

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิก  
สหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก

นางสาวจूरรัตน์ วงเวียน



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2559

**Participation Promoting in the Business of the Member Mueang Tak Agricultural  
Cooperative Ltd., Tak Province**

**Miss Jureerat Wongwain**



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

School of Agriculture and Cooperatives

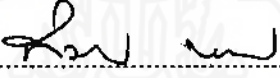
Sukhothai Thammathirath Open University

2016

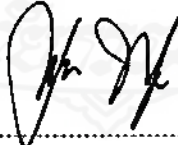
หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิก  
สหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก  
ชื่อและนามสกุล นางสาวจุรีรัตน์ วงเวียน  
แขนงวิชา สหกรณ์  
สาขาวิชา เกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ส่งเสริม หอมกลิ่น

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2560

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ส่งเสริม หอมกลิ่น)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ)

  
.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.มณฑิชา พุทชาคำ)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร  
เมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก

**ผู้ศึกษา** นางสาวจุรีรัตน์ วงเวียน **รหัสนักศึกษา** 2589000187 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ ส่งเสริม หอมกลิ่น **ปีการศึกษา** 2559

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจ สิ้นเชื่อมกับสหกรณ์ 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการ ดำเนินธุรกิจสิ้นเชื่อมของสมาชิกสหกรณ์ และ 3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสิ้นเชื่อมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกของสหกรณ์การเกษตร เมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ซึ่งถูกเงินระหว่างปีบัญชี 2559 – 2560 จำนวน 255 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ สูตรของยามานะ ได้ตัวอย่าง จำนวน 156 คน สุ่มตัวอย่าง อย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ไคสแควร์

ผลการศึกษาพบว่า 1) สมาชิกสหกรณ์ส่วนมากเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41- 50 ปี การศึกษา ระดับประถมศึกษา รายได้ 5,001 - 10,000 บาทต่อเดือน ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11 - 15 ปี การรับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากเจ้าหน้าที่สหกรณ์มากที่สุด การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสิ้นเชื่อมกับ สหกรณ์ ส่วนมากกู้เงินระหว่างปี จำนวน 1 ครั้ง วงเงินน้อยกว่า 100,000 บาท เป็นสิ้นเชื่อมระยะสั้น และวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานในการเกษตร 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสิ้นเชื่อมของสมาชิก อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สิ้นเชื่อม ( $\bar{X} = 4.10$ ) ด้านการ สร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{X} = 4.09$ ) ด้านบุคคล ( $\bar{X} = 4.06$ ) ด้านช่องทางการให้บริการสิ้นเชื่อม ( $\bar{X} = 4.06$ ) ด้านกระบวนการ ( $\bar{X} = 4.00$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.88$ ) และด้านราคา ( $\bar{X} = 3.80$ ) ตามลำดับ 3) ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสิ้นเชื่อมของ สมาชิกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 พบว่า อายุ รายได้ และ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ มีความสัมพันธ์ กับความถี่ จำนวนเงิน ประเภท และวัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับ ประเภท และวัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก และความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสิ้นเชื่อมของสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มี ความสัมพันธ์กับจำนวนเงิน ประเภท และวัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ จำนวนเงินของกู้ของสมาชิก ด้านช่องทางการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงิน ประเภท และ วัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก และด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ จำนวนเงิน ประเภท และ วัตถุประสงค์ของการกู้ของสมาชิก

**คำสำคัญ** การมีส่วนร่วม ธุรกิจสิ้นเชื่อม สหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก

**Independent Study title:** Participation Promoting in the Business of the Member Mueang Tak Agricultural Cooperative Ltd., Tak Province

**Author:** Miss Jureerat Wongwian; **ID:** 2589000187;

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

**Independent Study advisor:** Songserm Homglin, Associate Professor;

**Academic year:** 2016

### Abstract

The objectives of this independent study were as follows; 1) to study the participation of Mueang Tak Agricultural Cooperatives Ltd., members in credit business with the cooperatives, 2) to study the importance level of marketing mix factor and the participation of Mueang Tak Agricultural Cooperatives Ltd. members in credit business with the cooperatives, and 3) to study the relationship between personal factors, marketing mix factors and the participation of Muang Tak Agricultural Cooperatives Ltd., members in credit business.

The research was the survey study. The population sample total for the study consisted of 255 people who were Mueang Tak Agricultural Cooperatives Ltd. members and took on loan during 2016-2017. The research populations determined by the Taro Yamane's, sample size and the proportional random sampling method were the 156 of Mueang Tak Agricultural Cooperatives Ltd., members. The research instrument was a questionnaire. The descriptive statistics were frequency, percentage, mean, standard deviation and chi-square test.

The research results were as follows: 1) most of cooperative's members were male, age between 41-50 years old, education was at primary level, revenue was 5,001-10,000 baht per month, the period of cooperative's member was 11-15 years, the most of receiving cooperative news was from cooperative's staffs, the most of participation in cooperative's credit business was the short loan for spending in agriculture activities at least 100,000 baht once a year. 2) The importance level of marketing mix factors and the participation of Mueang Tak Agricultural Cooperatives Ltd. members in credit business with the cooperative revealed high in all factors as aspects of research such as in product factor ( $\bar{X} = 4.10$ ), in ceative and presentation of physical evidence factor ( $\bar{X} = 4.09$ ), in people factor ( $\bar{X} = 4.06$ ), in channel for credit's service factor ( $\bar{X} = 4.06$ ), in processing factor ( $\bar{X} = 4.00$ ) in marketing promotion factor ( $\bar{X} = 3.88$ ), and in price factor ( $\bar{X} = 3.80$ ), respectively. 3) The relationship between personal factors and the participation of Mueang Tak Agricultural Cooperatives Ltd. members in credit business were statistically significantly at the 0.05 level, the reseach found age, revenue and the period of participation in cooperative's credit business had related to frequence, amount of money, type and objective for loaning of member, and education level had related to type and objective for loaning of member. The relationship between the level of marketing mix factors and the promotion for the participation in credit business with the cooperative's member were statistically significantly at the 0.05 level, the research found in product factor had related to amount of money, type and objective for loaning of member, in price factor had related to frequence and amount of money, in channel for credit's service factor had related to amount of money, type and objective for loaning of member, and in people factor had related to frequency, amount of money, type and objective for loaning of member.

**Keyword** Participation, Credit business, Mueang Tak Agricultural Cooperatives Ltd., Tak Province

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ส่งเสริม หอมกลิ่นและอาจารย์จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชอีกหลายท่านที่กรุณาให้คำแนะนำและติดตามตรวจแก้ไข ตลอดจนให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้อย่างใกล้ชิด นับตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

คณะกรรมการดำเนินการ เจ้าหน้าที่สหกรณ์และสมาชิกสหกรณ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้คำปรึกษาแนะนำเป็นอย่างดี รวมทั้งท่านที่ไม่ได้กล่าวนามที่มีส่วนช่วยให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

นอกจากนี้ ครอบครัว เพื่อนนักศึกษา เพื่อนร่วมงาน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำวิจัยในครั้งนี้ทุกท่านที่ได้กรุณาให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจจนบรรลุเป้าหมายในการทำวิจัย และหวังว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจทั่วไป

จุรีรัตน์ วงเวียน

สิงหาคม 2559

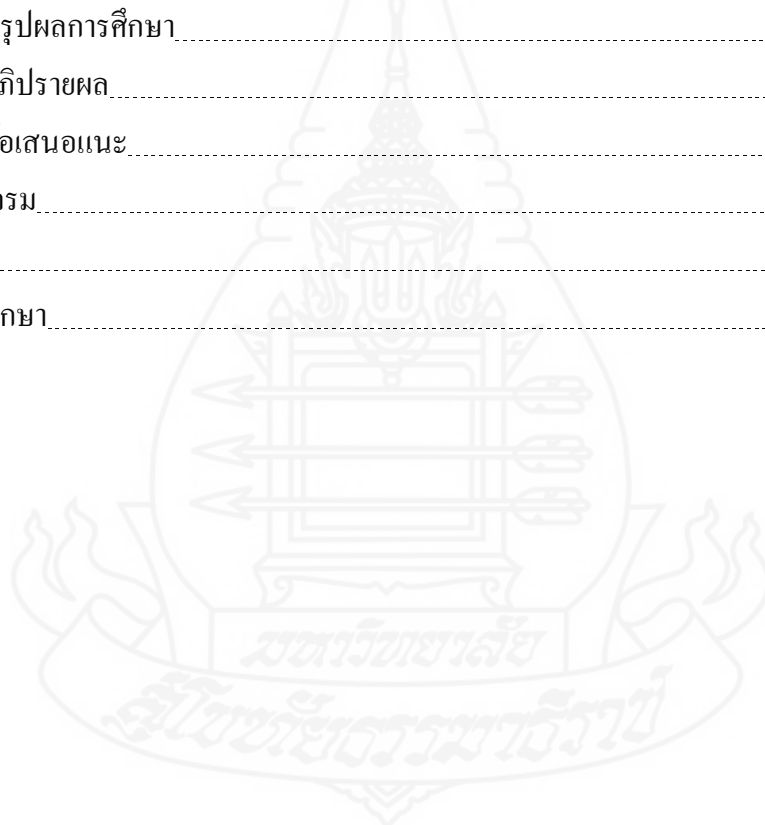


## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การศึกษา.....	3
กรอบแนวคิดการศึกษา.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์.....	7
บริบทเกี่ยวกับสหกรณ์การเกษตร.....	11
แนวคิดส่วนประสมการตลาด.....	14
แนวคิดและปัจจัยในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	27
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	2
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	30
ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก.....	30
การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์.....	34
ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์.....	36
การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์.....	41
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	57
สรุปผลการศึกษา.....	57
อภิปรายผล.....	60
ข้อเสนอแนะ.....	61
บรรณานุกรม.....	63
ภาคผนวก.....	66
ประวัติผู้ศึกษา.....	74





สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 1.1	สรุปผลการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ระหว่างปีบัญชี 2557 – 2559.....	14
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	30
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	31
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	31
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตามรายได้ต่อเดือน.....	32
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลา การเป็นสมาชิก.....	32
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จาก แหล่งต่าง ๆ.....	33
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อระหว่างปี.....	34
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อระหว่างปีของสมาชิกจำนวนของการกู้เงิน.....	34
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสินเชื่อ.....	35
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการกู้.....	35
ตารางที่ 4.11	ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของ สหกรณ์ กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์.....	36
ตารางที่ 4.12	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่ สหกรณ์กำหนด) กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของ สมาชิกสหกรณ์.....	37
ตารางที่ 4.13	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการ สินเชื่อกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์.....	37
ตารางที่ 4.14	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด กับการ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์.....	38

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.15	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์.....	39
ตารางที่ 4.16	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์.....	40
ตารางที่ 4.17	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์.....	40
ตารางที่ 4.18	ความสัมพันธ์ของเพศกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก.....	41
ตารางที่ 4.19	ความสัมพันธ์ของอายุกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก.....	42
ตารางที่ 4.20	ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก.....	42
ตารางที่ 4.21	ความสัมพันธ์ของรายได้กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก.....	43
ตารางที่ 4.22	ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก.....	43
ตารางที่ 4.23	สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก.....	44
ตารางที่ 4.24	ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี.....	45
ตารางที่ 4.25	ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก จำนวนของการกู้เงิน.....	47
ตารางที่ 4.26	ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ประเภทสินเชื่อระยะสั้น.....	49

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการ ดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง.....	51
ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการ ดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก วัตถุประสงค์ของการกู้.....	53
ตารางที่ 4.29 สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก.....	55
ตารางที่ 4.30 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของ สมาชิก จากแบบสอบถามปลายเปิด.....	56



ฉ

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1	ภาพกรอบแนวคิดการศึกษา.....	หน้า 4
------------	----------------------------	-----------



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

สหกรณ์ เป็นองค์กรที่เกิดจากบุคคลซึ่งรวมกันด้วยความสมัครใจเพื่อสนองต่อความต้องการและความมุ่งหมายร่วมกัน เพื่อผลประโยชน์และความสุขร่วมกันทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรม บุคคลที่ร่วมกันนั้น จำเป็นที่จะต้องมีอุดมการณ์หรือความเชื่อร่วมกัน การช่วยเหลือตนเองช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จะนำไปสู่การกินคืออยู่ดีมีความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของหลักประชาธิปไตย

การรวมกันนั้น โดยการเป็นเจ้าของร่วมกันในรูปแบบของสหกรณ์ภายใต้หลักการวิธีการและอุดมการณ์สหกรณ์ การทำงานร่วมกันในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ สมาชิกในฐานะที่เป็นเจ้าของสหกรณ์ร่วมกัน การมีส่วนร่วมจึงเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของสหกรณ์ ทั้งการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์การมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายในสหกรณ์ฝ่ายจัดการคณะกรรมการผู้จัดการเจ้าหน้าที่และสมาชิก ล้วนมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญ หากขาดฝ่ายใดแล้ว การทำงานร่วมกัน การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของสหกรณ์อาจจะส่งผลต่อความสำเร็จความเจริญเติบโตและความเข้มแข็งของสหกรณ์ในปัจจุบันและอนาคตได้

สหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด เป็นสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน รวมกลุ่มกันเพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งแก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพของสมาชิก และช่วยยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น ทั้งนี้ ที่ตั้งสหกรณ์ตั้งอยู่ที่ ตำบลน้ำร้อน อำเภอเมือง จังหวัดตาก จดทะเบียนเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2513 ก่อตั้งจนถึงปัจจุบันนับเป็นปีที่ 46 วันสิ้นปีบัญชี วันที่ 31 เดือน มีนาคม ของทุกปี มีสมาชิกแรกเข้า 367 คน ณ วันสิ้นปีบัญชี 31 มีนาคม 2559 มีสมาชิก จำนวน 727 คน มีทุนดำเนินงานทั้งสิ้น 35,459,714.94 บาท ในรอบปีสหกรณ์มีการดำเนินธุรกิจ 3 ด้าน ประกอบด้วย ธุรกิจการให้สินเชื่อแก่สมาชิก จำนวน 6,663,000 บาท ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย จำนวน 1,626,197.60 บาท และธุรกิจรับฝากเงิน จำนวน 2,310,626.10 บาท ผลการดำเนินงานขาดทุนสุทธิ จำนวน 1,159,437.76 บาท จากผลการดำเนินธุรกิจจะเห็นได้ว่าในแต่ละธุรกิจมีปริมาณธุรกิจที่ค่อนข้างน้อย เช่น ธุรกิจให้สินเชื่อแก่สมาชิก และธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย เป็นต้น แสดงให้

เห็นถึงการดำเนินงาน โดยสมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ค่อนข้างน้อย (รายงานผลการสอบบัญชีและงบการเงิน : 2559)

ผลการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ระหว่างปีบัญชี 2557 - 2559 ในธุรกิจสินเชื่อให้แก่สมาชิกมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงลดลง เมื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานธุรกิจสินเชื่อ ระหว่างปี 2557 - 2559 ดังจะเห็นได้จากปี 2557 มีปริมาณธุรกิจสินเชื่อ 9,360,000.00 บาท ปี 2558 9,018,000.00 บาท ลดลงจากปีก่อน 342,000 บาท และธุรกิจสินเชื่อในปี 2559 มีปริมาณธุรกิจ 6,663,000.00 บาท ลดลงจากปีก่อน 2,355,000 บาท ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ในปี 2557 มีปริมาณธุรกิจ 2,959,162.96 บาท ปี 2558 มีปริมาณธุรกิจ 2,281,071.00 บาท ลดลงจากปีก่อน 678,091.96 บาท และในปี 2559 มีปริมาณธุรกิจ 1,626,197.60 บาท ลดลงจากปีก่อน 654,873.40 บาท ธุรกิจรับฝากเงิน ในปี 2557 มีปริมาณธุรกิจ 13,673,086.84 บาท ปี 2558 มีปริมาณธุรกิจ 4,436,100.19 บาท ลดลงจากปีก่อน 9,236,986.65 บาท และในปี 2559 มีปริมาณธุรกิจ 2,310,626.10 บาท ลดลงจากปีก่อน 2,125,474.09 บาท จะเห็นได้ว่า ทั้ง 3 ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจรับฝากเงิน มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ลดลงในทุกปี ตั้งแต่ ปี 2557 - 2559 (รายงานผลการสอบบัญชีและงบการเงิน : 2557 - 2559)

