

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร  
เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด  
กรณีศึกษาในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

นายภักดี บุญการินทร์



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาสหกรณ์ สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2554

**Factors Affecting Members' Decision to Use the Service of Lamphun BAAC  
Customers' Agricultural Cooperative Marketing Ltd, A Case Study of  
Tambol Pasak Lamphun Province.**

**Mr. Pakdee Boongarin**

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

School of Agricultural Extension and Cooperatives

Sukhothai Thammathirat Open University

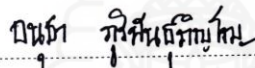
2011


หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์  
การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด กรณีศึกษา ในเขตพื้นที่  
ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

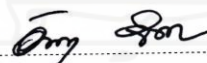
ชื่อและนามสกุล นายภักดี บุญการินทร์  
แขนงวิชา สหกรณ์  
สาขาวิชา ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2555

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

  
..... ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ)

  
.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา จิตตลดากร)  
ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์

**ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ** การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร  
เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด กรณีศึกษา ในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก  
อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

**ผู้ศึกษา** นายภักดี บุญการินทร์ **รหัสนักศึกษา** 2539002366 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สหกรณ์)

**อาจารย์ที่ปรึกษา** รองศาสตราจารย์ ดร. อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ **ปีการศึกษา** 2554

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร  
เพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการของสหกรณ์  
การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด

วิธีการศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างสมาชิก  
สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัด  
ลำพูน จำนวน 177 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิงที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของ  
สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด มีผลต่อการตัดสินใจในระดับค่อนข้างสูง ด้านราคา  
ได้แก่ ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไป ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป ราคาพิเศษส่งตรงจาก  
ผู้ผลิตเท่ากับต้นทุน ตามลำดับ ด้านช่องทางการบริการได้แก่ การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์ การติดต่อผ่าน  
พนักงานประจำหน่วย และการติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วย ด้านผลิตภัณฑ์ได้แก่ ขยายไฮสตรวง ชื่อ  
ปุ๋ยมาจำหน่าย ชื่อจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่าย ตามลำดับ ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ บริการจัดส่งถึงที่  
ด้านบุคลากร ได้แก่ การให้บริการด้วยความถูกต้อง ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของ  
เจ้าหน้าที่สหกรณ์ ความสามารถในการตอบข้อซักถามข้อสงสัยและให้คำแนะนำช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่สหกรณ์  
ความเสมอภาคในการให้บริการ ด้านสถานที่ตั้ง สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของ  
ฝ่ายต่างๆชัดเจน ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ บริเวณที่ให้บริการ ตามลำดับ ด้านระบบการให้บริการ ความรวดเร็ว  
ในการให้บริการ การจัดลำดับ ก่อน-หลังในการให้บริการ ด้านข้อมูลข่าวสาร มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อ  
สมาชิกเข้าไปใช้บริการ สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ ปัจจัยที่มี  
ความสัมพันธ์การให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ได้แก่ แบบฟอร์มการกู้  
เงิน โบนัสราคาสินค้า การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์  
สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้  
บริการ

**คำสำคัญ** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด

**Independent Study title:** Factors Affecting Members' Decision to Use the Service of Lamphun BAAC Customers' Agricultural Cooperative Marketing Ltd, A Case Study of Tambol Pasak Lamphun Province.

**Author:** Mr. Pakdee Boongarin; **ID:** 2539002366;

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

**Independent Study advisor:** Dr. Anucha Puripunpinyoo, Associate Professor;

**Academic year:** 2011

### Abstract

The study objectives were focused on 1) to study individual factor of member the Cooperative of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Customers for Marketing Ltd 2) to study the factors that effected members' decision on cooperatives service.

The study methodology was applied primary data by questionnaire as the tool for data collecting. Samples were collected from the area of Tumbol Pasak, Lamphun Province with the sample size of 177 persons. The descriptive statistics was applied such as frequency, percentage, aromatics mean, as well as standard deviation. The inferential statistics was implemented such as regression analysis.

The study showed that the marketing mix had influence on the cooperatives member with the high level. For the price, the cooperatives price was higher than the cost but still lower than market price. The special price that order directly from the manufacturing was equal to the market price. For the service channel, there were a direct communication between members and cooperatives, members and the officers of service unit, For the product, there were longan selling, fertilizer selling, agricultural chemical selling, For the marketing promotion, there were delivery service, For the cooperative staff, there were accurate service, gentle service, kindness of officer service, equality of service For the location, the cooperative could have the sign to give members' information, parking lot service. For the service aspect, the members needed the first-in-first out service as well as the useful additional information whenever the members received the service from cooperatives. Factors that affected on the cooperatives members were the loan requirement form, the price list paper work, the uniform and dressing of officers, officer's personality, as well as the internal and external environment. The additional information were required from the cooperatives members.

**Keywords:** Factors affected on Service Need, Cooperatives of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives for Marketing Customers. Lamphun Province

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.อนุชา ภูริพันธุ์ภิญโญ และรองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าอิสระ ตลอดจนอาจารย์แขนงวิชาสหกรณ์อีกหลายท่าน ซึ่งได้กรุณาให้ความรู้คำแนะนำ คำปรึกษาตลอดจนตรวจสอบแก้ไขเพื่อให้ได้รายงานที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ในเนื้อหาและมีคุณค่าควรแก่การนำไปเป็นแนวทางการพัฒนา การดำเนินงานของสหกรณ์ เครดิตยูเนียนต่อไป ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านอาจารย์มา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาต้องขอขอบพระคุณผู้บังคับบัญชาทุกระดับชั้นของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาลำพูนในความกรุณา และประธานกรรมการ และฝ่ายจัดการ ตลอดจนสมาชิกของสหกรณ์สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ซึ่งผู้ศึกษาได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ รวมถึงเพื่อนนักศึกษา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่คอยติดตามให้ความช่วยเหลือ จนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยให้การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ ผู้เขียนหวังว่าการค้นคว้าอิสระครั้งนี้คงมีประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจจะศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเช่นเดียวกันนี้ต่อไป

ภักดี บุญการินทร์

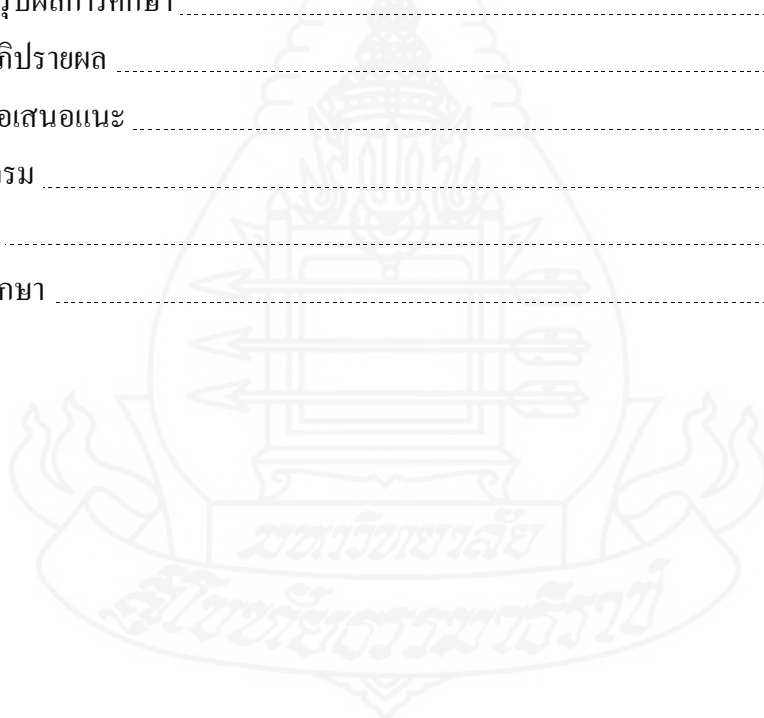
พฤษภาคม 2555

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ท
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	3
กรอบแนวคิดการศึกษา .....	4
ขอบเขตการศึกษา .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	8
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ และประวัติสหกรณ์ .....	8
ประวัติการก่อตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และ ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. (สกต.).....	24
บริบทของสหกรณ์สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด .....	34
ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล .....	36
การศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด .....	37
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา .....	47
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	47
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา .....	49
วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล .....	50
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	51

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา .....	52
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกของสหกรณ์การเกษตร เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด .....	52
ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด .....	55
ตอนที่ 3 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการใช้บริการของสมาชิก สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด .....	69
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ .....	145
สรุปผลการศึกษา .....	146
อภิปรายผล .....	146
ข้อเสนอแนะ .....	148
บรรณานุกรม .....	150
ภาคผนวก .....	153
ประวัติผู้ศึกษา .....	160





สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 ผลการดำเนินงานเบื้องต้น .....	35
ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาตามจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น ในแต่ละหมู่บ้านในเขตตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน .....	48
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก .....	52
ตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจจัดหาสินค้าประเภทการเกษตร.....	55
ตารางที่ 4.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจรวบรวมผลิตผล.....	60
ตารางที่ 4.4 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ .....	62
ตารางที่ 4.5 ปัจจัยด้านราคาของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด.....	63
ตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านราคาของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด.....	65
ตารางที่ 4.7 ปัจจัยด้านช่องทางบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด .....	65
ตารางที่ 4.8 ปัจจัยด้านช่องทางบริการของสหกรณ์การเกษตร เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด .....	66
ตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์การเกษตร เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด .....	67
ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์การเกษตร เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด.....	68
ตารางที่ 4.11 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านระบบการให้บริการ .....	69
ตารางที่ 4.12 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ด้านระบบการให้บริการ .....	72
ตารางที่ 4.13 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านบุคลากร .....	73
ตารางที่ 4.14 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านบุคลากร .....	76
ตารางที่ 4.15 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์ .....	77

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์ .....	80
ตารางที่ 4.17 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิก ด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ .....	81
ตารางที่ 4.18 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ .....	83
ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์คือ ซื้อปุ๋ยมาจำหน่าย .....	84
ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อปุ๋ยมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ .....	85
ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์คือ การจัดหาเคมีเกษตรมาจำหน่าย .....	87
ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การจัดหาเคมีเกษตรมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ .....	87
ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์คือ อาหารสัตว์มาจำหน่าย .....	89
ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้ออาหารสัตว์มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ .....	90
ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์คือ พันธุ์พืชมาจำหน่าย .....	92
ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อพันธุ์พืชมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ .....	92
ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปร เกณฑ์ซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่าย .....	94
ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ .....	95

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ซื้อข้าวสารมาจำหน่าย .....	97
ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อข้าวสาร มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ .....	98
ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ซื้อปลายข้าว,สินค้ำเกษตร,เศษวัสดุมาจำหน่าย .....	99
ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อปลายข้าว,สินค้ำเกษตร,เศษวัสดุมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์.....	100
ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ซื้อผลไม้มาจำหน่าย.....	102
ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อผลไม้มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ .....	102
ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ซื้อเครื่องไฟฟ้ามาจำหน่าย .....	104
ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์.....	104
ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคจำหน่าย .....	106
ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่าย เป็นตัวเกณฑ์ .....	107
ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่าย .....	109
ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์.....	109
ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายลำไยสดร่วง.....	111
ตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายลำไยสดร่วงเป็นตัวเกณฑ์.....	111

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายลำไยสดช่อ.....	113
ตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายลำไยสดช่อเป็นตัวเกณฑ์.....	114
ตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายลำไยอบแห้ง.....	116
ตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายลำไยอบแห้งเป็นตัวเกณฑ์.....	116
ตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายข้าวโพด.....	118
ตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายข้าวโพดเป็นตัวเกณฑ์.....	118
ตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ การขายมันสำปะหลัง.....	120
ตารางที่ 4.50 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายมันสำปะหลังเป็นตัวเกณฑ์.....	121
ตารางที่ 4.51 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้า.....	123
ตารางที่ 4.52 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปเป็นตัวเกณฑ์.....	123
ตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป.....	125
ตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไปเป็นตัวเกณฑ์.....	125
ตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ ราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุน.....	127
ตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ ราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุน เป็นตัวเกณฑ์.....	128
ตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์.....	130

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์เป็นตัวเกณฑ์ .....	130
ตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วย.....	132
ตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วยเป็นตัวเกณฑ์.....	134
ตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วย.....	135
ตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วยเป็นตัวเกณฑ์ .....	135
ตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ บริการจัดส่งถึงที่ .....	137
ตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ บริการจัดส่งถึงที่เป็นตัวเกณฑ์.....	138
ตารางที่ 4.65 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ซื้อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมาก.....	140
ตารางที่ 4.66 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ซื้อ ราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมากเป็นตัวเกณฑ์.....	140
ตารางที่ 4.67 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ การจัดโปรโมชันพิเศษประจำโดย ลด,แลก,แถม .....	142
ตารางที่ 4.68 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ การจัดโปรโมชันพิเศษประจำโดย ลด,แลก,แถมเป็นตัวเกณฑ์.....	143

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา .....	4
ภาพที่ 2.1 แผนผังโครงสร้าง สกต. และองค์กรแวดล้อมของสหกรณ์การเกษตร เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ปี พ.ศ. 2547 .....	28
ภาพที่ 2.2 โครงสร้างองค์การของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด .....	32



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมไทยในอดีตเป็นสังคมที่ไม่ซับซ้อนสามารถพึ่งพาตนเองได้ค่อนข้างสมบูรณ์จากฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ผ่านภูมิปัญญาที่มีและพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องไปสู่การผลิตอาหาร การแปรรูปอาหารและเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการอุปโภคบริโภคของชุมชน แต่เมื่อได้มีการติดต่อกับต่างประเทศมากขึ้น ได้เรียนรู้และนำเอาแนวคิดการพัฒนาจากประเทศตะวันตกเข้ามาใช้ โดยเฉพาะแนวคิดเศรษฐกิจทุนนิยมที่เน้นการแข่งขันทำ และการรวมศูนย์การผลิต ชุมชนภายใต้กระแสการพัฒนาดังกล่าวต้องเผชิญปัญหาอย่างรุนแรงและกลายเป็นชุมชนที่อ่อนแอพึ่งพาตนเองไม่ได้ ก่อให้เกิดปัญหาด้านการผลิตและด้านการตลาดของชุมชน นำไปสู่ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมมากมาย และในที่สุดก็นำไปสู่ความอ่อนแอและล่มสลายของชุมชน

พ.ศ. 2509 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร
- 2) ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม
- 3) ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงินเพื่อพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใด ที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร หรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูป และการตลาด หรือเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต
- 4) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์ เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์

ในปี พ.ศ.2523 ช.ก.ส. ได้เข้าช่วยเหลือเกษตรกรในการแก้ไขปัญหาที่ต้องซื้อวัสดุอุปกรณ์การเกษตรในราคาสูงคุณภาพต่ำ และในทางกลับกันการจำหน่ายผลผลิตกลับได้ในราคาต่ำ โดย ช.ก.ส.ทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้เกษตรกรลูกค้าสามารถซื้อวัสดุอุปกรณ์การเกษตรจากผู้ผลิตหรือผู้แทนจำหน่ายโดยตรง และในราคาที่เป็นการจําหน่ายผลิตผลการเกษตร ช.ก.ส. ได้สนับสนุนให้เกษตรกรลูกค้ารวบรวมผลผลิต ตลอดจนช่วยเหลือในการต่อรองราคาซึ่งปรากฏผลเป็นที่พอใจของเกษตรกรลูกค้า

อย่างไรก็ตามการช่วยเหลือจาก ช.ก.ส. ดังกล่าว แม้ว่าจะช่วยแก้ปัญหาได้ในระดับหนึ่ง แต่ก็ยังไม่ก่อให้เกิดจิตสำนึกในการให้ความร่วมมือร่วมใจผนึกกำลังให้เป็นปึกแผ่นในการสร้างอำนาจต่อรองที่แท้จริง ซึ่งเป็นพื้นฐานในการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ช.ก.ส. จึงเห็นว่าเกษตรกรลูกค้าจำเป็นต้องมีสถาบันเป็นของตนเอง จึงได้ร่วมกันกับ กรมส่งเสริมสหกรณ์ และกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ สนับสนุนและช่วยเหลือให้เกษตรกรลูกค้า ช.ก.ส. ตั้งสหกรณ์การเกษตรขึ้น เพื่อทำหน้าที่ดำเนินธุรกิจด้านการซื้อการขายแทนเกษตรกรลูกค้า ช.ก.ส. และเกิดอำนาจต่อรองในทางการค้า เรียกว่า สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส. หรือเรียกโดยย่อว่า “สกต.” ปัจจุบันมี สกต.รวมทั้งสิ้น 75 แห่งทั่วประเทศ

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส. ลำพูน จำกัด เป็นหนึ่งในจำนวนสหกรณ์ทั้งหมดที่มีอยู่ในขณะนี้ มีที่ตั้งอยู่เลขที่ 19 ถนนวังขวา ตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2511 เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2534 โดยใช้ชื่อว่าสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส.ลำพูน จำกัด และมีชื่อภาษาอังกฤษว่า LAMPHUN AGRICULTURAL MARKETING CO-OPERATIVE LIMITED (AMC) ประเภทสหกรณ์การเกษตร เลขทะเบียนที่ ก.014634 โดยเริ่มดำเนินการรับสมัครสมาชิกตั้งแต่วันที่ 13 กันยายน 2534 โดยเริ่มประชุมใหญ่สามัญครั้งแรกเมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2534 ได้ดำเนินการในเขตท้องที่ทุกอำเภอในจังหวัดลำพูน และในเขตตำบลแม่ทา อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 51,604 คน มีคณะกรรมการดำเนินการจำนวน 10 คน มีพนักงานทั้งหมด 11 คน มีทุนเรือนหุ้นจำนวน 3,109,650 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท ชำระเต็มแล้ว มีมูลค่าเป็นเงิน 31,096,500.00 บาท สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส. ลำพูน จำกัด ได้ดำเนินงานและทำธุรกิจกับสมาชิก โดยการให้สินเชื่อ ร่วมกันผลิต ร่วมกันซื้อ ร่วมกันขาย ร่วมกันแก้ไขปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเปิดโอกาสให้สมาชิกได้ช่วยเหลือตนเองตามกำลังความสามารถ ซึ่งสมาชิกทั้งหมดจะผ่านการสอบสวนและขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรแล้ว เป็นเจ้าของสหกรณ์ หากสมาชิกสหกรณ์มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติของ



คณะกรรมการ ตระหนักในการมีส่วนร่วมการเป็นเจ้าของ และแนวทางในการปฏิบัติงานที่ถูกต้องร่วมกัน จะส่งเสริมพัฒนากิจการของสหกรณ์ให้มีความเจริญก้าวหน้าและเติบโตขึ้นเป็นลำดับภายใต้การบริหารจัดการโดยคณะกรรมการดำเนินการโดยยึดหลักการ อุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสมาชิก ธุรกิจหลักของสหกรณ์ได้แก่ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่ายและรวบรวมผลผลิต โดยสหกรณ์ได้ร่วมกับ

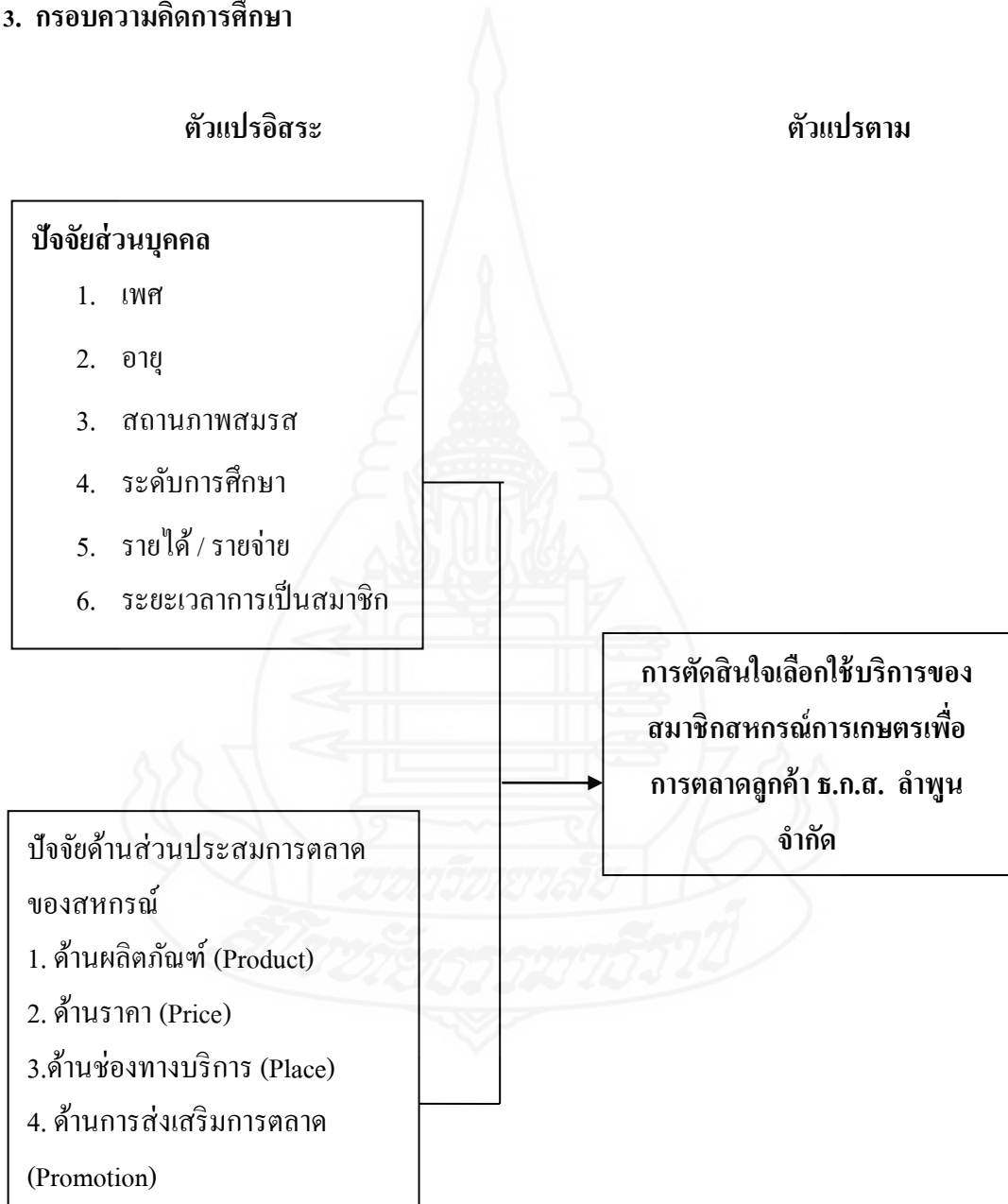
ร.ก.ส. และห้างร้านต่างๆ จัดหาวัสดุการเกษตรมาจำหน่าย ตามความต้องการของสมาชิก และรวบรวมผลผลิตจากสมาชิก สิ้นสุดปีบัญชี 31 มีนาคม 2554 มีสหกรณ์ได้มีการซื้อและรวบรวมระหว่างปีเป็นเงิน 405,856,713.33 บาท ขายระหว่างปีเป็นเงิน 408,493,119.35 บาท และสหกรณ์มีรายได้เฉพาะธุรกิจเป็นจำนวนเงิน 814,046.07 บาท รายได้อื่นๆเป็นจำนวนเงิน 279,512.73 บาท รวมมีรายได้ทั้งหมด 3,729,964.82 บาท มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเฉพาะธุรกิจ เป็นเงิน 1,502,007.97 บาท ค่าใช้จ่ายดำเนินงานเป็นเงิน 1,561,173.58 บาท รวมค่าใช้จ่ายเป็นเงิน 3,063,181.55 บาท ผลกำไรสุทธิเป็นเงิน 666,783.27 บาท

จากข้อมูลสหกรณ์จะเห็นได้ว่าสมาชิกมาใช้บริการของสหกรณ์จำนวนน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับทุนที่มีอยู่และผลกำไรที่ได้ดำเนินงานผ่านมา ทำให้การปันผลให้แก่สมาชิกแต่ละรายได้ไม่มากก่อให้เกิดการขาดความร่วมมือและช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการ อุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์ ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันกันสูงโดยเป็นการแข่งขันทางด้านต้นทุนการให้บริการ และแข่งขันด้านคุณภาพ ในสถานะเช่นนี้ สกต.ลำพูน จำกัด จำเป็นต้องมีการพัฒนาคุณภาพขององค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสิ่งที่คุณค่าต้องการในการที่จะมาใช้บริการคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านระบบการบริการที่ดี ความสะดวกสบายในด้านสถานที่ ตลอดจนการให้บริการของพนักงาน เนื่องจากปัจจุบันสมาชิกมีทางเลือกมากขึ้น ดังนั้นในฐานะที่เป็นพนักงานของธนาคารที่มีส่วนร่วมในการกำกับดูแล จึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ร.ก.ส.ลำพูน จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการของสหกรณ์ การพัฒนาคุณภาพขององค์กรในทุกๆ ด้าน และเพื่อเป็นข้อมูลสารสนเทศเบื้องต้นในด้านธุรกิจและบริการให้มีประสิทธิภาพเพื่อเกิดประโยชน์สูงสุด และสมาชิกพึงพอใจ

## 2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ร.ก.ส.ลำพูน จำกัด กรณีศึกษา ในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด
3. กรอบแนวคิดการศึกษา



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการศึกษา

### 3. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด กรณีศึกษา ในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน ผู้ศึกษากำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาเฉพาะในส่วนของลักษณะการดำเนินธุรกิจด้านการจัดซื้อธุรกิจจัดหาสินค้า ธุรกิจรวบรวม และผลการดำเนินงานของสหกรณ์ และปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด เท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด ในเขตการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาลำพูน เฉพาะสมาชิกที่อยู่ในตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน ซึ่งมีจำนวนสมาชิกอยู่ทั้งหมดจำนวน 320 คน สุ่มมาเป็นตัวอย่างใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{320}{1 + 320(0.05)^2} = \frac{320}{1.8} = 177 \text{ คน}$$

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษานี้มุ่งเน้นเฉพาะการให้บริการของสหกรณ์ในรอบปีบัญชีปี 2549 ถึง ปี 2553 โดยใช้เวลาในการศึกษาในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 – พฤษภาคม พ.ศ. 2555

### 4. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด

5.2 สกต. หมายถึง ชื่อย่อของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด

5.3 สมาชิก หมายถึง สมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด

5.4 คณะกรรมการ หมายถึง คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด

5.5 เจ้าหน้าที่ หมายถึง เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด ที่ทำหน้าที่ในการปฏิบัติงานในด้านการบริการ มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ความชำนาญสามารถให้คำปรึกษาแนะนำได้อย่างชัดเจนและแม่นยำ

มีความซื่อสัตย์ ความกระตือรือร้น เอาใจใส่ มีบุคลิกภาพ การแต่งกาย มีอัธยาศัย สุภาพอ่อนน้อม และมีมนุษยสัมพันธ์ บริการด้วยความเสมอภาค รวมถึงการปฏิบัติงานในด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อบริการและอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกสหกรณ์

**5.6 ธนาकार** หมายถึง ธนาकारเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

**5.7 ธ.ก.ส.** หมายถึง ชื่อย่อของธนาकारเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

**5.8 ธุรกิจของสหกรณ์** หมายถึง การจัดหาวัสดุอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่ายและรวบรวมผลผลิต ของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ทำธุรกิจกับสมาชิก

**5.9 การตัดสินใจ** หมายถึง การเลือกกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ของสมาชิก จากประสบการณ์ การรับรู้ การเรียนรู้และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ มาประกอบในการตัดสินใจ

**5.10 การเลือกใช้** หมายถึง การที่สมาชิกค้นหา เลือกใช้บริการในธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด รวมถึงการบริการที่สมาชิกได้รับหรือพึงจะได้รับ และคาดว่าจะสนองความต้องการของสมาชิก

**5.11 ผลลัพธ์** หมายถึง ประเภทของธุรกิจสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ได้แก่ การรวมซื้อ การรวมขาย และการรวบรวมผลผลิตของสมาชิกทั้งที่เป็นผลผลิตจากการเกษตรโดยตรง หรือผลผลิตที่ได้จากการแปรรูป

**5.12 บริการ** หมายถึง การดำเนินการต่าง ๆ เพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่สมาชิก ในด้านการให้บริการธุรกิจได้แก่ การจัดส่งสินค้า ใบเสนอสินค้า การรับสินค้ารวดเร็วและตรงเวลา ถูกต้องตามที่สมาชิกต้องการ บริการตามลำดับของสมาชิกที่มาติดต่อ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการอำนวยความสะดวกในด้านอื่น ๆ เช่น น้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ ให้เป็นที่ประทับใจและพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์

**5.13 สถานที่** หมายถึง ทำเลที่ตั้ง บริเวณการให้บริการธุรกิจ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก กว้างขวาง สะอาดตา ทันสมัย สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย การจัดแบ่งเนื้อที่การให้บริการ ป้ายแสดงหน้าที่ของแต่ละฝ่ายพร้อมป้ายชื่อผู้รับผิดชอบ แผนภาพแสดงขั้นตอนและระยะเวลาในการให้บริการ ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ รวมถึงเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก และปลอดภัยสำหรับสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

**5.14 ภาพลักษณ์** หมายถึง ความมั่นคง ความน่าเชื่อถือของสหกรณ์ ซึ่งประกอบไปด้วยการจัดสัมมนา ทัศนศึกษาสมาชิกนอกสถานที่ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อพบปะสมาชิก

การช่วยเหลือสาธารณะ เช่น การประสพภัยพิบัติตามธรรมชาติ การบริจาคเงินสนับสนุนกิจกรรมของหน่วยงานบริการพิเศษ

#### 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกมีผลต่อการเลือกใช้บริการ
2. สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด ทราบปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการ
3. สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด นำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางและปรับใช้ในบริการธุรกิจ



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด เพื่อให้เกิดความกระจ่างในปัญหาและการดำเนินการศึกษา ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเรียงลำดับ ได้แก่

1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์
2. แนวคิดและหลักการดำเนินธุรกิจ
3. บริบทของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเรื่องสหกรณ์

##### ประวัติศาสตร์สหกรณ์ในประเทศไทย

การสหกรณ์ในประเทศไทย มีมูลเหตุสืบเนื่องมาจาก เมื่อประเทศไทยได้เริ่มมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศ มากขึ้นในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ระบบเศรษฐกิจของชนบทก็ค่อยๆ เปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจแบบเพื่อเลี้ยงตัวเองมาสู่ระบบเศรษฐกิจแบบเพื่อการค้า ความต้องการเงินทุนในการขยายการผลิตและการครองชีพจึงมีเพิ่มขึ้น ชาวนาที่ไม่มีทุนรอนของตนเองก็หันไปกู้ยืมเงินจากบุคคลอื่นทำให้ต้องเสียดอกเบี้ยในอัตราสูง และยังถูกเอาเปรียบจากพ่อค้ายาทุนทุกวิถีทางอีกด้วย ชาวนาจึงตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบอยู่ตลอดเวลา ทำนาได้ข้าวเท่าใด ก็ต้องขายใช้หนี้เกือบหมด นอกจากนี้การทํานายังคงมีผลผลิตที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพดินฟ้าอากาศ ถ้าปีไหนผลผลิตเสียหายก็จะทำให้หนี้สินพอกพูนมากขึ้นเรื่อยๆจนลูกหนี้บางรายต้องโอนกรรมสิทธิ์ในที่ดินให้แก่เจ้าหนี้ และกลายเป็นผู้เช่านา หรือเร่ร่อนไม่มีที่ดินทำกินไปในที่สุด จากสภาพปัญหาความยากจนของชาวนาในสมัยนั้น ทำให้ทางราชการคิดหาวิธีช่วยเหลือ ด้วยการจัดหาเงินทุน มาให้กู้ และคิดดอกเบี้ยในอัตราต่ำความคิดนี้ได้เริ่มขึ้นในปลายรัชกาลที่ 5 โดยกำหนดวิธีการที่จะช่วยชาวนาในด้านเงินทุนไว้ 2 วิธี คือ

วิธีที่ 1 จัดตั้งธนาคารเกษตรเพื่อให้เงินกู้แก่ชาวนา แต่ขัดข้องในเรื่องเงินทุนและหลักประกันเงินกู้ ความคิดนี้จึงระงับไป

