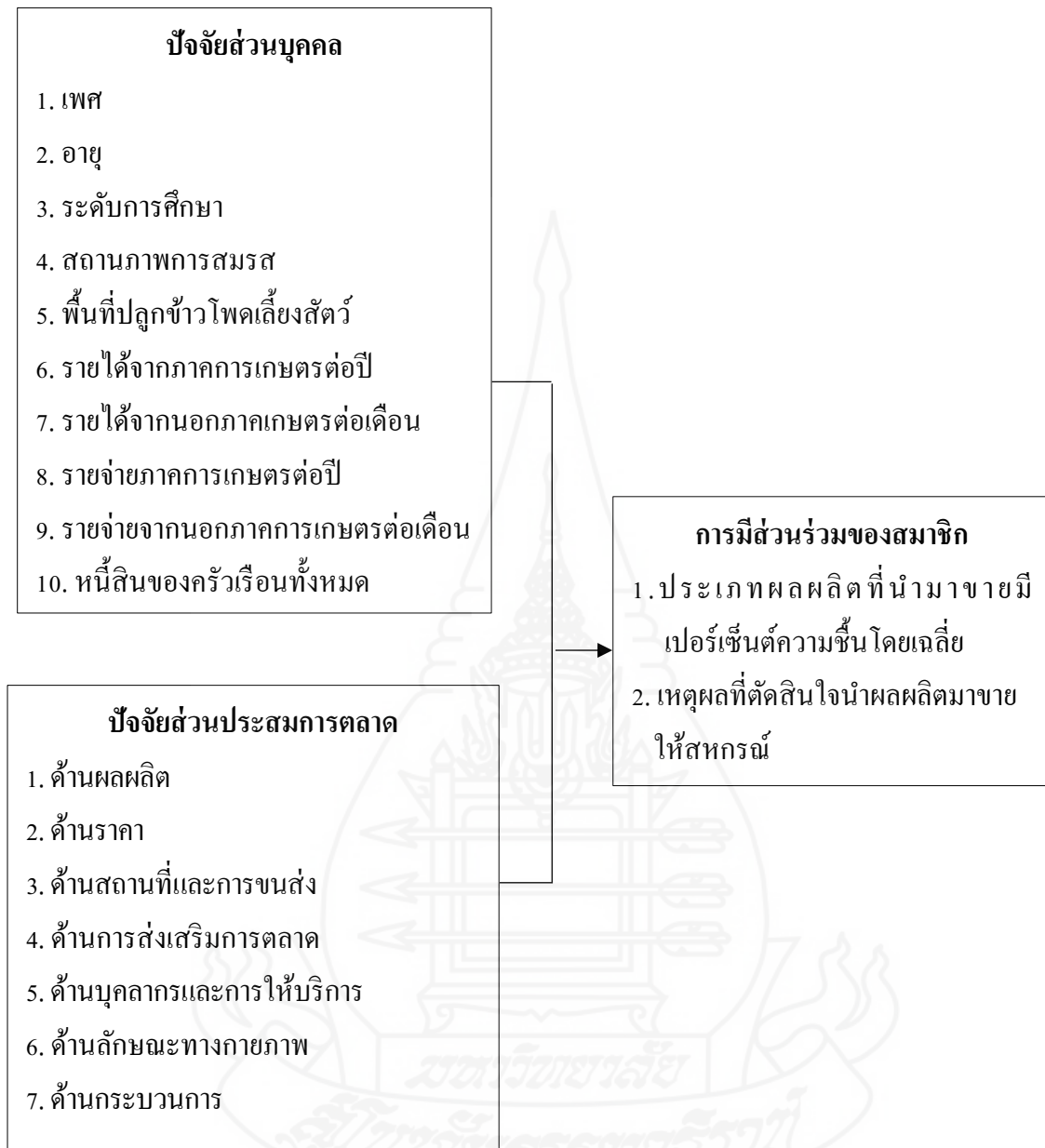
2.2 เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

## 3. กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังนี้

## ตัวแปรอิสระ

## ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

#### 4. สมมติฐานในการศึกษา

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับสหกรณ์

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับสหกรณ์

#### 5. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์

5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรระยอง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และนำมาขายให้สหกรณ์ ในปี 2561 จากจำนวนสมาชิก 1,524 คน (31 มีนาคม 2561) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 317 คน

5.3 ขอบเขตด้านตัวแปร แบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

5.3.1 *ตัวแปรอิสระ* ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคการเกษตรต่อปี รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี รายจ่ายจากนอกภาคการเกษตรต่อเดือน และหนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

5.3.2 *ตัวแปรตาม* คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์ ประกอบด้วย ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย และเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์



## 6. นิชามศัพท์เฉพาะ

6.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

6.2 สมาชิก หมายถึง สมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

6.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ หมายถึง ตัวแปรที่อธิบายคุณลักษณะของสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ พันธุ์ผลผลิตที่นิยมปลูก รายได้จากภาคการเกษตรต่อปี รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี รายจ่ายจากนอกภาคการเกษตรต่อเดือน และหนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด

6.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์ หมายถึง ส่วนประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสมาชิกกับสหกรณ์ ได้แก่ ด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

6.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิต หมายถึง การมีส่วนร่วมในด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย และเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์

6.6 ธุรกิจรวบรวม หมายถึง ธุรกิจรวบรวมข้าวโพดเลี้ยงสัตว์อย่างเดียว

6.7 ผลผลิต หมายถึง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ผู้บริหารสหกรณ์สามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารงานสหกรณ์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

7.2 ฝ่ายจัดการสหกรณ์ใช้เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจรวบรวมผลผลิตของสหกรณ์ให้มีผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพ

7.3 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์สามารถใช้เป็นแนวทางแนะนำส่งเสริมสหกรณ์ให้มีความเข้มแข็งเป็นที่พึงของสมาชิกได้อย่างแท้จริง

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา มีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์และสหกรณ์การเกษตร
2. บริบทของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด
4. แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์และสหกรณ์การเกษตร

##### 1.1 ความหมายของ “สหกรณ์” (Cooperatives)

สหกรณ์ คือ “องค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวังร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม”

“สหกรณ์” ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2553 และพ.ศ. 2562 หมายความว่า คณะบุคคลซึ่งร่วมกันดำเนินการเพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกสหกรณ์ผู้มีสัญชาติไทย โดยช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัตินี้

ดังนั้น สหกรณ์จึงตั้งขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่แก้ปัญหาในด้านการทำมาหากินที่เหมือนหรือคล้ายๆ กัน หรือความต้องการบริการที่เหมือนกันและเป็นปัญหาที่สมาชิกแต่ละคนไม่สามารถแก้เองได้ตามลำพัง หรือตั้งขึ้นมาเพื่อดำเนินการ ให้สมาชิกได้รับประโยชน์ในการประกอบอาชีพของตนมากกว่าที่แต่ละคนเคยได้จากกิจการเองตามลำพัง (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

## 1.2 คุณค่าของสหกรณ์ (Cooperative Values)

คุณค่าของสหกรณ์ คือ สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคม และความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์ คุณค่าของสหกรณ์ (Cooperative Values) (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

## 1.3 อุดมการณ์สหกรณ์ (Cooperative Ideology)

อุดมการณ์สหกรณ์ คือ ความเชื่อร่วมกันว่า การช่วยตนเอง(Self-help) และ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน(Mutual-help) ตามหลักการสหกรณ์ จะนำไปสู่ การกินดีอยู่ดี(Well-being) ความเป็นธรรมในสังคม(Social justice) และความสงบสันติสุข(Peace and Happiness) (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

## 1.4 หลักการสหกรณ์ (Cooperative Principles)

หลักการสหกรณ์ คือแนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าของสหกรณ์ เกิดผลเป็นรูปธรรม ซึ่งประกอบด้วยหลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ กล่าวคือ

### หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง

1) พึงตระหนักว่าการเข้าและออกจากการเป็นสมาชิกจะต้องเป็นไปโดยความสมัครใจของบุคคล (คำว่า “บุคคล” หมายถึงทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล) ไม่ใช่ถูกชักจูง โน้มน้าว ล่อลวง บังคับ ข่มขู่จากผู้อื่น

2) อย่างไรก็ดี การกำหนดคุณสมบัติสมาชิกของสหกรณ์ต่างๆ เพื่อให้ได้บุคคลที่เข้ามาเป็นสมาชิกแล้ว สามารถร่วมดำเนินกิจกรรมในสหกรณ์ได้ และไม่สร้างปัญหาความเดือดร้อนให้แก่เพื่อนสมาชิกและสหกรณ์ ไม่ถือว่าขัดกับหลักการสหกรณ์ข้อนี้

3) สมาชิกสมทบนั้น ควรมีแต่เฉพาะกรณีของสหกรณ์บางประเภทที่ลักษณะพิเศษ และจำเป็นเท่านั้น ไม่ควรให้มีในสหกรณ์ ทั่วไป หรือทุกประเภท เพราะตามปกติสมาชิกสมทบมาจากบุคคลซึ่งขาดคุณสมบัติที่เป็นสมาชิกธรรมดาหากสหกรณ์ได้รับสมาชิกสมทบจำนวนมาก ก็อาจกระทบต่อการส่งเสริมผลประโยชน์ของสมาชิกธรรมดาได้ แม้ว่ากฎหมาย จะได้ห้ามมิให้สมาชิกสมทบบมีสิทธิบางประการก็ตาม

### หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย

พึงตระหนักว่าเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนที่จะต้องร่วมแรงกาย ใจ และสติปัญญาในการดำเนินการควบคุมดูแลการดำเนินงานของสหกรณ์ตามวิถีทางประชาธิปไตย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยผ่านช่องทางหรือองค์กรต่างๆ เช่นคณะกรรมการดำเนินการผู้ตรวจสอบกิจการและที่ประชุมใหญ่

### หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก

1) หลักการข้อนี้ มุ่งเน้นให้สมาชิกทุกคนพึงตระหนักว่าบทบาทที่สำคัญของตนคือ การที่ต้องเป็นเจ้าของและลูกค้าในคนเดียวกัน (Co-owners and customers) จึงต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้สมทบทุน ผู้ควบคุมและผู้อุดหนุน หรือ ผู้ใช้บริการของสหกรณ์ มิใช่เข้ามาเป็นสมาชิกเพียงเพื่อมุ่งหวังได้รับประโยชน์จากสหกรณ์เท่านั้น

2) ในการจัดสรรกำไรสุทธิเพื่อความเป็นธรรมแก่สมาชิก ส่วนหนึ่งต้องกันไว้เป็นทุนสำรอง ซึ่งจะนำไปแบ่งกันมิได้แต่เป็นทุนเพื่อพัฒนาสหกรณ์ของพวกเขาเอง ถือว่าเป็นทุนทางสังคม นอกนั้นอาจแบ่งเป็นเงินปันผลในอัตราจำกัด และเป็นเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนแห่งธุรกิจ

### หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ

1) สมาชิก กรรมการ และพนักงานสหกรณ์ รวมทั้งหน่วยงานส่งเสริมสหกรณ์ต้องสำนึกและตระหนักอยู่เสมอว่าสหกรณ์เป็นองค์กรช่วยตนเอง และปกครองตนเอง หรือทำสัญญาใด ๆ ตามเงื่อนไขที่สหกรณ์ยอมรับได้กับบุคคลภายนอกหรือรัฐบาล

2) การรับความช่วยเหลือ หรือสนับสนุนจากรัฐหรือบุคคลภายนอก ไม่ขัดกับหลักความเป็นอิสระของสหกรณ์ หากผู้ให้ความช่วยเหลือมุ่งหมายให้สหกรณ์ช่วยเหลือตนเองได้ และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย รวมทั้งธำรงไว้ซึ่งความเป็นตัวของตัวเองของสหกรณ์

### หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ

1) หลักการข้อนี้เป็นจุดอ่อนของสหกรณ์ในประเทศไทยทุกระดับ ทั้งสหกรณ์ขั้นปฐมและสหกรณ์ขั้นสูง เพราะขาดแผนแม่บทในการพัฒนาการศึกษาทางสหกรณ์ให้เป็นบทบาทและความรับผิดชอบของขบวนการสหกรณ์อย่างแท้จริง ทั่วๆ ที่ได้รับเริ่มได้จัดกองทุนสะสมจัดสหภาพสหกรณ์จากกำไรของสหกรณ์มาตั้งแต่ พ.ศ. 2492 และแม้จะมีการจัดตั้งสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทยและมีชุมนุมสหกรณ์ระดับชาติบ้างแล้วส่วนราชการที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ยังคงดำเนินการให้การศึกษาศึกษาและฝึกอบรมทางสหกรณ์ แทบจะเรียกได้ว่าซ้ำซ้อนกับขบวนการสหกรณ์โดยไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนให้ขบวนการ สหกรณ์สามารถรับผิดชอบการให้การศึกษาศึกษาและฝึกอบรมทางสหกรณ์ได้ด้วยตนเองในที่สุด โดยมีหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่ให้การสนับสนุนอย่าง

เพียงพอตตามความจำเป็น และเน้นการฝึกอบรมข้าราชการให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2) การศึกษาอบรมและสารสนเทศมีความมุ่งหมาย และเน้นกลุ่ม เป้าหมายดังนี้

ก. การศึกษามุ่งเน้นให้สมาชิกและบุคคลทั่วไปซึ่งถือว่าเป็นผู้ที่จะเป็นสมาชิกในอนาคตมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสหกรณ์ รวมทั้งมีความสำนึกและตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกหรือให้เป็นผู้มีจิตวิญญาณสหกรณ์

ข. การฝึกอบรมมุ่งให้กรรมการ ผู้จัดการ และพนักงานสหกรณ์ มีความรู้ความสามารถ และทักษะ รวมทั้งความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตน

ค. ส่วนสารสนเทศนั้น มุ่งให้บุคคลทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับเยาวชน และผู้นำด้านความคิดเห็น เช่น ผู้นำชุมชนนักหนังสือพิมพ์ นักเขียน ผู้นำองค์กร พัฒนาชุมชน ฯลฯ โดยเน้นการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง

3) หลักสูตรและเนื้อหาของกรให้การศึกษอบรมควรครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม

**หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์**

1) แท้จริงการร่วมมือระหว่างสหกรณ์ เป็นหลักการเดียวกับการร่วมมือระหว่างบุคคลธรรมดา ในการจัดตั้งสหกรณ์นั่นเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดด้วยขนาด มีอำนาจการต่อรองสูงขึ้น และนำไปสู่การรับใช้สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2) การร่วมมือระหว่างสหกรณ์ อาจทำได้ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง ในแนวนอน สหกรณ์ทุกสหกรณ์ไม่ว่าประเภทเดียวกันหรือไม่ สามารถร่วมมือกันได้ในทุกระดับ เพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิกและขบวนการสหกรณ์ ในแนวตั้งสหกรณ์ท้องถิ่นประเภทเดียวกัน ควรรวมตัวกันทางธุรกิจเป็นชุมนุมสหกรณ์ระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศและสหกรณ์ทุกประเภท ทุกระดับ ทุกสหกรณ์ ควรรวมตัวกันเป็นองค์การสหกรณ์สูงสุด (Apex Organization) เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมด้านอุดมการณ์ การศึกษา การฝึกอบรม การส่งเสริมแนะนำ การกำกับดูแล การตรวจสอบ การวิจัยและพัฒนาฯลฯ

3) วัตถุประสงค์สำคัญของการร่วมมือระหว่างสหกรณ์คือ เพื่อให้สหกรณ์สามารถอำนวยความสะดวกทางเศรษฐกิจและสังคมแก่สมาชิกสามารถอำนวยความสะดวกทางเศรษฐกิจ

และสังคมแก่สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และทำให้ขบวนการสหกรณ์เข้มแข็ง เพราะฉะนั้น สหกรณ์ท้องถิ่นแต่ละสหกรณ์ และสหกรณ์ชั้นสูง ต้องเป็นสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน มีชีวิตชีวา(Viable & Sustainable) และร่วมมือกันในลักษณะของ “ระบบรวม” หรือเอกภาพ

### หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน

1) สหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจและสังคมและเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่ สหกรณ์ตั้งอยู่ เพราะฉะนั้นการดำเนินงานของสหกรณ์ต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชน นั้น ๆ ซึ่งหมายความว่า เป็นการพัฒนาที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ หรือเป็นการพัฒนาสนองความต้องการและความใฝ่ฝันของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ทำลายโอกาส ความสามารถ และอนาคตของคนรุ่นหลัง

2) เนื่องจากสมาชิกสหกรณ์ก็เป็นสมาชิกของชุมชนนั่นเอง สหกรณ์จึงควรมีส่วน ช่วยเหลือในการพัฒนาชุมชนนั้นแบบยั่งยืน

### 1.5 วิธีการสหกรณ์ (Cooperative Practices)

วิธีการสหกรณ์ คือ “ การนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรม ทางเศรษฐกิจ และสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดี”

โดยสรุป การรวมกลุ่มเป็นสหกรณ์นั้นจำเป็นต้องมีกฎระเบียบข้อบังคับด้วย ทุกคนที่เข้ามาเป็นสมาชิกต้องพร้อมรับฟัง แบ่งปันความคิดเห็น ร่วมคิด ร่วมแรง ร่วมใจ พันฝ่าไปด้วยกัน ต้องมีหัวหน้ากลุ่มที่ไม่ได้มีไว้แสดงชั้นวรรณะ แต่คือผู้ที่เสียสละทำการบริหารจัดการและ ต้องมีคณะกรรมการที่แต่ละคนมีความคิดเป็นของตัวเองที่พร้อมจะสนับสนุน หรือคัดค้าน ทำในสิ่ง ที่ถูกต้อง เพราะการกระทำที่อยู่บนพื้นฐานความยุติธรรม เสมอภาค จะทำให้เกิดความยั่งยืน

