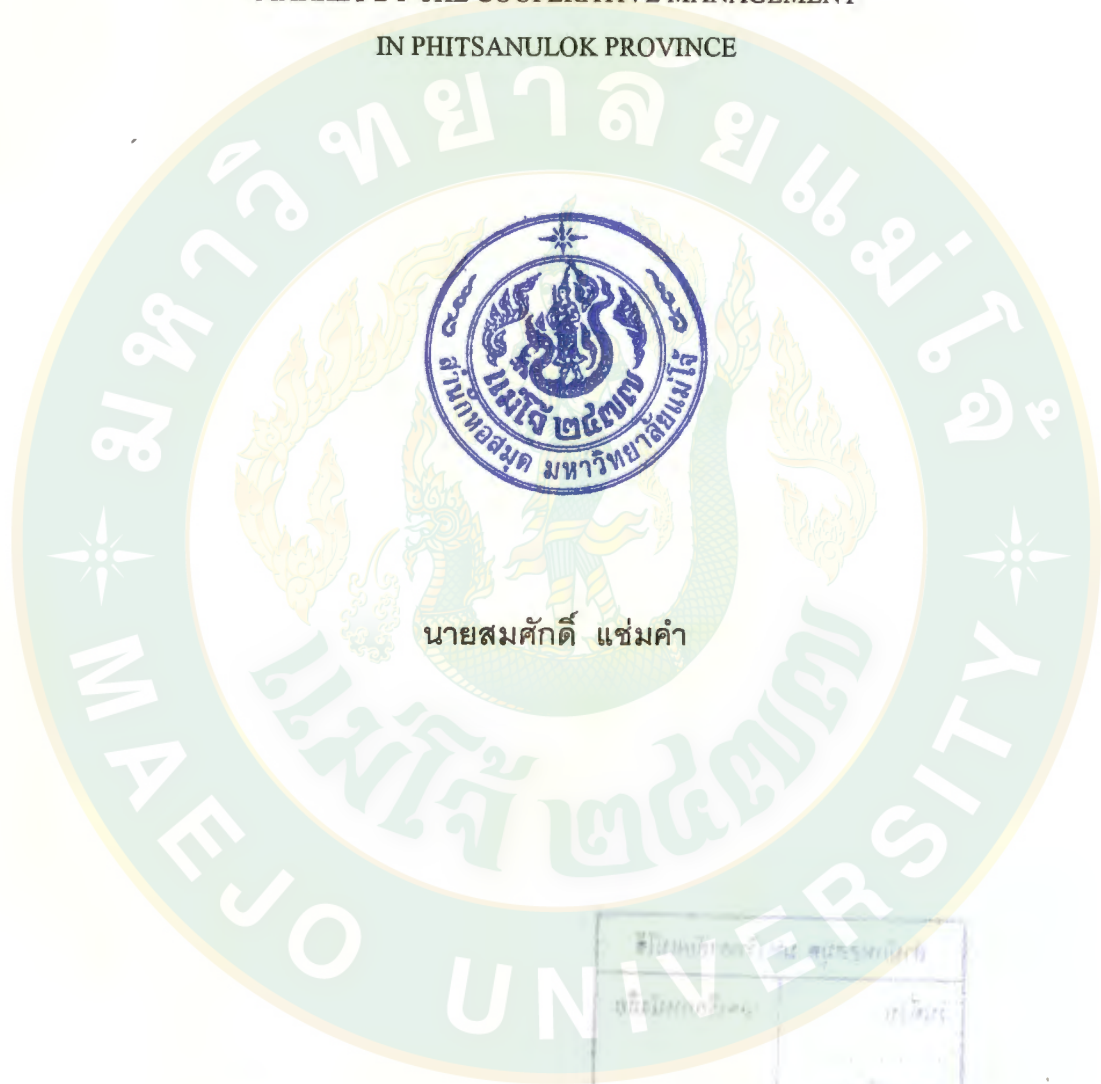


ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตร
ประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

THE ATTITUDE OF COOPERATIVE MEMBERS TOWARD ADMINISTRATION
OF TAMBON CENTRAL AGRICULTURAL PRODUCTS
MARKET BY THE COOPERATIVE MANAGEMENT
IN PHITSANULOK PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์

พ.ศ. 2542

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์สหกรณ์)

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์สหกรณ์

เศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร

สาขาวิชา

ภาควิชา

เรื่อง ทศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตร

ประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

THE ATTITUDE OF COOPERATIVE MEMBERS TOWARD ADMINISTRATION
OF TAMBON CENTRAL AGRICULTURAL PRODUCTS MARKET BY THE
COOPERATIVE MANAGEMENT IN PHITSANULOK PROVINCE

นามผู้วิจัย นายสมศักดิ์ แซ่มคำ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บัญชา ไตรวิทยาคุณ)

วันที่ 4 เดือน 2 พ.ศ. 42

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ศิริพร กิรติการกุล)

วันที่ 4 เดือน 2 พ.ศ. 42

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทนพศิริ)

วันที่ 4 เดือน 2 พ.ศ. 42

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชูศักดิ์ จันทนพศิริ)

วันที่ 4 เดือน 2 พ.ศ. 42

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สิทธิชัย)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 4 เดือน 2 พ.ศ. 42

บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตร ประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

โดย

นายสมศักดิ์ แซ่มคำ

มิถุนายน 2542

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บัญชา ไตรวิทยาคุณ
ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และสหกรณ์การเกษตร
คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้ฝ่ายบริหาร ฝ่ายจัดการ และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานธุรกิจตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ใช้ประกอบในการกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์จำนวน 109 คน จาก 6 สหกรณ์ ในจังหวัดพิษณุโลก เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS/PC สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจง t-test และค่าไคสแควร์ ผลการวิจัยมีดังนี้

1. สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจและสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์แตกต่างกัน จากการทดสอบทางสถิติด้วยวิธี t-test ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha=0.05$ ($t = 5.84$)

2. สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจ และสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจ ที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีทัศนคติต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรแตกต่างกัน จากการทดสอบทางสถิติด้วยวิธี t-test ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha=0.05$ ($t = 3.17$)

3. ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิก มีความสัมพันธ์กับการมาทำธุรกิจที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก จากการทดสอบทางสถิติด้วยวิธีไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha=0.05$ ($X^2 = 29.640$)

4. ทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับการมาทำธุรกิจที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก จากการทดสอบทางสถิติด้วยวิธีไคสแควร์ (Chi-square) ที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha=0.05$ ($X^2 = 9.942$)

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Sciences in Co-operative Economics

THE ATTITUDE OF COOPERATIVE MEMBERS TOWARD ADMINISTRATION
OF TAMBON CENTRAL AGRICULTURAL PRODUCTS
MARKET BY THE COOPERATIVE MANAGEMENT
IN PHITSANULOK PROVINCE

By

SOMSAK CHAMKUM

JUNE 1999

Chairman: Assistant Professor Bancha Trivitayakun

Department/Faculty: Department of Agricultural Economics and Co-operatives,
Faculty of Agricultural Business

The purpose of this research was to study the attitude of co-operative members in Phitsanulok Province towards the operation of central markets for agricultural product by the cooperative management in order to develop appropriate policy.

The data were collected by means of questionnaire, from 109 respondents of six co-operative offices in Phitsanulok Province, and analyzed by using the SPSS/PC program. The statistics used were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test and Chi-square. The findings were as follows:

1. The level of knowledge in cooperative operation in terms of philosophy, principle, cooperative procedures from the members who had sold their products and those who had not sold their products in the market were significantly different. ($t = 5.84^*$)

2. Attitude toward administration of Central Agricultural Product Market from the cooperative members who had done business transaction in the central market was significantly different from those members who had not done so. ($t = 3.17^*$)

3. The knowledge in cooperative operation in terms of philosophy, principle, cooperative procedures of the members associated with transaction in the central market. The statistic used was Chi-square. ($\chi^2 = 29.640^*$)

4. The cooperative member's attitude in central market management associated significantly with the business with central market. ($\chi^2 = 9.942^*$)



สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
สารบัญเรื่อง	(7)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความนำ	1
ปัญหาในการวิจัย	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	13
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	13
ขอบเขตของการวิจัย	14
คำนิยามศัพท์เฉพาะ	15
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	16
แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	16
ความรู้ ทัศนคติ และสถานภาพส่วนบุคคล	16
การสหกรณ์	18
ความหมายและลักษณะของสหกรณ์	18
แผนภูมิโครงสร้างสหกรณ์	22
การตลาด	23
ผลการดำเนินงานตลาด	23
ความหมายของลักษณะการบริหารการตลาด	24
การตลาดสินค้าเกษตร	25
โครงสร้างการตลาด	25
ปัจจัยกำหนดลักษณะโครงสร้างการตลาด	26
หน้าที่การตลาด	30

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

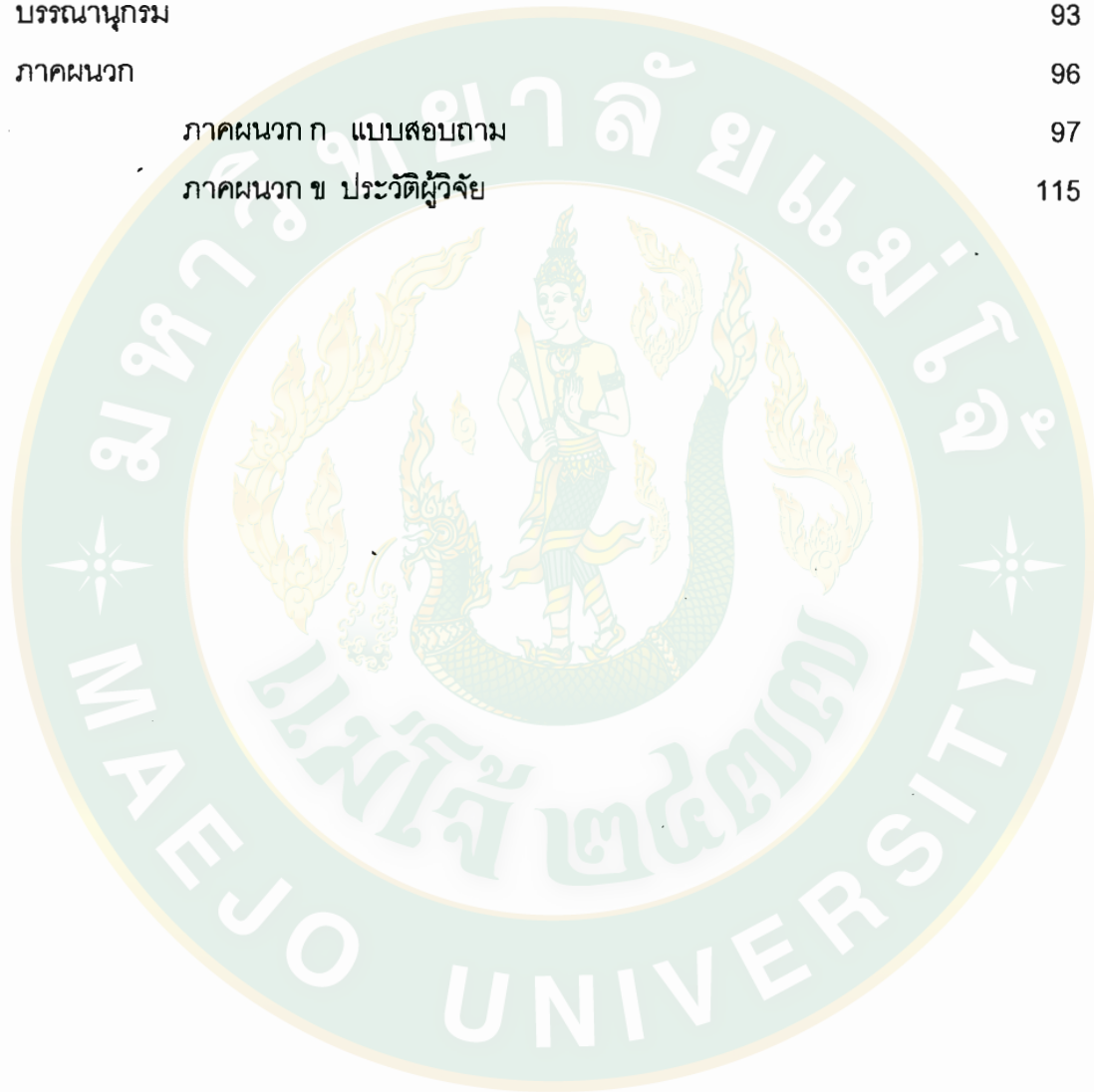
	หน้า
การจัดการ	33
หน้าที่หลักของการจัดการ	33
บทบาทและความสำคัญของการจัดการต่อธุรกิจตลาดกลาง	
ผลิตผลเกษตรของสหกรณ์	36
ตลาดกลางผลิตผลเกษตร	36
ความเป็นมาของตลาดกลางผลิตผลเกษตร	36
ผลการดำเนินงานตลาดกลางผลิตผลเกษตร	41
สมมติฐานในการวิจัย	42
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	44
สถานที่ดำเนินการวิจัย	44
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	44
ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46
การทดสอบแบบสัมภาระณ์	47
การวิเคราะห์ข้อมูล	48
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	50
ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์	50
ข้อมูลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และศาสนา	50
ข้อมูลด้านบุคคลภายในครัวเรือนและสถานภาพการสมรส	52
ข้อมูลด้านระยะเวลาที่เป็นสมาชิกและอาชีพ	54
ข้อมูลด้านพื้นที่ทำการเกษตร ผลิตผล และรายได้	55
ข้อมูลด้านการใช้บริการตลาดกลางของสมาชิกสหกรณ์	58

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป	59
ความรู้ความเข้าใจด้านสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์	59
ความรู้ความเข้าใจด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์	61
ความรู้ความเข้าใจด้านการดำเนินงานตลาดกลาง	66
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์	69
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการดำเนินงานตลาดกลาง	69
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริการของตลาดกลาง	71
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านพ่อค้าประจำตลาดกลาง	72
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านราคาผลผลิตและเงินทุน	73
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการปฏิบัติงานของผู้จัดการ และพนักงานสหกรณ์	75
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการใช้บริการตลาดกลาง ของสมาชิกสหกรณ์	76
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านตลาดกลางของเอกชน	77
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการกำหนดนโยบาย การดำเนินงานตลาดกลาง	79
ข้อคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์	81
ผลการทดสอบสมมติฐาน	82
บทที่ 5 สรุปผลและข้อเสนอแนะ	87
สรุปผลการวิจัย	87
ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์	87
ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป	87
ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลผลิต เกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก	89

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
ข้อเสนอแนะ	90
บรรณานุกรม	93
ภาคผนวก	96
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	97
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	115



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ค่าใช้จ่ายการก่อสร้างตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบล ของสหกรณ์ ในจังหวัดพิษณุโลก	5
2	เงินกู้กองทุนสงเคราะห์เกษตรกรเพื่อรวบรวมข้าวเปลือก ฤดูกาลผลิต ปี 2539/2540	11
3	การดำเนินธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ฤดูกาลผลิตปี 2539/2540	12
4	ประชากรเป้าหมาย (target population) และจำนวนตัวอย่าง	45
5	จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และศาสนา	51
6	จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านบุคคลภายในครัวเรือนและสถานภาพการสมรส	53
7	จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านระยะเวลาที่เป็นสมาชิกและอาชีพ	55
8	จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านพื้นที่ทำการเกษตร ผลิตผล และรายได้	56
9	จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านการใช้บริการตลาดกลาง	59
10	จำนวนและร้อยละจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์	60
11	จำนวนและร้อยละจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกสหกรณ์	63
12	จำนวนและร้อยละจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านการดำเนินงานตลาดกลาง	67
13	ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการดำเนินงานตลาดกลาง	70
14	ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริการของตลาดกลาง	71
15	ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านพ่อค้าประจำตลาดกลาง	73

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านราคาผลผลิตและเงินทุน	74
17	ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการปฏิบัติงานของผู้จัดการ และพนักงานสหกรณ์	76
18	ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการใช้บริการตลาดกลาง ของสมาชิกสหกรณ์	77
19	ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านตลาดกลางของเอกชน	78
20	ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการกำหนดนโยบายการดำเนินงาน ตลาดกลาง	80
21	ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปของสมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำ ธุรกิจตลาดกลาง และกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	83
22	ทัศนคติด้านการบริหารงานงานตลาดกลางของสมาชิกกลุ่มที่เคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง และกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	84
23	ความสัมพันธ์ด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปของสมาชิก และการมาทำธุรกิจตลาดกลาง	85
24	ความสัมพันธ์ด้านทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์และการมาทำธุรกิจ ตลาดกลาง	86

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์	23
2	การจัดองค์การอุตสาหกรรม	27
3	ลักษณะตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ โดยสังเขป	39
4	โครงสร้างการดำเนินงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบล ของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก	40



บทที่ 1
บทนำ
(INTRODUCTION)

ความนำ

สังคมปัจจุบันการดำเนินอาชีพของมนุษย์ ย่อมเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการตลาด ตลอดเวลา เพราะมนุษย์มีการแบ่งงานกันทำให้ตรงกับอุปนิสัย ความถนัด และที่ตนคิดว่าเหมาะสมตั้งแต่อดีตที่ผ่านมา

... สภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์จากอดีตถึงปัจจุบัน มนุษย์จะรวมกันเป็นกลุ่ม เป็นสังคมจนเกิดเป็นประเทศต่าง ๆ มากมาย อริสโตเติล (Aristotle) นักปรัชญาในสมัยกรีกได้กล่าวว่า “มนุษย์เป็นสัตว์เมืองหรือสัตว์สังคม” ซึ่งหมายความว่ามนุษย์จำเป็นต้องอยู่ร่วมกันเพื่อประโยชน์ในการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน การป้องกันเหตุร้ายร่วมกัน ... (ปัญญา นิรุทธิ์ศรี และคณะ, 2534: 449)

อย่างไรก็ดีการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ในสังคมที่จะก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคมได้นั้นจะต้องเกิดจากการร่วมมือกัน

... การร่วมมือกัน การทำงานร่วมกันการอยู่ร่วมกันหรือการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม หรือที่เรียกในทางวิชาการว่าองค์การนั้น นับเป็นเรื่องเก่าของสังคมมนุษย์ ซึ่งมีมาช้านาน พร้อม ๆ กับการกำเนิดของสังคมมนุษย์ก็ว่าได้ การร่วมมือกันเป็นกระบวนการทางสังคมที่จะช่วยให้กิจกรรมหลายอย่างของมนุษย์ดำเนินไปด้วยดี เพราะลำพังมนุษย์หรือแม้กระทั่งคนทั้งหลายในครอบครัวก็ไม่สามารถทำกิจกรรมบางอย่างได้ เนื่องจากมนุษย์แต่ละคนมีความสามารถจำกัด ทั้งความสามารถทางด้านชีวภาพ (biological) และกายภาพ (physical) เป็นผลทำให้แต่ละคนไม่อาจทำสิ่งที่ต้องการได้สำเร็จตามลำพังได้ทุกอย่าง แต่ต้องอาศัยระบบความร่วมมือร่วมใจกัน (cooperative system) ของบุคคลที่มีความมุ่งหมายอย่างเดียวกัน อย่างน้อยสองคนขึ้นไปจึงจะเอาชนะข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้นได้ ... (พลุ สัตถาภรณ์, 2533: 1)

ในโลกยุคข้อมูลข่าวสาร ภาวะการครองชีพของมนุษย์ในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การดำเนินชีวิตต้องมีการแข่งขันกันในระบบเศรษฐกิจ มนุษย์ทุกคนจึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับการตลาดบ้างไม่มากก็น้อย เริ่มตั้งแต่สังคมภายในครอบครัว สังคมในชนบท และสังคมในเมือง

สมาชิกสหกรณ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคมมนุษย์ที่ดำเนินชีวิตแบบเรียบง่ายในกลุ่มผู้ประกอบอาชีพเดียวกัน รวมกันจัดตั้งเป็นสหกรณ์เพื่อร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดำเนินธุรกิจร่วมกัน โดยเฉพาะธุรกิจการตลาด สมาชิกต้องมีความรู้ข้อมูลข่าวสาร การตลาด

... การศึกษาการตลาดย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคมด้วย การเข้าใจว่าการตลาดเกี่ยวข้องกับสังคมอย่างไร ย่อมทำให้ผู้ศึกษาอยู่ในฐานะที่จะอธิบาย คาดคะเน หรือประเมินผลความจำเป็นของสถาบันการตลาดให้ดีขึ้น ทำให้เกิดความคิดที่จะจัดตั้ง หรือปรับปรุงสถาบันการตลาดเพื่อทำให้งิจกรรมทางเศรษฐกิจของสังคมดีขึ้นด้วย ... (สมคิด ทักษิณาวินิจฉัย, 2531: 1)

หากพิจารณาจากความมุ่งหมายของการพัฒนาประเทศทางด้านเศรษฐกิจ ในปัจจุบันรัฐบาลมุ่งส่งเสริมการขยายตัวทางด้านธุรกิจของภาคเอกชน และมุ่งหมายให้ประชากรของประเทศรู้จักการเลือก และนำทรัพยากรที่มีอยู่ไปใช้ในการเพิ่มผลผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ กระจายความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาคให้ประชากรมีการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นโดยเน้นการให้การศึกษา แยกแยะความรู้ ตลอดจนวิวัฒนาการใหม่ ๆ ไปยังชนบท โดยเฉพาะในกลุ่มชนที่ทำหน้าที่ผลิต รัฐบาลให้การส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องของสหกรณ์ เพราะขบวนการสหกรณ์ที่เข้มแข็ง นอกจากจะส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ความเข้าใจในการดำรงชีพตามระบอบประชาธิปไตยแล้วยังมีบทบาทที่สำคัญทางเศรษฐกิจ คือ

1. สหกรณ์ช่วยรักษาเสถียรภาพและตรึงราคาสินค้าและบริการ โดยรักษาระดับราคาสินค้าอุปโภคบริโภค และขณะเดียวกันช่วยยกระดับราคาผลผลิตให้สูงขึ้นเพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ของเกษตรกรสมาชิก

2. ระบบสหกรณ์จะช่วยกระจายผลประโยชน์ไปสู่ประชาชนผู้เป็นสมาชิกสหกรณ์อย่างเป็นธรรม โดยการให้โอกาสแก่สมาชิกได้มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของและควบคุมธุรกิจของตน อันจะทำให้ผลทางเศรษฐกิจตกเป็นของสมาชิก เป็นการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำของรายได้ซึ่งเป็นเป้าหมายของการพัฒนาทางเศรษฐกิจ

... สหกรณ์เป็นสถาบันหรือองค์การทางสังคมรูปหนึ่ง มีหลักการให้สมาชิกของสหกรณ์ รวมตัวกันเพื่อช่วยตัวเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความรักใคร่สามัคคี รู้จักเสียสละเพื่อส่วนรวม รู้จักการใช้สิทธิของตนเองตามวิถีทางประชาธิปไตย และรู้จักใช้อำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจเพื่อลดการถูกเอารัดเอาเปรียบจึงนับได้ว่าสหกรณ์ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติและส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ... (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2536: 181)

การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ก็เช่นเดียวกับองค์การธุรกิจทั่วไป การบริหารงาน การควบคุมไม่แตกต่างจากธุรกิจภาคเอกชนมากนัก แต่สหกรณ์มีหลักการ และวิธีการดำเนินงานที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ เนื่องจากการดำเนินงานของสหกรณ์จะต้องเป็นไปตามกฎหมายพิเศษ คือ พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 ดังที่ อุดม เขยทิววงศ์ และคณะ (2524: 12) กล่าวว่า เมื่อสหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจประเภทหนึ่ง ก็ต้องนำเอาหลักและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน เพื่อกำหนดให้เป็นแนวทางปฏิบัติในอันที่จะได้บรรลุตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้ หลักและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่นำมาเป็นหลักมูลฐานการดำเนินงานของสหกรณ์ ได้แก่

1. การสนองความต้องการทางเศรษฐกิจขั้นมูลฐาน สหกรณ์ต้องมีช่องทางที่จะสนองความต้องการทางเศรษฐกิจขั้นมูลฐานของสมาชิกสหกรณ์ได้
2. มีทุนอันเพียงพอ สหกรณ์ต้องมีทุนอันเป็นปัจจัยขั้นมูลฐานอย่างเพียงพอ
3. ขนาดธุรกิจอันเพียงพอ สหกรณ์ต้องมีขนาดธุรกิจเพียงพอที่จะได้จากสมาชิกสหกรณ์เองเป็นสำคัญ
4. การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ การวินิจฉัยตัดสินใจสั่งการ และการปฏิบัติงานธุรกิจประจำวัน ซึ่งมีผลทำให้มีกำไรสุทธิเป็นจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ปัจจุบันการจัดการจัดการมักจะเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า "ความสามารถในการประกอบการ"
5. ขั้นตอนการผลิตที่ได้คุณภาพ เนื่องจากสหกรณ์บางแห่งทำหน้าที่การผลิตสินค้าหรือบริการคือ เปลี่ยนแปลง หรือแปรสภาพปัจจัยบางตัวที่ใช้ตามหลักเทคโนโลยี หรือความรู้เกี่ยวกับวิธีใช้ทรัพยากรการผลิตที่เกี่ยวข้อง
6. การซื้อสินค้าที่ได้คุณภาพด้วยเงินสด สหกรณ์ควรซื้อและขายสินค้าที่มีคุณภาพตามที่สมาชิกต้องการด้วยเงินสดและสม่ำเสมอจากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการตลาดมีส่วนเกี่ยวข้องกับสังคม "สหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจการตลาดรูปแบบหนึ่ง" มี

หลักการที่จะให้สมาชิกซึ่งเป็นทั้งเจ้าของ และผู้ใช้บริการรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน (self-help and mutual-help)