วิธีที่ 2 วิธีการสหกรณ์ประเภทหาทุน วิธีนี้เกิดจากรัฐบาลโดยกระทรวงพระคลังมหาสมบัติ ในปัจจุบันคือ กระทรวงการคลังได้เชิญเซอร์เบอร์นาร์ด ฮันเตอร์ หัวหน้าธนาคารแห่งมัตราช

ประเทศอินเดียเข้ามาสำรวจหาเส้นทางช่วยเหลือชาวนาได้เสนอว่าควรจัดตั้ง "ธนาคารให้กู้ยืมแห่งชาติ" ดำเนินการให้กู้ยืมแก่ราษฎร โดยมีที่ดินและหลักทรัพย์อื่นเป็นหลักประกันเพื่อป้องกันมิให้ชาวนาที่กู้ยืมเงินทอดทิ้งที่นาหลบหนีสิน ส่วนการควบคุมเงินกู้และการเรียกเก็บเงินกู้ ท่านได้แนะนำให้จัดตั้งเป็นสมาคมที่เรียกว่า "โคออปอเรทีฟ โซไซตี้"(Cooperative Society) โดยมีหลักการร่วมมือกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันซึ่งคำนี้พระราชวงศ์เธอ กรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ได้ทรงบัญญัติศัพท์เป็นภาษาไทยว่า "สมาคมสหกรณ์" จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยเริ่มศึกษาวิธีการสหกรณ์ขึ้นในปี พ.ศ. 2457 แต่ก็ยังมีได้ดำเนินการอย่างไร จนกระทั่งในปี 2458 ได้มีการเปลี่ยนกรมสถิติพยากรณ์เป็นกรมพาณิชย์และสถิติพยากรณ์ ประกอบด้วยส่วนราชการ 3 ส่วน คือ การพาณิชย์ การสถิติพยากรณ์ และการสหกรณ์

การจัดตั้งส่วนราชการสหกรณ์นี้ ก็เพื่อจะให้มิมีเจ้าหน้าที่ดำเนินการทดลองจัดตั้งสหกรณ์ขึ้นและพระราชวรราชวงศ์เธอ กรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ ในฐานะทรงเป็นอธิบดีกรมพาณิชย์และสถิติพยากรณ์ ขณะนั้นได้ทรงพิจารณาเลือกแบบอย่างสหกรณ์เครดิตที่จัดกันอยู่ในต่างประเทศหลายแบบ ในที่สุดก็ทรงเลือกแบบไรฟไฟเฟนและทรงยืนยันไว้ใน รายงานสหกรณ์ฉบับแรกว่า "เมื่อได้พิจารณาละเอียดแล้วได้ตกลงเลือกสหกรณ์ชนิดที่เรียกว่าไรฟไฟเฟน ซึ่งเกิดขึ้นใน เยอรมัน ก่อน และซึ่งมุ่งหมายที่จะอุปถัมภ์คนจน ผู้ประกอบกิจการย่อยๆ เห็นว่าเป็นสหกรณ์ชนิดที่เหมาะสม ที่สุดสำหรับประเทศไทย" จากการทำพระองค์ท่าน ทรงเป็นผู้บุกเบิกริเริ่มงานสหกรณ์ขึ้นในประเทศไทย บุคคลทั้งหลายในขบวนการสหกรณ์จึงถือว่าพระองค์ทรงเป็น "พระบิดาแห่งการสหกรณ์ไทย" สำหรับรูปแบบของไรฟไฟเฟนก็คือ สหกรณ์เพื่อการกู้ยืมเงินที่มีขนาดเล็ก สมาชิกจะได้รับความรับผิดชอบร่วมกัน ทำให้สะดวกแก่การควบคุมท้องที่ที่ได้รับการพิจารณาให้จัดตั้งสหกรณ์ คือ จังหวัดพิษณุโลก เนื่องจากเป็นจังหวัด ที่มีผู้คนไม่หนาแน่นและเป็นราษฎรที่พึ่งอพยพมาจากทางใต้ จึงต้องการช่วยเหลือผู้อพยพซึ่งประกอบอาชีพการเกษตร ให้ตั้งตัวได้รวมทั้งเพื่อเป็นการชักจูงราษฎรในจังหวัดอื่นที่มีผู้คนหนาแน่นให้อพยพมาในจังหวัดนี้ และเข้าทำประโยชน์ในที่ดินอย่างเต็มที่ ต่อมากรมพาณิชย์และสถิติพยากรณ์ จึงได้ทดลองจัดตั้งสหกรณ์หาทุนขึ้น ณ ท้องที่อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกเป็นแห่งแรกใช้ชื่อว่า "สหกรณ์วัดจันทร์ไม่จำกัดสินใช้" โดยจดทะเบียนเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2459 มีพระราชวรราชวงศ์เธอกรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ เป็นนายทะเบียนสหกรณ์ พระองค์แรก นับเป็นการเริ่มต้นแห่งการสหกรณ์ในประเทศไทยอย่างสมบูรณ์

ในระยะแรกตั้งสหกรณ์วัดจันทร์ไม่จำกัดสินใช้มีสมาชิกจำนวน 16 คน ทุนดำเนินงาน 3,080 บาท ซึ่งเป็นเงิน จากค่าธรรมเนียมแรกเข้า 80 บาท และเงินทุนจำนวน 3,000 บาท ได้อาศัยเงินกู้จากแบงก์สยามกัมมาจล จำกัด ซึ่งก็คือธนาคารไทยพาณิชย์ในปัจจุบัน โดยมีกระทรวงพระคลังมหาสมบัติเป็นผู้ค้ำประกัน และเสียดอกเบี้ยให้ธนาคารในอัตราร้อยละ 6 ต่อปี คิดดอกเบี้ยจาก

สมาชิกในอัตราร้อยละ 12 ต่อปี กำหนดให้สมาชิกส่งคืนเงินต้นในปีแรกจำนวน 1,300 บาท แต่เมื่อครบกำหนดสมาชิกส่งคืนเงินต้นได้ถึง 1,500 บาท ทั้งส่งดอกเบี้ยได้ครบทุกราย แสดงให้เห็นว่าการนำวิธีการสหกรณ์เข้ามาช่วยแก้ไขความเดือดร้อนของชาวนาได้ผล และจากความสำเร็จของสหกรณ์วัดจันทร์ดังกล่าว รัฐบาลจึงได้ขยายกิจการสหกรณ์ไปยังจังหวัดอื่นๆ แต่การจัดตั้งสหกรณ์ในระยะแรกนั้น นอกจากจะมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุนแล้วยังมีข้อจำกัดในทางกฎหมายด้วย เพราะพระราชบัญญัติเพิ่มเติมสมาคม พ.ศ. 2459 ทำให้การจัดตั้งสหกรณ์ไม่กว้างขวางพอที่จะขยายสหกรณ์ออกไป หากจะให้การจัดตั้งสหกรณ์เจริญก้าวหน้าและมีความมั่นคงจะต้องออกกฎหมายควบคุมให้มีขอบเขตกว้าง ดังนั้นในเวลาต่อมาทางราชการจึงได้ประกาศยกเลิกพระราชบัญญัติเพิ่มเติมสมาคม พ.ศ. 2459 แล้วประกาศใช้พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2471 นับเป็นกฎหมายสหกรณ์ฉบับแรก พระราชบัญญัติฉบับนี้ ได้เปิดโอกาสให้มีการรับจดทะเบียนสหกรณ์ประเภทอื่นๆ จากนั้นได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2471 อีก 3 ครั้ง นับว่าการประกาศใช้พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2471 ช่วยให้การจัดตั้งสหกรณ์ได้ขยายออกไปอีกมาก

ปี พ.ศ. 2478 มีการริเริ่มจัดตั้งสหกรณ์เช่าซื้อที่ดินที่จังหวัดปทุมธานี และได้จัดตั้งสหกรณ์ประเภทใหม่ๆ ขึ้นอีกหลายประเภท เช่น สหกรณ์บำรุงที่ดินสหกรณ์ค้าขาย สหกรณ์นิคมฝ้าย สหกรณ์หาทุนและบำรุงที่ดิน ในปี

พ.ศ. 2480 ร้านสหกรณ์ได้ถูกจัดตั้งขึ้นเป็นแห่งแรกที่อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ชื่อว่าร้านสหกรณ์บ้านเกาะ จำกัดสินใช้ มีสมาชิกแรกตั้ง 279 คน และได้มีการจัดตั้งร้านสหกรณ์ในลักษณะนี้อีกหลายแห่งเพื่อช่วยเหลือ

ประชาชนเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพ โดยจัดตั้งขึ้น ทั้งในส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ และส่วนของประชาชน

การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญที่สุดของขบวนการสหกรณ์ในประเทศไทย ก็คือการควบสหกรณ์หาทุนเข้าด้วยกัน โดยทางราชการได้ออกพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 เปิดโอกาสให้สหกรณ์หาทุนขนาดเล็กที่ดำเนินธุรกิจเพียงอย่างเดียวควบเข้ากันเป็นขนาดใหญ่ สามารถขยายการดำเนินธุรกิจเป็นแบบอเนกประสงค์ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่สมาชิก ได้มากกว่า ด้วยเหตุนี้สหกรณ์หาทุนจึงแปรสภาพเป็นสหกรณ์การเกษตรมาจนปัจจุบัน และในปี 2511 สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทยได้ถือกำเนิดขึ้นมา เพื่อเป็นสถาบันสำหรับการศึกษาแก่สมาชิกสหกรณ์ทั่วประเทศ มีหน้าที่ติดต่อประสานงานกับสถาบันสหกรณ์ต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความสัมพันธและความช่วยเหลือร่วมมือกันระหว่างสหกรณ์สากลในด้านอื่นๆ ที่มีใช้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจโดยมีสหกรณ์ทุกประเภทเป็นสมาชิก



ซึ่งประเทศไทยได้กำหนดประเภทสหกรณ์ไว้ 6 ประเภท ตามประกาศกฎกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พ.ศ. 2516 ประกอบด้วยสหกรณ์การเกษตร สหกรณ์นิคม สหกรณ์ประมง สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์ร้านค้า และสหกรณ์บริการ ซึ่งนับแต่สหกรณ์ได้ถือกำเนิดขึ้นในประเทศไทยจวบจนปัจจุบัน ผลการดำเนินงานของสหกรณ์ในธุรกิจต่างๆ ได้สร้างความเชื่อถือเป็นที่ไว้วางใจของสมาชิกจนทำให้จำนวนสหกรณ์ จำนวนสมาชิก ปริมาณเงินทุน และผลกำไรของสหกรณ์ เพิ่มขึ้นทุกปี

#### ความหมายของ “สหกรณ์” (Cooperatives)

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

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

“สหกรณ์อยู่บนพื้นฐานแห่งคุณค่าของการช่วยตนเอง ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความเป็นประชาธิปไตย ความเสมอภาค ความเที่ยงธรรม และความเป็นเอกภาพ สมาชิกสหกรณ์เชื่อมั่นในคุณค่าทาง จริยธรรมแห่งความสุจริต ความเปิดเผย ความรับผิดชอบต่อสังคมและความเอื้ออาทรต่อผู้อื่น โดยสืบทอดประเพณีปฏิบัติของผู้ริเริ่มการสหกรณ์”

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

อุดมการณ์สหกรณ์ คือ “ความเชื่อร่วมกันที่ว่า การช่วยตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกันตามหลักการสหกรณ์ จะนำไปสู่การกินดี อยู่ดี มีความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม”

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

หลักการสหกรณ์ คือ “แนวทางที่สหกรณ์ยึดถือปฏิบัติเพื่อให้คุณค่าของสหกรณ์เกิดผลเป็นรูปธรรม” ซึ่งประกอบด้วยหลักการที่สำคัญรวม 7 ประการ กล่าวคือ

#### หลักการที่ 1 การเป็นสมาชิกโดยสมัครใจและเปิดกว้าง (Voluntary and Open Membership)

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

(2) อย่างไรก็ดี การกำหนดคุณสมบัติสมาชิกของสหกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ได้บุคคลที่เข้ามาเป็นสมาชิกแล้วสามารถร่วมกันดำเนินกิจกรรมในสหกรณ์ได้ และไม่สร้างปัญหาความเดือดร้อนให้แก่เพื่อนสมาชิกและสหกรณ์ ไม่ถือว่าขัดกับหลักการสหกรณ์ข้อนี้

(3) สมาชิกสมทบนั้น ควรมีแต่เฉพาะกรณีของสหกรณ์บางประเภทที่มีลักษณะพิเศษและ จำเป็นเท่านั้น ไม่ควรให้มีในสหกรณ์ทั่วไปหรือทุกประเภท เพราะตามปกติสมาชิกสมทบมาจากบุคคลซึ่งขาดคุณสมบัติที่จะเป็นสมาชิกธรรมดา หากสหกรณ์ได้รับสมาชิกสมทบจำนวนมาก ก็อาจกระทบต่อการส่งเสริมผลประโยชน์ของสมาชิกธรรมดาได้ แม้ว่ากฎหมายจะได้ห้ามมิให้สมาชิกสมทบบมีสิทธิบางประการก็ตาม

### **หลักการที่ 2 การควบคุมโดยสมาชิกตามหลักประชาธิปไตย (Democratic Member Control)**

พึงตระหนักว่าเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนที่จะต้องร่วมแรงกายใจ และสติปัญญาในการดำเนินการและควบคุมดูแลการดำเนินงานของสหกรณ์ตามวิถีทางประชาธิปไตย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยผ่านช่องทางหรือองค์กรต่าง ๆ เช่น คณะกรรมการดำเนินการ ผู้ตรวจสอบกิจการ และที่ประชุมใหญ่

### **หลักการที่ 3 การมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจของสมาชิก (Member Economic Participation)**

(1) หลักการสหกรณ์ข้อนี้ มุ่งเน้นให้สมาชิกทุกคนพึงตระหนักว่าบทบาทที่สำคัญของตน คือ การที่ต้องเป็นเจ้าของ และลูกค้าในคนเดียวกัน (Co – owners customers) จึงต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้สมทบทุน ผู้ควบคุมและผู้อุดหนุน หรือผู้ใช้บริการของสหกรณ์ มิใช่เข้ามาเป็นสมาชิกเพียงเพื่อมุ่งหวังได้รับประโยชน์จาก สหกรณ์เท่านั้น

(2) ในการจัดสรรกำไรสุทธิเพื่อความเป็นธรรมแก่สมาชิก ส่วนหนึ่งต้องกันไว้เป็นทุนสำรอง ซึ่งจะนำไปแบ่งกันมิได้ แต่เป็นทุนเพื่อพัฒนาสหกรณ์ของพวกเขาเอง ถือว่าเป็นทุนทางสังคม นอกนั้นอาจแบ่งเป็นเงินปันผลในอัตราจำกัด และเป็นเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนแห่งธุรกิจ

### **หลักการที่ 4 การปกครองตนเองและความเป็นอิสระ (Autonomy and Independence)**

(1) สมาชิก กรรมการ และพนักงานสหกรณ์ รวมทั้งหน่วยงานส่งเสริมสหกรณ์ต้องสำนึกและตระหนักอยู่เสมอว่าสหกรณ์เป็นองค์กรช่วยตนเอง และปกครองตนเอง เพราะฉะนั้นสหกรณ์ต้องเป็นอิสระในการตัดสินใจหรือทำสัญญาใด ๆ ตามเงื่อนไขที่สหกรณ์ยอมรับได้กับบุคคลภายนอกหรือรัฐบาล

(2) การรับความช่วยเหลือหรือสนับสนุนจากรัฐหรือบุคคลภายนอกไม่ขัดกับหลักความเป็นอิสระของสหกรณ์หากผู้ให้ความช่วยเหลือมุ่งหมายให้สหกรณ์ช่วยเหลือตนเองได้ และควบคุมตามหลักประชา-ธิปไตย รวมทั้งธำรงไว้ซึ่งความเป็นตัวของตัวของสหกรณ์

### **หลักการที่ 5 การศึกษา ฝึกอบรม และสารสนเทศ (Education, Training and Information)**

(1) หลักการข้อนี้เป็นจุดอ่อนของสหกรณ์ในประเทศไทยทุกระดับ ทั้งสหกรณ์ขั้นปฐมและ สหกรณ์ขั้นสูง เพราะขาดแผนแม่บทในการพัฒนาการศึกษาทางสหกรณ์ให้เป็นบทบาทและความรับผิดชอบของขบวนการสหกรณ์อย่างแท้จริง ทั้ง ๆ ที่ได้ริเริ่มให้จัดตั้งกองทุนสะสมจัดสภาพสหกรณ์จากกำไรของ สหกรณ์ มาตั้งแต่ พ.ศ.2492 และแม้จะมีการจัดตั้งสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย และมีชุมนุมสหกรณ์- ระดับชาติบ้างแล้ว ส่วนราชการที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ก็ยังคงดำเนินการให้การศึกษาและฝึกอบรมทาง สหกรณ์แทบจะเรียกได้ว่าซ้ำซ้อนกับขบวนการสหกรณ์โดยไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนให้ขบวนการสหกรณ์สามารถรับผิดชอบให้การศึกษา และฝึกอบรมทางสหกรณ์ได้ด้วยตนเองในที่สุด โดยมีหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอตามความจำเป็นและเน้นการฝึกอบรมข้าราชการให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

(2) การศึกษาฝึกอบรมและสารสนเทศมีความมุ่งหมายและเน้นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1) การศึกษามุ่งให้สมาชิกและบุคคลทั่วไป ซึ่งถือว่าเป็นผู้ที่จะเป็นสมาชิกในอนาคตมีความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการสหกรณ์ รวมทั้งมีความสำนึก และตระหนักในสิทธิ และหน้าที่ของสมาชิก หรือให้เป็นผู้มีจิตวิญญาณสหกรณ์

2) การฝึกอบรมมุ่งให้กรรมการ ผู้จัดการและพนักงานสหกรณ์ มีความรู้ ความสามารถ และทักษะ รวมทั้งความรับผิดชอบในบทบาทหน้าที่ของตน

3) ส่วนสารสนเทศนั้นมุ่งให้บุคคลทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับเยาวชน และผู้นำด้านความคิดเห็น เช่น ผู้นำชุมชน นักหนังสือพิมพ์ นักเขียน ผู้นำองค์กรพัฒนาชุมชน ฯลฯ โดยเน้นการติดต่อ สื่อสาร 2 ทาง

(3) หลักสูตรและเนื้อหาของการศึกษาอบรม ควรครอบคลุมทั้งด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรม

### หลักการที่ 6 การร่วมมือระหว่างสหกรณ์ (Cooperation among Cooperatives)

(1) แท้จริงการร่วมมือระหว่างสหกรณ์เป็นหลักการเดียวกันกับการร่วมมือระหว่างบุคคลธรรมดาในการจัดตั้งสหกรณ์นั่นเอง ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดด้วยขนาด มีอำนาจการต่อรองสูงขึ้น และนำไปสู่การรับใช้สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

(2) การร่วมมือระหว่างสหกรณ์อาจทำได้ทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง ในแนวนอนสหกรณ์ทุก สหกรณ์ไม่ว่าประเภทเดียวกันหรือไม่ สามารถร่วมมือกันได้ในทุกระดับเพื่อประโยชน์สูงสุดของสมาชิกและ ขบวนการสหกรณ์ ในแนวตั้งสหกรณ์ท้องถิ่นประเภทเดียวกัน ควรรวมตัวกันทางธุรกิจเป็นชุมนุมสหกรณ์ระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศ และสหกรณ์ทุกประเภท ทุกระดับ ทุกสหกรณ์ ควรรวม ตัวกันเป็นองค์การสหกรณ์สูงสุด (Apex Organization) เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมด้านอุดมการณ์ การศึกษา การฝึกอบรม การส่งเสริม แนะนำ การกำกับดูแล การตรวจสอบ การวิจัย และการพัฒนา ฯลฯ

(3) วัตถุประสงค์สำคัญของการร่วมมือระหว่างสหกรณ์ คือ เพื่อให้สหกรณ์สามารถอำนวยผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคมแก่สมาชิกอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และทำให้ขบวนการสหกรณ์เข้มแข็ง เพราะฉะนั้นสหกรณ์ท้องถิ่นแต่ละสหกรณ์และสหกรณ์ชั้นสูงต้องเป็นสหกรณ์ที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน มีชีวิตชีวา (Viable & Sustainable) และร่วมมือกันในลักษณะของ “ระบบรวม” หรือเป็นเอกภาพ

### หลักการที่ 7 การเอื้ออาทรต่อชุมชน (Concern for Community)

(1) สหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจและสังคม และเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนที่สหกรณ์ตั้งอยู่ เพราะฉะนั้น การดำเนินงานของสหกรณ์ต้องเป็นไปเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนนั้น ๆ ซึ่งหมายความว่า เป็นการพัฒนาที่ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ หรือเป็นการพัฒนาที่สนองความต้องการและความใฝ่ฝันของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำลายโอกาส ความสามารถ และอนาคตของคนรุ่นหลัง

(2) เนื่องจากสมาชิกสหกรณ์ก็เป็นสมาชิกของชุมชนนั่นเอง สหกรณ์จึงควรมีส่วนช่วยเหลือในการพัฒนาชุมชนนั้นแบบยั่งยืน

### ความหมายของ “วิธีการสหกรณ์” (Cooperative Practices)

วิธีการสหกรณ์ คือ “การนำหลักการสหกรณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิกและชุมชน โดยไม่ละเลยหลักการธุรกิจที่ดี”

## ประเภทสหกรณ์

ปัจจุบันกฎกระทรวงกำหนดประเภทสหกรณ์ที่จะรับจดทะเบียน ไว้ 7 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. สหกรณ์การเกษตร
2. สหกรณ์ประมง
3. สหกรณ์นิคม
4. สหกรณ์ร้านค้า
5. สหกรณ์บริการ
6. สหกรณ์ออมทรัพย์
7. สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน

ประเภทสหกรณ์ คือ กลุ่มสหกรณ์ที่มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์หลักอย่างเดียวกัน เช่น กลุ่มสหกรณ์การเกษตร กลุ่มสหกรณ์ประมง กลุ่มสหกรณ์นิคม กลุ่มสหกรณ์ร้านค้า ฯลฯ ตามมาตรา 33 แห่งพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542

### 1. สหกรณ์การเกษตร

สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ผู้มีอาชีพทางการเกษตรรวมตัวกันจัดตั้งขึ้น และจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจกรรมร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพของสมาชิก และช่วยยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น

สหกรณ์การเกษตรดำเนินธุรกิจแบบอเนกประสงค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวม โดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวม ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์

### 2. สหกรณ์ประมง

สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ชาวประมงเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการประกอบอาชีพ ซึ่งชาวประมงแต่ละคน ไม่สามารถแก้ไขให้ลุล่วงไปได้ตามลำพังบุคคลเหล่านี้จึงรวมตัวกันโดยยึดหลักการช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ประมง คือ รวบรวมสัตว์น้ำหรือผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำจากสมาชิกมาจัดการขายหรือแปรรูปออกขายเพื่อให้ได้ราคาดี

1. จัดหาวัสดุสิ่งของ รวมทั้งบริการที่ใช้ในการประมง และสิ่งของจำเป็นอื่น ๆ ที่สมาชิกต้องการมาจำหน่าย
2. ให้เงินกู้แก่สมาชิก

3. รับฝากเงินจากสมาชิก
4. เผยแพร่ความรู้ทางวิชาการและธุรกิจเกี่ยวกับการประมง
5. ให้การสงเคราะห์ตามควรแก่สมาชิกและครอบครัวที่ประสบภัยพิบัติในการประกอบอาชีพ

### 3. สหกรณ์นิคม

สหกรณ์ภาคการเกษตรในรูปแบบหนึ่งที่มีการดำเนินการจัดสรรที่ดินทำกินให้ราษฎร การจัดสร้างปัจจัยพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้ที่อยู่อาศัยควบคู่ไปกับการเกษตร การส่งเสริมอาชีพ รวมทั้งกิจกรรมให้บริการสาธารณูปโภคแก่สมาชิก ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า สหกรณ์นิคม มีงานหลัก 2 งาน คือ

- (1) งานจัดที่ดิน
- (2) งานจัดสหกรณ์

สหกรณ์นิคมเป็นสหกรณ์ประเภทหนึ่ง มีวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกับสหกรณ์การเกษตร คือ มีการดำเนินธุรกิจที่ให้บริการแก่สมาชิกคล้ายคลึงกัน เช่น ด้านสินเชื่อจัดหาปัจจัยการผลิตและสิ่งของที่จำเป็น แปรรูปและส่งเสริมการเกษตร แต่มีส่วนที่แตกต่างกัน คือ เรื่องที่ดิน เพราะสหกรณ์การเกษตรมักจัดตั้งในพื้นที่ที่เกษตรกรมีที่ดินเป็นของตนเองอยู่แล้ว จะมีเกษตรกรที่เช่าที่ดินผู้อื่นทำกินบ้างเป็นส่วนน้อย ส่วนในสหกรณ์นิคม รัฐเป็นเจ้าของที่ดินในครั้งแรกแล้วจึงนำไปจัดสรรให้แก่เกษตรกรในภายหลัง

### 4. สหกรณ์ร้านค้า

สหกรณ์ที่ผู้บริโภครวมกันจัดตั้งขึ้น เพื่อจัดหาสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคและรวบรวมผลิตผล ผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายแก่สมาชิกและบุคคลทั่วไป ในต่างประเทศนิยมเรียกว่า "สหกรณ์ของแม่บ้าน" โดยจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 ในประเภทสหกรณ์ร้านค้า มีสภาพเป็นนิติบุคคล ซึ่งสมาชิกผู้ถือหุ้นทุกคนเป็นเจ้าของ สมาชิกลงทุนร่วมกันในสหกรณ์ด้วยความสมัครใจ เพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในการซื้อเครื่องอุปโภคบริโภค และเพื่อผดุงฐานะทางเศรษฐกิจของตนและหมู่คณะ

### 5. สหกรณ์บริการ

สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2542 โดยมีประชาชนที่มีอาชีพอย่างเดียวกัน หรือหลากหลายอาชีพรวมกัน หรือที่ได้รับความเดือดร้อนในเรื่องเดียวกัน รวมตัวกัน โดยยึดหลักการประหยัด การช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ รวมทั้งการส่งเสริมอาชีพเพื่อให้เกิดความมั่นคง และรักษาอาชีพดั้งเดิมที่ดีให้คงอยู่ต่อไป

### วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์บริการ

- (1) ประกอบธุรกิจด้านการบริการที่ระบุไว้ตามรูปแบบของสหกรณ์
- (2) จัดหาวัสดุอุปกรณ์ในการประกอบอาชีพ ตลอดจนเครื่องอุปโภคบริโภคที่จำเป็นมาบริการแก่สมาชิกในราคายุติธรรม
- (3) รับฝากเงินจากสมาชิกเพื่อส่งเสริมการออมทรัพย์
- (4) ให้เงินกู้ในส่วนที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ หรือจำเป็นแก่สมาชิก
- (5) รวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิก โดยจัดหาตลาดจำหน่ายให้
- (6) ช่วยเหลือสมาชิกด้านกฎหมายคดีความ
- (7) ส่งเสริมสวัสดิภาพของสมาชิกและครอบครัว
- (8) ส่งเสริมการช่วยตนเองและการร่วมมือกันช่วยเหลือซึ่งกันและกันในหมู่สมาชิก
- (9) ให้การศึกษาอบรมแก่สมาชิกเพื่อให้มีความรู้ทางสหกรณ์ และความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ
- (10) ร่วมมือกับสหกรณ์อื่นและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อกิจการความก้าวหน้าของสหกรณ์

### 6. สหกรณ์ออมทรัพย์

สถาบันการเงินแห่งหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลที่มีอาชีพอย่างเดียวกันหรืออาศัยในที่ชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์ และให้กู้ยืมเงินเมื่อเกิดความจำเป็น หรือเพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์นอกวง และได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542

สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินที่ส่งเสริมให้บุคคลที่เป็นสมาชิกรู้จักการประหยัด รู้จักการออมทรัพย์และสามารถบริการเงินกู้ ให้แก่สมาชิกเพื่อนำไปใช้จ่ายเมื่อเกิดความจำเป็น โดยยึดหลักการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จึงเป็นการร่วมกันแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมอีกทางหนึ่ง ดังนี้

- (1) การส่งเสริมการออมทรัพย์ เป็นวัตถุประสงค์หลักของสหกรณ์ออมทรัพย์ แบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ

1.1 การส่งเสริมสหกรณ์ออมทรัพย์โดยการถือหุ้น สหกรณ์กำหนดให้สมาชิกส่งชำระค่าหุ้นเป็นประจำทุกเดือน โฉนดการหักเงินค่าหุ้น ณ ที่จ่ายเงินเดือนและจ่ายเงินปันผลค่าหุ้นให้แก่สมาชิกตามอัตราที่พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 กำหนดไว้ เงินปันผลที่ได้รับนี้ไม่ต้องเสียภาษีให้แก่รัฐ และเมื่อสมาชิกลาออกจากสหกรณ์ก็สามารถถอนค่าหุ้นคืนได้

1.2 การส่งเสริมสหกรณ์ออมทรัพย์โดยการรับฝากเงิน สหกรณ์มีบริการด้านเงินฝากทั้งประเภทเงินฝากประจำและเงินฝากออมทรัพย์ และให้ผลตอบแทนในรูปดอกเบี้ยในอัตราเดียวกับธนาคารพาณิชย์ หรือสูงกว่าตามฐานะของแต่ละสหกรณ์

(2) การให้เงินกู้แก่สมาชิก สหกรณ์จะนำเงินค่าหุ้นและเงินฝากของสมาชิกมาหมุนเวียนให้สมาชิกที่มีความจำเป็นหรือเดือดร้อนกู้ยืม โดยคิดดอกเบี้ยต่ำกว่าเอกชน

### 7. สหกรณ์เครดิตยูเนียน

สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ประชาชนทุกสาขาอาชีพ ซึ่งมีภูมิลำเนาหรือประกอบอาชีพหลักหรือมีวงสัมพันธ์อย่างหนึ่งอย่างใดอยู่ในเขตท้องที่ดำเนินงานของสหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้น และบุคคลเหล่านั้น มีความปรารถนาจะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยวิธีการนำเงินของตนเองมาสะสมไว้เป็นกองทุน สมาชิกทุกๆ คนจะต้องสะสมเงินตามความสามารถของตนเองเป็นประจำและสม่ำเสมอตามที่สหกรณ์กำหนด กองทุนที่สมาชิกช่วยกันสะสมนี้ก็จะเงินมากขึ้นสามารถจะให้สมาชิกที่มีความจำเป็นจะเดือดร้อนทางการเงิน กู้ยืมไปบำบัดปัญหาและความเดือดร้อนเหล่านั้น พร้อมกับการชำระคืนเงินกู้ของสมาชิกแต่ละคน ก็จะสะสมเงินของตนไปในคราวเดียวกันด้วย เงินกู้ก็จะค่อยๆ หดไป ในขณะที่เงินสะสมก็มากขึ้น สหกรณ์เครดิตยูเนียนจึงเป็นสหกรณ์ที่มุ่งหวังในการให้สมาชิกช่วยตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน บริหารโดยสมาชิกและการทำกิจการทุกอย่าง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับสมาชิก

**สหกรณ์การเกษตร** คือ องค์กรที่ผู้ประกอบอาชีพทางการเกษตรรวมตัวกันจัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขความเดือดร้อนในด้านเงินทุน การผลิต การจำหน่ายและช่วยยกฐานะความเป็นอยู่ของเกษตรกรสมาชิกให้ดีขึ้น

**ประเภทของสหกรณ์การเกษตร** แบ่งออกได้ 3 ประเภท ได้แก่

1.1 สหกรณ์การเกษตรทั่วไป คือ เงินทุนมาจากสมาชิกสหกรณ์เอง ได้แก่

1.1.1 สหกรณ์การเกษตรระดับอำเภอ

1.1.2 จัดตั้งและควบคุมโดยกรมส่งเสริมสหกรณ์

1.1.3 ดำเนินธุรกิจแบบเอกประสงค์

1.1.4 ใช้เงินทุนของสหกรณ์ และกู้เงินจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

(ช.ก.ส.) และเงินทุนส่งเสริมการสหกรณ์

1.2 สหกรณ์การเกษตรในเขตพัฒนา คือ เงินทุนส่วนใหญ่มาจากราชการ ได้แก่

1.2.1 สหกรณ์การเกษตรในเขตเร่งรัดพัฒนาชนบท ของสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท

1.2.2 การจัดตั้งสหกรณ์นี้เป็น โครงการความร่วมมือระหว่างกรมส่งเสริมสหกรณ์และ



ส่วน ราชการ ที่ประสงค์จะใช้วิธีการสหกรณ์เข้าดำเนินงานในพื้นที่รับผิดชอบ

### 1.2.3 ใช้เงินทุนของส่วนราชการนั้นๆ ดำเนินงาน

- 1.3 สหกรณ์การเกษตรรูปพิเศษ คือ สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นตามกลุ่มอาชีพ โดยเฉพาะของเกษตรกร ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผลิตผลเฉพาะอย่างเช่นสหกรณ์โคนมสหกรณ์ผู้เลี้ยงสุกรสหกรณ์ชาวสวนยาง เป็นต้น

### วัตถุประสงค์ของสหกรณ์การเกษตร

1. ให้สินเชื่อเพื่อการเกษตรแก่สมาชิก โดยคิดดอกเบี้ยในอัตราต่ำและเหมาะสม
2. จัดหาวัสดุการเกษตร และสิ่งของที่จำเป็นมาจำหน่ายแก่สมาชิกในราคายุติธรรม
3. จัดหาตลาดจำหน่ายผลิตผล และผลิตภัณฑ์ของสมาชิก
4. รับฝากเงินจากสมาชิก เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์
5. จัดบริการและบำรุงที่ดิน
6. ส่งเสริมความรู้ทางเกษตรแผนใหม่
7. ให้การศึกษาอบรมทางสหกรณ์แก่ตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

สหกรณ์การเกษตร เป็นสหกรณ์สำหรับผู้มีอาชีพเกษตรกรกรรม เช่น ทำนา เลี้ยงสัตว์ ทำไร่ ทำสวน ฯลฯ สหกรณ์การเกษตรนี้ได้วิวัฒนาการมาจากสหกรณ์หาทุนเดิมรวมกับสหกรณ์ประเภทต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเกษตรในท้องถิ่นเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น สหกรณ์ขายข้าว สหกรณ์บำรุงที่ดินและอื่นๆ มาเป็นสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์หลายอย่างครอบคลุมครบวงจรการประกอบอาชีพและการดำรงชีพของสมาชิก โดยดำเนินธุรกิจในลักษณะของการบริการ ดังนี้

1. ธุรกิจสินเชื่อ จัดหาเงินทุนมาให้สมาชิกกู้ ด้วยการระดมทุนจากสมาชิกทั้งในรูปของการฝากเงิน และการถือหุ้นเพิ่ม หาแหล่งเงินกู้ภายนอกเพิ่มเติม เพื่อนำมาดำเนินการให้เป็นไปตามความต้องการของสมาชิก

2. ธุรกิจการซื้อ จัดหาปัจจัยการผลิตได้แก่ ปุ๋ย พันธุ์พืช ยาปราบศัตรูพืช เครื่องมือการเกษตร เพื่อเพิ่มผลิตผลของสมาชิก รวมทั้งเครื่องอุปโภคที่จำเป็นในการดำรงชีวิตมาบริการแก่สมาชิกด้วย

3. ธุรกิจการขาย จัดการรวบรวมผลิตผลของสมาชิกมาจัดการจำหน่าย หรือแปรรูปออกจำหน่าย โดยมีความมุ่งหมายที่จะให้สมาชิกขายผลิตผลได้ในราคาดี การที่จะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถจำหน่ายผลิตผลได้ในราคาสูง การดำเนินการในขั้นตอนของการผลิตจนถึงการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จ จะต้องอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตเท่านั้น จึงจะสามารถกำหนดราคาให้เป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตได้

สหกรณ์การเกษตรเป็นจำนวนมาก มีโรงสีแปรรูปข้าวเปลือกของตนเอง มีโรงงานผสมอาหารสัตว์ โรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์นมสด และผลิตภัณฑ์อื่นๆ รวมทั้งมีนางโซโลยานพาหนะ และอุปกรณ์ในการรวบรวมผลิตผลของสมาชิก

นอกจากธุรกิจที่สำคัญ 3 ประการดังกล่าวแล้ว สหกรณ์การเกษตรยังจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมสร้างฐานะของสมาชิกและครอบครัวรวมทั้งชุมชนด้วย ได้แก่ กิจกรรมสวัสดิการสงเคราะห์ ทั้งในเรื่องของภัยธรรมชาติ ฌาปนกิจกิจกรรมกลุ่มสตรีสหกรณ์ และเยาวชนสหกรณ์

ใน พ.ศ. 2529 มีสหกรณ์การเกษตรตั้งอยู่ในท้องที่ทุกอำเภอทั่วประเทศ จำนวน 1,089 สหกรณ์ มีสมาชิกทั้งสิ้น 851,224 ครอบครัว

### ความสำคัญของการจัดการสหกรณ์

องค์การธุรกิจประเภทใดจะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวก็เพราะความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจนั้น ๆ แม้องค์การธุรกิจจะมี คน เงิน วัสดุ หรือทรัพยากรต่าง ๆ อย่างสมบูรณ์ แต่ถ้าขาดการจัดการที่ดีแล้วย่อมจะทำให้้องค์การธุรกิจนั้น ๆ ขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้ โดยเฉพาะในปัจจุบันความเจริญก้าวหน้าในทางวิชาการหรือเทคโนโลยีมีมาก มีการแข่งขันกันสูง ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยความรู้ความสามารถของผู้บริหารในการที่จะจัดการให้การดำเนินงานขององค์การธุรกิจมีประสิทธิภาพสามารถต่อสู้กับการแข่งขันได้อย่างมั่นคงและเจริญก้าวหน้าได้ ยิ่ง ๆ ขึ้นไป กล่าวได้ว่าการจัดการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การธุรกิจ

สหกรณ์ก็เช่นเดียวกับองค์การธุรกิจอื่น ต้องอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ความล้มเหลวและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานของสหกรณ์ทั้งในและต่างประเทศ มีสาเหตุมาจากการขาดประสิทธิภาพในการจัดการเป็นปัจจัยสำคัญ ส่วนสาเหตุแห่งความล้มเหลวด้านอื่น ไม่ว่าจะเป็นอุปสรรคทางการเงิน ความสามารถในการแข่งขัน ขนาดของธุรกิจที่ไม่เพียงพอ สมาชิกขาดความสนใจ ระบบบัญชีไม่สมบูรณ์ ล้วนมีสาเหตุมาจากการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพทั้งสิ้น ความสามารถในการจัดการของผู้บริหารสหกรณ์มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะสหกรณ์มีทรัพยากรจำกัดกว่าธุรกิจอื่น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของคน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ เพราะสหกรณ์จัดตั้งขึ้นในกลุ่มของผู้ที่เดือดร้อนในทางเศรษฐกิจ จึงเป็นเรื่องลำบากยิ่งของผู้บริหารสหกรณ์ ที่จะจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถจึงจะประสบผลสำเร็จได้

### ความหมายของการจัดการสหกรณ์

ในทางสหกรณ์ได้มีการแยกผู้บริหารของสหกรณ์ออกเป็น 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายบริหาร ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการ และฝ่ายจัดการ ได้แก่ผู้จัดการและพนักงานเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์

การจัดการสหกรณ์ก็คือ การกระทำที่รวบรวมความคิด วิธีปฏิบัติ คน เงิน วัสดุและอุปกรณ์ เพื่อทำงานในด้านการผลิต การขาย และการบริการ โดยอาศัยหลักการสหกรณ์เป็นแนวทางการจัดการสหกรณ์ต้องอาศัยทักษะด้านการจัดการและกระบวนการมากมาย เกี่ยวข้องกับการใช้ จัดสรร และควบคุมทรัพยากรทั้ง คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ ที่จะผลิต จำหน่าย หรือบริการ รวมถึง การจัดการด้านการเงิน การรวบรวมผลิตภัณฑ์ การต่อรอง การแปรรูป การซื้อ การจัดการสินค้า การขนส่ง การบัญชี และการจัดการบุคคล รวมถึงการให้การศึกษาแก่สมาชิก เจ้าหน้าที่พนักงานสหกรณ์ ซึ่งในการจัดการดังกล่าวต้องอาศัยกระบวนการในการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยการ และการควบคุม ทั้งนี้ ในการทำหน้าที่ดังกล่าวผู้บริหารสหกรณ์ต้องพิจารณาเป็นพิเศษถึงเทคนิคในการดำเนินงานในฐานะที่เป็นสหกรณ์ซึ่งมีความแตกต่างจากธุรกิจรูปแบบอื่น

### กระบวนการจัดการสหกรณ์

การจัดการสหกรณ์ต้องอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ เรียกปัจจัยเหล่านี้ว่า ปัจจัยนำเข้า (Input) ซึ่งมีอยู่อย่างจำกัดผู้บริหารต้องผสมผสานปัจจัยเหล่านี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การผสมผสานต้องผ่านกระบวนการจัดการ (Management process) ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยการ และการควบคุม เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ออกมา (Output) ซึ่งจะต้องเป็นผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ มีประสิทธิผล ประหยัด และพึงพอใจ นั่นคือการบรรลุสำเร็จวัตถุประสงค์ทั้งทางเศรษฐกิจและทางสหกรณ์นั่นเอง

1. การจัดการสหกรณ์ เป็นเรื่องของการจัดการธุรกิจในด้านต่าง ๆ สหกรณ์แต่ละประเภทอาจจะเกี่ยวข้องกับการจัดการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### (1) การจัดการหรือการบริหารเงินทุน

- การจัดหาเงินทุน
- การให้สมาชิกซื้อหุ้น
- การรับฝากเงิน
- การกู้ยืม
- การจัดสรรกำไรเป็นเงินสำรอง
- การรับบริจาค

- (2) การจัดการด้านสินเชื่อ
  - การให้เงินกู้ระยะสั้น
  - การให้เงินกู้ระยะปานกลาง
  - การให้เงินกู้ระยะยาว
- (3) การจัดการด้านการผลิต
  - การผลิตสินค้า
  - สมาชิกเป็นผู้ผลิต
  - สหกรณ์เป็นผู้ผลิต
- (4) การบริการ
  - บริการจัดหาสินค้ามาจำหน่ายแก่สมาชิก
  - บริการด้านการตลาด ได้แก่ การรวบรวมผลผลิตของสมาชิกไปจำหน่ายและผลผลิตที่สหกรณ์ผลิตไปจำหน่าย
  - บริการด้านอื่น ๆ
- (5) การบริหารงานบุคคล โดยที่ประชุมใหญ่เลือกคณะกรรมการดำเนินการ คณะกรรมการจัดจ้างผู้จัดการและพนักงาน ผู้จัดการบังคับบัญชาพนักงาน
- (6) การจัดการด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการเงิน การบัญชี การพัสดุ การจัดการสินค้าคงคลัง เป็นต้น

## 2. ธุรกิจของสหกรณ์

- (1) การจัดหาเงินทุน
  - เงินทุนระยะสั้น
  - เงินทุนระยะปานกลาง
  - เงินทุนระยะยาว
- (2) ธุรกิจการให้สินเชื่อ
  - การรับฝากเงิน เช่น ประจํา ออมทรัพย์ ออมทรัพย์พิเศษ
  - การให้เงินกู้ เช่น ระยะสั้น ระยะปานกลาง ระยะยาว
- (3) ธุรกิจการตลาด
  - รวบรวมผลผลิตจากสมาชิก เช่น การซื้อขาย การเป็นตัวแทนจำหน่าย
  - การคลังสินค้า
  - การขนส่ง
  - การตลาด

## (4) ธุรกิจการซื้อ

- กำหนดระเบียบการซื้อ
- สำรวจความต้องการของสมาชิก
- จัดหาเงินทุน
- เตรียมคลังสินค้า
- จัดทำบัญชีและควบคุมสินค้า
- กำหนดระเบียบการซื้อขายสินค้า

## (5) ธุรกิจการแปรรูป

**หลักของการจัดการสหกรณ์**

สหกรณ์ไม่ใช่กิจการเจ้าของคนเดียว ไม่ใช่ห้างหุ้นส่วน ไม่ใช่บริษัท ไม่ใช่มูลนิธิ ไม่ใช่รัฐวิสาหกิจ หรือส่วนราชการ แต่สหกรณ์ก็คือสหกรณ์ซึ่งกลุ่มคนในวงอาชีพเดียวกัน รวมกลุ่มกันขึ้นมาบนพื้นฐานของการมุ่งที่จะช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และก่อให้เกิดพลัง ความคิด พลังแรง และพลังทรัพย์ในการประกอบอาชีพ หรือธุรกิจเพื่อเพิ่มพูนรายได้และประหยัดค่าใช้จ่าย ยึดหลักความเสมอภาคปฏิบัติตามกฎหมายและทำนองคลองธรรม การจัดการสหกรณ์จึงมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างไปจากธุรกิจอื่น เพราะการจัดการสหกรณ์ผู้บริหารจะต้องให้การดำเนินงานของสหกรณ์ประสบความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ ในขณะเดียวกัน 2 ประการดังนี้

1. บรรลุวัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจ คือ ผลที่เกิดจากการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์อาจดูได้จากรายได้สุทธิของสหกรณ์ ถือว่าประสบผลสำเร็จในเชิงธุรกิจ
2. บรรลุวัตถุประสงค์ทางสหกรณ์ คือ ความสำเร็จในฐานะสหกรณ์นั่นก็คือการที่สหกรณ์ได้ดำเนินการด้านหลักการสหกรณ์และอุดมการณ์สหกรณ์ สามารถบริการสมาชิกได้ตามหลักการและวิธีการสหกรณ์

หลักในการจัดการสหกรณ์ ต้องให้บรรลุผลสำเร็จทั้งสองประการ หลักในการจัดการสหกรณ์ที่ผู้บริหารควรยึดถือในการปฏิบัติ คือ

- (1) ต้องดำเนินธุรกิจกับสมาชิกก่อนบุคคลภายนอก
- (2) ต้องถือว่าคนสำคัญกว่าเงิน
- (3) การจัดสรรกำไรสุทธิ
  - จัดสรรไว้เพื่อพัฒนาธุรกิจของสหกรณ์
  - จัดสรรไว้เพื่อบริการเพื่อส่วนรวม
  - แบ่งปันระหว่างสมาชิกตามส่วนแห่งธุรกิจซึ่งสมาชิกกระทำกับสหกรณ์

ทั้งนี้ ในการบริหารงานหรือจัดการสหกรณ์มีผู้ที่เกี่ยวข้องอยู่หลายฝ่ายด้วยกัน ทั้งที่อยู่ในสหกรณ์เอง ได้แก่ ที่ประชุมใหญ่ คณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการ พนักงาน เป็นต้น รวมทั้งบุคคลภายนอกสหกรณ์ ได้แก่ ข้าราชการของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการสหกรณ์ อาทิ เจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมสหกรณ์ เจ้าหน้าที่กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ เป็นต้น ซึ่งมีส่วนในการให้คำแนะนำช่วยเหลือและกำกับดูแลการดำเนินงานของสหกรณ์

**ประวัติการก่อตั้งธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และ ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. (สกต.)**

พ.ศ. 2509 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ได้จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร มีวัตถุประสงค์ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

นายจำเนียร สาระนาค ผู้จัดการ ธ.ก.ส. คนแรกได้วางรากฐานการดำเนินงานพร้อมทั้งอุดมการณ์การทำงานให้พนักงาน ธ.ก.ส. ทุกคนละเว้นการอันควรต่าง ๆ โดยได้อบรมสั่งสอนให้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรวดเร็ว ซื่อสัตย์ สุจริต และไม่เบียดเบียนลูกค้า เพราะงานสินเชื่อเพื่อการเกษตร เป็นงานที่กว้างขวางและซับซ้อน ต้องศึกษาและค้นคว้าเพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้ความชำนาญยิ่งขึ้น ขอให้ท่านละเว้นการอันควรละเว้น ไม่เบียดเบียนเกษตรกรลูกค้า จงทำงานหนัก เร่งรัด หนักไว ถูกต้อง และแม่นยำ กอปรด้วยความซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งพนักงาน ธ.ก.ส. ถือปฏิบัติมาจนถึงปัจจุบัน

**วัตถุประสงค์ ธ.ก.ส.**

1) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร หรือสหกรณ์การเกษตร สำหรับการ

(1) ประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม

(2) ประกอบอาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้

(3) พัฒนาความรู้ในด้านเกษตรกรรมหรืออาชีพอย่างอื่นเพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

(4) ดำเนินกิจการตามโครงการที่เป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม ซึ่งเป็นการดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มรายได้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรหรือครอบครัวของเกษตรกร

2) ประกอบธุรกิจอื่นอันเป็นการส่งเสริมหรือสนับสนุนการประกอบเกษตรกรรม

3) ดำเนินงานเป็นสถาบันการเงินเพื่อการพัฒนาชนบท โดยให้ความช่วยเหลือทางการเงินหรือการบริหารจัดการแก่บุคคล กลุ่มบุคคล ผู้ประกอบการ กองทุนหมู่บ้าน หรือชุมชน รวมทั้งองค์กรที่จัดตั้งขึ้นในรูปแบบใด ที่มีวัตถุประสงค์ในการสนับสนุนการประกอบอาชีพของเกษตรกรหรือชุมชน ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมให้มีการพัฒนาผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ของเกษตรกร หรือชุมชนให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการลงทุน การผลิต การแปรรูป และการตลาด หรือเพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในด้านเศรษฐกิจหรือเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต

4) ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่สหกรณ์ เพื่อใช้ดำเนินงานภายใต้ขอบเขตวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสหกรณ์

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ( ธ.ก.ส. ) เป็นธนาคารมีวัตถุประสงค์ ให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ เกษตรกรและสหกรณ์การเกษตรในระยะแรกเน้นการ ให้บริการในรูปของเงินสดเพียงอย่างเดียว ช่วยให้เกษตรกรได้รับสินเชื่อเพื่อการผลิตทางการเกษตร อย่างเพียงพอในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และมีเงื่อนไขในการกู้ยืมเป็นธรรม ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับ เงินกู้ในระบบที่เกษตรกรเคยใช้อยู่เดิม จำนวนเงินกู้ดังกล่าวเกษตรกรนำไปซื้อวัสดุอุปกรณ์ การเกษตร ตลอดจนสิ่งจำเป็นอื่น ได้แก่ เครื่องอุปโภคบริโภค ทำรายได้ให้แก่พ่อค้าเป็นจำนวน มากมหาศาล ผลผลิตที่ได้ในแต่ละปีก็มีมูลค่ามากมายเช่นกัน ทำให้เป็นปัญหาของเกษตรกรมาโดย ตลอด คือ การถูกเอารัดเอาเปรียบอำนาจในการกำหนดราคาตกอยู่ในมือของพ่อค้าคนกลาง ต้องซื้อ ปัจจัยการผลิตในราคาสูงและต้องขายผลผลิตที่ได้ในราคาที่ต่ำ แม้ว่าจะมีสถาบันเกษตรกรจำนวนมาก ได้แก่สหกรณ์การเกษตรและกลุ่มเกษตรกร แต่ก็ไม่สามารถสร้างอำนาจต่อรองได้มากนัก เนื่องจากแต่ละสถาบันเกษตรกรดำเนินการในลักษณะต่างคนต่างทำไม่ได้ร่วมกันทำ ทำให้ไม่เป็น ขบวนการที่เข้มแข็งพอ

ในปี พ.ศ.2523 ธ.ก.ส. ได้เข้าช่วยเหลือเกษตรกรในการแก้ไขปัญหาที่ต้องซื้อวัสดุ อุปกรณ์การเกษตรในราคาสูงคุณภาพต่ำ และในทางกลับกันการจำหน่ายผลผลิตกลับได้ในราคาต่ำ โดย ธ.ก.ส. ทำหน้าที่เป็นตัวกลางให้เกษตรกรลูกค้าสามารถซื้อวัสดุอุปกรณ์การเกษตรจากผู้ผลิต หรือผู้แทนจำหน่ายโดยตรง และในราคาที่เป็นธรรม สำหรับการจำหน่ายผลิตผลการเกษตร ธ.ก.ส. ได้สนับสนุนให้เกษตรกรลูกค้ารวบรวมผลผลิต โดยติดต่อผู้รับซื้อที่เป็นรายใหญ่ให้ไปรับซื้อ ตลอดจนช่วยเหลือในการต่อรองราคา ซึ่งก็ปรากฏผลเป็นที่น่าพอใจของเกษตรกรลูกค้าโดยทั่วไป

อย่างไรก็ตามการช่วยเหลือจาก ธ.ก.ส. ดังกล่าว แม้ว่าจะช่วยแก้ปัญหาได้ในระดับ หนึ่ง แต่ก็ยังไม่ก่อให้เกิดจิตสำนึกในการให้ความร่วมมือร่วมใจผนึกกำลังให้เป็นปึกแผ่นในการ

สร้างอำนาจต่อรองที่แท้จริง ซึ่งเป็นพื้นฐานในการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน  
 ธ.ก.ส.จึงเห็นว่าเกษตรกรลูกค้าจำเป็นต้องมีสถาบันเป็นของตนเอง “สหกรณ์การเกษตร” เป็น  
 องค์กรที่เหมาะสมสำหรับเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. สหกรณ์การเกษตรเป็นองค์กรที่ ธ.ก.ส. สามารถ  
 เข้าไปสนับสนุนทางการเงินได้อย่างเต็มที่ และควรเป็นสหกรณ์ขนาดใหญ่ในระดับจังหวัด  
 เพื่อให้มีปริมาณธุรกิจมากพอที่จะสามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยดำเนินธุรกิจซื้อขายเป็นหลัก ส่วนด้าน  
 ดินเชื่อให้เกษตรกรลูกค้ารับบริการจาก ธ.ก.ส. โดยตรง

ในปี พ.ศ.2523 ธ.ก.ส. กรมส่งเสริมสหกรณ์ และกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ จึงได้ร่วมกัน  
 สนับสนุนและช่วยเหลือให้เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.จัดตั้งสหกรณ์การเกษตรขึ้นในทุกจังหวัดที่มี  
 สำนักงานของ ธ.ก.ส.ระดับจังหวัดตั้งอยู่ เพื่อทำหน้าที่ดำเนินธุรกิจด้านการซื้อการขายแทน  
 เกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส.และเกิดอำนาจต่อรองในทางการค้า เรียกว่า สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด  
 ลูกค้า ธ.ก.ส. หรือเรียกโดยย่อว่า “สกต.” โดยในระยะ 5 ปีแรก สกต.ตกลงให้ ธ.ก.ส. เข้าไป  
 ช่วยเหลือในด้านการบริหารงานและการจัดการเพื่อวางรากฐานการดำเนินงานให้ สกต. ทั้งนี้เพื่อให้  
 สามารถดำเนินงานได้ด้วยตนเองในภายหลัง

สกต. นั้นจะทำหน้าที่ในการดำเนินธุรกิจด้านการตลาดโดยเฉพาะ เพื่อช่วยให้  
 กระบวนการผลิตและการตลาดเชื่อมโยงกันได้โดยสมบูรณ์ รวมถึงการสร้างความมั่นใจ และ  
 ภาพพจน์ของระบบสหกรณ์การเกษตรในทางที่ดีแก่เกษตรกรสมาชิกว่าจะสร้างความแข็งแกร่ง  
 ให้แก่เกษตรกร และกลุ่มเกษตรกร ดังนั้นในการพัฒนาสถาบัน สกต. จึงมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจซื้อ ธุรกิจ  
 ขาย ธุรกิจรวบรวม และธุรกิจการให้บริการไปพร้อมกัน ก็จะสามารถเชื่อมโยงธุรกิจดังกล่าวให้  
 เอื้ออำนวยเกิดประโยชน์แก่สมาชิกมากยิ่งขึ้น ทั้งยังสามารถขยายธุรกิจของ สกต. และส่งผลให้  
 สกต. สามารถสร้างอำนาจต่อรองราคาในท้องตลาดได้ ปัจจุบันมี สกต.รวมทั้งสิ้น 75 แห่งทั่ว  
 ประเทศทุกจังหวัดที่มีสำนักงาน ธ.ก.ส.ตั้งอยู่ และสามารถให้บริการมวลสมาชิกได้ครอบคลุมทั่ว  
 ประเทศทั้ง 76 จังหวัด

### **ลักษณะของ สกต.ที่แตกต่างจากสหกรณ์การเกษตรการเกษตรทั่วไป**

สมาชิก สกต. จำกัดไว้เฉพาะเกษตรกรที่เป็นลูกค้า ธ.ก.ส. เท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้สะดวก  
 ในการบริหารและจัดการโดยอาศัยข้อมูลจาก ธ.ก.ส.

สกต.เป็นสหกรณ์การเกษตรขั้นปฐม (Primary Cooperative) มีขอบเขตท้องที่ดำเนิน  
 ครอบคลุมทั้งจังหวัด จึงเป็นสหกรณ์ขนาดใหญ่ที่สุด



สกต.ไม่ดำเนินธุรกิจสินเชื่อ แต่เน้นที่ธุรกิจด้านการตลาดผลิตผลและปัจจัยการผลิตให้แก่เกษตรกรสมาชิก

องค์กรสูงสุดของบรรดา สกต. ทั่วประเทศได้จดทะเบียนและดำเนินการในรูปบริษัท จำกัด ไม่ใช่ชุมนุมสหกรณ์ ที่เป็นองค์กรตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2511 ในระดับทุติยภูมิ (Secondary Cooperative)

#### วัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง สกต.

1. เพื่อให้เกษตรกรลูกค้ามีองค์กรของตนเองเพื่อดำเนินธุรกิจด้านการตลาด
2. เพื่อให้เกษตรกรมีอำนาจการต่อรองอย่างแท้จริง ในการทำธุรกิจกับผู้ขายปัจจัยการผลิตให้แก่เกษตรกรสมาชิก
3. เพื่อให้เกษตรกรได้รับความเป็นธรรมในการซื้อปัจจัยการผลิตและการขายผลิตผล การเกษตร
4. เพื่อให้เกษตรกรมีโอกาสเรียนรู้ และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการค้าสามารถตามทันวิธีการและกลไกทางการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ผลิตที่อยู่ในระบบเศรษฐกิจที่ใช้การตลาดเป็นตัวนำ
5. เพื่อให้เกษตรกร มีศูนย์รวมเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และได้รับข้อมูลความต้องการทางการตลาด เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการผลิตให้ได้ผลผลิตตรงตามตลาดต้องการ

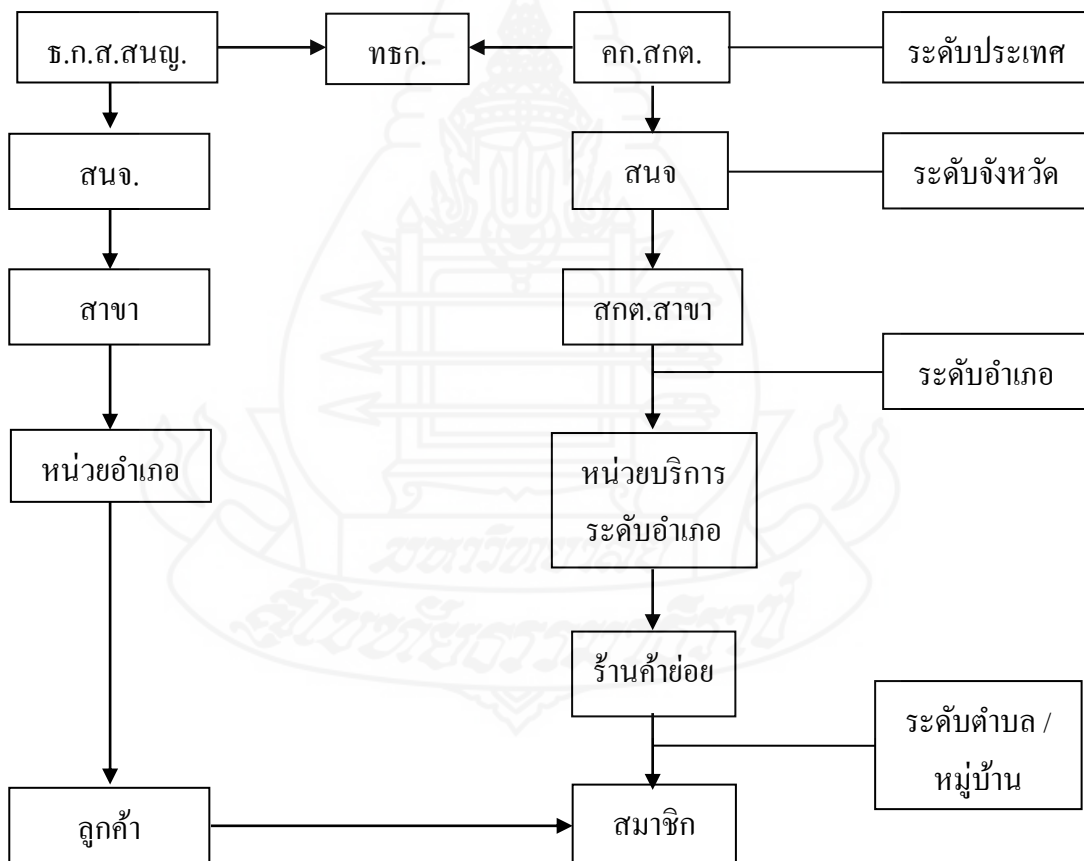
#### โครงสร้างของ สกต.

สกต. เป็นสหกรณ์การเกษตรในระดับจังหวัด ที่ดำเนินธุรกิจการตลาดเป็นหลัก ส่วนธุรกิจสินเชื่อให้สมาชิกรับบริการ โดยตรงจาก ธ.ก.ส.