ดังนั้น ผู้ศึกษาในฐานะเป็นบุคลากรของสำนักงานสหกรณ์จังหวัดตาก สังกัดกรมส่งเสริมสหกรณ์ จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาในประเด็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิก รวมถึงปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะของสมาชิกในการมีส่วนร่วมดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ ตลอดจนเพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาสหกรณ์ที่ให้ความดูแล แนะนำ ส่งเสริม อีกทั้ง ยังสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการแนะนำส่งเสริมสหกรณ์ในจังหวัดตาก โดยให้สมาชิก คณะกรรมการ ฝ่ายจัดการและเจ้าหน้าที่ เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ หรือผู้ที่สนใจนำไปใช้ประโยชน์ในการแนะนำส่งเสริมสหกรณ์อื่น ๆ ที่อยู่ในความดูแล แนะนำ ส่งเสริม ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์นั้นประสบความสำเร็จ สามารถให้บริการสมาชิกและตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกได้ตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งพัฒนาสหกรณ์ให้มีความเจริญเติบโตและความเข้มแข็งในอนาคตต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การศึกษา

2.1 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์การเกษตร เมืองตาก จำกัด

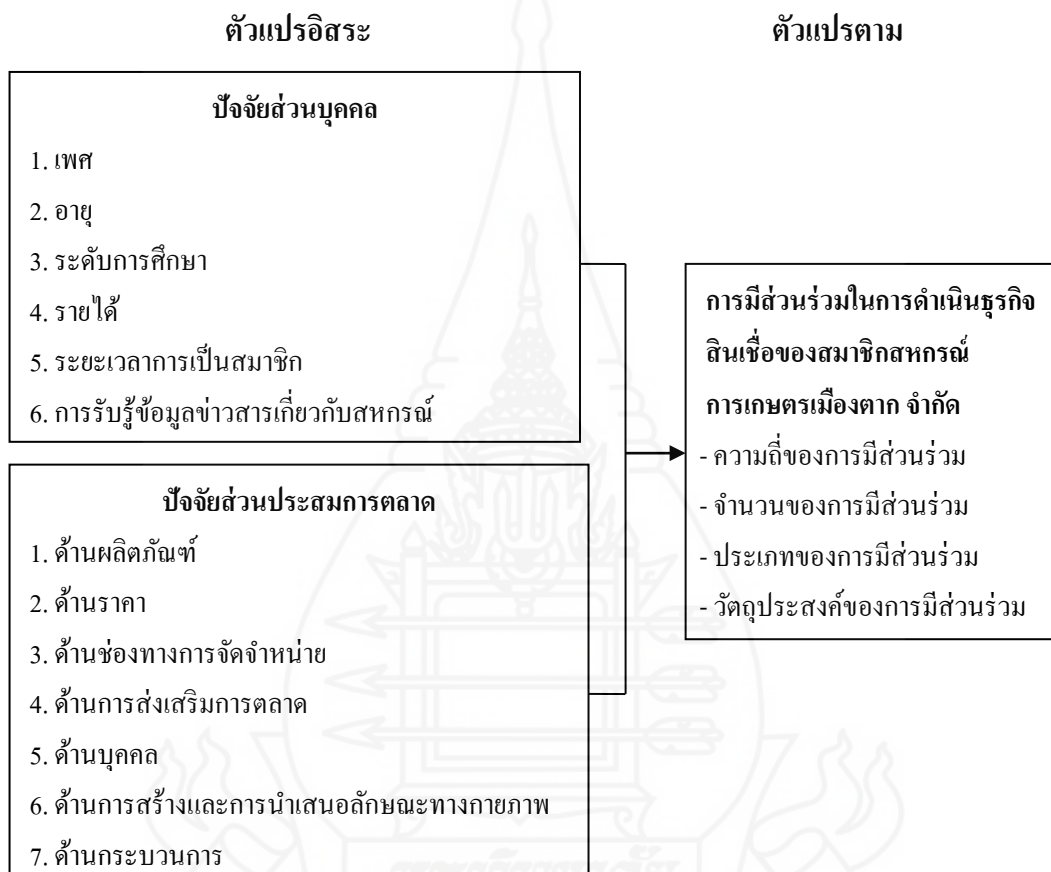
2.2 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด

2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด



### 3. กรอบแนวคิดการศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษากการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ได้ ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

### 4. ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษา เรื่อง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ ดังต่อไปนี้



#### 4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ได้แก่ ธุรกิจสินเชื่อให้สินเชื่อระหว่างปี ตลอดจนปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ ต่าง ๆ

#### 4.2 ขอบเขตของพื้นที่

เป็นการศึกษาเฉพาะสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก

#### 4.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จำนวน 255 ราย

### 5. นิยามศัพท์

5.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด

5.2 สมาชิกสหกรณ์ หมายถึง สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด

5.3 บัญชีส่วนบุคคลของสมาชิก หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์

5.4 บัญชีส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

5.5 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด หมายถึง การมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ คือ เงินกู้ระหว่างปี 2559 – 2560 ประกอบด้วย ความถี่ของการมีส่วนร่วม จำนวนของการมีส่วนร่วม ประเภทของการมีส่วนร่วมและวัตถุประสงค์ของการมีส่วนร่วม

## 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ผู้จัดการ คณะกรรมการ ได้ทราบถึงผลการศึกษาคำส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด รวมถึงปัญหาและอุปสรรค ข้อเสนอแนะ เพื่อสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ อีกทั้ง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์เพิ่มมากขึ้น

6.2 สำนักงานสหกรณ์จังหวัดตาก นำผลการศึกษาเป็นข้อมูลในการแนะนำ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด และสหกรณ์ในจังหวัดตาก

6.3 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ หรือสำนักงานสหกรณ์จังหวัดอื่น นำไปใช้ประโยชน์ในการแนะนำส่งเสริมสหกรณ์อื่น ๆ ที่อยู่ในความดูแล แนะนำ ส่งเสริม หรือนำไปเป็นข้อมูลในการวิจัยหรือพัฒนาทางด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกต่อไป



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยเป็นกรอบการศึกษา ได้แก่

1. แนวความคิดเกี่ยวกับสหกรณ์
2. บริบทเกี่ยวกับสหกรณ์การเกษตร
3. แนวคิดส่วนประสมการตลาด
4. แนวคิดและปัจจัยในการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์

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

สหกรณ์ คือ “องค์การของบรรดาบุคคล ซึ่งรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจในการดำเนินวิสาหกิจที่พวกเขาเป็นเจ้าของร่วมกัน และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย เพื่อสนองความต้องการ (อันจำเป็น) และความหวังร่วมกัน ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม” (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

##### 1.2 ความหมายของ “คุณค่าของสหกรณ์” (Cooperative Values)

"สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพสมาชิก สหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทางจริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคมและความเอื้ออาทรต่อคนอื่นโดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์" (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

##### 1.3 ความหมายของ “อุดมการณ์สหกรณ์” (Cooperative Ideology)

อุดมการณ์สหกรณ์ คือ “ความเชื่อร่วมกันที่ว่า การช่วยตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการสหกรณ์จะนำไปสู่การกินดีอยู่ดี ความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม” (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

#### 1.4 ความหมายของ “หลักการสหกรณ์” (Cooperative Principles)

หลักการสหกรณ์ คือ “แนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าของสหกรณ์เกิดผลเป็นรูปธรรม” ซึ่งประกอบด้วยหลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ กล่าวคือ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง

1) พึงตระหนักว่าการเข้าและออกจากการเป็นสมาชิก จะต้องเป็นไปโดยความสมัครใจของบุคคล (คำว่า "บุคคล" หมายถึง ทั้งบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล) ไม่ใช่ถูกชักจูง โน้มน้าว ล่อลวง บังคับ ข่มขู่จากผู้อื่น

2) อย่างไรก็ดี การกำหนดคุณสมบัติสมาชิกของสหกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้บุคคลที่เข้ามาเป็นสมาชิกแล้วสามารถร่วมกันดำเนินกิจกรรมในสหกรณ์ได้ และไม่สร้างปัญหาความเดือดร้อนให้แก่เพื่อนสมาชิกและสหกรณ์ ไม่ถือว่าขัดกับหลักการสหกรณ์ข้อนี้

3) สมาชิกสมทบนั้น ควรมีแต่เฉพาะกรณีของสหกรณ์บางประเภทที่มีลักษณะพิเศษและจำเป็นเท่านั้น ไม่ควรให้มีในสหกรณ์ทั่วไปหรือทุกประเภท เพราะตามปกติสมาชิกสมทบมาจากบุคคล ซึ่งขาดคุณสมบัติที่จะเป็นสมาชิกธรรมดา หากสหกรณ์ได้รับสมาชิกสมทบจำนวนมาก ก็อาจกระทบต่อการส่งเสริมผลประโยชน์ของสมาชิกธรรมดาได้แม้ว่ากฎหมายจะได้ห้ามมิให้สมาชิกสมทบบีสิทธิบางประการก็ตาม

หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย

พึงตระหนักว่าเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนที่จะต้องร่วมแรงกายใจ และสติปัญญา ในการดำเนินการและควบคุมดูแลการดำเนินงานของสหกรณ์ของสหกรณ์ตามวิถีทางประชาธิปไตย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยผ่านช่องทางหรือองค์กรต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการดำเนินการ ผู้ตรวจสอบกิจการและที่ประชุมใหญ่

หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก

1) หลักการสหกรณ์ข้อนี้ มุ่งเน้นให้สมาชิกทุกคนพึงตระหนักว่าบทบาทที่สำคัญของตนคือ การที่ต้องเป็นทั้งเจ้าของและลูกค้าในคนเดียวกัน (Co-owners and Customers) จึงต้องทำหน้าที่เป็นผู้สมทบทุน ผู้ควบคุม และผู้อุดหนุน หรือผู้ให้บริการของสหกรณ์ มิใช่มาเป็นสมาชิกเพียงเพื่อมุ่งหวังได้รับประโยชน์จากสหกรณ์เท่านั้น

2) ในการจัดสรรกำไรสุทธิเพื่อความเป็นธรรมแก่สมาชิก ส่วนหนึ่งต้องกันไว้เป็นทุนสำรอง ซึ่งจะนำไปแบ่งกันมิได้ แต่เป็นทุนเพื่อพัฒนาสหกรณ์ของพวกเขาเอง ถือว่าเป็นทุนทางสังคม นอกนั้นอาจแบ่งเป็นเงินปันผลในอัตราจำกัด และเป็นเงินเฉลี่ยคืน ตามส่วนแห่งธุรกิจ

#### หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ

1) สมาชิก กรรมการและพนักงานสหกรณ์รวมทั้งหน่วยงานส่งเสริมสหกรณ์ต้องสำนึกและตระหนักอยู่เสมอว่าสหกรณ์เป็นองค์การช่วยตนเอง และปกครองตนเอง เพราะฉะนั้นสหกรณ์ต้องเป็นอิสระในการตัดสินใจ หรือทำสัญญาใด ตามเงื่อนไขที่สหกรณ์ยอมรับได้กับบุคคลภายนอกหรือรัฐบาล

2) การรับความช่วยเหลือหรือสนับสนุนจากรัฐ หรือบุคคลภายนอกไม่ขัดกับหลักความเป็นอิสระของสหกรณ์ หากผู้ให้ความช่วยเหลือมุ่งหมายให้สหกรณ์ช่วยเหลือตนเองได้ และควบคุมตามหลักประชาธิปไตย รวมทั้งสร้างไว้ซึ่งความเป็นตัวของตัวของสหกรณ์

#### หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรมและสารสนเทศ

1) หลักการข้อนี้เป็นจุดอ่อนของสหกรณ์ในประเทศไทยทุกระดับ ทั้งสหกรณ์ขั้นปฐมและสหกรณ์ขั้นสูง เพราะขาดแผนแม่บทในการพัฒนาการศึกษาทางสหกรณ์ให้เป็นบทบาทและความรับผิดชอบของขบวนการสหกรณ์อย่างแท้จริงทั้ง ๆ ที่ได้รับเริ่มให้จัดตั้งกองทุนสะสมจัดสหภาพสหกรณ์จากกำไรของสหกรณ์มาตั้งแต่ พ.ศ. 2492 และแม้จะมีการจัดตั้งสันนิบาต สหกรณ์แห่งประเทศไทยและมีชุมนุมสหกรณ์ระดับชาติบ้างแล้วส่วนราชการที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ก็ยังคงดำเนินการให้การศึกษาและฝึกอบรมทางสหกรณ์แทบจะเรียกได้ว่า ช้ำซ้อนกับขบวนการสหกรณ์โดยไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนให้ขบวนการสหกรณ์สามารถรับผิดชอบการให้การศึกษาและฝึกอบรมทางสหกรณ์ได้ด้วยตนเองในที่สุดโดยมีหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอตามความจำเป็นและเน้นการฝึกอบรมข้าราชการให้ปฏิบัติหน้าที่ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2) การศึกษาฝึกอบรมและสารสนเทศมีความมุ่งหมายและเน้นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

- การศึกษามุ่งให้สมาชิกและบุคคลทั่วไปซึ่งถือว่าเป็นผู้ที่จะเป็นสมาชิกในอนาคต มีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับสหกรณ์ รวมทั้งมีความสำนึก และตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกหรือให้เป็นผู้มีจิตวิญญาณสหกรณ์

- การฝึกอบรมมุ่งให้กรรมการ ผู้จัดการและพนักงานสหกรณ์ มีความรู้ความสามารถและทักษะรวมทั้งความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตน

- ส่วนสารสนเทศนั้นมุ่งให้บุคคลทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับเยาวชนและผู้นำ ด้านความคิดเป็น เช่น ผู้นำชุมนุม นักหนังสือพิมพ์ นักเขียน ผู้นำองค์กร พัฒนาชุมชน ฯลฯ โดยเน้นการติดต่อสื่อสาร 2 ทาง

3) หลักสูตรและเนื้อหาของการศึกษาอบรม ควรครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมืองและวัฒนธรรม

### หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์

1) แท้จริงการร่วมมือระหว่างสหกรณ์เป็นหลักการเดียวกันกับการร่วมมือระหว่างบุคคลธรรมดาในการจัดตั้งสหกรณ์นั่นเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดด้วยขนาด มีอำนาจการต่อรองสูงขึ้นและนำไปสู่การรับใช้สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2) การร่วมมือระหว่างสหกรณ์อาจทำได้ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง ในแนวนอนสหกรณ์ทุกสหกรณ์ไม่ว่าประเภทเดียวกันหรือไม่ สามารถร่วมมือกันได้ในทุกระดับเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิกและขบวนการสหกรณ์ในแนวตั้งสหกรณ์ท้องถิ่นประเภทเดียวกัน ควรรวมตัวกันทางธุรกิจเป็นชุมนุมสหกรณ์ระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศ และสหกรณ์ทุกประเภท ทุกระดับ ทุกสหกรณ์ ควรรวมตัวกันเป็นองค์การสหกรณ์สูงสุด (Apex Organization) เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมด้านอุดมการณ์ การศึกษา การฝึกอบรม การส่งเสริมแนะนำ การกำกับดูแล การตรวจสอบการวิจัยและการพัฒนา