ปัจจุบันรัฐบาลเล็งเห็นว่าราคาผลิตผลเกษตรเป็นปัญหาอย่างหนึ่ง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วมักจะรีบขายให้พ่อค้าคนกลาง เพราะไม่มีสถานที่เก็บและประกอบกับต้องการเงินมาใช้จ่ายในครอบครัว จังหวัดพิษณุโลกเป็นจังหวัดหนึ่งซึ่งเป็นแหล่งที่มีข้าวเปลือกเป็นจำนวนมาก เมื่อเกษตรกรเก็บเกี่ยวข้าวพร้อมกันทำให้ราคาข้าวเปลือกตกต่ำ รัฐบาลมีนโยบายยกระดับรายได้ของเกษตรกรให้สูงขึ้น จึงได้จัดสรรเงินงบประมาณ (ตารางที่ 1) ให้กรมส่งเสริมสหกรณ์จัดทำโครงการตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบล โดยสนับสนุนให้สหกรณ์ที่มีศักยภาพดำเนินการก่อสร้างตลาดกลาง รัฐบาลเป็นผู้出ค่าใช้จ่ายการก่อสร้างและให้สหกรณ์ออกเงินสมทบบางส่วน ตลาดกลางประจำตำบลแต่ละแห่งประกอบด้วยช่างเก็บพืชผลขนาดความจุ 500 เกวียน ตาชั่งคอมพิวเตอร์ จุดตรวจคุณภาพข้าว ลานตาก และบ้านพักคนงาน สหกรณ์จะเข้าไปดำเนินงานบริหารตลาดกลางเป็นแหล่งกลางในการซื้อขายผลิตผลต่าง ๆ กำกับดูแลมิให้พ่อค้าเอาเปรียบเกษตรกร ทั้งด้านราคา การชั่ง ตวง วัด หากเกษตรกรนำผลิตผลมาขายแล้วแต่พ่อค้าไม่รับซื้อ สหกรณ์จะเป็นผู้ซื้อไว้ในราคาที่เป็นธรรมหรือบางส่วนหากเกษตรกรมีความประสงค์จะฝากไว้ที่ยังคงเพื่อรอราคาก็สามารถกระทำได้ สหกรณ์คิดเพียงค่าธรรมเนียมการรับฝากจากสมาชิกหรือเกษตรกรทั่วไปที่มาใช้บริการตลาดกลางของสหกรณ์ การพัฒนางานสหกรณ์ด้านการส่งเสริมการตลาดให้สหกรณ์สามารถแข่งขันกับธุรกิจภาคเอกชนได้ คณะกรรมการดำเนินการ และพนักงานสหกรณ์ต้องเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล แต่เนื่องจากตลาดกลางเป็นงานใหม่ การบริหารงานให้ประสบผลสำเร็จได้จำเป็นต้องศึกษาทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ที่มีผลต่อฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการในการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ และสนองตอบตามนโยบายของรัฐบาล

ตารางที่ 1 ค่าใช้จ่ายการก่อสร้างตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

สถานที่ตั้งตลาดกลาง	ปี	เงินอุดหนุนที่รัฐบาล จัดสรรให้สหกรณ์ (บาท)	เงินที่สหกรณ์ ออกสมทบ (บาท)	รวมค่าก่อสร้าง ตลาดกลาง (บาท)
1. สหกรณ์วัดจันทร์ จำกัด หมู่ที่ 7 ต.ท่าทอง อ.เมือง จ.พิษณุโลก	2537	2,095,900	500,100	2,596,000
2. สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด หมู่ที่ 4 ถ.มิตรภาพ ต.วังทอง อ.วังทอง จ.พิษณุโลก	2537	2,095,900	444,100	2,540,000
3. สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด หมู่ที่ 4 ต.วัดโบสถ์ อ.วัดโบสถ์ จ.พิษณุโลก	2537	2,095,900	234,100	2,330,000
4. สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด หมู่ที่ 5 ต.บางกระทุ่ม อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก	2538	2,090,000	575,000	2,665,000
5. สหกรณ์นิคมพันทาลี จำกัด หมู่ที่ 3 ต.พันทาลี อ.วังทอง จ.พิษณุโลก	2539	2,090,000	780,000	2,870,000
6. สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด หมู่ที่ 4 ต.บ้านน้อยชุมซีเหล็ก อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก	2539	2,090,000	830,000	2,920,000
7. สหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด หมู่ที่ 4 ต.ไทรย้อย อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก	2539	2,090,000	830,000	2,920,000

ตารางที่ 1 (ต่อ)

สถานที่ตั้งตลาดกลาง	ปี	เงินอุดหนุนที่รัฐบาล จัดสรรให้สหกรณ์ (บาท)	เงินที่สหกรณ์ ออกสมทบ (บาท)	รวมค่าก่อสร้าง ตลาดกลาง (บาท)
8. สหกรณ์การเกษตรเนินมะปราง จำกัด หมู่ที่ 4 ต.ชมพู อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก	2540	2,096,000	1,104,000	3,200,000
9. สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. พิษณุโลก จำกัด 2/4 ต.โนนเมือง อ.เมือง จ.พิษณุโลก	2540	2,096,000	1,104,000	3,200,000

ที่มา : สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก ปี 2540

ปัญหาในการวิจัย (Statement of the Problem)

การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี เป็นไปอย่างรวดเร็วและเป็นระบบ จึงจำเป็นที่สหกรณ์ต้องปรับระบบและวิธีการบริหารงานให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าวทั้งในปัจจุบันและอนาคต จึงจำเป็นต้องศึกษาสภาพข้อเท็จจริงปัญหาอุปสรรคและกำหนดแนวทางการแก้ไขเพื่อปรับปรุงการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบล ของสหกรณ์ให้ชัดเจน

1. สภาพข้อเท็จจริงในปัจจุบัน

เนื่องจากสหกรณ์เกิดจากการรวมกันของผู้มีปัญหาในการประกอบอาชีพ และเป็นผู้ที่ค่อนข้างมีฐานะอ่อนแอในทางเศรษฐกิจ ซึ่งเมื่อรวมกันเข้าแล้วสามารถแยกกลุ่มของผู้ปฏิบัติงานในสหกรณ์ออกเป็น 3 กลุ่มคือ สมาชิกสหกรณ์ คณะกรรมการดำเนินการ และพนักงานสหกรณ์ ซึ่งในแต่ละกลุ่มมีสภาพปัญหาแตกต่างกันไป พอสรุปได้ดังนี้

1.1 สมาชิกสหกรณ์บางส่วน

- 1.1.1 มีทัศนคติที่ไม่ถูกต้องต่อสหกรณ์
- 1.1.2 ไม่เข้าใจอุดมการณ์ของสหกรณ์ดีพอ
- 1.1.3 มีรายได้น้อย ยากจน มีหนี้หลายทาง
- 1.1.4 โดยเฉลี่ยมีการศึกษาชั้นประถมศึกษา

1.2 คณะกรรมการดำเนินการบางส่วน

- 1.2.1 มีความรู้เชิงธุรกิจน้อย
- 1.2.2 ไม่อุทิศเวลาให้สหกรณ์
- 1.2.3 แสวงหาผลประโยชน์ในสหกรณ์ให้ตนเองและหมู่คณะ
- 1.2.4 เล่นพรรคเล่นพวก
- 1.2.5 ก้าวก่ายฝ่ายจัดการ

1.3 ฝ่ายจัดการหรือพนักงานสหกรณ์

- 1.3.1 บางส่วนปฏิบัติงานทวนกระแสของความชอบธรรม
- 1.3.2 มีความรู้ในเชิงธุรกิจการบริหารการจัดการไม่เพียงพอ

1.3.3 ไม่ใคร่จะอุทิศเวลาให้สหกรณ์อย่างเพียงพอ เพราะสวัสดิการและค่าตอบแทนต่ำ

1.3.4 มีการเปลี่ยนแปลงฝ่ายจัดการบ่อย ทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

2. ระบบบริหารงานสหกรณ์

2.1 สหกรณ์ออกระเบียบปฏิบัติมากทำให้การบริหารงานไม่มีความคล่องตัว

2.2 การบริหารงานไม่ทันต่อเหตุการณ์เพราะขาดข้อมูลข่าวสารและอุปกรณ์

2.3 ไม่ชำนาญการทำงานเป็นทีม

2.4 ทำธุรกิจแบบระบบราชการ

3. เงินทุนสหกรณ์

3.1 เงินทุนดอกเบี้ยต่ำมีน้อยไม่เพียงพอกับความต้องการของสหกรณ์

3.2 การบริหารเงินทุนยังไม่มีประสิทธิภาพ

3.3 สหกรณ์ขาดการสนับสนุนปัจจัยพื้นฐาน เช่น เครื่องมือและอุปกรณ์การตลาด เพื่อบริการสมาชิกในระยะแรก

3.4 ขั้นตอนระเบียบปฏิบัติในการกู้เงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกรมีมากเกินไปและการโอนเงินกู้ให้กับสหกรณ์ล่าช้าไม่ทันกับความต้องการของสหกรณ์

4. อุปกรณ์ประจำตลาดกลาง

สหกรณ์ขาดอุปกรณ์ประจำตลาดกลาง หรือมีอุปกรณ์แต่มีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอสำหรับการดำเนินธุรกิจตลาดกลาง จึงมีผลทำให้การดำเนินธุรกิจตลาดกลางไม่ประสบผลดีเท่าที่ควร

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น รัฐบาลเห็นว่าสหกรณ์ส่วนใหญ่ขาดแคลนเงินทุนในการดำเนินงานธุรกิจตลาดกลาง จึงได้จัดสรรเงินงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนให้สหกรณ์ต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อก่อสร้างตลาดกลาง ในระหว่างปี พ.ศ. 2537-2540 กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้จัดสรรเงินงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนให้สหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 9 สหกรณ์ เพื่อก่อสร้างตลาดกลางสหกรณ์ละ 1 แห่ง (ตารางที่ 1) ซึ่งได้แก่ สหกรณ์วัดจันทร์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด สหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด สหกรณ์การเกษตรเนินมะปราง จำกัด และสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส. พิษณุโลก จำกัด ในปี พ.ศ. 2537 กรมส่งเสริมสหกรณ์จัดสรรเงินงบประมาณ

หมวดเงินอุดหนุนให้สหกรณ์ก่อสร้างตลาดกลางสหกรณ์ละ 2,095,000.00 บาท รวม 3 สหกรณ์ ปี พ.ศ. 2538-2539 กรมส่งเสริมสหกรณ์จัดสรรเงินงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนให้สหกรณ์ก่อสร้างตลาดกลางสหกรณ์ละ 2,090,000.00 บาท รวม 4 สหกรณ์ และปี พ.ศ. 2540 กรมส่งเสริมสหกรณ์จัดสรรเงินงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนให้สหกรณ์ก่อสร้างตลาดกลางสหกรณ์ละ 2,096,000.00 บาท รวม 2 สหกรณ์ เงินค่าก่อสร้างตลาดกลางส่วนที่เกินจากเงินอุดหนุนสหกรณ์แต่ละแห่งต้องออกเงินสมทบในการก่อสร้างให้ครบถ้วนตามแบบแปลนตลาดกลางของกองช่าง กรมส่งเสริมสหกรณ์ เมื่อแต่ละสหกรณ์ได้ก่อสร้างตลาดกลางแล้วเสร็จสมบูรณ์ จึงเริ่มดำเนินธุรกิจตลาดกลาง รวบรวมผลผลิตจากสมาชิกและเกษตรกรทั่วไป การดำเนินงานตลาดกลางสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ลักษณะการซื้อขายผลผลิตผ่านตลาดกลาง โครงการนี้เรียกชื่อว่า "โครงการพัฒนาธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์" สหกรณ์จะทำหน้าที่ซื้อขายและให้บริการ เช่น ตรวจสอบคุณภาพผลผลิต การชั่ง การเก็บรักษาผลผลิต การอบลดความชื้นผลผลิต เป็นต้น ในการซื้อขายผลผลิต ผู้ซื้อและผู้ขายจะตกลงราคากันเอง ราคาผลผลิตจะขึ้นลงตามภาวะตลาดประจำวัน โครงการนี้นอกจากสหกรณ์จะเป็นผู้รับซื้อผลผลิตแล้ว ยังมีพ่อค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้รับซื้อประจำตลาดกลางของสหกรณ์เข้ามาซื้อขายผลผลิตร่วมด้วย โดยพ่อค้าจะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่สหกรณ์กำหนด ในฤดูกาลผลิต ปี 2539/2540 มีสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกเข้าร่วมโครงการ จำนวน 4 สหกรณ์ คือ

- 1.1 สหกรณ์วัดจันทร์ จำกัด อ.เมือง จ.พิษณุโลก
- 1.2 สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
- 1.3 สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก
- 1.4 สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก

สหกรณ์ที่ดำเนินธุรกิจตลาดกลางตามโครงการนี้ได้ขอกู้เงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร โครงการพัฒนาธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์จากกรมส่งเสริมสหกรณ์ ปี 2539/2540 เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการซื้อผลผลิตเป็นเงินทั้งสิ้น จำนวน 3,000,000.00 บาท (ตารางที่ 2)

2. ลักษณะการซื้อผลผลิตเพื่อรอราคา โครงการนี้เรียกชื่อว่า "โครงการเชื่อมโยงสินเชื่อเพื่อการผลิตและบริการตลาดข้าวของสหกรณ์" สหกรณ์จะดำเนินการซื้อผลผลิตจากสมาชิก และเก็บรักษาไว้ที่ยังฉางของสหกรณ์เพื่อรอราคา ในฤดูกาลผลิตปี 2539/2540 มีสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก เข้าร่วมโครงการ จำนวน 7 สหกรณ์ คือ

- 2.1 สหกรณ์วัดจันทร์ จำกัด อ.เมือง จ.พิษณุโลก
- 2.2 สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
- 2.3 สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด อ.วัดโบสถ์ จ.พิษณุโลก
- 2.4 สหกรณ์การเกษตรบางกระพุ่ม จำกัด อ.บางกระพุ่ม จ.พิษณุโลก
- 2.5 สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
- 2.6 สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก
- 2.7 สหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก

สหกรณ์ที่ดำเนินธุรกิจตลาดกลางตามโครงการนี้ได้ขอกู้เงินกองทุนสงเคราะห์เกษตรกร โครงการเชื่อมโยงสินเชื่อเพื่อการผลิตและบริการตลาดข้าวของสหกรณ์ จากกรมส่งเสริมสหกรณ์ ในฤดูกาลผลิตปี 2539/2540 (ตารางที่ 2) เพื่อใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการซื้อผลิตผล เป็นเงินทั้งสิ้น จำนวน 24,000,000.00 บาท

การดำเนินงานธุรกิจตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ ในจังหวัด พิษณุโลก ฤดูกาลผลิตปี 2539/2540 ทั้งโครงการพัฒนาธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์ และโครงการเชื่อมโยงสินเชื่อเพื่อการผลิตและบริการตลาดข้าวของสหกรณ์ ปริมาณข้าวเปลือกที่รวบรวมได้ทั้งสิ้น จำนวน 14,300.674 ตัน มูลค่า 64,775,071.80 บาท (ตารางที่ 3) มีสหกรณ์ที่ไม่ได้ดำเนินธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 1 สหกรณ์ คือ สหกรณ์วัดจันทร์ จำกัด และสหกรณ์ที่ดำเนินธุรกิจตลาดกลางมีปริมาณธุรกิจมากที่สุด ได้แก่ สหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด ซึ่งรวบรวมข้าวเปลือกได้ จำนวน 5,101.751 ตัน มูลค่า 22,634,235.79 บาท หรือ 35.67% ของปริมาณข้าวเปลือกที่สหกรณ์รวบรวมได้ทั้งหมดในจังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 2 เงินกู้กองทุนสงเคราะห์เกษตรกรเพื่อรวบรวมข้าวเปลือก ฤดูกาลผลิต
ปี 2539/2540

ที่	ชื่อสหกรณ์	โครงการพัฒนาธุรกิจ ตลาดกลางของสหกรณ์ ปีการผลิต 2539/2540 (บาท)	โครงการเชื่อมโยงสินเชื่อ เพื่อ การผลิตและบริการตลาดข้าว ของสหกรณ์ ปีการผลิต 2539/2540 (บาท)
1	สก.วัดจันทร์ จำกัด	500,000	1,000,000
2	สกก.วังทอง จำกัด	500,000	1,000,000
3	สกก.วัดโบสถ์ จำกัด	1,000,000	14,000,000
4	สกก.บางกระทุ่ม จำกัด	1,000,000	1,000,000
5	สกน.พันชาติ จำกัด	0	2,000,000
6	สกน.วังทอง จำกัด	0	2,000,000
7	สกน.เนินมะปราง จำกัด	0	3,000,000
8	สกก.เนินมะปราง จำกัด	0	0
9	สกต.ธกส.พิษณุโลก จำกัด	0	0
รวม		3,000,000	24,000,000

ที่มา : สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก ปี 2540

- หมายเหตุ
1. สกก.เนินมะปราง จำกัด และ สกต.ธกส.พิษณุโลก จำกัด
อยู่ระหว่างการก่อสร้างตลาดกลาง
 2. สก. หมายถึง สหกรณ์
 3. สกก. หมายถึง สหกรณ์การเกษตร
 4. สกน. หมายถึง สหกรณ์นิคม
 5. สกต. ธกส. หมายถึง สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส.

ตารางที่ 3 การดำเนินธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ฤดูกาลผลิต
ปี 2539/2540

ที่	ชื่อสหกรณ์	ข้าวเปลือก		จำนวนร้อยละของข้าว เปลือกที่สหกรณ์ใน จังหวัดพิษณุโลกรวบรวม ได้ทั้งหมด
		จำนวน (ตัน)	มูลค่า (บาท)	
1	สก.วัดจันทร์ จำกัด	0	0.00	0.00
2	สกก.วังทอง จำกัด	152.366	541,755.00	1.07
3	สกก.วัดโบสถ์ จำกัด	2,902.868	14,143,916.40	20.30
4	สกก.บางกระทุ่ม จำกัด	900	4,153,815.00	6.29
5	สกน.พันชาติ จำกัด	3,291.407	13,568.942.00	23.02
6	สกน.วังทอง จำกัด	1,952.282	9,732,407.61	13.65
7	สกน.เนินมะปราง จำกัด	5,101.751	22,634,235.79	35.67
8	สกก.เนินมะปราง จำกัด	0	0.00	0.00
9	สกต.ธกส.พิษณุโลก จำกัด	0	0.00	0.00
รวม		14,300.674	64,775,071.80	100.00

ที่มา : รายงานกิจการประจำปี 2540 ของสหกรณ์

- หมายเหตุ
1. สก.วัดจันทร์ จำกัด ไม่ได้ดำเนินธุรกิจตลาดกลาง
 2. สกก.เนินมะปราง จำกัด และ สกต.ธกส.พิษณุโลก จำกัด อยู่ระหว่างการก่อสร้างตลาดกลาง
 3. สก. หมายถึง สหกรณ์
 4. สกก. หมายถึง สหกรณ์การเกษตร
 5. สกน. หมายถึง สหกรณ์นิคม
 6. สกต. ธกส. หมายถึง สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of the Study)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ

1. ศึกษาความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ ของสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง ที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่
2. ศึกษาทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ของสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่
3. ศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ ของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลาง ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่
4. ศึกษาทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกของสมาชิกว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Results)

1. ทำให้ทราบสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก
2. เป็นแนวทางสำหรับฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ตลอดจนผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ เพื่อให้ประกอบการกำหนดนโยบายการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิกสหกรณ์

ขอบเขตของการวิจัย (Scope of Study)

ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ดังต่อไปนี้

1. สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
2. สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด อ.วัดโบสถ์ จ.พิษณุโลก
3. สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก
4. สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
5. สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก
6. สหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ อาจจะสรุปขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษาว่าความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และมีความสัมพันธ์กันหรือไม่กับการมาทำธุรกิจตลาดกลาง
2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะศึกษา ทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และมีความสัมพันธ์กันหรือไม่กับการมาทำธุรกิจตลาดกลาง
3. ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้จากการสัมภาษณ์สมาชิกสหกรณ์ ที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง และจากสมาชิกสหกรณ์ที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางจากสหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด และสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด

คำนิยามศัพท์เฉพาะ (Operational Definition of Terms)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็นของสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง และสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตภัณฑ์ที่แสดงความคิดเห็นในแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ต่ำที่สุด ต่ำมาก ต่ำปานกลาง และสูง

สมาชิกสหกรณ์ หมายถึง สมาชิกสหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด และสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด

ฝ่ายบริหาร หมายถึง คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ จำนวน 6 สหกรณ์ที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้

ฝ่ายจัดการ หมายถึง ผู้จัดการสหกรณ์และพนักงานสหกรณ์ที่ปฏิบัติงานประจำตลาดกลาง จำนวน 6 สหกรณ์ที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้

ตลาดกลางผลิตภัณฑ์ หมายถึง ตลาดกลางผลิตภัณฑ์ประจำตำบลของสหกรณ์ จำนวน 6 สหกรณ์ที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้

ความรู้มาก หมายถึง ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกที่ตอบแบบสอบถามได้คะแนนมากกว่าค่าเฉลี่ย (mean) ด้านความรู้ที่กำหนด

รู้น้อย หมายถึง ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกที่ตอบแบบสอบถามได้คะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ย (mean) ด้านความรู้ที่กำหนด

บทที่ 2
การตรวจเอกสาร
(REVIEW OF RELATED LITERATURES)

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ ทักษะ และสถานภาพส่วนบุคคล

ความรู้ (Knowledge)

โสภา ชูพิกุลชัย และ อรทัย ชื่นมนุชย์ ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า “เป็นการรับรู้ จำ และเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ เกิดจากประสบการณ์และทัศนคติ ประกอบขึ้นจากความรู้ต่างๆที่เคยได้เรียนมาเกี่ยวกับลักษณะของสิ่งนั้น ๆ บวกกับการตีค่าของสิ่งนั้น ๆ กับความรู้ที่มีอยู่” (โสภา ชูพิกุลชัย และคณะ, 2518: 31)

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งแสดงออกให้เห็นได้จากคำพูด หรือพฤติกรรมที่สะท้อนทัศนคตินั้น ๆ คนแต่ละคนมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง มากน้อยแตกต่างกัน ทัศนคติ เป็นนามธรรม (abstraction) แต่เป็นสิ่งที่จริงจังสำหรับบุคคลที่มีทัศนคตินั้น คนเราส่วนมากจะมีทัศนคติหลายอย่างรวมกันแต่ก็อาจจะมีบางสิ่งบางอย่างในสิ่งที่รวมกันนั้นแตกต่างกัน หรือตรงข้ามกับคนอื่น บทบาทของทัศนคติต่อพฤติกรรมของคนมีมาก แทบจะกล่าวได้ว่าทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิตมนุษย์ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเล็ก เรื่องใหญ่ หรือเรื่องสำคัญมากมายเพียงใด (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2532: 106)

ทัศนคติ มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตร่วมกันในสังคมเป็นอย่างมากเพราะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้สังคมราบรื่นหรือก่อเหตุวุ่นวายได้ สมมุติว่า ในสังคมหนึ่งทุกคนมีทัศนคติที่ดีต่อกันก็มีผลให้สังคมนั้นสงบสุขราบรื่น ไม่ค่อยมีเหตุแห่งความยุ่งยาก ทั้งนี้เพราะว่าพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกไปนั้นมีส่วนเกี่ยวกับทัศนคติ นั่นคือ ทัศนคติก่อให้เกิดแรงจูงใจ (motivation) ซึ่งหมายถึง ภาวะภายในจิตใจของบุคคลที่พร้อมจะกระตุ้นนำทางให้พฤติกรรมดำเนินไปตามเป้าหมายและแรงจูงใจเป็นผู้กำหนดให้เกิดพฤติกรรมที่จะทำหรือ ละเว้นสิ่งต่าง (ฉลอง ภิรมรัตน์, 2521: 45)

สถานภาพส่วนบุคคล (Personal Characteristics)

อายุ เพศ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพการสมรส ย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ทุกคน

อายุ นับว่าเป็นองค์ประกอบชนิดหนึ่งที่ทำให้คนเรามีความคิดเห็น ความนึกคิดแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าคนที่มีอายุจะมีความรอบรู้ ความรับผิดชอบ ประสบการณ์ ความสนใจ ความสามารถในการแก้ปัญหา ความจำ บุคลิกภาพ และวุฒิภาวะทางจิตใจด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

การศึกษา (Education)

การศึกษามีความสำคัญอย่างมาก ที่จะส่งเสริมให้บุคคลทุกคนมีความรู้ความสามารถ เข้าใจสิ่งแวดล้อมและรู้จักนำสิ่งแวดล้อมมาส่งเสริมตนเอง ให้เจริญก้าวหน้ามากขึ้น การศึกษาจะก่อให้เกิดการเรียนรู้พฤติกรรมต่าง ๆ ในสังคม และสามารถปรับตนเองให้ดำรงชีวิตอยู่ในสังคม ได้อย่างดี

ขนาดของครอบครัว (Family)

ครอบครัวจะเป็นกลุ่มเบื้องต้นที่สุดที่การติดต่อ และสัมพันธ์กันภายในครอบครัวจะมีลักษณะที่ใกล้ชิดสนิทสนมและร่วมมือกันมากที่สุด ระบบครอบครัวจะมีอิทธิพลอย่างมากโดยเฉพาะผู้นำครอบครัวจะเป็นผู้นำในทัศนคติและสิ่งจูงใจต่าง ๆ แก่สมาชิกภายในครอบครัว และลักษณะครอบครัวสมาชิกสหกรณ์จะอยู่ในหมู่เครือญาติ เมื่อสมาชิกในครอบครัวเดือดร้อนจะมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และสมาชิกภายในครอบครัวจะเป็นแรงงานที่สำคัญในการประกอบอาชีพทางการเกษตร รายได้ที่เกิดขึ้นจึงเกิดมาจากการผลิตสินค้าทางเกษตร