สกต. อาจจะแบ่งออกเป็นเขต และสาขาซึ่งตั้งอยู่ในระดับอำเภอ นอกจากนั้นยังมีหน่วยบริการระดับตำบล/หมู่บ้านและร้านค้าย่อย ซึ่งเป็นจุดบริการที่สะดวกแก่การติดต่อของ สกต. เพื่อให้ขบวนการของ สกต. สามารถเชื่อมโยงธุรกิจกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีองค์กรหัวขบวนในการทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการทำธุรกิจกับบุคคลภายนอก รวมทั้งทำหน้าที่จัดหาบริการที่จำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจให้แก่ สกต. ดังนั้นสกต. ทั้งหมดจึงได้มมติดกลงทำสัญญาร่วมทุนกับ ธ.ก.ส. จัดตั้งบริษัทไทยธุรกิจเกษตร จำกัด (ทชก.) มีชื่อ

ภาษาอังกฤษว่า “Thai Ari-Business Company Limited: TABCO” ทрк.แบ่งการถือหุ้นเป็น ช.ก.ส. 10 % และ สกต. 90%

นอกจากนี้ในปี พ.ศ.2537 สกต.ทั่วประเทศยังได้รวมตัวกันจัดตั้งเป็นองค์กรกลางของสกต. เรียกชื่อว่า “คณะกรรมการกลางสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส.แห่งประเทศไทย” (กก.สกต.) โดยจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ปี พ.ศ.2511 เพื่อทำหน้าที่ประสานงาน ดูแล และเป็นผู้แทนของ สกต.ทั่วประเทศ ตลอดจนกำกับ ดูแล ทрк. ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่าง สกต. กับ ช.ก.ส. และดูแลผลประโยชน์ของ สกต.ต่างๆ ที่ไปร่วมลงทุนกับบริษัทอื่นๆ เช่น บริษัทสหประกันชีวิต และบริษัทอื่นๆที่ สกต.อาจจะเข้าไปร่วมลงทุนในโอกาสต่อไปและเป็นการรวมตัวกันเป็นองค์กรกลาง สำหรับประสานงานกับหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสมาชิกและสหกรณ์โดยรวม



ภาพ.2.1 ผังโครงสร้าง สกต. และองค์กรแวดล้อม

ที่มา: ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2547:73)

### หน้าที่ของ สกต.

สกต.มีหน้าที่ ดังต่อไปนี้

1. จัดหาปัจจัยการผลิต เครื่องอุปโภคบริโภคตลอดจนถึงของจำเป็นอื่นๆ ให้แก่สมาชิก
  2. รวบรวมผลิตผลทางการเกษตรของสมาชิกเพื่อจำหน่าย หรือแปรรูปเพื่อจำหน่าย
  3. ถ่ายทอดความรู้ทางการเกษตร ความรู้ในการดำรงชีวิตเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต และเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จำเป็นแก่เกษตรกรสมาชิก
  4. ส่งเสริมสวัสดิการในหมู่สมาชิก
  5. เป็นศูนย์ข้อมูลข่าวสารทางการตลาด
- หรืออาจสรุปได้ว่า สกต.ดำเนินธุรกิจหลัก 3 ประการ คือ
1. ธุรกิจการจัดหาปัจจัยการผลิตให้แก่สมาชิก ได้แก่ ปุ๋ย เครื่องจักรกลสารเคมีเกษตร เมล็ดพันธุ์
  2. ธุรกิจรวบรวมผลผลิต ซึ่ง สกต.ทำการรวบรวมผลผลิตจากสมาชิกเพื่อคัดเกรดแล้วแปรรูปหรือส่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
  3. ธุรกิจบริการ ซึ่งได้แก่ การจัดหาบริการทางการเกษตรให้แก่สมาชิก เช่น การขนส่ง การขุดบ่อน้ำมัน การไถดิน เป็นต้น

### หน้าที่ของฝ่ายจัดการ (ผู้จัดการกับพนักงานระดับสูง) เกี่ยวกับการตลาด

1. หาความต้องการของสมาชิกเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต
2. วิเคราะห์สินค้า / การบริการ โดยแยกกลุ่มเป้าหมายตามประเภทการผลิต
3. วางแผนการตลาดโดยใช้หลัก 4Ps
  - 3.1 การเลือกสินค้า
  - 3.2 ช่องทางการตลาด/การคลังสินค้า/การขนส่ง/ตัวแทนขาย
  - 3.3 การบริการก่อนขาย – หลังขาย
  - 3.4 การเลือกราคาสินค้า
4. วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมเพื่อประกอบการวางแผน/ตัดสินใจสั่งสินค้า

### เป้าหมายในการดำเนินงานของ สกต.

สกต.จะทำหน้าที่ต่างๆ เพื่อให้เกษตรกรลูกค้าได้รับปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพราคาเป็นธรรม และสามารถจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาที่เป็นธรรม โดย สกต. ควรจะดำเนินการได้ด้วยศักยภาพของตนเอง ซึ่งหมายถึง สกต. จะต้องดำเนินการได้โดยบุคลากรของ สกต. และสามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกส่วนใหญ่ให้ได้มากที่สุด ตลอดจนควรมีกำไรเพียงพอต่อการจ่ายเงินปันผลคืนให้แก่สมาชิกในฐานะเป็นผู้ถือหุ้น

ดังนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการดำเนินงานของ สกต. นอกจากตอบสนองความต้องการของสมาชิก และการมีกำไรเพียงพอต่อการจ่ายเงินปันผลคืนให้แก่สมาชิกแล้ว สมาชิกเองก็มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จเพราะมีฐานะเป็นทั้งเจ้าของ สกต. ละผู้ทำธุรกิจกับ สกต. ทั้งการใช้องค์การของตนเองเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการทำธุรกิจการตลาดด้วยตนเอง เพื่อให้ดำเนินงานเป็นไปตามหลักการของสหกรณ์ คือ “ช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน”

### แนวคิดและหลักการดำเนินธุรกิจ

การดำเนินงานของสหกรณ์ต้องทำธุรกิจบริการสมาชิกโดยการให้เงินกู้ ร่วมกันผลิต ร่วมกันซื้อ ร่วมกันขาย ร่วมกันแก้ปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันและเปิดโอกาสให้สมาชิกได้ช่วยเหลือตนเองตามกำลังความสามารถ

### ทุนดำเนินงานของสหกรณ์

- 1 เงินค่าหุ้น
- 2 เงินรับฝากจากสมาชิก หรือสหกรณ์อื่น
- 3 ทุนสำรองและทุนสะสมอื่นๆ
- 4 เงินกู้ยืมและเงินรับจากการออกตั๋วสัญญาใช้เงินและตราสารการเงินอื่นๆ
- 5 เงินอุดหนุนหรือทรัพย์สินที่ได้รับบริจาค

### การรับสมัครสมาชิก

การเข้าเป็นสมาชิกของ สกต. ถ้าทุน จำกัด สมาชิกจะต้องยื่นใบสมัครและต้องเข้าสังกัดกลุ่มในหมู่บ้านที่ตนมีถิ่นที่อยู่หรือหมู่บ้านใกล้เคียงกันและคณะกรรมการของ สกต. ถ้าทุน จำกัด ก่อน ซึ่งได้กำหนดคุณสมบัติของการเป็นสมาชิกดังต่อไปนี้

1. ตั้งบ้านเรือนและดำเนินงานเกษตรกรรมในท้องที่ดำเนินงานของสหกรณ์
2. เป็นบุคคลธรรมดาและบรรลุนิติภาวะ
3. เป็นผู้ซื่อสัตย์ มีชื่อเสียงดี ขยันขันแข็งในการประกอบอาชีพและรู้จักประหยัด
4. ไม่เป็นคนไร้ความสามารถ หรือเสมือนไร้ความสามารถ

5. ไม่เป็นบุคคลล้มละลายหรือเป็นผู้มีหนี้สินส่วนตัว
6. ไม่เป็นผู้เคยถูกให้ออกจากสหกรณ์ใดๆ โดยมีความผิด เว้นแต่พ้นกำหนดสองปีนับแต่วันที่ถูกออก
7. เป็นลูกค้าของ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ( ธ.ก.ส.) ในเขตดำเนินงานของสหกรณ์

เมื่อที่ประชุมกลุ่มได้สอบสวนและพิจารณาแล้วว่ามีคุณสมบัติถูกต้อง กลุ่มเห็นสมควรและลงมติเพื่อรับรอง โดยคะแนนเสียงไม่น้อยกว่าสองในสามของจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม

เมื่อคณะกรรมการได้สอบสวนและพิจารณาแล้วปรากฏว่าผู้สมัครซึ่งกลุ่มได้รับรองแล้วนั้นมีคุณสมบัติถูกต้องตามที่กำหนดไว้ ก็จะรับเข้าเป็นสมาชิกได้ และแจ้งให้สมาชิกรับทราบเพื่อลงลายมือชื่อในทะเบียนสมาชิกพร้อมกับชำระค่าธรรมเนียมแรกเข้าและชำระค่าหุ้นตามจำนวนที่จะถือจนครบถ้วนแล้วจึงถือเป็นสมาชิกของสหกรณ์ในสังกัดกลุ่มซึ่งรับรองนั้น การรับสมาชิกเข้าใหม่ คณะกรรมการต้องแจ้งในที่ประชุมทราบโดยเร็วและเสนอเรื่องการรับสมาชิกใหม่ให้ที่ประชุมใหญ่ครวญถัดไป

### สิทธิและหน้าที่ของสมาชิก

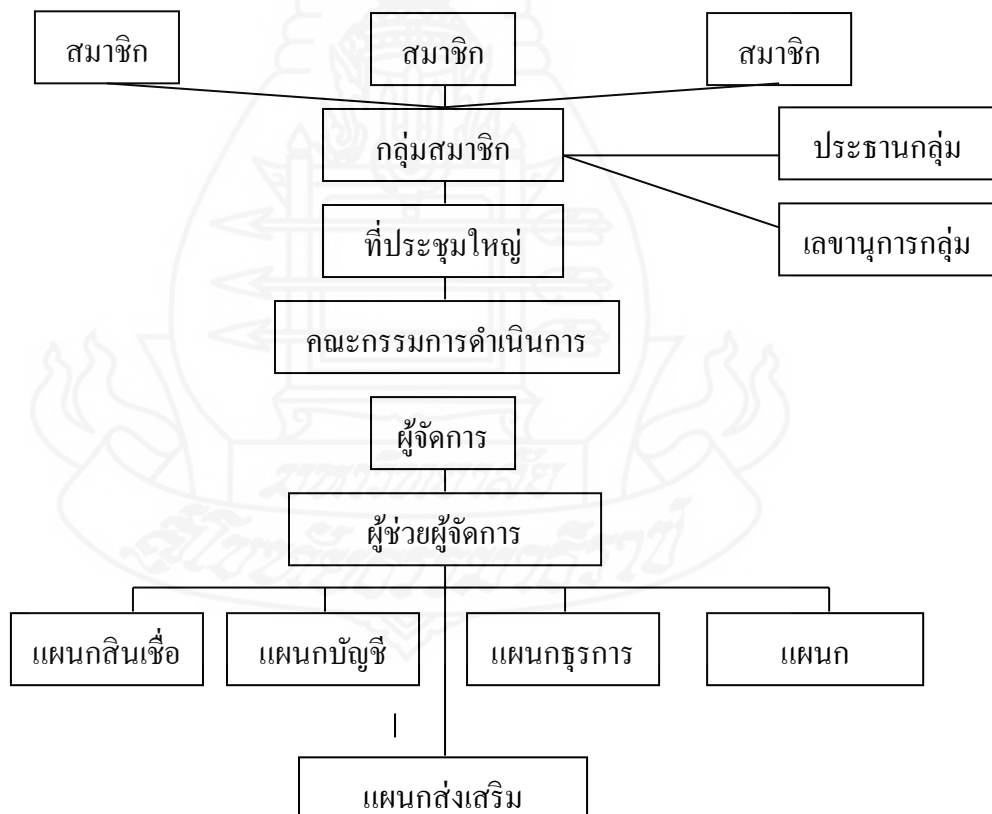
สหกรณ์เป็นของสมาชิกและสมาชิกทุกคนมีบทบาทที่จะควบคุมการบริหารงานของสหกรณ์ โดยใช้สิทธิและปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิก ให้ถูกต้องและสม่ำเสมอการประชุมใหญ่เป็นทั้งสิทธิและหน้าที่อันสำคัญยิ่งของสมาชิกทุกคนควรจะต้องเข้าร่วมประชุมใหญ่ของสหกรณ์ ซึ่งเป็น โอกาสที่สมาชิกจะแสดงบทบาททัศนคติและปกป้องคุ้มครองผลประโยชน์ของตน ตลอดจนการติดตามผลการดำเนินงาน การจัดสรรผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างยุติธรรม กำหนดนโยบายการดำเนินงานรวมทั้งคัดเลือกกรรมการดำเนินการที่มีความสามารถ และมอบภารกิจในการดำเนินการต่อไปในแนวทางอันเป็นประโยชน์ต่อมวลสมาชิก เสริมสร้างความเจริญมั่นคงให้กับสหกรณ์ โดยสมาชิกที่เข้าร่วมประชุมทุกคนจะต้องร่วมกันอภิปรายปัญหา แสดงความคิดเห็น ออกเสียง และยอมรับมติของที่ประชุม ซึ่งไม่ขัดต่อกฎหมายข้อบังคับและระเบียบ เพื่อให้สหกรณ์ดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ทุกประการ โดยร่วมกันพิจารณาในเรื่องต่างๆ เหล่านี้

### โครงสร้างการบริหารงานของสหกรณ์

โครงสร้างของสหกรณ์ประกอบด้วยสมาชิกเป็นกลไกสำคัญ และทำให้สหกรณ์สามารถดำเนินการได้ในลักษณะดังนี้ คือ

สมาชิกทุกคนจะเข้าร่วมประชุมกันในที่ประชุมใหญ่ เพื่อเลือกตั้งคณะกรรมการ  
 ดำเนินการขึ้นคณะหนึ่ง โดยให้คณะกรรมการดำเนินการที่ได้รับการเลือกตั้งขึ้นนี้ ทำหน้าที่เป็น  
 ตัวแทนของสมาชิกทุกคนในการบริหารงานของสหกรณ์ให้บรรลุเป้าหมาย คณะกรรมการ  
 ดำเนินการจะเป็นผู้กำหนดนโยบายในการบริหารงาน โดยได้รับการเห็นชอบจากที่ประชุมใหญ่  
 และพิจารณาจัดจ้างผู้จัดการ เพื่อทำหน้าที่ดำเนินการของสหกรณ์ ตามนโยบายของคณะกรรมการ  
 ดำเนินการและตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมสหกรณ์ และมีการตรวจสอบกิจการโดยผู้  
 ตรวจสอบกิจการ ผู้จัดการจะมีพนักงานฝ่ายต่าง ๆ เป็นผู้ปฏิบัติงานประจำฝ่ายต่าง ๆ ของสหกรณ์  
 และเมื่อครบปีคณะกรรมการดำเนินการจะรายงานผลการดำเนินงานต่อที่ประชุมใหญ่ของสมาชิก  
 เพื่อให้สมาชิกพิจารณาผลงานที่ผ่านมา และให้ความเห็นชอบแผนการดำเนินงานของปีต่อไป

จะเห็นได้ว่าบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินการของสหกรณ์ ได้แก่ สมาชิก  
 คณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการ และผู้ตรวจสอบกิจการ  
 โครงสร้างองค์การของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัดแสดงเป็นแผนภูมิ  
 ได้ ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างองค์การของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด

ที่มา: สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด (2542)

สมาชิก หมายถึง ผู้ลงชื่อขอจดทะเบียนสหกรณ์และผู้ที่มีชื่ออยู่ในบัญชีของผู้ที่จะเป็นสมาชิกสหกรณ์ รวมทั้งผู้ที่สมัครเป็นสมาชิกภายหลังที่สหกรณ์ได้จดทะเบียนแล้ว โดยถือว่าได้เป็นสมาชิกเมื่อได้ชำระค่าหุ้นตามจำนวนที่จะถือครบถ้วนแล้ว (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2542 : 48) ที่ประชุมใหญ่ของสมาชิก สหกรณ์จะมีการประชุมสมาชิกทั้งหมดหรือผู้แทนสมาชิกอย่างน้อยปีละครั้ง เรียกว่า ประชุมใหญ่ เพื่อพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- (1) รับทราบเรื่องการรับสมาชิกเข้าใหม่ และลาออกจากสหกรณ์
- (2) กำหนดวงเงินกู้ยืม
- (3) กำหนดค่าพาหนะและเบี้ยเลี้ยงของคณะกรรมการดำเนินการ
- (4) เลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการ หรือถอดถอนกรรมการดำเนินการทั้งหมด หรือรายตัว

- (5) เลือกตั้งผู้ตรวจสอบกิจการ
- (6) พิจารณาอนุมัติงบดุลและรายงานประจำปี
- (7) พิจารณาจัดสรรกำไรสุทธิประจำปี
- (8) พิจารณาแก้ไขเพิ่มเติมข้อบังคับ
- (9) พิจารณากำหนดนโยบายการดำเนินการสหกรณ์
- (10) พิจารณารายงานของผู้ตรวจสอบกิจการ
- (11) พิจารณาข้ออุทธรณ์ของสมาชิกเกี่ยวกับมติคณะกรรมการดำเนินการ
- (12) พิจารณาและปฏิบัติหน้าที่ตามคำสั่งหรือคำแนะนำของนายทะเบียนสหกรณ์ รองนายทะเบียนสหกรณ์ ผู้ตรวจการสหกรณ์ ผู้สอบบัญชีสหกรณ์ ผู้สอบบัญชี พนักงานเจ้าหน้าที่ซึ่งนายทะเบียนสหกรณ์มอบหมาย หรือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์

- (13) พิจารณาลงมติให้สหกรณ์เข้าเป็นสมาชิกของชุมนุมสหกรณ์หรือเข้าร่วมกับสหกรณ์อื่นในการจัดตั้งชุมนุมสหกรณ์

- (14) พิจารณาให้ความร่วมมือและประสานงานกับสันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ในการส่งเสริมและเผยแพร่กิจการสหกรณ์ ตลอดจนการรับคำแนะนำช่วยเหลือทางวิชาการสหกรณ์และการศึกษาฝึกอบรมวิชาการเกี่ยวกับกิจการสหกรณ์

- (15) พิจารณาควบสหกรณ์และแยกสหกรณ์ (มาตรา 90, 96)

คณะกรรมการดำเนินการ เลือกมาจากสมาชิกในที่ประชุมใหญ่ คณะกรรมการดำเนินการมีหน้าที่กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางปฏิบัติงานของสหกรณ์

ผู้จัดการ หมายถึง ผู้ที่จะต้องรับผิดชอบการจัดการธุรกิจของสหกรณ์ให้เป็นไปตามนโยบายที่คณะกรรมการดำเนินการกำหนด ผู้จัดการจึงควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและ

ประสบการณ์ในการทำงาน ผู้จัดการจะจัดจ้างเจ้าหน้าที่ให้ทำงานในสหกรณ์ตามปริมาณธุรกิจและฐานะทางการเงินของสหกรณ์

#### **บริบทของสหกรณ์สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด**

ลักษณะทั่วไปของสหกรณ์สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 19 ถนนวังขวา ตำบลในเมือง อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ.2511 เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ.2534 โดยใช้ชื่อว่าสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด และมีชื่อภาษาอังกฤษว่า LAMPHUN AGRICULTURAL MARKETING CO-OPERATIVE LIMITED ( AMC ) ประเภทสหกรณ์การเกษตร เลขทะเบียนที่ ก.014634 โดยเริ่มดำเนินการรับสมัครสมาชิกตั้งแต่วันที่ 13 กันยายน 2534 โดยเริ่มประชุมใหญ่สามัญครั้งแรกเมื่อวันที่ 30 กันยายน พ.ศ.2534 ได้ดำเนินการในเขตท้องที่ทุกอำเภอในจังหวัดลำพูน และในเขตตำบลแม่ทา อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 51,604 คน มีคณะกรรมการดำเนินการจำนวน 10 คน มีพนักงานทั้งหมด 11 คน มีทุนเรือนหุ้นจำนวน 3,109,650 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาทชำระเต็มแล้ว มีมูลค่าเป็นเงิน 31,096,500.00 บาท

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ได้ดำเนินงานและทำธุรกิจกับสมาชิก โดยการให้สินเชื่อ ร่วมกันผลิต ร่วมกันซื้อ ร่วมกันขาย ร่วมกันแก้ไขปัญหาอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และเปิดโอกาสให้สมาชิกได้ช่วยเหลือตนเองตามกำลังความสามารถ ซึ่งสมาชิกทั้งหมดจะผ่านการสอบสวนและขึ้นทะเบียนเป็นลูกค้าของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรแล้วเป็นเจ้าของสหกรณ์ หากสมาชิกสหกรณ์มีความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ กฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ มติของคณะกรรมการ ตระหนักในการมีส่วนร่วมการเป็นเจ้าของ และแนวทางในการปฏิบัติงานที่ถูกต้องร่วมกัน จะส่งเสริมพัฒนากิจการของสหกรณ์ให้มีความเจริญก้าวหน้าและเติบโตขึ้นเป็นลำดับ ภายใต้การบริหารจัดการโดยคณะกรรมการดำเนินการโดยยึดหลักการ อุดมการณ์และวิธีการสหกรณ์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสมาชิก ธุรกิจหลักของสหกรณ์ได้แก่ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่ายและรวบรวมผลผลิต โดยสหกรณ์ได้ร่วมกับ ธ.ก.ส. และห้างร้านต่างๆ จัดหาวัสดุการเกษตรมาจำหน่าย ตามความต้องการของสมาชิก และรวบรวมผลผลิตจากสมาชิก

**ธุรกิจหลักของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด คือ**



1. ธุรกิจการจัดหาปัจจัยการผลิตให้แก่สมาชิก ได้แก่ ปุ๋ย เครื่องจักรกล สารเคมี เกษตร เมล็ดพันธุ์
2. ธุรกิจรวบรวมผลผลิต ซึ่ง สกต.จำทำการรวบรวมผลผลิตจากสมาชิกเพื่อคัดเกรด แล้วแปรรูปหรือส่งจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ
3. ธุรกิจบริการ ซึ่ง ได้แก่ การจัดหาบริการทางการเกษตรให้แก่สมาชิก เช่น การขนส่ง การขุดบ่อน้ำมัน การไถดิน เป็นต้น

ผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด สิ้นสุด วันที่ 31 มีนาคม แสดงตั้งแต่ปี พ.ศ.2549 – 2553

ที่มา: รายงานกิจการสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด สำหรับปีบัญชี สิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2549 ถึง 31 มีนาคม 2554

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ได้ดำเนินงานเพื่อให้บริการสมาชิกในด้านต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์การเกษตร โดยมีผลดำเนินงานเบื้องต้น ในรอบปีบัญชี 2549 ถึงในรอบปีบัญชี 2553 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ผลการดำเนินงานเบื้องต้น

หน่วย : บาท

รายการ \ ปี	2553	2552	2551	2550	2549
จำนวนสมาชิก (ราย)	51,600	51,541	51,594	51,604	51,212
ทุนเรือนหุ้นที่ชำระแล้ว	31,291,510	31,493,330	31,678,110	31,689,040	25,045,580
ทุนสำรองและทุนอื่นๆ	351,379.56	427,110.05	427,111.05	445,740	445,740
หนี้สินอื่น	1,778,044	4,538,747	5,063,623	4,538,747	5,063,623
เงินฝาก	20,522,615.24	16,304,076.86	11,767,500	18,879,240.57	1,1767,500
ทุนดำเนินงาน	30,925,335	30,754,970	3,0356,715	29,777,543	22,378,406
รายได้	3,404,573.69	3,363,776.29	3,483,662.39	3,663,348.78	5,175,125.88
ค่าใช้จ่าย	3,002,575.42	2,839,632.48	2,976,733.33	3,507,744.72	4,107,972.02
กำไรสุทธิ	401,998.27	524,143.81	506,929.06	190,054.06	1,067,153.86

## ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (stimulus-response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R theory) และนำมาประยุกต์ใช้ (Defleur, 1989, p. 173) อธิบายว่า บุคคล มีความแตกต่างกันหลายประการ เช่น บุคลิกภาพ ทักษะสติ สติปัญญา และความสนใจ เป็นต้น และความแตกต่างนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพทาง สังคมและวัฒนธรรมทำให้มีพฤติกรรมสื่อสารและการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกัน

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ที่สำคัญคือ

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพจิตวิทยา
2. ความแตกต่างดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อถือ และบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ในการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่า มีปัจจัย 2 ประการ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับการสื่อสารของผู้รับสารคือ ( สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533, หน้า 60-67 )

1. ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันย่อมจะมองหรือจะยอมรับข้อมูลในการสื่อสารแตกต่างกันไป
2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลทำให้การยอมรับข้อมูลในการสื่อสารแตกต่างกันเช่น ด้านประชากร (demographics) ได้แก่ อายุ เพศ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือด้าน จิตวิทยา (psychographics) ได้แก่ แบบแผนการดำเนินชีวิต (life style) หรือด้านการเปิดรับสื่อที่ไม่เหมือนกันก็มีผลทำให้บุคคลมีความชื่นชอบไม่เหมือนกันได้

แนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) ได้นำมาเป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้บนพื้นฐานความคิดที่ว่า เพศ อายุ รายได้ ที่แตกต่างกันทำให้มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนแตกต่างกัน และความแตกต่างในเรื่องทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ น่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนได้เช่นกัน

## การศึกษาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (The marketing mix)

มีผู้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด ไว้หลายความหมายแต่สามารถทำการสรุปนัยสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยหรือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยทางการตลาดเหล่านี้สามารถควบคุมได้ ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย 4 P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดการตลาดที่ดีจำเป็นต้องมีการผสมผสานที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งได้เป็น 4 ด้านสำคัญ คือ

### ผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นปัจจัยสำคัญที่จะต้องจัดการก่อนปัจจัยด้านอื่นเพราะเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสนใจเป็นอันดับแรก ผลิตภัณฑ์ หมายถึง แบบรูปร่างของผลิตภัณฑ์หรือรวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ตัวอย่างเช่น "ใช้ครีมของเรา จะสวยขาวในเจ็ดวัน" ผู้บริโภคสินค้าไม่ได้พิจารณาที่เนื้อครีมว่าขาวหรือดำ มีตะกอนหรือไม่ ในการตัดสินใจบริโภค แต่จะมุ่งหวังไปที่ความสวยขาวที่จะเกิดขึ้น ในส่วนของผลิตภัณฑ์นี้จะมีความเกี่ยวข้องกับการดูแล ปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสายการผลิตผลิตภัณฑ์ การพิจารณาเพื่อกำหนดรูปร่างลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ การจำแนกและจัดกลุ่มหรือประเภทผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ การมุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด

โดยทั่วไปสามารถแบ่งลักษณะของสินค้าได้ตามลักษณะตลาดได้แก่

1. สินค้าบริโภค (consumer goods) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปสำหรับผู้บริโภคใช้ในครัวเรือนขั้นสุดท้าย ที่มีการแบ่งออกเป็น 4 ประเภทย่อยคือ

1.1 สินค้าสะดวกซื้อ (convenience goods) คือสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคทำการซื้อบ่อยครั้ง ทันทีทันใด และใช้การตัดสินใจไม่นาน ได้แก่ สินค้าในร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป นม นูรี ขนมขบเคี้ยว น้ำดื่ม เป็นต้น หรือกลุ่มสิ่งพิมพ์พวกหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารต่าง ๆ บนแผงหนังสือ ก็เป็นสินค้าสะดวกเช่นกัน

1.2 สินค้าเลือกซื้อ (shopping goods) คือสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อต้องใช้เวลาทำการเปรียบเทียบก่อนการซื้อ โดยอาจเปรียบเทียบจากร้านที่จำหน่าย ราคา ปริมาณ คุณภาพ รูปแบบ

สีสัน สินค้าพวกนี้เป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานปานกลาง ได้แก่ เสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ กระจา รองเท้า ผงซักฟอก ไม้กวาดต่าง ๆ ฯลฯ

1.3 สินค้าเจาะจงซื้อ (speciality goods) คือสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อต้องการอย่าง เฉพาะเจาะจง ไม่ว่าจะเป็นการระบุชนิด หรือตราสินค้า ดังนั้นผู้ซื้อจึงมีความต้องการสินค้านั้นจริง ๆ เป็นการเฉพาะ โดยไม่สนใจจะเปรียบเทียบกับตราสินค้าอื่น หรืออาจกล่าวได้ว่าผู้ซื้อมีความภักดี ในตราสินค้าสูง เช่น ชาเขียวโออิชิ เครื่องดื่มชูกำลังคาราบาวแดง ทูเรียนพันธุ์หมอนทอง เป็นต้น

1.4 สินค้าไม่แสวงซื้อ (unsought goods) คือสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ ใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย หรืออาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคไม่มีความต้องการหรือไม่ เห็นความจำเป็นต้องใช้ เช่น ภูเก็ต น้ำส้มควันไม้ การประกันชีวิตหรือประกันภัยต่าง ๆ เป็นต้น

2. สินค้าอุตสาหกรรม (industrial goods) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ซึ่งใช้ไปในการผลิตสินค้าอื่น หรือเพื่อนำไปจำหน่ายต่อ (resale)

นอกจากตัวผลิตภัณฑ์ยังมีองค์ประกอบอื่นของผลิตภัณฑ์ ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ คือ

1. ผลิตภัณฑ์หลัก (core product) เป็นการกำหนดลักษณะคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในด้าน ประโยชน์พื้นฐานที่ผู้บริโภคจะได้รับจากการบริโภคสินค้าโดยตรง โดยประโยชน์พื้นฐานมี 2 ลักษณะ คือ

1.1 ประโยชน์ใช้สอยของตัวผลิตภัณฑ์ (functional benefits) เป็นประโยชน์ที่เกิดจากการ บริโภคตัวสินค้าและบริการโดยตรง เช่น น้ำจืดที่ดื่มที่ ใช้ผสมกับน้ำ ใช้รดคอกสัตว์ไม่ให้มีกลิ่นเหม็น เป็นต้น

1.2 ประโยชน์พื้นฐานทางด้านอารมณ์ (emotional benefits) เป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการ ใช้หรือเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ เช่น การซื้อไก่ทอดในร้านแมคโดนัลด์ การทานสุกี้ที่ร้านเอ็ม เค สุกี้ การรับประทานอาหารญี่ปุ่นที่ร้านโออิชิ การรับประทานกึ่งแม่น้ำ การรับประทานรังนกนางแอ่น เป็นต้น ผู้ใช้บริการจะมีความรู้สึกว่าคุณมีระดับหรือมีสถานภาพสูง

2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (formal product หรือ tangible product) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ อันได้แก่ คุณภาพ รูปร่างลักษณะ รูปแบบ การบรรจุหีบห่อ และตราสินค้า เป็นต้น

3. ผลิตภัณฑ์ควบ (augmented product) หมายถึงผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า ประกอบด้วย บริการต่าง ๆ ทั้งก่อนและหลังการขาย ซึ่งได้แก่ การ ติดตั้ง (installation) การขนส่ง (transportation) การประกัน (insurance) การให้สินเชื่อ (credit) และ

การให้บริการอื่น ๆ เช่น ปลูกไม้ยูคาลิปตัสของบริษัทสวนกิตติ จะได้รับการซื้อไม้ยูคาลิปตัสในราคาประกันและมีคิวก่อนคนอื่นที่ไม่ใช่สมาชิก เป็นต้น

ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรต้องกำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ธุรกิจจะทำการนำเสนอต่อผู้บริโภค โดยต้องพิจารณาจากความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

## ราคา (Price)

ในส่วนของราคาสินค้าและบริการนี้ ถือเป็นใจกลางของส่วนผสมการตลาดทั้งหมด และยังเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการได้ ราคาของสินค้าและบริการมีความหมายลึกซึ้ง โดยอาจหมายถึง สิ่งที่คุณคณจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงเป็นมูลค่า (value) ในรูปของเงินตรา จากความหมายทำให้อธิบายได้ว่าราคามีสองความหมายคือ

1. ราคาเป็นมูลค่าของสินค้าและบริการ
2. ราคาเป็นจำนวนเงินหรืออาจเป็นสิ่งอื่นใดที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ ในความหมายของราคานั้นมีความเกี่ยวข้องกับคำอีกสองคำที่สำคัญในการที่จะกำหนดราคา คือ

มูลค่า (value) คือการวัดในเชิงปริมาณของมูลค่าผลิตภัณฑ์เพื่อจูงใจ ให้เกิดการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยน โดยผู้ผลิตสินค้าและบริการต้องพยายามนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าที่ถูกค้ายอมรับและพยายามสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) สำหรับผลิตภัณฑ์ด้วย ตัวอย่างเช่น น้ำดื่มในขวด PET จะมีมูลค่าสูงกว่าน้ำดื่มในขวดชุ่น อุ่นทั้งพวงจะมีมูลค่าสูงกว่าอุ่นที่ร่วงเป็นลูก ๆ มะม่วงที่มีตาข่ายใส่เป็นลูกมีมูลค่ามากกว่ามะม่วงที่ชั่งน้ำหนักรวม

อรรถประโยชน์ (utility) คือ คุณสมบัติของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ให้เกิดความพึงพอใจมากที่สุด

ดังนั้นในการกำหนดราคา ผู้ผลิตต้องพิจารณาถึงอรรถประโยชน์ของสินค้าและบริการที่สามารถสนองความพอใจของมนุษย์ได้ โดยพิจารณาคูณสมบัติเหล่านั้นว่าจะสามารถสร้างมูลค่า (value) เท่าใดในสายตาของลูกค้า และพยายามสร้างมูลค่า (value added) ให้สูงขึ้น แล้ววัดเป็นมูลค่าออกมาในรูปของสินค้าต่อหน่วย (price)

### การจัดจำหน่าย (distribution)

การจัดจำหน่าย (distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์การธุรกิจไปยังตลาด จากความหมายพอจะมองได้ว่าลักษณะการจัดจำหน่ายมีองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

1. เป็นกิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย
2. โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันการตลาด อันหมายถึง คนกลาง ธุรกิจการกระจายสินค้า ธุรกิจให้บริการทางการตลาด รวมทั้งสถาบันทางการเงิน โดยมีรายละเอียดดังนี้

คนกลาง (middleman) หมายถึง กลุ่มบุคคลอิสระที่ดำเนินงานเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยคนกลางสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. พ่อค้าคนกลาง (merchant middlemen) หมายถึง คนกลางที่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่เขาดำเนินการ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และพ่อค้าผู้ขายต่อ เป็นต้น
2. ตัวแทนคนกลาง (agent middlemen) หมายถึง คนกลางที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในสินค้าที่เขาดำเนินการ เช่น ตัวแทนผู้ผลิต กล้ายางพารา เพื่อส่งให้กับรัฐบาล นายหน้า เป็นต้น

บทบาทของพ่อค้าคนกลางในระบบธุรกิจเกษตร

ในระบบธุรกิจ พ่อค้าคนกลาง เป็นบุคคลที่สำคัญคนหนึ่งในสภาพการซื้อขาย สินค้าเกษตรในประเทศไทย โดยพ่อค้าคนกลางมีบทบาทในระบบธุรกิจเกษตรดังนี้