3) วัตถุประสงค์สำคัญของการร่วมมือระหว่างสหกรณ์ คือ เพื่อให้สหกรณ์สามารถอำนาจผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นสหกรณ์ท้องถิ่นแต่ละสหกรณ์ และสหกรณ์ชั้นสูงต้องเป็นสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน มีชีวิตชีวา (Viable & Sustainable) และร่วมมือกันในลักษณะของ "ระบบรวม" หรือเป็นเอกภาพ

### หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน

1) สหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจและสังคม และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่สหกรณ์ตั้งอยู่ เพราะฉะนั้น การดำเนินงานของสหกรณ์ต้องเป็นไปเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งหมายความว่า เป็นการพัฒนา ที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ หรือเป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการและความใฝ่ฝันของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำลายโอกาสความสามารถและอนาคตของคนรุ่นหลัง

2) เนื่องจากสมาชิกสหกรณ์ก็เป็นสมาชิกของชุมชนนั่นเอง สหกรณ์จึงควรมีส่วนช่วยเหลือในการพัฒนาชุมชนนั้นแบบยั่งยืน

**1.5 วิธีการสหกรณ์ (Cooperative Practices)** ที่ประชุมได้กำหนดนิยามคำว่า "วิธีการสหกรณ์" ดังนี้ วิธีการสหกรณ์ คือ "การนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดี" (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

## 2. บริบทเกี่ยวกับสหกรณ์การเกษตร

สหกรณ์การเกษตร ปัจจุบันการจัดตั้งนั้น ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ และหลักเกณฑ์การจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรโดยทั่วไป (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

ทั้งนี้ สหกรณ์การเกษตรเป็นสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ผู้ที่มีอาชีพทางการเกษตร ซึ่งรวมตัวกันจัดตั้งขึ้น และจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก่อนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจกรรมร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพของสมาชิก และช่วยยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น

สหกรณ์การเกษตรแห่งแรกได้จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2459 ชื่อว่า "สหกรณ์วัดจันทร์" ในจังหวัดพิษณุโลก เป็นสหกรณ์การเกษตรชนิดไม่จำกัด มีขนาดเล็กในระดับหมู่บ้านตั้งขึ้นในหมู่เกษตรกรที่มีรายได้น้อยและมีหนี้สินมาก มีสมาชิกแรกตั้งจำนวน 16 คน มีทุนดำเนินงานจำนวน 3,080 บาท จากค่าธรรมเนียมแรกเข้า 80 บาท และเป็นทุนจากการกู้ยืมจากสยามกัมมาจล (ธนาคารไทยพาณิชย์ในปัจจุบัน) 3,000 บาท

### 2.1 วัตถุประสงค์ของสหกรณ์การเกษตร

สหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจแบบเอกประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวม โดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวม ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์ (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

การจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรเนื่องจากในการประกอบอาชีพของเกษตรกรมักประสบปัญหาต่าง ๆ ที่สำคัญๆ ดังนี้

- 1) ขาดแคลนเงินทุน เงินทุนที่ใช้ในการประกอบอาชีพมีไม่เพียงพอ ต้องกู้ยืมจากพ่อค้าหรือนายทุนในท้องถิ่น ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยแพง
- 2) ขาดแคลนที่ดินทำกิน เกษตรกรบางรายมีที่ดินทำกินน้อย บางรายไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง ต้องเช่าที่ดินผู้อื่นทำกิน โดยเสียค่าเช่าแพงและถูกเอารัดเอาเปรียบจากการเช่า
- 3) ปัญหาในเรื่องการผลิต เกษตรกรขาดความรู้เกี่ยวกับการผลิตสมัยใหม่ที่ต้องการ เช่น การใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ยาปราบศัตรูพืช พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ทำให้ผลิตที่ได้นับว่าไม่คุ้มกับการลงทุน นอกจากนั้นผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพ และไม่เป็นที่ต้องการของตลาด ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบชลประทาน

4) ปัญหาการตลาด เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องการชั่ง ตวง วัด และมีความจำเป็นต้องจำหน่ายผลผลิตตามฤดูกาล เนื่องจากไม่มีที่เก็บรักษาผลผลิต จึงถูกกดราคาจากพ่อค้าเป็นเหตุให้ไม่มีรายได้เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัว

ปัญหาทางเศรษฐกิจข้างต้น มีผลกระทบต่อสังคมในชุมชน ทำให้คุณภาพชีวิตและฐานะความเป็นอยู่ต่ำกว่าคนประกอบอาชีพอื่น ขาดการศึกษา การอนามัย และขาดความปลอดภัยในทรัพย์สิน

จากปัญหาที่เกษตรกรประสบอยู่ทั่วไป ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น เป็นเรื่องยากที่เกษตรกรแต่ละคน จะแก้ปัญหาได้สำเร็จตามลำพังตนเอง หนทางที่จะสำเร็จได้ โดยเกษตรกรจะต้องร่วมมือกันแก้ปัญหา โดยการรวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์และจดทะเบียนให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ทั้งนี้เพราะสหกรณ์สามารถช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ ดังนี้

1) ธุรกิจการซื้อ คือ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เมล็ดพืช และสิ่งของที่จำเป็นมาจำหน่ายแก่สมาชิก โดยจะสำรวจความต้องการของสมาชิกก่อน แล้วสหกรณ์จะเป็นผู้จัดหาจำหน่ายต่อไป ซึ่งเพราะการรวมซื้อในปริมาณมาก จะทำให้ซื้อได้ในราคาที่ต่ำลง หรือถูกลง และเมื่อถึงสิ้นปีหากสหกรณ์มีกำไรก็จะเงินจำนวนนี้มาเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกด้วย

2) ธุรกิจขายหรือการรวบรวมผลผลิต ให้แก่สมาชิกทำให้มีอำนาจการต่อรองมากขึ้น ผลิตจะขายได้ในราคาสูง สมาชิกไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าในเรื่องการชั่ง ตวง วัด หรือถูกกดราคาในการรับซื้อผลิต

### 3) ธุรกิจธนกิจ (สินเชื่อ)

- การให้เงินกู้ เมื่อเกษตรกรรวมตัวกันเป็นสหกรณ์สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับสถาบันการเงิน หน่วยงานของทางราชการและบุคคลทั่ว ๆ ไป โดยสหกรณ์จะจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำมาให้สมาชิกนำไปลงทุนเพื่อการเกษตร ซึ่งสหกรณ์จะพิจารณาจากแผนดำเนินการหรือแผนการใช้เงินกู้ของสมาชิกประกอบการให้เงินกู้ เช่น สหกรณ์อาจให้เงินกู้แก่สมาชิกเพื่อนำไปซื้อวัสดุการเกษตร ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในครอบครัว หรือเพื่อนำไปบุกเบิกปรับปรุงที่ดิน หรือจัดซื้อที่ดินการเกษตร ในกรณีที่สมาชิกไม่มีที่ดินทำกิน หรือมีน้อยไม่เพียงพอต่อการทำการเกษตร

- การรับฝากเงิน เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักและเห็นคุณค่าประโยชน์ของการออมทรัพย์ และเพื่อเป็นการระดมทุนในสหกรณ์ สหกรณ์จะรับเงินฝากจากสมาชิก 2 ประเภท คือ เงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ โดยสหกรณ์จะจ่ายดอกเบี้ยในอัตราเดียวกับธนาคารพาณิชย์



4) ธุรกิจการส่งเสริมอาชีพและบริการ สหกรณ์อาจจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ทางด้านการเกษตรคอยให้ความรู้และคำแนะนำทางด้านการเกษตร หรืออาจขอความร่วมมือจาก หน่วยงานราชการอื่น ในการให้คำปรึกษาแนะนำให้สมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจในหลักวิชาการแผน ใหม่ ตลอดจนการวางแผนการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปริมาณตรงกับ ความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้กลุ่มแม่บ้านสหกรณ์ทำอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับ ครอบครัว

5) การศึกษาอบรม สหกรณ์จะจัดให้มีการศึกษาอบรมแก่สมาชิก คณะกรรมการ สหกรณ์ ผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์อยู่เสมอ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบถึงหลักการ วิธีการสหกรณ์ สิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล

## 2.2 หลักเกณฑ์การจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรโดยทั่วไป (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2559)

1) เกษตรกรมีความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพ และต้องการรวมตัวกันจัดตั้ง สหกรณ์ เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันอย่างแท้จริง

2) เป็นบุคคลธรรมดา บรรลุนิติภาวะ มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ใน ข้อบังคับและพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542

3) มีสมาชิกมากพอที่จะดำเนินธุรกิจได้และมีเส้นทางที่จะขยายธุรกิจเมื่อดำเนินการ จัดตั้งสหกรณ์ไปแล้ว

4) สหกรณ์จะต้องดำเนินงานอย่างจริงจัง และดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่ กำหนดไว้ในข้อบังคับ เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิก

5) เกษตรกรที่มีความประสงค์จะจัดตั้งสหกรณ์ ควรมีการออมเงินเพื่อเป็นทุน เบื้องต้นของสหกรณ์ก่อน

## 2.3 บริบทของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด

รายงานผลการสอบบัญชีและงบการเงิน : 2557 - 2559 สหกรณ์การเกษตร เมืองตาก จำกัด เป็นอีกสหกรณ์หนึ่งที่ตั้งมาตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์การเกษตร เพื่อความ กินดีอยู่ดีของสมาชิก ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การดำเนินธุรกิจร่วมกับสมาชิก นานกว่า 46 ปี ปัจจุบัน ดำเนินธุรกิจให้สินเชื่อแก่สมาชิก ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย และธุรกิจรับฝากเงิน ซึ่งปัจจุบันการดำเนินธุรกิจตามปริมาณธุรกิจของสหกรณ์ มีแนวโน้มลดลง ดังตารางสรุปผลการ ดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ ปี 2556 - 2559 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 สรุปผลการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ระหว่างปีบัญชี 2557 – 2559

หน่วย : บาท

รายการ	ปี 2559	ปี 2558	ปี 2557
ทุนดำเนินงาน	35,459,714.94	36,045,899.78	38,097,209.86
ธุรกิจสินเชื่อ	6,663,000.00	9,018,000.00	9,360,000.00
ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย	1,626,197.60	2,281,071.00	2,959,162.96
ธุรกิจรับฝากเงิน	2,310,626.10	4,436,100.19	13,673,086.84
<b>รวมปริมาณธุรกิจ</b>	<b>10,599,823.70</b>	<b>15,735,171.19</b>	<b>25,992,249.80</b>

จากตารางที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า ผลการดำเนินธุรกิจทั้ง 3 ประเด็นมีแนวโน้มลดลง ทั้งด้านการให้สินเชื่อ จัดหาสินค้ามาจำหน่าย และรับฝากเงิน ปริมาณธุรกิจที่ลดลง อาจจะหมายถึง การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์นั้นมีการเปลี่ยนแปลง อาจจะด้วยภาวะทางเศรษฐกิจผันผวนที่ทำให้ราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ ส่งผลกระทบต่อการทำงานเกษตรและทำให้บางช่วงของฤดูกาลผลิตเกษตรกรงดการเพาะปลูก และสมาชิกเองอาจจะมีความเห็นที่สับสนหลายด้าน และสถาบันการเงินอื่น ๆ ให้อัตราดอกเบี้ยที่ถูกกว่าสหกรณ์ ดังนั้น เพื่อเป็นการศึกษาถึงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกเพื่อเป็นประโยชน์ในการกำกับ ดูแลและนำเสนอส่งเสริมสหกรณ์ต่อไป

### 3. แนวคิดส่วนประสมการตลาด

#### 3.1 ความหมายส่วนประสมการตลาด

คิลป์ซัย ชุนรอน (อ้างถึงใน เสาวภา มีถาวรกุล (2552: 31 - 34) กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง กลุ่มของเครื่องมือการตลาดที่กิจการใช้ในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมายและเป็นตัวแปรทางการตลาดที่กิจการสามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการต้องนำมาใช้ร่วมกันหรือนำมาประสมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายส่วนประสมการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552: 80 - 81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือ

ปรเมศวร์ ชูชาติ (2556 : 26) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้ เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ

ธีรยุทธ ชูนวนล (2556 : 20) กล่าวว่า กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดสหกรณ์ภาคการเกษตร เป็นวิธีการใช้ตัวแปรทาง การตลาดในการสนองความต้องการของสมาชิกและลูกค้าตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วน ประสมทางการตลาดที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดตามความเหมาะสมกับภาวะการณ์ทาง การตลาด องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการตลาด และการส่งเสริมการตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทบริการจะเพิ่ม องค์ประกอบด้านกายภาพ บุคลากร และกระบวนการ

### 3.2 แนวคิดส่วนประสมการตลาด

เพลินทิพย์ โกเมศโสภา (2559) ธุรกิจจำเป็นที่จะต้องวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้สามารถทำการตลาดได้ประสบความสำเร็จ ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ทำให้เกิดขึ้น จะต้องมีแผนพัฒนาทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ มีการวางกรอบทำธุรกิจโดยเรียงลำดับความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ ตั้งแต่บนลงล่างเพื่อจะสามารถตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุดโดยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ประสานกันเพื่อตอบ โจทย์ความต้องการของลูกค้าได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในส่วนของธุรกิจบริการนั้นมี เครื่องมือทางการตลาดเพิ่มขึ้นอีก 3 ปัจจัย คือ บุคลากร (Personal) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Appearance) และกระบวนการ (Process) ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ประการนำมาเป็นกรอบการปฏิบัติงานในการดำเนินธุรกิจ องค์ประกอบต่าง ๆ จะส่งผลต่อ คุณค่าที่มอบให้ลูกค้าและทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ รายละเอียด ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งใด ๆ ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปธรรมเช่นผลิตภัณฑ์ (Goods) สถานที่ (Place) สินค้าที่เป็นนามธรรม เช่น บริการ (Service) ประสบการณ์ (Experience) เหตุการณ์ (Events) ระดับผลิตภัณฑ์ แบ่งออกเป็นประโยชน์หลัก (Core Benefit) ผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) ผลิตภัณฑ์คาดหวัง (Export Product) ผลิตภัณฑ์ควบคู่ (Argument Product) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปไม่ได้ (Potential Product) กิจการขนาดใหญ่ย่อมมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เสนอให้ตลาดเลือก โดยการมีจำนวนรายการหรือชนิดการบริการที่หลากหลาย ที่มีความสัมพันธ์กันนำมาจัดหมวดหมู่เป็นสายผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถเกี่ยวคู่ส่งเสริมซึ่งกันและกันการเป็นสินค้าใช้กันได้ หรือประโยชน์ร่วมกันในเรื่องการผลิต การจัดจำหน่าย ซึ่งทำให้เกิดประหยัดค่าใช้จ่ายลดต้นทุนต่าง ๆ อีกทั้งช่วย

เสริมความแข็งแกร่งในตลาดจากการเพิ่มความน่าเชื่อถือบนชั้นวางสินค้า เพิ่มโอกาสการเลือกของผู้ซื้อ มากขึ้น

2) ด้านราคาขาย (Price) ราคาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนประสมการตลาดเป็นส่วนผสมที่ทำให้เกิดรายได้หรือขาดทุนราคาเป็นส่วนประสมการตลาดที่สามารถปรับได้ง่ายเพราะ ส่วนประกอบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ช่องทางการตลาด การส่งเสริมการตลาด ราคา ยังเป็นเครื่องมือสื่อถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือตราหือได้อีกด้วย ซึ่งการกำหนดราคาธุรกิจควร พิจารณาปัจจัยหลายประการในการกำหนดนโยบายราคา แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

- (1) เรื่องวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา
- (2) กำหนดอุปสงค์
- (3) ประมาณต้นทุน
- (4) การวิเคราะห์ต้นทุนราคาและข้อเสนอของกลุ่ม
- (5) เลือกวิธีการกำหนดราคา

3) ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Place) กิจการจำนวนมากหันมาสร้างคุณค่ากับห่วงโซ่ อุปทานทั้งหมด ซึ่งเชื่อมโยงตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบจนถึงการเคลื่อนย้ายไปถึงผู้บริโภคคน สุดท้าย โดยช่องทางการตลาดทำหน้าที่เคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภค เพื่อแก้ปัญหาด้าน เวลาสถานที่และช่องทาง ระหว่างผู้เป็นเจ้าของสินค้ากับความต้องการของผู้บริโภค โดยช่องทาง การตลาดจะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าปัจจุบันลูกค้าอนาคตและองค์กรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมทางการตลาด สร้างวิธีการสื่อสารที่มุ่งใจเพื่อกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค เปรียบเทียบให้เห็นบรรลุข้อตกลงด้านราคาและเงื่อนไข การจัดหาเงินทุนเพื่อรักษาระดับสินค้าคงคลัง มีการชำระเงินผ่านสถาบันการเงินต่าง ๆ

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีบทบาทในการสื่อสารการตลาดการ ส่งเสริมกระตุ้นย้ำเตือนผู้บริโภค ทั้งทางตรงและทางอ้อมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่จัด จำหน่าย เพื่อเสนอคุณค่าหรือสิ่งจูงใจพิเศษสำหรับผลิตภัณฑ์ให้กับฝ่ายการขาย ผู้จัดการจำหน่าย หรือผู้บริโภคสุดท้าย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการขายในทันที การส่งเสริมการขายนั้นมีการส่งเสริม โดยการโฆษณาเป็นการสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ การสื่อสารการตลาด นั้นเกิดจากกิจกรรมส่วนประสมการตลาด 5 กิจกรรม ดังนี้

- (1) การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบในการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์บริการหรือแนวคิด โดยไม่ใช้บุคคล ซึ่งลักษณะของการโฆษณาต้องเสียค่าใช้จ่ายสามารถ ระบุผู้อุปถัมภ์ได้

(2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นการจูงใจเสนอคุณค่าให้ผู้บริโภคคนกลางหรือหน่วยงานขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างยอดขายในทันทีซึ่งการส่งเสริมการขายกระตุ้นจูงใจในการซื้อที่มีวัตถุประสงค์ คือดึงลูกค้าใหม่ รักษาลูกค้าเก่าส่งเสริมให้ลูกค้าปัจจุบันซื้อสินค้าในปริมาณมาก การเพิ่มอัตราในการใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

(3) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) โดยเริ่มจากการเสาะแสวงหาลูกค้าที่คาดหวัง เตรียมตัวเข้าพบลูกค้า เข้าพบลูกค้าเสนอขาย และสาธิตการขาย การจัดการกับข้อโต้แย้ง การปิดการขาย การติดตามผลและดูแลลูกค้า

(4) การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวถือเป็นเครื่องมือหนึ่งของการประชาสัมพันธ์และมีความหมายที่แตกต่าง ดังนี้ การให้ข่าวเป็นการให้ข่าวโดยสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่ต้องจ่ายเงินหรือไม่ต้องจ่ายเงินก็ได้ เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์กรในรูปแบบของสุนทรพจน์ หรือการให้สัมภาษณ์ หรือการให้ข่าวผ่านสื่อสร้างความน่าเชื่อถือใช้ในระยะสั้นๆ ทั้งเป็นข้อมูลด้านบวกหรือด้านลบ

(5) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติความน่าเชื่อถือ โดยสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรกับกลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนทั่วไป ทั้งยังสร้างมิตรสัมพันธ์ในระยะยาวเกี่ยวกับด้านบวกขององค์กร

5) บุคลากร (Personnel) การบริการนั้นกิจการจะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า พนักงานเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับลูกค้าที่สุด ฉะนั้นกิจการต้องมีการวางแผนด้านบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ เช่น พัฒนาหลักเกณฑ์การจ้างงาน โปรแกรมฝึกอบรมเสริมทักษะบทบาทของพนักงานในการแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนต่าง ๆ ของลูกค้า มีการสนับสนุนให้รางวัลแก่พนักงานที่ปฏิบัติงานดีเด่น เป็นต้น ผู้บริหารต้องให้พนักงานทราบและมีทัศนคติเชิงบวกในการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และทำให้บริษัทได้กำไรในที่สุด ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรมให้ความรู้การให้สวัสดิการจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า สร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งสำคัญที่กิจการต้องให้ความสำคัญเพื่อให้งานบริการสามารถเข้าถึงลูกค้า หรือผู้ให้บริการได้ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินธุรกิจได้ เพราะฉะนั้นช่องทางการบริการต้องให้ความสำคัญในการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายทำเลที่ตั้งที่ ลูกค้าสามารถเข้าหาบริการได้ง่าย ความน่าเชื่อถือของที่ตั้ง ความสะอาดสบายแก่ผู้รับบริการเป็นสิ่งสำคัญ ลักษณะทางกายภาพของงานบริการมีด้วยกัน 2 ลักษณะได้แก่ ลักษณะ

ภายนอกและลักษณะที่จำเป็น ซึ่งองค์ประกอบของการดำเนินธุรกิจให้ความสำคัญด้านคุณภาพ โดยรวมสร้างด้านบวกของภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพทางกายภาพด้านต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งที่ถูกค้าสามารถมองเห็นได้ เช่น สี รูปร่าง แพ็คเกจ บรรยากาศ ความสะอาดสบาย ความโอโง่งไม่แออัด เป็นต้น หลักฐานทางกายภาพ เช่น ร้านเบเกอรี่มีเกียรติบัตรแชมป์ทำขนมทำให้ลูกค้ามั่นใจ หรือมีการใส่ผ้ากันเปื้อนแบรนค์ของร้าน ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่นในมาตรฐานบริการ

7) กระบวนการ (Process) ผู้ให้บริการควรมีการกำหนดมาตรฐานและขั้นตอนในการทำงานบริการ ข้อปฏิบัติงาน เพื่อให้การควบคุมการให้บริการทำให้พนักงานปฏิบัติตามมาตรฐานที่ได้ตั้งไว้ มีการทดสอบฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้พนักงานปฏิบัติงานได้สม่ำเสมอเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการประเมินและสอบกลับการปฏิบัติงาน ได้แก่ กระบวนการต่าง ๆ ในด้านการบริการ ในการจัดการด้านสินค้าและบริการ มีระเบียบ ข้อปฏิบัติที่ชัดเจนมีความรวดเร็วเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้ซ้ำอีกจนเป็นลูกค้าประจำ กระบวนการในการจัดการด้านการบริการที่ดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจรู้สึกประทับใจ และเกิดความภักดีในตัวสินค้า ซึ่งกระบวนการต้องสะดวกรวดเร็วมีมาตรฐาน

#### 4. แนวคิดและปัจจัยในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ

##### 4.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (2551) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมเป็นผลมาจากการเห็นพ้องต้องกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางการเปลี่ยนแปลงความเห็นพ้องต้องกันนั้นจะมีมากพอจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อการปฏิบัติการ กล่าวคือต้องเป็นการเห็นพ้องต้องกันของคนส่วนใหญ่ที่จะเข้าร่วม ปฏิบัติการนั้น และเหตุผลที่คนมาร่วมปฏิบัติการได้จะต้องตระหนักว่าการปฏิบัติการ ทั้งหมดโดยกลุ่ม หรือในนามของกลุ่มหรือกระทำการผ่านองค์กร ดังนั้น องค์กรจะต้อง เป็นเสมือนตัวที่ทำให้การปฏิบัติการบรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่ต้องการ

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ (2551) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญของการมีส่วนร่วมของบุคลากรว่าหมายถึง การเปิดโอกาสให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม ตัดสินใจในการปฏิบัติงานและการร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบมาถึงตัวของบุคลากรเอง การที่จะสามารถทำให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อ แก้ไขปัญหา และนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ของบุคลากรให้ดีขึ้นนั้นผู้นำจะต้องยอมรับ ในปรัชญาการพัฒนาว่า มนุษย์ทุกคนมีความ

ปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุขได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และพร้อมที่จะอุทิศตน เพื่อกิจกรรมของส่วนรวมในองค์กร

ณเพชรดา สายแก้ว (2557: 25) สรุปความหมายการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลหรือกลุ่มคนได้เข้าไปทำกิจกรรมหรือดำเนินการต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจ โดยมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการดำเนินการ ในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล เพื่อประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต ตลอดจนการแก้ปัญหาของตนเองและชุมชน

มนต์ปรีชา ระวังศรี(อ้างถึงใน สมคิด รัตนวงศ์ 2557 : 27) สรุปความหมายการมีส่วนร่วมหมายถึง การที่บุคคล หรือกลุ่มคนได้เข้าไปร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอนในกิจกรรมต่าง ๆ โดยความสมัครใจทั้งกิจกรรมที่องค์กรภายนอกจัดและกิจกรรมที่จัดโดยชาวบ้านเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนการแก้ปัญหาของตนเองและชุมชน

วิไล ขัติยะ (อ้างถึงใน ปิยะนุช เงินคล้าย และคณะ (2557 : 27) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วม ตามพจนานุกรมอังกฤษฉบับออกฟอร์ด ว่าการที่บุคคลกระทำ การในเรื่องหนึ่งเรื่องใดหรือประเด็นที่บุคคลนั้นสนใจ ไม่ว่าจะเขาจะได้ปฏิบัติการเพื่อแสดงออกถึงความสนใจอย่างจริงจังหรือไม่ก็ตามและไม่จำเป็นที่บุคคลนั้นต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น โดยตรงก็ได้ แต่ต้องมีทัศนคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ห่วงใย ก็เพียงพอที่เรียกว่า เป็นการมีส่วนร่วมได้

#### 4.2 ขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

วิไลลักษณ์ ว้าวทอง (อ้างถึงใน นรินทร์ชัย พัฒนพงศา 2557 : 28) ได้กล่าวถึงระดับของการมีส่วนร่วมตามหลักการทั่วไป แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ

- 1) การมีส่วนร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูล ของตน/ครอบครัว/ชุมชนของตน
- 2) การมีส่วนร่วมรับข้อมูลข่าวสาร
- 3) การมีส่วนร่วมตัดสินใจ โดยเฉพาะในโครงการที่ตนมีส่วนได้เสีย โดย แบ่งเป็น 3 กรณีแล้วแต่กิจกรรมในตนเองอยู่ในขั้นตอนใดต่อไปนี้
  - (1) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจน้อยกว่าเจ้าของโครงการ
  - (2) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจเท่ากับเจ้าของโครงการ
  - (3) ตนมีน้ำหนักการตัดสินใจมากกว่าเจ้าของโครงการ
- 4) การมีส่วนร่วมทำ คือร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานทั้งหมด
- 5) การมีส่วนร่วมสนับสนุน คืออาจไม่มีโอกาสร่วมทำ แต่มีส่วนร่วมช่วยเหลือในด้านอื่น ๆ

นอกจากนี้ยังได้มีการแบ่งระดับของการมีส่วนร่วมเป็นระดับของการมีส่วนร่วมตามแนวทางพัฒนาชุมชน เป็นการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยได้ แบ่งไว้ดังนี้

- 1) ร่วมค้นหาปัญหาของตนให้เห็นว่าสิ่งใดที่เป็นปัญหารากเหง้าของปัญหา
- 2) ร่วมค้นหาสิ่งที่จำเป็นของคนในปัจจุบันคืออะไร
  - (1) ร่วมคิดช่วยตนเองในการจัดลำดับปัญหา เพื่อจะแก้ไขสิ่งใดก่อนหลัง
  - (2) วางแผนแก้ไขปัญหาเป็นเรื่อง ๆ
  - (3) ร่วมระดมความคิด ถึงทางเลือกต่าง ๆ และเลือกทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อแก้ไขปัญหานั้น
  - (4) ร่วมพัฒนาเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้
  - (5) ร่วมดำเนินการแก้ไขปัญหานั้น ๆ
  - (6) ร่วมติดตามการดำเนินงานและประเมินผลการดำเนินงาน
  - (7) ร่วมรับผลประโยชน์/หรือร่วมเสียผลประโยชน์จากการดำเนินงาน

ธีระพงษ์ แก้วหาญ (2543 : 149 - 163) ขั้นตอนและระดับของการมีส่วนร่วม ได้แก่ การจำแนกขั้นตอนการมีส่วนร่วม ตามขั้นตอนการมีส่วนร่วมสามารถจำแนกขั้นตอนหรือประเภทของการมีส่วนร่วมแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในกระบวนการของการตัดสินใจนั้น ประการแรกที่สุดที่จะต้องกระทำก็คือ การกำหนดความต้องการและการจัดลำดับความสำคัญ ต่อจากนั้นก็เลือกนโยบายและประชาชนที่เกี่ยวข้อง การตัดสินใจนี้เป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ต้องดำเนินการไปเรื่อย ๆ ตั้งแต่การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้นการตัดสินใจในช่วงดำเนินการวางแผน และการตัดสินใจ ในช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

ขั้นที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน จะได้จากคำถามที่ว่าใครจะทำประโยชน์ให้แก่ โครงการ ได้บ้างและจะทำประโยชน์ได้โดยวิธีใด เช่น การช่วยเหลือด้านทรัพยากร การบริหารงานและ ประสานงาน การให้ความช่วยเหลือด้านแรงงานหรือข้อมูล เป็นต้น

ขั้นที่ 3 การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ในส่วนที่เกี่ยวกับผลประโยชน์นั้น จากความสำคัญของผลประโยชน์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงการกระจายผลประโยชน์ภายในกลุ่มด้วย รวมทั้งผลที่เป็นประโยชน์ในทางบวกและผลที่เกิดขึ้นในทางลบที่เป็นผลเสียของโครงการ ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์และเป็นโทษต่อบุคคลและสังคม



ขั้นที่ 4 การมีส่วนร่วมในการประเมินผล สิ่งสำคัญที่จะต้องสังเกต ก็คือ ความเห็น (Views) ความชอบ (Preferences) และความคาดหวัง (Expectations) ซึ่งจะมีอิทธิพลสามารถแปรเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคลในกลุ่มต่าง ๆ ได้

โกวิทช์ พวงงาม (2545 : 8) ได้สรุปถึงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน คือ

1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น กล่าวคือ ถ้าหากชาวชนบทยังไม่สามารถทราบถึงปัญหาและเข้าใจถึงสาเหตุของปัญหา ในท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดีแล้ว การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาลงมือ ไร้ประโยชน์ เพราะชาวชนบทจะไม่เข้าใจและมองไม่เห็นถึงความสำคัญของการ ดำเนินงานเหล่านั้น

2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เพราะการวางแผนดำเนินงาน เป็น ขั้นตอนที่จะช่วยให้ชาวชนบทรู้จักวิธีการคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล รู้จักการ นำเอาปัจจัยข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน

3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน แม้ชาวชนบทส่วนใหญ่จะมีฐานะยากจน แต่ก็มีแรงงานของตนเองที่สามารถใช้เข้าร่วมได้ การร่วมลงทุนและปฏิบัติงาน จะทำให้ชาวชนบทสามารถคิดค้นทุนดำเนินงานได้ด้วยตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้การดำเนิน กิจกรรมอย่างใกล้ชิด

4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ถ้าหากการติดตามงานและประเมินผลงานขาดการมีส่วนร่วมแล้วชาวชนบทย่อมจะไม่ทราบด้วยตนเองว่างานที่ทำ ไปนั้น ได้รับผลดี ได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างไร การดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกันใน โอกาสต่อไป จึงอาจจะประสบความสำเร็จลำบาก

#### 4.3 ปัจจัยในการมีส่วนร่วม

ณเพชรดา สายแก้ว (อ้างใน นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ 2557 : 31) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขของการมีส่วนร่วมของประชาชนมีอย่างน้อย 3 ประการ คือ