รายได้ (Income)

รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่เราต้องการทำการพิจารณาในการวางแผนการตลาด บุคคลใดก็ตามที่เราไม่อาจจะถือได้ว่าเขาเป็นผู้ที่คาดว่าจะมีลูกค้าได้ นอกเสียจากว่าเขาจะมีเงินหรือมีการยืนยันว่าจะได้มันมา จำนวนเงินที่บุคคลดังกล่าวสามารถใช้จ่ายได้เช่นกัน จะกระทบต่อประเภทของสินค้าที่เขาจะทำการซื้อ รายได้จึงเกิดมาจากการผลิตและการขายสินค้าหรือบริการในตลาด เครื่องวัดรายได้ของประชากรทั้งประเทศที่นิยมคือ การวัดผลผลิตและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยผลผลิตระดับชาติ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2526: 98)

การสหกรณ์

ความหมายและลักษณะของสหกรณ์

ตามประวัติศาสตร์ของการพัฒนาด้านสังคมของมนุษย์จะพบว่า การรวมกลุ่มเป็นองค์การขนาดย่อยในรูปครอบครัวได้กำเนิดขึ้นมาพร้อมกับมนุษย์แล้ว และเมื่อกาลเวลาผ่านไป มนุษย์เราเรียนรู้ว่า การที่เขาจะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีได้นั้น เขาจำต้องต่อสู้แข่งขัน ต้องทำงาน เพื่อการผลิตทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตและเพื่อการกินดีอยู่ดี ในการนี้ มนุษย์ยังได้ยอมรับว่าเขาคนเดียว หรือแม้แต่สมาชิกทั้งหมดของครอบครัวของเขาก็ไม่สามารถจะปฏิบัติงาน หรือผลิตสิ่งของที่จำเป็นในการครองชีพได้ครบทุกอย่าง ด้วยเหตุนี้จึงมีความคิดในการรวมกลุ่มกันขึ้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการปฏิบัติงานหรือการผลิต เป็นการแก้ไขข้อจำกัดของตัวมนุษย์เองในส่วนที่เกี่ยวกับภาระกิจบางอย่างซึ่งยากที่บุคคลเดียวจะสามารถทำเองโดยลำพังได้ ดังนั้นสังคมมนุษย์จึงได้มีการรวมกลุ่ม หรือมีองค์การในรูปต่าง ๆ กำเนิดขึ้นมากมายตามระดับการพัฒนาของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งนับแต่สมัยปฏิวัติอุตสาหกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 18-19 เป็นต้นมา

สหกรณ์นับว่าเป็นองค์การชนิดหนึ่ง ที่มนุษย์คิดค้นกันขึ้นมาตามผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างขนานใหญ่ในการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งนั้น โดยยึดหลักการร่วมมือกันทางเศรษฐกิจในหมู่ประชาชนที่ตกอยู่ในสภาพที่อดคัดขัดสนและอ่อนกำลังในทางเศรษฐกิจดำเนินการช่วยตนเองโดยรวมทุนและกำลังกันด้วยความสมัครใจ ตั้งเป็นสมาคมเพื่อร่วมมือร่วมใจกันประกอบกิจการของตัวเอง และมีความมุ่งหมายมิใช่แสวงหากำไรแต่ตัดคนกลางอันไม่จำเป็นออกไปเสีย ให้สมาชิกทุกคนมีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ไม่ถือกำลังทรัพย์เป็นใหญ่ และผลที่เกิดขึ้นก็นำมาแบ่งปันกัน โดยวิธีที่เที่ยงธรรมในระหว่างผู้ที่มีส่วนได้เสียในกิจการนั้น วิธีการนี้ถือหลักความร่วมมือกัน แทนที่จะแข่งขันกันจึงได้ชื่อว่า การสหกรณ์ (Cooperation) อันนับว่าเป็นระบบเศรษฐกิจอีกแบบหนึ่งที่นับวันจะมีความสำคัญยิ่งขึ้นทุกทีในโลกแห่งเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองในยุคปัจจุบัน เพราะวิธีการนี้มุ่งที่จะให้ทุกคนช่วยตัวเองและช่วยกันรับผิดชอบซึ่งกันและกันในอันที่ขจัดความยากจน และส่งเสริมการกินดีอยู่ดี และถ้าโลกเรานี้ปราศจากความยากจน ทุกคนกินดีอยู่ดี มีสามัคคีธรรมมีความเมตตา กรุณาต่อกันแล้วโลกนี้จะเป็นโลกแห่งสันติสุข คงจะไม่สับสนวุ่นวายเหมือนเช่นที่เป็นอยู่ปัจจุบัน (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2532: 1-2)

สำหรับคำว่า “ สหกรณ์ ” ในภาษาไทยนั้น กรมหมื่นพิทยาลงกรณ์ ผู้ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นบิดาของการสหกรณ์ในประเทศไทยและเป็นนายทะเบียนสหกรณ์พระองค์แรก ได้บัญญัติขึ้น จากคำภาษาสันสกฤต 2 คำ คือ สห แปลว่า “รวมกัน” และ กรณ์ แปลว่า “การกระทำ” รวมกันแปลได้ความว่า “การกระทำร่วมกัน” หรือ “การร่วมมือกันทำงาน” ซึ่งตรงกับคำ ในภาษาอังกฤษ ทั้งความหมายและในรูปของศัพท์คือ สห = CO และ กรณ์ = Operation (พสุ สัตถาภรณ์, 2533: 15)

จากที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปลักษณะของสหกรณ์ได้ดังต่อไปนี้

1. สหกรณ์เป็นองค์การหรือการประกอบการทางเศรษฐกิจหมายความว่า การที่จะเป็นองค์การ ที่มีระบบหรือระเบียบแบบแผนแห่งการปฏิบัติงานร่วมมือกันของบุคคลที่มารวมกันมีโครงสร้างของการบริหารงาน มีการแบ่งแยกหน้าที่ออกมาเป็นฝ่าย ๆ มีจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายในการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นระเบียบแบบแผน มิใช่เป็นการร่วมมือกันชั่วคราวชั่วคราวอย่างการรวมกันลงแขกทำนาเกี่ยวข้าว ส่วนสหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจนั้น หมายความว่า การดำเนินงานของสหกรณ์นั้นมีผลหรือเกี่ยวข้องในทางเศรษฐกิจ คือ เกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก การบริการ และการบริโภคของมนุษย์ และการประกอบการก็ต้องอาศัยปัจจัย 4 คือ คน เงิน ทรัพยากร อื่น ๆ และการจัดการ อันจะขาดเสียซึ่งปัจจัยอันใดอันหนึ่งไม่ได้ อันเป็นหลักในการประกอบการทางเศรษฐกิจหรือธุรกิจโดยทั่วไป

2. สหกรณ์เป็นองค์การที่เกิดขึ้นจากการร่วมมือกันโดยสมัครใจ หมายความว่า ความต้องการ ความเดือดร้อน หรือความสนใจร่วมกัน จะก่อให้เกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม หรือเป็นสหกรณ์ขึ้นมา เพื่อร่วมมือกันแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เผชิญหน้า แต่การร่วมมือกันจะมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับพื้นฐานของความต้องการ หรือความสนใจร่วมกัน สำหรับบุคคลที่เข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์นั้น รวมกันด้วยความสมัครใจ ปราศจากการบังคับแต่อย่างใด ลักษณะข้อนี้มีความสำคัญเกี่ยวกับความเจริญของสหกรณ์มาก เพราะบุคคลบางคนอาจไม่เลื่อมใสในวิธีการสหกรณ์ หรือเห็นว่าไม่เหมาะสมกับวิธีการดำเนินการทางเศรษฐกิจของเขาก็ได้ เนื่องจากสหกรณ์ต้องอาศัยการร่วมมือร่วมใจของสมาชิกเป็นหลัก ดังนั้น ผู้เข้ามาเป็นสมาชิก ต้องเข้ามาด้วยความสมัครใจ เพราะความร่วมมือกันนั้นจะประสบความสำเร็จได้ดีเพียงใดย่อมจะต้องเกิดขึ้นโดยความสมัครใจ การเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์หรือการลาออกจากสหกรณ์นั้น จึงถือเป็นเรื่องของความสมัครใจเพราะถ้ามีการบังคับให้เข้าเป็นสมาชิกแล้ว การร่วมมือร่วมใจย่อมจะเกิดขึ้น

ได้ยากในที่สุดสหกรณ์ก็เจริญก้าวหน้าไม่ได้และไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

3. สหกรณ์เป็นองค์การที่ยึดหลักประชาธิปไตย หรือหลักความเสมอภาค สหกรณ์เน้นหลักเรื่องการรวมคนสำคัญกว่าการรวมทุน คือบรรดาสมาชิกที่รวมเข้ากันเป็นสหกรณ์ ได้รวมกันในฐานะที่เป็นมนุษย์เท่านั้น มิใช่รวมกันในฐานะที่เป็นธนบัตรหรือนายทุน สหกรณ์จึงเน้นความเป็นมนุษย์เป็นเรื่องสำคัญ จนมีคำกล่าวว่า สหกรณ์เป็นองค์การรวมคน ยิ่งกว่ารวมทุนทุกคนที่เข้ามาเป็นสมาชิก ไม่ว่าจะมั่งมีหรือยากจน มีสิทธิเสรีภาพ และเสมอภาค ในกิจการสหกรณ์ เท่าเทียมกันหมด ดังนั้นในการดำเนินงานของสหกรณ์จึงยึดหลักประชาธิปไตยเป็นสำคัญ ดังจะเห็นว่าสหกรณ์ใช้หลักการลงคะแนนเสียง 1 คนต่อ 1 เสียง (one man one vote) และสหกรณ์ก็ไม่ยินยอมให้สมาชิกคนใดคนหนึ่งลงคะแนนเสียงแทนกัน การควบคุมโดยสมาชิกจึงยึดถือหลักประชาธิปไตยเป็นสำคัญ ซึ่งต่างกับบริษัทที่ผู้มีหุ้นมากย่อมมีสิทธิ มีเสียงในการควบคุมบริษัทมากกว่าคนอื่น ๆ ดังนั้นจึงมีคำกล่าวว่า “ในสหกรณ์คนเป็นเจ้าของทุน ในบริษัททุนเป็นเจ้าของคน”

4. สหกรณ์เป็นองค์การที่ยึดหลักการช่วยตัวเองและช่วยซึ่งกันและกัน (self help and mutual help) สหกรณ์เป็นองค์การที่รวมคนที่อ่อนแอทางเศรษฐกิจหรือผู้ที่เดือดร้อนในทางเศรษฐกิจในฐานะที่เป็นมนุษย์เท่านั้น ดังนั้นเพื่อให้เกิดผลดีต่อสหกรณ์และเพื่อให้บรรลุความมุ่งหมายสมาชิกจะต้องช่วยเหลือสหกรณ์อันจะเกิดผลดีแก่ตัวสมาชิกเองในที่สุดสหกรณ์จะให้ความช่วยเหลือแต่เฉพาะสมาชิกเท่านั้น ผู้ที่ไม่มีส่วนช่วยสหกรณ์ บุคคลภายนอกย่อมไม่ได้รับความช่วยเหลือจากสหกรณ์ เพราะสหกรณ์มิใช่องค์การกุศล ดังนั้นถ้าบุคคลใดประสงค์ให้สหกรณ์ช่วยเหลือก็ต้องช่วยเหลือสหกรณ์ก่อน โดยสมัครเข้าเป็นสมาชิกและร่วมมือกับสหกรณ์ด้วยความจริงใจ จึงมีคติทางสหกรณ์ว่า แต่ละคนเพื่อส่วนรวมและส่วนรวมเพื่อแต่ละคน (each for all and all for each)

5. สหกรณ์เป็นองค์การที่เฉลี่ยผลประโยชน์ให้กับสมาชิกโดยวิธีเที่ยงธรรม การดำเนินธุรกิจของสหกรณ์มิได้มุ่งหวังกำไร แต่มุ่งหวังจัดหรือต่อสู้กับการแสวงหากำไรที่ไม่เป็นธรรม และมุ่งขจัดปัญหาความเดือดร้อนของสมาชิก หรือบริการสมาชิกเป็นสำคัญ เนื่องจากสมาชิกมีส่วนในการเสี่ยงภัย ช้อผูกพันทางการเงินและผลประโยชน์ต่าง ๆ ตามส่วนแห่งการใช้บริการของสหกรณ์ ดังนั้น การแบ่งผลประโยชน์ต่าง ๆ ควรกระทำโดยให้เกิดความเป็นธรรมแก่ทุกฝ่ายเท่าที่จะทำได้ โดยสหกรณ์ถือหลักตามอัตราส่วนที่ได้ใช้บริการจากสหกรณ์ หรือตามส่วนอุดหนุนที่ได้ทำกับสหกรณ์ สมาชิกคนใดได้ใช้บริการสหกรณ์มาก หรือกระทำธุรกิจกับ

สหกรณ์มาก โอกาสที่จะได้รับส่วนเกินเฉลี่ยคืนกลับไปที่มาก สมาชิกที่ใช้บริการจากสหกรณ์น้อย หรืออุดหนุนทำธุรกิจน้อย ก็จะได้รับส่วนเฉลี่ยคืนน้อย สหกรณ์จึงเป็นองค์การที่เฉลี่ยผลประโยชน์ให้กับสมาชิกโดยวิธีเที่ยงธรรม ลักษณะข้อนี้เป็นลักษณะเด่นพิเศษของสหกรณ์ยากที่จะพบในองค์การแบบอื่น ในวงการสหกรณ์จะไม่เอาไรต์เอาเปรียบกันเลย ในธุรกิจเอกชนแบบอื่นๆ ผู้ประกอบการประสงค์จะหากำไรจากการลงทุน แต่ในกิจการสหกรณ์สมาชิกทุกคนจะได้รับประโยชน์จากสหกรณ์ตามส่วนงานที่ได้ทำกับสหกรณ์ ทำงานให้สหกรณ์มากร่วมมือกับสหกรณ์มากก็ย่อมได้รับประโยชน์มาก ถ้าทำงานให้สหกรณ์น้อยก็ได้รับผลประโยชน์น้อย ดังนั้นคนที่ไม่ทำงานให้สหกรณ์เลยก็จะได้ไม่ได้รับผลประโยชน์จากสหกรณ์เลย จึงเห็นว่าเป็นหลักที่ชอบด้วยเหตุผลและวิธีการที่เที่ยงธรรม สมกับที่เป็นการรวมกันในฐานะมนุษย์เท่านั้น

6. สหกรณ์เป็นองค์การเพื่อต่อสู้กับการแสวงหากำไรที่ไม่เป็นธรรม สหกรณ์เป็นองค์การที่ผู้อ่อนแอในทางเศรษฐกิจ หรือผู้เดือดร้อนในทางเศรษฐกิจจัดตั้งขึ้น เพื่อขจัดความเดือดร้อนที่ได้รับอยู่ความเดือดร้อนในทางเศรษฐกิจที่บุคคลได้รับอยู่ก็เป็นผลมาจากผู้ได้เปรียบในทางเศรษฐกิจ แสวงหากำไรอย่างไม่ยุติธรรม เพราะฉะนั้น สหกรณ์ซึ่งตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้เดือดร้อน จึงต้องต่อสู้กับการแสวงหากำไรโดยไม่ชอบธรรม การแสวงหากำไรโดยไม่ชอบธรรมได้แก่การขายสินค้าในราคาสูงเกินสมควร ปลอมปนสินค้าผลิตภัณฑ์คุณภาพต่ำ การเอาไรต์เอาเปรียบในเรื่องการชั่ง ตวง วัด การกดราคาผลิตผลของเกษตรกร ฯลฯ ถือว่าเป็นการกระทำที่ไม่เป็นธรรม เป็นการแสวงหากำไรเกินควร สหกรณ์จึงพยายามต่อสู้เพื่อขจัดซึ่งการแสวงหากำไรดังกล่าว สหกรณ์ตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขความไม่เป็นธรรมต่าง ๆ ด้วยการจัดระบบทางเศรษฐกิจเสียใหม่ตามลักษณะหน้าที่ของสหกรณ์แต่ละประเภท

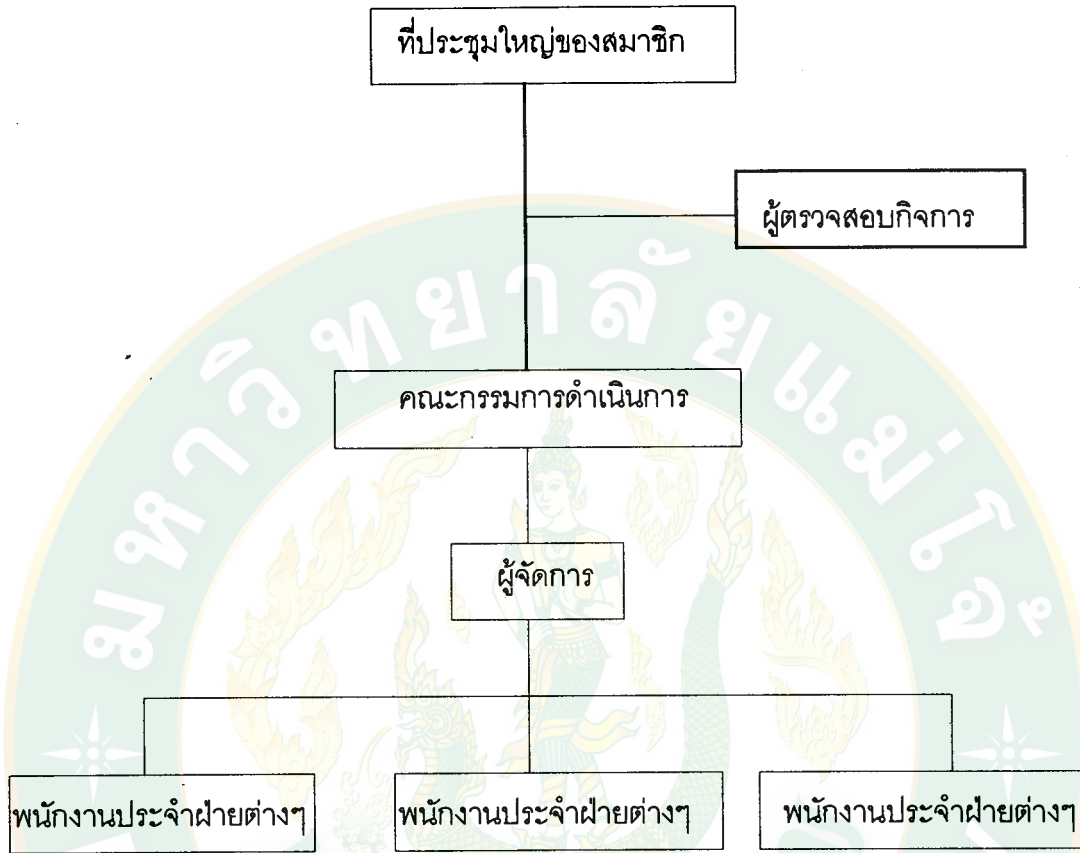
7. สหกรณ์เป็นองค์การที่ไม่แสวงหากำไร จุดมุ่งหมายในการดำเนินงานของสหกรณ์เพื่อบริการสมาชิก เพื่อขจัดปัญหาต่าง ๆ ที่สมาชิกประสบอยู่ การดำเนินงานของสหกรณ์จึงไม่ใช่ลักษณะของการแสวงหากำไรจริงอยู่ในการดำเนินงานธุรกิจของสหกรณ์จำเป็นจะต้องมีกำไรหรือมีส่วนเกินอยู่บ้าง เพราะถ้าไม่มีกำไรหรือส่วนเกิน สหกรณ์ก็ไม่อาจยืนหยัดอยู่ได้ แต่เมื่อมีกำไรหรือส่วนเกิน สหกรณ์ก็จัดสรรคืนให้แก่สมาชิกหลังจากหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานแล้วจากลักษณะของสหกรณ์ที่กล่าวมาแล้วนั้นจะเห็นว่าสหกรณ์มิใช่เป็นองค์การทางเศรษฐกิจหรือองค์การธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่เป็นองค์การทางสังคมในเวลาเดียวกันด้วย ดังที่ เลอ ลอว์ ได้อธิบายว่า สหกรณ์เป็นองค์การธุรกิจและเป็นส่วนหนึ่งของขบวนการสังคม ในเวลาเดียวกันสหกรณ์เป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จความมุ่งหมายทางสังคมเอาไว้ด้วย โดยปกติธุรกิจเอกชนอาจบรรลุบทบาทและสำเร็จความมุ่งหมายของกิจการ โดยดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์

ประสงค์ประการเดียว คือ หากำไรให้เจ้าของกิจการหรือผู้ลงทุน แต่สำหรับสหกรณ์ไม่อาจทำได้เช่นนั้นเพราะสหกรณ์ยึดมั่นในความมุ่งหมายของสหกรณ์ คือการเป็นธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และเป็นสถาบันทางสังคมในเวลาเดียวกันด้วย (พสุ สัตถาภรณ์, 2533: 18-20)

แผนภูมิโครงสร้างสหกรณ์

สหกรณ์ เป็นองค์การธุรกิจรูปแบบหนึ่งซึ่งยึดหลักประชาธิปไตยเป็นพื้นฐาน อำนาจสูงสุดย่อมมาจากมวลสมาชิกในที่ประชุมใหญ่ ฉะนั้นที่ประชุมใหญ่จึงเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งสหกรณ์ต้องมีบรรจุไว้ในโครงสร้างองค์การเหมือนกันหมดไม่ว่าจะเป็นสหกรณ์ประเภทใดก็ตาม ถัดจากที่ประชุมใหญ่ก็ได้แก่ คณะกรรมการดำเนินการซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ และฝ่ายจัดการซึ่งประกอบด้วย ผู้จัดการ ซึ่งโดยทั่วไปมีความเห็นตรงกันว่า การจัดการที่ตื้นนั้น จะต้องมีผู้จัดการทั่วไป 1 คน และเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ ซึ่งแบ่งแยกไปตามแผนกต่าง ๆ (สยมพร โยธาสมุทฺร และคณะ, 2526: 44)

การบริหารงานสหกรณ์จึงเริ่มต้นโดยการที่สมาชิกของสหกรณ์ทุกคนต้องร่วมประชุมกัน ซึ่งเรียกว่า "การประชุมใหญ่" และในที่ประชุมใหญ่นี้สมาชิกสหกรณ์ทุกคนก็จะทำการเลือกตั้ง "คณะกรรมการดำเนินการ" ขึ้นคณะหนึ่งโดยให้คณะกรรมการดังกล่าวเป็นตัวแทนของมวลสมาชิกในอันที่จะบริหารงานพิทักษ์รักษาผลประโยชน์ และการดำเนินงานของสหกรณ์ ให้บรรลุเป้าหมาย คณะกรรมการดำเนินการจะเป็นผู้กำหนดนโยบายในการบริหารงานโดยได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมใหญ่ มีอำนาจในการพิจารณาเลือกจ้าง "ผู้จัดการ" เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารกิจกรรมของสหกรณ์ภายใต้นโยบายของคณะกรรมการดำเนินการและการกำกับแนะนำของ "เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์" ผู้จัดการจะมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ เป็นผู้ได้บังคับบัญชา ปฏิบัติงานประจำตำแหน่งต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นและเมื่อครบปีสมาชิกจะประชุมกันเพื่อรับทราบถึงกิจการที่คณะกรรมการได้ดำเนินการไปแล้ว (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2532: 59)



ภาพที่ 1 โครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์

ที่มา : สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก ปี 2540

การตลาด

ผลการดำเนินงานตลาด (Market Performance)

ธุรกิจการตลาด หรือการรวบรวมผลผลิตของสมาชิก หมายถึง การที่สหกรณ์ดำเนินการรวบรวมผลผลิตของสมาชิกเพื่อจัดการขายหรือแปรรูปเพื่อขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกได้ขายผลผลิตได้ราคาดีขึ้น

ผลการดำเนินงานตลาด หมายถึง ผลทางเศรษฐกิจที่มีต่อสังคม อันเนื่องมาจากพฤติกรรมของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ที่จะทำให้อรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจของแต่ละหน่วยธุรกิจวางไว้ ผลการดำเนินงานตลาดจะเป็นเช่นใด ขึ้นกับลักษณะโครงสร้างและพฤติกรรมตลาดว่าเป็นอย่างไร ผลการดำเนินงานตลาดจะดีหรือเลวแค่ไหน อาจพิจารณาอย่างกว้าง ๆ ได้จากความ เป็นอยู่ของคนในสังคมนั้น ถ้าหากความเป็นอยู่ของคนในสังคมนั้นดีขึ้น อาจกล่าวว่าการดำเนินงานนั้นดี แต่จะดีแค่ไหนนั้น จะต้องมีการวิเคราะห์ว่า ผลการดำเนินงานตลาดที่แท้จริงกับการที่จะเป็นนั้นต่างกันอย่างไรบ้าง จะหาเหตุผลและแนวทางอย่างไรในการจัดซื้อแตกต่างของสิ่งที่เป็นจริงกับที่ควรจะเป็น ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้วางแผนและนโยบายของสังคมที่จะวางนโยบายเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและพฤติกรรมตลาด เป็นต้นว่า การออกกฎระเบียบต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อให้ผู้ทำธุรกิจปฏิบัติตาม