1. ทำให้พืชผลที่เกษตรกรผลิตได้ถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้จากการขายผลผลิต
2. ช่วยกระตุ้นการผลิตสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง เพราะพ่อค้าคนกลางถือเป็นตัวแทนความต้องการบริโภคสินค้าของกลุ่มผู้บริโภค
3. ช่วยเป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวก ในการซื้อขายแลกเปลี่ยน การขนส่งและกำหนดราคาสินค้าเกษตร ระหว่างเกษตรกรกับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย
4. เป็นแหล่งเงินทุนแหล่งหนึ่งของเกษตรกร โดยการให้สินเชื่อจะช่วยให้มีเงินทุนเพียงพอสำหรับเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการผลิต โดยอาจจะเป็นเงินสดหรือเป็นปัจจัยการผลิตอื่น ๆ แล้วพ่อค้าจะหักจากมูลค่าสินค้า เมื่อเกษตรกรนำผลผลิตมาขายคืน ซึ่งเรียกว่าการตกเขียว
5. เข้ามารับภาระความเสี่ยงจากการแปรปรวนขึ้นลงของราคาสินค้าเกษตรที่มีเกิดขึ้นอยู่เสมอ ๆ

6. ให้ข้อมูลข่าวสารทางการตลาดแก่เกษตรกรในลักษณะที่รวดเร็วกว่าข่าวสารของทางราชการ และเป็นแหล่งข่าวที่เกษตรกรเข้าถึงได้ง่ายกว่าแหล่งข่าวอื่น ซึ่งทำให้เกษตรกรติดตามสถานการณ์การตลาดได้ดียิ่งขึ้น

ช่องทางการจัดจำหน่าย (channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ/หรือ กรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลางที่เกี่ยวข้องในช่องทางการจัดจำหน่ายและผู้บริโภค

การกระจายตัวสินค้า (physical distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้าย และการเก็บรักษาตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม เช่น น้ำมัน

#### การส่งเสริมการตลาด (promotion)

นับเป็นส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ที่สำคัญอีกตัวหนึ่งขององค์การธุรกิจเกษตร เพราะเป็นเครื่องมือที่ใช้แจ้งข่าวสารและสร้างแรงจูงใจแก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การ บางครั้งอาจหมายถึง ข้อมูลการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยอาศัยเครื่องมือหลักคือ

1. การโฆษณา (advertising) เป็นรูปแบบการเสนอขายความคิด สินค้า หรือบริการ โดยไม่ใช้พนักงานขาย แต่ใช้การจ่ายเงิน โดยเป็นผู้อุปถัมภ์รายการ

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่คาดหวัง การขายโดยใช้พนักงานขาย ถือเป็น การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง

3. การส่งเสริมการขาย (sales promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณา เป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการประชาสัมพันธ์ที่กระตุ้นความสนใจ ให้เกิดการทดลองใช้หรือการซื้อของลูกค้า

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation) หลักทั่วไปในการประชาสัมพันธ์ในระบบธุรกิจเกษตร

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 นี้ มีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน การจัดลำดับส่วนประสมทางการตลาดไม่ได้หมายถึงลำดับความสำคัญ แต่จัดไว้เพื่อช่วยให้ออกข้อดีสำหรับพิจารณาได้ง่าย คือ การเริ่มต้นด้วยผลิตภัณฑ์ที่คิดว่าดีที่สุด ตรงตามความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย จากนั้นก็พิจารณาเรื่องราคา โดยราคาคงอยู่ในขอบเขตของลูกค้าที่จะสนใจและยอมรับ ต่อมาควรเป็นเรื่องของการหาช่องทางหรือวิถีทางที่จะถึงลูกค้าเป้าหมาย สุดท้ายแล้วต้องมี

การบอกกล่าว ส่งเสริมให้ลูกค้าเป้าหมายให้ได้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบมาเฉพาะเพื่อลูกค้าเป้าหมายที่ได้นำออกมาวางขาย

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นางสาวจิรวดี อภิวงศ์ (2554) ทำการศึกษาเรื่องการใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลคือ ระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัวต่อปีมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปุ๋ย เคมีภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ค่าแรงงาน ค่าซ่อมแซมเครื่องมือ และการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร เช่นที่ดิน อาคาร เครื่องจักรกลการเกษตรเหมือนกัน ยกเว้นการจ่ายค่าซ่อมแซมเครื่องมือ และปัจจัยทางด้านการตลาดมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการสินเชื่อ คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านราคา

ในการบริหารจัดการสินเชื่อการเกษตร ควรมีนโยบายด้านสินเชื่อใหม่เพื่อสร้างความแตกต่าง โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าตามกลุ่มอาชีพ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้เงิน ประเภทเงินกู้ ตามระยะเวลาการให้กู้ และควรนำดัชนีฤดูกาล ตลอดจนวงจรรอบการผลิตของผลิตผลทางการเกษตรมาประกอบการอนุมัติสินเชื่อให้ลูกค้าในแต่ละกลุ่มอาชีพพร้อมกับกำหนดอัตราดอกเบี้ย และจำนวนงวดชำระที่เอื้อประโยชน์ให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ควรลดระยะเวลาและขั้นตอนในการอนุมัติสินเชื่อให้สั้นลง

นายคุณทล จันท์บาง (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ตราลูกโลกเกลียวเชือกของสมาชิก สกต.ลำปาง พบว่าการเพิ่มขึ้นของผลผลิตมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ย สถานที่จำหน่ายเป็นปัจจัยอีกประการซึ่งค่าสัมประสิทธิ์มีผลเป็นลบซึ่งแสดงถึงความไม่สะดวกของสมาชิกในขณะที่รายได้การเกษตร ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก การบริการของพนักงาน และการแนะนำของพนักงาน ธ.ก.ส. ความมั่นใจในคุณภาพของปุ๋ย และประสบการณ์ในการซื้อปุ๋ยของสมาชิกไม่มีนัยสำคัญเพียงพอที่จะนำมาอธิบายผลต่อโอกาสในการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมี สกต.ได้

นางอารีย์ นาปรัง (2553) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าประเภทการบริการของ ธ.ก.ส. สาขาจอมทอง ที่เคยใช้บริการมากที่สุด ด้านเงินฝาก ได้แก่ ประเภทออมทรัพย์ ด้านสินเชื่อ ได้แก่ สินเชื่อเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายและค่าลงทุน



การเกษตร บริการอื่น ๆ ได้แก่ บัตร ATM ระยะเวลาที่ใช้บริการ 7 – 10 ปี ความถี่ในการใช้บริการ 1 – 2 ครั้ง/เดือน วันที่มาใช้บริการไม่แน่นอน ช่วงเวลาที่ใช้บริการ 8.30 น – 10.30 น. เหตุผลที่เลือกใช้บริการกับ ธ.ก.ส.สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ คือชื่อเสียงและความมั่นคงของธนาคาร

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ ธ.ก.ส.สาขาจอมทอง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากทุกปัจจัยเรียงลำดับคือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ มีบริการบัตร ATM รองลงมาคือ บริการสินเชื่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น เพื่อซื้อยานพาหนะ เพื่อการศึกษา และพัฒนาความรู้ เพื่อที่อยู่อาศัย เพื่อการรักษาพยาบาล

ปัจจัยด้านราคา ค่าเฉลี่ยความพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ อัตราดอกเบี้ยหรือผลตอบแทนบัตรเงินฝากทวีสินเมื่อครบกำหนดไถ่ถอน รองลงมาคืออัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำ และค่าธรรมเนียมรายปีสำหรับการใช้บัตร ATM

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ สถานที่ตั้งของธนาคาร สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ รองลงมาคือ ATM บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ ของรางวัลเงินฝากออมทรัพย์ทวีโชค เช่น รถยนต์ ,รถจักรยานยนต์ ,โทรทัศน์ รองลงมาคือสิทธิพิเศษในการได้รับบัตรจับรางวัลเงินฝากทวีโชคเมื่อฝากครบทุก 2,000 บาทต่อ 1 ใบ ปีละ 2 ครั้ง

ปัจจัยด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ลงมาคือ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญและมีความสามารถในการให้บริการและพนักงานมีความซื่อสัตย์ น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของ ธ.ก.ส. รองลงมาคือ ธนาคารมีบริเวณสำหรับนั่งรอรับบริการเพียงพอ และธนาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอในขณะที่รอรับบริการ เช่น ตะเกียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และมีน้ำดื่มไว้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ กระบวนการการฝาก – ถอนเงิน รวดเร็ว รองลงมาคือกระบวนการเปิดบัญชีรวดเร็ว

นางสาวศิริขวัญ หวานชื่น ( 2550 ) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตร กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรบางละมุง จำกัด อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ผลจากการศึกษาพบว่าทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อสหกรณ์ในส่วนของความรู้สึกของการเป็นเจ้าของอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของความจงรักภักดี แสดงความรู้สึก

จรรักษ์ที่ดีในระดับมาก การออมและการลงทุนของสมาชิก อยู่ในระดับปานกลาง และการฝึกอบรมปรากฏว่าสมาชิกอยู่ในระดับปานกลาง คณะกรรมการทั้งหมดเห็นว่าควรให้ความสำคัญกับการกำหนดนโยบายในการทำงาน การอุทิศตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และความซื่อสัตย์สุจริตต่อหน้าที่ในระดับมาก รวมทั้งกรรมการควรมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานในระดับมาก เจ้าหน้าที่สหกรณ์ทั้งหมดเห็นว่า เจ้าหน้าที่สหกรณ์ควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์ในระดับมาก นอกจากนี้ยังเห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ควรได้รับการบริการอย่างมีคุณภาพ ควรได้รับสวัสดิการจากสหกรณ์ และการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์จากสหกรณ์ในระดับมาก ซึ่งโดยภาพรวมแล้วสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบางละมุง จำกัด มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจสินเชื่อ การทำธุรกิจซื้อ และการทำธุรกิจรวบรวมผลผลิตในระดับปานกลาง

ปัญหาและอุปสรรคการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบางละมุง จำกัด ประกอบด้วย สมาชิกขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของสมาชิก และการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์สมาชิกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการเข้าร่วมประชุมกลุ่มและประชุมใหญ่ของสหกรณ์แต่มีการแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมอยู่ในระดับน้อย การฝากเงินประเภทออมทรัพย์พิเศษของสมาชิกอยู่ในระดับน้อย

การวิจัยมีข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ การปรับปรุงโครงสร้างการจัดองค์กร เนื่องจากโครงสร้างขององค์กรในปัจจุบันไม่สามารถรองรับธุรกิจของสหกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและควรมีกิจกรรมส่งเสริมอาชีพแก่สมาชิก การให้ความรู้การอบรมแก่สมาชิกในด้านหลักการ อุดมการณ์ และวิธีการสหกรณ์นอกจากนี้ควรมีการระดมทุนภายใน มีการปรับปรุงวิธีการบริหารจัดการธุรกิจ เช่น การจัดชั้นสมาชิก การกำหนดค่าชี้วัดมาตรฐานในการประชาสัมพันธ์ มีการรับฟังความคิดเห็นจากสมาชิก มีการให้รางวัลแก่ผู้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนางานสหกรณ์

นางเพ็ญจันทร์ กาญจนสิงห์ ( 2549 ) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ธุรกิจรวบรวมผลผลิตของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.จันทบุรี จำกัด ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.จันทบุรี จำกัด ดำเนินธุรกิจรวบรวมผลผลิต คือ ผลไม้ของสมาชิกออกจำหน่าย น้อยกว่าการดำเนินธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายแก่สมาชิก ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้การดำเนินธุรกิจรวบรวมน้อย คือ (1) เน้นเสถียร (2) ค่าใช้จ่ายสูงในการเก็บรักษา (3) ไม่มีมาตรฐานในการกำหนดราคา (4) ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมรองรับการแปรรูป

แนวทางพัฒนาธุรกิจการรวบรวมผลผลิตของ สกต.จันทบุรี จำกัด สมาชิกร้อยละ 64 เห็นชอบและจะเข้าร่วมโครงการพัฒนาธุรกิจการรวบรวมผลผลิตของสมาชิกออกจำหน่าย ซึ่งสมาชิกยินยอมทำสัญญาส่งมอบผลผลิตของตนให้แก่ สกต.จันทบุรี จำกัด หากผิดสัญญาทำให้เสียหายสมาชิกต้องรับผิดชอบ จะต้องโทษปรับหรือโทษอื่นที่เหมาะสมที่ได้กำหนดไว้

นารีรัตน์ สีระสาร (2545) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธนาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สุรินทร์ จำกัด ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจในการมาใช้บริการ คือ มีความเชื่อและศรัทธาในการดำเนินงาน แหล่งรับซื้อข้าวเปลือกที่สมาชิกนำไปขายมากที่สุดคือ พ่อค้าท้องถิ่น ปัญหาของสมาชิกในการใช้บริการคือ เสียค่าขนส่งข้าวสู่ตลาดรับซื้อข้าวสูง ด้านการจำหน่ายปัจจัยการผลิตและวัสดุอุปกรณ์การเกษตร เกษตรกรแต่ละรายซื้อปัจจัยการผลิตและวัสดุอุปกรณ์การเกษตรเฉลี่ย 1.37 ครั้งในหนึ่งปี ปัจจัยการผลิตที่สมาชิกนิยมซื้อมากที่สุด คือ ปุ๋ยเคมี เหตุผลที่สมาชิกใช้บริการได้แก่ ต้องการสนับสนุนการดำเนินงานของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. สมาชิกมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. สมาชิกมีระยะเวลาการเข้าเป็นสมาชิก และจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ใน สกต.แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบางประเด็น ส่วนสมาชิกมีรายได้เป็นเงินสดแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการให้บริการไม่แตกต่างกันทุกประเด็นที่ศึกษา

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. สุรินทร์ จำกัด ควรมีการประชาสัมพันธ์เรื่องการรับซื้อข้าวเปลือก การจำหน่ายปัจจัยการผลิตและวัสดุอุปกรณ์การเกษตร โดยมีการประชุมกลุ่มสมาชิก จัดทำเอกสาร และสื่อต่างๆ เพื่อให้สมาชิกทราบว่ามีการปัจจัยการผลิตอะไรจำหน่ายบ้าง

นายอำนาจ หงษ์อ่ำ (2545) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมของการดำเนินธุรกิจรวมกันซื้อของสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย สถานภาพการสมรส ความรู้เกี่ยวกับสหกรณ์ของสมาชิก ปัจจัยในครัวเรือนประกอบด้วย รายได้-รายจ่ายของสมาชิก จำนวนบุคคลในครัวเรือน และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ราคาของสินค้า ความพึงพอใจในการให้บริการของพนักงานสหกรณ์ การขนส่งสินค้า การขายสินค้าเป็นเงินสด และการรับรู้ข่าวสาร ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์ต่อระดับการมีส่วนร่วมของการดำเนินธุรกิจการรวมซื้อของสหกรณ์การเกษตร ในจังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในระดับมาก

ในการวิจัยมีข้อเสนอแนะต่อสหกรณ์ เสนอให้มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกให้ทราบถึงการดำเนินงานของสหกรณ์ ตลอดจนบทบาทหน้าที่ของสมาชิก ในส่วนคณะกรรมการและพนักงานสหกรณ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการ การกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับสหกรณ์ และให้ความสำคัญกับทางเลือกในการให้บริการกับสมาชิก เช่นการขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ การบริการส่งสินค้าถึงบ้าน การจัดตลาดนัดเคลื่อนที่ เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่สมาชิก



### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษา ดังนี้

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

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด ที่สังกัดกับ ธ.ก.ส.สาขาลำพูน ในเขตดำเนินงานตำบลป่าสักเท่านั้นซึ่งมีจำนวน 18 หมู่บ้านและมีสมาชิกอยู่จำนวน 12 หมู่บ้าน ที่ไม่เป็นสมาชิกมีจำนวน 6 หมู่บ้าน จากสมาชิกที่เป็นลูกหนี้ จำนวน 320 ราย นำมาคัดเลือกตามสัดส่วนเพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง

1.2 กลุ่มตัวอย่าง โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง 177 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา สุ่มจากกลุ่มประชากรที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (จำนวน)

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิด (0.05)

$$\text{แทนค่า } n = \frac{320}{1 + 320 (0.05)^2}$$

จำนวนตัวอย่าง = 177 ราย

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการเลือกตัวอย่าง ซึ่งกำหนดจำนวนตัวอย่างให้เข้าถึงสมาชิกทุกกลุ่ม โดยให้จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มหมู่บ้านให้เป็นสัดส่วนกับประชากรในแต่ละหมู่บ้าน แสดงได้ตามสูตร ดังนี้

$$n_i = \frac{N_i \times 100}{N}$$

- เมื่อ  $n_i$  = ตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ  
 $N_i$  = ประชากรในแต่ละหมู่บ้าน  
 $N$  = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาตามจำนวนสมาชิกทั้งสิ้นในแต่ละหมู่บ้านในเขตตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน

ลำดับ	หมู่บ้าน	จำนวนสมาชิก (Ni)	จำนวนตัวอย่าง (ni)
1	บ้านสันคะยอม หมู่ที่ 1	16	9
2	บ้านหนองบัว หมู่ที่ 2	29	16
3	บ้านหลุก หมู่ที่ 4	31	17
4	บ้านหนองปลาขอ หมู่ที่ 5	12	7
5	บ้านสันป่าสัก หมู่ที่ 6	35	20
6	บ้านน้ำพุ หมู่ที่ 7	51	28
7	บ้านห้วยม้าโค้ง หมู่ที่ 8	22	12
8	บ้านหนองหลุม หมู่ที่ 10	42	23
9	บ้านสันหลวง หมู่ที่ 12	17	9
10	บ้านหนองไช หมู่ที่ 14	41	23
11	บ้านน้ำบ่อเหล็ก หมู่ที่ 15	15	8
12	บ้านทรายทอง หมู่ที่ 16	9	5
<b>รวมทั้งสิ้น</b>		<b>320</b>	<b>177 (N)</b>

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ได้มีการกำหนดรูปแบบ และวิธีการศึกษา ดังนี้

## 1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1 ข้อมูลปฐมภูมิ ได้มาจากการสอบถามจากสมาชิกจำนวน 177 คน เพื่อให้ทราบเหตุผลและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้มาจากการศึกษาเปรียบเทียบรายงานกิจการสำหรับปีบัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม ของปีบัญชี 2549 ถึง ปีบัญชี 2553 รวม 5 ปี ระเบียบข้อบังคับของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด หนังสือ วารสาร เอกสารทางวิชาการ พระราชบัญญัติสหกรณ์ สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัย เอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

2.1.1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ทฤษฎี และตำราที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2.1.2 สร้างแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษามาสร้างแบบสอบถามและนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสหกรณ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.1.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับสมาชิกสหกรณ์อื่น ในเขตตำบลเวียงของซึ่งไม่ได้เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการให้ความช่วยเหลือและการให้บริการจากสหกรณ์ โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบาคได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.84

2.2 แบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด โดยได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของประชากร เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ รายจ่าย สถานภาพการสมรส ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการปัจจัยด้านบริการของสหกรณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

โดยแบบสอบถามจะแสดงเป็นมาตรวัดแบบ Likert Scale คำตอบประเมินเป็น 5 ระดับความคิดเห็น ดังนี้

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

จากผลการวิเคราะห์ที่มีการให้คะแนนเป็น 5, 4, 3, 2, 1 เกณฑ์คะแนนที่ได้จะนำไปใช้แบ่งระดับคะแนน เพื่อแปลความหมายดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจ
4.50 – 5.00	หมายถึง ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับสูง
3.50 – 4.49	หมายถึง ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับค่อนข้างสูง
2.50 – 3.49	หมายถึง ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายถึง ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ
1.00 – 1.49	หมายถึง ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับต่ำ

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจัดทำได้ดังนี้ โดยการนำข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม มาวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยการใช้สถิติศาสตร์มาเป็นวิธีในการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ที่มีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้/รายจ่าย และระยะเวลาการเป็นสมาชิก



#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ดังนี้

- สถิติพรรณนา(Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่า Regression



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด กรณีศึกษาในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผู้ศึกษาขอเสนอข้อมูลที่ได้จากการสอบถามสมาชิก จำนวน 177 ราย โดย นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ซึ่งแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

ตอนที่ 3 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

จากการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม โดยข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัดที่มาใช้บริการกับสหกรณ์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส ระยะเวลาการเป็นสมาชิก รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน โดยจะนำเสนอในรูปแบบ ตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก N = 177

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	126	71.19
หญิง	51	28.81
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>2. อายุ</b>		
ไม่เกิน 40 ปี	10	5.65
41 – 60 ปี	126	71.19
60 ปี ขึ้นไป	41	23.16
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
<b>3. ระดับการศึกษา</b>		
ไม่ได้ศึกษา	1	0.56
ประถมศึกษา	116	65.54
มัธยมศึกษา หรือ ปวช.	41	23.16
ปวส. หรือ อนุปริญญา	17	9.60
ปริญญาตรี	2	1.13
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
<b>4. สถานภาพการสมรส</b>		
โสด	3	1.69
สมรส	139	78.53
หย่า	13	7.34
หม้าย	22	12.43
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
<b>5. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก</b>		
ไม่เกิน 10 ปี	13	7.34
11 – 15 ปี	77	43.50
16 – 20 ปี	66	37.29
มากกว่า 20 ปี	21	11.86
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>

**ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก (ต่อ)**

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>6. รายได้ของครอบครัว</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	0	0.00
ตั้งแต่ 10,001- 30,000 บาท	18	10.17
ตั้งแต่ 30,001- 60,000 บาท	64	36.16
ตั้งแต่ 60,001- 90,000 บาท	85	48.02
มากกว่า 90,000 บาท	10	5.65
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
<b>7. รายจ่ายของครอบครัว</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	4	2.26
ตั้งแต่ 10,001- 20,000 บาท	39	22.03
ตั้งแต่ 20,001- 30,000 บาท	81	45.76
มากกว่า 30,000 บาท	53	29.94
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกจากกลุ่มตัวอย่าง 177 ราย สรุปได้ดังนี้ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.19 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 28.81 อายุไม่เกิน 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.65 อายุระหว่าง 41- 60 ปีคิดเป็นร้อยละ 71.19 อายุ 60 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 23.16 ระดับการศึกษาไม่ได้ศึกษาคิดเป็นร้อยละ 0.56 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 65.54 ระดับมัธยม หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 9.60 ระดับปวส. หรือ อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 9.60 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 1.13 สูงกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 0 สถานภาพการสมรส โสดคิดเป็นร้อยละ 1.69 สมรสคิดเป็นร้อยละ 78.53 หย่าคิดเป็นร้อยละ 7.34 หม้ายคิดเป็นร้อยละ 12.43 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ไม่เกิน 10 ปีคิดเป็นร้อยละ 7.34 11-15 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.50 16-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.29 มากกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 11.86 รายได้ของครอบครัว ต่ำกว่า 10,000 คิดเป็นร้อยละ 0 ตั้งแต่ 10,000 – 30,000 คิดเป็นร้อยละ 10.17 ตั้งแต่ 30,001 – 60,000 คิดเป็นร้อยละ 48.02 มากกว่า90,000 คิดเป็นร้อยละ 5.65 รายจ่ายของครอบครัว ต่ำกว่า 10,000 คิดเป็นร้อยละ 2.26 ตั้งแต่ 10,000 – 20,000 คิดเป็นร้อยละ 22.03 ตั้งแต่ 20,001 – 30,000 คิดเป็นร้อยละ 45.76 มากกว่า 30,000 คิดเป็นร้อยละ 29.94

## ตอนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาด ลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

จากการดำเนินงานธุรกิจและบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม ใน ส่วนของปัจจัยด้านบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ซึ่ง ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางบริการ ปัจจัยด้านการ ส่งเสริมการตลาด โดยจะนำเสนอในรูปแบบ ตารางดังต่อไปนี้

### ตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจจัดหาสินค้าประเภทการเกษตร

ด้านธุรกิจจัดหา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>1 สินค้าประเภทการเกษตรมาจำหน่าย</b>		
<b>1.1 ซื่อปุ๋ยมาจำหน่าย</b>		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	32	18.08
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	101	57.06
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	44	24.86
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
<b>1.2 ซื่อจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่าย</b>		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	34	19.21
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	101	57.06
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	42	23.73
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจจัดหาสินค้าประเภทการเกษตร (ต่อ)

ด้านธุรกิจจัดหา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1.3 ซื่ออาหารสัตว์มาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	7	3.95
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	4	2.26
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	70	39.55
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	86	48.59
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	10	5.65
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
1.4 ซื่อพันธุ์พืชมาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	65	2.82
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	68	36.72
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	39	38.42
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	5	22.03
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
1.5 ซื่อเครื่องจักรการเกษตรและอุปกรณ์มาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	16	9.04
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	69	38.98
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	68	38.42
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	24	13.56
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจจัดหาสินค้าประเภทการเกษตร (ต่อ)

ด้านธุรกิจจัดหา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1.6 ซื่อข้าวสารมาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	4	2.26
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	14	7.91
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	86	48.59
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	43	24.29
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	30	16.95
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
1.7 ซื่อปลายข้าว,สินค้าเกษตร,เศษวัสดุมาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	5	2.82
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	30	16.95
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	125	70.62
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	14	7.91
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	3	1.69
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
1.8 ซื่อผลไม้มาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	40	22.60
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	69	38.98
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	59	33.33
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	8	4.52
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	1	0.56
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจจัดหาประเภทสินค้าทั่วไป (ต่อ)

ด้านธุรกิจจัดหา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>2 สินค้าประเภทสินค้าทั่วไป มาจำหน่าย</b>		
2.1 ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	9	5.08
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	23	12.99
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	96	54.24
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	48	27.12
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	1	0.56
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
2.2 ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	6	3.39
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	19	10.73
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	54	30.51
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	84	47.46
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	14	7.91
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
2.3 ซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่าย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	9	5.08
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	73	41.24
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	83	46.89
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	12	6.78
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจจัดหาการเกษตรและสินค้าทั่วไปสรุปได้ดังนี้ การซื้อปุ๋ยมาจำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 24.86 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 57.06 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 18.08 จัดหาเคมีภัณฑ์มาจำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 24.86





ตารางที่ 4.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจรวบรวมผลิตผล

ด้านธุรกิจรวบรวมผลิตผล	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ขายลำไยสดร่วง		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	5	2.82
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	41	23.16
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	76	42.94
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	55	31.07
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
2. ขายลำไยสดช่อ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	1	.56
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	46	25.99
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	111	62.71
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	19	10.73
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>
3. ขายลำไยอบแห้ง		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	5	2.82
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	61	34.46
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	67	37.85
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	44	24.86
<b>รวม</b>	<b>177</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจรวบรวมผลผลิต (ต่อ)

ด้านธุรกิจรวบรวมผลผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
4. ขายข้าวโพด		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	13	7.34
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	95	53.67
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	44	24.86
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	20	11.30
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	5	2.82
รวม	177	100.00
5. ขายมันสำปะหลัง		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	45	25.42
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	72	40.68
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	34	19.21
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	24	13.56
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	2	1.13
รวม	177	100.00

จากตารางที่ 4.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในด้านธุรกิจรวบรวมผลผลิตสรุปได้ดังนี้ ขายลำไยสดร่วง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 31.07 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 42.94 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 23.16 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 2.82 ขายลำไยสดซ่อเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 10.73 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 62.71 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 25.99 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 0.56 ขายลำไยอบแห้งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 24.86 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 37.85 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 34.46 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 2.82 ขายข้าวโพด เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 2.82 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 11.30 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 24.86 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 53.67 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด ร้อยละ 7.34 ขายมันสำปะหลังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 1.13 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อ

การตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 13.56 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 19.21 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 40.68 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด ร้อยละ 25.42

ตารางที่ 4.4 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

N=177

ด้านธุรกิจจัดหา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
<b>1. สินค้าประเภทการเกษตรมาจำหน่าย</b>			
1.1 ซื้อมันมาจำหน่าย	4.07	0.65	สูง
1.2 ซื้อจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่าย	4.05	0.66	สูง
1.3 ซื้ออาหารสัตว์มาจำหน่าย	3.50	0.81	ค่อนข้างสูง
1.4 ซื้อพันธุ์พืชมาจำหน่าย	3.80	0.81	ค่อนข้างสูง
1.5 ซื้อเครื่องจักรการเกษตรและอุปกรณ์มาจำหน่าย	3.56	0.84	ค่อนข้างสูง
1.6 ซื้อข่าวสารมาจำหน่าย	3.46	0.94	ค่อนข้างสูง
1.7 ซื้อปลายข้าว,สินค้าเกษตร ,เศษวัสดุมาจำหน่าย	2.89	0.65	ปานกลาง
1.8 ซื้อผลไม้มาจำหน่าย	2.21	0.87	ค่อนข้างต่ำ
รวมเฉลี่ย	3.44	0.78	ปานกลาง
<b>2. สินค้าประเภทสินค้าทั่วไป มาจำหน่าย</b>			
2.1 ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่าย	3.05	0.79	ปานกลาง
2.2 ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่าย	3.46	0.91	ปานกลาง
2.3 ซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่าย	3.55	0.70	ค่อนข้างสูง
รวมเฉลี่ย	3.35	0.80	ปานกลาง
<b>3. ด้านธุรกิจรวบรวมผลิตภัณฑ์</b>			
3.1 ขายลำไยสดร่วง	4.02	0.81	สูง
3.2 ขายลำไยสดช่อ	3.84	0.60	ค่อนข้างสูง
3.3 ขายลำไยอบแห้ง	3.85	0.83	ค่อนข้างสูง
3.4 ขายข้าวโพด	2.49	0.89	ค่อนข้างต่ำ
3.5 ขายมันสำปะหลัง	2.24	1.02	ค่อนข้างต่ำ
รวมเฉลี่ย	3.29	0.83	ปานกลาง

จากตาราง 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในด้านผลิตภัณฑ์ในด้านสินค้าประเภทการเกษตรมาจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.44 และค่าเบี่ยงเบน 0.78 ซึ่งปัจจัยในการซื้อปุ๋ย และจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่ายเป็นปัจจัยระดับสูงโดยมีค่าเฉลี่ย 4.07 ค่าเบี่ยงเบน 0.65 และค่าเฉลี่ย 4.05 ค่าเบี่ยงเบน 0.66 ตามลำดับ และมีปัจจัยที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูงรองลงมาคือซื้อพันธุ์พืชมาจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.80 ค่าเบี่ยงเบน 0.81 ปัจจัยด้านนำอาหารสัตว์มาจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.50 ค่าเบี่ยงเบน 0.81 ซื้อเครื่องจักรการเกษตรและอุปกรณ์มาจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.56 ค่าเบี่ยงเบน 0.84 ซื้อข้าวสารมาจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.46 ค่าเบี่ยงเบน 0.94 ปัจจัยในระดับปานกลางได้แก่ ซื้อปลายข้าว, สินค้าเกษตร, เศษวัสดุมาจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 2.89 ค่าเบี่ยงเบน 0.65 และซื้อผลไม้มาจำหน่ายเป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำมีค่าเฉลี่ย 2.21 ค่าเบี่ยงเบน 0.87 และ ปัจจัยในด้านจัดหาสินค้าประเภทสินค้าทั่วไปมาจำหน่ายเป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ค่าเบี่ยงเบน 0.08 โดยมีปัจจัยซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ย 3.35 ค่าเบี่ยงเบน 0.70 ปัจจัยในการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.46 ค่าเบี่ยงเบน 0.91 และซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.05 ค่าเบี่ยงเบน 0.79 ในด้านธุรกิจรวบรวมผลผลิตจะเป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.29 ค่าเบี่ยงเบน 0.83 โดยมีการรวบรวมลำไยสดร่วงอยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ย 4.02 มีค่าเบี่ยงเบน 0.81 และการรวบรวมลำไยสดซ่อ, ลำไยอบแห้งเป็นปัจจัยในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.85 ค่าเบี่ยงเบน 0.83 และค่าเฉลี่ย 3.84 ค่าเบี่ยงเบน 0.60 ตามลำดับ และ การรวบรวมข้าวโพด และมันสำปะหลังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ โดยข้าวโพดมีค่าเฉลี่ย 2.49 ค่าเบี่ยงเบน 0.89 , และมันสำปะหลังมีค่าเฉลี่ย 2.24 ค่าเบี่ยงเบน 1.02