### 1.6 ความหมายของสหกรณ์การเกษตร ( Agricultural Cooperative)

สหกรณ์การเกษตร คือ สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ผู้มีอาชีพทางการเกษตรรวมตัวกันจัดตั้งขึ้นและจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิก ดำเนินกิจการร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพ ของสมาชิก และช่วยยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2560)

### 1.7 ความสำคัญของสหกรณ์การเกษตร

เนื่องจากการประกอบอาชีพของเกษตรกร มักประสบปัญหาต่างๆ ที่สำคัญๆ ดังนี้

**1.7.1 ขาดแคลนเงินทุน** เงินทุนที่ใช้ในการประกอบอาชีพมีไม่เพียงพอ ต้องกู้ยืม จากพ่อค้าหรือนายทุนในท้องถิ่น ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยแพง

**1.7.2 ขาดแคลนที่ดินทำกิน** เกษตรกรบางรายมีที่ดินทำกินน้อย บางรายไม่มีที่ดิน ทำกินเป็นของตนเอง ต้องเช่าที่ดินผู้อื่นทำกิน โดยเสียค่าเช่าแพงและถูกเอารัดเอาเปรียบจากการเช่า

**1.7.3 ปัญหาในเรื่องการผลิต** เกษตรกรขาดความรู้เกี่ยวกับการผลิตสมัยใหม่ที่ต้อง เช่น การใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ยาปราบศัตรูพืช พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ทำให้ผลผลิตที่ได้รับต่ำไม่คุ้มกับการลงทุน นอกจากนั้นผลผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพ และไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบชลประทาน

**1.7.4 ปัญหาการตลาด** เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องการชั่ง ตวง วัด และมีความจำเป็นต้องจำหน่ายผลผลิตตามฤดูกาล เนื่องจากไม่มีที่เก็บรักษาผลผลิต จึงถูกกดราคาจากพ่อค้าเป็นเหตุให้ไม่มีรายได้เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัว

ปัญหาทางเศรษฐกิจข้างต้น มีผลกระทบต่อสังคมในชุมชน ทำให้คุณภาพชีวิตและฐานะความเป็นอยู่ต่ำกว่าคนประกอบอาชีพอื่น ขาดการศึกษา การอนามัย และขาดความปลอดภัยในทรัพย์สิน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2560)

## 1.8 การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตร

จากปัญหาที่เกษตรกรประสบอยู่ทั่วไปดังกล่าวมาแล้วข้างต้น เป็นเรื่องยากที่เกษตรกรแต่ละคนจะแก้ปัญหาได้สำเร็จตามลำพังตนเอง หนทางที่จะสำเร็จได้โดยเกษตรกรจะต้องร่วมมือกันแก้ปัญหา โดยการรวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์และจดทะเบียนให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติสหกรณ์พ.ศ.2542 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2553 และพ.ศ. 2562 ทั้งนี้เพราะสหกรณ์สามารถช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ดังนี้

**1.8.1 ธุรกิจการซื้อ** คือการจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เมล็ดพืช และสิ่งของที่จำเป็นมาจำหน่ายแก่สมาชิก โดยจะสำรวจความต้องการของสมาชิกก่อนแล้วสหกรณ์จะเป็นผู้จัดหาจำหน่ายต่อไป ซึ่งเพราะการรวมซื้อในปริมาณมากจะทำให้ซื้อได้ในราคาที่ต่ำลง และเมื่อถึงสิ้นปีหากสหกรณ์มีกำไรก็จะนำเงินจำนวนนี้มาเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกด้วย

**1.8.2 ธุรกิจขายหรือการรวบรวมผลผลิต** ให้แก่สมาชิกทำให้มีอำนาจการต่อรองมากขึ้น ผลผลิตจะขายได้ในราคาสูง สมาชิกไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าในเรื่องการชั่ง ตวง วัด หรือถูกกดราคาในการรับซื้อผลผลิต

### 1.8.3 ธุรกิจธนกิจ (สินเชื่อ)

1) การให้เงินกู้เมื่อเกษตรกร การรวมตัวกันเป็นสหกรณ์สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับสถาบันการเงิน หน่วยงานของทางราชการและบุคคลทั่วไป โดยสหกรณ์จะจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำมาให้สมาชิกนำไปลงทุนเพื่อการเกษตร ซึ่งสหกรณ์จะพิจารณาจากแผนดำเนินการหรือแผนการใช้เงินกู้ของสมาชิกประกอบการให้เงินกู้ เช่น สหกรณ์อาจให้เงินกู้แก่สมาชิกเพื่อ

นำไปซื้อวัสดุการเกษตรค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในครอบครัว หรือเพื่อนำไปบุกเบิกปรับปรุงที่ดิน หรือจัดซื้อที่ดินการเกษตร ในกรณีที่มีสมาชิกไม่มีที่ดินทำกินหรือมีน้อยไม่เพียงพอต่อการทำการเกษตร

2) การรับฝากเงิน เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักและเห็นคุณค่าประโยชน์ของการออมทรัพย์และเพื่อเป็นการระดมทุนในสหกรณ์ สหกรณ์จะรับเงินฝากจากสมาชิก 2 ประเภท คือ เงินฝากออมทรัพย์และเงินฝากประจำ โดยสหกรณ์จะจ่ายอัตราดอกเบี้ยเดียวกันกับธนาคารพาณิชย์

**1.8.4 ธุรกิจการส่งเสริมอาชีพและบริการสหกรณ์** อาจจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ทางด้านเกษตรคอยให้ความรู้และคำแนะนำทางด้านเกษตร หรืออาจขอความร่วมมือจากหน่วยราชการอื่น ในการให้คำปรึกษาแนะนำให้สมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจในหลักวิชาการแผนใหม่ตลอดจนการวางแผนการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้กลุ่มแม่บ้านสหกรณ์ทำอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

**1.8.5 การศึกษาอบรม** สหกรณ์จะจัดให้มีการศึกษาอบรมแก่สมาชิก คณะกรรมการ สหกรณ์ ผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์อยู่เสมอ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบถึงหลักการวิธีการสหกรณ์ สิทธิหน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล สหกรณ์ช่วยให้เกษตรกรที่อยู่ในชุมชน หรือสังคมนั้นมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สังคมมีความสุข บุตรหลานสมาชิกได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น มีสุขภาพอนามัยที่ดี เนื่องจากเกษตรกรมีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

## 1.9 วัตถุประสงค์ของสหกรณ์การเกษตร

สหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจแบบอเนกประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกันช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวมโดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวม ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2560)

## 2. บริบทของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

สหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ดำเนินงานเพื่อช่วยเหลือสมาชิกที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา มันสำปะหลัง ข้าว โปดเลี้ยงสัตว์ และอื่น ๆ โดยให้บริการสินเชื่อ รับฝากเงินจากสมาชิก จัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจบริการและรวบรวมผลผลิต ในการดำเนินธุรกิจ สหกรณ์มุ่งเน้นให้บริการแก่สมาชิกบนพื้นฐานของการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เป็นสหกรณ์ที่มุ่งเน้นทุนภายในเป็นหลัก ให้ความสำคัญในเรื่องสวัสดิการแก่สมาชิก ดำเนินงาน



โดยเงินทุนที่มั่นคง เป็นสหกรณ์แท้ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของสมาชิก โดยสหกรณ์ให้ความสำคัญแก่สมาชิก และสมาชิกเชื่อมั่นและศรัทธาในตัวของสหกรณ์ มีเครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ การตลาดที่ได้มาตรฐานและพร้อมใช้งาน ช่วยเหลือสมาชิกที่มีรายได้น้อย โดยการให้เงินกู้ ส่งเสริมการออม ช่วยเหลือปัจจัยการผลิตเพื่อลดต้นทุน รวบรวมผลผลิตและหาตลาดรองรับ รวมถึงส่งเสริมให้สมาชิกตระหนักถึง หลักการ อุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์

## 2.1 ความเป็นมาของสหกรณ์

การจัดตั้งสหกรณ์ สหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด เกิดขึ้นครั้งแรกในท้องที่ตำบลขามสะแกแสง อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อปี พ.ศ. 2482 ซึ่งเรียกว่า "สหกรณ์ประเภทหาทุน" (ชนิดไม่จำกัดสินใช้)

การรับจดทะเบียน ในปี พ.ศ. 2482 จดทะเบียนจัดตั้งสหกรณ์ประเภทหาทุนจำนวน 6 สหกรณ์ในปี พ.ศ. 2484 ก่อตั้งสหกรณ์ประเภทหาทุนในหมู่บ้านต่าง ๆ เพิ่มอีก จำนวน 7 สหกรณ์ รวม 13 สหกรณ์

การควบสหกรณ์ เมื่อมีการตราพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ ให้สหกรณ์ชนิดเดียวกันตั้งแต่สองสหกรณ์ขึ้นไปควบเป็นสหกรณ์เดียวกัน ต่อมาเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2514 ได้มีการประชุมใหญ่สามัญสหกรณ์ประเภทหาทุนต่าง ๆ รวม 13 สหกรณ์ ที่ประชุมมีมติเป็นเอกฉันท์ให้ควบสหกรณ์หาทุน (ชนิดไม่จำกัดสินใช้) เป็นสหกรณ์ชนิดจำกัด มีสมาชิกครั้งแรก 392 คน ใช้ชื่อในการดำเนินงานว่า "สหกรณ์การเกษตร โนนสูงสาม จำกัด" ได้รับความจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2514

การเปลี่ยนชื่อสหกรณ์และย้ายสถานที่ปฏิบัติงาน เมื่อปี พ.ศ.2517 ที่ประชุมใหญ่ของสหกรณ์การเกษตร โนนสูงสาม จำกัด มีมติเป็นเอกฉันท์ให้เปลี่ยนชื่อจาก สหกรณ์การเกษตร โนนสูงสาม จำกัด เป็นสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ได้รับความจดทะเบียนเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2517 และได้ย้ายสถานที่ปฏิบัติงานจากสำนักงานสหกรณ์อำเภอโนนสูง มาเช่าอาคารที่ทำงานในอำเภอขามสะแกแสง เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2517 โดยอยู่ในความควบคุมส่งเสริมของสำนักงานสหกรณ์อำเภอขามสะแกแสง มาจนถึงปัจจุบัน

## 2.2 โครงสร้างการดำเนินงานของสหกรณ์

2.2.1 สมาชิกสหกรณ์ จำนวน 3,047 คน รวม 85 กลุ่ม แบ่งเป็น สมาชิกสามัญ 2,975 คน สมาชิกสมทบ 72 คน

2.2.2 คณะกรรมการดำเนินงานของสหกรณ์ จำนวน 15 คน

2.2.3 ผู้ตรวจสอบกิจการ จำนวน 15 คน

2.2.4 ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ จำนวน 1 คน

2.2.5 ฝ่ายจัดการ จำนวน 34 คน

## 2.3 ภารกิจของสหกรณ์

ตารางที่ 2.1 ผลการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด ประจำปีบัญชี 2559 – 2561

รายการ	หน่วย : บาท		
	31 มีนาคม 2559	31 มีนาคม 2560	31 มีนาคม 2561
1.จำนวนสมาชิก (คน)	3,013 คน 87 กลุ่ม	3,008 คน 87 กลุ่ม	3,047 คน 85 กลุ่ม
2.ทุนเรือนหุ้น	154,346,170.00	167,266,200.00	181,547,450.00
3.ทุนสำรอง	44,241,075.74	46,452,505.39	51,456,721.52
4.เงินทุนอื่นๆ	9,230,759.52	10,458,691.52	12,353,338.07
5.เงินรับฝาก	149,580,891.86	166,992,980.56	187,625,654.89
6.ทุนดำเนินงาน	451,816,297.46	464,426,565.86	512,525,208.15
7.รายได้	30,498,797.56	36,589,748.81	34,556,491.70
8.ค่าใช้จ่าย	12,593,376.91	13,091,388.94	14,720,951.13
9.กำไร(ขาดทุน) สุทธิประจำปี	17,905,420.65	23,498,359.87	19,835,540.57

ที่มา : รายงานประจำปี 2559 – 2561 ของสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด

จากตารางที่ 2.1 สหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด ตั้งสำนักงานอยู่เลขที่ 342 หมู่ 2 ถนนชาวมะแกแสง - คง ตำบลชาวมะแกแสง อำเภอชาวมะแกแสง จังหวัดนครราชสีมา 30290 ปีสิ้นสุดทางบัญชีวันที่ 31 มีนาคม ของทุกปี ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 3,047 คน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 39 คน มีทุนเรือนหุ้น 181,547,450 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 14,281,250 บาท มีทุนสำรอง 51,456,721.52 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 5,004,216.13 บาท มีเงินทุนอื่นๆ 12,353,338.07 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1,894,646.55 บาท มีเงินรับฝาก 187,625,654.89 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 20,632,674.33 บาท

มีทุนดำเนินงานทั้งหมด 512,525,208.15 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 48,098,642.29 บาท มีรายได้ 34,556,491.70 บาท ลดลงจากปีก่อน 2,033,257.11 บาท มีค่าใช้จ่าย 14,720,951.13 บาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1,629,562.19 บาท มีกำไรสุทธิประจำปี 19,835,540.57 บาท ลดลงจากปีก่อน 3,662,819.30 บาท

ตารางที่ 2.2 รายงานผลการดำเนินงานธุรกิจสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ประจำปีบัญชี 2559 – 2561

ประเภทธุรกิจ	หน่วย : บาท		
	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561
1. ธุรกิจสินเชื่อ	292,445,120.00	303,351,271.00	322,385,340.00
2. ธุรกิจรับฝากเงิน	170,508,382.20	154,963,833.69	187,846,609.08
3. ธุรกิจรวบรวมผลผลิต	89,979,266.59	115,959,693.27	119,255,798.22
4. ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	142,008,433.11	154,119,667.43	146,709,248.62
5. ธุรกิจให้บริการและส่งเสริม การเกษตร	4,963,451.62	4,056,654.33	4,034,227.79
<b>รวม</b>	<b>699,904,653.52</b>	<b>732,451,119.72</b>	<b>780,231,223.71</b>

ที่มา: รายงานประจำปี 2559 – 2561 ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

จากตารางที่ 2.2 รายงานผลการดำเนินงานธุรกิจสหกรณ์ ดังนี้

- 1) ธุรกิจสินเชื่อ ปี 2560 มูลค่า 303,351,271.00 บาท เมื่อเทียบกับปี 2559 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จำนวน 10,906,151.00 บาท ปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 19,034,069.00 บาท
- 2) ธุรกิจรับฝากเงิน ปี 2560 มูลค่า 154,963,833.69 บาท เมื่อเทียบกับปี 2559 มีมูลค่าลดลง จำนวน 15,544,548.51 บาท ปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 32,882,775.39 บาท
- 3) ธุรกิจรวบรวมผลผลิต ปี 2560 มูลค่า 115,959,693.27 บาท เมื่อเทียบกับปี 2559 มีมูลค่า จำนวน 25,980,426.68 บาท ปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น 3,296,104.95 บาท การรวบรวมผลผลิตข้าวโพดมีมูลค่าในมูลค่ารวมของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด
- 4) ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ปี 2560 มูลค่า 154,119,667.43 บาท เมื่อเทียบกับปี 2559 มีมูลค่าเพิ่มขึ้น จำนวน 12,111,234.32 บาท ปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 มีมูลค่าลดลง จำนวน 7,410,418.81 บาท

5) ธุรกิจให้บริการและส่งเสริมการขายปี 2560 มีมูลค่า 4,056,654.33 บาท เมื่อเทียบกับปี 2559 มีมูลค่าลดลง จำนวน 906,797.29 บาท ปี 2561 เมื่อเทียบกับปี 2560 มีมูลค่าลดลง จำนวน 22,426.54 บาท

#### 2.4 ขั้นตอนการรวบรวมข่าวโศกเลื่องสัตว์ของสหกรณ์

- 1) เกษตรกร/สมาชิกรถบรรทุกทุกเที่ยวข่าวโศกลงลานตาก แจ้งชื่อสมาชิก รับคิวสี่ข่าวโศกจากเจ้าหน้าที่สหกรณ์
- 2) เจ้าหน้าที่บันทึกลงในสมุด ซึ่งรายละเอียดในสมุดลงนัดประกอบด้วย วันที่, รายชื่อ, กลุ่ม, เบอร์โทร, วันนัด
- 3) เจ้าหน้าที่ลานตากนำข่าวโศกไปสี
- 4) เกษตรกร/สมาชิกรถไปปรับเมล็ดที่สีแล้วไปชั่งน้ำหนัก
- 5) เจ้าหน้าที่วัดความชื้นข่าวโศกและนำไปตัดน้ำหนักตามตารางตัดความชื้นของสหกรณ์
- 6) เจ้าหน้าที่กรอกข้อมูลประวัติการรับซื้อลงระบบจัดเก็บ ได้แก่ ทะเบียนรถประเภทรถที่ขนส่ง ชื่อสมาชิก ประเภทสินค้า ความชื้นจริง หักความชื้น ราคา
- 7) นำข่าวโศกไปเที่ยงลานตาก/ช่องเก็บ (จะมีเจ้าหน้าที่ตรวจสอบความชื้นอีกครั้ง) ข่าวโศกที่มีความชื้นตั้งแต่ 14.50 % ลงมา เจ้าหน้าที่จะตัดข่าวโศกเข้าเครื่องร่อนเมล็ดทำการเป่าฝุ่นและนำขึ้นรถบรรทุกเพื่อไปขายต่อโรงงาน/ช่องเก็บ หากข่าวโศกมีความชื้นมากกว่า 14.50% นำข่าวโศกลงลาน/เข้าเครื่องอบลดความชื้นต่อจนความชื้นเท่ากับ 14.50 % หรือน้อยกว่า