อย่างไรก็ตาม เป้าหมายทางเศรษฐกิจอันเป็นผลจากการดำเนินงานตลาดที่สังคมต้องการโดยทั่วไป มี 4 ประการ ด้วยกันคือ

- 1) เศรษฐกิจนั้นต้องมีประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึงการใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่จะทำให้รายได้ที่แท้จริงสูงที่สุดเท่าที่จะทำได้
- 2) เศรษฐกิจนั้นจะต้องมีความก้าวหน้า ซึ่งหมายถึงปริมาณและคุณภาพของปัจจัยการผลิตและสินค้าต่าง ๆ จะต้องเพิ่มขึ้น และมีการปรับปรุงเทคนิคการผลิตที่ดีขึ้น
- 3) เศรษฐกิจนั้นจะต้องมีการใช้แรงงานอย่างเต็มที่
- 4) เศรษฐกิจนั้นจะต้องมีความเสมอภาค เพื่อให้บุคคลในสังคมได้รับผลผลิตในสิ่งที่จำเป็นตามความต้องการ และผู้ประกอบการธุรกิจได้รับผลตอบแทนที่พอสมควร (สมคิด ทัศนาวินสิทธิ์, 2531: 239-240)

ความหมายของลักษณะการบริหารการตลาด

ตลาด (market) โดยทั่วไปหมายถึง สถานที่ที่มีการแลกเปลี่ยนสินค้า ปริมาณ การซื้อสินค้าในตลาดขึ้นกับราคาของสินค้า เมื่อราคาสินค้าสูงปริมาณการเสนอซื้อน้อย เมื่อราคาสินค้าต่ำปริมาณการเสนอซื้อมาก ดังนั้นขนาดของตลาดจึงเปลี่ยนแปลงตามราคาสินค้า เนื่องจากราคาสินค้าเป็นสิ่งกำหนดปริมาณการเสนอซื้อ หรือจำนวนของผู้ซื้อ ปริมาณการเสนอซื้อสินค้าของผู้ซื้อนอกจากขึ้นกับราคาของสินค้าแล้วยังขึ้นกับความสนใจในสินค้า ความจำเป็น

และความต้องการใช้และความพึงพอใจที่จะได้สิ่งของนั้นมาบำบัดความต้องการ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดการเสนอซื้อหรือดีมานด์นั่นเอง (ศิริวรรณ สัจจานนท์, 2525: 1)

ตลาด (market) และการตลาด (marketing) นั้นมีความหมายแตกต่างกัน มีผู้ให้ความหมายตลาดไว้ดังนี้ ตลาด คือกลุ่มของผู้ซื้อและผู้ขายเสรีที่มาทำการซื้อขายซึ่งกันและกันหรือคือบริเวณที่อุปสงค์และอุปทานที่มีสภาพคล้ายคลึงกันมาพบกัน ตลาดนั้นอาจมีสถานที่หรือไม่มีสถานที่ก็ได้ ตลาดอาจมีรูปแบบ (formal) หรือไม่มีรูปแบบ (informal) ตลาดที่มีรูปแบบหมายถึงว่าผู้ที่เข้าทำธุรกิจในตลาดนั้นจะต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ที่ตลาดนั้นกำหนดไว้ เช่น สะพานปลาขององค์การสะพานปลา หรือตลาดหลักทรัพย์ ส่วนตลาดที่ไม่มีรูปแบบผู้ซื้อและผู้ขายสามารถตกลงซื้อขายกันอย่างไรก็ได้

การตลาดสินค้าเกษตร

สมคิด ทักษิณวิสุทธิ (2531: 1) ให้คำนิยามไว้ว่า เป็นผลการดำเนินกิจการต่าง ๆ ของธุรกิจในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากจุดเริ่มต้นของการผลิตสินค้าเกษตร จนกระทั่งสินค้าเหล่านั้นถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Marketing is the performance of all business activities in the flow of goods and services form the point of initial agricultural production until they are hands of ultimate consumer)

โครงสร้างการตลาด

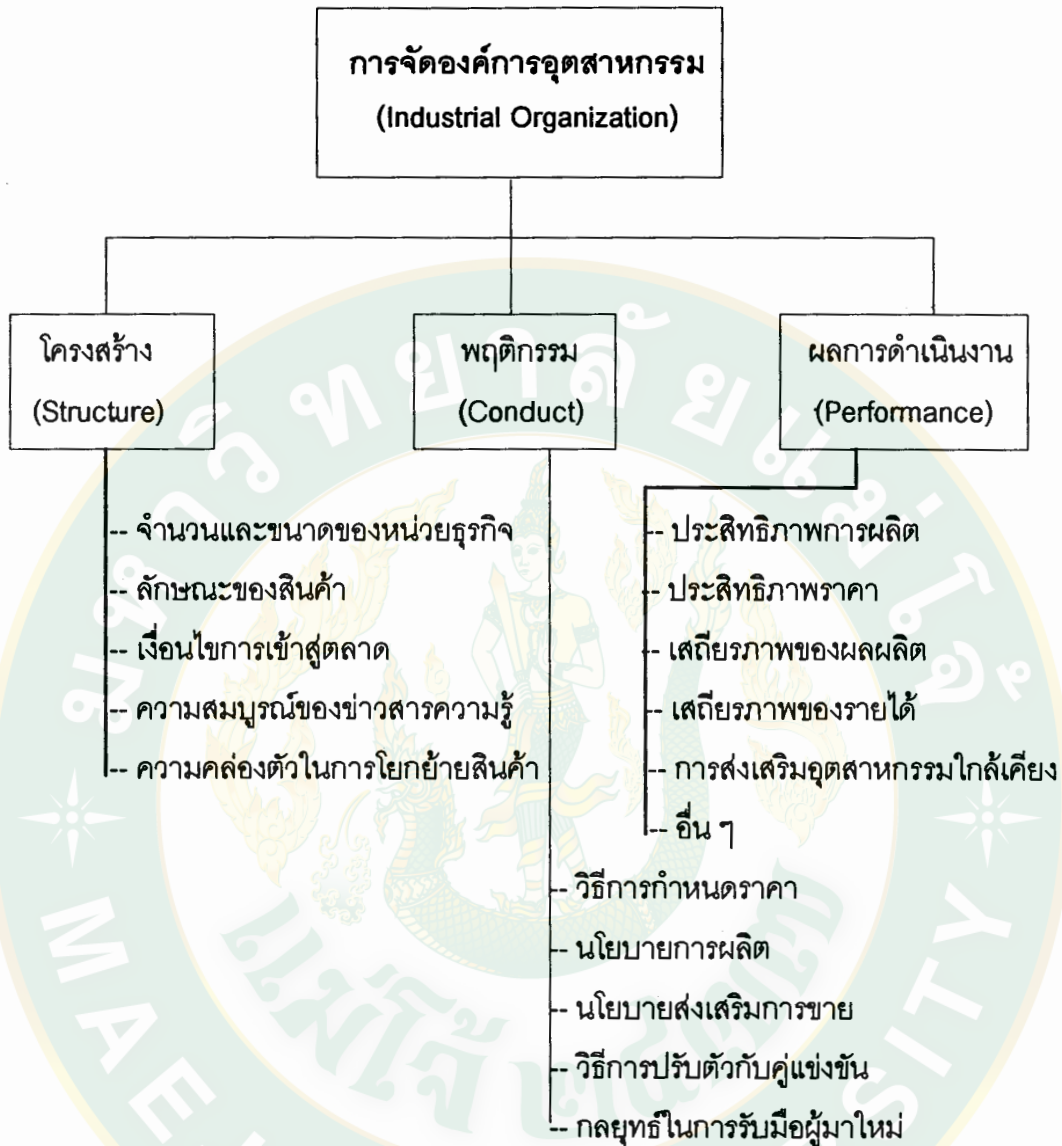
การดำเนินงานธุรกิจการตลาดของสหกรณ์หรือของธุรกิจภาคเอกชน ต่างมีรูปแบบโครงสร้างการตลาดที่คล้ายคลึงกัน

โครงสร้างการตลาด (market structure) คือ ลักษณะการจัดองค์การที่ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายในตลาดที่มีต่อกัน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อในตลาด ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และระหว่างผู้ขายในตลาดกับผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็นเจ้าของสินค้า และรวมทั้งหน่วยธุรกิจใหม่ที่อาจจะก้าวเข้ามาสู่ตลาด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ "ลักษณะของการจัดองค์การของตลาดหนึ่ง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อธรรมชาติการแข่งขันและราคาภายในตลาดนั้น" (อารี วิทยพงษ์, 2532: 26)

ปัจจัยกำหนดลักษณะโครงสร้างการตลาด

ในการกำหนดลักษณะโครงสร้างการตลาดย่อมมีปัจจัยต่าง ๆ หลายรูปแบบเพื่อกำหนดลักษณะตลาด คือ

- 1) ความเข้มข้นของการกระจุกตัว (degree of concentration) ของผู้ขาย ซึ่งพิจารณาได้จากจำนวนผู้ขายในตลาด
- 2) ความเข้มข้นของการกระจุกตัวของผู้ซื้อ
- 3) ขีดความแตกต่างของสินค้าระหว่างผลิตภัณฑ์ของผู้ขายแต่ละรายตามสายตาของผู้ซื้อ
- 4) เงื่อนไขในการเข้าและออกจากตลาด ตลาดบางตลาดผู้ขายและผู้ซื้อมีโอกาสเข้าและออกได้อย่างเสรี บางตลาดมีเงื่อนไขที่กำหนดโดยบทบัญญัติต่างๆ หรือโดยธรรมชาติของเทคโนโลยีที่ป้องกันการเข้าออกของหน่วยธุรกิจใหม่



ภาพที่ 2 การจัดองค์การอุตสาหกรรม

ที่มา : การวิเคราะห์การตลาดเกษตร, เชียงใหม่ : คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2532.

ตัวแปรด้านโครงสร้างที่เสนอโดย BAIN ¹ นี้ เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป แต่นักเศรษฐศาสตร์ในสมัยต่อมาได้ขยายความและเพิ่มตัวแปรเข้าไปอีก คือ

¹ การจัดองค์การอุตสาหกรรมเป็นแนวความคิดที่ได้รับอิทธิพลอย่างมาก จากหนังสือเรื่อง Industrial Organization ของ BAIN (1959)

5) ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลและข่าวสารการตลาด กล่าวคือ ระบบข้อมูลที่สมบูรณ์ควรกระจายข่าวสารไปสู่ผู้ซื้อและผู้ขายได้ทั่วถึง และเพียงพอที่จะให้ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของสินค้า และให้ผู้ซื้อและผู้ขายมีความรู้พอที่จะลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในตลาด อย่างไรก็ตามเราควรตระหนักด้วยว่าประโยชน์ของข้อมูลการตลาดที่หน่วยธุรกิจแต่ละแห่งได้รับนั้นย่อมขึ้นอยู่กับขนาดและลักษณะการประกอบการของหน่วยธุรกิจด้วย หน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งมีการจัดการที่เป็นระบบจะมีความสามารถในการใช้ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าธุรกิจที่จัดการโดยบุคคลคนเดียว

6) การเคลื่อนย้ายสินค้าโดยเสรี หากตลาดใดมีข้อกำหนดเขตเคลื่อนย้ายสินค้า ซึ่งทำให้การขนส่งสินค้าไม่สะดวกก็จะเปิดโอกาสให้มีการผูกขาดการซื้อขายกันขึ้นได้ลักษณะโครงสร้างตลาดเมื่อพิจารณาด้วยตัวแปรทั้ง 6 ข้อ ข้างต้นนี้แล้วจะเห็นได้ว่าโครงสร้างของตลาดถูกจัดตามดีกรีการแข่งขัน หรือการผูกขาด คือ โครงสร้างการตลาดที่มีการแข่งขันอย่างสมบูรณ์ ตลาดที่มีหน่วยธุรกิจเพียงสองราย ตลาดที่มีผู้แข่งขันน้อยราย ตลาดผูกขาดในดีกรีต่าง ๆ และท้ายสุด คือ ตลาดผูกขาด (อารี วิบูลย์พงศ์, 2532: 26-27)

ในสังคมแบบเสรี ผู้บริโภคจะเป็นผู้ควบคุมหรือผู้ประสานกิจกรรมการตลาด เพราะมีเสรีในการจัดสรรรายได้ของตนเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่เห็นเหมาะสม เกษตรกร ผู้แปรรูป พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการตลาดจะมีรายได้ก็ต่อเมื่อผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้นถ้าการผลิตและกลไกการตลาดตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ช้า ผู้ผลิตผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่การตลาดอาจจะต้องออกจากธุรกิจ ส่วนที่ตอบสนองได้เร็วก็จะมีรายได้และจะมีผู้เข้าร่วมในธุรกิจนั้นมากขึ้น ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินใจขั้นสุดท้าย และมีบทบาทสำคัญในการตลาดแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกสิ่งทุกอย่างจะเป็นไปตามที่ผู้บริโภคต้องการทั้งนี้เพราะมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคประกอบลักษณะการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ และกลไกการตลาดหลายอย่างพยายามเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของผู้บริโภคอยู่แล้ว หลายคนเชื่อว่าการผลิตสิ่งใหม่และการเปลี่ยนแปลงสินค้า ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมการตลาดบางอย่างเกิดขึ้นมาก่อน เสร็จแล้วให้การศึกษาแก่ผู้บริโภคเพื่อให้ยอมรับในสิ่งนั้น จึงทำให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการใหม่ขึ้นมาเรื่อย ๆ ในหลายสภรณ์ที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงโดยตรง หน่วยธุรกิจทำการทุ่มทุนโฆษณาและส่งเสริมการขายจนทำให้ผู้บริโภคยอมรับ (สมคิด ทักษิณวิสุทธิ, 2531: 2)

การจัดการตลาด (marketing management) หมายถึงการวิเคราะห์ การวางแผน การปฏิบัติการ และการควบคุมแผนงานทางการตลาดที่กำหนดขึ้นเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนกันตามเป้าหมายของการตลาด ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ ความจำเป็นและความต้องการ การกำหนดราคาที่เหมาะสม การติดต่อสื่อสาร การชักจูง และการบริการทางตลาด และการจัดจำหน่าย (ศิริวรรณ สัญชานนท์, 2525: 6)

ตลาดกลาง หมายถึง ตลาดที่มีสถานที่ซื้อขายอันเป็นแหล่งรวมให้ผู้ซื้อ ผู้ขาย มาพบปะ ซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้ากันในรูปแบบการค้าส่ง ซึ่งอาจจะกระทำการซื้อขายโดยตรงหรือผ่านนายหน้าดำเนินการ การซื้อขายเป็นไปโดยวิธีการประมูล หรือต่อรองราคา (กรมการค้าภายใน, 2534: 4)

การบริหารตลาดกลางของสหกรณ์หรือการจัดการสหกรณ์ก็เช่นเดียวกับการจัดการธุรกิจอื่นๆ ที่ต้องอาศัยทักษะทางการจัดการและกระบวนการมากมายที่ต้องการในสหกรณ์เช่นเดียวกับองค์การประเภทอื่น

การบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผนและการบริหารผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สนองตอบความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ จากความหมายนี้ จะเห็นว่าการบริหารการตลาดเป็นงานบริหารที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix) ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การก็ คือ กำไร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2535: 13)

การจัดการสหกรณ์เกี่ยวข้องกับการใช้ การจัดสรร และการควบคุมทรัพยากร ทั้ง คน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ เพื่อที่จะผลิต จำหน่ายหรือบริการ หรือจัดการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของสมาชิกหรือการจัดบริการแก่สมาชิก ยิ่งกว่านั้นการจัดการสหกรณ์ยังคลุมถึงการจัดการด้านการเงิน การรวบรวมผลิตภัณฑ์ การต่อรอง การแปรรูป การซื้อ การจัดสินค้า การขนส่ง การบัญชี และการจัดบุคคล รวมทั้งการให้การศึกษแก่สมาชิก เจ้าหน้าที่และพนักงานสหกรณ์ด้วย ซึ่งการจัดการดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการในการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคคล การอำนวยความสะดวก การประสานงานและการควบคุมในการทำหน้าที่ดังกล่าว ผู้บริหารหรือผู้จัดการสหกรณ์ต้องพิจารณาเป็นพิเศษในการดำเนินงานในฐานะที่เป็นสหกรณ์ ซึ่งต่างกับธุรกิจอื่น (พสุ สัตถาภรณ์, 2533: 168)

การจัดการสหกรณ์ให้สำเร็จ ย่อมแตกต่างกับการจัดองค์การธุรกิจทั่วไป กล่าวคือจะต้องประสบความสำเร็จในด้านสหกรณ์และในด้านธุรกิจ หรือเศรษฐกิจ ในขณะที่การจัดองค์การธุรกิจทั่วไปให้ประสบความสำเร็จในด้านธุรกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น (ประยงค์ สายประเสริฐ, 2538: 53)

จากคำนิยามดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่า การตลาดสินค้าเกษตรจะเริ่มจากเกษตรกรขายสินค้า และไปสิ้นสุดเมื่อสินค้านั้นไปสู่มือผู้บริโภค และจะต้องมีบุคคลหรือผู้ทำหน้าที่การตลาดจะเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องและจะต้องมีการประสานงานกัน ทั้งนี้เนื่องจากกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่อยู่ระหว่างเกษตรกรและผู้บริโภคต่างก็หวังกำไร ความขัดแย้งอาจจะเกิดขึ้นเพราะเป้าหมายของแต่ละกลุ่มแตกต่างกันทำให้เกิดปัญหาขึ้นมาได้ การแก้ไขปัญหาการตลาดจึงเป็นปัญหาแบบลูกโซ่และไม่มีที่สิ้นสุด

หน้าที่การตลาด (Marketing function)

ความรับผิดชอบในการดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ด้านการตลาด จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากสมาชิก ผู้นำ และคณะกรรมการดำเนินการ โดยมีผู้จัดการสหกรณ์เป็นกลจักรสำคัญที่จะบริหารงานให้เป็นไปตามทิศทางที่สหกรณ์กำหนดดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยวิธีการที่ดีหรืออีกนัยหนึ่งคือ การจัดการที่เหมาะสมเพื่อรวบรวมทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานปรับใช้กับธุรกิจสหกรณ์ ถ้าผู้จัดการสหกรณ์ขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดการแล้ว ย่อมเป็นอุปสรรคของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งหน้าที่การตลาดหรือการจัดการนี้ สมคิด ทักษิณวิสุทธิ์ ให้ความหมายของหน้าที่การตลาดไว้ว่า หน้าที่การตลาด (marketing function) เป็นการแยกกิจกรรมที่เกิดขึ้นในกระบวนการตลาด หน้าที่การตลาดระบุกิจกรรมเฉพาะอย่างที่สำคัญเพื่อให้กระบวนการตลาดบรรลุผล ซึ่งแยกได้ดังนี้ คือ

ก. หน้าที่ในการแลกเปลี่ยน (exchange functions)

1) การซื้อ (buying)

2) การขาย (selling)

ข. หน้าที่ทางกายภาพ (physical functions)

3) การเก็บรักษา (storage)

4) การขนส่ง (transportation)

5) การแปรรูป (processing)

ค. หน้าที่อำนวยความสะดวก (facilitation functions)

- 6) การจัดชั้นและมาตรฐานสินค้า (standardization)
- 7) การเงิน (financing)
- 8) การเสี่ยงภัย (risk bearing)
- 9) ข่าวสารการตลาด (market intelligence)

หน้าที่ในการแลกเปลี่ยนเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนกรรมสิทธิ์ในตัวสินค้า เป็นจุดเริ่มต้นของการกำหนดราคาสินค้าเข้าสู่ตลาด ทั้งนี้เพราะการแลกเปลี่ยนจะไม่เกิดขึ้น ถ้าหากว่าไม่มีการพิจารณามูลค่าของสินค้านั้น

หน้าที่ในการซื้อขายรวมถึงการหาแหล่งผลิต การรวบรวมสินค้าและกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ หน้าที่ในการขายรวมหลายสิ่งหลายอย่างเข้าด้วยกัน ไม่ใช่เพียงแต่ยอมรับราคาที่เสนอขายเท่านั้น ยังรวมถึงจัดแสดงสินค้า การโฆษณา และการส่งเสริมการขาย หน้าที่การตลาดทางกายภาพเป็นหน้าที่เกี่ยวกับตัวสินค้าที่ผู้ทำธุรกิจครอบครองไว้ เพื่อการเก็บรักษา เคลื่อนย้ายสินค้าไปสู่แหล่งอื่น หรือเปลี่ยนแปลงลักษณะรูปร่างของตัวสินค้า หน้าที่ทางกายภาพจะช่วยตอบคำถามเมื่อใด (when) อะไร (what) และที่ไหน (where) ในการตลาด

การเก็บรักษา เกี่ยวข้องกับการมีสินค้าไว้ในเวลาที่ต้องการแปรรูป หรือขายปลีก

การขนส่ง เป็นการจัดให้สินค้าอยู่ในแหล่งที่เหมาะสม ผลการดำเนินงานของการขนส่งขึ้นอยู่กับเส้นทางคมนาคมและอุปกรณ์ที่ใช้ในการขนส่งซึ่งทั้งสองประการดังกล่าว มีผลกระทบต่อต้นทุนในการขนส่ง นอกจากนี้ การขนส่งยังรวมเอากิจกรรมในการเตรียมการเพื่อการขนส่ง เช่น การหีบห่อ และการบรรจุหีบห่อไว้ด้วย

การแปรรูป เป็นกิจกรรมเปลี่ยนแปลงรูปร่างสินค้า สินค้าเกษตรส่วนใหญ่จะต้องมีการแปรรูปก่อนที่จะนำไปบริโภคหรือใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้

หน้าที่อำนวยความสะดวก ช่วยทำให้หน้าที่ในการแลกเปลี่ยน และหน้าที่ทางกายภาพเป็นไปได้อย่างราบรื่นยิ่งขึ้น เปรียบเสมือนน้ำมันหล่อลื่น โดยที่หน้าที่นี้เองไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแลกเปลี่ยนหรือหน้าที่ทางกายภาพ

มาตรฐานสินค้า เป็นการระบุหรือการวัดความเป็นเอกภาพของสินค้าอาจจะมี การวัด ทั้งคุณภาพและปริมาณ หน้าที่นี้ทำให้การซื้อขายทำได้ง่ายยิ่งขึ้นเพราะอาจจะซื้อขายด้วยตัวอย่างหรือระบุคุณภาพซื้อขายได้ในปริมาณมากในแต่ละครั้ง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับระบบเศรษฐกิจที่มีความซับซ้อน มาตรฐานสินค้าที่ดีและเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เป็นบ่อเกิดแห่งประสิทธิภาพในด้านราคา ทั้งนี้เพราะว่าสินค้าที่ซื้อขายนั้น สามารถระบุหน่วยของ

คุณภาพและปริมาณที่แน่นอนได้ ความต้องการของผู้บริโภคสามารถพิจารณาได้จากความแตกต่างของราคา และความแตกต่างของราคานี้จะส่งผ่านวิถีการตลาดไปสู่ผู้ผลิต ทำให้ผู้ค้าและผู้ผลิตสามารถทราบความต้องการของผู้บริโภคได้

การเงิน เป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานการตลาด ทั้งนี้ผู้ทำธุรกิจมีเงินอยู่ในจำนวนที่จำกัดแต่ต้องทำธุรกิจมากกว่าเงินที่ตนเองมีอยู่ เพื่ออย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เพื่อประสิทธิภาพในการตลาดเป็นที่ต้องการของลูกค้าหรืออื่น ๆ ผู้ทำธุรกิจจึงจำเป็นต้องอาศัยเงินล่วงหน้าจากสถาบันการเงิน หรือที่มีใช้สถาบันการเงิน

การยอมรับความเสี่ยง คือ การยอมรับการขาดทุนที่อาจจะเกิดขึ้นในการทำธุรกิจ

การเสี่ยงภัยแยกได้เป็น 2 อย่าง คือการเสี่ยงภัยทางกายภาพ และการเสี่ยงภัยทางตลาด (physical risk) เช่น ฝนแล้ง หรือสูญเสียสินค้า (market risk) และการเสี่ยงภัยทางการตลาดเกิดขึ้นเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางมูลค่าสินค้าเมื่อขาย การเปลี่ยนแปลงรสนิยมของผู้บริโภคและการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมกรดำเนินงานของคู่ต่อสู้ข่าวสารการตลาด เป็นงานเกี่ยวกับการรวบรวม การใช้และการกระจายข่าวสารในขบวนการตลาด ประโยชน์ของข่าวสารการตลาด คือ

1. ช่วยวิเคราะห์หน้าที่การตลาดของคนกลางทำให้สามารถประเมินต้นทุนการตลาดได้
2. สามารถเปรียบเทียบความแตกต่างของต้นทุนการตลาดของผู้ค้าต่างระดับได้
3. ทำให้เข้าใจถึงความแตกต่างของต้นทุนการตลาดของผู้ค้าต่างระดับได้
4. ถ้าสามารถแยกต้นทุนตามหน้าที่การตลาดช่วยทำให้สามารถปรับปรุงกลไกการตลาดได้

ผู้จัดการและพนักงานสหกรณ์จำเป็นต้องเข้าใจหน้าที่การตลาดโดยส่วนรวมเพื่อให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ซื้อและผู้ขายทุกฝ่ายในตลาด การเข้าใจปัญหาการตลาด จะช่วยในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการตลาด ให้เป็นไปตามนโยบายและเป้าหมายของสหกรณ์ที่กำหนดไว้ (สมคิด ทักษิณวิสุทธิ, 2531: 5)

การจัดการ

หน้าที่หลักของการจัดการ

สหกรณ์จะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวก็เพราะความสามารถในการดำเนินงาน ถ้าขาดการจัดการที่ดีแล้วย่อมขาดประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้ ยิ่งในปัจจุบันนี้ความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการ หรือเทคโนโลยีอยู่ในระดับสูง มีการแข่งขันกันมากก็ยิ่งมีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถของผู้บริหารในการจัดการให้การดำเนินงานของสหกรณ์มีประสิทธิภาพ สามารถต่อสู้กับการแข่งขันได้อย่างมั่นคงและเจริญก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไป

ดังนั้น การจัดการสหกรณ์จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ และทำความเข้าใจหน้าที่ของการจัดการ

การจัดการประกอบด้วยหน้าที่ หรือการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกันและกันเป็นขบวนการ ซึ่งจำแนกออกได้ดังนี้ คือ

1. การวางแผน
2. การจัดองค์การ
3. การจัดการบุคคล
4. การประสานงาน
5. การควบคุม

การวางแผน

หน้าที่สำคัญประการแรกในขบวนการจัดการก็คือ การพิจารณาว่าจะทำอะไร ที่ไหน อย่างไร เมื่อไรและใครเป็นผู้ทำเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามจุดหมายหมาย เป็นการพิจารณาจัดเตรียมก่อนการปฏิบัติจริง ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระเบียบ ไร้ความสับสนและสำเร็จได้ในเวลาที่เหมาะสม และมีหลักในการตัดสินใจที่ดี เพื่อให้เกิดแผนที่สามารถนำไปปฏิบัติได้ ซึ่งการเริ่มต้นการจัดการด้วยการวางแผนที่ดีจะช่วยให้กระบวนการจัดการขั้นต่อ ๆ ไปกระทำได้ง่ายขึ้นด้วย

การจัดองค์การ

ผลจากการวางแผนก่อให้เกิดแนวกิจกรรมต่างๆขึ้นมากมายในอันที่จะทำให้การดำเนินงานโดยส่วนรวมประสบผลสำเร็จ ในการนี้ จำเป็นต้องมีการกำหนด และจัดระเบียบ

กิจกรรมทั้งหลายนั้นให้เป็นหมวดหมู่และสมดุลกัน ซึ่งผู้รับผิดชอบในการจัดการจะต้องตกลงใจว่าจะวางผังตำแหน่งงานหรือโครงสร้างองค์การแบบใด จะกำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมเช่นใด จึงจะทำให้การดำเนินงานราบรื่น ไม่ก้าวก่ากัน และเกิดผลดีที่สุด

การจัดการบุคคล

กลจักรสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานสามารถก้าวไปได้ก็คือ บุคคล ฉะนั้นจึงต้องมีการพิจารณาให้ความสนใจที่แสวงหาผลงานจากการปฏิบัติงานของบุคคลให้ได้มากที่สุด ทั้งปริมาณและคุณภาพ ทั้งนี้ โดยอาศัยเทคนิค การคัดเลือกบุคคล พัฒนาบุคคล ตลอดจนการจูงใจ และธำรงรักษาบุคคลให้มีความสุขในการทำงานอย่างพอเหมาะแก่อัตภาพ

การประสานงาน

ในเมื่อภายในองค์การประกอบด้วย กิจกรรมหลายกิจกรรมและบุคคลต่าง ๆ อีกหลายบุคคล การที่จะชักจูงทั้งหมดนี้ให้เข้าอยู่ในแนวทิศทางเดียวกัน ย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าขาดการประสานงาน ฉะนั้น ในการจัดการจำเป็นต้องมีการประสานงาน คือการติดต่อสัมพันธ์ให้เกิดความรู้ความเข้าใจทุกคน ทุกหน่วยงาน ลดความขัดแย้งและความซ้ำซ้อนต่าง ๆ โดยขณะเดียวกัน ก็เป็นการส่งเสริมให้เกิดความสอดคล้อง ความพอดี ในทุกส่วนขององค์การ ดังนั้นการประสานงานย่อมจะช่วยยังทุกอย่างไปสู่การปฏิบัติจริง ซึ่งย่อมรวมถึงความพยายามให้สมาชิกมีความปรารถนาและตั้งใจทำงานโดยไม่ปล่อยให้ไปตามยถากรรม การประสานงานยังเป็นการนำมาซึ่งผลในการปฏิบัติ ถ้าขาดซึ่งการประสานงานและการอำนวยความสะดวก ก็เป็นเพียงสิ่งที่เขียน หรือกำหนดขึ้น การจัดองค์การก็จะเป็นเพียงโครงสร้างที่ไร้ความหมาย และการจัดการบุคคลก็จะสูญเปล่า แต่การอำนวยความสะดวกจะช่วยชีวิตให้ทุกอย่างเกิดขึ้นจริง ซึ่งในการนี้จำเป็นต้องอาศัยภาวะผู้นำ การสั่งการ มนุษยสัมพันธ์ เข้ามาเป็นเครื่องมือที่สำคัญ

การควบคุม

เนื่องจากในการดำเนินงานนั้น ข้อบกพร่อง ความเข้าใจผิดและอุปสรรคต่าง ๆ ย่อมสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดคิด ฉะนั้น ลำพังการวางแผน การจัดองค์การ การจัดการบุคคลและการประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพย่อมไม่อาจประกันได้อย่างแน่นอนว่าการดำเนินงานนั้นจะบรรลุจุดหมายได้ จึงจำเป็นที่ผู้รับผิดชอบในการจัดการจักต้องทราบถึง

เหตุการณ์ที่เบี่ยงเบนไปนี้ให้ทัน่วงทีเพื่อให้สามารถปรับการดำเนินงานให้ได้ผลเรียบร้อยซึ่งหมายถึง การควบคุมจำเป็นต้องเกิดขึ้น ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญลำดับสุดท้ายของขบวนการจัดการ โดยผลจากการควบคุมจะเป็นแนวทางในการแก้ไขข้อแตกต่างของสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่ต้องการจะให้เกิด หรือในที่สุดอาจมีผลถึงการดัดแปลงแผนต่าง ๆ พิจารณาแก้ไขสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรืออาจต้องแก้ไขทั้งหมด เพื่อให้การดำเนินงานผ่านพ้นข้อขัดข้องและอุปสรรคต่าง ๆ ไปด้วยดี

ภาระหน้าที่การจัดการทั้งหมดนี้คือ การจัดองค์การ การจัดการบุคคล การประสานงานและการควบคุม ต่างมีบทบาทหน้าที่และรายละเอียดแยกย่อยออกไปอีกมากมาย และต่างก็จะต้องมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังเช่น อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย เป็นต้นว่า สมอ หัวใจ ปอด ฯลฯ ที่ต่างก็มีบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ แต่อวัยวะแต่ละส่วนเหล่านี้จะดำเนินการให้สำเร็จโดยลำพังไม่ได้ ถ้าปราศจากความสัมพันธ์ต่อกัน ทำนองเดียวกันในการจัดการจำเป็นต้องอาศัยความสัมพันธ์ของแต่ละหน้าที่ดังกล่าวจะอาศัยเพียงประการใดประการเดียวไม่ได้ (สยมพร โยธาสมุทร และคณะ, 2526: 9-10)

สหกรณ์ เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นสังคมที่พัฒนาแล้ว หรือกำลังพัฒนาก็ตาม ในหลายแห่งด้วยกันที่นำเอาวิธีการสหกรณ์มาใช้ ทั้งนี้เพราะได้ยอมรับในหลักการสหกรณ์ว่า มีเป้าหมายทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งต่างจำเป็นต่อความสมดุลในการพัฒนาควบคู่กันไป

อย่างไรก็ตาม การยกระดับให้แก่ประชากรด้วยวิธีการสหกรณ์ อันจะนำมาซึ่งผลประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจ อาทิ สำนักแห่งความรับผิดชอบร่วมกันในหมู่คณะ การพัฒนาความเป็นอยู่ วิธีการดำรงชีวิตที่ดี ฯลฯ ย่อมเป็นความจริงขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสหกรณ์นั้นได้รับความร่วมมืออย่างจริงจังจากสมาชิกเป็นพื้นฐาน มีผู้นำที่ดี และที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ ต้องสามารถดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบอยู่นั้นให้ลุล่วงไปด้วยดี จึงจะทำให้ทั้งสมาชิกและบุคคลภายนอกเชื่อถือ และไว้วางใจต่อระบบสหกรณ์ต่อไป ดังนั้น แม้ว่าสหกรณ์จะพร้อมด้วยสมาชิกที่เป็นบุคคลที่มีน้ำใจทางสหกรณ์มั่นคงแต่ถ้าสหกรณ์ดำเนินธุรกิจล้มเหลวก็ย่อมกลับกลายเป็นชนวนแห่งความไม่ราบรื่นทางสังคมได้ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่ยอมรับกันว่าความสำเร็จในเชิงธุรกิจของสหกรณ์นับเป็นเงื่อนไขประการหนึ่งในการที่จะบรรลุสู่เป้าหมายหลักของสหกรณ์ ทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ

บทบาทและความสำคัญของการจัดการต่อธุรกิจ ตลาดกลางผลิตผลเกษตรของสหกรณ์

เพื่อรวบรวมทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสำคัญให้เข้าสู่ทิศทางอันเป็นเป้าหมายในการนี้ สหกรณ์ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการช่วยตัวเองโดยไม่คอยแต่จะอาศัยผู้อื่น แม้จะเป็นความจริงว่ามีบุคคลมากมายในองค์กรอื่นที่สามารถดำเนินการประสบความสำเร็จอย่างงดงาม โดยมีความรู้ ความเข้าใจทางการจัดการดี อาทิ เช่น ในธุรกิจเอกชนและรัฐวิสาหกิจบางประเภทแต่ก็เชื่อว่าสหกรณ์จะนำบุคคลเหล่านั้นมาช่วยบริหารงานสหกรณ์จนประสบความสำเร็จได้ นอกจากนี้ บุคคลเหล่านั้นในฐานะที่เป็นบุคคลภายนอกก็เชื่อว่า จะใกล้ชิดกับปัญหาและสภาพที่แท้จริงเท่ากับบุคคลของสหกรณ์เอง และนั่นหมายถึงว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องใกล้ชิดกับสหกรณ์คือ ทั้งสมาชิก คณะกรรมการดำเนินการ และผู้จัดการสหกรณ์จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในหลักและวิธีการจัดการไว้เป็นพื้นฐาน จำเป็นต้องทราบถึงกระบวนการจัดการและเทคนิคทางการจัดการเพื่อสามารถนำมาปฏิบัติหรือปรับใช้กับธุรกิจสหกรณ์ที่กำลังดำเนินอยู่ แต่ถ้าขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดการแล้ว ตัวของเขานั้นเองย่อมมักกลายเป็นอุปสรรคของความสำเร็จเป็นต้นว่าไม่สามารถวางแผนงานที่ดีที่สามารถปฏิบัติได้ ไม่สามารถเข้าใจปัญหาที่ซับซ้อนจากแผนต่าง ๆ และไม่สามารถตีความให้ทราบถึงเหตุผลนั้น ๆ ได้ และในที่สุดอาจก้าวก่ายการทำงาน หรือก็คิดว่าวางไม่ให้ความร่วมมือกับผู้ร่วมงานอื่น

ตลาดกลางผลิตผลเกษตร

ความเป็นมาของตลาดกลางผลิตผลเกษตร

โครงการจัดตั้งตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ มีความเป็นมาดังนี้ เนื่องจากปัญหาราคาข้าวเปลือกตกต่ำในต้นฤดูเก็บเกี่ยว ซึ่งสาเหตุเนื่องมาจากเกษตรกรไม่มียุ้งฉางเก็บข้าวเปลือกไว้รอราคาทำให้รับขายทันที เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหานั้น ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2536 รัฐบาลได้สนับสนุนเงินงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนให้กับสหกรณ์เพื่อก่อสร้างยุ้งฉางและลานตากข้าวหน้าฉางสำหรับเก็บข้าวเปลือกของสมาชิกไว้ในช่วงต้นฤดูเก็บเกี่ยว

ต่อมา ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี (นายบุญชู โรจนเสถียร) มีนโยบายให้เปลี่ยนแปลงงบประมาณจากการก่อสร้างยุ้งฉางเก็บข้าวเปลือก มาก่อสร้างตลาดกลางข้าวเปลือก ประจำตำบลของสหกรณ์ ทั้งนี้ เห็นว่าสหกรณ์จะได้รับประโยชน์มากกว่าการก่อสร้างยุ้งฉางแต่เพียงอย่างเดียว เนื่องจากตลาดกลาง มีทั้งยุ้งฉาง เครื่องชั่งขนาดใหญ่ ลานตาก จุดตรวจสอบคุณภาพข้าว บ้านพัก ถนนเข้าออก ซึ่งจะช่วยให้ทั้งสมาชิกสหกรณ์และเกษตรกรทั่วไป มีที่จำหน่ายข้าวเปลือกใกล้บ้าน มีความเป็นธรรมทั้งในด้านราคา การชั่ง การตรวจสอบคุณภาพข้าว โดยรัฐบาลให้ใช้งบประมาณจากโครงการสร้างยุ้งฉางเก็บข้าวเปลือกมาเป็นการก่อสร้างตลาดกลาง ถ้างบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนไม่เพียงพอก็ให้สหกรณ์ออกเงินสมทบ และในปี พ.ศ. 2539 กรมส่งเสริมสหกรณ์เห็นว่าวัตถุประสงค์ของตลาดกลางข้าวเปลือกประจำตำบลของสหกรณ์ที่มุ่งเน้นการให้ความช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์ตลอดจนเกษตรกรทั่วไป ในเรื่องการขายข้าวเปลือกเท่านั้น จะทำให้การใช้ประโยชน์จากตลาดกลางไม่เต็มที่และประการสำคัญ สมาชิกสหกรณ์ทำการผลิตสินค้าเกษตรหลายชนิด เช่น ข้าวเปลือก ข้าวโพด มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง เป็นต้น ดังนั้น กรมส่งเสริมสหกรณ์จึงขอเพิ่มวัตถุประสงค์ของโครงการให้ครอบคลุมผลิตผลทุกชนิด และใช้ชื่อโครงการว่า “โครงการจัดตั้งตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์” โดยมีวัตถุประสงค์

1. เพื่อจัดสร้างตลาดกลางผลิตผลเกษตรให้สหกรณ์ ใช้เป็นแหล่งกลางในการซื้อขายผลิตผลของเกษตรกร
2. เพื่อจัดสร้างเครื่องอบความชื้นให้กับสหกรณ์ที่ได้รับตลาดกลาง และมีปัญหาในเรื่องความชื้นของผลิตผลเกษตร
3. เพื่อให้เกษตรกรสามารถขายผลิตผลเกษตรในราคาที่สูงขึ้น
4. เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการซื้อขายผลิตผลของเกษตรกรและผู้ซื้อ
5. เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาราคามูลผลิตผลเกษตรตกต่ำ

ในการขายผลิตผลทางการเกษตร เกษตรกรรายย่อยที่อยู่ตามหมู่บ้านหรือตำบลที่ห่างไกลตลาดจะประสบปัญหาในการขายผลิตผล ถูกกดราคา ถูกเอารัดเอาเปรียบในการชั่งตวง วัด บางครั้งเกษตรกรขายผลิตผลให้กับพ่อค้าแล้วแต่ไม่ได้รับเงิน สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เพราะเกษตรกรไม่มีแหล่งขายผลิตผลที่ให้ความยุติธรรมและอยู่ใกล้ไร่นา ประกอบกับปัจจุบันนี้คุณภาพของผลิตผลลดลง ผลิตผลบางชนิดเริ่มมีปัญหาในเรื่องความชื้นสูงเพิ่มขึ้นมากเพราะไม่มีลานตาก เกษตรกรจำเป็นต้องรีบขายผลิตผล ทั้ง ๆ ที่มีความชื้นสูง พ่อค้าจึงกดราคารับซื้อ

ซึ่งส่งผลให้เกษตรกรได้รับความเดือดร้อนเพิ่มขึ้นอีก รายได้ที่ได้รับจากการขายผลิตผลไม่คุ้มกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น

การพิจารณาให้สหกรณ์ได้สร้างตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลได้นั้นต้องมี หลักเกณฑ์ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. เป็นสหกรณ์ที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และมีความสามารถในการบริหารตลาดกลางผลิตผลเกษตร

2. สหกรณ์ต้องมีที่ดินพร้อมที่จะก่อสร้างอย่างน้อย 3 ไร่ เพื่อจัดตั้งตลาดกลาง ซึ่งประกอบด้วย

2.1 อาคารโรงคลุม เครื่องชั่งและอุปกรณ์ ขนาดพื้นที่ 9-12 เมตร

2.2 บ้านพักคนงาน ขนาดพื้นที่ 7-8 เมตร

2.3 ฉางเอนกประสงค์ พื้น ค.ส.ล.ความจุ 500 เกวียน ขนาดพื้นที่ 21-27

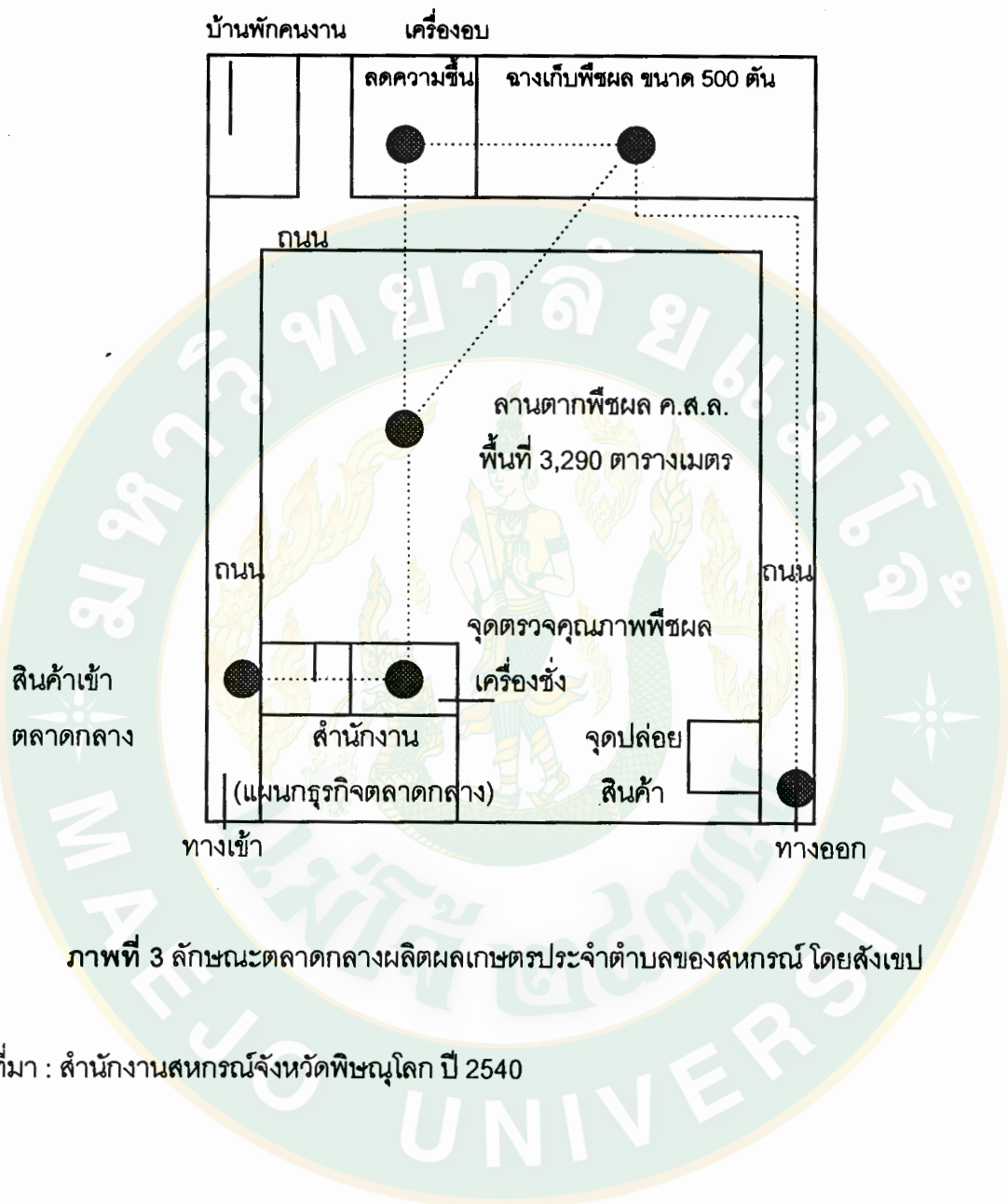
เมตร

2.4 ลานตาก พื้นที่ไม่น้อยกว่า 3,290 ตารางเมตร

2.5 อาคารจุดตรวจสอบคุณภาพสินค้า ขนาดพื้นที่ 5-6 เมตร

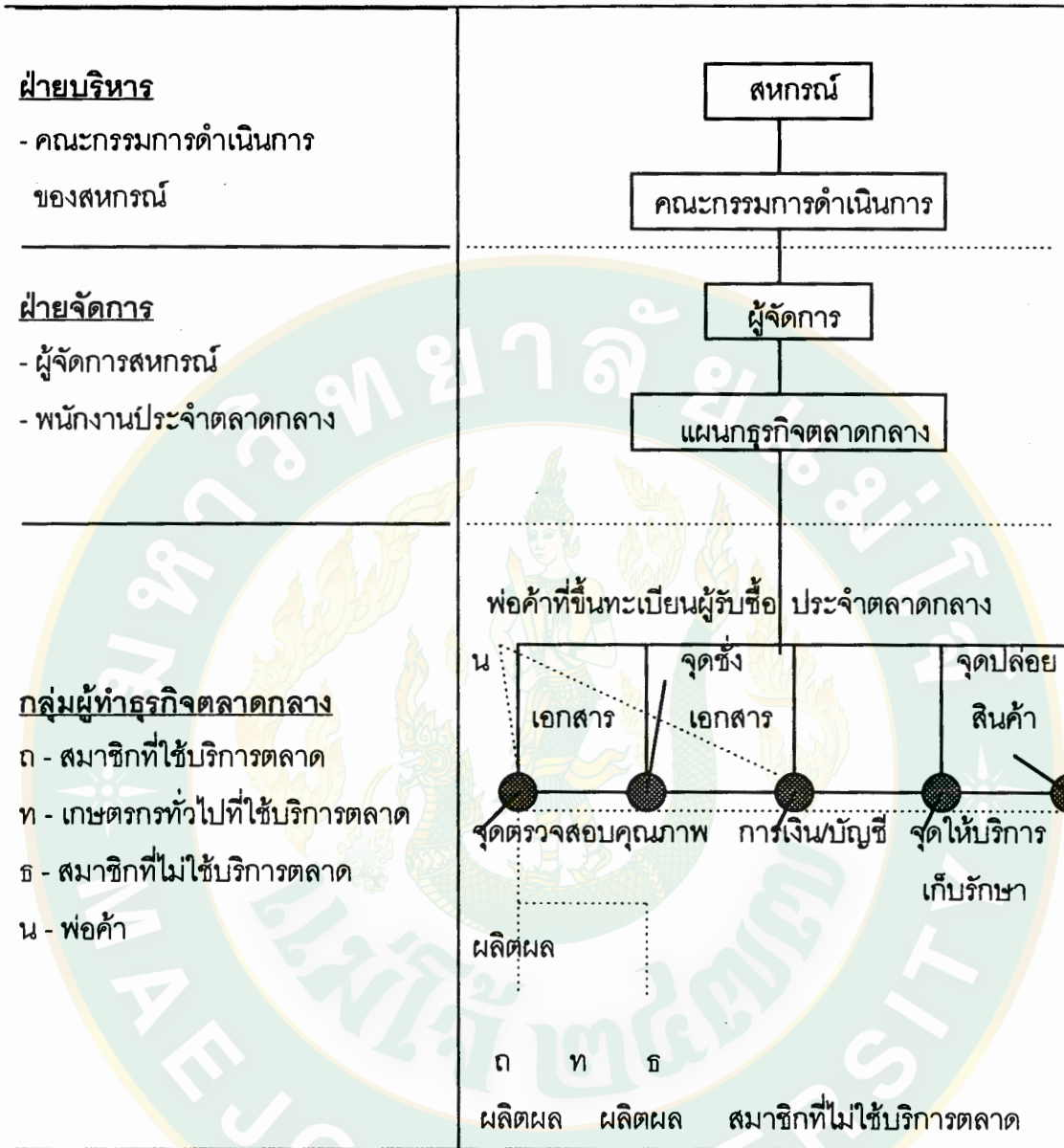
3. สหกรณ์ต้องมีเงินสมทบการก่อสร้าง ในกรณีที่ได้รับเงินงบประมาณสนับสนุนไม่เพียงพอ

4. กรมส่งเสริมสหกรณ์จะจัดสรรเงินงบประมาณหมวดเงินอุดหนุน ให้สหกรณ์ที่เข้าร่วมโครงการตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ โดยใช้แบบตลาดกลางของ กองช่าง กรมส่งเสริมสหกรณ์ ซึ่งประกอบด้วย ฉางเก็บผลิตผล ค.ส.ล. ขนาดความจุ 500 ตัน 1 หลัง บ้านพักคนงาน ลานตากพืชผล ค.ส.ล. พื้นที่ 3,290 ตารางเมตร เครื่องชั่งพร้อมโรงคลุม และอาคาร จุดตรวจสอบคุณภาพสินค้า (ภาพที่ 3-4)



ภาพที่ 3 ลักษณะตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ โดยสังเขป

ที่มา : สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก ปี 2540



ภาพที่ 4 โครงสร้างการดำเนินงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