- 1) ประชาชนต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม
- 2) ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม
- 3) ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม

นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับเงื่อนไขย่อยอื่น ๆ อีก ดังนี้

- ประชาชนต้องมีเวลา
- ประชาชนต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายเกินกว่าที่คาดว่าจะได้รับผลคืนกลับมา
- ประชาชนต้องมีความสนใจ

- ประชาชนต้องสามารถสื่อสารด้วยความเข้าใจต่อกันทั้งสองฝ่าย
- ประชาชนต้องไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นผลกระทบกระเทือนต่อตำแหน่งหน้าที่หรือสถานภาพ ทางสังคม

ณเพชรดา สายแก้ว (อ้างในไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ 2557: 31) ได้กล่าวถึงเงื่อนไขของการมีส่วนร่วม สรุปได้ ดังนี้

- 1) จะต้องมีความเสรีภาพหรือมีทางเลือกที่จะเข้าร่วม
- 2) จะต้องมีความสามารถหรือมีพลังที่จะเข้ามามีส่วนร่วม
- 3) จะต้องรวมตัวหรือรวมกลุ่มกันอย่างมีระบบ
- 4) จะต้องเต็มใจหรือไม่ถูกบังคับที่จะเข้ามามีส่วนร่วม

โดยสรุป เงื่อนไขของการมีส่วนร่วม คือ ต้องมีอิสรภาพ สามารถที่จะมีส่วนร่วมเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม การมีเวลาเข้ามามีส่วนร่วม มีความสนใจ และการมีส่วนร่วมนั้นต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายเกินกว่าที่คาดว่าจะได้รับผลคืนกลับมา ซึ่งเป็นความพร้อมทางด้านศักยภาพของบุคคล

วิลัดกษณ์ ว้าวทอง (อ้างถึงใน นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์ 2557 : 25 – 26) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม ดังนี้

- 1) ความศรัทธา ที่มีความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การลงแขก การบำเพ็ญประโยชน์ การสร้างโบสถ์ วิหาร
- 2) ความเกรงใจ ที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือมีเกียรติยศ ตำแหน่ง ทำให้ประชาชน เกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วย ทั้ง ๆ ที่ยังไม่มีความศรัทธา หรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่ออกปากขอร้อง ผู้น้อยก็ช่วยออกแรง
- 3) การใช้อำนาจบังคับที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่าทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่าง ๆ เช่น การบีบบังคับให้ทำงานเยี่ยงทาส Reeder (อ้างในเกียรติศักดิ์ เอื้อเฟื้อ, 2546 : 16) ได้สรุปปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรักษาการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 11 ประการ ดังนี้

(1) การปฏิบัติตามให้คล้ายตามความเชื่อพื้นฐาน กล่าวคือ บุคคลและกลุ่มบุคคล ดูเหมือนจะเลือกแบบวิธีการปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องและคล้ายคลึงกับความเชื่อพื้นฐานของตนเอง

(2) มาตรฐานคุณค่าและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณค่าของตนเองส่งเสริมปกป้องและรักษาเป้าหมายของตนเอง

(3) เป้าหมายบุคคลและกลุ่มบุคคลดูเหมือนจะส่งเสริมปกป้องและรักษาเป้าหมายของตนเอง

(4) ประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดาพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล บางครั้งมีรากฐานมาจากประสบการณ์ที่ผิดปกติธรรมดา

(5) ความคาดหวัง บุคคลและกลุ่มบุคคลจะประพฤติตามแบบที่ตนคาดหวังว่าจะต้องประพฤติสถานการณ์เช่นนั้น ทั้งยังชอบปฏิบัติต่อผู้อื่นในลักษณะที่ตนคาดหวังจากผู้อื่นด้วย เช่นกัน

(6) การมองแต่ตนเอง บุคคลและกลุ่มบุคคลมันจะทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งคิดว่าตนเองควรกระทำเช่นนั้น

(7) การบีบบังคับ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยความรู้สึกว่าตนถูกบีบบังคับให้กระทำ

(8) นิสัยและประเพณี บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเรามีนิสัยชอบกระทำเมื่ออยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ

(9) โอกาสบุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วม ในรูปแบบการปฏิบัติของสังคม โดยเฉพาะในทางที่เกี่ยวข้องกับจำนวนและชนิดของโอกาส ซึ่งโครงสร้างของสังคมเอื้ออำนวยเข้ามามีส่วนร่วมกันในการกระทำเช่นนั้นเท่าที่พวกเขาได้รับรู้มา

(10) ความสามารถ บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมบางอย่างที่ตนเห็นว่าสามารถทำในสิ่งที่ต้องการให้เขาทำในสถานการณ์เช่นนั้น

(11) การสนับสนุน บุคคลและกลุ่มบุคคลมักจะเริ่มปฏิบัติเมื่อเขาู้สึกว่าเขาได้รับการสนับสนุนที่ดีพอให้กระทำเช่นนั้น

สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม มีหลายปัจจัย เช่น ความศรัทธา ความเกรงใจ การใช้อำนาจบีบบังคับ นิสัยและประเพณีและความเชื่อพื้นฐาน เป้าหมาย ประสบการณ์ โอกาสของบุคคลและกลุ่มบุคคล และการปกป้องและรักษาเป้าหมายของตนเอง

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรเมศวร์ ชูชาติ (2556 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล” จากกลุ่มตัวอย่าง 300 คน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 36 - 45 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี/

เทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ สถานภาพ โสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท และมีรายจ่ายเฉลี่ยรวมต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท การใช้บริการด้านสินเชื่อส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อผู้สามัญ วงเงิน 100,000 ถึง 1,000,000 บาท ได้รับการอนุมัติตามวงเงินที่ขอกู้และกู้เพื่อใช้จ่ายอื่น ๆ ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกรายปัจจัยที่สมาชิกให้ความสำคัญ ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกใช้บริการ พบว่า เพศ และ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ลูกเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอายุ อาชีพ รายได้ และรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อสามัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและรายจ่ายรวมเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อพิเศษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อลูกเงิน สินเชื่อสามัญ และสินเชื่อพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เมธาพร ศรีสุวรรณ (2557 : บทคัดย่อ) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์โรงพยาบาลทักษิณ จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากกลุ่มตัวอย่าง 140 คน ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกที่ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 20,000 บาท รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 9,000 – 12,000 บาท รูปแบบการให้บริการ ด้านสินเชื่อส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อ โดยใช้วงเงินกู้ลูกเงินและวงเงินกู้สามัญ ซึ่งได้รับการอนุมัติ ตามวงเงินที่ขอกู้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้จ่ายอุปโภค บริโภค และการชำระหนี้ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการสินเชื่ออยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า อายุ สถานภาพครอบครัว และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อลูกเงิน ส่วนเพศ มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสินเชื่อสามัญ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อลูกเงิน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อสามัญ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

วิไล ชติมะ (2557 : 58 - 62) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์นิคมนครชุม จำกัด จังหวัดกำแพงเพชร” ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก กับธุรกิจสินเชื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการศึกษา และรายได้ในครัวเรือนต่อปี กับธุรกิจสินเชื่อมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิไลลักษณ์ ว้าวทอง (2557 : 53 - 54) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศุภนิมิตกระบือ จำกัด จังหวัดระนอง” จากการศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 272 ตัวอย่าง ผลการศึกษา พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ รายได้เฉลี่ยต่อปีของครอบครัวสมาชิกกับธุรกิจของสหกรณ์ ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อบนสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ซึ่งได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ซึ่งกู้เงินระหว่างปีบัญชี 2559 – 2560 จำนวน 255 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ซึ่งกู้เงินระหว่างปีบัญชี 2559 – 2560 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Sample Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยถือว่าทุก ๆ หน่วยหรือทุก ๆ สมาชิกในประชากรมีโอกาสจะถูกเลือกเท่า ๆ กัน และเป็นอิสระจากกันที่จะได้เป็นกลุ่มตัวอย่างเหมาะสม

การกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane ดังนี้

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

เมื่อ e คือ ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง  
กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05

N คือ ขนาดของประชากร

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$\text{แทนค่า } n = \frac{255}{1 + 255(0.05)^2}$$

$$n = 156$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัย เท่ากับ 156 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

**2.1 การสร้างเครื่องมือ** เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ครั้งนี้ คือแบบสอบถาม ที่มาจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ จากแหล่งต่าง ๆ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ ได้แก่ ความถี่ของการมีส่วนร่วม จำนวนของการมีส่วนร่วม ประเภทของการมีส่วนร่วม และวัตถุประสงค์ของการมีส่วนร่วม เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ในธุรกิจสินเชื่อระหว่างปี ใช้ลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตรฐานค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมมากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมมาก	ให้	4	คะแนน
มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมปานกลาง	ให้	3	คะแนน
มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมน้อย	ให้	2	คะแนน
มีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

ตอนที่ 4 ข้อมูล ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะข้อมูล ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์เป็นคำถามปลายเปิด

**2.2 การทดสอบเครื่องมือ** แบบสอบถามที่ใช้สำหรับการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ทดสอบแบบสอบถามเพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

**2.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity)** ของแบบสอบถามการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด โดยการนำแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นจากการตรวจเอกสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้และ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ และ ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ชัดเจนด้านภาษา เนื้อหา ความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ แล้วนำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

**2.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)** นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับ กลุ่มตัวอย่างสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดตาก ที่มีลักษณะประชากรคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ราย เพื่อนำมาวิเคราะห์ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา ของครอนบัค ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.869

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย มีกระบวนการในการดำเนินการ ดังนี้

**3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)** ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับ กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ในจำนวนนี้มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก สหกรณ์ จำนวน 255 ราย โดยขอความอนุเคราะห์จัดทำหนังสือถึงสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัดในความร่วมมือให้สมาชิกตอบแบบสอบถามในการวิจัย

**3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** โดยการค้นคว้าจากหนังสือ สิ่งพิมพ์ และ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด หรือกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 156 ราย โดยนำข้อมูลมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ความถูกต้องของ ข้อมูลจากแบบสอบถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อ คำนวณและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังต่อไปนี้

**4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)** เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั้งหมดที่ได้จาก แบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้

**4.2 ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency)**

**4.3 ค่าเฉลี่ย (Average) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)** โดยแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยที่ได้ ซึ่งผู้ศึกษากำหนดเกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยตามเกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute

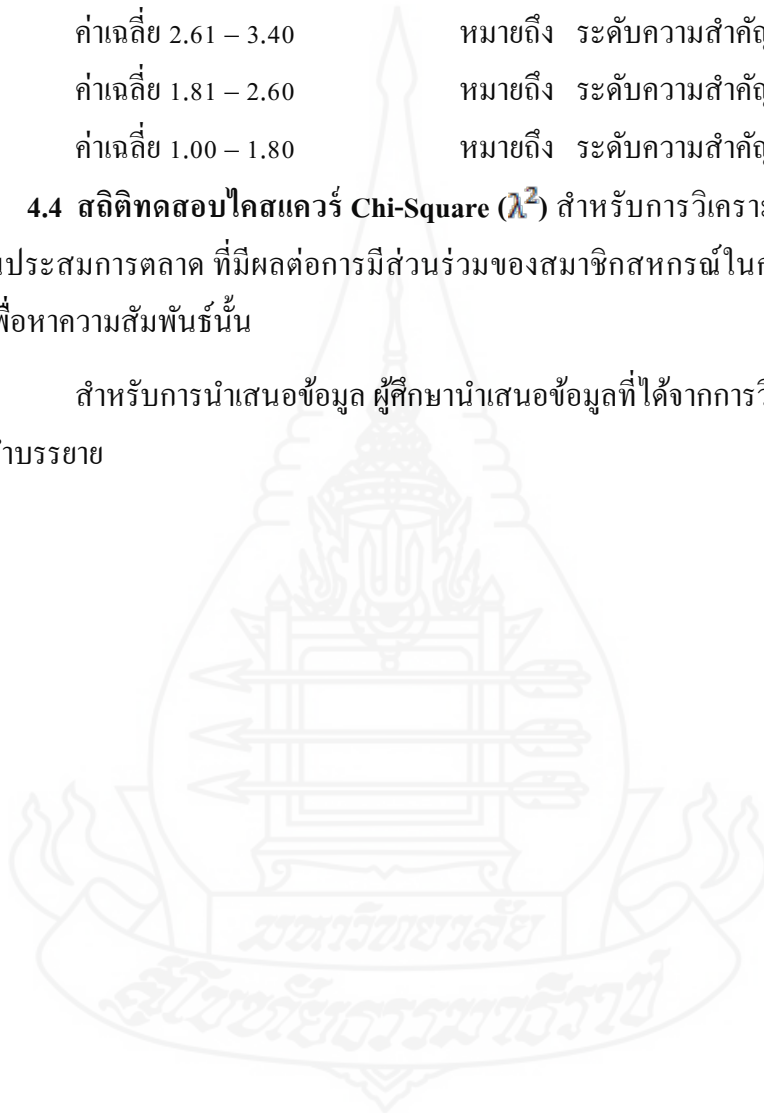


Criteria) คือ  $(5-1)/5 = 0.8$  แบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) เป็น 5 ชั้น ทุกอันตรภาคชั้นมีความเท่ากัน คือ ชั้นละ 0.8 ดังนี้

คะแนนค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง ระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

**4.4 สถิติทดสอบไคสแควร์ Chi-Square ( $\chi^2$ )** สำหรับการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ เพื่อหาความสัมพันธ์นั้น

สำหรับการนำเสนอข้อมูล ผู้ศึกษานำเสนอข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกองสมาชิก สหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก จากการเก็บแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างสมาชิก สหกรณ์ จำนวน 156 คน แล้วนำมาวิเคราะห์และประมวลผลกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาโดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก
2. การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์
3. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วม ในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกองสมาชิกสหกรณ์
4. ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมี ส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์

#### 1. ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	91	58.33
หญิง	65	41.67
รวม	156	100.00

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ พบว่าเป็นเพศชาย จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 และเพศหญิง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

n = 156

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 - 30 ปี	14	8.97
31 - 40 ปี	31	19.87
41 - 50 ปี	67	42.95
51- 60 ปี	35	22.44
มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	9	5.77
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่าส่วนมากมีอายุ ระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 42.95 รองลงมาคือ อายุ ระหว่าง 51- 60 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 22.44 อายุ ระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 31 คิดเป็นร้อยละ 19.87 อายุ ระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 14 คิดเป็นร้อยละ 8.97 และมีอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 9 คิดเป็นร้อยละ 5.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

n = 156

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	86	55.13
มัธยมศึกษาตอนต้น	31	20.51
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	28	17.95
อนุปริญญา/ปวส.	6	3.85
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4	2.56
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าส่วนมากมีระดับการศึกษา ระดับประถมศึกษา จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 55.13 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 20.51 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 28 คน

คิดเป็นร้อยละ 17.95 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.85 และระดับการศึกษา  
ระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

n = 156

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	6	3.85
5,001 - 10,000 บาท	84	53.85
10,001 - 15,000 บาท	55	35.26
15,001 - 20,000 บาท	10	6.41
20,001 บาท ขึ้นไป	1	0.64
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ พบว่าส่วนมากมีรายได้ต่อเดือนอยู่  
ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนอยู่  
ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 35.26 รายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000  
บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.41 รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 3.85 และรายได้ต่อเดือน 20,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

n = 156

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	9	5.77
6 - 10 ปี	49	31.41
11 - 15 ปี	62	39.74
16 - 20 ปี	15	9.62
20 ปี ขึ้นไป	21	13.46
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก พบว่าส่วนมากมีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11 - 15 ปี จำนวน 62 คิดเป็นร้อยละ 39.74 รองลงมาคือ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 6 - 10 ปี จำนวน 49 คิดเป็นร้อยละ 31.41 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.46 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก 16 - 20 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.62 และน้อยที่สุด คือ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 5.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากแหล่งต่าง ๆ

n = 156

การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากแหล่งต่าง ๆ	ความถี่	ร้อยละ
สมาชิกสหกรณ์ด้วยกัน	89	57.05
เจ้าหน้าที่สหกรณ์	103	66.03
การประชุมใหญ่สามัญประจำปี	76	48.72
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์	49	31.41
บอร์ดประชาสัมพันธ์	16	10.26
การอบรมให้ความรู้ประจำปีแก่สมาชิก	15	9.62