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด

#### 3.1 ความหมายส่วนประสมการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2555) กล่าวว่า เรื่องตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ประเมศวร์ ชูชาติ (2556, น. 26) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้ เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ

Boone and Kurtz (1989 อ้างถึงใน ปรัชญ์พงศ์ นาคบุตร, 2557) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่กิจการจะต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนอง

ความต้องการของตลาดเป้าหมาย หมายถึงความเกี่ยวข้องกันของ 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย ระบบการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดถือว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ต้องใช้ร่วมกันทั้ง 4 อย่าง วัตถุประสงค์ที่ใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า (ตลาดเป้าหมาย) ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

Kotler (1997 อ้างถึงใน โสภิตา รัตนสมโชค, 2558) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมการตลาดแบบ 7Ps

สุดาพร กุณฑลบุตร (2557 อ้างถึงใน ฉันทนนท์ โชครศรีศิริ, 2558) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่า หมายถึงองค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยด้านการตลาดสี่ชนิดที่มักเรียกว่า 4Ps

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง องค์ประกอบโดยตรงที่เกี่ยวข้องและมีความสำคัญกับสินค้าหรือบริการที่นำเสนอสู่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและซื้อหรือใช้บริการสินค้านั้น

### 3.2 แนวคิดส่วนประสมการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 80-81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยการบริโภคหรือการใช้บริการนั้นสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler, 2009, p. 616) โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้และ/หรือสัมผัสไม่ได้ เช่น รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ตราสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ ตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายนั้น สามารถเป็นได้ทั้งในรูปแบบของการมีตัวตนและ/หรือการไม่มีตัวตนก็ได้ เพียงแต่ว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ จำเป็นต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านั้น ทั้งนี้การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ควรจะคำนึงและให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product/Service Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) เพื่อให้สินค้าและ/หรือบริการของกิจการมีความแตกต่างอย่างโดดเด่น

2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน คุณภาพ รูปร่างลักษณะ การบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า เป็นต้น

3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ว่าอยู่ในส่วนใดของตลาด ซึ่งจะมีความแตกต่าง (Differentiation) และมีคุณค่า (Value) ในจิตใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความใหม่ โดยการปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น (New and Improved) อย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงความสามารถของบริษัทในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้นไปเรื่อยๆ

5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

### ด้านราคา (Price)

ราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าและ/หรือบริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ สินค้าและ/หรือบริการนั้นๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป (Armstrong & Kotler, 2009, pp. 616-617) นอกจากนี้ ยังอาจหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคา (Price) ที่ต้องจ่ายเงินออกไป กับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision) ทั้งนี้กิจการควรจะคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในขณะที่การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา ดังนี้

- 1) สถานการณ์ สภาพ และรูปแบบของการแข่งขันในตลาด
- 2) ต้นทุนทางตรงและต้นทุนทางอ้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและ/หรือบริการ
- 3) คุณค่าที่รับรู้ได้ในสายตาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
- 4) ปัจจัยอื่นๆ ที่อาจเกี่ยวข้อง

#### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution)

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าและ/หรือบริการนั้นๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ ซึ่งมีหลักเกณฑ์ที่ต้องพิจารณาว่า กลุ่มเป้าหมายคือใคร และควรกระจายสินค้าและ/หรือบริการสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสมมากที่สุด (THbusinessinfo, 2558)

- 1) จัดจำหน่ายสินค้าสู่ผู้บริโภคโดยตรง (Direct)
- 2) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่ง (Wholesaler)
- 3) จัดจำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าปลีก (Retailer)
- 4) จำหน่ายสินค้าผ่านผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก (Wholesaler and Retailer)
- 5) จำหน่ายสินค้าผ่านตัวแทน (Dealer)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์ (2541, น. 337) ได้กล่าวไว้ว่า การเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ของธุรกิจนั้นมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการให้บริการ เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่กิจการเลือกไว้นั้น จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการจึงควรครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้ ความสำคัญของทำเลที่ตั้ง (Location) จะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท โดยในส่วนของกำหนดยุทธศาสตร์การจัดจำหน่ายจะต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้ง 3 ส่วน ดังนี้

- 1) ลักษณะและรูปแบบของการดำเนินธุรกิจ
- 2) ความจำเป็นในการใช้คนกลาง (Intermediary) เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและ/หรือบริการของธุรกิจ
- 3) ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความจูงใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และพึงพอใจ (Satisfaction) ในสินค้าและ/หรือบริการ โดยสิ่งนี้จะใช้ในการจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในตัวผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะการส่งเสริมการตลาดนั้นจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก (Feeling) ความเชื่อ (Belief) และพฤติกรรม (Behavior) การซื้อสินค้าและ/หรือบริการ (Etzel, Walker, & Stanton, 2007, p. 677) หรืออาจเป็นการติดต่อสื่อสาร (Communication) เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อก็เป็นได้ ทั้งนี้จะต้องมีการใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ อย่างผสมผสานกัน หรือเรียกได้ว่าเป็น เครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC: Integrated Marketing Communication) ซึ่งการจะใช้เครื่องมือในรูปแบบใดนั้น จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการจะประกอบไปด้วย 5 เครื่องมือหลัก ดังนี้

1) การโฆษณา (Advertising) หมายถึง กิจกรรมการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและความต้องการซื้อสินค้าและ/หรือบริการ แก่ผู้ที่ได้รับสารจากโฆษณาดังกล่าว ซึ่งการโฆษณาสามารถทำได้ในหลากหลายช่องทางการสื่อสาร เช่น โทรทัศน์ วิทยุป้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ตามแต่ละพฤติกรรมของกลุ่มที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย

2) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าว หมายถึง การนำเสนอแนวความคิดของบุคคลที่มีต่อสินค้าและ/หรือบริการ ซึ่งอาจจะมีทั้งในรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อเป็นค่าตอบแทน หรือไม่ต้องมีการจ่ายเงินเป็นค่าตอบแทนก็ได้ สำหรับการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจจะเป็นจากองค์กรถึงผู้บริโภค ทั่วๆ ไป หรือ จากองค์กรถึงองค์กรด้วยกัน เป็นต้น

3) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) หมายถึง การขายสินค้าที่มีการสื่อสารทั้งสองทาง (Two-ways Communication) หรือ การขายแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face) ซึ่งผู้ขายและผู้ซื้อจะได้พบหน้ากัน มีการสอบถาม แลกเปลี่ยนข้อมูล และเสนอขายสินค้าและ/หรือบริการกันโดยตรง

4) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่จะช่วยเพิ่มปริมาณการขายสินค้าและ/หรือบริการให้มากขึ้น โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การลดราคาการแลกสินค้าสมนาคุณ การแจกสินค้าตัวอย่าง การแถมสินค้า ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและ/หรือบริการ และก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในท้ายที่สุด



5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึง ช่องทางการตลาดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้โดยตรงเพื่อนำเสนอสินค้าและ/หรือบริการ โดยไม่มีความจำเป็นในการใช้คนกลางเพื่อทำหน้าที่ประสานงาน ซึ่งรูปแบบของช่องทางการตลาดทางตรง ได้แก่ การตลาดทางโทรศัพท์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ข้อความผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จดหมายตรง เป็นต้น

#### **ด้านบุคคล (People)**

ด้านบุคคล หรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กรต่างๆ ซึ่งนับรวมถึงแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับล่าง พนักงานทั่วไป แม่บ้าน เป็นต้น โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นที่ไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ นอกจากนี้บทบาทอีกอย่างหนึ่งของบุคลากรที่มีความสำคัญ คือ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างมิตรไมตรีต่อลูกค้า เป็นสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเกิดความผูกพันกับองค์กรในระยะยาว

#### **ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)**

ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าและ/หรือบริการขององค์กร เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่น และมีคุณภาพ เช่น การตกแต่งร้าน รูปแบบของการจัดจานอาหาร การแต่งกายของพนักงานในร้าน การพูดจาต่อลูกค้า การบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจทางด้านการบริการ ที่ควรจะต้องสร้างคุณภาพในภาพรวม ซึ่งก็คือในส่วนของคุณภาพทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าให้ความพึงพอใจ และความแปลกใหม่ของสภาพทางกายภาพที่แตกต่างไปจากผู้ให้บริการรายอื่น เช่นเดียวกันกับ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2546, น. 106) กล่าวไว้ว่า ลักษณะกายภาพเป็นสิ่งที่คุณภาพสามารถสัมผัสจับต้องได้ในขณะที่ยังใช้สินค้าและ/หรือบริการ อยู่ นอกจากนี้ อาจหมายความถึง สัญลักษณ์ที่ลูกค้าเข้าใจความหมายในการรับข้อมูลจากการสื่อสารทางการตลาดออกไปในสาธารณะ

#### **ด้านกระบวนการ (Process)**

ด้านกระบวนการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว โดยในแต่ละกระบวนการสามารถมีได้หลายกิจกรรม ตามแต่รูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งหากว่ากิจกรรมต่างๆ ภายในกระบวนการมีความเชื่อมโยงและประสานกัน จะทำให้กระบวนการโดยรวมมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้กระบวนการทำงานในด้านของการบริการ จำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการทำงานที่ชัดเจน เพื่อให้พนักงานภายใน

องค์กรทุกคนเกิดความเข้าใจตรงกัน สามารถปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างถูกต้อง และราบรื่นเช่นเดียวกับที่ กนกพรพรณ สุขฤทธิ (2557, น. 33) ได้กล่าวไว้

Lovelock and Wirtz (2007 อ้างถึงใน ฉัฐนนท์ โชครศรีศิริ, 2558) ได้แบ่งส่วน ประสมการตลาดบริการออกเป็น 8 P's ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้าโดยการตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมี ตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า (Goods) บริการ (Service) และความคิด (Idea) ที่ธุรกิจได้พัฒนาหรือผลิตขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้ และความหมายของผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึง ตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การรับประกัน (Guarantee) และคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ (Quality) อีกด้วย

2) ราคาและค่าใช้จ่าย (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงินที่ ผู้บริโภคต้องชำระให้แก่องค์กรทางการตลาดเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งการกำหนดราคามี ความหมายเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับที่ธุรกิจยังคงความมีกำไรอยู่ได้

3) สถานที่และช่องทางการตลาด (Place/ Distribution Channel) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่มีส่วนในการจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการได้มาซึ่ง ผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด ด้วยการนำผลิตภัณฑ์ไปส่งมอบให้แก่ลูกค้าภายในระยะเวลาที่ลูกค้าต้องการ

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อ โดยในปัจจุบัน รูปแบบการส่งเสริมการขายได้เปลี่ยนไปเป็นรูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) ซึ่งมีรูปแบบการสื่อสารทางการตลาด ดังนี้

(1) การโฆษณา (Advertising) รูปแบบการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดย ธุรกิจเป็นผู้เสียค่าใช้จ่าย

(2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) รูปแบบของวิธีการเพื่อเพิ่ม ยอดขายของธุรกิจในระยะสั้น เพื่อกระตุ้นในลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

(3) การประชาสัมพันธ์ (Public Related) รูปแบบของการบอกข่าว และการ แจ้งข่าวแก่สาธารณชน

(4) การใช้พนักงานขาย (Salesperson) รูปแบบของการใช้การสื่อสารการตลาดแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคล

(5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) รูปแบบของการใช้สื่อหรือเครื่องมือต่างๆ ในการสื่อสารไปยังลูกค้าเพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

5) พนักงาน (People) หมายถึง คนทุกคนที่มีส่วนร่วมในการส่งมอบบริการ รวมถึงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้รับบริการ ซึ่งคนเหล่านี้หมายถึง พนักงาน, ลูกค้า และลูกค้ารายอื่นในสภาพแวดล้อมของการบริการ โดยทั่วไปผู้ที่ให้บริการจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้การให้บริการผ่านทาง การแต่งกายบุคลิกภาพ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในบางสถานการณ์ผู้รับบริการเองก็มีอิทธิพลต่อกระบวนการส่งมอบบริการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพและความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ ยกตัวอย่างเช่นลูกค้าของบริษัทที่ปรึกษาสามารถสร้างอิทธิพลต่อคุณภาพของบริการที่ได้รับ ด้วยการให้ข้อมูลที่สำคัญเพียงพอ และทันเวลา แก่บริษัทที่ปรึกษาเพื่อที่จะรับคำแนะนำที่มีคุณภาพจากบริษัทที่ปรึกษา อีกทั้งลูกค้าเองก็มีส่วนในการสร้างอิทธิพลต่อผลของการรับบริการของลูกค้ารายอื่น เช่น ในโรงพยาบาลในหอเรียน ลูกค้าสามารถสร้างอิทธิพลของคุณภาพของการรับบริการของลูกค้ารายอื่น ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพที่ดีขึ้นหรือด้อยลงต่อประสบการณ์ของลูกค้ารายอื่น

6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีการส่งมอบบริการ สถานที่ซึ่งบริษัทและผู้บริโภคร่วมกันเกิดการแลกเปลี่ยนและมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน รวมถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่จับต้องได้ซึ่งช่วยในการสื่อสารและประสิทธิภาพของบริการ ลักษณะทางกายภาพของบริการยังรวมถึง สิ่งที่จับต้องได้ที่สื่อถึงบริการ อาทิเช่น โบรชัวร์, หัวจดหมาย, นามบัตร, รูปแบบรายงาน, อุปกรณ์ต่างๆ ในบางกรณีรวมถึง อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการนำเสนอบริการ ยกตัวอย่างเช่น เก้าอี้ในร้านอาหารในธนาคาร บางครั้งลักษณะทางกายภาพก็ไม่จำเป็นต้องเป็นอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโดยตรง อาทิเช่น รถซ่อมของหน่วยบำรุงชุมสายโทรศัพท์ของธุรกิจโทรศัพท์มือถือ ลูกค้าจะตัดสินคุณภาพของการให้บริการผ่านทางการใช้งานโทรศัพท์มิใช่ผ่านทางรถซ่อม แต่ลักษณะทางกายภาพเหล่านี้ก็สามารถสร้างโอกาสที่สำคัญในการต่อยอดถึงคุณค่าของบริการและส่งข้อความถึงกลุ่มเป้าหมายขององค์กรได้

7) กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอน กลไก และลำดับของกิจกรรมที่เกิดขึ้นในการส่งมอบการบริการ ขั้นตอนในการส่งมอบบริการและประสบการณ์แก่ลูกค้าหรือลำดับของการบริการ เพราะในการส่งมอบสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้า นั้น ต้องมีการออกแบบและจัดการขบวนการในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการนั้นสามารถอธิบายได้ว่า เป็นวิธีการและลำดับขั้นตอนซึ่งระบบการบริการต้องดำเนินไป กระบวนการผลิตบริการที่ออกแบบมา

ไม่ดีมักจะสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้า เนื่องจากอาจมีความล่าช้า มีขั้นตอนมาก และมีประสิทธิภาพในการบริการต่ำ ในขณะที่เดียวกันกระบวนการการผลิตบริการที่ไม่ดีก็ส่งผลกระทบต่อพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้าในการทำงานสิ่งเหล่านี้จะส่งผลถึงคุณภาพของผลผลิตในการบริการและความล้มเหลวในการบริการในที่สุด

8) ผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and Quality) องค์กรประกอบนี้ไม่ควรแยกพิจารณาที่ละส่วน เพราะการปรับปรุงผลผลิตเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้การควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพและต้องระวังไม่ให้มีการลดคุณภาพและระดับบริการลงอย่างไม่เหมาะสมจนลูกค้าเกิดความไม่พอใจ คุณภาพบริการตามที่ถูกค้ำกำหนดเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งจะเห็นถึงความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ธุรกิจจำเป็นต้องมีการรักษาระดับบริการ เพื่อสร้างให้ผู้บริโภคพอใจและเกิดความภักดีในการใช้บริการอย่างไรก็ดีการลงทุนปรับปรุงคุณภาพโดยปราศจากความเข้าใจถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้บริษัทมีความสามารถในการทำกำไรพร้อมๆ กับมีความเสี่ยงสูงในเวลาเดียวกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่สอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีทั้งหมด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และช่องทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ด้านที่กล่าวมานี้ นับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สหกรณ์ต้องใช้วางแผนในการทำธุรกิจด้านการรวบรวมผลผลิต เพื่อให้สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของสมาชิกได้ แต่สิ่งสำคัญเหนือสิ่งอื่นใดคือสหกรณ์จะต้องมีความจริงใจ ซื่อสัตย์ และเห็นประโยชน์ที่จะเกิดกับสมาชิกเป็นสำคัญอยู่ตลอดเวลา และต้องพร้อมที่จะพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง สำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาครั้งนี้สามารถนำมาปรับใช้ในการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีด้านใดบ้างที่ส่งผลให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการรวบรวมผลผลิตกับสหกรณ์ซึ่งจะได้นำไปพัฒนาการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตของสหกรณ์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

## 4. แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ

### 4.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

วิลเลียม (William, 1980 อ้างถึงใน ธนวัฒน์ คากิลานนท์, 2550, น. 9) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางสังคมด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotional Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์ (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้ (Contribution) บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่ม

ลิส (Lisk, 1985 อ้างถึงใน ปริดา เจษฎาวรางกุล, 2550, น. 24) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีความสัมพันธ์กับแนวคิดของการเชื่อใจและการยอมรับตนเองเพื่อที่จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างยั่งยืนซึ่งสามารถสังเกตได้จากระดับความพึงพอใจ ระดับความไว้วางใจและต้องครอบคลุมทัศนคติ ความคาดหวังและกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติร่วมกัน

วิลเลียม (Erwin, 1976 อ้างถึงใน ปริดา เจษฎาวรางกุล, 2550, น. 24) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเองเน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันกับประชาชนใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก้ไขร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