ที่มา : สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก ปี 2540

ผลการดำเนินงานตลาดกลางผลิตผลเกษตร

กรมส่งเสริมสหกรณ์ได้จัดสรรเงินงบประมาณหมวดเงินอุดหนุนลักษณะให้เปล่า เพื่อให้สหกรณ์ต่าง ๆ ก่อสร้างตลาดกลาง ซึ่งงบประมาณที่จัดสรรให้แต่ละสหกรณ์จะไม่พอใช้ในการก่อสร้าง เนื่องจากสภาพพื้นที่ของแต่ละสหกรณ์แตกต่างกัน กล่าวคือบางแห่งจุดก่อสร้างเป็นที่ลุ่มและห่างไกลจากถนนมากจำเป็นต้องถมดินให้สูงขึ้นและก่อสร้างถนนคอนกรีตถึงลานตาก ค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างจึงต้องเพิ่มขึ้น ดังนั้น สหกรณ์แต่ละแห่งจำเป็นต้องมีเงินสมทบในการก่อสร้าง ทั้งนี้ จะต้องจ่ายเงินสมทบมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่ของแต่ละสหกรณ์ การก่อสร้างตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกได้กำหนดหลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้การใช้เงินงบประมาณเกิดประโยชน์สูงสุดตามเจตนารมณ์ของรัฐบาล ดังนี้

1. ให้สหกรณ์จัดหาผู้รับจ้างก่อสร้างตลาดกลาง
2. ให้มีการบันทึกรายงานการประชุมคณะกรรมการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดจ้างโดยละเอียด
3. แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อควบคุมและตรวจการจ้างอย่างน้อย 3 คน
4. ต้องจัดส่งสำเนาสัญญาจ้างก่อสร้างและแบ่งงวดงานให้กรมส่งเสริมสหกรณ์
5. การเบิกจ่ายเงินค่าก่อสร้างจะต้องได้รับความเห็นชอบจากสหกรณ์อำเภอ
6. สหกรณ์ต้องจัดให้มีช่างจากศูนย์ช่างสหกรณ์หรือช่างโยธา มากำกับในการก่อสร้าง ตลอดจนการตรวจงานจ้างก่อนจ่ายเงินค่าก่อสร้างงวดสุดท้าย
7. ให้สหกรณ์อำเภอควบคุมดูแลการใช้จ่ายเงินอุดหนุนที่รัฐบาลจ่ายให้สหกรณ์สำหรับใช้ในการก่อสร้างตลาดกลาง

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537- 2539 มีสหกรณ์เกษตรและสหกรณ์นิคมในจังหวัดพิษณุโลก เข้าร่วมโครงการตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ จำนวน 9 สหกรณ์ คือ

1. สหกรณ์วัดจันทร์ จำกัด อ.เมือง จ.พิษณุโลก
2. สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
3. สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด อ.วัดโบสถ์ จ.พิษณุโลก
4. สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก
5. สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
6. สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก

7. สหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก
8. สหกรณ์การเกษตรเนินมะปราง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก
9. สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธกส.พิษณุโลก จำกัด อ.เมือง
จ.พิษณุโลก

ในการวิจัยครั้งนี้ จะเก็บข้อมูลจากสหกรณ์ต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 6 สหกรณ์ ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด สหกรณ์นิคมพินชาติ จำกัด สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด และสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด เนื่องจากสหกรณ์ทั้ง 6 สหกรณ์นี้ได้ดำเนินธุรกิจตลาดกลาง ให้บริการซื้อ-ขาย ผลิตผลเกษตรจากสมาชิกสหกรณ์ ตลอดจนเกษตรทั่วไป ทำให้สมาชิกสหกรณ์ได้รับราคาผลิตผลที่เป็นธรรม การดำเนินงานธุรกิจตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ครั้งนี้ เป็นการช่วยยกระดับราคาผลิตผลให้สูงขึ้นตามนโยบายของทางราชการ สมาชิกสหกรณ์และเกษตรกรทั่วไปมีรายได้สูงขึ้น เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ที่ต้องการให้สมาชิกมีการ “กินดี อยู่ดี” มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และสามารถช่วยเหลือสังคมได้อีกทางหนึ่งด้วย

สมมติฐานในการวิจัย (Research Hypothesis)

ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานเชิงสถิติ (statistical hypothesis) ครั้งนี้ไว้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 4 ทักษะคดีด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ไม่มีความสัมพันธ์กัน



บทที่ 3
วิธีการวิจัย
(METHODOLOGY)

การวิจัยเรื่อง ทักษะคติของสมาชิกสหกรณ์ที่มีผลต่อฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการในการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ได้กำหนดวิธีการวิจัย ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย
(Locale of the Study)

การวิจัยในครั้งนี้จะดำเนินการเก็บข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์ที่ขายผลิตผลผ่านตลาดกลางของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกและจากสมาชิกสหกรณ์ที่ไม่ขายผลิตผลผ่านตลาดกลางของสหกรณ์ ที่สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด และสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด รวม 6 สหกรณ์

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
(The Population and Sampling Procedure)

ประชากรที่จะศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. สมาชิกสหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
2. สมาชิกสหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด อ.วัดโบสถ์ จ.พิษณุโลก
3. สมาชิกสหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด อ.บางกระทุ่ม จ.พิษณุโลก
4. สมาชิกสหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด อ.วังทอง จ.พิษณุโลก
5. สมาชิกสหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก
6. สมาชิกสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด อ.เนินมะปราง จ.พิษณุโลก

สำหรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ได้ตัวแทนที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรที่เชื่อถือได้ คิดคำนวณตามแบบ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 90 % จากสูตร

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

... (Yamane, 1973: 725)

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ประชากรเป้าหมาย(target population) ที่จะศึกษาครั้งนี้เป็นประชากรที่สามารถกำหนดจำนวน หรือระบุขอบเขตได้ค่อนข้างแน่ชัด ซึ่งสามารถกำหนดจำนวนประชากรได้จำนวน 109 คน (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ประชากรเป้าหมาย (target population) และจำนวนตัวอย่าง

	ประชากรเป้าหมาย (คน)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด	1,535	18
2. สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด	1,259	15
3. สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด	2,121	23
4. สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด	948	12
5. สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด	1,321	16
6. สหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด	1,132	26
รวม	8,316	109

ที่มา : รายงานกิจการประจำปีของสหกรณ์ ปี 2540

การสุ่มตัวอย่างจะอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็นในการสุ่มตัวอย่าง
 ... การเลือกตัวอย่างโดยวิธีสุ่มตัวอย่าง (simple random sampling) เป็นวิธี
 การเลือกตัวอย่างที่ทำให้ประชากรเป้าหมายทุก ๆ หน่วย มีโอกาสได้รับเลือกเท่า
 เทียมกันโดยวิธีการง่าย ๆ การใช้วิธีสุ่มจะเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้การเลือก
 ตัวอย่างปราศจากอคติ กล่าวคือ เป็นอิสระต่างหากจากการตัดสินใจ...
 (เทียนฉาย กิระนันท์, 2537: 156)

ดังนั้น การเลือกประชากรตัวอย่างจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random
 sampling) โดยการจับฉลากคัดเลือกกลุ่มสมาชิกที่จะเป็นประชากรตัวอย่าง และจับฉลาก
 ประชากรตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนด เพื่อเป็นตัวแทนในการสัมภาษณ์ข้อมูลในการศึกษา
 วิจัย

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย (The Research Data)

การเก็บข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 ประการ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามที่
 ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปสัมภาษณ์กลุ่มประชากรเป้าหมายจากสมาชิกสหกรณ์ตามที่กำหนด จำนวน 6
 สหกรณ์
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) คือ ข้อมูลที่รวบรวมจากรายงานทาง
 วิชาการที่ เผยแพร่ทั่วไป ตลอดจนจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับงานส่งเสริมสหกรณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (The Research Instrument)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้แบบสอบถามลักษณะแบบสัมภาษณ์ (interview)
 แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ เพศ
 อายุ การศึกษา ศาสนา สถานภาพการสมรส เป็นต้น

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ ได้แก่ หลักการ
อุดมการณ์ และวิธีการสหกรณ์ เป็นต้น

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจตลาด
กลางของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

ตอนที่ 4 เป็นข้อคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจตลาด
กลาง ตลอดจนการให้ข้อเสนอแนะการดำเนินงานให้สอดคล้องกับ
ความต้องการของสมาชิก

การทดสอบแบบสัมภาษณ์ (Pre-testing of Instrument)

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อให้สามารถวัดในสิ่งที่ต้องการตามวัตถุประสงค์
และครอบคลุมรายละเอียดต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการวิจัยอย่างทั่วถึง และมีความสมบูรณ์ของ
ข้อมูลครบถ้วน จะดำเนินการเก็บข้อมูลจากสหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด สหกรณ์การ-
เกษตรวัดโบสถ์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบางกระพุ่ม จำกัด สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด
สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด และสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด ที่ดำเนินธุรกิจตลาดกลาง
ผลิตภัณฑ์เกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ ซึ่งจะดำเนินการดังนี้

1. การทดสอบแบบสอบถาม (pre-test) ผู้วิจัยจะทำการทดสอบคุณภาพของ
แบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรง ทางด้านเนื้อหา (content validity) โดยการสอบถามข้อมูล
ที่สหกรณ์วัดจันทร์ จำกัด อ.เมือง จ.พิษณุโลก เสร็จแล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขอีก
ครั้งหนึ่ง

2. การเก็บข้อมูล ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และข้อมูลทุติยภูมิ (secondary
data) จัดเก็บจากสหกรณ์ที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ จำนวน 6 สหกรณ์ ตามรายชื่อข้างต้น

ช่วงเวลาจัดเก็บข้อมูล ประมาณเดือนมีนาคม 2540 ระยะเวลาจัดเก็บ 5 วัน

การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาตรวจสอบความถูกต้องของคำถามที่ได้และทำการจัดหมวดหมู่ บันทึกคะแนนแต่ละข้อของแต่ละคนลงในรหัส (coding form) จากนั้นนำไปวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Sciences) หรือ SPSS สำหรับค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่

1. ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ เพื่อแจกแจงความถี่ในการจัดลำดับชั้นของสถานภาพส่วนบุคคลเศรษฐกิจและสังคมของผู้ให้ข้อมูลจากรายละเอียดในแบบสอบถามที่สร้างขึ้น
2. การทดสอบสมมติฐาน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ t-test จากสูตร

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (m_1 - m_2)}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = n_1 + n_2 - 2$$

S_1^2, S_2^2 = ความแปรปรวนประมาณของกลุ่มตัวอย่าง (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2532: 148)

3. การแจกแจงไคสแควร์ (Chi-square) ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคำนวณจากสูตร

$$\chi^2 = \frac{\sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c (O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

E_{ij} คือ จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่คาดหวังว่าควรจะเป็นและตรงกับค่าที่ i และ j ของตัวแปรแถวและตัวแปรหลักตามลำดับ

โดยที่ $E_{ij} = \frac{(n_i)(n_j)}{n}$ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2532: 130)

4. การกำหนดระดับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกด้านการบริหารงาน ตลาดกลางผลิตผลเกษตรกร โดยผู้ให้ข้อมูลสามารถเลือกตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามความหมายของค่าคะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5 คะแนน) หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์อยู่ในระดับสูง
เห็นด้วย (4 คะแนน) หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์อยู่ในระดับปานกลาง
ไม่แน่ใจ (3 คะแนน) หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์อยู่ในระดับต่ำ
ไม่เห็นด้วย (2 คะแนน) หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์อยู่ในระดับต่ำมาก
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1 คะแนน) หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์อยู่ในระดับต่ำที่สุด

จากนั้นนำคะแนนที่ผู้ให้ข้อมูลตามสภาพความเป็นจริงคำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ย (weight mean score) เพื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ จัดแบ่งชั้นคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ช่วงคะแนน 4.21-5.00 หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริหาร ตลาดกลางผลิตผลเกษตรกรมีทัศนคติในระดับสูง

ช่วงคะแนน 3.41-4.20 หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริหาร ตลาดกลางผลิตผลเกษตรกรมีทัศนคติในระดับปานกลาง

ช่วงคะแนน 2.61-3.40 หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริหาร ตลาดกลางผลิตผลเกษตรกรมีทัศนคติในระดับต่ำ

ช่วงคะแนน 1.81-2.60 หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริหาร ตลาดกลางผลิตผลเกษตรกรมีทัศนคติในระดับต่ำมาก

ช่วงคะแนน 1.00-1.80 หมายถึง ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริหาร ตลาดกลางผลิตผลเกษตรกรมีทัศนคติในระดับต่ำที่สุด

บทที่ 4
ผลการวิจัยและวิจารณ์
(RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION)

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัย เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้า ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ตอนที่ 3 ทศคติของสมาชิกสหกรณ์ที่มีผลต่อฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดการในการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ ในจังหวัดพิษณุโลก ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ที่ต้องการให้มีการแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานตลาดกลาง

ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์

ข้อมูลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษาและศาสนา

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่าง 109 คน (ตารางที่ 5) พบว่า

เพศ

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นชายจำนวนร้อยละ 60.6 ส่วนอีกร้อยละ 39.4 เป็นหญิง เหตุที่สมาชิกสหกรณ์ส่วนมากเป็นชายเนื่องจากลักษณะของเกษตรกรไทยโดยทั่วไปผู้ที่เป็นผู้นำครอบครัวในการประกอบอาชีพเกษตรกรรมนั้นเป็นหน้าที่ของผู้ชาย

อายุ

อายุของสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวนร้อยละ 33.1 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวนร้อยละ 29.3 (อายุเฉลี่ย 45 ปี) ซึ่งจะเห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ทั้งสองกลุ่มที่กล่าวข้างต้นมีจำนวนใกล้เคียงกันเนื่องจากอยู่ในวัยทำงาน ในจำนวนนี้กลุ่มที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนร้อยละ 16.5 และกลุ่มผู้มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีจำนวนร้อยละ 4.6

ระดับการศึกษา

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับ ป.4-ป.6 จำนวนร้อยละ 62.4 รองลงมาที่มีการศึกษาดต่ำกว่า ป.4 จำนวนร้อยละ 27.5 สมาชิกสหกรณ์ที่มีการศึกษาระดับ ม.1-ม.6

หรือสูงกว่า จำนวนร้อยละ 10.1 ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าสมาชิกสหกรณ์โดยทั่วไปมีระดับการศึกษาเพียงชั้นประถมศึกษาซึ่งเป็นลักษณะของเกษตรกรโดยทั่วไปที่มีการศึกษาไม่สูง

ศาสนา

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวนร้อยละ 99.1 ส่วนศาสนาอื่นจำนวนร้อยละ 0.9

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และศาสนา

(n = 109)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	66	60.6
หญิง	43	39.4
2. อายุ (ปี)		
20-29	5	4.6
30-39	32	29.3
40-49	36	33.1
50-59	18	16.5
60 ปีขึ้นไป (อายุเฉลี่ย 45 ปี)	18	16.5
3. ระดับการศึกษา		
จบต่ำกว่า ป.4	30	27.5
ระดับ ป.4-ป.6	68	62.4
ระดับ ม.1-ม.6 หรือสูงกว่า	11	10.1
4. ศาสนา		
พุทธ	108	99.1
ศาสนาอื่น	1	0.9

ข้อมูลด้านบุคคลภายในครัวเรือนและสถานภาพการสมรส

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่าง 109 คน (ตารางที่ 6) พบว่า

บุคคลภายในครัวเรือนทั้งหมด

บุคคลภายในครัวเรือนของสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มี 4 คน จำนวนร้อยละ 31.2 รองลงไปมีบุคคลภายในครัวเรือน 5 คน จำนวนร้อยละ 25.7 ค่าเฉลี่ยบุคคลภายในครัวเรือน 5 คน

บุคคลภายในครัวเรือนที่ทำการเกษตร

บุคคลภายในครัวเรือนของสมาชิกสหกรณ์ที่ทำการเกษตร 2 คน จำนวน ร้อยละ 50.5 ทำการเกษตร 3 คน จำนวนร้อยละ 21.1 ค่าเฉลี่ยบุคคลภายในครัวเรือนที่ทำการเกษตร 3 คน

บุคคลภายในครัวเรือนที่เป็นคนชราและเด็ก

บุคคลภายในครัวเรือนของสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นคนชราและเด็ก 1 คน จำนวน ร้อยละ 40.4 มีคนชราและเด็ก 2 คน จำนวนร้อยละ 20.2 ในจำนวนนี้ครัวเรือนที่ไม่มีคนชราและเด็กมีจำนวนร้อยละ 30.3 ค่าเฉลี่ยคนชราและเด็ก 1 คน

บุคคลภายในครัวเรือนที่กำลังศึกษาอยู่

บุคคลภายในครัวเรือนของสมาชิกสหกรณ์ที่กำลังศึกษา 1 คน จำนวนร้อยละ 32.1 กำลังศึกษา 2 คน จำนวนร้อยละ 29.4 ในจำนวนนี้ครัวเรือนที่ไม่มีผู้ที่กำลังศึกษา มีจำนวนร้อยละ 32.1 ค่าเฉลี่ยของบุคคลในครัวเรือนที่กำลังศึกษา 1 คน

สถานภาพการสมรส

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่สมรสแล้วและอยู่ด้วยกันจำนวนร้อยละ 89.9 สมรสแล้วแต่แยกกันอยู่ จำนวนร้อยละ 1.8 ซึ่งจะเห็นได้ว่าครอบครัวของสมาชิกสหกรณ์ที่สมรสแล้วจะอยู่ด้วยกันในหมู่เครือญาติเป็นครอบครัวใหญ่และอาศัยแรงงานภายในครอบครัวทำการเกษตร

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านบุคคลภายใน
ครัวเรือนและสถานภาพการสมรส

(n = 109)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. บุคคลภายในครัวเรือนทั้งหมด (คน)		
2	2	1.8
3	16	14.7
4	34	31.2
5	28	25.7
6	13	11.9
มากกว่า 6	16	14.7
(บุคคลภายในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน)		
2. บุคคลภายในครัวเรือนที่ทำการเกษตร (คน)		
1	6	5.5
2	55	50.5
3	23	21.1
4	19	17.4
5	4	3.7
มากกว่า 5	2	1.8
(บุคคลภายในครัวเรือนที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 3 คน)		
3. บุคคลภายในครัวเรือนที่เป็นคนชราและเด็ก (คน)		
ไม่มี	33	30.3
1	44	40.4
2	22	20.2
3	7	6.4
มากกว่า 3	3	2.7
(บุคคลในครัวเรือนที่เป็นคนชราและเด็กเฉลี่ย 1 คน)		

ตารางที่ 6 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. บุคคลภายในครัวเรือนที่กำลังศึกษา (คน)		
ไม่มี	35	32.1
1	35	32.1
2	32	29.4
3	5	4.6
4	2	1.8
(บุคคลที่กำลังศึกษาเฉลี่ย 1 คน)		
5. สถานภาพการสมรส		
โสด	4	3.7
สมรสแล้วและอยู่ด้วยกัน	98	89.9
สมรสแล้วและแยกกันอยู่	2	1.8
หม้าย หย่าร้าง	5	4.6

ข้อมูลด้านระยะเวลาที่เป็นสมาชิกและอาชีพ

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่าง 109 คน (ตารางที่ 7) พบว่า

ระยะเวลาที่เป็นสมาชิกสหกรณ์

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จำนวนร้อยละ 42.2 เป็นสมาชิกสหกรณ์ตั้งแต่ 6-10 ปี จำนวนร้อยละ 32.1 และเป็นสมาชิกสหกรณ์ตั้งแต่ 1-5 ปี จำนวนร้อยละ 25.7

อาชีพปัจจุบัน

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา จำนวนร้อยละ 98.2 และทำไร่จำนวนร้อยละ 1.8 สาเหตุที่สมาชิกสหกรณ์มีการทำนามากเนื่องจากในจังหวัดพิษณุโลกเป็นพื้นที่ลุ่ม และบางแห่งอยู่ในเขตชลประทานจึงมีความเหมาะสมในการทำนามากกว่าปลูกพืชชนิดอื่น ๆ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านระยะเวลาที่เป็นสมาชิก และอาชีพ

(n = 109)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ระยะเวลาที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ (ปี)		
1-5	28	25.7
6-10	35	32.1
มากกว่า 10	46	42.2
2. อาชีพปัจจุบัน		
ทำนา	107	98.2
ทำไร่	2	1.8

ข้อมูลด้านพื้นที่ทำการเกษตร ผลผลิต และรายได้

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่าง 109 คน (ตารางที่ 8) พบว่าพื้นที่ถือครองทำการเกษตร

สมาชิกสหกรณ์มีพื้นที่ถือครองทำการเกษตรระหว่าง 11-20 ไร่ จำนวนร้อยละ 35.8 รองลงไปมีพื้นที่ถือครองทำการเกษตรระหว่าง 21-30 ไร่ จำนวนร้อยละ 20.2 ในจำนวนนี้สมาชิกสหกรณ์ที่มีพื้นที่ถือครองทำการเกษตรมากกว่า 50 ไร่ จำนวนร้อยละ 8.3 ค่าเฉลี่ยพื้นที่ถือครองทำการเกษตรของสมาชิกสหกรณ์ครอบครัวละ 27 ไร่

ผลผลิตในรอบปีที่ผ่านมา

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่ปลูกข้าว จำนวนร้อยละ 98.2 ส่วนพืชไร่ปลูกข้าวโพดและมันสำปะหลัง จำนวนร้อยละ 1.8

ข้าวเปลือกที่ผลิตได้ในรอบปีที่ผ่านมา

สมาชิกสหกรณ์ปลูกข้าวได้รับผลผลิตครอบครัวละ 6-10 ตัน จำนวนร้อยละ 32.1 รองลงไปสมาชิกสหกรณ์ได้รับผลผลิตข้าวเปลือกครอบครัวละ 11-15 ตัน จำนวนร้อยละ 25.7 ผล

ผลิตข้าวเปลือกครอบครัวละ 25 ตันขึ้นไป จำนวนร้อยละ 6.4 ค่าเฉลี่ยสมาชิกสหกรณ์ผลิตข้าวเปลือกได้ครอบครัวละ 14 ตัน

รายได้จากการขายผลิตผลการเกษตร

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีรายได้จากการขายข้าวเปลือก จำนวนร้อยละ 95.4 ส่วนรายได้จากการขายพืชไร่และอื่น ๆ มีจำนวนร้อยละ 4.6

รายได้ทั้งหมดจากการทำการเกษตร

สมาชิกสหกรณ์มีรายได้จากการทำการเกษตรปีละ 30,001-60,000 บาท จำนวนร้อยละ 35.8 รองลงมามีรายได้จากการทำการเกษตรปีละ 60,001-90,000 บาท จำนวน ร้อยละ 27.5 ในจำนวนนี้มีสมาชิกสหกรณ์ที่มีรายได้ต่ำกว่าปีละ 10,000 บาท จำนวน 1 ราย และมีรายได้ปีละ 120,000 ขึ้นไป จำนวน 1 ราย

รายได้อื่นนอกการเกษตร

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่ไม่มีรายได้อื่นนอกการเกษตร จำนวน 91 ราย หรือจำนวนร้อยละ 83.5 และมีสมาชิกสหกรณ์ที่มีรายได้อื่นนอกการเกษตรจากการค้าขาย การรับจ้าง จำนวน 18 ราย ร้อยละ 16.5

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ด้านพื้นที่ทำการเกษตร ผลิต และรายได้

(n = 109)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. พื้นที่ถือครองที่ทำการเกษตร (ไร่)		
1-10	21	18.3
11-20	38	35.8
21-30	22	20.2
31-40	9	8.3
41-50	10	9.1
มากกว่า 50	9	8.3
(พื้นที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 27 ไร่)		

ตารางที่ 8 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ผลผลิตที่ปลูกในรอบปีที่ผ่านมา		
ข้าว	107	98.2
ข้าวโพด	1	0.9
มันสำปะหลัง	1	0.9
3. จำนวนผลผลิตข้าวในรอบปีที่ผ่านมา (ตัน)		
1-5	13	11.9
6-10	35	32.1
11-15	28	25.7
16-20	17	15.6
21-25	9	8.3
มากกว่า 25	7	6.4
(ผลผลิตข้าวเปลือกเฉลี่ย 14 ตัน)		
4. รายได้จากการขายผลผลิตเกษตรมาจาก		
ข้าว	104	95.4
ข้าวโพดและอื่น ๆ	5	4.6
5. รายได้ทั้งหมดจากการทำการเกษตร (บาท/ปี)		
น้อยกว่าปีละ 10,001	1	0.9
10,001-30,000	15	13.8
30,001-60,000	39	35.8
60,001-90,000	30	27.5
90,001-120,000	23	21.1
มากกว่า 120,000	1	0.9

ตารางที่ 8 (ต่อ)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. รายได้อื่นนอกการเกษตร		
ไม่มีรายได้อื่นนอกการเกษตร	91	83.5
มีรายได้อื่นนอกการเกษตร	18	16.5

ข้อมูลด้านการใช้บริการตลาดกลางของสมาชิกสหกรณ์

ผลของการวิเคราะห์ข้อมูลจากตัวอย่าง 109 คน (ตารางที่ 9) พบว่า

ในรอบปีที่ผ่านมา สมาชิกสหกรณ์นำผลิตผลการเกษตรโดยเฉพาะข้าวเปลือกมาขายที่ตลาดกลางของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก จำนวนร้อยละ 63.3 และมีสมาชิกสหกรณ์ นำผลิตผลการเกษตรไปขายที่ตลาดกลางของเอกชน จำนวนร้อยละ 36.7 สาเหตุที่สมาชิกสหกรณ์นำผลิตผลไปขายที่ตลาดกลางของเอกชนสูงถึงร้อยละ 36.7 เนื่องจากสมาชิกปลูกข้าวเป็นส่วนมาก เมื่อการเก็บเกี่ยวข้าวแล้วเสร็จสมาชิกสหกรณ์จะรีบขายทันทีที่ตลาดกลางที่อยู่ใกล้ไร่นามากที่สุด เพื่อประหยัดค่าขนส่ง และเห็นว่าตลาดกลางของเอกชนมีมากกว่าตลาดกลางของสหกรณ์ และกระจายอยู่แทบทุกพื้นที่ ตลาดกลางของเอกชนมีกฎระเบียบน้อยกว่าของสหกรณ์ สาเหตุอีกประการหนึ่งที่สมาชิกสหกรณ์ไม่นำผลิตผลมาขายให้เนื่องจากการหักความชื้นและสิ่งเจือปนมาก