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากแหล่งต่าง ๆ พบว่าการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากแหล่งต่าง ๆ ส่วนมากคือ จากเจ้าหน้าที่สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 66.03 รองลงมาคือสมาชิกสหกรณ์ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 57.05 จากการประชุมใหญ่สามัญประจำปี คิดเป็นร้อยละ 48.72 จากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 31.41 จากบอร์ดประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 10.26 และการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากการอบรมให้ความรู้ประจำปีแก่สมาชิก คิดเป็นร้อยละ 9.62 ตามลำดับ

## 2. การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์และประมวลผลการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์  
ปรากฏตามตารางที่ 4.7 – ตารางที่ 4.10 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ  
ระหว่างปี

n = 156

การมีส่วนร่วมกู้เงินระหว่างปี	จำนวน	ร้อยละ
กู้เงิน 1 ครั้ง	98	62.82
กู้เงิน 2 ครั้ง	45	28.85
กู้เงิน 3 ครั้ง	13	8.33
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ  
ระหว่างปี พบว่าส่วนมากกู้เงิน 1 ครั้ง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 62.82 รองลงมาคือ กู้เงิน 2 ครั้ง  
จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 28.85 และน้อยที่สุดกู้เงิน 3 ครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33  
ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ  
ระหว่างปีของสมาชิกจำนวนของการกู้เงิน

n = 156

การมีส่วนร่วมกู้เงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 100,000 บาท	94	60.26
100,001 – 200,000 บาท	26	16.67
200,001 – 300,000 บาท	21	13.46
300, 001 – 400,000 บาท	8	5.13
400, 001 – 500,000 บาท	7	4.49
<b>รวม</b>	<b>156</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อระหว่างปีของสมาชิกจำนวนของการกู้เงิน พบว่า ส่วนมากกู้เงินจำนวน น้อยกว่า 100,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 60.26 รองลงมาคือ กู้เงินจำนวน 100,001 – 200,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 กู้เงินจำนวน 200,001 – 300,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 13.46 กู้เงินจำนวน 300, 001 – 400,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.13 และน้อยที่สุดกู้เงินจำนวน 400, 001 – 500,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสินเชื่อ

n = 156

ประเภทสินเชื่อ	ความถี่	ร้อยละ
ระยะสั้น	124	79.49
ระยะกลาง	46	29.49

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสินเชื่อ พบว่าส่วนมากคือ ประเภทสินเชื่อระยะสั้น คิดเป็นร้อยละ 79.49 และรองลงมาคือ ระยะกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.49

ตารางที่ 4.10 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการกู้

n = 156

วัตถุประสงค์ของการกู้	ความถี่	ร้อยละ
เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานในการเกษตร	124	79.49
เพื่อการลงทุนตามแผนการใช้เงินทุนในสินทรัพย์การเกษตร	46	29.49

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการกู้ พบว่าส่วนมากกู้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานในการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 79.49 และรองลงมาคือ เพื่อการลงทุนตามแผนการใช้เงินทุนในสินทรัพย์การเกษตร คิดเป็นร้อยละ 29.49

### 3. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ผลการวิเคราะห์และประมวลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ปรากฏตามตารางที่ 4.11 - ตารางที่ 4.17 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์ กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

n = 156

ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1.ระยะสั้น (วงเงิน 100,000 บาท)	3.90	0.599	มาก
2.ระยะปานกลาง (วงเงิน 400,000 บาท)	4.09	0.685	มาก
3.เอกสาร/หลักฐานประกอบการขอกู้/สินเชื่อที่เข้าใจได้ง่าย ใช้งานง่าย	4.28	0.648	มากที่สุด
4.หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อระยะสั้น	4.11	0.476	มาก
5.หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อระยะปานกลาง	4.15	0.654	มาก
6.ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น 12 เดือน	4.05	0.437	มาก
7.ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้ระยะปานกลาง 3 ปี	4.15	0.510	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.573</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 และเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย รายละเอียด ดังนี้ เอกสาร/หลักฐานประกอบการขอกู้/สินเชื่อที่เข้าใจได้ง่าย ใช้งานง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมาคือ หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อระยะปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.15 ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้ระยะปานกลาง 3 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.15 หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อระยะสั้น



มีค่าเฉลี่ย 4.11 ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้ระยะสั้น 12 เดือนมีค่าเฉลี่ย 4.05 ระยะปานกลาง (วงเงิน 400,000 บาท) มีค่าเฉลี่ย 4.09 ระยะสั้น (วงเงิน 100,000 บาท) มีค่าเฉลี่ย 3.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

n = 156

ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด)	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมระยะสั้น ร้อยละ 10	3.75	0.575	มาก
2. อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมระยะปานกลาง ร้อยละ 10	3.85	0.641	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.80</b>	<b>0.608</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 และเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมระยะปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.85 และรองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมระยะปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์

n = 156

ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์)	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว	3.98	0.488	มาก
2. ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	4.01	0.502	มาก
3. สถานที่ที่จอดรถมีความสะดวกสบาย	4.18	0.461	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.06</b>	<b>0.484</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ สถานที่ जोดครมมีความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมา คือ ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.01 และขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

n = 156

ด้านส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	3.77	0.543	มาก
2. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลเช่น ประชาชน กลุ่ม / เลขานุการกลุ่ม/กรรมการ	4.07	0.497	มาก
3. มีรายการส่งเสริมการให้บริการ เช่น แจกของ สมนาคุณ ของที่ระลึก	3.80	0.513	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.88</b>	<b>0.518</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88 และเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลเช่น ประชาชนกลุ่ม/เลขานุการกลุ่ม/กรรมการ มีค่าเฉลี่ย 4.07 รองลงมา คือ มีรายการส่งเสริมการให้บริการ เช่น แจกของ สมนาคุณ ของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 3.80 และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

n = 156

ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์)	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินเชื่อของสหกรณ์	4.03	0.657	มาก
2. พนักงานสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ	4.10	0.603	มาก
3. พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.00	0.521	มาก
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการ	4.19	0.623	มาก
5. พนักงานมีจำนวนเพียงพอกับการให้บริการ	3.98	0.627	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.06</b>	<b>0.606</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.15 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา คือ พนักงานสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้องตามความต้องการมีค่าเฉลี่ย 4.10 พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินเชื่อของสหกรณ์มีค่าเฉลี่ย 4.03 พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และพนักงานมีจำนวนเพียงพอกับการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของ สมาชิกสหกรณ์

n = 156

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1.ความมั่นคงของสหกรณ์	4.11	0.419	มาก
2.ความน่าเชื่อถือของกรรมการ	4.00	0.321	มาก
3.ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	4.03	0.309	มาก
4.วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิก ความทันสมัย	มี 4.06	0.491	มาก
5.ความสะอาด เป็นระเบียบของสำนักงาน	4.24	0.460	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.09</b>	<b>0.400</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.16 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09 และเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความสะอาด เป็นระเบียบของสำนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมาคือ ความมั่นคงของสหกรณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.11 วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิก มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 4.06 ความน่าเชื่อถือของพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 4.03 และความน่าเชื่อถือของกรรมการ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

n = 156

ด้านกระบวนการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1.มีคำแนะนำ ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์อย่าง ชัดเจนไม่ยุ่งยาก	3.94	0.529	มาก
2.ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว	4.00	0.410	มาก
3.ขั้นตอนการรับเงินกู้สะดวกรวดเร็ว	4.06	0.598	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.00</b>	<b>0.512</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.17 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการ มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 และเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ขั้นตอนการรับเงินกู้สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.06 รองลงมา คือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.00 และมีคำแนะนำ ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์อย่างชัดเจนไม่ยุ่งยาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 ตามลำดับ

#### 4. ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์

ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกกับสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด การศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับ การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก โดยใช้สถิติการทดสอบค่าไคสแควร์ Chi – Square Test ( $\chi^2$ ) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น โดยมีการจัดกลุ่มปัจจัยส่วนบุคคลบางปัจจัยที่มีข้อมูลน้อยเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล และกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 4.18 – ตารางที่ 4.28 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ของเพศกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

n = 156

การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ	เพศ		
	$\chi^2$	df	Sig
ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี	2.055	2	0.358
จำนวนของการกู้เงิน	7.932	4	0.094
ประเภทสินเชื่อระยะสั้น	2.175	1	0.140
ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง	0.426	1	0.514
วัตถุประสงค์ของการกู้	0.651	1	0.420

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี จำนวนของการกู้เงิน ประเภทสินเชื่อ และวัตถุประสงค์ของการกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ของอายุกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

n = 156

การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ	อายุ		
	$\chi^2$	df	Sig
ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี	16.205	6	0.013*
จำนวนของการกู้เงิน	42.387	12	0.000*
ประเภทสินเชื่อระยะสั้น	16.577	3	0.001*
ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง	30.686	3	0.000*
วัตถุประสงค์ของการกู้	31.092	3	0.000*

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ของระดับการศึกษากับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

n = 156

การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ	ระดับการศึกษา		
	$\chi^2$	df	Sig
ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี	3.835	6	0.699
จำนวนของการกู้เงิน	21.461	12	0.044*
ประเภทสินเชื่อระยะสั้น	2.457	3	0.483
ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง	13.140	3	0.004*
วัตถุประสงค์ของการกู้	14.283	3	0.003*

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปีและประเภทสินเชื่อระยะสั้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และพบว่าระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับผลต่อการส่งเสริมการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ คือ จำนวนของการกู้เงินประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง และวัตถุประสงค์ของการกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ของรายได้กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

n = 156

การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ	รายได้		
	$\chi^2$	df	Sig
ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี	8.672	6	0.019*
จำนวนของการกู้เงิน	27.985	12	0.006*
ประเภทสินเชื่อระยะสั้น	21.935	3	0.000*
ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง	35.168	3	0.000*
วัตถุประสงค์ของการกู้	37.482	3	0.000*

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ของระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

n = 156

การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ	ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์		
	$\chi^2$	df	Sig
ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี	32.953	8	0.000*
จำนวนของการกู้เงิน	43.541	16	0.000*
ประเภทสินเชื่อระยะสั้น	7.856	4	0.097
ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง	15.897	4	0.003*
วัตถุประสงค์ของการกู้	16.667	4	0.002*

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี จำนวนของการกู้เงิน ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง และวัตถุประสงค์ของการกู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก คือ ประเภทสินเชื่อระยะสั้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้	ระยะเวลาการเป็นสมาชิก
ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี	-	/	-	/	/
จำนวนของการกู้เงิน	-	/	-	/	/
ประเภทสินเชื่อระยะสั้น	-	/	-	/	-
ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง	-	/	/	/	/
วัตถุประสงค์ของการกู้	-	/	/	/	/

/ หมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิก



ตารางที่ 4.24 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี

n = 156

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ		
	ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี		
	$\chi^2$	df	Sig
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์</b>			
1.วงเงินกู้/ให้สินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก			
1.1 ระยะสั้น (วงเงิน 100,000 บาท)	2.568	6	0.861
1.2 ระยะปานกลาง (วงเงิน 400,000 บาท)	4.590	4	0.332
2.เอกสาร/หลักฐานประกอบการขอกู้/สินเชื่อที่เข้าใจ ได้ง่าย ใช้งานง่าย			
2.1 ระยะสั้น (บุคคล หรือ อสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้จำนอง ต่อเจ้าหนี้อื่น)	4.570	4	0.334
3.หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อเหมาะสมกับรูปแบบการของสินเชื่อ			
3.1 ระยะสั้น (บุคคล หรือ อสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้จำนอง ต่อเจ้าหนี้อื่น)	4.612	4	0.330
3.2 ระยะปานกลาง (บุคคลหรืออสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้ จำนองต่อเจ้าหนี้อื่น)	4.679	4	0.322
4.ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้แต่ละประเภทมีความเหมาะสม			
4.1 ระยะสั้น 12 เดือน	7.622	4	0.106
4.2 ระยะปานกลาง 3 ปี	8.39	4	0.078
<b>ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด)</b>			
1.อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม			
1.1 ระยะสั้น ร้อยละ 10	14.423	4	0.006*
1.2 ระยะปานกลาง ร้อยละ 10	9.852	4	0.043*
<b>ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์)</b>			
1.ขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว	11.188	4	0.025*
2.ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	6.936	4	0.139
3.สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบาย	12.302	4	0.015*
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>			
1.มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	1.285	4	0.864
2.การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลเช่น ประชานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม/กรรมการ	4.366	4	0.359

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ		
	ความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี		
	$\chi^2$	df	Sig
3.มีรายการส่งเสริมการใช้บริการ เช่น แจกของสมนาคุณของที่ระลึก	1.785	4	0.775
<b>ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์)</b>			
1.พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินเชื่อของสหกรณ์	4.951	4	0.292
2.พนักงานสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ	1.012	4	0.908
3.พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	11.983	6	0.062
4.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการ	14.010	6	0.030*
5.พนักงานมีจำนวนเพียงพอกับการให้บริการ	0.191	4	0.996
<b>ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>			
1.ความมั่นคงของสหกรณ์	1.595	4	0.81
2.ความน่าเชื่อถือของกรรมการ	7.012	4	0.135
3.ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	3.144	4	0.534
4.วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิก มีความทันสมัย	6.289	4	0.179
5.ความสะอาด เป็นระเบียบของสำนักงาน	9.629	4	0.047
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1.มีคำแนะนำ ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์อย่างชัดเจน ไม่ยุ่งยาก	1.164	4	0.884
2.ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว	4.681	4	0.322
3.ขั้นตอนการรับเงินกู้สะดวกรวดเร็ว	2.296	4	0.682

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้าน

กระบวนการไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก จำนวนของการกู้เงิน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ		
	จำนวนของการกู้เงิน		
	$\chi^2$	df	Sig
n = 156			
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์</b>			
1.วงเงินกู้/ให้สินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก			
1.1 ระยะสั้น (วงเงิน 100,000 บาท)	11.342	12	0.500
1.2 ระยะปานกลาง (วงเงิน 400,000 บาท)	17.545	8	0.025*
2.เอกสาร/หลักฐานประกอบการขอกู้/สินเชื่อที่เข้าใจ ได้ง่าย ใช้งานง่าย			
5.101	8	0.747	
3.หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อเหมาะสมกับรูปแบบการของสินเชื่อ			
3.1 ระยะสั้น (บุคคล หรือ อสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้จำนอง ต่อเจ้าหนี้อื่น)			
7.862	8	0.447	
3.2 ระยะปานกลาง (บุคคลหรืออสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้ จำนอง ต่อเจ้าหนี้อื่น)			
8.703	8	0.368	
4.ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้แต่ละประเภทมีความเหมาะสม			
4.1 ระยะสั้น 12 เดือน			
5.812	8	0.668	
4.2 ระยะปานกลาง 3 ปี			
12.806	8	0.119	
<b>ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด)</b>			
1.อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม			
1.1 ระยะสั้น ร้อยละ 10			
24.878	8	0.002*	
1.2 ระยะปานกลาง ร้อยละ 10			
15.655	8	0.048*	
<b>ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์)</b>			
1.ขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว			
13.102	8	0.108	
2.ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม			
11.902	8	0.197	
3.สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบาย			
8.828	8	0.357	