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยด้านราคาของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

ด้านราคา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไป		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	10.00	5.65
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	2.00	1.13
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	45.00	25.42
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	66.00	37.29
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	54.00	30.51
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยด้านราคาของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด (ต่อ)

ด้านราคา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
2. ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	3.00	1.69
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	5.00	2.82
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	75.00	42.37
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	82.00	46.33
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	12.00	6.78
รวม	177.00	100.00
3. ราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุน		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	8.00	4.52
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	55.00	31.07
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	68.00	38.42
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	46.00	25.99
รวม	177.00	100.00

จากตารางที่ 4.5 ปัจจัยด้านราคาสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 30.51 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 37.25 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางร้อยละ 25.42 เป็นปัจจัยในการตัดสินใจน้อยร้อยละ 1.13 เป็นปัจจัยในการตัดสินใจน้อยที่สุดร้อยละ 5.65 ในด้านราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไปมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 6.78 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 46.33 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 42.37 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 2.82 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ที่สุดร้อยละ 1.69 และ ด้านราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไปมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 25.99 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 38.42 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 31.07 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 4.52

ตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านราคาของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

N=177

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไป	3.86	1.05	ค่อนข้างสูง
2. ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป	3.5	0.74	ค่อนข้างสูง
3. ราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุน	3.86	0.86	ค่อนข้างสูง
รวมเฉลี่ย	3.75	0.88	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 4.6 ปัจจัยด้านราคาสรุปผลได้ดังนี้แสดงถึงปัจจัยในด้านราคาอยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 3.75 ค่าเบี่ยงเบน 0.88 ไม่ว่าจะเป็นราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้า, ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป และราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุนมีค่าเฉลี่ย 3.86, 3.54 และ 3.86 และมีค่าเบี่ยงเบนเท่ากับ 1.05, 0.74, 0.86 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยด้านช่องทางบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

ด้านช่องทางบริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	2.00	1.13
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	6.00	3.39
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	55.00	31.07
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	106.00	59.89
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	8.00	4.52
รวม	177.00	100.00
2. การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	5.00	2.82
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	64.00	36.16
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	93.00	52.54
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	15.00	8.47
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยด้านช่องทางบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด (ต่อ)

ด้านช่องทางบริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3. การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	2.00	1.13
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	54.00	30.51
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	112.00	63.28
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	9.00	5.08
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.7 ปัจจัยด้านช่องทางบริการสรุปผลได้ดังนี้ การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 4.52 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 59.89 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 31.07 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 3.39 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดร้อยละ 1.13 การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 8.47 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย ร้อยละ 52.54 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 36.16 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 2.82 การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ร้อยละ 5.08 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 63.28 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 30.51 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 1.13

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยด้านช่องทางบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

N=177

ด้านช่องทางบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์	3.63	0.68	ค่อนข้างสูง
2. การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วย	3.□7	0.67	ค่อนข้างสูง
3. การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วย	3.72	0.□7	ค่อนข้างสูง
รวมเฉลี่ย	3.67	0.64	ค่อนข้างสูง



จากตารางที่ 4.8 ปัจจัยด้านช่องทางบริการแสดงถึงปัจจัยในด้านช่องทางบริการอยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเบี่ยงเบน 0.64 ทั้งจากการติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์ หรือ ผ่านพนักงานประจำหน่วย รวมถึงการติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง โดยการติดต่อโดยตรงมีค่าเฉลี่ย 3.63 มีค่าเบี่ยงเบน 0.68 การติดต่อผ่านพนักงานมีค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าเบี่ยงเบน 0.67 และหรือผ่านผู้ประสานงานมีค่าเฉลี่ย 3.72 มีค่าเบี่ยงเบน 0.64 จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจค่อนข้างสูง

**ตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด**

ด้านส่งเสริมการตลาด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>1. บริการจัดส่งถึงที่</b>		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	13.00	7.34
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	81.00	45.76
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	64.00	36.16
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	19.00	10.73
รวม	177.00	100.00
<b>2. ชี้อราคาดูกลงเมื่อซื้อปริมาณมาก</b>		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	4.00	2.26
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	11.00	6.21
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	87.00	49.15
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	72.00	40.68
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	3.00	1.69
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด (ต่อ)

ด้านส่งเสริมการตลาด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3. จัดโปรโมชั่นพิเศษประจำโดย ลด, แจก, แลก		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	18.00	10.17
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	72.00	40.68
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	78.00	44.07
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	9.00	5.08
รวม	177.00	100.00

จากตารางที่ 4.9 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดสรุปผลได้ดังนี้ การบริการส่งถึงที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 17.73 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 36.16 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 45.76 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 7.34 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดร้อยละ 1.13 ซึ่งราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมาก เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 1.69 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 40.68 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 49.15 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 6.21 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดร้อยละ 2.26 และจัดโปรโมชั่นพิเศษประจำโดยลด, แจก, แลกเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 5.08 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 44.07 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง ร้อยละ 40.68 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย ร้อยละ 10.17

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

N=177

ด้านส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. บริการจัดส่งถึงที่	3.50	0.78	ค่อนข้างสูง
2. ซึ่งราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมาก	3.33	0.72	ปานกลาง
3. จัดโปรโมชั่นพิเศษประจำโดย ลด, แจก, แลก	3.44	0.74	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.43	0.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดแสดงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.43 ค่าเบี่ยงเบน 0.75 โดยการบริการส่งถึงที่มีค่าเฉลี่ย 3.50 มีค่าเบี่ยงเบน 0.78 ซึ่งราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมากมีค่าเฉลี่ย 3.33 ค่าเบี่ยงเบน 0.72 และการจัดโปรโมชั่นพิเศษทั้งลดแลกแจกแถม มีค่าเฉลี่ย 3.44 มีค่าเบี่ยงเบน 0.72 การส่งเสริมการตลาดยังมีอิทธิพลในการตัดสินใจถึงจะไม่มากแต่ก็ต้องให้ความสนใจเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจ

### ตอนที่ 3 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า

#### ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

จากการดำเนินงานธุรกิจและบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม ในส่วนของปัจจัยด้านอื่นของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านระบบการให้บริการ, ปัจจัยด้านบุคลากร, ปัจจัยด้านสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ และปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร โดยจะนำเสนอในรูปแบบ ตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านระบบการให้บริการ

ด้านระบบการให้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	43.00	24.29
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	37.00	20.90
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	37.00	20.90
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	60.00	33.90
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	-	-
รวม	177.00	100.00
2. โบนัสราคาสินค้าชัดเจน		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	21.00	11.86
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	43.00	24.29
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	69.00	38.98
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	43.00	24.29
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	1.00	0.56
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านระบบการให้บริการ (ต่อ)

ด้านระบบการให้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3 ขั้นตอนการให้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	4.00	2.26
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	33.00	18.64
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	89.00	50.28
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	51.00	28.81
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	-	-
รวม	177.00	100.00
4. ความรวดเร็วในการให้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	5.00	2.82
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	71.00	40.11
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	95.00	53.67
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	6.00	3.39
รวม	177.00	100.00
5. ความเพียงพอของช่องให้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	33.00	18.64
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	121.00	68.36
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	16.00	9.04
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	7.00	3.95
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านระบบการให้บริการ (ต่อ)

ด้านระบบการให้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
6 การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	13.00	7.34
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	72.00	40.68
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	80.00	45.20
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	12.00	6.78
รวม	177.00	100.00

จากตารางที่ 4.11 ปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในด้านระบบการให้บริการสรุปได้ดังนี้ ปัจจัยด้านแบบฟอร์มการสั่งซื้อมีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยเป็นร้อยละ 33.90 เป็นปัจจัยที่มีผลปานกลางร้อยละ 20.90 มีผลต่อการตัดสินใจน้อย 20.90 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดเป็นร้อยละ 24.29 ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจนมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 0.56 เป็นปัจจัยที่มีผลมากเป็นร้อยละ 24.29 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 38.98 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 24.29 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดเป็นร้อยละ 11.86 ขั้นตอนการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยเป็นร้อยละ 28.81 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 50.28 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 18.64 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดเป็นร้อยละ 2.26 ความรวดเร็วในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 3.39 เป็นปัจจัยที่มีผลมากน้อยเป็นร้อยละ 53.67 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 40.11 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 2.82 ความเพียงพอของช่องทางให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 3.95 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยเป็นร้อยละ 9.04 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 68.36 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 18.64 การจัดลำดับก่อน – หลัง ในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 6.78 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากร้อยละ 45.2 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางร้อยละ 40.68 เป็นปัจจัยในการตัดสินใจน้อยร้อยละ 7.34

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ ด้านระบบการให้บริการ N=177

ด้านระบบการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	2.64	1.18	ปานกลาง
2. โบนัสราคาสินค้าชัดเจน	2.77	0.97	ปานกลาง
3. ขั้นตอนการให้บริการ	3.06	0.75	ปานกลาง
4. ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.58	0.61	ค่อนข้างสูง
5. ความเพียงพอของช่องให้บริการ	2.98	0.66	ปานกลาง
6. การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	3.51	0.73	ค่อนข้างสูง
รวมเฉลี่ย	3.09	0.82	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการที่สมาชิกตัดสินใจใช้บริการในด้านระบบการให้บริการอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.09 ค่าเบี่ยงเบน 0.82 โดยมีปัจจัยในความรวดเร็วในการบริการอยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 3.58 มีค่าเบี่ยงเบน 0.61 และการจัดลำดับก่อน-หลัง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับค่อนข้างสูง สำหรับปัจจัยในขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.06 ค่าเบี่ยงเบน 0.75 สำหรับปัจจัยความเพียงพอของช่องทางการให้บริการ ปัจจัยโบนัสราคาสินค้าชัดเจน และปัจจัยในการใช้แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนตามลำดับดังนี้ ความเพียงพอของช่องทางการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 2.98 ค่าเบี่ยงเบน 0.66 โบนัสราคาสินค้าชัดเจนมีค่าเฉลี่ย 2.77 ค่าเบี่ยงเบน 0.97 และปัจจัยในการใช้แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก มีค่าเฉลี่ย 2.64 มีค่าเบี่ยงเบน 1.18

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	26.00	14.69
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	118.00	66.67
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	33.00	18.64
รวม	177.00	100.00
2. ความเสมอภาคในการให้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	46.00	25.99
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	106.00	59.89
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	25.00	14.12
รวม	177.00	100.00
3. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	10.00	5.65
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	61.00	34.46
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	91.00	51.41
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	15.00	8.47
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านบุคลากร (ต่อ)

ด้านบุคลากร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
4. การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	11.00	6.21
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	54.00	30.51
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	86.00	48.59
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	26.00	14.69
รวม	177.00	100.00
5. ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	10.00	5.65
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	60.00	33.90
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	82.00	46.33
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	25.00	14.12
รวม	177.00	100.00
6. ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการ ในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	34.00	19.21
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	113.00	63.84
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	30.00	16.95
รวม	177.00	100.00



ตารางที่ 4.13 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านบุคลากร (ต่อ)

ด้านบุคลากร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
7. ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อเสนอแนะ และให้แนะนำช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	46.00	25.99
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	96.00	54.24
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	35.00	19.77
รวม	177.00	100.00
8. การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	1.00	0.56
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	91.00	51.41
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	73.00	41.24
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	12.00	6.78
รวม	177.00	100.00

จากตารางที่ 4.13 ปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในด้านบุคลากร สรุปได้ดังนี้ปัจจัยด้านการให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วนมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 18.64 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 66.67 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 14.69 ความเสมอภาคในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 14.12 เป็นปัจจัยที่มีผลมากที่สุดเป็นร้อยละ 59.89 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 25.99 ความสะดวกหรือร้อนในการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 8.47 มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 48.59 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 34.46 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 5.65 การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 14.69 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 48.59 มี

ผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 30.51 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยร้อยละ 6.21 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 14.12 เป็นปัจจัยที่มีผลมากน้อยเป็นร้อยละ 46.33 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 33.90 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 5.65 ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 16.95 มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยเป็นร้อยละ 63.84 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 19.21 ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้คำแนะนำ ช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่สหกรณ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 19.77 มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยเป็นร้อยละ 54.24 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลางเป็นร้อยละ 25.99 การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 51.41 มีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 0.56

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
2.1 การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	4.04	0.58	ค่อนข้างสูง
2.2 ความเสมอภาคในการให้บริการ	3.88	0.62	ค่อนข้างสูง
2.3 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	3.63	0.72	ค่อนข้างสูง
2.4 การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	3.72	0.79	ค่อนข้างสูง
2.5 ความสะดวกเร็วของการให้บริการ	3.69	0.78	ค่อนข้างสูง
2.6 ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	3.98	0.60	ค่อนข้างสูง
2.7 ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	3.94	0.68	ค่อนข้างสูง
2.8 การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	3.54	0.63	ค่อนข้างสูง
รวมเฉลี่ย	3.80	0.68	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 4.14 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการที่สมาชิกตัดสินใจใช้บริการในด้านบุคลากร

ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 3.80 ค่าเบี่ยงเบน 0.68 โดยมีปัจจัยในการบริการ ด้วยความถูกต้องครบถ้วนอยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 4.04 มีค่าเบี่ยงเบน 0.58 เจ้าหน้าที่ สหกรณ์ให้บริการด้วยความสุภาพพูดจาสุภาพเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับค่อนข้างสูง มีค่าเฉลี่ย 3.98 และมีค่าเบี่ยงเบน 0.60 การให้บริการที่เสมอภาคก็เป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยที่ 3.88 ค่าเบี่ยงเบน 0.62 การแนะนำการเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ยที่ 3.72 ค่าเบี่ยงเบน 0.79 และการ ให้บริการที่รวดเร็วและกระตือรือร้นมีค่าเฉลี่ยที่ 3.69 และ 3.63 มีค่าเบี่ยงเบน 0.78 และ 0.72 สำหรับการแต่งกายของพนักงานหรือเจ้าหน้าที่มีค่าเฉลี่ยที่ 3.54 มีค่าเบี่ยงเบน ที่ 0.63 ปัจจัยด้าน บุคลากรจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการใช้บริการของสมาชิกในระดับค่อนข้างสูง

**ตารางที่ 4.15 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์**

ด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>1. ท่าเลที่ตั้ง</b>		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	3.00	1.69
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	58.00	32.77
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	100.00	56.50
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	16.00	9.04
รวม	177.00	100.00
<b>2. บริเวณการให้บริการ</b>		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	3.00	1.69
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	67.00	37.85
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	98.00	55.37
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	9.00	5.08
รวม	177.00	100.00

**ตารางที่ 4.15 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์ (ต่อ)**

ด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3. สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	17.00	9.60
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	115.00	64.97
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	44.00	24.86
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	1.00	0.56
รวม	177.00	100.00
4. ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	8.00	4.52
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	74.00	41.81
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	65.00	36.72
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	30.00	16.95
รวม	177.00	100.00
5. สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และ จัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	6.00	3.39
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	85.00	48.02
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	83.00	46.89
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	3.00	1.69
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์ (ต่อ)

ด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
6. สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	4.00	2.26
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	56.00	31.64
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	106.00	59.89
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	11.00	6.21
รวม	177.00	100.00
7. ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	8.00	4.52
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	91.00	51.41
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	76.00	42.94
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	2.00	1.13
รวม	177.00	100.00

จากตารางที่ 4.15 ปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในด้านสถานที่, เครื่องมืออุปกรณ์สรุปได้ดังนี้ด้านทำเลที่ตั้งมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 9.04 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 56.50 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 32.77 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 0.56 บริเวณให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 5.08 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 55.37 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 37.85 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 1.69 ด้านสภาพแวดล้อมภายในมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 0.56 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 24.86 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 64.97 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 9.60 ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 16.95 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 36.72 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 41.81 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ

ละ 4.52 สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาดและจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อยมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 1.69 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 46.89 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 48.02 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 3.39 สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่างๆ ชัดเจนมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 6.21 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 59.89 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 31.64 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 2.26 ความเพียงพอของเครื่องมือ ความทันสมัยของอุปกรณ์มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 1.13 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ 42.94 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 51.41 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 4.52

**ตารางที่ 4.16 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ด้านสถานที่, เครื่องมืออุปกรณ์**

ด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
1. ทำเลที่ตั้ง	3.73	0.64	ค่อนข้างสูง
2. บริเวณการให้บริการ	3.64	0.61	ค่อนข้างสูง
3. สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	3.16	0.59	ปานกลาง
4. ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	3.66	0.81	ค่อนข้างสูง
5. สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาดและจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.47	0.59	ปานกลาง
6. สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	3.70	0.62	ค่อนข้างสูง
7. ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	3.41	0.60	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.54	0.64	ค่อนข้างสูง

จากตารางที่ 4.16 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการที่สมาชิกตัดสินใจใช้บริการในด้านสถานที่ และเครื่องมืออุปกรณ์ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 3.54 ค่าเบี่ยงเบน 0.64 โดยมีปัจจัยทำเลที่ตั้งอยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 3.73 มีค่าเบี่ยงเบน 0.64 การจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่างๆ ชัดเจนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 3.70 และมีค่าเบี่ยงเบน 0.62 การติดต่อมีที่จอดรถโดยเฉพาะและมีบริเวณกว้างขวางก็

เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ยที่ 3.66 ค่าเบี่ยงเบน 0.81 และค่าเฉลี่ยที่ 3.64 ค่าเบี่ยงเบน สำหรับสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก ความทันสมัยของเครื่องมือและความสะอาดของสหกรณ์ เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.16, 3.41 และ 3.47 มีค่าเบี่ยงเบน 0.59, 0.60 และ 0.59 ตามลำดับ ปัจจัยด้านสถานที่, เครื่องมือ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อสมาชิกในการตัดสินใจที่จะใช้บริการของสหกรณ์เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์

ด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1. มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	4.00	2.26
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	107.00	60.45
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	63.00	35.59
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	3.00	1.69
รวม	177.00	100.00
2. มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิก อย่างต่อเนื่อง		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	2.00	1.13
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	4.00	2.26
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	130.00	73.45
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	39.00	22.03
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	2.00	1.13
รวม	177.00	100.00

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ (ต่อ)

ด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
3. การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	2.00	1.13
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	4.00	2.26
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	115.00	64.97
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	44.00	24.86
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	12.00	6.78
รวม	177.00	100.00
4. มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	3.00	1.69
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	78.00	44.07
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	92.00	51.98
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	4.00	2.26
รวม	177.00	100.00
5. สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง		
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด	-	-
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อย	2.00	1.13
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง	81.00	45.76
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อย	90.00	50.85
- เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด	4.00	2.26
รวม	177.00	100.00

จากตารางที่ 4.17 ปัจจัยด้านอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของสมาชิกในข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์สรุปได้ดังนี้มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 1.69 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากน้อยร้อยละ



35.59 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 60.45 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 2.26 มีการใช้สื่อต่างๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่องมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 1.13 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 22.23 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 3.45 มีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 2.26 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดเป็นร้อยละ 1.13 การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสมมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 6.78 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 24.86 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 64.97 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 2.26 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดเป็นร้อยละ 1.13 มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 2.26 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 51.98 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 44.07 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 1.69 สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่องมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดเป็นร้อยละ 2.26 เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดร้อยละ 50.85 มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง 45.76 และมีผลต่อการตัดสินใจน้อยเป็นร้อยละ 1.13

#### ตารางที่ 4.18 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์ ด้านข้อมูล

ข่าวสารของสหกรณ์

N=177

ด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์		S.D.	แปลผล
1. มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	3.37	0.56	ปานกลาง
2. มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	3.20	0.54	ปานกลาง
3. การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	3.34	0.69	ปานกลาง
4. มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	3.55	0.57	ค่อนข้างสูง
5. สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	3.54	0.56	ค่อนข้างสูง
รวมเฉลี่ย	3.40	0.59	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.18 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการที่สมาชิกตัดสินใจใช้บริการในด้านข้อมูลข่าวสารในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย 3.40 ค่าเบี่ยงเบน 0.59 โดยมีปัจจัยในการแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการอยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีค่าเฉลี่ย 3.55 มีค่าเบี่ยงเบน 0.57 และสมาชิกรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับค่อนข้างสูงเช่นกันโดยมีค่าเฉลี่ย 3.54 และมีค่าเบี่ยงเบน 0.56 การจัดบอร์ดปิดป้ายประกาศการกำหนดตัวเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบมีค่าเฉลี่ยที่ 3.37 ค่าเบี่ยงเบน 0.56 การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสมและค่าเฉลี่ยที่ 3.34 ค่าเบี่ยงเบน 0.69 และการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ย 3.20 มีค่าเบี่ยงเบน 0.54

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์คือ ชื่อปุ๋ยมาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	73.032	26	289	195.□0 9	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	2.154	150	.014		
รวม	75.186	176			

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ชื่อปุ๋ยมาจำหน่าย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อปุ๋ยมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.069	.026	.125	2.694	.008**
- โบนัสราคาสินค้าชัดเจน	.110	.021	.163	5.178	.000**
- ขั้นตอนการให้บริการ	.042	.031	.049	1.348	.180
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.052	.043	-.049	-1.200	.232
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.012	.046	.012	.252	.801
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.014	.053	.013	.273	.785
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.212	.045	-.203	-4.695	.000
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.333	.044	-.367	-7.626	.000
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.042	.025	.051	1.648	.101
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.211	.036	-.253	-5.888	.000
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.039	.074	-.036	-.526	.600
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.013	.056	.013	.234	.815
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้คำแนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.222	.080	-.214	-2.785	.006
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.011	.033	-.011	-.333	.740
- ท่าเลที่ตั้ง	.014	.053	.013	.273	.785
- บริเวณการให้บริการ	.032	.058	.030	.551	.582
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.704	.050	.630	13.967	.000**
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.110	.026	-.136	-4.215	.000
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.025	.035	-.023	-.717	.474

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อปุ๋ยมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.019	.052	.018	.360	.719
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	.015	.053	.013	.278	.781
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.051	.042	-.044	-1.228	.221
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	.012	.025	.010	.472	.638
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	.040	.051	.042	.786	.433
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.012	.043	-.010	-.273	.785
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.010	.048	.009	.204	.838
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = .971	ค่าคงที่ = 5.646				

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้อปุ๋ยมาจำหน่าย ได้ดังนี้ แบบฟอร์มการตั้งชื่อ สำหรับสมาชิก ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก มีค่าเท่ากับ 0.069, 0.110 และ 0.704 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.125, 0.163 และ 0.630 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของการติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์ กับ ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก มีค่าเท่ากับ 0.971 สมการพยากรณ์ การซื้อปุ๋ยมาจำหน่าย โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.069, 0.110 + 0.704 + 5.646$

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์คือ การจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	68.369	26	2.630	54.25	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	7.270	150	.048		
รวม	75.638	176			

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ การจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่าย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่ายเป็นตัวแปรเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.001	.047	.002	.026	.980
- โบนัสราคาสินค้าชัดเจน	.123	.039	.182	3.161	.002**
- ขั้นตอนการให้บริการ	.046	.058	.053	.797	.427
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.030	.080	-.028	-.373	.710
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.022	.085	.022	.254	.800
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.169	.126	-.189	-1.338	.183
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.023	.097	.020	.232	.817
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.154	.083	-.146	-1.851	.066
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.278	.080	-.305	-3.463	.001
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.038	.047	.046	.815	.416
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.163	.066	-.194	-2.472	.015

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่ายเป็น  
ตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.018	.135	-.017	-.136	.892
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.019	.107	-.018	-.178	.859
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.523	.093	.467	5.649	.000**
- ท่าเลที่ตั้ง	-.083	.048	-.102	-1.723	.087
- บริเวณการให้บริการ	-.021	.064	-.019	-.320	.749
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.005	.096	.005	.051	.959
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.023	.098	.021	.232	.817
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสาร เป็นระเบียบเรียบร้อย	-.058	.077	-.049	-.753	.453
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่าย ต่าง ๆ ชัดเจน	-.034	.046	-.028	-.730	.466
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	.010	.094	.011	.107	.915
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.058	.080	.051	.727	.468
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่าง ต่อเนื่อง	.037	.089	.032	.420	.675
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม	-.019	.107	-.018	-.178	.859
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.523	.093	.467	5.649	.000**
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่าง ต่อเนื่อง	-.083	.048	-.102	-1.723	.087
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.887	ค่าคงที่ = 4.673				

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่าย ได้ดังนี้ การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.523 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.467 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของการจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่าย การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.887 สมการพยากรณ์ การจัดหาเคมีการเกษตรมาจำหน่าย โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้

$$Y = 0.523 + 0.523 + 4673$$

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์คือ อาหารสัตว์มาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	M	F	P
Regression (การถดถอย)	105.401	26	4.054	68.732	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	8.847	150	.059		
<b>รวม</b>	<b>114.249</b>	<b>176</b>			

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ซึ่งอาหารสัตว์มาจำหน่าย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้ออาหารสัตว์มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.226	.052	.331	4.351	.000**
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.111	.043	.134	2.591	.011
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.086	.064	-.080	-1.345	.181
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.452	.088	-.341	-5.135	.000
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.060	.094	.049	.642	.522
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.236	.140	.214	1.691	.093
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.017	.108	.012	.158	.875
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.038	.092	.030	.416	.678
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.193	.088	.173	2.188	.030
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.350	.052	-.344	-6.796	.000
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.130	.073	-.126	-1.789	.076
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.293	.149	.219	1.964	.051
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.410	.113	.343	3.623	.000**
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.404	.161	-.316	-2.502	.013
- ท่าเลที่ตั้ง	-.067	.067	-.054	-1.011	.313
- บริเวณการให้บริการ	-.301	.118	-.227	-2.548	.012
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	-.038	.102	-.028	-.371	.711
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.133	.053	-.133	-2.510	.013
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.067	.071	-.049	-.941	.348
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.125	.106	.096	1.178	.241



ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้ออาหารสัตว์มาจำหน่ายเป็น ตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	-0.702	108	-0.520	-6.521	.000
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-0.335	.085	-0.233	-3.960	.000
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิก อย่างต่อเนื่อง	-0.043	.051	-0.029	-0.846	.399
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม	-0.135	.103	-0.115	-1.302	.195
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-0.772	.088	-0.549	-8.797	.000
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	-0.159	.098	-0.111	-1.625	.106
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.909	ค่าคงที่ = 12.103				

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้ออาหารสัตว์มาจำหน่าย ได้ดังนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก, ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อเสนอ และให้คำแนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.226 และ 0.410 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.331 และ 0.343 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของการแบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก และความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อเสนอ และให้คำแนะนำช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่สหกรณ์มีค่าเท่ากับ 0.909 สมการพยากรณ์ ซื้ออาหารสัตว์มาจำหน่าย โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.226 + 0.410 + 12.103$

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์คือ พันธุ์พืชมาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	92.79	26	3.569	22.410	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	23.888	150	.159		
รวม	116.678	176			

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ชื่อพันธุ์พืชมาจำหน่าย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณหาความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การชื่อพันธุ์พืชมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.293	.085	.426	3.436	.001**
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.120	.071	-.143	-1.701	.091
- ขั้นตอนการให้บริการ	.118	.105	.109	1.127	.262
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.079	.145	-.059	-.545	.587
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.050	.154	-.041	-.326	.745
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.557	.229	-.500	-2.429	.016
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.035	.177	-.025	-.196	.845
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.053	.150	-.041	-.353	.725
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.077	.145	.068	.527	.599
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.096	.085	.093	1.135	.258
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.017	.119	.017	.144	.886
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.048	.245	-.035	-.195	.846

ตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อพันธบัตรพืชม้าจำหน่ายเป็น  
ตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้ แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.665	.186	.551	3.579	.000**
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.515	.265	-.399	-1.943	.054
- ท่าเลที่ตั้ง	-.053	.109	-.042	-.487	.627
- บริเวณการให้บริการ	-.047	.194	-.035	-.242	.809
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.131	.168	.094	.782	.436
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.153	.087	.153	1.766	.079
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บ เอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.033	.116	-.024	-.287	.774
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของ ฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.102	.175	-.077	-.585	.559
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	.182	.177	.133	1.029	.305
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.120	.139	.082	.862	.390
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิก อย่างต่อเนื่อง	.398	.083	.266	4.771	.000**
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม	.000	.170	.000	.001	1.000
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.122	.144	.086	.843	.400
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่าง ต่อเนื่อง	.048	.161	.033	.296	.768
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.760	ค่าคงที่ = 1.418				

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้อพันธุ์พืชมาจำหน่าย ได้ดังนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก, ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง มีค่าเท่ากับ 0.293, 0.665 และ 0.398 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.426, 0.551 และ 0.266 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของแบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก, ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง มีค่าเท่ากับ 0.760 สมการพยากรณ์ ซื้อพันธุ์พืชมาจำหน่าย โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.293 + 0.665 + 0.398 + 1.418$

**ตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่าย**

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	112.75	26	4.336	60.465	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	10.758	150	.072		
<b>รวม</b>	<b>123.503</b>	<b>176</b>			

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่าย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ชื่อเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมา  
 จำหน่ายเป็นตัวแทน

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.108	.057	.153	1.894	.060
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.276	.047	-.319	-5.835	.000
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.269	.070	-.241	-3.819	.000
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.267	.097	-.194	-2.755	.007
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.124	.103	-.098	-1.205	.230
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.345	.154	-.301	-2.242	.026
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.032	.119	-.022	-.268	.789
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.007	.101	-.005	-.070	.944
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.348	.098	.300	3.573	.000**
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.309	.057	-.291	-5.435	.000
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.159	.080	.149	1.990	.048
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	.033	.165	.024	.201	.841
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้ คำแนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.043	.125	-.035	-.348	.729
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.317	.178	-.239	-1.783	.077
- ท่าเลที่ตั้ง	-.057	.073	-.044	-.783	.435
- บริเวณการให้บริการ	-.284	.130	-.206	-2.177	.031
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	-.315	.113	-.220	-2.801	.006
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.452	.058	.438	7.761	.000**
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บ เอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.316	.078	.224	4.044	.000**
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของ ฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.055	.117	-.041	-.473	.637

ตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ชื่อเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมา  
 จำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

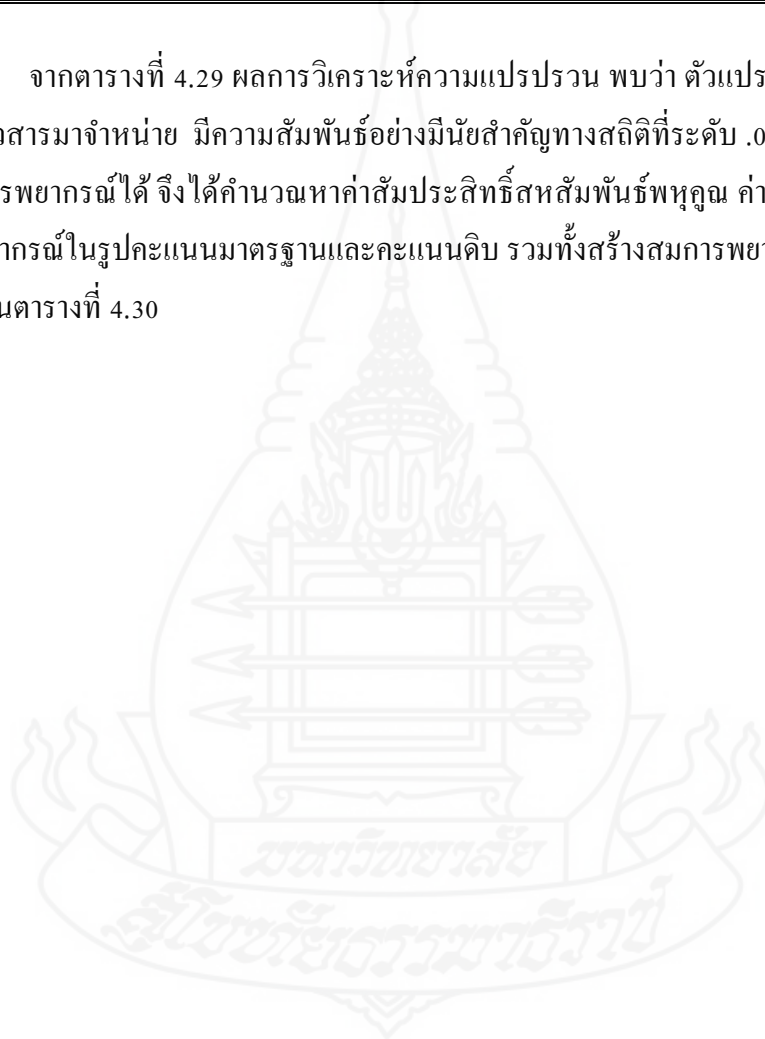
ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	.127	.119	.090	1.071	.286
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.249	.093	.166	2.667	.008**
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิก อย่างต่อเนื่อง	-.011	.056	-.007	-.190	.849
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม	-.038	.114	-.031	-.332	.740
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.173	.097	-.119	-1.792	.075
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่าง ต่อเนื่อง	.117	.108	.079	1.087	.279
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.898	ค่าคงที่ = 6.810				