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์ ด้านการใช้บริการ
ตลาดกลาง

(n = 109)

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ในรอบปีที่ผ่านมา นำผลิตผลการเกษตรมาขายที่ตลาดกลางของสหกรณ์		
เคย	69	63.3
ไม่เคย	40	36.7
รวม	109	100.0

ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป

ความรู้ความเข้าใจด้านสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์

ตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า สมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์รู้ว่าเกษตรกรที่มีคุณสมบัติตามข้อบังคับของสหกรณ์ประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกได้ จำนวนร้อยละ 58.7 และการรับสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ให้สมัครได้ที่ผู้จัดการสหกรณ์โดยไม่ต้องผ่านที่ประชุมกลุ่มลงมติรับเข้าเป็นสมาชิกก่อนนั้นไม่ถูกต้อง จำนวนร้อยละ 43.1 การดำเนินงานของสหกรณ์จะมีผู้จัดการสหกรณ์เป็นผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงานตามนโยบายที่คณะกรรมการดำเนินการมอบหมาย สมาชิกรู้ว่าสหกรณ์สามารถสอบถามการทำงานของผู้จัดการได้ตลอดเวลา จำนวนร้อยละ 52.3 ในรอบปีทางบัญชีของสหกรณ์จะมีการนัดประชุมกลุ่มสมาชิก เพื่อชี้แจงผลการดำเนินงานหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางรู้ว่าเมื่อสหกรณ์นัดประชุมกลุ่มเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนต้องเข้าร่วมประชุม จำนวนร้อยละ 54.1 เมื่อสหกรณ์ดำเนินงานครบรอบปีจะจัดให้มีการประชุมใหญ่สามัญประจำปีเพื่อรายงานผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา สมาชิกรู้ว่าในฐานะที่เป็นสมาชิกจะต้องเข้าร่วม

เพื่อรายงานผลการดำเนินงานในรอบปีที่ผ่านมา สมาชิกในฐานะที่เป็นสมาชิกจะต้องเข้าร่วมประชุมใหญ่สามัญประจำปีทุกครั้ง ยกเว้นการประชุมใหญ่สามัญประจำปีโดยผู้แทนสหกรณ์ สมาชิกไม่ต้องไปร่วมประชุมได้ จำนวน ร้อยละ 55.0

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปด้านสิทธิและหน้าที่ของสมาชิกสหกรณ์

รายการ	ความรู้สมาชิกกลุ่มเคย				ความรู้สมาชิกกลุ่มไม่		จำนวน (คน)
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		จำนวน		
	น้อย	มาก	น้อย	มาก			
(n = 109)							
1. เกษตรกรที่มีคุณสมบัติตาม ข้อบังคับของสหกรณ์ ประสงค์ จะสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ได้	5 (4.6)	64 (58.7)	11 (10.1)	29 (26.6)	109 (100.0)		
2. การสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ ให้สมัครได้ที่ผู้จัดการสหกรณ์ โดยไม่ต้องผ่านที่ประชุมกลุ่ม ลงมติรับเข้าเป็นสมาชิกก่อน	22 (20.2)	47 (43.1)	24 (22.0)	16 (14.7)	109 (100.0)		
3. สมาชิกสหกรณ์สามารถ สอบถามติดตามการทำงาน ของผู้จัดการได้ตลอดเวลา	12 (11.0)	57 (52.3)	22 (20.2)	18 (16.5)	109 (100.0)		
4. เมื่อสหกรณ์นัดประชุมกลุ่มเพื่อ ชี้แจงผลการดำเนินงาน หรือ กิจกรรมต่าง ๆ เป็นหน้าที่ของ สมาชิกทุกคนต้องเข้าร่วม ประชุม	10 (9.2)	59 (54.1)	18 (16.5)	22 (20.2)	109 (100.0)		

ตารางที่ 10 (ต่อ)

รายการ	ความรู้สมาชิกกลุ่มเคย		ความรู้สมาชิกกลุ่มไม่เคย		จำนวน (คน)
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		
	น้อย	มาก	น้อย	มาก	
5. ในฐานะที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ จะต้องเข้าร่วมประชุมใหญ่ สามัญประจำปีทุกครั้ง ยกเว้น การประชุมใหญ่สามัญโดย ผู้แทนสหกรณ์ สมาชิกไม่ต้อง ไปร่วมประชุมได้	9 (8.3)	60 (55.0)	21 (19.3)	19 (17.4)	109 (100.0)

ความรู้ความเข้าใจด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์

สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง ในตารางที่ 11 รู้ว่าการดำเนินงานของสหกรณ์ยึดหลักประชาธิปไตยเป็นสำคัญ ในการประชุมกลุ่มหรือประชุมใหญ่สามัญการออกเสียงลงมติเรื่องหนึ่งเรื่องใด สมาชิกออกเสียงแทนกันไม่ได้ จำนวนร้อยละ 45.9 และสมาชิกกลุ่มนี้รู้ว่าสหกรณ์เป็นองค์การธุรกิจซึ่งยึดหลักประชาธิปไตยเป็นพื้นฐานอำนาจสูงสุดย่อมมาจากมวลสมาชิกในที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปีในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานของสหกรณ์จำนวนร้อยละ 54.1 การประชุมใหญ่สามัญประจำปีของสหกรณ์จะต้องมีการเลือกตั้งคณะกรรมการดำเนินการ เข้ามาบริหารงานแทนสมาชิกทั้งหมด สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางรู้ว่าคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์ ต้องเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ จำนวนร้อยละ 44.0

การดำเนินงานของสหกรณ์จะประสบความสำเร็จเจริญก้าวหน้าจำเป็นต้องให้การศึกษอบรมแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางรู้ว่าการให้การศึกษอบรมสมาชิกสหกรณ์ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์เป็นสิ่งที่จำเป็น จำนวนร้อยละ 51.4 และรู้ว่าสหกรณ์เป็นองค์การที่เกิดขึ้นจากการร่วมมือกันโดยสมัครใจ หมายความว่า

ความต้องการ ความเดือดร้อน หรือความสนใจร่วมกันจะก่อให้เกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือเป็นสหกรณ์ขึ้นมาเพื่อร่วมมือกันแก้ปัญหาต่าง ๆ จำนวนร้อยละ 53.2 สมาชิกกลุ่มนี้รู้ว่าอุดมการณ์อันสูงสุดต้องการให้สมาชิกกินดีอยู่ดีมีสุขโดยการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จำนวนร้อยละ 58.7

สหกรณ์เกิดจากการรวมตัวของบุคคลที่มีปัญหาความเดือดร้อนเหมือน ๆ กัน หรือประกอบอาชีพเดียวกันตั้งแต่ 10 คนขึ้นไปรวมตัวกันขอจัดตั้งสหกรณ์ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 สมาชิกสหกรณ์กลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางรู้ว่าสหกรณ์เป็นนิติบุคคลจำเป็นต้องช่วยเหลือสังคมด้วย จำนวนร้อยละ 44.0 และรู้ว่าปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ สมาชิกสหกรณ์สามารถช่วยชาติบ้านเมืองได้โดยการขยันทำมาหากินและใช้จ่ายอย่างประหยัด เมื่อมีเงินเหลือใช้ต้องเก็บออมโดยฝากเงินไว้ที่สหกรณ์จำนวนร้อยละ 56.9

การดำเนินงานของสหกรณ์จะมีคณะกรรมการดำเนินการซึ่งได้รับการเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปีเข้ามาบริหารงาน สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางรู้ว่าสมาชิกทุกคนเป็นเจ้าของสหกรณ์จึงจำเป็นต้องติดตามการบริหารงานของคณะกรรมการดำเนินการ จำนวนร้อยละ 48.6 และรู้ว่าสหกรณ์ดำเนินธุรกิจโดยมีจุดมุ่งหมายไม่แสวงหากำไรจากสมาชิก จำนวนร้อยละ 50.5 เมื่อการดำเนินงานของสหกรณ์ครบรอบปีและมีผลกำไร สมาชิกรู้ว่าจะได้รับเงินปันผลตามหุ้นและเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจที่สมาชิกได้ใช้บริการของสหกรณ์ จำนวนร้อยละ 56.1 การดำเนินงานธุรกิจการตลาดของสหกรณ์นั้นสมาชิกรู้ว่าสหกรณ์ช่วยรักษาเสถียรภาพและตรึงราคาสินค้า ขณะเดียวกันยังช่วยยกระดับราคาผลผลิตให้สูงขึ้นเพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ของสมาชิกจำนวนร้อยละ 56.0 การดำเนินธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์ต้องแข่งขันกับเอกชนมากและสมาชิกกลุ่มนี้รู้ว่า ธุรกิจของเอกชนที่เจริญก้าวหน้าเพราะสามารถทำกำไรได้สูงสุด แต่สหกรณ์ที่เจริญก้าวหน้าอยู่ที่สมาชิกมาใช้บริการของสหกรณ์มากที่สุด จำนวนร้อยละ 53.2 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางรู้ว่าระบบสหกรณ์จะช่วยกระจายผลประโยชน์ไปสู่สมาชิกสหกรณ์อย่างเป็นธรรมโดยการให้โอกาสแก่สมาชิกได้มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของและควบคุมการดำเนินงานของสหกรณ์อันจะทำให้ผลทางเศรษฐกิจตกเป็นของสมาชิกเป็นการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำของรายได้ซึ่งเป็นเป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจ จำนวนร้อยละ 52.3

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปด้านอุดมการณ์
หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกสหกรณ์

รายการ	ความรู้สมาชิกกลุ่มเคย				ความรู้สมาชิกกลุ่มไม่				จำนวน (คน)
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		
	น้อย	มาก	น้อย	มาก	น้อย	มาก	น้อย	มาก	
1. การดำเนินงานของสหกรณ์ ยึดหลักประชาธิปไตยเป็น สำคัญ ในการประชุมกลุ่ม หรือ ประชุมใหญ่สามัญ การออกเสียงลงมติเรื่องใด เรื่องหนึ่ง สมาชิกออกเสียง แทนกันไม่ได้	19 (17.4)	50 (45.9)	29 (26.6)	11 (10.1)	109 (100.0)				
2. สหกรณ์เป็นองค์การธุรกิจ ซึ่งยึดหลักประชาธิปไตย เป็นพื้นฐานอำนาจสูงสุด ย่อมมาจากมวลสมาชิกใน ที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปี ในการกำหนดนโยบาย การดำเนินงานของสหกรณ์	10 (9.2)	59 (54.1)	16 (14.7)	24 (22.0)	109 (100.0)				
3. คณะกรรมการดำเนินการ ของสหกรณ์จำเป็นต้อง เลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่	21 (19.3)	48 (44.0)	26 (23.9)	14 (12.8)	109 (100.0)				
4. การให้การศึกษอบรม สมาชิกสหกรณ์ด้าน อุดมการณ์ หลักการและวิธี การสหกรณ์เป็นสิ่งจำเป็น	13 (11.9)	56 (51.4)	27 (24.8)	13 (11.9)	109 (100.0)				

ตารางที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ความรู้สมาชิกกลุ่มเคย		ความรู้สมาชิกกลุ่มไม่เคย		จำนวน (คน)
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		
	น้อย	มาก	น้อย	มาก	
5. สหกรณ์เป็นองค์การที่เกิดขึ้น จากการร่วมมือกันโดยสมัครใจ หมายความว่า ความต้องการ ความเดือดร้อน หรือความสนใจ ร่วมกันจะก่อให้เกิดการรวมตัว กันเป็นกลุ่ม หรือเป็นสหกรณ์ขึ้น มาเพื่อร่วมมือกันแก้ปัญหาต่างๆ	11 (10.1)	58 (53.2)	18 (16.5)	22 (20.2)	109 (100.0)
6. อุดมการณ์สหกรณ์อันสูงสุด ต้องการให้สมาชิกกินดีอยู่ดีมีสุข โดยการช่วยเหลือตนเองและ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	5 (4.6)	64 (58.7)	19 (17.4)	21 (19.3)	109 (100.0)
7. สหกรณ์เป็นนิติบุคคลจำเป็น ต้องช่วยเหลือสังคมด้วย	21 (19.3)	48 (44.0)	28 (25.7)	12 (11.0)	109 (100.0)
8. ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ สมาชิกสหกรณ์สามารถช่วยชาติ บ้านเมืองได้ โดยการขยันทำมา หากินและใช้จ่ายอย่างประหยัด เมื่อมีเงินเหลือใช้ต้องเก็บออม โดยฝากเงินไว้ที่สหกรณ์	7 (6.5)	62 (56.9)	20 (18.3)	20 (18.3)	109 (100.0)
9. สมาชิกสหกรณ์ทุกคนเป็นเจ้าของ สหกรณ์ จึงจำเป็นต้องติดตามการ บริหารงานของคณะกรรมการ ดำเนินการ	16 (14.7)	53 (48.6)	21 (19.3)	19 (17.4)	109 (100.0)

ตารางที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ความรู้สมาชิกกลุ่มเคย		ความรู้สมาชิกกลุ่มไม่เคย		จำนวน (คน)
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		
	น้อย	มาก	น้อย	มาก	
10. สหกรณ์ดำเนินธุรกิจโดยมีจุดมุ่งหมายไม่แสวงหากำไรจากสมาชิก	14 (12.8)	55 (50.5)	22 (20.2)	18 (16.5)	109 (100.0)
11. เมื่อสหกรณ์ดำเนินธุรกิจมีผลกำไร สมาชิกจะได้รับเงินปันผลตามหุ้นและเงินเฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจที่สมาชิกได้ใช้บริการของสหกรณ์	8 (7.3)	61 (56.1)	20 (18.3)	20 (18.3)	109 (100.0)
12. สหกรณ์ช่วยรักษาเสถียรภาพและตรึงราคาสินค้า และขณะเดียวกันยังช่วยยกระดับราคาผลิตผลให้สูงขึ้น เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ของสมาชิก	8 (7.3)	61 (56.0)	22 (20.2)	18 (16.5)	109 (100.0)
13. ธุรกิจของเอกชนที่เจริญก้าวหน้า เพราะสามารถทำกำไรได้สูงสุด แต่สหกรณ์ที่เจริญก้าวหน้าอยู่ที่สมาชิกมาใช้บริการของสหกรณ์มากที่สุด	11 (10.2)	58 (53.2)	20 (18.3)	20 (18.3)	109 (100.0)

ตารางที่ 11 (ต่อ)

รายการ	ความรู้สมาชิกกลุ่มเคย		ความรู้สมาชิกกลุ่มไม่เคย		จำนวน (คน)
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		
	น้อย	มาก	น้อย	มาก	
14. ระบบสหกรณ์จะช่วย กระจายผลประโยชน์ไปสู่ สมาชิกอย่างเป็นธรรมโดยการ ให้โอกาสแก่สมาชิกได้มีส่วน เป็นเจ้าของและควบคุมการ ดำเนินงานของสหกรณ์ อันจะ ทำให้ผลทางเศรษฐกิจตกเป็น ของสมาชิก เป็นการแก้ปัญหา ความเหลื่อมล้ำของรายได้ ซึ่ง เป็นเป้าหมายของการพัฒนา ทางเศรษฐกิจ	12 (11.0)	57 (52.3)	22 (20.2)	18 (16.5)	109 (100.0)

ความรู้ความเข้าใจด้านการดำเนินงานตลาดกลาง

สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง ในตารางที่ 12 รู้ว่าสหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจการตลาดรูปแบบหนึ่งมีหลักการที่จะให้สมาชิกซึ่งเป็นทั้งเจ้าของและผู้ให้บริการรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน จำนวนร้อยละ 54.1 สมาชิกสหกรณ์โดยทั่วไปผลิตสินค้าเกษตรออกจำหน่ายในฤดูกาลผลิตปีหนึ่ง ๆ เป็นจำนวนมากและสมาชิกรู้ว่าราคาผลิตผลเกษตรเป็นปัญหาอย่างหนึ่งเนื่องจากเมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วมักจะรีบขายให้พ่อค้าคนกลางที่อยู่ใกล้เคียงเพราะสมาชิกไม่มีผู้วางสำหรับเก็บ จำนวนร้อยละ 45.9 ในการบริหารงาน

ธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์ สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางไม่รู้ว่าคณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถด้านการซื้อขายผลิตภัณฑ์ตลอดจนการบริหารตลาดกลางของสหกรณ์ จำนวนร้อยละ 37.6 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางรู้ว่าการดำเนินธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากสมาชิก ผู้นำท้องถิ่น และคณะกรรมการดำเนินการ โดยมีผู้จัดการสหกรณ์เป็นกลจักรสำคัญที่จะบริหารงานให้เป็นไปตามทิศทางที่สหกรณ์กำหนดจำนวนร้อยละ 56.0 และรู้ว่าตลาดกลางหมายถึงตลาดที่ผู้ซื้อ ผู้ขาย มาพบปะซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากันจำนวนร้อยละ 58.8 และเห็นว่าการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาด สหกรณ์จำเป็นต้องทำการเผยแพร่อย่างต่อเนื่องจำนวนร้อยละ 56.1

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป
ด้านการดำเนินงานตลาดกลาง

(n = 109)

รายการ	ความรู้สมาชิกกลุ่มเคย		ความรู้สมาชิกกลุ่มไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		จำนวน (คน)
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		มาทำธุรกิจตลาดกลาง		
	น้อย	มาก	น้อย	มาก	
1. สหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจ การตลาดรูปแบบหนึ่งมีหลักการที่ จะให้สมาชิกซึ่งเป็นทั้งเจ้าของและ บริการรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือ ตนเองช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	10 (9.2)	59 (54.1)	19 (17.4)	21 (19.3)	109 (100.0)
2. ราคาผลิตภัณฑ์เกษตรเป็นปัญหา อย่างหนึ่งเนื่องมาจากสมาชิก สหกรณ์ทั่วไปเมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิต แล้วมักจะรีบขายให้พ่อค้า- คนกลางที่อยู่ใกล้เคียง เพราะ สมาชิกไม่มีผู้ชางสำหรับเก็บ	19 (17.4)	50 (45.9)	16 (14.7)	24 (22.0)	109 (100.0)

ตารางที่ 12 (ต่อ)

รายการ	ความรู้สมาชิกกลุ่มเคย		ความรู้สมาชิกกลุ่มไม่		จำนวน (คน)
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง		
	น้อย	มาก	น้อย	มาก	
3. คณะกรรมการดำเนินการของ สหกรณ์จำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถด้านการซื้อขาย ผลิตภัณฑ์ตลอดจนการบริหาร ตลาดกลางของสหกรณ์	41 (37.6)	28 (25.7)	25 (22.9)	15 (13.8)	109 (100.0)
4. การดำเนินงานธุรกิจตลาด กลางของสหกรณ์จำเป็นต้อง อาศัยความร่วมมือจากสมาชิก ผู้นำท้องถิ่นและคณะกรรมการ ดำเนินการ โดยมีผู้จัดการ สหกรณ์เป็นกลจักรสำคัญที่จะ บริหารงานให้เป็นไปตาม ทิศทางที่สหกรณ์กำหนด	8 (7.3)	61 (56.0)	19 (17.4)	21 (19.3)	109 (100.0)
5. ตลาดกลางหมายถึงตลาดที่ ผู้ซื้อผู้ขายมาพบปะซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้ากัน	5 (4.6)	64 (58.8)	20 (18.3)	20 (18.3)	109 (100.0)
6. การให้ข้อมูลข่าวสารการตลาด สหกรณ์จำเป็นต้องทำการ เผยแพร่อย่างต่อเนื่อง	8 (7.3)	61 (56.1)	20 (18.3)	20 (18.3)	109 (100.0)

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์

ในการศึกษาทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ศึกษาจากสมาชิกสหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด สหกรณ์นิคมพันชาลี จำกัด สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด และสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด สมาชิกมีทัศนคติต่อการบริหารงานตลาดกลางของสหกรณ์ดังนี้

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการดำเนินงานตลาดกลาง

สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติสูงเห็นว่า สหกรณ์ควรดำเนินธุรกิจให้ครบวงจรทั้งด้านสินเชื่อ การซื้อ การขาย รับฝากเงิน แปรรูป การส่งเสริมอาชีพ และในการดำเนินงานธุรกิจตลาดกลางคณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการและพนักงานการตลาดต้องสามารถให้คำแนะนำช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ของสมาชิกที่มาใช้บริการตลาดกลาง (คะแนนเฉลี่ย 4.47 และ 4.50 ตามลำดับ) ส่วนสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.95 และ 3.90 ตามลำดับ) ในการดำเนินธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์ต้องไม่มีกฎระเบียบมากเกินไป บางครั้งสมาชิกชนผลิตผลจากไร่นามาขายที่ตลาดกลางของสหกรณ์ แต่พ่อค้าประจำตลาดกลางไม่รับซื้อผลิตผลของสมาชิก สหกรณ์ต้องรับซื้อหรือรับฝากผลิตผลของสมาชิกรายนั้นไว้ก่อน ตลาดกลางของสหกรณ์ควรเปิดโอกาสให้สมาชิกนำผลิตผลมาฝากขายได้ โดยให้สหกรณ์คิดค่าบริการรับฝากขาย สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับสูง (คะแนนเฉลี่ย 4.33) ส่วนสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.85) แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วเห็นว่าสมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติด้านการดำเนินงานตลาดกลางในระดับสูง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 4.32 และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติในระดับปานกลาง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.88

ตารางที่ 13 ทศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการดำเนินงานตลาดกลาง

(n = 109)

รายการ	ทศนคติสมาชิกกลุ่มเคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง		ทศนคติสมาชิกกลุ่มไม่ เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. สหกรณ์ควรดำเนินธุรกิจให้ครบวงจรทั้ง ด้านสินเชื่อ การซื้อ การขาย รับฝากเงิน แปรรูป และส่งเสริมอาชีพ	4.47	สูง	3.95	ปานกลาง
2. คณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการ สหกรณ์และพนักงานการตลาดต้อง สามารถให้คำแนะนำและช่วยแก้ปัญหา ต่างๆ ของสมาชิกสหกรณ์ที่มาใช้บริการ ตลาดกลาง	4.50	สูง	3.90	ปานกลาง
3. ตลาดกลางของสหกรณ์ต้องไม่มี กฎระเบียบมากเกินไป	4.04	ปานกลาง	3.72	ปานกลาง
4. กรณีที่พ่อค้าประจำตลาดกลางของ สหกรณ์ไม่รับซื้อผลผลิตของสมาชิก สหกรณ์ สหกรณ์ต้องรับซื้อหรือรับฝาก ผลผลิตของสมาชิกสหกรณ์รายนั้นไว้ก่อน	4.27	สูง	3.97	ปานกลาง
5. ตลาดกลางของสหกรณ์ควรเปิดโอกาสให้ สมาชิกสหกรณ์นำผลผลิตมาฝากขายได้ โดยให้สหกรณ์คิดค่าบริการรับฝากขาย	4.33	สูง	3.85	ปานกลาง
รวม	4.32	สูง	3.88	ปานกลาง

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริการของตลาดกลาง

สมาชิกสหกรณ์กลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางเห็นว่า สหกรณ์ควรให้บริการขนส่งผลิตผลจากไร่นาของสมาชิกถึงตลาดกลางของสหกรณ์โดยคิดค่าขนส่งตามที่เป็นจริง ระดับทัศนคติสูง (คะแนนเฉลี่ย 4.23) และกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.57) ด้านอุปกรณ์ประจำตลาดกลางสหกรณ์ควรมีให้ครบถ้วน สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับสูง (คะแนนเฉลี่ย 4.39 และ 4.60 ตามลำดับ) ด้านการบริการอื่นๆ สหกรณ์ควรจัดให้มีโทรศัพท์ น้ำดื่ม ห้องน้ำ ห้องส้วมไว้บริการด้วย และสหกรณ์ควรเผยแพร่ความรู้ โฆษณาประชาสัมพันธ์งานตลาดกลางให้แก่สมาชิกและเกษตรกรทั่วไปทราบ แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วเห็นว่า สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติด้านการบริการของตลาดกลางในระดับสูง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 4.33 และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติในระดับปานกลาง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.96

ตารางที่ 14 ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการบริการของตลาดกลาง

(n = 109)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่	
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. สหกรณ์ควรให้บริการขนส่งผลิตผลจากไร่นาของสมาชิกถึงตลาดกลางของสหกรณ์โดยคิดค่าขนส่งตามที่เป็นจริง	4.23	สูง	3.57	ปานกลาง
2. สหกรณ์ควรมีอุปกรณ์ประจำตลาดกลางให้ครบถ้วน	4.39	สูง	4.60	สูง
3. สหกรณ์ควรจัดให้มีโทรศัพท์ น้ำดื่ม ห้องน้ำ ห้องส้วม ไว้บริการ	4.33	สูง	3.90	ปานกลาง

ตารางที่ 14 (ต่อ)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่ เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
4. สหกรณ์ควรเผยแพร่ความรู้ โฆษณา ประชาสัมพันธ์งานตลาดกลางให้แก่ สมาชิกและเกษตรกรทั่วไปทราบ	4.36	สูง	3.77	ปานกลาง
รวม	4.33	สูง	3.96	ปานกลาง