มรกต ศรีรัตน (2535 อ้างถึงใน ณรงค์ วาริชล, 2551, น. 5) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การมีส่วนร่วมหมายถึงการเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น ทำให้เกิดการร่วมรับผิดชอบกับกลุ่ม

ณเพชรดา สายแก้ว (2557, น.25) สรุปความหมายการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลหรือกลุ่มคนได้เข้าไปทำกิจกรรมหรือดำเนินการต่างๆ ด้วยความสมัครใจ โดยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการดำเนินการ ในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพ ตลอดจนการแก้ปัญหาของตนและชุมชน

วิลโลว์ ชติมะ (อ้างถึงใน ปิยะนุช เงินคล้าย และคณะ 2557, น.27) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วม ตามพจนานุกรมอังกฤษฉบับอ็อกฟอร์ด ว่าการที่บุคคลกระทำการในเรื่องหนึ่งเรื่องใด หรือประเด็นที่บุคคลนั้นสนใจ ไม่ว่าจะเขาจะได้ปฏิบัติเพื่อแสดงออกถึงความสนใจอย่างจริงจังหรือไม่ก็ตาม และไม่จำเป็นที่บุคคลนั้นต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

โดยตรงก็ได้ แต่ต้องมีทัศนคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ห่วงใย ก็เพียงพอที่เรียกว่า เป็นการมีส่วนร่วมได้

นรินทร์ จงวุฒิเวศน์ (2550 อ้างถึงใน เสาวนีย์ เดือนเด่น และคณะ, 2558) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าไปเกี่ยวข้อง (Involvement) ทางความคิด, จิตใจ, อารมณ์และทางกาย การมีส่วนร่วมมีความหมายมากกว่าการเป็นส่วนหนึ่ง (Sense and belonging) การมีส่วนร่วมมีความหมายทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ (Quantitative and qualitative) การมีส่วนร่วมครอบคลุมทั้งมิติด้านความสามารถ เวลา และ โอกาสที่จะมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมเป็นการกระทำ (Action) จึงมีทั้งผู้กระทำ (The actor) ผู้ถูกกระทำหรือผู้รับผล (The recipient) และสาธารณชน (The public) ผู้เป็นบริบทของการกระทำ

วันชัย วัฒนศักดิ์ (2549 อ้างถึงใน เสาวนีย์ เดือนเด่น และคณะ, 2558) การทำงานแบบมีส่วนร่วม นั้น ไม่ว่าจะในระดับครอบครัว ระดับโรงเรียน ระดับชุมชน ระดับองค์กร หรือระดับประเทศนั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งในกระบวนการพัฒนา เพราะจะช่วยให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของ (Ownership) และจะทำให้ผู้มีส่วนร่วม หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น ยินยอมปฏิบัติตาม (Compliance) และรวมถึงตกลงยอมรับ (Commitment) ได้อย่างสมัครใจ, เต็มใจ และสบายใจ

สรุปจากความหมายของการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า “การมีส่วนร่วม” หมายถึง การที่ประชาชนหรือกลุ่มบุคคลมีแนวคิดหรือจุดมุ่งหมายที่เหมือนกันเข้ามาดำเนินการนั้น ให้แล้วเสร็จตามจุดมุ่งหมายที่กำหนด แล้วรับผลประโยชน์ร่วมกัน เกิดการดำเนินการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลง ซึ่งต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

#### 4.2 ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

ดิเรก ฤกษ์หรรษา (อ้างถึงใน สมคิด รัตนวงศ์, 2542:21) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน สรุปได้ว่า เป็นการช่วยให้ประชาชนหลุดพ้นจากการเอารัดเอาเปรียบ ช่วยให้รายได้และการกระจายรายได้ดีขึ้น ช่วยกระจายผลประโยชน์แก่คนส่วนใหญ่อย่างยุติธรรม ช่วยเพิ่มพลังกลุ่มให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและส่งผลโดยส่วนรวมแก่การพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และการเมืองของประเทศ

การมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ซึ่งสรุปได้ว่า เป็นการเสริมสร้างให้ประชาชนพึ่งตนเองโดยช่วยให้มีการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาของเขาจะทำให้ทุกคน และมีอำนาจต่อรองมากขึ้นทั้งทางเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งจะช่วยพัฒนาประชาธิปไตยโดยสร้างสังคม การเมืองและเศรษฐกิจของประเทศในที่สุด

สรุป ความสำคัญของการมีส่วนร่วม เป็นการช่วยให้ประชาชน พึ่งพาตนเองให้มีการรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรม ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สร้างอำนาจการต่อรองด้านตลาด เพื่อป้องกันการเอารัดเอาเปรียบ

#### 4.3 ขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ (2528, น. 94 อ้างถึงใน ทานตะวัน อินทร์จันทร์, 2546, น. 20) ได้ให้ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

- 1) การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา และพิจารณาแนวทางแก้ไข
- 2) การตัดสินใจเลือกแนวทางแก้ไข และวางแผนหรือ โครงการแก้ไขปัญหา
- 3) การปฏิบัติการแก้ไขปัญหตามแผนและ โครงการที่วางไว้
- 4) การรับประโยชน์จากโครงการ
- 5) การประเมินผลโครงการ

จอห์น และอัฟฮอฟ (Jonh & Uphoff, 1980 อ้างถึงใน ทานตะวัน อินทร์จันทร์, 2546, น. 21) ได้แบ่งชนิดของการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ชนิด คือ

- 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (ว่าควรทำอะไร)
- 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากรการบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ
- 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ว่าจะเป็นผลประโยชน์ทางด้านวัตถุ ผลประโยชน์ทางสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล

- 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

วิไลลักษณ์ ว้าวทอง (อ้างถึงใน นรินทร์ชัย พัฒนพงศา 2557, น.28) ได้กล่าวถึงระดับของการมีส่วนร่วมตามหลักการทั่วไป แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 1) การมีส่วนร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูล ของตน/ครอบครัว/ชุมชนของตน
- 2) การมีส่วนร่วมรับข้อมูลข่าวสาร
- 3) การมีส่วนร่วมตัดสินใจ โดยเฉพาะใน โครงการที่ตนมีส่วนได้เสีย โดยแบ่งเป็น 3 กรณี แล้วแต่กิจกรรมตนอยู่ในขั้นตอนใดต่อไปนี้

- (1) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจน้อยกว่าเจ้าของโครงการ
- (2) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจเท่ากับเจ้าของโครงการ
- (3) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจมากกว่าเจ้าของโครงการ

- 4) การมีส่วนร่วมทำ คือ ร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด

5) การมีส่วนร่วมสนับสนุน คือ อาจไม่มีโอกาสร่วมทำ แต่มีส่วนร่วมช่วยเหลือในด้านอื่นๆ

นอกจากนี้ยังได้มีการแบ่งระดับของการมีส่วนร่วมเป็นระดับของการมีส่วนร่วมตามแนวทางพัฒนาชุมชน เป็นการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนโดยได้แบ่งไว้ดังนี้

- 1) ร่วมค้นหาปัญหาของตนให้เห็นว่าสิ่งใดที่เป็นปัญหารากเหง้าของปัญหา
- 2) ร่วมค้นหาสิ่งที่จำเป็นของตนในปัจจุบันคืออะไร
  - (1) ร่วมคิดช่วยตนเองในการจัดลำดับปัญหา เพื่อจะแก้ไขสิ่งใดก่อนหลัง
  - (2) วางแผนแก้ไขปัญหาเป็นเรื่องๆ
  - (3) ร่วมระดมความคิดถึงทางเลือกต่าง ๆ และเลือกทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขปัญหาที่วางแผนนั้น
  - (4) ร่วมพัฒนาเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้
  - (5) ร่วมดำเนินการแก้ไขปัญหานั้น ๆ
  - (6) ร่วมติดตามการดำเนินงานและประเมินผลการดำเนินงาน
  - (7) ร่วมรับผลประโยชน์/หรือร่วมเสียผลประโยชน์จากการดำเนินงาน

#### 4.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization อ้างถึงใน ยุพิน ระพีพันธุ์, 2544, หน้า 21 - 22) เสนอปัจจัยพื้นฐานในการระดมการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ

- 1) ปัจจัยของสิ่งจูงใจจากสภาพความเป็นจริงชาวบ้านที่จะเข้าร่วมกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งทั้งในแง่การร่วมแรง ร่วมทรัพยากร หรืออื่น ๆ นั้น มีเหตุผลอยู่ 2 ประการ คือ
  - การมองเห็นว่าตนจะได้ประโยชน์ตอบแทนในสิ่งที่ตนทำไป ซึ่งถือเป็นเรื่องการกระตุ้นให้เกิดมีสิ่งจูงใจ
  - ได้รับคำบอกกล่าวหรือชักชวนจากเพื่อนบ้านให้เข้าร่วม โดยมีสิ่งจูงใจเป็นตัวนำ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องของการก่อให้เกิดมีสิ่งจูงใจ

2) ปัจจัยโครงสร้างของช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วม แม้ว่าชาวชนบทเป็นจำนวนมากจะเห็นประโยชน์ของการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาแต่ก็ไม่อาจเข้าร่วมกิจกรรมได้เนื่องจากไม่เห็นช่องทางของการมีส่วนร่วม หรือเข้าร่วมแล้วก็ไม่ได้รับสิ่งที่คาดคิดเอาไว้ เนื่องจากการเข้ามามีส่วนร่วมนั้นมิได้จัดรูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมาะสม เช่น ภาวะผู้นำ ลักษณะการทางานถูกระเบียบ แบบแผน เป็นต้น ดังนั้นปัจจัยพื้นฐานทางด้านโครงสร้างของช่องทางในการเข้ามามีส่วนร่วมจึงควรมีลักษณะ



- เปิดโอกาสให้ทุกคนและทุกกลุ่มในชุมชนมีโอกาสเข้าร่วมในการพัฒนา รูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง โดยการเข้าร่วมอาจอยู่ในรูปของการมีส่วนร่วมโดยตรงหรือโดยมีตัวแทนก็ได้
- ควรมีกำหนดเวลาที่แน่ชัด เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถกำหนดเงื่อนไขของตนเองได้
- กำหนดลักษณะกิจกรรมที่แน่นอน

3) ปัจจัยอำนาจในการส่งเสริมกิจกรรมของการมีส่วนร่วม โดยปกติที่ผ่านมากิจกรรมหนึ่ง ๆ แม้ว่าประชาชนจะเห็นด้วยและมีโอกาสเข้าร่วม แต่ไม่อาจกำหนดเป้าหมาย วิธีการ หรือผลประโยชน์ของกิจกรรม เพราะสิ่งเหล่านี้เจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นผู้กระทำ

รีดเดอร์ (Reeder, 1963 อ้างถึงใน ปรีดา เจษฎาวรางกุล, 2550, หน้า 26) ได้สรุปปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรักษาการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 11 ประการ ดังนี้

- 1) การปฏิบัติตนให้สอดคล้องตามความเชื่อถือพื้นฐาน กล่าวคือ บุคคลและกลุ่มบุคคลเหมือนจะเลือกแบบวิธีการปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องและคล้ายคลึงกับความเชื่อพื้นฐานของตนเอง
- 2) มาตรฐานคุณค่า บุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณค่าของตนเอง
- 3) เป้าหมาย บุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะส่งเสริมป้องกันและรักษาเป้าหมายตน
- 4) ประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา พฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลบางครั้งมีรากฐานมาจากประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา
- 5) ความคาดหวัง บุคคลและกลุ่มบุคคลจะประพฤติตามแบบที่ตนคาดหวังว่า จะต้องประพฤติในสถานการณ์เช่นนั้น ทั้งยังชอบปฏิบัติต่อผู้อื่นในลักษณะที่ตนคาดหวังจากผู้อื่นด้วยเช่นกัน
- 6) การมองแต่ตนเอง บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ซึ่งคิดว่าตนเองสมควรกระทำเช่นนั้น
- 7) การบีบบังคับ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ด้วยความรู้สึกว่าตนถูกบังคับให้ทำ
- 8) นิสัยและประเพณี บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่างๆ ซึ่งเรามีนิสัยชอบกระทำอยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ
- 9) โอกาส บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบการปฏิบัติของสังคม โดยเฉพาะในทางที่เกี่ยวข้องกับจำนวนและชนิดของโอกาส ซึ่งโครงการของสังคมเอื้ออำนวยเข้ามามีส่วนร่วมกันในการกระทำเช่นนั้นเท่าที่พวกเขาได้รับรู้
- 10) ความสามารถ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมกันในการกระทำบางอย่างที่เห็นว่าสามารถทำในสิ่งที่ต้องการให้เขาทำในสถานการณ์เช่นนั้น

11) การสนับสนุน บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเริ่มปฏิบัติเมื่อเขารู้สึกว่าเขาได้รับการสนับสนุนที่ดีพอให้กระทำการเช่นนั้น

นิวสตรอม (Newstorm, 1993 อ้างถึงใน ณรงค์ วาไรชล, 2551, หน้า 10) พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วม คือ

- 1) ลักษณะขององค์กร โครงสร้างขององค์กร วัฒนธรรมขององค์กร หากองค์กรมีโครงสร้างใหญ่ ขั้นตอนการปฏิบัติมาก เช่น ระบบราชการ จะเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมได้
- 2) นโยบายขององค์กรที่ขาดความชัดเจน จะทำให้บุคลากรไม่แน่ใจเป้าหมาย แนวทางการปฏิบัติ จึงเกิดความลังเลที่จะเข้าไปมีส่วนร่วม
- 3) ภาวะผู้นำ ซึ่งถ้าหากว่าผู้นำเชื่อว่าผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นผู้ไม่มีศักยภาพ ไม่มี ความก้าวหน้า ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน งานจะสำเร็จได้ต้องควบคุม ภาวะผู้นำประเภทจะเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมได้
- 4) ลักษณะงาน ซึ่งหากว่างานที่สามารถทำสำเร็จได้ด้วยตัวเอง เช่น งานในห้องทดลองลักษณะงานเช่นนี้จะทำให้บุคลากรไม่เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม
- 5) ความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น ระดับการศึกษา วิชาชีพ โดยถ้าหากบุคลากรที่มีระดับการศึกษาที่สูงอยู่ในตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบมาก ก็จะแสวงหาการมีส่วนร่วมมากกว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า และหน้าที่ความรับผิดชอบที่น้อยกว่าด้วย

โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1980 อ้างถึงใน ณรงค์ วาไรชล, 2551, หน้า 9) กล่าวว่าปัจจัยหลายอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม ได้แก่

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

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พงศธร มณีวงษ์ (2556: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรยางชุมน้อย จำกัด จังหวัดศรีสะเกษ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของสมาชิก และการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิก เพื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกจำแนกตามสภาพทั่วไปของสมาชิก และเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรยางชุมน้อย จำกัด จากกลุ่มตัวอย่าง 359 คน การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกสหกรณ์การเกษตรยางชุมน้อย จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา รายได้ 5,001 – 8,000 บาท ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 – 10 ปี การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ รับรู้จากเจ้าหน้าที่สหกรณ์มากที่สุด ความถี่ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากแหล่งต่างๆ รับรู้ค่อนข้างบ่อย สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการควบคุมตรวจสอบ 2) ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ อยู่ในระดับปานกลาง ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิก ในการตัดสินใจ การดำเนินงาน ในผลประโยชน์และการควบคุมตรวจสอบอยู่ในระดับปานกลาง 3) การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ พบว่า รายได้ ระดับการศึกษา และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ ที่แตกต่างกันมีระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนเพศ อายุ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกัน ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจไม่แตกต่างกัน 4) ปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่มีเวลาเข้าร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ รองลงมาเห็นว่าการมีส่วนร่วมไม่เกิดประโยชน์โดยตรงกับสมาชิก และไม่เข้าใจบทบาทและหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์ ขาดสิ่งจูงใจในการมีส่วนร่วมกับสหกรณ์ การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีธุรกิจให้บริการแก่สมาชิกไม่ครบถ้วนตามความต้องการของสมาชิก การให้บริการของคณะกรรมการ การเดินทางไม่สะดวก และสินค้าหรือบริการของสหกรณ์ไม่ตรงกับความต้องการ

ณเพชรดา สายแก้ว (2556: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์การเกษตรคลองน้ำเขียว จำกัด จังหวัดสระแก้ว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านเศรษฐกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรคลองน้ำเขียว จำกัด จังหวัดสระแก้ว เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรคลองน้ำเขียว จำกัด จังหวัดสระแก้ว เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์การเกษตรคลองน้ำ

เจียว จำกัด จังหวัดสระแก้ว และเพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะของสมาชิกในการทำธุรกิจกับ สหกรณ์การเกษตรคลองน้ำเขียว จำกัด จังหวัดสระแก้ว จากกลุ่มตัวอย่าง 398 คน การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า

1) สมาชิกสหกรณ์การเกษตรคลองน้ำเขียว จำกัด จังหวัดสระแก้ว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาในระดับประถมศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6-10 ปี ทุนเรือนหุ้นน้อยกว่า 10,000 บาท สมาชิกในครัวเรือน 3-5 คน ขนาดที่ดินทำกินน้อยกว่า 5 ไร่ การถือครองที่ดินเป็นของตนเอง มีเอกสารสิทธิ์เป็นเอกสารสิทธิ์ให้ประชาชนเข้าทำประโยชน์ในเขตปฏิรูปที่ดิน (ส.ป.ก. 4-01) การลงทุนด้านการเกษตร 30,000-50,000 บาท รายได้ในครัวเรือน 110,001-140,000 บาท ต่อปี และรายจ่ายในครัวเรือน 90,001-120,000 บาท ต่อปี

2) สมาชิกมีความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์อยู่ในระดับน้อย

3) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการทำธุรกิจเรียงลำดับจากมีส่วนร่วมมากที่สุดไปหาน้อยพบว่า มีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจเงินฝาก และธุรกิจรวบรวมผลผลิต ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจกับสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน สำหรับอายุ ระดับการศึกษา มีหุ้นในสหกรณ์ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีส่วนร่วมในการทำธุรกิจกับสหกรณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่าลักษณะการถือครองที่ดิน และรายจ่ายในครัวเรือนที่แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจกับสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน สำหรับขนาดที่ดินทำกิน ลักษณะเอกสารสิทธิ์ การลงทุนด้านการเกษตร รายได้ในครัวเรือนที่แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อจำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ของสมาชิกที่แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจกับสหกรณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสมาชิกส่วนใหญ่ทำธุรกิจกับสหกรณ์ 3 ธุรกิจ

4) สมาชิกมีปัญหาในการทำธุรกิจกับสหกรณ์อยู่ในระดับน้อย ส่วนข้อเสนอแนะคือ ต้องการให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีให้มากขึ้น ควรจัดประชุมกลุ่มสมาชิก อย่างน้อยปี ละ 2-3 ครั้ง ควรมีการจ่ายเงินปันผลแก่สมาชิก และให้เจ้าหน้าที่มาติดตามผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

ชญรัตน์ มาลัย (2558: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิก และศึกษาระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ จากกลุ่มตัวอย่าง 300 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของ

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุมากกว่า 51 ปี ขึ้นไป มีระดับการศึกษาประถมศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,001-11,000 บาท และระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ 20 ปี ขึ้นไป ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกโดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการทำธุรกิจของสมาชิกอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ความรู้สึกเป็นเจ้าของสหกรณ์ ความสะดวกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์ ผลตอบแทนที่ได้รับ (เงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน) การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ความมั่นคงของสหกรณ์ สถานที่ตั้งของสหกรณ์เหมาะสม ความน่าเชื่อถือของกรรมการดำเนินการ เป็นแหล่งเงินทุน (กู้ยืม) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ สวัสดิการ(เช่น ค่ารักษาพยาบาล) ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกพบว่า สมาชิกมีระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ส่วนร่วมในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก และการมีส่วนร่วมในการควบคุมตรวจสอบ และการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกกับระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจในภาพรวมมี 3 ปัจจัย คือ ความรู้สึกเป็นเจ้าของสหกรณ์ (X4) ความสะดวกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์ (X8) และผลตอบแทนที่ได้รับ (เงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน) (X9) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 .01 และ 0.5

จूरिरदन वंगवीन (2559: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

- 1) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์
- 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์ และ
- 3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จากกลุ่มตัวอย่าง 156 คน การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า

- 1) สมาชิกสหกรณ์ส่วนมากเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41 – 50 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา รายได้ 5001 – 10,000 บาทต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11 – 15 ปี การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากเจ้าหน้าที่สหกรณ์มากที่สุด การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์ ส่วนมากกู้เงินระหว่างปี จำนวน 1 ครั้ง วงเงินน้อยกว่า 100,000 บาท เป็นสินเชื่อดีระยะสั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานในการเกษตร

- 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อกู้ (X = 4.10)

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ( $X = 4.09$ ) ด้านบุคคล ( $X = 4.06$ ) ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ ( $X = 4.06$ ) ด้านกระบวนการ ( $X = 4.00$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X = 3.88$ ) และด้านราคา ( $X = 3.80$ ) ตามลำดับ

3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 พบว่า อายุ รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับความถี่ จำนวนเงิน ประเภท และวัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับประเภท และวัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก และความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงิน ประเภท และวัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับความถี่ จำนวนเงินกู้ของสมาชิก ด้านช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงิน ประเภท และวัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก และด้านบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ความถี่ จำนวนเงิน ประเภท และวัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ซึ่งได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา ที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และนำมาขายให้สหกรณ์ ในปี 2561 จากจำนวน สมาชิก 1,524 คน (31 มีนาคม 2561)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนประชากรที่แน่นอน การหากกลุ่มตัวอย่างจึงใช้สูตร Taro Yamane ซึ่งระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และให้ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ จากการสุ่มตัวอย่างอยู่ที่ 0.05

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

เมื่อ  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากรทั้งหมด

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ( $e = 0.05$ )

$$\text{แทนค่าสูตร } n = \frac{1,524}{1+1,524(0.05)^2}$$

$$\text{ขนาดตัวอย่าง } n = 317$$

ดังนั้น ได้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ไม่น้อยกว่า 317 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 การสร้างเครื่องมือ การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าวิจัย ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (close-ended question) และคำถามแบบปลายเปิด (open - ended question) โดยมีลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 บัญชีส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด เป็นแบบสอบถามที่ให้เลือกคำตอบแบบคำตอบเดียว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคการเกษตรต่อปี รายได้นอกภาคการเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี รายจ่ายจากนอกภาคการเกษตรต่อเดือน และหนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด ลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 บัญชีด้านส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด แบ่งเป็น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ตอนที่ 2 แต่ละคำถาม แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

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

เกณฑ์ประเมินผลในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้

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



จะได้เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

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 น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด เป็นแบบสอบถามที่ให้เลือกคำตอบแบบคำตอบเดียว ได้แก่ ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย และเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ ลักษณะคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด เป็นคำถามแบบปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับสหกรณ์ และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับสหกรณ์

## 2.2 การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างคือ สหกรณ์การเกษตรพรหมพิราม จำกัด จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 40 ราย เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบัค ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.915

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยกำหนดประเภทข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยไม่ซ้ำราย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด ที่นำข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มาขายให้สหกรณ์โดยไม่ซ้ำรายกัน จำนวน 317 ราย โดยขอความอนุเคราะห์จัดทำหนังสือถึงสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด ในความร่วมมือให้สมาชิกตอบแบบสอบถามในการวิจัย

**3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ** ศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานประจำปีสหกรณ์การเกษตรชาวมะแมแสง จำกัด รายงานของผู้สอบบัญชี ข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความถูกต้อง และนำแบบสอบถามมาลงรหัส และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

**4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)** เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั้งหมดในแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std.Deviation) โดยแยกวิเคราะห์ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรชาวมะแมแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์และประเมินผลใช้ค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight Means Score)

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับสหกรณ์ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรชาวมะแมแสง จำกัด เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

**4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)** เพื่อใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์โดยใช้สถิติทดสอบไคสแควร์ (Chi Squre)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตงแจ่ม จำกัด จังหวัดนครราชสีมาจากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกสหกรณ์ จำนวน 317 คน แล้วนำมาวิเคราะห์และประมวลผลกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป แบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 5 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

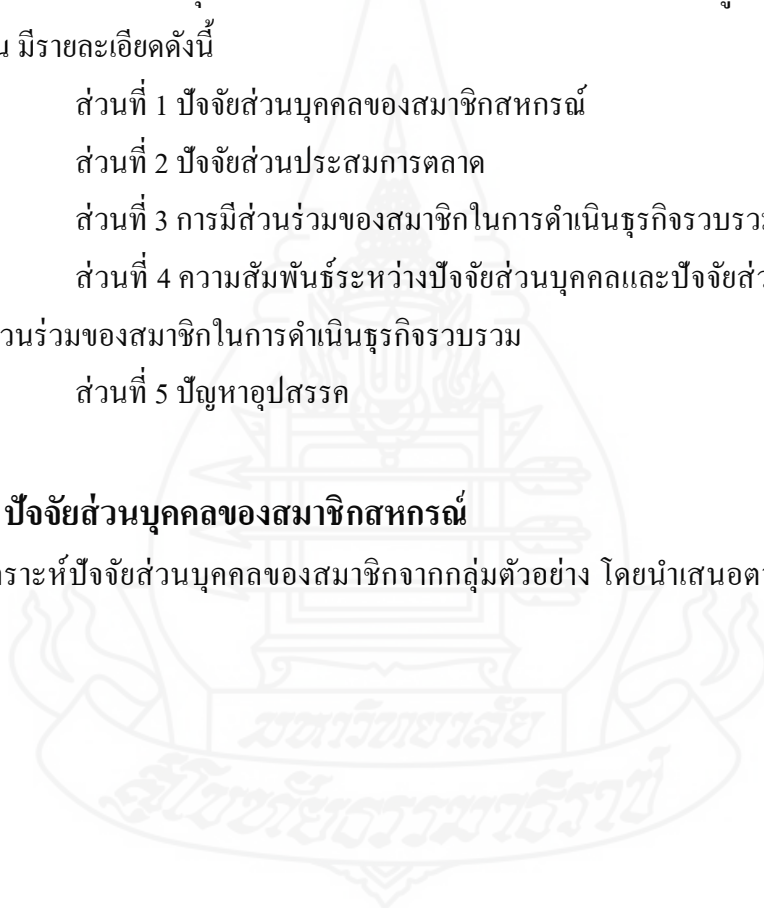
ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวม

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวม

ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค

#### ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้



ตารางที่ 4.1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส

(n = 317)

ข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	190	59.94
หญิง	127	40.06
<b>อายุ</b>		
20-30 ปี	4	1.26
31-40 ปี	27	8.52
41-50 ปี	65	20.51
51-60 ปี	103	32.49
60 ปีขึ้นไป	118	37.22
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	245	77.29
มัธยมศึกษา/ปวช.	71	22.40
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.31
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	17	5.36
สมรส	17	5.36
สมรส	291	91.80
หย่า	2	0.63
หม้าย	7	2.21

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.1 สมาชิกส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.94 และเป็นเพศหญิงจำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.06

สมาชิกส่วนใหญ่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 118 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.22 รองลงมา 51 - 60 ปี, 41 - 50 ปี, 31 - 40 ปี และ 20 - 30 ปี จำนวน 103 ราย, 65 ราย, 27 ราย และ 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.49, 20.51, 8.52 และ 1.26 ตามลำดับ

สมาชิกส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 245 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.29 รองลงมา มัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.40 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.31 ตามลำดับ

สมาชิกส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 291 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.80 รองลงมา โสด, หม้าย และหย่า จำนวน 17 ราย, 7 ราย, และ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.36, 2.21 และ 0.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี

(n = 317)		
ข้อมูล	จำนวน( ราย )	ร้อยละ
<b>พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์</b>		
1-10 ไร่	168	53.00
11-20 ไร่	68	21.45
21-30 ไร่	28	8.83
30 ไร่ ขึ้นไป	53	16.72
<b>รายได้จากภาคเกษตรต่อปี</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท	63	19.87
50,001-100,000 บาท	49	15.46
100,001-150,000 บาท	67	21.14
150,001-200,000 บาท	21	6.62
200,001-250,000	33	10.41
มากกว่า 250,000 บาทขึ้นไป	84	26.50

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.2 สมาชิกส่วนใหญ่มีพื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 1- 10 ไร่ จำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา 11 – 20 ไร่, 30 ไร่ ขึ้นไป และ 21 – 30 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 21.45, 16.72 และ 8.83 ตามลำดับ

สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 250,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 84 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมา 100,001 – 150,000 บาท, ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท, 50,001 – 100,000 บาท, 200,001 – 250,000 บาท และ 150,001 – 200,000 บาท จำนวน 67 ราย, 63 ราย, 49 ราย, 33 ราย และ 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.14, 19.87, 15.46, 10.41 และ 6.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี

(n = 317)		
ข้อมูล	จำนวน ( ราย )	ร้อยละ
<b>รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	185	58.36
10,001-20,000 บาท	87	27.44
20,001-30,000 บาท	27	8.52
30,001-40,000 บาท	2	0.63
40,001- 50,000 บาท	3	0.95
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	13	4.10
<b>รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	144	45.46
25,001-50,000 บาท	68	21.45
50,001-75,000 บาท	64	20.15
75,001-100,000 บาท	5	1.58
100,001-125,000	14	4.42
มากกว่า 125,000 บาทขึ้นไป	22	6.94

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.3 สมาชิกส่วนใหญ่มีรายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 185 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.36 รองลงมา 10,001 – 20,000 บาท, 20,001– 30,000 บาท, มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป, 40,001 – 50,000 บาท และ 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 27.44, 8.52, 4.10, 0.95 และ 0.63 ตามลำดับ

สมาชิกส่วนใหญ่มีรายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.46 รองลงมา 25,001 – 50,000 บาท, 50,001 – 75,000 บาท, มากกว่า 125,000 บาท ขึ้นไป, 100,001 – 125,000 บาท และ 75,001 – 100,000 บาท จำนวน 68 ราย, 64 ราย, 22 ราย, 14 ราย และ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.45, 20.15, 6.94, 4.42 และ 1. ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด

(n = 317)

ข้อมูล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	184	58.04
5,001-10,000 บาท	74	23.34
10,001-15,000 บาท	31	9.78
15,001-20,000 บาท	8	2.52
20,001-25,000 บาท	6	1.90
มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป	14	4.42
<b>หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท	98	30.91
100,001-200,000 บาท	99	31.23
200,001-300,000 บาท	69	21.76
300,001-400,000 บาท	16	5.05
400,001-500,000 บาท	19	6.00
มากกว่า 500,000 บาท ขึ้นไป	16	5.05

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.4 สมาชิกส่วนใหญ่มีรายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 184 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.04 รองลงมา 5,001 – 10,000 บาท, 10,001 – 15,000 บาท, มากกว่า 25,000 บาท ขึ้นไป, 15,001 – 20,000 บาท และ 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.34, 9.78, 4.42, 2.52 และ 1.90 ตามลำดับ

สมาชิกส่วนใหญ่มีหนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด 100,001 – 200,000 บาท จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.23 รองลงมา ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท, 200,001 – 300,000 บาท, 400,001 – 500,000 บาท, 300,001 – 400,000 บาท และ มากกว่า 500,000 บาท ขึ้นไป จำนวน 98 ราย, 69 ราย, 19 ราย, 16 ราย และ 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.91, 21.76, 6.00, 5.05 เท่ากัน ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลผลิต

(n = 317)				
ด้านผลผลิต	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
สหกรณ์กำหนดคุณภาพและมาตรฐานผลผลิต	4.40	0.521	มากที่สุด	4
การรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์มีความหลากหลาย	4.66	0.476	มากที่สุด	2
มีความโปร่งใสในการให้บริการ	4.67	0.477	มากที่สุด	1
การจ่ายเป็นเงินสด/ได้รับเงินทันที	4.60	0.504	มากที่สุด	3
ความสามารถรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์	4.38	0.607	มากที่สุด	5
<b>รวม</b>	<b>4.54</b>	<b>0.517</b>	<b>มากที่สุด</b>	

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.5 สมาชิกมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านผลผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อของปัจจัยด้านผลผลิต พบว่าปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มากที่สุด



คือมีความโปร่งใสในการให้บริการซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 รองลงมาคือ การรับซื้อผลผลิตของ สหกรณ์มีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 การจ่ายเป็นเงินสด/ได้รับเงินทันที มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.60 สหกรณ์กำหนดคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และความสามารถ รับซื้อผลผลิตของสหกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วน ประสมการตลาด ด้านราคา

(n = 317)

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
สหกรณ์รับซื้อในราคาที่ยุติธรรม	4.68	0.488	มากที่สุด	1
ติดราคาซื้อผลผลิตชัดเจน	4.46	0.592	มากที่สุด	2
ประกันราคาซื้อ	3.63	0.675	ปานกลาง	5
ปรับราคาซื้อ ขึ้น-ลง ตามสภาวะการณ์ของตลาด	3.98	0.401	มาก	3
การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาผลผลิตในอนาคต	3.79	0.596	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.550</b>	<b>มาก</b>	

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.6 สมาชิกมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านราคา โดยรวมอยู่ใน ระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อของปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่ สมาชิกตัดสินใจมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มากที่สุดคือ สหกรณ์รับซื้อในราคาที่ยุติธรรมซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 รองลงมาคือ ติดราคาซื้อผลผลิต ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ปรับราคาซื้อ ขึ้น-ลง ตามสภาวะการณ์ของตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาผลผลิตในอนาคตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และประกันราคา รับซื้อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมการตลาด ด้านสถานที่และการขนส่ง

(n = 317)

ด้านสถานที่และการขนส่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
สถานที่ตั้งเหมาะสม สะดวกแก่การเดินทาง	4.42	0.519	มากที่สุด	1
บริเวณลานเทมี้พื้นที่กว้างขวาง มีสถานที่จอดรถ เพียงพอ	4.39	0.532	มากที่สุด	2
ระยะเวลารอคิวขายมีความเหมาะสม มีสถานที่นั่งรอ	4.19	0.505	มาก	3
มีน้ำดื่มบริการ ห้องน้ำบริการ	3.82	0.831	มาก	4
มีบริการรถบรรทุกขนส่งผลผลิตจาก แหล่งผลิตมายังสหกรณ์	3.65	0.767	มาก	5
<b>รวม</b>	<b>4.09</b>	<b>0.540</b>	<b>มาก</b>	

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.7 สมาชิกมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านสถานที่และการขนส่ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อของปัจจัยด้านสถานที่และการขนส่ง พบว่า ปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มากที่สุดคือสถานที่ตั้งเหมาะสม สะดวกแก่การเดินทางซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมาคือ บริเวณลานเทมี้พื้นที่กว้างขวาง มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ระยะเวลารอคิวขายมีความเหมาะสม มีสถานที่นั่งรอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 มีน้ำดื่มบริการ ห้องน้ำบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีบริการรถบรรทุกขนส่งผลผลิตจากแหล่งผลิตมายังสหกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