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผล  
 ทางบวกต่อการซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่าย ได้ดังนี้ ความกระตือรือร้นในการ  
 ให้บริการ, ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ,สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสาร  
 เป็นระเบียบเรียบร้อย,มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้  
 ทราบ มีค่าเท่ากับ 0.348,0.452,0.316 และ 0.249 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนน  
 มาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.300,0.438,0.224 และ 0.008 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของความกระตือรือร้น  
 ในการให้บริการ, ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ,สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บ  
 เอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย,มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อ  
 ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ มีค่าเท่ากับ 0.898 สมการพยากรณ์ เครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมา  
 จำหน่ายโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.348 + 0.452 + 0.316 + 0.249 + 6.810$

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ซื้อข้าวสารมาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	140.826	26	5.□16	53.784	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	15.106	150	.101		
รวม	155.932	176			

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ซื้อข้าวสารมาจำหน่าย มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.30



ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การข่าวสาร มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	-.188	.068	-.236	-2.774	.006
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.197	.056	-.203	-3.519	.001
- ขั้นตอนการให้บริการ	.128	.083	.102	1.534	.127
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.495	.115	-.320	-4.306	.000
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.104	.122	-.073	-.847	.398
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.522	.182	-.406	-2.863	.005
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.009	.140	-.005	-.063	.950
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.208	.120	.138	1.742	.084
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.132	.116	.101	1.138	.257
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.350	.067	.294	5.192	.000**
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.045	.095	-.037	-.470	.639
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.060	.195	.038	.306	.760
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.159	.148	-.114	-1.076	.283
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-1.218	.211	-.815	-5.779	.000
- ท่าเลที่ตั้ง	.243	.087	.167	2.798	.006**
- บริเวณการให้บริการ	.180	.155	.116	1.163	.247
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	-.134	.133	-.084	-1.007	.315
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.004	.069	-.003	-.052	.959
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.067	.092	-.042	-.722	.472
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.075	.139	-.049	-.542	.589



ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อข้าวสารมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-.101	.141	-.064	-.716	.475
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข้าวสารของสหกรณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.243	.110	.144	2.195	.030
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่าง ต่อเนื่อง	.106	.066	.061	1.595	.113
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม	.271	.135	.198	2.005	.047
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.756	.115	-.460	-6.593	.000
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่าง ต่อเนื่อง	-.349	.128	-.209	-2.729	.007
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.886	ค่าคงที่ = 11.930				

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้อข้าวสารมาจำหน่าย ได้ดังนี้ การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ และทำเลที่ตั้ง มีค่าเท่ากับ 0.350 และ 0.243 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.294 และ 0.167 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของการให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ และทำเลที่ตั้ง มีค่าเท่ากับ 0.760 สมการพยากรณ์ ซื้อข้าวสารมาจำหน่าย โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้

$$Y = 0.350 + 0.243 + 11.930$$

ตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ซื้อปลายข้าว, ลินค้าเกษตร, เศษวัสดุมาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	140.826	26	5.416	53.784	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	15.106	150	.101		
รวม	155.932	176			

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ซื่อปลายข้าว,สินค้าเกษตร,เศษวัสดุมาจำหน่ายมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื่อปลายข้าว,สินค้าเกษตร,เศษวัสดุมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	-.037	.094	-.067	-.393	.695
- โบนัสราคาสินค้าชัดเจน	.146	.078	.219	1.883	.062
- ขั้นตอนการให้บริการ	.051	.115	.059	.438	.662
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.095	.159	-.089	-.595	.553
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	1.446	.169	1.477	8.542	.000**
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.265	.252	-.300	-1.052	.295
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.045	.194	.040	.231	.818
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.161	.166	.155	.970	.334
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.181	.160	-.201	-1.132	.260
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.006	.093	.008	.070	.945
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.133	.131	-.161	-1.014	.312
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.495	.270	-.461	-1.836	.068
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้คำแนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.014	.204	.014	.067	.947
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.330	.292	-.321	-1.131	.260
- ท่าเลที่ตั้ง	-.036	.120	-.036	-.302	.763
- บริเวณการให้บริการ	.242	.214	.227	1.131	.260
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.622	.185	.562	3.368	.001**

ตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อปลายข้าว,สินค้าเกษตร,เศษวัสดุมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.037	.096	-.046	-.387	.699
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.019	.128	-.018	-.152	.879
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.207	.192	.198	1.079	.282
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	.157	.194	.145	.808	.421
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.011	.153	-.010	-.074	.941
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	.127	.092	.107	1.389	.167
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	-.583	.187	-.620	-3.118	.002
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.030	.159	-.026	-.187	.852
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	-.006	.177	-.005	-.033	.973
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.540	ค่าคงที่ = 0.674				

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้อปลายข้าว,สินค้าเกษตร,เศษวัสดุมาจำหน่ายได้ดังนี้ ความเพียงพอของช่องให้บริการและ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก มีค่าเท่ากับ 1.446 และ 0.622 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1.477 และ 0.562 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของความเพียงพอของช่องให้บริการและ สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกมีค่าเท่ากับ 0.540 สมการพยากรณ์ การซื้อปลายข้าว,สินค้าเกษตร,เศษวัสดุมาจำหน่ายโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 1.446 + 0.622 + 0.674$

ตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ซื้อผลไม้มาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	119.330	26	4.590	55.022	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	12.512	150	.083		
รวม	131.842	176			

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ซื้อผลไม้มาจำหน่ายมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อผลไม้มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.014	.062	.020	.235	.815
- ไบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.585	.051	-.655	-11.460	.000
- ขั้นตอนการให้บริการ	.099	.076	.086	1.301	.195
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.423	.105	-.297	-4.042	.000
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.109	.111	.083	.980	.329
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.231	.166	-.195	-1.393	.166
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.015	.128	.010	.120	.904
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.126	.109	-.091	-1.160	.248
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.529	.105	.440	5.028	.000**
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.022	.061	-.020	-.354	.724
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.182	.086	.165	2.111	.036
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.200	.178	-.139	-1.126	.262

ตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ผลไม้มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้ แนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.011	.134	.008	.081	.936
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.541	.192	-.394	-2.823	.005
- ท่าเลที่ตั้ง	.019	.079	.014	.246	.806
- บริเวณการให้บริการ	-.405	.141	-.284	-2.880	.005
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.094	.121	.063	.771	.442
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.165	.063	.154	2.619	.010**
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บ เอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.054	.084	-.037	-.641	.522
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่าย ต่าง ๆ ชัดเจน	.465	.126	.332	3.678	.000**
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-.166	.128	-.114	-1.295	.197
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.275	.101	.178	2.736	.007**
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่าง ต่อเนื่อง	-.029	.060	-.018	-.485	.629
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม	.106	.123	.084	.861	.391
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.348	.104	-.231	-3.338	.001
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่าง ต่อเนื่อง	-.062	.116	-.040	-.530	.597
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.889	ค่าคงที่ = 5.888				

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้อผลไม้มาจำหน่ายได้ดังนี้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน และ

มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ มีค่าเท่ากับ 0.529, 0.165, 0.465 และ 0.275 ตามลำดับ ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.440, 0.154, 0.332 และ 0.178 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของความกระตือรือร้นในการให้บริการ ที่จอตกรดสำหรับผู้มาติดต่อ สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน และ มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ มีค่าเท่ากับ 0.889 สมการพยากรณ์ ชื่อผลไม้มาจำหน่าย โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.529 + 0.165 + 0.465 + 0.275 + 5.888$

ตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ซื้อเครื่องไฟฟ้ามาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	98.097	26	3.773	45.475	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	12.445	150	.083		
รวม	110.542	176			

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่ายมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.128	.061	.192	2.085	.039
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.006	.051	-.008	-.123	.902
- ขั้นตอนการให้บริการ	.224	.076	.213	2.965	.004**
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.552	.104	-.424	-5.291	.000
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.296	.111	-.247	-2.667	.008
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.000	.165	.000	.001	.999

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่ายเป็น  
ตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.015	.128	.011	.120	.904
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.440	.109	-.347	-4.055	.000
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.063	.105	.057	.601	.549
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.370	.061	-.369	-6.056	.000
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.081	.086	-.080	-.936	.351
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	.198	.177	.150	1.117	.266
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้ แนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.055	.134	-.047	-.414	.680
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.323	.191	-.257	-1.691	.093
- ท่าเลที่ตั้ง	-.073	.079	-.060	-.928	.355
- บริเวณการให้บริการ	.179	.140	.137	1.275	.204
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.123	.121	.091	1.018	.310
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.158	.063	-.162	-2.521	.013
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสาร เป็นระเบียบเรียบร้อย	-.043	.084	-.032	-.515	.607
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่าย ต่าง ๆ ชัดเจน	-.003	.126	-.002	-.025	.980
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-.149	.128	-.112	-1.168	.245
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.058	.100	.041	.576	.566
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่าง ต่อเนื่อง	-.084	.060	-.058	-1.398	.164

ตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่ายเป็น ตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม	.021	.123	.018	.173	.863
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.340	.104	-.246	-3.270	.001
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่าง ต่อเนื่อง	-.031	.116	-.022	-.267	.790
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.868	ค่าคงที่ = 10.373				

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่ายได้ดังนี้ ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.224 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.213 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของเครื่องใช้ไฟฟ้ามีค่าเท่ากับ 0.868 สมการพยากรณ์ เครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่าย โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.224 + 10.373$

ตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	138.057	26	5.310	101.143	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	7.875	150	.052		
รวม	145.932	176			

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.38



ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่าย เป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.229	.049	.298	4.686	.000**
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.101	.041	.107	2.484	.014
- ขั้นตอนการให้บริการ	.113	.060	.093	1.881	.062
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.347	.083	-.232	-4.178	.000
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.018	.088	.013	.209	.835
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.223	.132	.179	1.696	.092
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.133	.101	.084	1.310	.192
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.226	.086	.155	2.612	.010**
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.541	.083	-.428	-6.482	.000
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.343	.049	-.298	-7.053	.000
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.241	.068	-.207	-3.514	.001
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.129	.141	.085	.916	.361
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.020	.107	.015	.188	.851
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.188	.152	-.130	-1.236	.218
- ท่าเลที่ตั้ง	.112	.063	.079	1.778	.077
- บริเวณการให้บริการ	.870	.112	.580	7.801	.000**
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.485	.096	.311	5.029	.000**
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.123	.050	-.109	-2.462	.015
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.053	.067	.034	.787	.433
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.611	.100	.415	6.100	.000**

ตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-.357	.101	-.234	-3.518	.001
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.115	.080	-.071	-1.443	.151
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.025	.048	-.015	-.512	.609
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	.447	.097	.338	4.582	.000**
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.150	.083	-.094	-1.806	.073
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.098	.092	.061	1.063	.290
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.937	ค่าคงที่ = -1.323				

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่าย ได้ดังนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, ความเสมอภาคในการให้บริการ, บริเวณการให้บริการ, สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก และสมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่องขึ้นตอนการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.229, 0.226, 0.870, 0.485 และ 0.611 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.298, 0.155, 0.580, 0.311 และ 0.415 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของการดั่งนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, ความเสมอภาคในการให้บริการ

ตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ชื่อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่าย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	83.729	26	3.220	240.201	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	2.011	150	.013		
รวม	85.740	176			

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ชื่อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่ายมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การชื่อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่ายเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.139	.025	.236	5.631	.000**
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.112	.020	.155	5.459	.000**
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.030	.030	-.032	-.976	.331
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.118	.042	.103	2.814	.006**
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.016	.045	.015	.354	.724
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.187	.067	.196	2.811	.006**
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.080	.051	.066	1.559	.121
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.028	.044	.025	.636	.526
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.052	.042	.054	1.237	.218
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.064	.025	-.072	-2.597	.010
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.246	.035	-.276	-7.109	.000

ตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ น้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่ายเป็น  
ตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	.078	.071	.067	1.096	.275
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้ แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.018	.054	.017	.331	.741
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.489	.077	-.442	-6.362	.000
- ท่าเลที่ตั้ง	.074	.032	.069	2.346	.020
- บริเวณการให้บริการ	-.222	.056	-.193	-3.930	.000
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.034	.049	.028	.692	.490
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.027	.025	.031	1.069	.287
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บ เอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.050	.034	.042	1.472	.143
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของ ฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.043	.051	-.038	-.848	.398
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-.740	.051	-.633	-14.424	.000
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.134	.040	-.108	-3.328	.001
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิก อย่างต่อเนื่อง	-.019	.024	-.015	-.782	.435
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม	-.041	.049	-.040	-.832	.407
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.839	.042	-.689	-20.054	.000
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่าง ต่อเนื่อง	.099	.047	.080	2.118	.036
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.972	ค่าคงที่ = 9.824				

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่ายได้ดังนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก, ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน, ความรวดเร็วในการให้บริการ, การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.139, 0.112, 0.118 และ 0.187 ตามลำดับ ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.236, 0.155, 0.103 และ 0.196 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของแบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก, ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน, ความรวดเร็วในการให้บริการ, การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.972 สมการพยากรณ์ ซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์ผลไม้มาจำหน่าย โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.139 + 0.112 + 0.118 + 0.187 + 9.824$

ตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายลำไยสดร่วง

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	149.682	26	5.757	26.270	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	32.872	150	.219		
รวม	182.554	176			

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ขายลำไยสดร่วงมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายลำไยสดร่วงเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.233	.076	.341	3.058	.003**
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.196	.063	-.233	-3.092	.002
- ขั้นตอนการให้บริการ	.011	.094	.010	.112	.911
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.086	.130	.064	.662	.509
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.013	.138	.011	.094	.925
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.476	.205	.429	2.316	.022
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.049	.158	-.035	-.310	.757
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.066	.135	.051	.490	.625

ตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ขยายไลยตรงเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.097	.130	.086	.748	.456
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.008	.076	.008	.107	.915
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.252	.107	.243	2.355	.020
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.063	.220	.047	.286	.775
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้คำแนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.162	.166	-.135	-.974	.332
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.447	.237	.347	1.883	.062
- ท่าทีที่ตั้ง	.032	.098	.026	.330	.742
- บริเวณการให้บริการ	-.109	.174	-.081	-.624	.533
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	-.384	.150	-.277	-2.555	.012
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.720	.078	.719	9.247	.000**
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.012	.104	-.009	-.118	.906
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.030	.156	-.023	-.193	.847
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-.059	.158	-.044	-.374	.709
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.129	.125	.089	1.033	.303
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.103	.075	-.069	-1.379	.170
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	-.045	.152	-.038	-.294	.770
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.056	.129	.039	.432	.667
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.006	.144	.004	.040	.968
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.806	ค่าคงที่ = -1.629				

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการขายลำไยสดร่วงได้ดังนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ มีค่าเท่ากับ 0.233 และ 0.720 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.341 และ 0.719 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของแบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ มีค่าเท่ากับ 0.806 สมการพยากรณ์ขายลำไยสดร่วงโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.233 + 0.720 + (-1.629)$

ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายลำไยสดข้อ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	58.358	26	2.245	57.155	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	5.891	150	.039		
รวม	64.249	176			

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ขายลำไยสดข้อมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ขายลำไยสดซื้อเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.007	.042	.014	.168	.867
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.053	.035	-.085	-1.518	.131
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.088	.052	-.110	-1.694	.092
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.243	.072	.245	3.385	.001**
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.148	.076	-.162	-1.940	.054
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.060	.114	-.073	-.527	.599
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.264	.088	.253	3.015	.003**
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	1.028	.075	1.061	13.750	.000**
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.285	.072	-.339	-3.943	.000
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.020	.042	.027	.483	.630
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.188	.059	-.244	-3.177	.002
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	.530	.122	.529	4.353	.000**
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.100	.092	.111	1.081	.282
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.188	.132	.196	1.429	.155
- ท่าเลที่ตั้ง	.035	.054	.037	.639	.524
- บริเวณการให้บริการ	.202	.096	.203	2.095	.038
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.221	.083	.214	2.657	.009**
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.159	.043	-.214	-3.692	.000
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บ เอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.041	.058	.041	.715	.476
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่ง ของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.193	.087	.198	2.230	.027



ตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายลำไยสดช่อเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	.116	.088	.114	1.317	.190
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.135	.069	-.125	-1.963	.052
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.006	.041	-.005	-.147	.883
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	.263	.084	.300	3.120	.002**
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.216	.072	.205	3.013	.003**
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.042	.080	.040	.531	.596
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.892	ค่าคงที่ = -6.109				

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการขายลำไยสดช่อได้ดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ, การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน, ความเสมอภาคในการให้บริการ, ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกการกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม, มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.243, 0.264, 1.028, 0.530 และ 0.221 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.245, 0.253, 1.061, 0.529 และ 0.214 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของความรวดเร็วในการให้บริการ, การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน, ความเสมอภาคในการให้บริการ, ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกการกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม, มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการมีค่าเท่ากับ 0.892 สมการพยากรณ์ขายลำไยสดช่อโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.243 + 0.264 + 1.028 + 0.530 + 0.221 + (-6.109)$

ตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายลำไยอบแห้ง

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	93.992	26	3.615	20.167	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	26.889	150	.179		
<b>รวม</b>	<b>120.881</b>	<b>176</b>			

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ขายลำไยอบแห้งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ขายลำไยอบแห้งเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.179	.090	.256	1.985	.049
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.426	.075	.497	5.687	.000**
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.207	.111	-.187	-1.858	.065
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.062	.153	.046	.407	.685
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.184	.163	-.147	-1.130	.260
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.803	.243	.709	3.303	.001**
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.098	.187	.069	.525	.600
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.217	.160	.164	1.361	.176
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.001	.154	.001	.006	.995
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.047	.090	-.045	-.527	.599
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.120	.127	.114	.951	.343
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.188	.260	.137	.722	.471

ตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายลำไยอบแห้งเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.186	.197	-.152	-.944	.347
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	1.028	.281	.782	3.657	.000**
- ท่าเลที่ตั้ง	.112	.116	.087	.963	.337
- บริเวณการให้บริการ	.010	.206	.007	.049	.961
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.328	.178	.231	1.841	.068
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.045	.092	-.044	-.493	.623
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และ จัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.109	.123	.078	.880	.380
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่ง ของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.115	.185	.085	.619	.537
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	.046	.188	.033	.245	.807
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของ สหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.104	.147	-.070	-.707	.481
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่ สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	.019	.088	.013	.219	.827
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของ สหกรณ์เหมาะสม	.239	.180	.199	1.326	.187
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้ บริการ	-.026	.153	-.018	-.173	.863
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์ อย่างต่อเนื่อง	-.023	.170	-.016	-.137	.892
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.739	ค่าคงที่ = -7.455				

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการขายลำไยอบแห้งได้ดังนี้ ไบเสนอราคาสินค้าชัดเจน, การจัดลำดับ ก่อน-หลังในการให้บริการ,การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.426,0.803 และ 1.028 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.497,0.709 และ 0.782 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของไบเสนอราคาสินค้าชัดเจน, การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ,การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.739 สมการพยากรณ์ขายลำไยอบแห้งโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.426 + 0.803 + 1.028 + (-7.455)$

ตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายข้าวโพด

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	131.043	26	5.040	82.429	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	9.172	150	.061		
รวม	140.215	176			

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ขายข้าวโพดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.48

ตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ขายข้าวโพดเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	-.165	.053	-.219	-3.123	.002
- ไบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.096	.044	.104	2.194	.030
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.041	.065	-.035	-.633	.528
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.284	.090	-.194	-3.171	.002
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.108	.095	-.080	-1.135	.258

ตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การขายข้าวโพดเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.174	.142	-.143	-1.224	.223
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.016	.109	-.010	-.147	.884
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.219	.093	-.153	-2.346	.020
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.145	.090	-.117	-1.608	.110
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.040	.053	.035	.760	.448
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.199	.074	.175	2.697	.008**
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.009	.152	-.006	-.057	.955
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.071	.115	-.054	-.621	.536
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.389	.164	.275	2.370	.019
- ท่าทีที่ตั้ง	.288	.068	.208	4.242	.000**
- บริเวณการให้บริการ	.273	.120	.186	2.266	.025
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.363	.104	.238	3.489	.001**
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.209	.054	.190	3.882	.000**
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และ จัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.008	.072	.006	.115	.908
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่ง ของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.136	.108	.094	1.255	.211
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	.718	.110	.480	6.557	.000**
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของ สหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.094	.086	.059	1.087	.279

ตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ขายข้าวโพดเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	.048	.052	.029	.928	.355
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	-.417	.105	-.322	-3.965	.000
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.726	.089	.467	8.130	.000**
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	-.078	.100	-.049	-.779	.437
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = .923	ค่าคงที่ = -4.111				

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการขายข้าวโพดได้ดังนี้ ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ, สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก, ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ, ความเพียงพอของเครื่องมือ และมีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.199, 0.288, 0.363, 0.718 และ 0.726 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.175, 0.208, 0.238, 0.480 และ 0.467 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของ ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ, สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก, ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ, ความเพียงพอของเครื่องมือ และมีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการมีค่าเท่ากับ 0.923 สมการพยากรณ์ขายข้าวโพดโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.199 + 0.288 + 0.363 + 0.718 + 0.726 + (-4.111)$

ตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ขายมันสำปะหลัง

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	149.682	26	5.757	26.270	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	32.872	150	.219		
รวม	182.554	176			

จากตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ขายมันสำปะหลังมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปแบบมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.50

ตารางที่ 4.50 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ขายมันสำปะหลังเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	-480	.100	-.558	-4.802	.000
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.324	.083	.308	3.913	.000**
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.140	.123	-.103	-1.138	.257
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.219	.170	.131	1.291	.199
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.069	.181	-.045	-.384	.701
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	1.114	.269	.800	4.141	.000**
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.145	.207	.082	.699	.486
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.471	.177	.288	2.667	.008**
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.107	.170	-.076	-.629	.531
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.149	.099	-.116	-1.500	.136
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.058	.140	.044	.413	.680
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.294	.288	.174	1.023	.308
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้คำแนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.106	.218	-.070	-.484	.629
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	1.293	.311	.801	4.161	.000**
- ท่าเลที่ตั้ง	.107	.128	.067	.831	.407
- บริเวณการให้บริการ	-.043	.228	-.026	-.188	.851
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	-.690	.197	-.396	-3.504	.001

ตารางที่ 4.50 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ ขายมันสำปะหลังเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.112	.102	-.089	-1.096	.275
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.077	.136	.045	.566	.572
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.134	.205	.081	.653	.515
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-.442	.207	-.259	-2.133	.035
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.174	.163	-.096	-1.070	.286
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	.034	.098	.018	.349	.728
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	.075	.199	.051	.379	.706
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.082	.169	.046	.486	.628
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.004	.188	.002	.023	.981
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.789	ค่าคงที่ = -5.454				

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการขายมันสำปะหลัง ได้ดังนี้ ไบเสนอราคาสินค้าชัดเจน การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.324, 1.114, 0.471, และ 1.293 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.308, 0.800, 0.288, และ 0.801 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของ ไบเสนอราคาสินค้าชัดเจน การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.789 สมการพยากรณ์ขายมันสำปะหลังโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.324 + 1.114 + 0.471 + 1.293 + (-5.454)$



ตารางที่ 4.51 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้า

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	170.669	26	6.564	43.185	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	22.800	150	.152		
รวม	193.469	176			

จากตารางที่ 4.51 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ขายราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.52

ตารางที่ 4.52 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.375	.083	.423	4.505	.000**
- ไบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.141	.069	-.130	-2.043	.043
- ขั้นตอนการให้บริการ	.594	.102	.426	5.797	.000**
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.098	.141	.057	.695	.488
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.162	.150	.102	1.079	.282
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.592	.224	-.413	-2.645	.009
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.225	.173	-.124	-1.306	.194
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.308	.147	-.183	-2.095	.038
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.204	.142	.140	1.434	.154
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.491	.083	-.370	-5.929	.000
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.135	.117	.101	1.156	.249

ตารางที่ 4.52 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.667	.240	-.383	-2.783	.006
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.219	.181	-.141	-1.205	.230
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.452	.259	-.272	-1.748	.083
- ท่าเลที่ตั้ง	-.022	.107	-.013	-.203	.840
- บริเวณการให้บริการ	-.283	.190	-.164	-1.490	.138
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.086	.164	.048	.527	.599
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.144	.085	.111	1.699	.091
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.145	.114	-.082	-1.280	.202
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.404	.171	-.238	-2.367	.019
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	.361	.173	.205	2.088	.038
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.159	.136	-.085	-1.175	.242
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.026	.081	-.013	-.317	.751
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	.218	.166	.143	1.313	.191
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.267	.141	.146	1.896	.060
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.054	.157	.029	.341	.733
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.862	ค่าคงที่ = 10.335				

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการขายราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปได้ดังนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก, ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.375 และ 0.594 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.423 และ 0.426 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของ

แบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.862 สมการพยากรณ์ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.375 + 0.594 + 10.335$

ตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	85.112	26	3.274	45.052	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	10.899	150	.073		
รวม	96.011	176			

จากตารางที่ 4.53 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนี้นักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.54

ตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไปเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.099	.058	.158	1.715	.088
- โบนัสราคาสินค้าชัดเจน	-.041	.048	-.054	-.864	.389
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.297	.071	-.302	-4.197	.000
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.011	.098	.009	.115	.908
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.036	.104	-.032	-.349	.728
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.270	.155	-.268	-1.747	.083
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.261	.119	-.204	-2.189	.030

ตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป  
เป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.198	.102	-.167	-1.943	.054
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.222	.098	-.216	-2.260	.025
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	-.252	.057	-.269	-4.398	.000
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.647	.081	.686	8.027	.000**
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.226	.166	-.184	-1.362	.175
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.044	.125	.040	.351	.726
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.055	.179	.047	.306	.760
- ท่าเลที่ตั้ง	-.184	.074	-.161	-2.492	.014
- บริเวณการให้บริการ	-.186	.131	-.153	-1.419	.158
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	-.159	.113	-.126	-1.403	.163
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.362	.059	-.397	-6.164	.000
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และ จัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.045	.079	.036	.574	.567
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่ง ของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.135	.118	-.113	-1.148	.253
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	.146	.119	.118	1.227	.222
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของ สหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.066	.094	-.050	-.706	.482
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่ สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.029	.056	-.022	-.523	.602

ตารางที่ 4.54 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป เป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของ สหกรณ์เหมาะสม	-.205	.115	-.191	-1.787	.076
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.317	.097	.246	3.255	.001**
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.373	.109	.285	3.438	.001**
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.867	ค่าคงที่ = -8.614				

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการขายราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปได้ดังนี้ ความสะดวก รวดเร็วของการให้บริการ, มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ และ สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเท่ากับ 0.647, 0.317 และ 0.373 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.686, 0.246 และ 0.285 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของแบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.867 สมการพยากรณ์ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.686 + 0.246 + 0.285 + (-8.614)$

ตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	92.761	26	3.568	14.579	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	36.708	150	.245		
รวม	129.469	176			

จากตารางที่ 4.55 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

.01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนี้น้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.56

ตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ราคาพิเศษตั้งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุนเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.330	.106	.456	3.129	.002**
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.071	.087	.080	.813	.418
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.308	.130	-.270	-2.374	.019
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.098	.179	-.070	-.548	.585
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.191	.191	-.147	-1.003	.318
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-1.150	.284	.981	4.047	.000**
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.021	.219	-.014	-.094	.925
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.009	.187	.007	.050	.960
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.251	.180	-.211	-1.391	.166
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.180	.105	.165	1.710	.089
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.094	.148	.086	.638	.524
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.001	.304	.000	.002	.998
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.173	.230	-.137	-.753	.453
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	1.221	.328	.897	3.716	.000**
- ท่าเลที่ตั้ง	.097	.136	.073	.713	.477
- บริเวณการให้บริการ	.305	.241	.216	1.266	.207
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.103	.208	.070	.494	.622
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.162	.108	.153	1.507	.134

ตารางที่ 4.56 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุนเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.119	.144	.082	.826	.410
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.182	.216	.131	.840	.402
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	.135	.219	.094	.617	.538
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.089	.172	.058	.517	.606
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	.002	.103	.001	.023	.982
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	-.103	.210	-.083	-.490	.625
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.227	.179	-.152	-1.269	.206
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	-.121	.199	-.080	-.608	.544
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.667		ค่าคงที่ = -5.757			

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการขายราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุนได้ดังนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ และ การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.330, 1.150 และ 1.221 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.456, 0.981 และ 0.897 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของแบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ และ การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.667 สมการพยากรณ์ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไปโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.456 + 0.981 + 0.897 + (-5.757)$

ตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	71.924	26	2.766	45.073	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	9.206	150	.061		
<b>รวม</b>	<b>81.130</b>	<b>176</b>			

จากตารางที่ 4.57 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.58

ตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์เป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	-.016	.053	-.028	-.306	.760
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.326	.044	-.465	-7.453	.000
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.206	.065	-.228	-3.168	.002
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.500	.090	.448	5.567	.000**
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	-.078	.096	-.076	-.817	.415
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.169	.142	.183	1.190	.236
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.253	.110	.215	2.308	.022
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.033	.093	.030	.353	.725
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.593	.090	-.629	-6.570	.000
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.169	.053	.197	3.222	.002**
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.249	.074	-.287	-3.358	.001
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.494	.152	.439	3.246	.001**



ตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การการติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์เป็น ตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.160	.115	.159	1.384	.168
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.517	.164	.480	3.142	.002**
- ท่าเลที่ตั้ง	.075	.068	.071	1.105	.271
- บริเวณการให้บริการ	.431	.121	.385	3.574	.000**
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.302	.104	.260	2.896	.004**
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.182	.054	-.217	-3.375	.001
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และ จัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.066	.072	.058	.911	.364
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่ง ของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.734	.108	.668	6.777	.000**
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	.111	.110	.098	1.013	.313
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของ สหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.293	.086	-.242	-3.400	.001
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่ สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.044	.052	-.035	-.843	.401
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของ สหกรณ์เหมาะสม	.102	.105	.104	.968	.335
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้ บริการ	.403	.090	.340	4.503	.000**
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์ อย่างต่อเนื่อง	.080	.100	.067	.804	.423
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.867	ค่าคงที่ = -6.466				

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์ได้ดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ, การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ, ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, บริเวณการให้บริการ ,สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก,สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจนและมีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.500, 0.169, 0.494, 0.517, 0.431, 0.734 และ 0.403 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.448, 0.197, 0.439, 0.450, 0.480, 0.385, 0.668 และ 0.340 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของความรวดเร็วในการให้บริการ, การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ, ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์, บริเวณการให้บริการ ,สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก,สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจนและมีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.867 สมการพยากรณ์การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 500 + 0.169 + 0.494 + 0.517 + 0.431 + 0.734 + 0.403 + (-6.466)$

ตารางที่ 4.59 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	72.611	26	2.793	62.316	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	6.722	150	.045		
รวม	79.333	176			