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ		
	จำนวนของการกู้เงิน		
	$\chi^2$	df	Sig
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>			
1. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	7.859	8	0.447
2. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล เช่น ประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม/กรรมการ	5.513	8	0.702
3. มีรายการส่งเสริมการใช้บริการ เช่น แจกของสมนาคุณของ ที่ระลึก	10.193	8	0.252
<b>ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์)</b>			
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินเชื่อของสหกรณ์	15.072	8	0.058
2. พนักงานสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ	6.533	8	0.588
3. พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	10.192	12	0.599
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการ	10.115	12	0.606
5. พนักงานมีจำนวนเพียงพอกับการให้บริการ	16.7	8	0.033*
<b>ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>			
1. ความมั่นคงของสหกรณ์	6.697	8	0.570
2. ความน่าเชื่อถือของกรรมการ	8.836	8	0.356
3. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	6.313	8	0.612
4. วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิก มีความทันสมัย	14.683	8	0.066
5. ความสะอาด เป็นระเบียบของสำนักงาน	8.051	8	0.429
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1. มีคำแนะนำ ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์อย่างชัดเจน ไม่ยุ่งยาก	7.121	8	0.524
2. ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว	15.186	8	0.056
3. ขั้นตอนการรับเงินกู้สะดวกรวดเร็ว	12.182	8	0.143

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/

การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ประเภทสินเชื่อระยะสั้น

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	n = 156		
	ธุรกิจสินเชื่อ		
	ประเภทสินเชื่อระยะสั้น		
	$\chi^2$	df	Sig
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์</b>			
1.วงเงินกู้/ให้สินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก			
1.1 ระยะสั้น (วงเงิน 100,000 บาท)	1.852	3	0.604
1.2 ระยะปานกลาง (วงเงิน 400,000 บาท)	7.015	2	0.030*
2.เอกสาร/หลักฐานประกอบการขอกู้/สินเชื่อที่เข้าใจได้ง่าย ใช้งานง่าย			
2.277 2 0.320			
3.หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อเหมาะสมกับรูปแบบการของสินเชื่อ			
3.1 ระยะสั้น (บุคคล หรือ อสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้จำนองต่อเจ้าหนี้อื่น)			
	0.669	2	0.716
3.2 ระยะปานกลาง (บุคคลหรืออสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้จำนองต่อเจ้าหนี้อื่น)			
	3.764	2	0.152
4.ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้แต่ละประเภทมีความเหมาะสม			
4.1 ระยะสั้น 12 เดือน			
	2.342	2	0.310
4.2 ระยะปานกลาง 3 ปี			
	14.960	2	0.001*
<b>ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด)</b>			
1.อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม			
1.1 ระยะสั้น ร้อยละ 10			
	0.965	2	0.617
1.2 ระยะปานกลาง ร้อยละ 10			
	0.720	2	0.698
<b>ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์)</b>			
1.ขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว			
	3.475	2	0.176
2.ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม			
	1.852	2	0.396
3.สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบาย			
	11.509	2	0.003*

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ		
	ประเภทสินเชื่อระยะสั้น		
	$\chi^2$	df	Sig
n = 156			
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>			
1. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	4.513	2	0.105
2. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล เช่น ประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม/กรรมการ	1.245	2	0.537
3. มีรายการส่งเสริมการใช้บริการ เช่น แจกของสมนาคุณของที่ระลึก	1.337	2	0.513
<b>ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์)</b>			
1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินเชื่อของสหกรณ์	3.436	2	0.179
2. พนักงานสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ	4.305	2	0.116
3. พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	0.294	3	0.961
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการ	2.900	3	0.407
5. พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	1.642	2	0.44
<b>ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>			
1. ความมั่นคงของสหกรณ์	1.246	2	0.536
2. ความน่าเชื่อถือของกรรมการ	1.644	2	0.440
3. ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	0.003	2	0.999
4. วัตถุประสงค์ในการให้บริการแก่สมาชิก มีความทันสมัย	1.684	2	0.431
5. ความสะอาด เป็นระเบียบของสำนักงาน	0.621	2	0.733
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1. มีคำแนะนำ ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์อย่างชัดเจน ไม่ยุ่งยาก	1.088	2	0.580
2. ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว	1.948	2	0.377
3. ขั้นตอนการรับเงินกู้สะดวกรวดเร็ว	0.383	2	0.826

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์ และด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านราคา(อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ		
	ประเภทสินเชื่อ		
	ระยะปานกลาง		
	$\chi^2$	df	Sig
n = 156			
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์</b>			
1.วงเงินกู้/ให้สินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก			
1.1 ระยะสั้น (วงเงิน 100,000 บาท)	5.201	3	0.158
1.2 ระยะปานกลาง (วงเงิน 400,000 บาท)	7.515	2	0.023*
2.เอกสาร/หลักฐานประกอบการขอกู้/สินเชื่อที่เข้าใจ ใต้ง่าย ใช้งานง่าย	2.610	2	0.271
3.หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อเหมาะสมกับรูปแบบการขอสินเชื่อ			
3.1 ระยะสั้น (บุคคล หรือ อสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้จำนอง ต่อเจ้าหนี้คนอื่น)	4.203	2	0.122
3.2 ระยะปานกลาง (บุคคลหรืออสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้ จำนองต่อเจ้าหนี้คนอื่น)	3.611	2	0.164
4.ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้แต่ละประเภทมีความเหมาะสม			
4.1 ระยะสั้น 12 เดือน	1.171	2	0.557
4.2 ระยะปานกลาง 3 ปี	10.178	2	0.006*
<b>ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด)</b>			
1.อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม			
1.1 ระยะสั้น ร้อยละ 10	1.420	2	0.492
1.2 ระยะปานกลาง ร้อยละ 10	0.881	2	0.644

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ		
	ประเภทสินเชื่อ		
	ระยะปานกลาง		
	$\chi^2$	df	Sig
<b>ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์)</b>			
1.ขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว	7.227	2	0.027*
2.ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	4.047	2	0.132
3.สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบาย	6.598	2	0.037*
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>			
1.มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	2.549	2	0.28
2.การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล เช่น ประธานกลุ่ม กรรมการ เลขานุการกลุ่ม/	1.724	2	0.422
3.มีรายการส่งเสริมการใช้บริการ เช่น แจกของสมนาคุณของที่ระลึก	1.209	2	0.546
<b>ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์)</b>			
1.พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินเชื่อของสหกรณ์	7.33	2	0.026*
2.พนักงานสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ	4.438	2	0.109
3.พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความ กระตือรือร้นในการให้บริการ	1.278	3	0.734
4.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการ	2.710	3	0.438
5.พนักงานมีจำนวนเพียงพอกับการให้บริการ	2.322	2	0.313
<b>ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>			
1.ความมั่นคงของสหกรณ์	1.304	2	0.521
2.ความน่าเชื่อถือของกรรมการ	2.045	2	0.360
3.ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	0.224	2	0.894
4.วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิก มีความทันสมัย	4.733	2	0.094
5.ความสะอาด เป็นระเบียบของสำนักงาน	0.993	2	0.609
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1.มีคำแนะนำ ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์อย่างชัดเจน ไม่ยุ่งยาก	1.691	2	0.429
2.ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว	1.948	2	0.377
3.ขั้นตอนการรับเงินกู้สะดวกรวดเร็ว	1.400	2	0.496

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05



จากตารางที่ 4.27 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) และด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก วัตถุประสงค์ของการกู้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	n = 156		
	ธุรกิจสินเชื่อ		
	วัตถุประสงค์ของการกู้		
	$\chi^2$	df	Sig
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์</b>			
1.วงเงินกู้/ให้สินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก			
1.1 ระยะสั้น (วงเงิน 100,000 บาท)	5.133	3	0.162
1.2 ระยะปานกลาง (วงเงิน 400,000 บาท)	8.257	2	0.016*
2.เอกสาร/หลักฐานประกอบการขอกู้/สินเชื่อที่เข้าใจได้ง่ายใช้งานง่าย			
3.หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อเหมาะสมกับรูปแบบการของสินเชื่อ	3.205	2	0.201
3.หลักประกันการขอกู้/สินเชื่อเหมาะสมกับรูปแบบการของสินเชื่อ			
3.1 ระยะสั้น (บุคคล หรือ อสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้จำนองต่อเจ้าหนี้คนอื่น)	3.865	2	0.145
3.2 ระยะปานกลาง (บุคคลหรืออสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้ จำนองต่อเจ้าหนี้คนอื่น)	3.497	2	0.174
4.ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้แต่ละประเภทมีความเหมาะสม			
4.1 ระยะสั้น 12 เดือน	1.206	2	0.547
4.2 ระยะปานกลาง 3 ปี	11.021	2	0.004*
<b>ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด)</b>			
1.อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม			
1.1 ระยะสั้น ร้อยละ 10	2.952	2	0.229
1.2 ระยะปานกลาง ร้อยละ 10	0.433	2	0.805

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ธุรกิจสินเชื่อ		
	วัตถุประสงค์ของการกู้		
	$\chi^2$	df	Sig
<b>ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์)</b>			
1.ขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว	7.666	2	0.022*
2.ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	4.484	2	0.106
3.สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบาย	6.760	2	0.034*
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>			
1.มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ	2.988	2	0.224
2.การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล เช่น ประธานกลุ่ม เลขานุการกลุ่ม/กรรมการ	1.632	2	0.442
3.มีรายการส่งเสริมการใช้บริการ เช่น แจกของสมนาคุณของที่ระลึก	0.982	2	0.612
<b>ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์)</b>			
1.พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินเชื่อของสหกรณ์	6.928	2	0.031*
2.พนักงานสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ	4.902	2	0.086
3.พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	1.43	3	0.698
4.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการ	2.664	3	0.446
5.พนักงานมีจำนวนเพียงพอกับการให้บริการ	2.169	2	0.338
<b>ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>			
1.ความมั่นคงของสหกรณ์	1.439	2	0.487
2.ความน่าเชื่อถือของกรรมการ	2.234	2	0.327
3.ความน่าเชื่อถือของพนักงาน	0.201	2	0.904
4.วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิก มีความทันสมัย	4.622	2	0.099
5.ความสะอาด เป็นระเบียบของสำนักงาน	1.29	2	0.525
<b>ด้านกระบวนการ</b>			
1.มีคำแนะนำ ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์อย่างชัดเจน ไม่ยุ่งยาก	1.466	2	0.480
2.ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว	2.155	2	0.340
3.ขั้นตอนการรับเงินกู้สะดวกรวดเร็ว	1.191	2	0.551

\* หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) และด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และพบว่า ด้านราคา(อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

การมีส่วนร่วม ในการดำเนิน ธุรกิจสินเชื่อ	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด						
	ด้าน ผลิตภัณฑ์	ด้าน ราคา	ด้านช่องทาง การให้บริการ สินเชื่อ	ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	ด้าน บุคคล	ด้านการสร้างและ การเสนอลักษณะ ทางกายภาพ	ด้าน กระบวนการ
ความถี่ในการกู้ เงินระหว่างปี	-	/	/	-	/	-	-
การกู้เงิน	/	/	-	-	/	-	-
ประเภทสินเชื่อ ระยะสั้น	/	-	/	-	-	-	-
ประเภทสินเชื่อ ระยะปานกลาง	/	-	/	-	/	-	-
วัตถุประสงค์ของ การกู้	/	-	/	-	/	-	-

/ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิก

ตารางที่ 4.30 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ ในการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก จากแบบสอบถามปลายเปิด

ปัญหาอุปสรรค/ข้อเสนอแนะ	จำนวน
1. เจ้าหน้าที่ควรจะเร่งรัด ดำเนินการติดตามหนี้ค้างชำระ	7
2. ควรมีการพัฒนาบุคลากรของสหกรณ์และคณะกรรมการ	2
3. ควรที่จให้มีสินค้าบริการที่หลากหลาย	4
4. อยากให้ลดอัตราดอกเบี้ย	4
<b>รวม</b>	<b>17</b>

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จากการศึกษา ความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ และด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการ การบริหารงานของสหกรณ์ หรือ ฝ่ายจัดการ และเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ควรจะให้ความสำคัญในแต่ละปัจจัย อีกทั้ง เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ก็ควรจะมีวิธีการส่งเสริมโดยอาจจะแนะนำว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ควรให้ความสำคัญในเรื่องของ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ และด้านบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกได้นั้น จะเป็นส่วนหนึ่งในการกระตุ้น และตอบสนองต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ที่มากขึ้นได้

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินค้ากับสหกรณ์การเกษตร เมืองตาก จำกัด เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ สมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ที่มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินค้าระหว่างปีบัญชี 2559 – 2560 จำนวน 156 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรผ่าน โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์และประมวลผล โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป จึงขอนำเสนอสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### 1. สรุปผลการศึกษา

##### 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินค้ากับสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก พบว่าส่วนมากเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 58.33 เมื่อกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ พบว่าส่วนมากมีอายุระหว่าง 41- 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.95 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าส่วนมากมีการศึกษาระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 55.13 จำแนกตามรายได้ พบว่าส่วนมากมีรายได้ต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 53.85 จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก พบว่าส่วนมากมีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.74 และจำแนกตามการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จาก แหล่งต่าง ๆ พบว่าส่วนมากการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จาก แหล่งต่าง ๆ คือ จากเจ้าหน้าที่สหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 66.03

## 1.2 ระดับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก พบว่า ส่วนมากการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อระหว่างปี คือความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี กู้เงิน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 62.82 จำแนกตามจำนวนของการกู้เงิน พบว่า ส่วนมากกู้เงินจำนวนน้อยกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 60.26 จำแนกตามประเภทสินเชื่อ พบว่าส่วนมากจะใช้ประเภทสินเชื่อระยะสั้น คิดเป็นร้อยละ 79.49 และจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการกู้ พบว่าส่วนมากกู้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานในการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 79.49

## 1.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์ โดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) โดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) โดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.88

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) โดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.09

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ โดยรวมมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00

#### 1.4 ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์

1) ปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกความถี่ในการกู้เงินระหว่างปี พบว่า ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก จำนวนครั้งของการกู้เงิน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ประเภทสินเชื่อระยะสั้น พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์ และด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ประเภทสินเชื่อระยะปานกลาง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) และด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

6) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก วัตถุประสงค์ของการกู้ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) และด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษา การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

### 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

จากการศึกษาผลของความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก พบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิไลลักษณ์ ว่าวทอง (2556 : 54, 56) ที่ศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิก สหกรณ์การเกษตร สุกนิมิตรกระบือ จำกัด จังหวัดระนอง ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อปีของสมาชิก ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ แต่ทั้งนี้ ผลการศึกษาครั้งนี้ ยังมีความสอดคล้องกับ วิไล ชัดิมะ (2556 : 62) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์นิคมนครชุม จำกัด จังหวัด กำแพงเพชร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านรายได้ในครัวเรือนต่อปี และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ แต่พบว่า อายุของสมาชิกไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

สำหรับระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก พบว่า มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก ซึ่งสอดคล้องกับ วิไลลักษณ์ ว่าวทอง (2556 : 57) ที่ศึกษาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรสุกนิมิตรกระบือ จำกัด จังหวัดระนอง และพบว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

### 2.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก มีรายละเอียด ดังนี้

1) จากการศึกษปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์ ด้านราคา (อัตรดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด) ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์) และด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์) มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ประเมศวร์