(n = 317)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
เพิ่มราคาพิเศษให้กับผลผลิตที่มีคุณภาพสูง	4.13	0.465	มาก	2
สะสมยอดซื้อ – ขาย/จำนวนครั้งเพื่อปรับระดับชั้น ลูกหนี้	4.52	0.571	มากที่สุด	1
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์	3.34	0.599	ปาน กลาง	5
ได้รับการบอกต่อ แนะนำสถานที่รับซื้อผลผลิต	3.93	0.423	มาก	4
จัดกิจกรรมดึงดูดเพื่อร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์	3.96	0.476	มาก	3
<b>รวม</b>	<b>3.98</b>	<b>0.506</b>	<b>มาก</b>	

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.8 สมาชิกมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มากที่สุดคือสะสมยอดซื้อ – ขาย/จำนวนครั้งเพื่อปรับระดับชั้นลูกหนี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมาคือ เพิ่มราคาพิเศษให้กับผลผลิตที่มีคุณภาพสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 จัดกิจกรรมดึงดูดเพื่อร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 มีได้รับการบอกต่อ แนะนำสถานที่รับซื้อผลผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วน  
 ประสมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ

(n = 317)

ด้านบุคลากรและการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น	4.65	0.491	มากที่สุด	2
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	4.69	0.483	มากที่สุด	1
พนักงานฝ่ายต่างๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการ ให้บริการ	4.62	0.491	มากที่สุด	3
มีพนักงานให้คำแนะนำ ปรีกษาแก่สมาชิกในการ พัฒนาคุณภาพผลผลิต	4.11	0.479	มาก	4
มีบริการเครื่องจักร เครื่องมือในการเพาะปลูก	3.60	0.742	มาก	5
<b>รวม</b>	<b>4.33</b>	<b>0.537</b>	<b>มากที่สุด</b>	

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.9 สมาชิกมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านบุคลากรและการ  
 ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อของ  
 ปัจจัยด้านบุคลากรและการให้บริการพบว่า ปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ  
 รวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มากที่สุดคือมีพนักงานเพียงพอในการให้บริการค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
 4.69 รองลงมาคือ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 พนักงาน  
 ฝ่ายต่าง ๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 มีพนักงานให้คำแนะนำ  
 ปรีกษาแก่สมาชิกในการพัฒนาคุณภาพผลผลิตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และมีบริการเครื่องจักร  
 เครื่องมือในการเพาะปลูก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยส่วน  
ประสมทางการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ

(n = 317)

ด้านลักษณะทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
บริเวณโดยรอบสะอาด ร่มรื่น และอากาศถ่ายเท	4.38	0.541	มากที่สุด	4
โกดังสะอาด ได้มาตรฐาน สามารถเก็บรักษาผลผลิต ให้คงคุณภาพ	4.40	0.510	มากที่สุด	3
การคมนาคมภายในสหกรณ์ ทางเข้า – ออก สะดวก และปลอดภัย	4.15	0.453	มาก	5
มีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การตลาด	4.61	0.502	มากที่สุด	1
มีป้ายบอกขั้นตอนและวิธีการ ซื้อ – ขาย ที่ชัดเจน	4.42	0.548	มากที่สุด	2
<b>รวม</b>	<b>4.39</b>	<b>0.510</b>	<b>มากที่สุด</b>	

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.10 สมาชิกมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพพบว่า ปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มากที่สุดคือมีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 รองลงมาคือ มีป้ายบอกขั้นตอนและวิธีการ ซื้อ – ขาย ที่ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 โกดังสะอาด ได้มาตรฐาน สามารถเก็บรักษาผลผลิตให้คงคุณภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 บริเวณโดยรอบสะอาด ร่มรื่น และอากาศถ่ายเทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และการคมนาคมภายในสหกรณ์ ทางเข้า – ออก สะดวกและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัย  
ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ

(n = 317)

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
ขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ให้บริการตามลำดับคิวก่อนหลัง	4.51	0.507	มากที่สุด	3
พนักงานผิดพลาดในขั้นตอนใด จะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	4.55	0.505	มากที่สุด	2
เครื่องมือ อุปกรณ์/เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรง	4.81	0.408	มากที่สุด	1
การรับซื้อ โดยดูแลคุณภาพให้ตรงตามมาตรฐานที่โรงงานกำหนด	4.24	0.556	มากที่สุด	5
มีกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังได้	4.35	0.605	มากที่สุด	4
<b>รวม</b>	<b>4.49</b>	<b>0.516</b>	<b>มากที่สุด</b>	

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.11 สมาชิกมีปัจจัยส่วนประสมการตลาดในด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และเมื่อพิจารณาในแต่ละข้อของปัจจัยด้านกระบวนการพบว่า ปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มากที่สุดคือเครื่องมือ อุปกรณ์/เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.81 รองลงมาคือ พนักงานผิดพลาดในขั้นตอนใด จะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 ขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ให้บริการตามลำดับคิวก่อนหลังมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 มีกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และการรับซื้อโดยดูแลคุณภาพให้ตรงตามมาตรฐานที่โรงงานกำหนดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามระดับการตัดสินใจ

(n = 317)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านผลผลิต	4.54	0.517	มากที่สุด	1
ด้านราคา	4.11	0.550	มาก	5
ด้านสถานที่และการขนส่ง	4.09	0.540	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98	0.506	มาก	7
ด้านบุคลากรและการให้บริการ	4.33	0.537	มากที่สุด	4
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.39	0.510	มากที่สุด	3
ด้านกระบวนการ	4.49	0.516	มากที่สุด	2
<b>รวม</b>	<b>4.28</b>	<b>0.525</b>	<b>มากที่สุด</b>	

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.12 สรุปปัจจัยส่วนประสมการตลาดในทุกด้าน พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลผลิตมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.54 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ด้านบุคลากรและการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ด้านสถานที่และการขนส่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวม

ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของสมาชิกจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์

(n = 317)

ข้อมูล	จำนวน ( ราย )	ร้อยละ
<b>ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย</b>		
น้อยกว่า 14.5%	3	0.95
14.5% - 15.5%	13	4.10
15.6% - 16.5%	4	1.26
16.6% - 17.5%	4	1.26
มากกว่า 17.5%	293	92.43
<b>เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์</b>		
คุณภาพผลผลิตเป็นที่ต้องการของสหกรณ์	12	3.79
ราคาในการรับซื้อเป็นที่น่าพอใจ	38	11.99
ระยะทางใกล้ ขนส่งสะดวก	35	11.04
มีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม	7	2.21
การให้บริการของเจ้าหน้าที่	26	8.20
ความพร้อมของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการรับซื้อ	140	44.16
กระบวนการรับซื้อ สะดวก รวดเร็ว	59	18.61

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.13 สมาชิกส่วนใหญ่ นำผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มากกว่า 17.5% จำนวน 293 ราย คิดเป็นร้อยละ 92.43 รองลงมา 14.5% - 15.5%, 15.6% - 16.5%, 16.6% - 17.5% และ น้อยกว่า 14.5% จำนวน 13 ราย, 4 ราย, 4 ราย และ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.10, 1.26, 1.26, และ 0.95 ตามลำดับ

สมาชิกส่วนใหญ่มีเหตุผลการนำข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มาขายให้สหกรณ์ คือ ความพร้อมของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการรับซื้อ จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.16 รองลงมา



กระบวนการรับซื้อ สะดวก รวดเร็ว, ราคาในการรับซื้อเป็นที่น่าพอใจ, ระยะทางใกล้ ขนส่งสะดวก, การให้บริการของเจ้าหน้าที่, คุณภาพผลผลิตเป็นที่ต้องการของสหกรณ์ และมีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม จำนวน 59 ราย, 38 ราย, 35 ราย, 26 ราย, 12 ราย และ 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.61, 11.99, 11.04, 8.20, 3.79 และ 2.21 ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้

##### 4.1 การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

สมมติฐานที่ 1 เพศ อายุมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

$H_0$ : เพศ อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

$H_1$ : เพศ อายุ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

ตารางที่ 4.14 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์

การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์	เพศ		อายุ	
	$\chi^2$	Asymp.Sig. (2-sided)	$\chi^2$	Asymp.Sig. (2-sided)
ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย	5.580	0.061	14.139	0.028*
เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์	10.307	0.112	19.665	0.352

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.14 เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์  
การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด

อายุ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมี  
เปอร์เซ็นต์ความขึ้น โดยเฉลี่ยมีค่า Chi-Square เท่ากับ 14.139 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.028  
ส่วนด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม  
ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด

สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษา สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของ  
สมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด

$H_0$ : ระดับการศึกษา สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของ  
สมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด

$H_1$ : ระดับการศึกษา สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิก  
สหกรณ์การเกษตรชาวมะแกแสง จำกัด

ตารางที่ 4.15 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา สถานภาพ กับการมีส่วนร่วมของสมาชิก  
สหกรณ์

การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์	ระดับการศึกษา		สถานภาพ	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ ความขึ้นโดยเฉลี่ย	3.190	0.527	1.444	0.837
เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขาย ให้สหกรณ์	14.587	0.265	9.348	0.673

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.15 ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตงแจ่ง จำกัด

สถานภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตงแจ่ง จำกัด

สมมติฐานที่ 3 พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตงแจ่ง จำกัด

$H_0$ : พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตงแจ่ง จำกัด

$H_1$ : พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตงแจ่ง จำกัด

ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์

การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์	พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์		รายได้จากภาคเกษตรต่อปี	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย	7.239	0.299	7.077	0.718
เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์	20.046	0.330	48.986	0.016*

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตงแจ่ง จำกัด

รายได้จากภาคเกษตรต่อปี มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตง จำกัด ด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์มีค่า Chi-Square เท่ากับ 48.986 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.016

สมมติฐานที่ 4 รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตง จำกัด

$H_0$ : รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตง จำกัด

$H_1$ : รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตง จำกัด

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์

การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์	รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน		รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย	5.140	0.526	12.14	0.276
เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์	22.901	0.017*	33.47	0.302
			9	

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 22.901 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.017

รายจ่ายจากภาคการเกษตรต่อปี ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

สมมติฐานที่ 5 รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

$H_0$ : รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

$H_1$ : รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์

การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์	รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน		หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย	10.543	0.394	8.095	0.620
เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์	67.517	0.000**	61.968	0.001**

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์มีค่า Chi-Square เท่ากับ 67.517 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000

หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์มีค่า Chi-Square เท่ากับ 61.968 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.001

ตารางที่ 4.19 สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์  
การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์ กับการมีส่วนร่วมของสมาชิก	ปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่มีความสัมพันธ์ กับการมีส่วนร่วมของสมาชิก
1. อายุ	1. เพศ
2. รายได้จากภาคเกษตรต่อปี	2. ระดับการศึกษา
3. รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน	3. สถานภาพ
4. รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน	4. พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์
5. หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด	5. รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี

จากตารางที่ 4.19 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิก ได้แก่ ปัจจัยด้านอายุ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด ปัจจัยส่วนบุคคลที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิก ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี

#### 4.2 การทดสอบสมมติฐานส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

สมมติฐานที่ 6 ส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย

$H_0$ : ส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย

$H_1$ : ส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้าน

กระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมด้านประเภผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย

ส่วนประสมการตลาด	ประเภผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
<b>ด้านผลผลิต</b>		
สหกรณ์กำหนดคุณภาพและมาตรฐานผลผลิต	2.300	0.890
การรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์มีความหลากหลาย	3.637	0.162
มีความโปร่งใสในการให้บริการ	4.685	0.321
การจ่ายเป็นเงินสด/ได้รับเงินทันที	8.628	0.071
ความสามารถรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์	7.881	0.096
<b>รวม</b>	<b>38.348</b>	<b>0.000**</b>
<b>ด้านราคา</b>		
สหกรณ์รับซื้อในราคาที่ยุติธรรม	25.061	0.000**
ติดราคาซื้อผลผลิตชัดเจน	14.412	0.072
ประกันราคาซื้อ	57.670	0.000**
ปรับราคาซื้อ ขึ้น-ลง ตามสภาวะการณ์ของตลาด	6.230	0.398
การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาผลผลิตในอนาคต	5.217	0.516
<b>รวม</b>	<b>70.909</b>	<b>0.000**</b>

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
<b>ด้านสถานที่และการขนส่ง</b>		
สถานที่ตั้งเหมาะสม สะดวกแก่การเดินทาง	9.152	0.057
บริเวณลานเทมีพื้นที่กว้างขวาง มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	1.481	0.830
ระยะเวลารอคิวขายมีความเหมาะสม มีสถานที่นั่งรอ	3.332	0.504
มีน้ำดื่มบริการ มีห้องน้ำบริการ	15.361	0.018*
มีบริการรถบรรทุกขนส่งผลผลิตจากแหล่งผลิตมายังสหกรณ์	39.966	0.000**
<b>รวม</b>	<b>39.680</b>	<b>0.000**</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
เพิ่มราคาพิเศษให้กับผลผลิตที่มีคุณภาพสูง	10.620	0.101
สะสมยอดซื้อ-ขาย/จำนวนครั้งเพื่อปรับระดับชั้นลูกหนี้	33.679	0.000**
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์	63.557	0.000**
ได้รับการบอกต่อ แนะนำสถานที่รับซื้อผลผลิต	35.961	0.000**
จัดกิจกรรมดึงดูดเพื่อร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์	49.512	0.000**
<b>รวม</b>	<b>65.068</b>	<b>0.000**</b>
<b>ด้านบุคลากรและการให้บริการ</b>		
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น	22.745	0.000**
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	34.902	0.000**
พนักงานฝ่ายต่าง ๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ	15.092	0.005**
มีพนักงานให้คำแนะนำปรึกษาแก่สมาชิกในการพัฒนาคุณภาพผลผลิต	9.162	0.057
มีบริการเครื่องจักร เครื่องมือในการเพาะปลูก	56.191	0.000**
<b>รวม</b>	<b>65.063</b>	<b>0.000**</b>



ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>		
บริเวณโดยรอบสะอาด ร่มรื่น อากาศถ่ายเท	9.942	0.041*
โกดังสะอาด ได้มาตรฐาน สามารถเก็บรักษาผลผลิตให้คงคุณภาพ	1.038	0.904
การคมนาคมภายในสหกรณ์ ทางเข้า – ออก สะดวกและปลอดภัย	4.900	0.298
มีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การตลาด	7.564	0.109
มีป้ายบอกขั้นตอนและวิธีการ ชื้อ – ขายที่ชัดเจน	10.989	0.027*
<b>รวม</b>	<b>47.406</b>	<b>0.000**</b>
<b>ด้านกระบวนการ</b>		
ขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ให้บริการตามลำดับคิวก่อนหลัง	15.448	0.004**
พนักงานคิดพลาดในขั้นตอนใด จะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	7.477	0.113
เครื่องมือ อุปกรณ์/เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรง	33.153	0.000**
การรับซื้อโดยดูแลคุณภาพให้ตรงตามมาตรฐานที่โรงงานกำหนด	7.642	0.106
มีกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังได้	31.590	0.000**
<b>รวม</b>	<b>53.411</b>	<b>0.000**</b>

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 ส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิตไม่มีด้านใดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย แต่ผลรวมด้านผลผลิตมี

ความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 38.348 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านราคา สหกรณ์รับซื้อในราคาที่ยุติธรรม ประกันราคารับซื้อ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 25.061 และ 57.670 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ทั้งสองด้าน และผลรวมด้านราคาที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 70.909 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่และการขนส่ง มีน้ำดื่มบริการ มีห้องน้ำบริการ มีบริการรถบรรทุกขนส่งผลผลิตจากแหล่งผลิตมายังสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 15.361 และ 39.966 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.018 และ 0.000 ตามลำดับ และผลรวมด้านสถานที่และการขนส่งมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 39.680 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด สะสมยอดซื้อ-ขาย/จำนวนครั้งเพื่อปรับระดับชั้นลูกหนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ ได้รับการบอกต่อ แนะนำสถานที่รับซื้อผลผลิต จัดกิจกรรมดึงดูดเพื่อร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 33.679, 63.557, 35.961 และ 49.512 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 ทุกด้าน และผลรวมด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 65.068 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรและการให้บริการ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ พนักงานฝ่ายต่างๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ และมีบริการเครื่องจักร เครื่องมือในการเพาะปลูก มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 22.745, 34.902, 15.092 และ 56.191 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.005 และ 0.000 ตามลำดับ และผลรวมด้านบุคลากรและการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 65.063 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ บริเวณโดยรอบสะอาด ร่มรื่น อากาศถ่ายเท มีป้ายบอกขั้นตอนและวิธีการซื้อ - ขายที่ชัดเจน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้าน

ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 9.942 และ 10.989 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.041 และ 0.027 และผลรวมด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 47.406 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ให้บริการตามลำดับคิก่อนหลัง เครื่องมือ อุปกรณ์/เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรง มีกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังได้ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 15.448, 33.153 และ 31.590 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.004, 0.000 และ 0.000 และผลรวมด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย มีค่า Chi-Square เท่ากับ 53.411 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

สมมติฐานที่ 7 ส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์

$H_0$ : ส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์

$H_1$ : ส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจ  
นำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์