จากตารางที่ 4.58 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.60

ตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วยเป็น ตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	-.050	.045	-.087	-1.098	.274
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.117	.037	.168	3.121	.002**
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.019	.056	-.022	-.346	.729
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.423	.077	.383	5.515	.000**
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.217	.082	.214	2.656	.009**
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.372	.122	.260	-4.694	.000
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.437	.094	-.376	-4.659	.000
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.309	.080	-.287	-3.875	.000
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.635	.077	.682	8.239	.000**
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.044	.045	.051	.970	.333
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.297	.063	.346	4.694	.000**
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.874	.130	-.784	-6.715	.000
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.203	.099	-.204	-2.055	.042
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.136	.141	-.128	-.970	.334
- ท่าเลที่ตั้ง	.015	.058	.014	.251	.802
- บริเวณการให้บริการ	-.891	.103	-.806	-8.645	.000
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	-.554	.089	-.483	-6.223	.000
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.221	.046	.267	4.801	.000**
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บ เอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.010	.062	.008	.154	.878

ตารางที่ 4.60 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วยเป็น ตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.601	.093	-.553	-6.496	.000
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	.176	.094	.156	1.875	.063
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.113	.074	-.094	-1.535	.127
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.006	.044	-.005	-.129	.898
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	-.506	.090	-.519	-5.614	.000
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.208	.077	.177	2.714	.007**
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.310	.085	.260	3.632	.000**
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0. .901		ค่าคงที่ = 11.511			

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วยได้ดังนี้ โบนัสราคาสินค้าชัดเจน, ความรวดเร็วในการให้บริการ, ความเพียงพอของช่องให้บริการ, ความกระตือรือร้นในการให้บริการ, ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ, ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ, มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ และสมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเท่ากับ 0.117, 0.423, 0.217, 0.635, 0.297, 0.221, 0.208 และ 0.310 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.168, 0.383, 0.214, 0.682, 0.346, 0.267, 0.177 และ 0.260 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของโบนัสราคาสินค้าชัดเจน, ความรวดเร็วในการให้บริการ, ความเพียงพอของช่องให้บริการ, ความกระตือรือร้นในการให้บริการ, ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ, ที่จอดรถ

สำหรับผู้มาติดต่อ,มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ และสมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง มีค่าเท่ากับ 0. .901 สมการพยากรณ์การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วยโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.117 + 0.423 + 0.217 + 0.635 + 0.297 + 0.221 + 0.208 + 0.310 + 11.511$

ตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วย

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	49.473	26	1.903	35.848	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	7.962	150	.053		
รวม	57.435	176			

จากตารางที่ 4.61 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ขายข้าวโพดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ คำนวณน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.62

ตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วยเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	-.018	.049	-.037	-.360	.719
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	-.252	.041	-.428	-6.196	.000
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.257	.061	-.338	-4.251	.000
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.042	.083	.045	.507	.613
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.019	.089	.022	.217	.828
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.222	.132	.284	1.676	.096
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.043	.102	.043	.418	.677

ตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การการติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำ  
หน่วยเป็นตัวเลข (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.067	.087	.073	.770	.443
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.240	.084	-.303	-2.861	.005
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.283	.049	.391	5.782	.000**
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.113	.069	-.155	-1.645	.102
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	.103	.142	.109	.727	.468
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.095	.107	.113	.890	.375
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.191	.153	.211	1.249	.214
- ทำเลที่ตั้ง	.007	.063	.008	.117	.907
- บริเวณการให้บริการ	.228	.112	.242	2.031	.044
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.096	.097	.099	.995	.321
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.035	.050	-.050	-.697	.487
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บ เอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.056	.067	.058	.836	.405
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่ง ของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.210	.101	.228	2.089	.038
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	-.102	.102	-.106	-.997	.320
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.461	.080	-.452	-5.749	.000
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่ สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.028	.048	-.027	-.582	.562

ตารางที่ 4.62 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วยเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	-.161	.098	-.194	-1.639	.103
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.047	.083	-.047	-.567	.572
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	-.021	.093	-.021	-.230	.818
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.837	ค่าคงที่ = 3.372				

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วยได้ดังนี้ การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.283 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.391 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของการให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.837 สมการพยากรณ์การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วยโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.283 + 3.372$

ตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์บริการจัดส่งถึงที่

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	95.000	26	3.654	41.368	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	13.249	150	.088		
รวม	108.249	176			

จากตารางที่ 4.63 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ บริการจัดส่งถึงที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.64

ตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ บริการจัดส่งถึงที่เป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	-.365	.063	-.551	-5.755	.000
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.031	.053	.039	.594	.553
- ขั้นตอนการให้บริการ	.229	.078	.219	2.930	.004**
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	.130	.108	.101	1.212	.227
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.149	.115	.126	1.304	.194
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.035	.171	-.032	-.203	.839
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.111	.132	-.082	-.847	.398
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.042	.112	.033	.370	.712
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.067	.108	.061	.617	.538
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.159	.063	.160	2.515	.013
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.149	.089	.148	1.673	.096
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการ ให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.262	.183	-.201	-1.433	.154
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้คำแนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.034	.138	-.030	-.248	.804
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่ สหกรณ์	-.013	.197	-.011	-.068	.946
- ท่าทีที่ตั้ง	.018	.081	.015	.225	.822
- บริเวณการให้บริการ	-.044	.145	-.034	-.307	.759
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	-.208	.125	-.155	-1.661	.099
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.723	.065	-.747	-11.180	.000
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และ จัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.178	.087	-.135	-2.052	.042



ตารางที่ 4.64 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เมื่อใช้ บริการจัดส่งถึงที่เป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.014	.130	.011	.110	.913
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-.031	.132	-.024	-.238	.813
- มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.217	.103	-.155	-2.100	.037
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	.019	.062	.013	.302	.763
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	-.091	.126	-.080	-.724	.470
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	.305	.107	.223	2.839	.005**
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.047	.120	.034	.392	.695
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.856	ค่าคงที่ = 6.821				

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการบริการจัดส่งถึงที่ได้ดังนี้ ขั้นตอนการให้บริการ, มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.229 และ 0.305 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.219 และ 0.223 ตามลำดับ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของ ไบเสนอราคาลิ้นค้า ชัดเจน การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ มีค่าเท่ากับ 0.856 สมการพยากรณ์บริการจัดส่งถึงที่โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.229 + .305 + 6.821$

ตารางที่ 4.65 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์ ชื่อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมาก

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	53.582	26	2.061	8.188	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	37.751	150	.252		
รวม	91.333	176			

จากตารางที่ 4.65 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปรเกณฑ์ ชื่อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมากมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่านี้หนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการพยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.66

ตารางที่ 4.66 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ชื่อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมากเป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.446	.107	.733	4.165	.000**
- โบนัสราคาสินค้าชัดเจน	-.246	.089	-.331	-2.777	.006
- ขั้นตอนการให้บริการ	-.020	.132	-.021	-.152	.880
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.046	.182	-.039	-.251	.802
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.027	.193	.024	.137	.891
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	-.968	.288	-.983	-3.360	.001
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	-.132	.222	-.106	-.596	.552
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	-.191	.189	-.166	-1.012	.313
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	.189	.183	.189	1.035	.302
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.024	.107	.027	.227	.820
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	.128	.150	.139	.852	.396

ตารางที่ 4.66 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ซื้อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมากเป็นตัว  
เกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.202	.308	-.169	-.656	.513
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และ ให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.065	.234	.061	.280	.780
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	-.896	.333	-.784	-2.690	.008
- ท่าเลที่ตั้ง	-.043	.138	-.038	-.311	.756
- บริเวณการให้บริการ	-.158	.244	-.133	-.647	.519
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.038	.211	.031	.180	.858
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	.042	.109	.047	.385	.701
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และ จัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	-.054	.146	-.045	-.371	.712
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่ง ของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	-.159	.219	-.136	-.724	.470
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของ อุปกรณ์	.045	.222	.038	.204	.839
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของ สหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	.048	.175	.037	.275	.784
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่ สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.055	.105	-.042	-.529	.598
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของ สหกรณ์เหมาะสม	-.091	.126	-.080	-.724	.470
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้ บริการ	.305	.107	.223	2.839	.005**

ตารางที่ 4.66 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้ซื้อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมากเป็นตัว  
เกณฑ์ ( ต่อ )

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์ อย่างต่อเนื่อง	.047	.120	.034	.392	.695
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.515	ค่าคงที่ = 10.690				

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผล  
ทางบวกต่อการซื้อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมากได้ดังนี้ แบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก มีค่า  
เท่ากับ 0.446 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.733 ค่าสหสัมพันธ์  
พหุคูณของแบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.862 สมการ  
พยากรณ์ซื้อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมากโดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.375 +$   
 $0.594 + 10.335$

ตารางที่ 4.67 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่มีตัวแปรเกณฑ์จัดโปรโมชั่นพิเศษประจำโดย ลด,  
แลก,แถม

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
Regression (การถดถอย)	84.853	26	3.264	38.324	.000 <sup>a</sup>
Residual (ส่วนที่เหลือ)	12.774	150	.085		
รวม	97.627	176			

จากตารางที่ 4.67 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ตัวแปรพยากรณ์กับตัวแปร  
จัดโปรโมชั่นพิเศษประจำโดย ลด,แลก,แถม มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01  
และสามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ได้ จึงได้คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่า  
น้ำหนักความสำคัญของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานและคะแนนดิบ รวมทั้งสร้างสมการ  
พยากรณ์ถดถอยพหุคูณ ดังแสดงในตารางที่ 4.67

ตารางที่ 4.68 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้จัดโปรแกรมชั้นพิเศษประจำโดย ลด, แลก, แถม เป็นตัวเกณฑ์

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก	.140	.062	.223	2.250	.026
- ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน	.060	.052	.077	1.155	.250
- ขั้นตอนการให้บริการ	.359	.077	.363	4.689	.000**
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	-.118	.106	-.096	-1.114	.267
- ความเพียงพอของช่องให้บริการ	.105	.113	.093	.935	.351
- การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ	.788	.168	.774	4.700	.000**
- การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน	.015	.129	.012	.116	.908
- ความเสมอภาคในการให้บริการ	.106	.110	.089	.965	.336
- ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	-.137	.106	-.132	-1.286	.201
- การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ	.472	.062	.501	7.622	.000**
- ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ	-.103	.087	-.108	-1.179	.240
- ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพในการให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.007	.179	.006	.038	.969
- ความสามารถในการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.114	.136	.103	.836	.404
- การแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์	.324	.194	.274	1.673	.096
- ท่าเลที่ตั้ง	.065	.080	.056	.807	.421
- บริเวณการให้บริการ	.196	.142	.160	1.383	.169
- สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก	.159	.123	.125	1.297	.197
- ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ	-.353	.064	-.385	-5.565	.000
- สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย	.286	.085	.228	3.366	.001**
- สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน	.117	.128	.097	.919	.359

ตารางที่ 4.68 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเมื่อใช้จัดโปรมอชันพิเศษประจำโดย ลด,แลก,แถมเป็นตัวเกณฑ์ (ต่อ)

ตัวแปรพยากรณ์	b	S <sub>b</sub>	Beta	t	P
- ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์	-0.287	.129	-.230	-2.219	.028
- มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ	-.086	.102	-.064	-.842	.401
- มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	-.010	.061	-.007	-.165	.869
- การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม	.161	.124	.149	1.298	.196
- มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ	-.352	.105	-.271	-3.336	.001
- สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง	.082	.117	.062	.698	.486
R <sup>2</sup> ที่ปรับแล้ว = 0.846	ค่าคงที่	=	-3.708		

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนดิบโดยเรียงลำดับการส่งผลทางบวกต่อการจัดโปรมอชันพิเศษประจำโดย ลด,แลก,แถมเป็นตัวเกณฑ์ได้ดังนี้ ขั้นตอนการให้บริการ การจัดลำดับ ก่อน-หลังในการให้บริการ,การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการ , สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย มีค่าเท่ากับ 0.359, 0.788, 0.472 และ 0.286 ส่วนค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.363, 0.774, 0.501 และ 0.228 ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของแบบฟอร์มการสั่งซื้อสำหรับสมาชิก, ขั้นตอนการให้บริการ มีค่าเท่ากับ 0.846 สมการพยากรณ์การจัดโปรมอชันพิเศษประจำโดย ลด,แลก,แถมเป็นตัวเกณฑ์ โดยใช้คะแนนดิบสามารถเขียนได้ดังนี้  $Y = 0.359 + 0.788 + 0.472$  และ  $0.286 + (-3.708)$

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการค้าตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด กรณีศึกษาในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน โดยมีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการค้าตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด 2.) เพื่อศึกษาปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการค้าตลาดลูกค้า ธกส. ลำพูน จำกัด

ผู้ศึกษาขอเสนอข้อมูลที่ได้จากการสอบถามสมาชิก จำนวน 177 ราย คน จำกัด โดย นำเสนอความสัมพันธ์การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS For Windows วิธีการทางสถิติ คือ 1) ความถี่และค่าร้อยละวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานวิเคราะห์ระดับความเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่นที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการค้าตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด 3) การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เป็นวิธีการทางสถิติที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อต้องการทราบว่าตัวแปรพยากรณ์หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าตัวแปรต้น (Independent Variable) มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรความสัมพันธ์หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าตัวแปรตาม (Dependent Variable) อย่างไร เพื่อนำมาใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงหรือพยากรณ์ตัวแปรความสัมพันธ์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดและปัจจัยอื่นที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการค้าตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด ความสัมพันธ์การศึกษามีข้อสรุป อภิปรายความสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

การดำเนินงานด้านธุรกิจ จะดำเนินธุรกิจให้กับสมาชิก ภายใต้ระเบียบข้อบังคับและหลักเกณฑ์ ดังนี้

- ธุรกิจด้านจัดหาประเภทการเกษตร
- ธุรกิจด้านจัดหาประเภทสินค้าทั่วไป
- ธุรกิจด้านรวบรวมผลผลิตการเกษตร

## 1. สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตของการศึกษาเฉพาะสมาชิกของสหกรณ์เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด เฉพาะเขตในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอเมืองลำพูน จังหวัดลำพูน เท่านั้น ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 177 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมจากรายงานกิจการประจำปีระหว่างปีบัญชี พ.ศ. 2549 ถึงปีบัญชี พ.ศ. 2553

การดำเนินงานด้านธุรกิจ จะดำเนินธุรกิจให้กับสมาชิก ภายใต้ระเบียบข้อบังคับและหลักเกณฑ์ ดังนี้

- ธุรกิจด้านจัดหาประเภทการเกษตร
- ธุรกิจด้านจัดหาประเภทสินค้าทั่วไป
- ธุรกิจด้านรวบรวมผลผลิตการเกษตร

## 2. อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่สมาชิกตัดสินใจในการใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด กรณีศึกษาในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ครั้งนี้มีประเด็นสำคัญที่ค้นพบ และควรนำมาอภิปราย ได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ด้านธุรกิจจัดหาสินค้าประเภทการเกษตรมาจำหน่าย ได้แก่ การซื้อปุ๋ยมาจำหน่าย, การซื้อเคมีการเกษตรมาจำหน่าย, การซื้ออาหารสัตว์มาจำหน่าย, การซื้อพันธุ์พืชมาจำหน่าย, การซื้อเครื่องจักรและอุปกรณ์การเกษตรมาจำหน่าย, การซื้อข้าวสารมาจำหน่าย, การซื้อปลายข้าว สินค้าเกษตร เศษวัสดุมาจำหน่าย และ การซื้อผลไม้มาจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง 2) ด้านธุรกิจจัดหาสินค้าประเภททั่วไปมาจำหน่าย ได้แก่ การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่าย, การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่าย และซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง 3) ด้านธุรกิจรวบรวมผลผลิต ได้แก่



การขายลำไยสดร่วง, การขายลำไยสดช่อ, การขายลำไยอบแห้ง, การขายข้าวโพด และการขายมันสำปะหลัง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัดอยู่ในระดับปานกลาง

2.1.2 ด้านราคา ได้แก่ 1) ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไป 2) ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป 3) ราคาพิเศษส่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

2.1.3 ด้านช่องทางการให้บริการ ได้แก่ 1) การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์ 2) การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วย 3) การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ 1) บริการจัดส่งถึงที่ 2) ชี้อรราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมาก 3) จัดโปรโมชั่นพิเศษประจำ โดย ลด, แจก แกรม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

2.2 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

2.2.1 ด้านระบบการให้บริการ 1) แบบฟอร์มการกู้เงิน สำหรับสมาชิก 2) ป้ายบอกตำแหน่งการให้บริการต่างๆ 3) ขั้นตอนการให้บริการ 4) ความรวดเร็วในการให้บริการ 5) ความเพียงพอของช่องให้บริการสินเชื่อ 6) การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการให้บริการ เป็นปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

2.2.2 ด้านบุคลากร 1) การให้บริการด้วยความถูกต้องครบถ้วน 2) ความเสมอภาคในการให้บริการเงินกู้ 3) ความกระตือรือร้นในการให้บริการ 4) การให้คำแนะนำในการเลือกใช้บริการสินเชื่อ 5) ความสะดวกรวดเร็วของการให้บริการ 6) ความสามารถในการตอบข้อซักถามข้อสงสัย และให้แนะนำช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ 7) เกราะแต่งกายและบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ เป็นปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

2.2.3 ด้านสถานที่ 1) ท่าเลที่ตั้ง 2) บริเวณการให้บริการสินเชื่อ 3) สภาพแวดล้อม ภายในและภายนอก 4) ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ 5) สถานที่สำนักงานสหกรณ์มีความสะอาดและ จัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย 6) สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์แสดงตำแหน่งของฝ่าย ต่างๆ ชัดเจน 7) ความเพียงพอของเครื่องมือ และความทันสมัยของอุปกรณ์ เป็นปัจจัยอื่นที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ใน ระดับค่อนข้างสูง

2.2.4 ด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ 1) มีการจัดบอร์ด ป้ายประกาศข่าวสาร ของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบ 2) มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของสหกรณ์ แก่สมาชิก อย่างต่อเนื่อง 3) การกำหนดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ข่าวสารของสหกรณ์เหมาะสม 4) มีการให้ คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อสมาชิกเข้าไปใช้บริการ 5) ที่สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของสหกรณ์จาก สหกรณ์อย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสหกรณ์การเกษตร เพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด อยู่ในระดับปานกลาง

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผลการศึกษาทำให้ทราบผลการดำเนินงานด้านบริการของ สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการของสมาชิกเพื่อประโยชน์ในการดำเนินการของสหกรณ์ โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจ การจัดหาสินค้า , การรวบรวมผลิตผล และการกำหนดนโยบายส่งเสริมสนับสนุนระบบสหกรณ์ ของภาครัฐที่จะให้การช่วยเหลือสนับสนุนสหกรณ์ต่อไปในอนาคต ผู้ศึกษาจึงให้ข้อเสนอแนะใน การนำผลการศึกษาไปใช้ และแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไป ดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำความสัมพันธการศึกษาไปใช้

3.1.1 สหกรณ์ต้องจัดทำแผนกลยุทธ์และต้องดำเนินการอย่างจริงจัง รวมทั้งต้อง ติดตามการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนด โดยเฉพาะแผนงาน โครงการต่าง ๆ ในส่วน ของธุรกิจการจัดหาสินค้า , การรวบรวมผลิตผล ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจหลักและมีผลกระทบต่อ สหกรณ์ รวมถึงสมาชิกเป็นอย่างมาก

3.1.2 สหกรณ์ต้องสำรวจความต้องการของสมาชิกอย่างสม่ำเสมอเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการวางแผนในการให้บริการแก่สมาชิกได้อย่างเหมาะสมตรงกับความต้องการของสมาชิก

3.1.3 สหกรณ์ต้องวางแผนบริหารความเสี่ยงการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ โดยการระดมสมองจากบุคลากรของสหกรณ์ทุกฝ่าย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้มีความรู้และประสบการณ์ในด้านนี้

3.1.4 สำนักงานสหกรณ์จังหวัดใช้เป็นแนวทางในการกำกับและให้คำแนะนำ ส่งเสริมให้สหกรณ์สามารถปรับปรุงการดำเนินธุรกิจสินเชื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

3.2.1 ผลเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นความคิดเห็นของสมาชิกบางส่วน และ เป็นเพียงสาขาหนึ่งของการดำเนินงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสำนักงานจังหวัดลำพูนเท่านั้น ซึ่งเป็นคำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม ในบางพื้นที่สหกรณ์ไม่สามารถดำเนินธุรกิจบางอย่างได้ทำให้การตอบแบบสอบถามขาดความสมบูรณ์และอาจไม่ครอบคลุมทุกธุรกิจของสหกรณ์ จึงควรมีการปรับปรุงแบบสอบถามในกรณีที่ต้องการข้อมูลที่เป็นภาพรวมของจังหวัดและ ในโอกาสต่อไปสหกรณ์ควรจัดประชุมเชิงปฏิบัติการระดมสมอง ซึ่งอาจจะได้ความคิดเห็นในเชิงลึก ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อการบริหารงานงานด้านของสหกรณ์เป็นอย่างมาก

3.2.2 ควรศึกษาในประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของสหกรณ์โดยทำการศึกษา เฉพาะเรื่องรวมถึงแนวทางการปรับปรุงธุรกิจต่าง ๆ ของสหกรณ์ เช่นศึกษาด้าน ผลิตภัณฑ์ , ศึกษา ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการขาย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยเฉพาะด้านจะเป็นประโยชน์ในการปรับใช้ของสหกรณ์การเกษตรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3.2.3 ธ.ก.ส.ควรสนับสนุนในเรื่องขององค์ความรู้การจัดการทั้งด้านการบริหาร และ ทางด้านการจัดการ การเงิน และการจัดการด้านบุคคลอย่างสม่ำเสมอ เปิดโอกาสให้สหกรณ์ได้ ดำเนินงานด้วยตนเอง เพื่อเปิดโอกาสให้สหกรณ์ซึ่งประกอบไปด้วย สมาชิก คณะกรรมการ และ เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ได้สำนึกความเป็นเจ้าของและยึดถืออุดมการณ์ เพื่อพัฒนาและมีรายได้มั่นคง

บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมสหกรณ์ 2542. หลักวิธีการ และอุดมการณ์สหกรณ์. กรุงเทพฯ : ฝ่ายเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมสหกรณ์ (แผ่นพับ)
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2542 อุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2537 การสหกรณ์ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- คุณทล จันทร์บาง. 2553 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำปาง จำกัด:ลำปาง การศึกษาค้นคว้าอิสระ, วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จิรวดี อภิวงค์ . 2554 การเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชียงใหม่ : เชียงใหม่ การศึกษาค้นคว้าอิสระ ,สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2555  
<http://www.baac.or.th/> (7 มกราคม 2553)
- นารีรัตน์ สีระสาร . 2545. ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สุรินทร์ จำกัด.สุรินทร์: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ประวัติสหกรณ์ในประเทศไทย สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2555 [www.co-op.cmru.ac.th/history-coop.html](http://www.co-op.cmru.ac.th/history-coop.html)
- ประเภทสหกรณ์ (สำนักทะเบียนและกฎหมาย) <http://webhost.cpd.go.th/rlo/saving.html>
- เพ็ญจันทร์ กาญจนสิงห์ . 2549 การวิเคราะห์ธุรกิจรวบรวมผลิตผลของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.จันทบุรี จำกัด จังหวัดจันทบุรี. จันทบุรี :การศึกษาค้นคว้าอิสระ ,สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
- ศิริขวัญ หวานชื่น .2550 ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรบางละมุง จำกัด จังหวัดชลบุรี.ชลบุรี การศึกษาค้นคว้าอิสระ ,สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด. (2534) ข้อบังคับ ประเภทสหกรณ์  
การเกษตร พ.ศ. 2511

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด. รายงานกิจการประจำปี พ.ศ. 2549.

ลำพูน: สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด. รายงานกิจการประจำปี พ.ศ. 2550.

ลำพูน: สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด. รายงานกิจการประจำปี พ.ศ. 2551.

ลำพูน: สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด. รายงานกิจการประจำปี พ.ศ. 2552.

ลำพูน: สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด. รายงานกิจการประจำปี พ.ศ. 2553

ลำพูน: สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. ลำพูน จำกัด

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2533 การสื่อสารกับสังคม หน้า 60 - 67 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุวรรณ ชูโชติ. 2541 วิธีวิจัยทางสหกรณ์, หน้า 3 กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อารีย์ นาปรัง .2553 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดบริการของธนาคาร

เพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ : เชียงใหม่

การศึกษาค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อำนาจ หงษ์อ่ำ .2545. ปัจจัยที่มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมของการดำเนินธุรกิจรวมกันซื้อของ

สหกรณ์การเกษตรในจังหวัดระยอง: ระยอง การศึกษาค้นคว้าอิสระ ,

มหาวิทยาลัยบูรพา



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร  
สืบราชสันตติวงศ์

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อ  
การตลาดลูกค้า ช.ก.ส. ลำพูน จำกัด กรณีศึกษา ในเขตพื้นที่ ตำบลป่าสัก อำเภอ  
เมือง จังหวัดลำพูน

## สำหรับสอบถามสมาชิกสหกรณ์

\*\*\*\*\*

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านบริการของสหกรณ์สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส.  
ลำพูน จำกัด

ตอนที่ 3 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์สหกรณ์  
การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ช.ก.ส.ลำพูน จำกัด

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในวงเล็บหน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือก

- |                          |                          |                                  |
|--------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 1. เพศ                   | ( ) ชาย                  | ( ) หญิง                         |
| 2. อายุ                  | ( ) ไม่เกิน 40 ปี        | ( ) 41 – 60 ปี                   |
|                          | ( ) 61 ปีขึ้นไป          |                                  |
| 3. ระดับการศึกษา         | ( ) ไม่ได้ศึกษา          | ( ) ประถมศึกษา                   |
|                          | ( ) มัธยมศึกษา หรือ ปวช. | ( ) ปวส.หรือ อนุปริญญา           |
|                          | ( )ปริญญาตรี             | ( ) สูงกว่าปริญญาตรี             |
| 4. สถานภาพการสมรส        | ( ) โสด                  | ( ) สมรส                         |
|                          | ( ) หย่า                 | ( ) หม้าย                        |
| 5. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก | ( ) ไม่เกิน 5 ปี         | ( ) 5 – 10 ปี                    |
|                          | ( ) 10 – 15 ปี           | ( ) มากกว่า 15 ปี                |
| 6. รายได้ต่อปี           | ( ) ต่ำกว่า 50,000 บาท   | ( ) ตั้งแต่ 50,001 – 100,000 บาท |



- ( ) ตั้งแต่ 100,001–150,000 บาท ( ) ตั้งแต่ 150,001 - 200,000 บาท  
( ) มากกว่า 200,000 บาท

### 7. รายจ่ายต่อปี

- ( ) ต่ำกว่า 50,000 บาท ( ) ตั้งแต่ 50,001 – 100,000 บาท  
( ) ตั้งแต่ 100,001–150,000บาท ( ) มากกว่า 150,000 บาท

### ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านบริการของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.ลำพูน จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงความเป็นจริงของท่านในช่องหมายเลข 1-5 ซึ่งกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีความหมาย ดังนี้

มากที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	5
มาก	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	3
น้อย	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	1

ปัจจัยด้านบริการของสหกรณ์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ด้านธุรกิจจัดหา					
1.1 สินค้าประเภทการเกษตรมาจำหน่าย					
1.1.1 ซื้อมาจำหน่าย					
1.1.2 ซื้อมาจำหน่าย					
1.1.3 ซื้อมาจำหน่าย					
1.1.4 ซื้อมาจำหน่าย					
1.1.5 ซื้อมาจำหน่าย					

ปัจจัยด้านบริการของสหกรณ์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.1.6 ซื้อข้าวสารมาจำหน่าย					
1.1.7 ซื้อปลายข้าว,สินค้าเกษตร ,เศษวัสดุ มาจำหน่าย					
1.1.8 ซื้อผลไม้มาจำหน่าย					
<b>1.2 สินค้าประเภทสินค้าทั่วไป มาจำหน่าย</b>					
1.2.1 ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามาจำหน่าย					
1.2.2 ซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมาจำหน่าย					
1.2.3 ซื้อน้ำยาเคมีภัณฑ์มาจำหน่าย					
<b>2. ด้านธุรกิจรวบรวมผลิตผล</b>					
2.1 ขายลำไยสดร่วง					
2.2 ขายลำไยสดช่อ					
2.3 ขายลำไยอบแห้ง					
2.4 ขายข้าวโพด					
2.5 ขายมันสำปะหลัง					
<b>3. ด้านราคา</b>					
3.1 ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่ต่ำกว่าร้านค้าทั่วไป					
3.2 ราคาสูงกว่าต้นทุนแต่เท่ากับร้านค้าทั่วไป					
3.3 ราคาพิเศษสั่งตรงจากผู้ผลิตเท่ากับต้นทุน					
<b>4. ด้านช่องทางบริการ</b>					
4.1 การติดต่อโดยตรงกับสหกรณ์					
4.2 การติดต่อผ่านพนักงานประจำหน่วย					

ปัจจัยด้านบริการของสหกรณ์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4.3 การติดต่อผ่านผู้ประสานงานประจำหน่วย					
<b>5. ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
5.1 บริการจัดส่งถึงที่					
5.2 ซื่อราคาถูกลงเมื่อซื้อปริมาณมาก					
5.3 จัดโปรโมชั่นพิเศษประจำโดย คค, แจก, แถม					

ตอนที่ 3 ปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า

ช.ก.ศ. ลำพูน จำกัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงความเป็นจริงของท่านในช่องหมายเลข 1-5 ซึ่งกำหนดตัวเลขไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีความหมายดังนี้

มากที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	5
มาก	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	3
น้อย	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ	1

ปัจจัยด้านอื่นของสหกรณ์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>1. ด้านระบบการให้บริการ</b>					
1.1 แบบฟอร์มการสั่งซื้อ สำหรับสมาชิก					
1.2 ใบเสนอราคาสินค้าชัดเจน					
1.3 ขั้นตอนการให้บริการ					

ปัจจัยด้านอื่นของสหกรณ์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.4 ความรวดเร็วในการให้บริการ					
1.5 ความเพียงพอของช่องให้บริการ					
1.6 การจัดลำดับ ก่อน-หลัง ในการ ให้บริการ					
<b>2. ด้านบุคลากร</b>					
2.1 การให้บริการด้วยความถูกต้อง ครบถ้วน					
2.2 ความเสมอภาคในการให้บริการ					
2.3 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
2.4 การให้คำแนะนำในการเลือกใช้ บริการ					
2.5 ความสะดวกรวดเร็วของการ ให้บริการ					
2.6 ความสุภาพและใช้ถ้อยคำสุภาพใน การให้บริการของเจ้าหน้าที่สหกรณ์					
2.7 ความสามารถในการตอบข้อ ซักถาม ข้อสงสัย และให้แนะนำ ช่วยเหลือ ของเจ้าหน้าที่สหกรณ์					
2.8 การแต่งกายและบุคลิกภาพของ เจ้าหน้าที่สหกรณ์					
<b>3. ด้านสถานที่,เครื่องมืออุปกรณ์</b>					
3.1 ท่าเลที่ตั้ง					
3.2 บริเวณการให้บริการ					
3.3 สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก					
3.4 ที่จอดรถสำหรับผู้มาติดต่อ					
3.5 สถานที่สำนักงานมีความสะอาด และจัดเก็บเอกสารเป็นระเบียบเรียบร้อย					

ปัจจัยด้านอื่นของสหกรณ์	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3.6 สหกรณ์มีการจัดทำป้าย/สัญลักษณ์ แสดงตำแหน่งของฝ่ายต่าง ๆ ชัดเจน					
3.7 ความเพียงพอของเครื่องมือ และ ความทันสมัยของอุปกรณ์					
<b>4. ด้านข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์</b>					
4.1 มีการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศ ข่าวสารของสหกรณ์เพื่อ ประชาสัมพันธ์ให้ทราบ					
4.2 มีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข่าวสารของ สหกรณ์ แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง					
4.3 การกำหนดเจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสหกรณ์ เหมาะสม					
4.4 มีการให้คำแนะนำเพิ่มเติมเมื่อ สมาชิกเข้าไปใช้บริการ					
4.5 สมาชิกมีการรับรู้ข่าวสารของ สหกรณ์จากสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง					

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายภักดี บุญการินทร์
วัน เดือน ปีเกิด	23 กรกฎาคม 2508
สถานที่เกิด	อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี เทคโนโลยีการเกษตรบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้ 2532
สถานที่ทำงาน	ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาลำพูน จังหวัดลำพูน
ตำแหน่ง	พนักงานพัฒนาธุรกิจ