ชูชาติ (2556 : 97) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ ข้าราชการสหกรณ์ จำกัด สังกัดหน่วยงานกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ ลูกเงิน สินเชื่อสามัญ และสินเชื่อพิเศษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ทั้งนี้ ผลการศึกษากครั้งนี้ ยังมีความสอดคล้องกับ เมธาพร ศรีสุวรรณ (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์โรงเรียนพยาบาลทักษิณ จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี จากการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการใช้บริการสินเชื่อ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างปลี่ยนเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อลูกเงิน ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อสามัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก ที่พบว่า การที่สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ ขึ้นอยู่กับ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก ดังนั้น ผู้จัดการ และ คณะกรรมการสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด ควรจะรักษาฐานลูกค้า การให้ความรู้ทางวิชาการ ด้านการเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร การลดต้นทุนการผลิตและการอบรมสร้างอาชีพเสริมนอกฤดูการผลิตเพื่อสร้างรายได้ให้แก่สมาชิก และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์เพิ่มมากขึ้น

ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิก จากการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ และด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ ทั้งนี้ จากผลการศึกษา ผู้จัดการ หรือคณะกรรมการสหกรณ์ ควรจะให้ความสนใจ และให้ความสำคัญ ในด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์ การให้สินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก เอกสารหลักฐานประกอบการขอกู้ สินเชื่อที่เข้าใจได้ง่ายใช้งานง่าย ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้ แต่ละประเภท ด้านราคา ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ การรักษามาตรฐานการให้บริการ และปรับปรุงแก้ไขให้เกิดการพัฒนา เช่น ขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิก การพัฒนาสถานที่จอดรถให้มีความสะอาด สะดวกสบาย และด้านบุคคล

พนักงานของสหกรณ์ควรจะได้รับการพัฒนาให้มีความรู้ ความสามารถ และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสเต็มใจให้บริการ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกได้

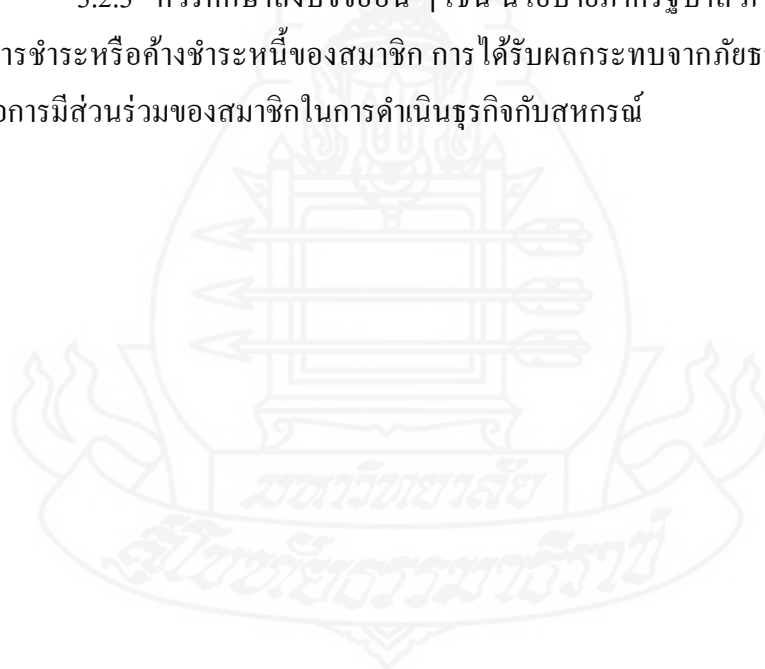
เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการแนะนำส่งเสริมสหกรณ์ หรือพัฒนาในด้านการส่งเสริม กระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ เช่น อายุระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม ก็ควรจะแนะนำให้เห็นความสำคัญของสมาชิก ในแต่ละระดับ ช่วงอายุ หรือรายได้ เพื่อให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมและร่วมมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ เป็นต้น

### 3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

3.2.1 ควรมีการศึกษาการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์กับสหกรณ์ในระดับเดียวกันว่ามีความแตกต่างอย่างไร มีปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมเพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อไป

3.2.2 ในการศึกษาอาจจะใช้สถิติที่ขั้นสูงมากขึ้น หรือการวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.3 ควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น นโยบายภาครัฐบาล ภาวะทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน การชำระหรือค้างชำระหนี้ของสมาชิก การได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ ซึ่งอาจจะมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์





บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2557, 2558, 2559). รายงานผลการสอบบัญชีและงบการเงินสหกรณ์  
การเกษตรเมืองตาก จำกัด.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2559). *อุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์*. วันที่สืบค้น 4 มิถุนายน  
2559, สืบค้นจาก <http://webhost.cpd.go.th/singburee/download/html>.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2559). *วัตถุประสงค์ของสหกรณ์การเกษตรและหลักเกณฑ์การจัดตั้ง  
สหกรณ์การเกษตร โดยทั่วไป*. วันที่สืบค้น 4 มิถุนายน 2559, สืบค้น  
จาก <http://webhost.cpd.go.th/rlo/agriculture.html>.
- โกวิท พวงงาม. (2545). *การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน*. ม.ป.ท. วันที่สืบค้น 12 พฤษภาคม  
2560, สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/482092>.
- ณเพชรดา สายแก้ว. (2557). *การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการทำธุรกิจกับสหกรณ์การเกษตรคลอง  
น้ำเขียว จำกัด จังหวัดสระแก้ว (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ธีระพงษ์ แก้วหาญ. (2543). *ขั้นตอนและระดับของการมีส่วนร่วม*. วันที่สืบค้น 4 มิถุนายน 2559,  
สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/482092>.
- ธีรยุทธ ชุมนวล. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจขายน้ำยางพาราสดของสมาชิกสหกรณ์  
กองทุนสวนยางบ้านควนเนียง จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี (การศึกษาค้นคว้าอิสระ  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,  
นนทบุรี.
- ประเมศวร์ ชูชาติ. (2556). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ข้าราชการ  
สหกรณ์ จำกัด (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้  
ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ประพันธ์พงศ์ ชินพงษ์. (2551). *ความหมายของการมีส่วนร่วม*. วันที่สืบค้น 4 มิถุนายน 2559,  
สืบค้นจาก <http://hrm.ru.ac.th/file/research/005-5.pdf>.
- ฤทัย เตชะบูรณเทพาภรณ์. (2554). *แรงจูงใจ และปัจจัยทางการตลาดบนเฟซบุค (Facebook) ที่มีผล  
ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วันที่สืบค้น  
2 กันยายน 2560, สืบค้นจาก  
[http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/449/1/ruta\\_taec.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/449/1/ruta_taec.pdf).

- เพลินทิพย์ โกเมศโสภณ. (2559). การจัดการการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 5). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วิไล ชัดิมะ. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์นิคม นครชุม จำกัด จังหวัดกำแพงเพชร (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- มนต์ปรีชา ระวังศรี. (2557). การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรวังน้ำเย็น จำกัด จังหวัดสระแก้ว (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- วิไลลักษณ์ ว้าวทอง. (2557). การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรศุภนิมิตกระบือ จำกัด จังหวัดระนอง. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552: 80-81) ส่วนประมวลทางการตลาด. วันที่สืบค้น 4 มิถุนายน 2559, สืบค้นจาก <http://spsstheis.blogspot.com/>.
- ศิลป์ชัย ขุนรอง. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคร้านสหกรณ์โรงพยาบาลสุราษฎร์ธานี จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- สันติชัย เอื้องประสิทธิ์. (2551). ความหมายของการมีส่วนร่วม. วันที่สืบค้น 4 มิถุนายน 2559, สืบค้นจาก <http://hrm.ru.ac.th/file/research/005-5.pdf>.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

**แบบสอบถาม**  
**เรื่อง การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ**  
**ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด**  
**จังหวัดตาก**

-----

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด จังหวัดตาก โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อกับสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาด กับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด อีกทั้ง ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิก

อนึ่ง การศึกษาในครั้งนี้เพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระของนางสาวจุรีรัตน์ วงเวียน นักศึกษาปริญญาโท แผนกวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช คำตอบที่ได้จากแบบสอบถามนำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลรายบุคคล ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความอนุเคราะห์และเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก
- ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ
- ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด
- ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ให้ตรงกับข้อมูลลักษณะบุคคลของท่าน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิก

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

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

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา  4. อนุปริญญา/ปวส.  
 2. มัธยมศึกษาตอนต้น  5. ปริญญาตรีหรือสูงกว่า  
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

4. รายได้ (ต่อเดือน)

1. ไม่เกิน 5,000 บาท  4. 15,001 - 20,000 บาท  
 2. 5,001 -10,000 บาท  5. 20,001 บาท ขึ้นไป  
 3. 10,001 -15,000 บาท

5. ระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์

1. น้อยกว่า 5 ปี  4. 16 - 20 ปี  
 2. 6 - 10 ปี  5. 20 ปี ขึ้นไป  
 3. 11 - 15 ปี

6. การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์จากแหล่งต่าง ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. สมาชิกสหกรณ์ด้วยกัน  5. บอร์ดประชาสัมพันธ์  
 2. เจ้าหน้าที่สหกรณ์  6. การอบรมให้ความรู้ประจำปีแก่สมาชิก  
 3. การประชุมใหญ่สามัญประจำปี  7. อื่น ๆ (โปรดระบุ

.....)

4. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์



ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อ

ปีที่ผ่านมาท่านได้กู้เงินกี่ครั้ง  1 ครั้ง  2 ครั้ง  3 ครั้ง

- กู้เงินจำนวน  1. น้อยกว่า 100,000 บาท
2. 100,001 – 200,000 บาท
3. 200,001 – 300,000 บาท
4. 300,001 – 400,000 บาท
5. 400,001 – 500,000 บาท

ประเภทสินเชื่อ (ตอบได้มากกว่า 1)  1.ระยะสั้น  2.ระยะปานกลาง

วัตถุประสงค์ของการกู้ (ตอบได้มากกว่า 1)

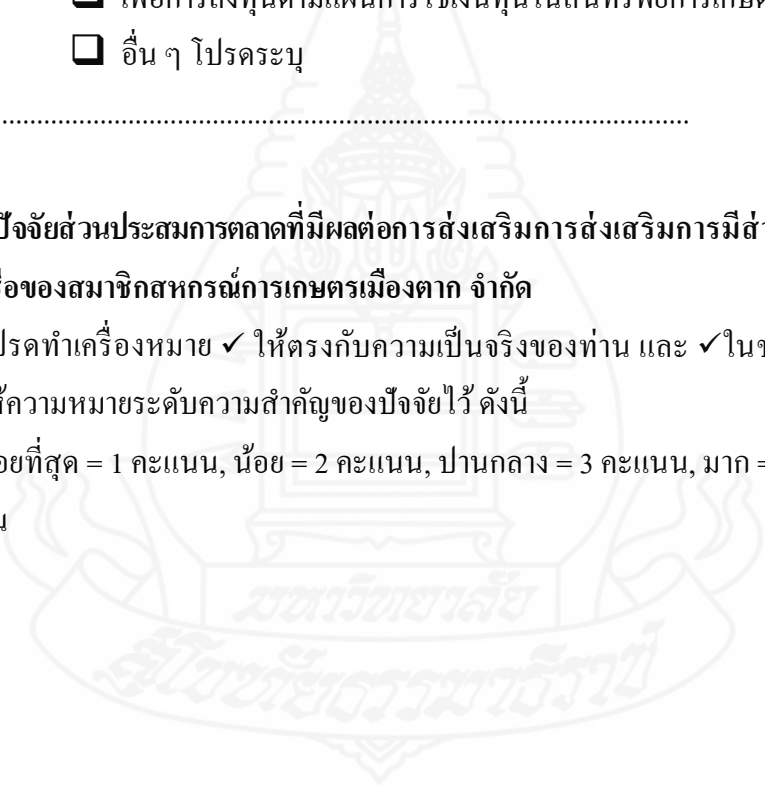
- เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายดำเนินงานในการเกษตร
- เพื่อการลงทุนตามแผนการใช้เงินทุนในสินทรัพย์การเกษตร
- อื่น ๆ โปรดระบุ

.....

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการส่งเสริมการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ให้ตรงกับความเป็นจริงของท่าน และ ✓ ในช่องคะแนนหมายเลข 1 – 5 ซึ่งให้ความหมายระดับความสำคัญของปัจจัยไว้ ดังนี้

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



ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ของสมาชิกสหกรณ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
ด้านผลิตภัณฑ์ สินเชื่อของสหกรณ์					
1. วงเงินกู้/ให้สินเชื่อที่ตรงกับความต้องการของสมาชิก					
1.1 ระยะสั้น (วงเงิน 100,000 บาท)					
1.2 ระยะปานกลาง (วงเงิน 400,000 บาท)					
2. เอกสาร/หลักฐานประกอบการขอกู้/สินเชื่อที่เข้าใจ ได้ ง่าย ใช้งานง่าย					
3.1 ระยะสั้น (บุคคล หรือ อสังหาริมทรัพย์ที่ไม่ได้ จำนองต่อเจ้าหนี้อื่น)					
3.2 ระยะปานกลาง (บุคคล หรือ อสังหาริมทรัพย์ที่ ไม่ได้จำนองต่อเจ้าหนี้อื่น)					
4. ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้แต่ละประเภทมี ความเหมาะสม					
4.1 ระยะสั้น 12 เดือน					
4.2 ระยะปานกลาง 3 ปี					
ด้านราคา (อัตราดอกเบี้ยที่สหกรณ์กำหนด)					
1. อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ของสมาชิกสหกรณ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
1.1 ระยะสั้น ร้อยละ 10					
1.2 ระยะปานกลาง ร้อยละ 10					
<b>ด้านช่องทางการให้บริการสินเชื่อ (สถานที่/ การให้บริการเงินกู้ของสหกรณ์)</b>					
1.ขั้นตอนในการให้สินเชื่อที่รวดเร็ว					
2.ระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม					
3.สถานที่จอดรถมีความสะดวกสบาย					
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
1.มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ					
2.การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลเช่น ประธานกลุ่ม /เลขานุการกลุ่ม/กรรมการ					
3.มีรายการส่งเสริมการใช้บริการ เช่น แจกของ สมนาคุณ ของที่ระลึก					

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผล ต่อการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในธุรกิจสินเชื่อ ของสมาชิกสหกรณ์	ระดับความสำคัญของปัจจัย				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
<b>ด้านบุคคล (พนักงานของสหกรณ์)</b>					
1.พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในสินเชื่อของสหกรณ์					
2.พนักงานสามารถตอบคำถามได้อย่างถูกต้องตามความต้องการ					
3.พนักงานให้บริการได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
4.พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดียิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจให้บริการ					
5.พนักงานมีจำนวนเพียงพอกับการให้บริการ					
<b>ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>					
1.ความมั่นคงของสหกรณ์					
2.ความน่าเชื่อถือของกรรมการ					
3.ความน่าเชื่อถือของพนักงาน					
4.วัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการแก่สมาชิก มีความทันสมัย					
5.ความสะอาด เป็นระเบียบของสำนักงาน					
<b>ด้านกระบวนการ</b>					
1.มีคำแนะนำ ขั้นตอนการให้บริการของสหกรณ์อย่างชัดเจน ไม่ยุ่งยาก					
2.ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อรวดเร็ว					
3.ขั้นตอนการรับเงินกู้สะดวกรวดเร็ว					

**ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิก**

ท่านมีปัญหา/อุปสรรค ในการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจกับสหกรณ์ หรือมี  
ข้อเสนอแนะ ในการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรเมืองตาก จำกัด อย่างไรโปรดระบุ

**ปัญหา อุปสรรค**

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

**ข้อเสนอแนะ**

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

ขอขอบคุณที่ร่วมตอบแบบสอบถาม



## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นางสาวจุรีรัตน์ วงเวียน
วัน เดือน ปี	22 มิถุนายน 2529
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปีพุทธศักราช 2551
สถานที่ทำงาน	สำนักงานสหกรณ์จังหวัดตาก
ตำแหน่ง	นักวิชาการสหกรณ์ปฏิบัติการ