ส่วนประสมการตลาด	เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
<b>ด้านผลผลิต</b>		
สหกรณ์กำหนดคุณภาพและมาตรฐานผลผลิต	36.365	0.006**
การรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์มีความหลากหลาย	25.278	0.000**
มีความโปร่งใสในการให้บริการ	70.281	0.000**
การจ่ายเป็นเงินสด/ได้รับเงินทันที	66.149	0.000**
ความสามารถรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์	41.534	0.000**
<b>รวม</b>	<b>110.362</b>	<b>0.000**</b>
<b>ด้านราคา</b>		
สหกรณ์รับซื้อในราคาที่ยุติธรรม	61.902	0.000**
ดีคราคารับซื้อผลผลิตชัดเจน	73.165	0.000**
ประกันราคารับซื้อ	41.348	0.015*
ปรับราคารับซื้อ ขึ้น-ลง ตามสภาวะการณ์ของตลาด	37.166	0.005**
การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาผลผลิตในอนาคต	28.177	0.059
<b>รวม</b>	<b>108.008</b>	<b>0.001**</b>
<b>ด้านสถานที่และการขนส่ง</b>		
สถานที่ตั้งเหมาะสม สะดวกแก่การเดินทาง	49.745	0.000**
บริเวณลานเทมีพื้นที่กว้างขวาง มีสถานที่จอดรถเพียงพอ	38.743	0.000**
ระยะเวลารอคิวขายมีความเหมาะสม มีสถานที่นั่งรอ	25.326	0.013*
มีน้ำดื่มบริการ มีห้องน้ำบริการ	76.571	0.000**
มีบริการรถบรรทุกขนส่งผลผลิตจากแหล่งผลิตมายังสหกรณ์	90.715	0.000**
<b>รวม</b>	<b>142.078</b>	<b>0.000**</b>

ส่วนประสมการตลาด	เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
เพิ่มราคาพิเศษให้กับผลผลิตที่มีคุณภาพสูง	19.105	0.385
สะสมยอดซื้อ-ขาย/จำนวนครั้งเพื่อปรับระดับชั้นลูกค้า	47.568	0.000**
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์	63.958	0.000**
ได้รับการบอกต่อ แนะนำสถานที่รับซื้อผลผลิต	33.886	0.087
จัดกิจกรรมดึงดูดเพื่อร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์	46.461	0.000**
<b>รวม</b>	<b>130.224</b>	<b>0.000**</b>
<b>ด้านบุคลากรและการให้บริการ</b>		
พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น	55.137	0.000**
มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ	55.888	0.000**
พนักงานฝ่ายต่างๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ	41.916	0.000**
มีพนักงานให้คำแนะนำปรึกษาแก่สมาชิกในการพัฒนาคุณภาพผลผลิต	16.302	0.178
มีบริการเครื่องจักร เครื่องมือในการเพาะปลูก	110.658	0.000**
<b>รวม</b>	<b>113.504</b>	<b>0.000**</b>
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>		
บริเวณโดยรอบสะอาด ร่มรื่น อากาศถ่ายเท	67.678	0.000**
โกดังสะอาด ได้มาตรฐาน สามารถเก็บรักษาผลผลิตให้คงคุณภาพ	54.641	0.000**
การคมนาคมภายในสหกรณ์ ทางเข้า – ออก สะดวกและปลอดภัย	18.682	0.096
มีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การตลาด	42.849	0.000**
มีป้ายบอกขั้นตอนและวิธีการ ซื้อ – ขายที่ชัดเจน	35.426	0.000**
<b>รวม</b>	<b>93.272</b>	<b>0.000**</b>

ส่วนประสมการตลาด	เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์	
	$\chi^2$	Asymp. Sig. (2-sided)
<b>ด้านกระบวนการ</b>		
ขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ให้บริการตามลำดับคิว ก่อนหลัง	63.666	0.000**
พนักงานผิดพลาดในขั้นตอนใด จะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	57.677	0.000**
เครื่องมือ อุปกรณ์/เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรง	41.091	0.000**
การรับซื้อโดยดูแลคุณภาพให้ตรงตามมาตรฐานที่โรงงานกำหนด	25.793	0.011*
มีกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังได้	95.361	0.000**
<b>รวม</b>	<b>136.392</b>	<b>0.000**</b>

\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.21 ส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิต สหกรณ์กำหนดคุณภาพและมาตรฐานผลผลิต การรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์มีความหลากหลาย มีความโปร่งใสในการให้บริการ การจ่ายเป็นเงินสด/ได้รับเงินทันที ความสามารถรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 36.365, 25.278, 70.281, 66.149 และ 41.534 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.006, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ และผลรวมด้านผลผลิต มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 110.362 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านราคา สหกรณ์รับซื้อในราคาที่ยุติธรรม ดิคราคารับซื้อผลผลิตชัดเจน ประกันราคารับซื้อ ปรับราคารับซื้อขึ้น-ลง ตามสภาวะการณ์ของตลาดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 61.902, 73.165, 41.348, และ 37.166 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.015 และ 0.005 ตามลำดับ และผลรวมด้านราคา มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 108.008 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.001

ส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่และการขนส่ง สถานที่ตั้งเหมาะสม สะดวกแก่การเดินทาง บริเวณลานเทมีพื้นที่กว้างขวาง มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ระยะเวลารอคิวขายมีความเหมาะสม มีสถานที่นั่งรอ มีห้องน้ำบริการ มีน้ำดื่มบริการ มีบริการรถบรรทุกขนส่งผลผลิตจากแหล่งผลิตมายังสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 49.745, 38.743, 25.326, 76.571 และ 90.715 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.013, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ และผลรวมด้านสถานที่และการขนส่ง มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 142.078 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด สะสมยอดซื้อ-ขาย/จำนวนครั้งเพื่อปรับระดับชั้นลูกหนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ จัดกิจกรรมดึงดูดเพื่อร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 47.568, 63.958 และ 46.461 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ และผลรวมด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 130.224 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรและการให้บริการ พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ พนักงานฝ่ายต่างๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ มีบริการเครื่องจักร เครื่องมือในการเพาะปลูก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 55.137, 55.888, 41.916 และ 110.658 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ และผลรวมด้านบุคลากรและการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 113.504 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ บริเวณโดยรอบสะอาด ร่มรื่น อากาศถ่ายเท โดดงสะอาด ได้มาตรฐาน สามารถเก็บรักษาผลผลิตให้คงคุณภาพ มีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การตลาด มีป้ายบอกขั้นตอนและวิธีการ ซื้อ - ขายที่ชัดเจน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 67.678, 54.641, 42.849 และ 35.426 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ และผลรวมด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผล

ที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 93.272 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

ส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ ขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ให้บริการตามลำดับคิวก่อนหลัง พนักงานผิดพลาดในขั้นตอนใด จะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว เครื่องมืออุปกรณ์/เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรง การรับซื้อ โดยดูแลคุณภาพให้ตรงตามมาตรฐานที่โรงงานกำหนด มีกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังได้ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 63.666, 57.677, 41.091, 25.793 และ 95.361 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.011 และ 0.000 ตามลำดับ และผลรวมด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ มีค่า Chi-Square เท่ากับ 136.392 หรือมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000

## ส่วนที่ 5 ปัญหาอุปสรรค

ตารางที่ 4.22 ปัญหาอุปสรรค

ปัญหาอุปสรรค	จำนวน (ราย)
1.หาวิธีกำจัดแมลงศัตรูพืช เช่น ให้ความรู้ นำยามาแมลงมาจำหน่าย	310
2. พื้นที่แห้งแล้ง ไม่มีแหล่งน้ำ	173
3. จัดหาเงินทุนสนับสนุนทำการเกษตร	7
4. ต้นทุนสูง ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์แพง ผลผลิตต่ำ	6
5. เครื่องจักรไม่เพียงพอ	1
6. ควรแนะนำพันธุ์ทนแล้งให้สมาชิกปลูก	1
7. ประกันราคาผลผลิตทางการเกษตร	1

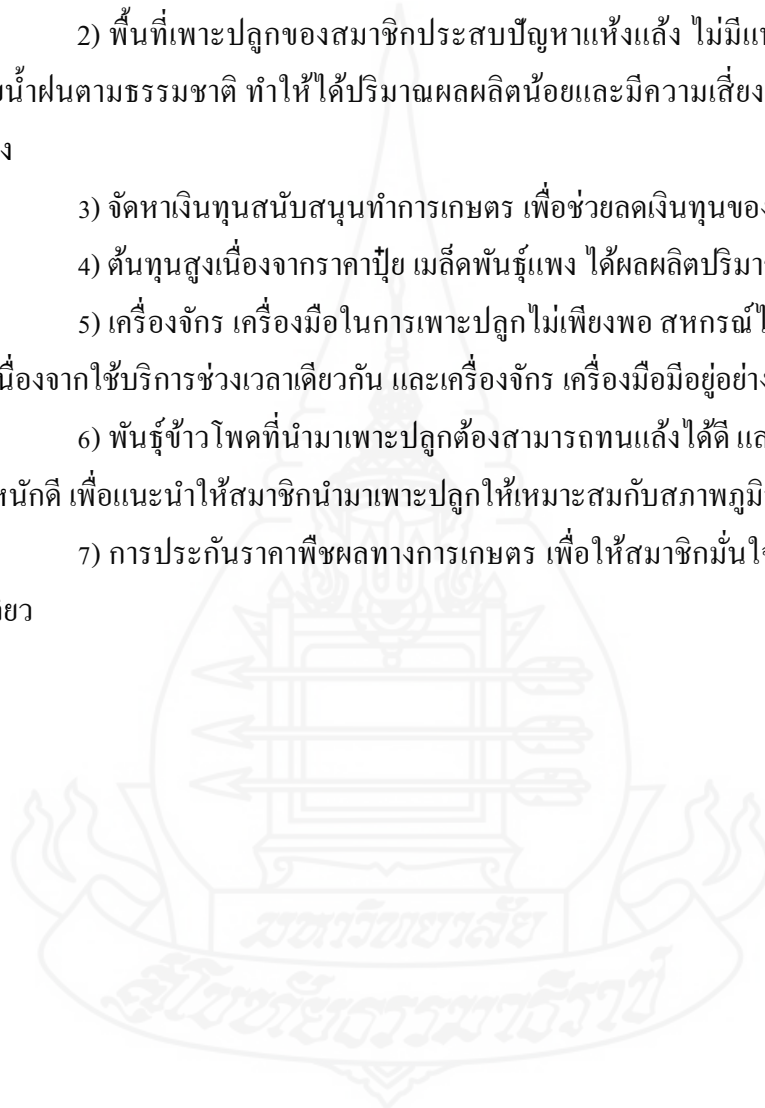
หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา : จากการสำรวจ



จากตารางที่ 4.22 ปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด มีดังนี้

- 1) หาวิธีกำจัดแมลงศัตรูพืชที่มาทำลายผลผลิต เช่น ให้ความรู้เรื่องการป้องกันศัตรูพืชตั้งแต่การเพาะปลูก การบำรุงรักษาจนถึงการเก็บเกี่ยว หาวิธีการทำลายศัตรูพืชโดยใช้สารเคมีที่ได้ผลอย่างแท้จริง
- 2) พื้นที่เพาะปลูกของสมาชิกประสบปัญหาแห้งแล้ง ไม่มีแหล่งน้ำ สมาชิกส่วนใหญ่อาศัยน้ำฝนตามธรรมชาติ ทำให้ได้ปริมาณผลผลิตน้อยและมีความเสี่ยงที่ผลผลิตจะเสียหายค่อนข้างสูง
  - 3) จัดหาเงินทุนสนับสนุนทำการเกษตร เพื่อช่วยลดเงินทุนของสมาชิก
  - 4) ต้นทุนสูงเนื่องจากราคาราคาปุ๋ย เมล็ดพันธุ์แพง ได้ผลผลิตปริมาณน้อย
  - 5) เครื่องจักร เครื่องมือในการเพาะปลูกไม่เพียงพอ สหกรณ์ไม่สามารถให้บริการได้ทั่วถึง เนื่องจากใช้บริการช่วงเวลาเดียวกัน และเครื่องจักร เครื่องมือมีอยู่อย่างจำกัด
  - 6) พันธุ์ข้าวโพดที่นำมาเพาะปลูกต้องสามารถทนแล้งได้ดี และได้ปริมาณผลผลิตมาก มีน้ำหนักดี เพื่อแนะนำให้สมาชิกลำบากมาเพาะปลูกให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศในพื้นที่
  - 7) การประกันราคาพืชผลทางการเกษตร เพื่อให้สมาชิกมั่นใจในด้านราคาเมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยว



## บทที่ 5

### สรุปการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด และเพื่อให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด

#### 1. สรุปผลการศึกษา

ผลจากการศึกษา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 317 ราย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 60 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส การศึกษาระดับประถมศึกษา พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ 1 - 10 ไร่ รายได้จากการเกษตรต่อปีมากกว่า 250,000 บาทขึ้นไป รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปีต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และมีหนี้สินของครัวเรือนทั้งหมดส่วนใหญ่ 100,001 – 200,000 บาท

1.2 ระดับการตัดสินใจปัจจัยส่วนประสมการตลาดของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการสามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านผลผลิต โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54

ด้านราคา โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมของสมาชิก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.11

ด้านสถานที่และการขนส่ง โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมของสมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมของสมาชิกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98

ด้านบุคลากรและการให้บริการ โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.33

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.39

ด้านกระบวนการ โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมของสมาชิกอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.49

### 1.3 การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ผลการศึกษาพบว่า

ประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย พบว่า เปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ยมากที่สุดคือ มากกว่า 17.5% รองลงมา 15.6% - 17.5% และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 14.5% - 15.5%

เหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ พบว่า เหตุผลที่สมาชิกตัดสินใจมีส่วนร่วมนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์มากที่สุดคือ ความพร้อมของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการรับซื้อ รองลงมา กระบวนการรับซื้อ สะดวก รวดเร็ว, ราคาในการรับซื้อเป็นที่น่าพอใจ, ระยะทางใกล้ ขนส่งสะดวก, การให้บริการของเจ้าหน้าที่, คุณภาพผลผลิตเป็นที่ต้องการของสหกรณ์ และน้อยที่สุดมีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม

### 1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วม สามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด พบว่า อายุ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน และหนี้สินครัวเรือนทั้งหมด มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ส่วนปัจจัยอื่น ไม่มีความสัมพันธ์

2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมด้านประเภทผลผลิตที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้น โดยเฉลี่ย พบว่า มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ทุกด้าน คือ ด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้าน

การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมด้านเหตุผลที่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด ทุกด้าน คือ ด้านผลผลิต ด้านราคา ด้านสถานที่และการขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรและการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษา ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

**2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาระดับประถมศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญรัตน์ มาลัย (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ และ จูรีรัตน์ วงเวียน (2559) ศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย การศึกษาประถมศึกษา

**2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** พบว่า ด้านราคา การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาผลผลิตในอนาคต ด้านสถานที่และการขนส่ง สถานที่ตั้งเหมาะสม สะดวกแก่การเดินทาง ด้านบุคลากรและการให้บริการพนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว กระทัดรัด มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการพนักงานฝ่ายต่างๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศธร มณีวงษ์ (2556) ศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรยางชุมน้อย จำกัด จังหวัดศรีสะเกษ ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ รับรู้จากเจ้าหน้าที่สหกรณ์มากที่สุด แตกต่างในด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์มีธุรกิจให้บริการแก่สมาชิกไม่ครบถ้วนตามความต้องการของสมาชิก การให้บริการของคณะกรรมการเดินทางไม่สะดวก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชญรัตน์ มาลัย (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาพบว่า การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีสถานที่ตั้งของสหกรณ์เหมาะสม มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาสามารถกำหนดการพัฒนาการดำเนินงานเพื่อให้ผู้บริหารสหกรณ์สามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารงานสหกรณ์ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ฝ่ายจัดการสหกรณ์ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาธุรกิจรวบรวมผลผลิตของสหกรณ์ให้มีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์สามารถใช้เป็นแนวทางแนะนำส่งเสริมสหกรณ์ให้มีความเข้มแข็งเป็นที่พึงของสมาชิกได้อย่างแท้จริง และนักวิชาการและผู้สนใจทั่วไป สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ได้ดังนี้

1) ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ ดังนั้นผู้บริหารสหกรณ์ควรพิจารณาความแตกต่างของกลุ่มสมาชิกเพื่อเพิ่มปริมาณการรวบรวมผลผลิตทั้งเรื่องอายุ รายได้จากภาคเกษตรต่อปี รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน รวมถึงหนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด

2) ผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า เหตุผลที่สมาชิกส่วนใหญ่ตัดสินใจนำผลผลิตมาขายให้สหกรณ์ คือ ความพร้อมของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการรับซื้อ ดังนั้น สหกรณ์ควรดูแลบำรุงรักษา ทำความสะอาดเครื่องมือ อุปกรณ์ และมอบหมายเจ้าหน้าที่ตรวจเช็คสภาพให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ

3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลผลิต สหกรณ์ควรรักษามาตรฐานในการรับซื้อผลผลิต เช่น มีความโปร่งใส กำหนดคุณภาพผลผลิตให้มีมาตรฐานและชัดเจน รับซื้อผลผลิตที่หลากหลาย การจ่ายเป็นเงินสด และเพิ่มขีดความสามารถในการรับซื้อให้มากขึ้น

4) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา สหกรณ์ควรพิจารณารับซื้อชัดเจนแน่นอน และรวดเร็วทันเหตุการณ์ สามารถให้ข้อมูลด้านราคาได้ถูกต้อง แม่นยำ เพื่อช่วยให้สมาชิกตัดสินใจขายได้ทันที

5) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่และการขนส่ง สหกรณ์ควรเพิ่มจุดรับซื้อผลผลิต โดยพิจารณาจากแหล่งที่ตั้งเพื่อให้สมาชิกสะดวกในการเดินทาง เป็นการลดต้นทุนการขนส่งให้สมาชิก และมีรถสหกรณ์บริการขนส่งถึงจุดรับซื้อในราคาที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มความสะดวกให้สมาชิก

6) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด สหกรณ์ควรจัดสร้างสื่อประชาสัมพันธ์สหกรณ์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์ และนำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอยู่เสมอเพื่อให้สหกรณ์เป็นที่รู้จักและเป็นช่องทางการติดต่อกับสมาชิก เกษตรกรทั่วไป ลานเอกชน

โรงงานและบริษัทรับซื้อข้าวโพด สามารถดูรายละเอียดต่างๆ ของสหกรณ์ได้ โดยเฉพาะผลผลิตที่รับซื้อ ราคารับซื้อ หรือ รายการและราคาปัจจัยการผลิตที่กำหนด เป็นต้น

7) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคลากรและการให้บริการ สหกรณ์ควรเพิ่มความรู้ ความสามารถ ทักษะการทำงานให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์ เช่น ส่งเจ้าหน้าที่เข้ารับการอบรมหลักสูตรตรงตามตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน เพื่อสามารถให้คำแนะนำ ปรีกษาแก่สมาชิกในเรื่องคุณภาพผลผลิตได้

8) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ สหกรณ์ควรมอบหมายเจ้าหน้าที่ดูแลตรวจโกดังให้อยู่สภาพดี สะอาดอยู่เสมอเพื่อป้องกันสัตว์ที่จะทำให้ผลผลิตเสียหาย เช่น นก หนู เป็นต้น

9) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะกระบวนการ สหกรณ์ควรมีการจดบันทึกประวัติการขายผลผลิตทุกประเภทของสมาชิกอย่างละเอียดทุกขั้นตอนเพื่อใช้เป็นข้อมูลตรวจสอบย้อนหลัง

### 3.2 ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาในเรื่องระดับของความสัมพันธ์ในการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ โดยแยกเป็นประเภทธุรกิจ เพื่อสามารถเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม และสามารถนำไปวางแผนปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพในแต่ละธุรกิจ

2) ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ นโยบายของภาครัฐบาล หรือผลกระทบจากภัยธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่มีผลกระทบกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตของสมาชิกสหกรณ์ทั้งสิ้น

บรรณานุกรม



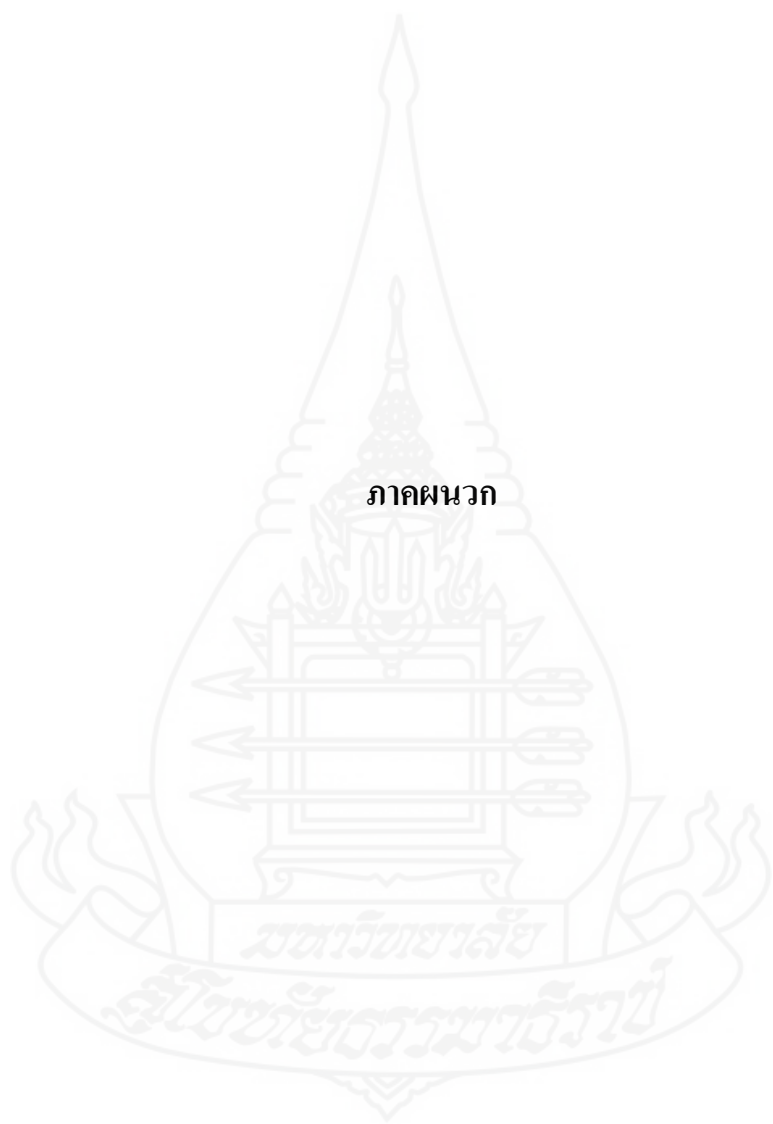
## บรรณานุกรม

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2561). สารสนเทศน่ารู้ทางการเงิน สหกรณ์การเกษตร.  
กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2559, 2560). อุดมการณ์ หลักการ วิธีการสหกรณ์. วันที่สืบค้น 1 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก <http://webhost.cpd.go.th/rlo/agriculture.html/>.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2561). รายงานเงินอุดหนุนในลักษณะลงทุน งบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2561 ของกรมส่งเสริมสหกรณ์ โครงการพัฒนาสถาบันเกษตรกรจัดเก็บพืชผลทางการเกษตร.
- จุริรัตน์ วงเวียน. (2559). การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกองสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ณเพชรดา สายแก้ว. (2556). การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์การเกษตรคลองน้ำเขียว จำกัด จังหวัดสระแก้ว วันที่สืบค้น 12 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก <https://tdc.thailis.or.th/tdc/>.
- ธัญญรัตน์ มาลัย. (2558). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรพร้าว จำกัด อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ วันที่สืบค้น 4 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก [scholar.google.co.th](http://scholar.google.co.th).
- พงศธร มณีวงษ์. (2556). การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรรายชุนน้อย จำกัด จังหวัดศรีสะเกษ (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- บุษพงษ์ ทรัพย์ประมงค์. (2555). การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาลตำบลบางพระ อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี วันที่สืบค้น 4 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก <http://opac.lib.buu.ac.th/>.
- รภัทร กันทาสุข. (2559). กลยุทธ์การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ผู้เลี้ยง ไกขุน ในเขตปฏิรูปที่ดินปางศิลาทอง จำกัด จังหวัดกำแพงเพชร วันที่สืบค้น 12 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก <https://tdc.thailis.or.th/tdc/>.
- วิไลพร ชันแก้ว. (2558). การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรแม่จัน จำกัด จังหวัดเชียงราย วันที่สืบค้น 12 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก <https://tdc.thailis.or.th/tdc/>.



- วรรณมาศ แสงประทุม. (2560). การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการผลิตมังคุดแบบแปลงใหญ่ ตำบลวังโดนด อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี วันที่สืบค้น 12 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก <https://tdc.thailis.or.th/tdc/>.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552: 80-81) ส่วนประสมการตลาด. วันที่สืบค้น 12 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก <http://spsstheis.blogspot.com>.
- สหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด. (2561). รายงานผลการดำเนินงานประจำปี 2561.
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร วันที่สืบค้น 4 มีนาคม 2563, สืบค้นจาก <http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/>.
- สำนักงานสหกรณ์จังหวัดนครราชสีมา. (2561). รายงานผลการดำเนินงานสหกรณ์ ประจำปี 2561.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สืบราชสันตติวงศ์

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด จังหวัดนครราชสีมา

**คำชี้แจง:** แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการค้นคว้าแบบอิสระ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้วิจัย จะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับและใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น กรุณาตอบแบบสอบถาม ตามความจริง และผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดในแต่ละคำถาม

#### 1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

#### 2. อายุ

1. 20 - 30 ปี  2. 31 - 40 ปี  3. 41 - 50 ปี  
 4. 51 - 60 ปี  5. 60 ปีขึ้นไป

#### 3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา  2. มัธยมศึกษา/ปวช.  3. อนุปริญญา/ปวส.  
 4. ปริญญาตรี  5. สูงกว่าปริญญาตรี

#### 4. สถานภาพการสมรส

1. โสด  2. สมรส  3. หย่า  4. หม้าย

#### 5. พื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

1. 1 - 10 ไร่  2. 11 - 20 ไร่  
 3. 21 - 30 ไร่  4. 30 ไร่ ขึ้นไป

#### 6. รายได้จากภาคเกษตรต่อปี

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 50,000 บาท  2. 50,001 - 100,000 บาท  
 3. 100,001 - 150,000 บาท  4. 150,001 - 200,000 บาท  
 5. 200,001 - 250,000 บาท  6. มากกว่า 250,000 บาทขึ้นไป

## 7. รายได้จากนอกภาคเกษตรต่อเดือน

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 10,001 – 20,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 3. 20,001 - 30,000 บาท           | <input type="checkbox"/> 4. 30,001 - 40,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 5. 40,001 - 50,000 บาท           | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป |

## 8. รายจ่ายจากภาคเกษตรต่อปี

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 25,001 – 50,000 บาท       |
| <input type="checkbox"/> 3. 50,001 – 75,000 บาท           | <input type="checkbox"/> 4. 75,001 – 100,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 5. 100,001 – 125,000 บาท         | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 125,000 บาทขึ้นไป |

## 9. รายจ่ายจากนอกภาคเกษตรต่อเดือน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 5,001 – 10,000 บาท       |
| <input type="checkbox"/> 3. 10,001 - 15,000 บาท          | <input type="checkbox"/> 4. 15,001 - 20,000 บาท      |
| <input type="checkbox"/> 5. 20,001 - 25,000 บาท          | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 25,000 บาทขึ้นไป |

## 10. หนี้สินของครัวเรือนทั้งหมด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 100,001 – 200,000 บาท     |
| <input type="checkbox"/> 3. 200,001 – 300,000 บาท          | <input type="checkbox"/> 4. 300,001 – 400,000 บาท     |
| <input type="checkbox"/> 5. 400,001 - 500,000 บาท          | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 500,000 บาทขึ้นไป |



ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจ  
รวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรชาวมะแตงแจ่ม จำกัด จังหวัด  
นครราชสีมา

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุดในแต่ละคำถาม  
ระดับคะแนน (5=มากที่สุด, 4=มาก, 3=ปานกลาง, 2=น้อย, 1=น้อยที่สุด)

ลำดับ ที่	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ระดับคะแนน				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<b>ด้านผลผลิต</b>						
1	สหกรณ์กำหนดคุณภาพและมาตรฐานผลผลิต					
2	การรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์มีความหลากหลาย					
3	มีความโปร่งใสในการให้บริการ					
4	การจ่ายเป็นเงินสด/ได้รับเงินทันที					
5	ความสามารถรับซื้อผลผลิตของสหกรณ์					
<b>ด้านราคา</b>						
6	สหกรณ์รับซื้อในราคาที่ยุติธรรม					
7	ดีราคาซื้อผลผลิตชัดเจน					
8	ประกันราคาซื้อ					
9	ปรับราคาซื้อ ขึ้น-ลง ตามสภาวะการณ์ของตลาด					
10	การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับราคาผลผลิตในอนาคต					
<b>ด้านสถานที่และการขนส่ง</b>						
11	สถานที่ตั้งเหมาะสม สะดวกแก่การเดินทาง					
12	บริเวณลานเทมีพื้นที่กว้างขวาง มีสถานที่จอดรถ เพียงพอ					
13	ระยะเวลารอคิวขายมีความเหมาะสม มีสถานที่นั่งรอ					
14	มีน้ำดื่มบริการ มีห้องน้ำบริการ					
15	มีบริการรถบรรทุกขนส่งผลผลิตจากแหล่งผลิต มายังสหกรณ์					

ลำดับ ที่	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ระดับคะแนน				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
16	เพิ่มราคาพิเศษให้กับผลผลิตที่มีคุณภาพสูง					
17	สะสมยอดซื้อ - ขายจำนวนครั้งเพื่อปรับระดับชั้นลูกค้า					
18	การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ไลน์					
19	ได้รับการบอกต่อ แนะนำสถานที่รับซื้อผลผลิต					
20	จัดกิจกรรมดึงดูดเพื่อร่วมทำธุรกิจกับสหกรณ์					
<b>ด้านบุคลากรและการให้บริการ</b>						
21	พนักงานบริการด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น					
22	มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการ					
23	พนักงานฝ่ายต่าง ๆ มีความสุภาพอ่อนน้อมในการ ให้บริการ					
24	มีพนักงานให้คำแนะนำ ปรีกษาแก่สมาชิกในการ พัฒนาคุณภาพผลผลิต					
25	มีบริการเครื่องจักร เครื่องมือในการเพาะปลูก					
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>						
26	บริเวณโดยรอบสะอาด ร่มรื่น และอากาศถ่ายเท					
27	โกดังสะอาด ได้มาตรฐาน สามารถเก็บรักษา ผลผลิตให้คงคุณภาพ					
28	การคมนาคมภายในสหกรณ์ ทางเข้า – ออก สะดวก และปลอดภัย					
29	มีความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์การตลาด					
30	มีป้ายบอกขั้นตอนและวิธีการ ซื้อ – ขาย ที่ชัดเจน					
<b>ด้านกระบวนการ</b>						
31	ขั้นตอนในการขายผลผลิตไม่ยุ่งยาก ให้บริการ ตามลำดับคิวก่อนหลัง					

ลำดับ ที่	ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ระดับคะแนน				
		5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
32	พนักงานผลิตปลาในชั้นตอนใด จะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว					
33	เครื่องมือ อุปกรณ์/ เครื่องชั่งน้ำหนักได้มาตรฐานและเที่ยงตรง					
34	การรับซื้อโดยดูแลคุณภาพให้ตรงตามมาตรฐานที่โรงงานกำหนด					
35	มีกระบวนการตรวจสอบย้อนหลังได้					

### ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับสหกรณ์

#### 3.1 ผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของท่านที่นำมาขายมีเปอร์เซ็นต์ความชื้นโดยเฉลี่ย

1. น้อยกว่า 14.5%                       2. 14.5% - 15.5%  
 3. 15.6% - 16.5%                       4. 16.6% - 17.5%  
 5. มากกว่า 17.5%

#### 3.2 เหตุผลการนำข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มาขายให้สหกรณ์ (ตอบเพียงข้อเดียว)

1. คุณภาพผลผลิตเป็นที่ต้องการของสหกรณ์  
 2. ราคาในการรับซื้อเป็นที่น่าพอใจ  
 3. ระยะทางใกล้ ขนส่งสะดวก  
 4. มีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม  
 5. การให้บริการของเจ้าหน้าที่  
 6. ความพร้อมของสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ในการรับซื้อ  
 7. กระบวนการรับซื้อ สะดวก รวดเร็ว

**ส่วนที่ 4 ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนิน  
ธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ของสหกรณ์การเกษตรขามสะแกแสง จำกัด**

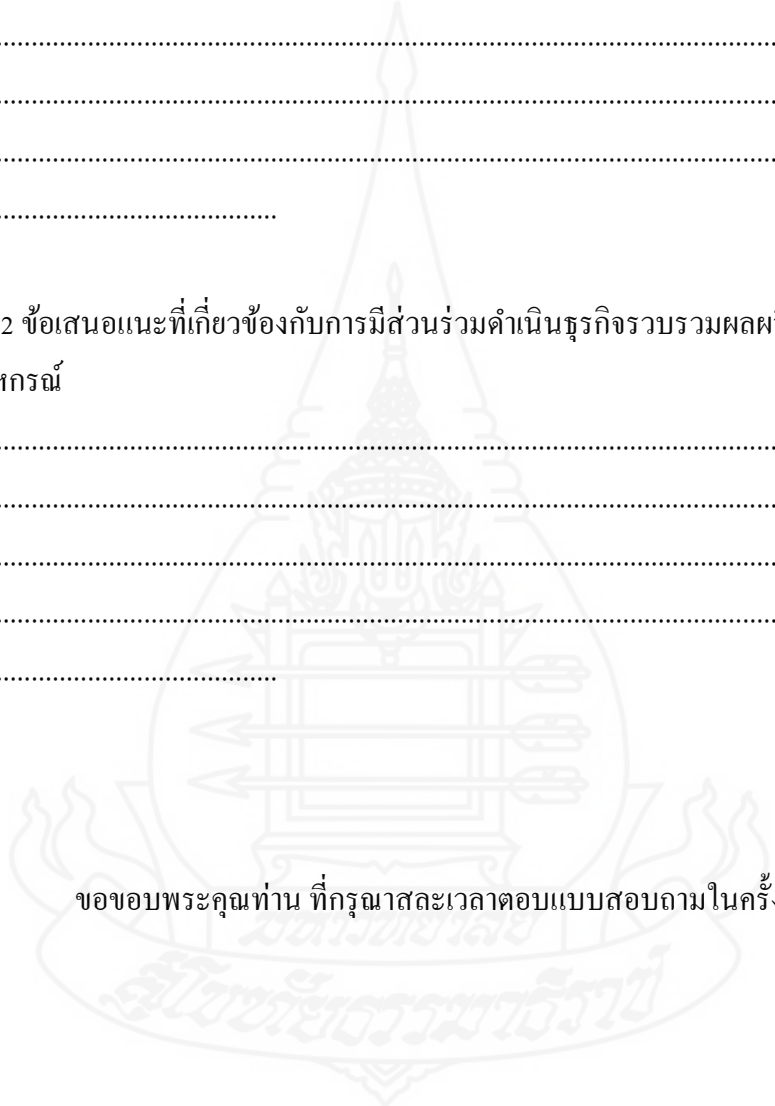
4.1 ปัญหาและอุปสรรคใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิต  
ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับสหกรณ์

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

4.2 ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิตข้าวโพดเลี้ยง  
สัตว์กับสหกรณ์

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

ขอขอบพระคุณท่าน ที่กรุณาใช้เวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้





## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวรภัศรณี โพธิ์สิริธนาชัย
วัน เดือน ปีเกิด	25 สิงหาคม 2520
สถานที่เกิด	อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2542
สถานที่ทำงาน	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ตำแหน่ง	นักวิชาการสหกรณ์ปฏิบัติการ