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านพ่อค้าประจำตลาดกลาง

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับสูง เห็นว่า พ่อค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้รับซื้อที่ตลาดกลางของสหกรณ์มีจำนวนมากราย (คะแนนเฉลี่ย 4.21) ส่วนสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.82) เห็นว่า การตีราคาผลผลิตของพ่อค้าประจำตลาดกลางของสหกรณ์เหมาะสม สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 2.84) ด้านการตรวจคุณภาพสินค้าควรเป็นหน้าที่ของพ่อค้าประจำตลาดกลาง สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 2.47) เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้ว สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติด้านพ่อค้าประจำตลาดกลางในระดับต่ำ จากนั้นหาคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.17 และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติด้านพ่อค้าประจำตลาดกลางในระดับปานกลาง จากนั้นหาคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.54

ตารางที่ 15 ทักษะคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านพ่อค้าประจำตลาดกลาง

(n = 109)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่ เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. พ่อค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้รับซื้อที่ตลาด กลางของสหกรณ์มีจำนวนมากราย	4.21	สูง	3.82	ปานกลาง
2. การที่ราคามูลค่าผลของพ่อค้าประจำ ตลาดกลางของสหกรณ์เหมาะสม	2.84	ต่ำ	3.42	ปานกลาง
3. การตรวจคุณภาพสินค้าควรเป็นหน้าที่ ของพ่อค้าประจำตลาดกลาง	2.47	ต่ำ	3.37	ปานกลาง
รวม	3.17	ต่ำ	3.54	ปานกลาง

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์และเงินทุน

สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับสูง เห็นว่าถ้าการบริหารงานตลาดกลางของสหกรณ์เข้มแข็งจะสามารถช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์ได้มากในด้านการต่อรองราคา (คะแนนเฉลี่ย 4.39) สมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.80) และสหกรณ์รวบรวมผลิตผลของสมาชิกหรือให้บริการด้านตลาดกลางมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกขายผลิตผลได้ราคาสูงสุด สหกรณ์ต้องจัดทำป้ายแสดงราคาซื้อขายผลิตผลประจำวันไว้ให้ผู้มาใช้บริการเห็นชัดเจน สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับสูง (คะแนนเฉลี่ย 4.36) ส่วนสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.62) ในการกำหนดราคาผลิตผลที่ซื้อขายผ่านตลาดกลางสหกรณ์ประจำวันต้องกำหนดราคาผลิตผลไม่ต่ำกว่าราคาซื้อขายของตลาดกลางภาคเอกชนที่อยู่ใกล้เคียง

การดำเนินงานธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์ต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนเพื่อรับซื้อผลิตผลของสมาชิกและเกษตรกรทั่วไปเป็นจำนวนเงินที่สูงมาก สมาชิกเห็นว่าระบบการจ่ายเงินค่าผลิตผลที่สมาชิกสหกรณ์นำมาขายที่ตลาดกลางของสหกรณ์ดีอยู่แล้ว และเห็นว่าเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการรับซื้อผลิตผลของสมาชิกสหกรณ์มีจำนวนน้อยเกินไป แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วเห็นว่า สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติด้านราคาผลิตผลและเงินทุนในระดับสูง จากคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 4.22 และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติในระดับปานกลาง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.67

ตารางที่ 16 ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านราคาผลิตผลและเงินทุน

(n = 109)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่ เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ถ้าการบริหารงานตลาดกลางของสหกรณ์เข้มแข็งจะสามารถช่วยเหลือสมาชิกสหกรณ์ได้มากในด้านการต่อรองราคา	4.39	สูง	3.80	ปานกลาง
2. สหกรณ์ดำเนินการรวบรวมผลิตผลของสมาชิก หรือให้บริการด้านการตลาดมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกขายผลิตผลได้ราคาสูงสุด	4.32	สูง	3.77	ปานกลาง
3. สหกรณ์ต้องจัดทำป้ายแสดงราคารับซื้อผลิตผลประจำวันให้ผู้มาใช้บริการเห็นชัดเจน	4.36	สูง	3.62	ปานกลาง
4. ราคาผลิตผลที่ซื้อขายผ่านตลาดกลางของสหกรณ์ประจำวันต้องไม่ต่ำกว่าราคาผลิตผลที่ซื้อขายของตลาดกลางภาคเอกชนที่อยู่ใกล้เคียง	4.11	ปานกลาง	3.57	ปานกลาง

ตารางที่ 16 (ต่อ)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่เคย	
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
5. ระบบการจ่ายเงินค่าผลิตผลที่สมาชิก สหกรณ์นำมาจากตลาดกลางของ สหกรณ์ที่อยู่แล้ว	4.11	ปานกลาง	3.77	ปานกลาง
6. เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการรับซื้อผลิตผล ของสมาชิกสหกรณ์มีจำนวนน้อยเกินไป	4.00	ปานกลาง	3.50	ปานกลาง
รวม	4.22	สูง	3.67	ปานกลาง

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการปฏิบัติงานของผู้จัดการและพนักงานสหกรณ์

สมาชิกที่เคยทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับสูงเห็นว่า การบริหารตลาดกลางของสหกรณ์ที่ดี ผู้จัดการต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการจัดการด้านตลาดกลาง (คะแนนเฉลี่ย 4.50) และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.90) ในการดำเนินงานตลาดกลางพนักงานประจำตลาดกลางของสหกรณ์ต้องมีความรู้ด้านการตรวจคุณภาพผลิตผลดีพอสมควร การปฏิบัติงานที่ตลาดกลางผู้จัดการสหกรณ์และพนักงานการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจหน้าที่การตลาดโดยส่วนรวมเพื่อให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ซื้อและผู้ขายทุกฝ่ายในตลาด เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วเห็นว่า สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติด้านการปฏิบัติงานของผู้จัดการและพนักงานสหกรณ์ในระดับสูง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 4.37 และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติในระดับปานกลาง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.79

ตารางที่ 17 ทักษะของสมาชิกสหกรณ์ด้านการปฏิบัติงานของผู้จัดการและพนักงานสหกรณ์

(n = 109)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่ เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. การบริหารงานตลาดกลางของสหกรณ์ ที่ดี ผู้จัดการสหกรณ์ต้องมีความรู้ความ สามารถเกี่ยวกับการจัดการด้าน ตลาดกลาง	4.50	สูง	3.90	ปานกลาง
2. พนักงานประจำตลาดกลางต้องมีความรู้ ด้านการตรวจคุณภาพผลผลิตเพื่อ สมควร	4.33	สูง	3.57	ปานกลาง
3. ผู้จัดการสหกรณ์และพนักงานการตลาด จำเป็นต้องเข้าใจหน้าที่การตลาดโดย ส่วนรวมเพื่อให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ซื้อ และผู้ขายทุกฝ่ายในตลาด	4.29	สูง	3.92	ปานกลาง
รวม	4.37	สูง	3.79	ปานกลาง

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการใช้บริการตลาดกลางของสมาชิกสหกรณ์

สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับสูง เห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ต้องนำผลผลิตที่มีคุณภาพดีมาขายที่ตลาดกลางของสหกรณ์ (คะแนนเฉลี่ย 4.25) และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.67) เมื่อสมาชิกสหกรณ์นำผลผลิตมาขายที่ตลาดกลาง สหกรณ์จะต้องหักความชื้นและสิ่งเจือปนทุกครั้งที่การหักความชื้นและสิ่งเจือปนมากเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สมาชิกไม่นำผลผลิตมาขายให้ และ

สมาชิกเห็นว่าทำเลที่ตั้งตลาดกลางของสหกรณ์เหมาะสมแล้ว เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วเห็นว่าสมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติด้านการใช้บริการตลาดกลางระดับปานกลาง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.97 สมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.73

ตารางที่ 18 ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการใช้บริการตลาดกลางของสมาชิกสหกรณ์

(n = 109)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่ เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. สมาชิกสหกรณ์ต้องนำผลิตภัณฑ์มี คุณภาพดีมาขายที่ตลาดกลางของ สหกรณ์	4.25	สูง	3.67	ปานกลาง
2. การหักความชื้นและสิ่งเจือปนมากเป็น สาเหตุหนึ่งที่ทำให้สมาชิกไม่นำผลิตผล มาขายให้	3.42	ปานกลาง	3.77	ปานกลาง
3. ทำเลที่ตั้งตลาดกลางของสหกรณ์เหมาะ สมแล้ว	4.25	สูง	3.77	ปานกลาง
รวม	3.97	ปานกลาง	3.73	ปานกลาง

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านตลาดกลางของเอกชน

สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับปานกลาง เห็นว่า ตลาดกลางของภาคเอกชนมีจำนวนมากกว่าของสหกรณ์และกระจายอยู่แทบทุกพื้นที่ (คะแนนเฉลี่ย 3.87) สมาชิกสหกรณ์โดยทั่วไปนิยมนำผลิตผลไปขายที่ตลาดกลางของเอกชนเนื่องจากเห็นว่าได้

รับความสะดวกสบายมากกว่า ด้านการตรวจคุณภาพผลิตผลของตลาดกลางเอกชนมีความยุติธรรมดีเท่ากับสหกรณ์ สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับต่ำ (คะแนนเฉลี่ย 2.83) ส่วนสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง มีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.52) และตลาดกลางของเอกชนมีกฎระเบียบน้อยกว่าตลาดกลางของสหกรณ์ เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วเห็นว่า สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติด้านตลาดกลางเอกชนในระดับต่ำ จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.31 และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติในระดับปานกลาง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.62

ตารางที่ 19 ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านตลาดกลางของเอกชน

(n = 109)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่ เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. ตลาดกลางของเอกชนมีจำนวนมากกว่า ของสหกรณ์และอยู่กระจายแทบทุกพื้นที่	3.87	ปานกลาง	3.65	ปานกลาง
2. สมาชิกสหกรณ์โดยทั่วไปนิยมนำผลิตผล ไปขายที่ตลาดกลางของเอกชนเนื่องจาก เห็นว่าได้รับความสะดวกสบายมากกว่า	3.16	ต่ำ	3.50	ปานกลาง
3. การตรวจคุณภาพผลิตผลของตลาดกลาง เอกชนมีความยุติธรรมดีเท่ากับสหกรณ์	2.83	ต่ำ	3.52	ปานกลาง
4. ตลาดกลางของเอกชนมีกฎระเบียบน้อยกว่า ตลาดกลางของสหกรณ์	3.36	ต่ำ	3.80	ปานกลาง
รวม	3.31	ต่ำ	3.62	ปานกลาง

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการกำหนดนโยบายการดำเนินงานตลาดกลาง

ในการดำเนินงานธุรกิจตลาดกลาง การจัดการตลาด หมายถึง การวิเคราะห์ การลงทุน การวางแผน การปฏิบัติงานและควบคุมแผนงานทางการตลาดที่กำหนดขึ้นเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน และการบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผน การบริหารผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สนองตอบความพึงพอใจของสมาชิก เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง มีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.93 และ 4.13 ตามลำดับ) ถ้าสหกรณ์มีการบริการขนส่งผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน การกำหนดราคาที่ยุติธรรมจะมีสมาชิกสหกรณ์มาใช้บริการตลาดกลางมากขึ้น การควบคุมติดตามผลการดำเนินงานตลาดกลางของสหกรณ์เป็นหน้าที่ของคณะกรรมการดำเนินการที่จะต้องรับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที เพื่อให้สามารถปรับการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น คณะกรรมการดำเนินการจะต้องเป็นผู้นำที่ดี ต้องสามารถดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบอยู่นั้นให้ลุล่วงไปด้วยดี เพื่อให้สมาชิกและบุคคลภายนอกเชื่อถือและไว้วางใจต่อระบบสหกรณ์ สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติระดับสูง (คะแนนเฉลี่ย 4.26, 4.35 และ 4.32 ตามลำดับ) ส่วนสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจและมีทัศนคติระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 3.83, 3.78 และ 3.88 ตามลำดับ) และคณะกรรมการดำเนินการจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดโครงสร้างองค์การเกี่ยวกับตลาดกลาง กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละกิจกรรม เพื่อให้การดำเนินงานราบรื่น ไม่ก้าวก่าวกันและเกิดผลดีที่สุด เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วเห็นว่า สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง มีทัศนคติด้านการกำหนดนโยบายในระดับสูง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 4.14 และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางมีทัศนคติในระดับปานกลาง จากน้ำหนักคะแนนเฉลี่ยรวม (weight mean score) 3.73

ตารางที่ 20 ทศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านการกำหนดนโยบายการดำเนินงานตลาดกลาง

(n = 109)

รายการ	ทศนคติสมาชิกกลุ่มเคย		ทศนคติสมาชิกกลุ่มไม่	
	มาทำธุรกิจตลาดกลาง		เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
1. การจัดการตลาดหมายถึงการวิเคราะห์การลงทุน การวางแผน การปฏิบัติงานและการควบคุม แผนงานทางการตลาดที่กำหนดขึ้นเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน	3.93	ปานกลาง	3.45	ปานกลาง
2. การบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผนและการบริหารผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สนองตอบความพึงพอใจของสมาชิกและเพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ของสหกรณ์	4.13	ปานกลาง	3.70	ปานกลาง
3. ถ้าสหกรณ์มีการบริการขนส่งผลิตภัณฑ์ ตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน และการกำหนดราคายุติธรรมจะมีสมาชิกสหกรณ์มาใช้บริการตลาดกลางมากขึ้น	4.26	สูง	3.83	ปานกลาง
4. คณะกรรมการดำเนินการจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดโครงสร้างองค์การเกี่ยวกับตลาดกลาง กำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบในแต่ละกิจกรรมเพื่อให้ดำเนินงานราบรื่นไม่ก้าวถ่วงกันและเกิดผลดีที่สุด	3.86	ปานกลาง	3.75	ปานกลาง

ตารางที่ 20 (ต่อ)

รายการ	ทัศนคติสมาชิกกลุ่มเคย มาทำธุรกิจตลาดกลาง		ทัศนคติสมาชิกกลุ่มไม่ เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
5. การควบคุมติดตามผลการดำเนินงาน ตลาดกลางของสหกรณ์ เป็นหน้าที่ของ คณะกรรมการดำเนินการ ที่จะต้องรับ ทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที เพื่อให้สามารถปรับการดำเนินงานให้มี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น	4.35	สูง	3.78	ปานกลาง
6. คณะกรรมการดำเนินการจะต้องเป็นผู้นำ ที่ดี ต้องสามารถดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบ อยู่นั้นให้ลุล่วงไปด้วยดี เพื่อให้สมาชิก และบุคคลภายนอกเชื่อถือและไว้วางใจ ต่อระบบสหกรณ์	4.32	สูง	3.88	ปานกลาง
รวม	4.14	สูง	3.73	ปานกลาง

ข้อคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์

สมาชิกสหกรณ์ได้เสนอแนะข้อคิดเห็นในการแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานตลาดกลางของสหกรณ์ สรุปได้ดังนี้

1. ต้องการให้สหกรณ์มีเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจตลาดกลางให้เพียงพอ และทันกับระยะที่ผลิตผลออกสู่ตลาด
2. การดำเนินธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์มีการให้บริการดีอยู่แล้ว แต่ต้องการให้สหกรณ์ลดกฎระเบียบต่าง ๆ ให้น้อยลง เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

3. สหกรณ์ควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานตลาดกลาง ตลอดจนผลประโยชน์ที่สมาชิกจะได้รับอย่างทั่วถึง และต่อเนื่องตลอดเวลา
4. สหกรณ์ต้องรักษาชื่อเสียงของตลาดกลาง มีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน มีความยุติธรรมในการชั่ง ตวง วัด
5. ราคาผลิตผลที่ตลาดกลางของสหกรณ์รับซื้อต้องไม่ต่ำกว่าราคาผลิตผลที่ตลาดกลางของเอกชน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากสมมติฐานในการวิจัย (research hypothesis)

สมมติฐานที่ 1 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีระดับความรู้ ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ t-test จากกลุ่มสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 69 คน มีค่าเฉลี่ย (mean) ด้านความรู้ = 20.289 จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน และกลุ่มสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 40 คน มีค่าเฉลี่ย (mean) ด้านความรู้ = 12.200 จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน (ตารางที่ 21) และผลจากการทดสอบความแตกต่างด้านระดับความรู้ความเข้าใจ เรื่องสหกรณ์ทั่วไป โดย t-test แบบ 2-Tail ค่า t (t-value) จากการคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ = 5.84 ความถี่ (df) = 107 ค่าความน่าจะเป็น 2-Tail Sig=0.000 โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha=0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยอมรับว่า สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์แตกต่างกัน โดยเมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้ว สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางจะมีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป มากกว่าสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง

ตารางที่ 21 ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปของสมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง และกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	t-value	2-tail Sig
กลุ่มที่มาทำธุรกิจ	69	20.289	5.84	0.000
กลุ่มที่ไม่มาทำธุรกิจ	40	12.200		

ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ df = 107

สมมติฐานที่ 2 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรไม่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ t-test จากกลุ่มสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 69 คน มีค่าเฉลี่ย (mean) = 136.971 จากคะแนนเต็ม 170 คะแนน กลุ่มสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 40 คน มีค่าเฉลี่ยด้านทัศนคติ (mean) = 127.400 จากคะแนนเต็ม 170 คะแนน (ตารางที่ 22) และผลจากการทดสอบความแตกต่างโดย t-test แบบ 2-Tail ค่า t (t-value) จากการคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ = 3.17 ความถี่ (df) = 107 ค่าความน่าจะเป็น 2-Tail Sig = 0.002 โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยอมรับว่า สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรแตกต่างกัน โดยเมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้ว สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางจะมีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางอยู่ในระดับสูงมากกว่าสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง

ตารางที่ 22 ทักษะคิดด้านการบริหารงานตลาดกลางของสมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง และกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง

รายการ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	t-value	2-tail Sig
กลุ่มที่มาทำธุรกิจ	69	136.971	3.17	0.002
กลุ่มที่ไม่มาทำธุรกิจ	40	127.400		

ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ $df = 107$

สมมติฐานที่ 3 ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์หลักการ และวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำ ตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกไม่มีความสัมพันธ์กัน

การทดสอบสมมติฐาน ค่าสถิติที่ใช้ คือ ไคสแควร์ (Chi - square) จากกลุ่มสมาชิก สหกรณ์จำนวน 109 คน ด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิก จากการคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์มีค่าเฉลี่ย (mean) = 17.321 จาก คะแนนเต็ม 25 คะแนน ค่าไคสแควร์ (χ^2) = 29.640 ความถี่ (df) = 1 ค่าความน่าจะเป็น Significance = 0.000 (ตารางที่ 23) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยอมรับว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกมีความสัมพันธ์กัน โดยเมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้ว สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางจำนวน 69 คน มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปมากจำนวน 58 คน หรือร้อยละ 53.2 และมีความรู้น้อยจำนวน 11 คน หรือร้อยละ 10.1 ส่วนสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 40 คน มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปมากจำนวน 13 คน หรือร้อยละ 11.9 และมีความรู้น้อยจำนวน 27 คน หรือร้อยละ 24.8 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าถ้าสมาชิกสหกรณ์มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปมากจะมาทำธุรกิจตลาดกลางเพิ่มมากขึ้นด้วย และถ้าสมาชิกสหกรณ์มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปน้อย จะมาทำธุรกิจตลาดกลางน้อยตามไปด้วย

ตารางที่ 23 ความสัมพันธ์ด้านความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลาง

สมาชิก	ความรู้น้อย	ความรู้มาก	รวม
มาทำธุรกิจตลาดกลาง	11 (10.1)	58 (53.2)	69 (63.3)
ไม่มาทำธุรกิจตลาดกลาง	27 (24.8)	13 (11.9)	40 (36.7)
รวม	38 (34.9)	71 (65.1)	109 (100.0)

$$\chi^2 = 29.640, \text{ df} = 1, \text{ mean} = 17.321, \text{ Sig} = 0.000$$

สมมติฐานที่ 4 ทักษะคิดด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกไม่มีความสัมพันธ์กัน

การทดสอบสมมติฐานค่าสถิติที่ใช้คือ ไคสแควร์ (Chi-square) จากสมาชิกสหกรณ์จำนวน 109 คน ทักษะคิดด้านการบริหารงานตลาดกลางมีค่าเฉลี่ย (mean) = 133.459 จากคะแนนเต็ม 170 คะแนน ค่าไคสแควร์ (χ^2) = 9.942 ความถี่ (df) = 2 ค่าความน่าจะเป็น Significance = 0.006 (ตารางที่ 24) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ และยอมรับว่า ทักษะคิดด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกมีความสัมพันธ์กัน โดยเมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้ว จากสมาชิกจำนวน 109 คน แบ่งออกเป็นสมาชิกที่มีทักษะคิดระดับต่ำ จำนวน 15 คน หรือร้อยละ 13.8 ระดับปานกลางจำนวน 60 คน หรือร้อยละ 55.4 และระดับสูงจำนวน 34 คน หรือร้อยละ 30.8 สมาชิกที่มีทักษะคิดระดับต่ำจะมาทำธุรกิจตลาดกลางจำนวน 4 คน หรือร้อยละ 3.7 ไม่มาทำธุรกิจตลาดกลางจำนวน 11 คน หรือร้อยละ 10.1 สมาชิกที่มีทักษะคิดระดับปานกลางจะมาทำธุรกิจตลาดกลางจำนวน 42 คน หรือร้อยละ 38.9 ไม่มาทำธุรกิจตลาดกลางจำนวน 18 คน หรือร้อยละ 16.5 และสมาชิกที่มีทักษะคิดระดับสูงจะมาทำธุรกิจตลาด

กลางจำนวน 23 คน หรือร้อยละ 20.7 ไม่มาทำธุรกิจตลาดกลางจำนวน 11 คน หรือร้อยละ 10.1 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าถ้าสมาชิกมีทัศนคติระดับต่ำจะมาทำธุรกิจตลาดกลางน้อย สมาชิกที่มีทัศนคติระดับปานกลางและระดับสูงจะมาทำธุรกิจตลาดกลางมาก

ตารางที่ 24 ความสัมพันธ์ด้านทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์และการมาทำธุรกิจตลาดกลาง

สมาชิก	ทัศนคติ			จำนวน (คน)
	ต่ำ	ปานกลาง	สูง	
มาทำธุรกิจตลาดกลาง	4 (3.7)	42 (38.9)	23 (20.7)	69 (63.3)
ไม่มาทำธุรกิจตลาดกลาง	11 (10.1)	18 (16.5)	11 (10.1)	40 (36.7)
รวม	15 (13.8)	60 (55.4)	34 (30.8)	109 (100.0)

$$\chi^2 = 9.942, df = 2, \text{mean} = 133.459, \text{Sig} = 0.006$$

บทที่ 5
สรุปผลและข้อเสนอแนะ
(SUMMARY AND RECOMMENDATION)

สรุปผลการวิจัย
(Summary)

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ที่มีผลต่อฝ่ายบริหาร และฝ่ายจัดการ ในการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัด พิษณุโลก โดยรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์ จำนวน 6 สหกรณ์ ได้แก่ สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด สหกรณ์นิคมพันชาติ จำกัด สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด และสหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด จำนวน 109 คน ปรากฏผลการศึกษาดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวนร้อยละ 60.6 มีอายุเฉลี่ย 45 ปี การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา นับถือศาสนาพุทธ บุคคลภายในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน และบุคคลภายในครัวเรือนที่ทำการเกษตรเฉลี่ย 3 คน สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่สมรสแล้ว และอยู่ด้วยกัน จำนวนร้อยละ 89.9 ระยะเวลาที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป จำนวนร้อยละ 42.2 มีอาชีพทำนา จำนวนร้อยละ 98.2 พื้นที่ถือครองทำการเกษตรเฉลี่ยครอบครัวละ 27 ไร่ ผลิตผลข้าวเปลือกที่ได้เฉลี่ย 14 ตัน รายได้ส่วนใหญ่มาจากการขายข้าวเปลือก จำนวนร้อยละ 95.4 สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำการเกษตรปีละ 30,001-60,000 บาท จำนวนร้อยละ 35.8 รองลงไปมีรายได้ปีละ 60,001-90,000 บาท จำนวนร้อยละ 27.5 และสมาชิกสหกรณ์นำผลิตผลมาขายที่ตลาดกลางของสหกรณ์ จำนวนร้อยละ 63.3

ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป

การศึกษาความแตกต่างของระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ ของสมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่

ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้สถิติ t-test ทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ผลจากการคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ สมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางจำนวน 69 คน และไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางจำนวน 40 คน มีค่า t (t-value) = 5.84 ค่าความน่าจะเป็น 2 - Tail Sig = 0.000 (ตารางที่ 21) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า “กลุ่มสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน” และยอมรับว่า “กลุ่มสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกมีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์แตกต่างกัน”

จากตารางที่ 21 สมาชิกสหกรณ์ที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 69 คน มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ค่าเฉลี่ย 20.289 จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน และสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 40 คน มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ค่าเฉลี่ย = 12.200 จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ด้านระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ผลจากการคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ สมาชิกสหกรณ์ทั้งหมดจำนวน 109 คน มีค่าเฉลี่ยด้านความรู้ (mean) = 17.321 จากคะแนนเต็ม 25 คะแนน ค่าไคสแควร์ (χ^2) = 29.640 ค่าความน่าจะเป็น Significance = 0.000 (ตารางที่ 23) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า “ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิก และการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ไม่มีความสัมพันธ์กัน” และยอมรับว่า “ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ของสมาชิก และการทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีความสัมพันธ์กัน”

จากตารางที่ 23 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 69 คน ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการสหกรณ์ มีความรู้ร้อยละ 11 คน หรือร้อยละ 10.1 มีความรู้มาก จำนวน 58 คน หรือร้อยละ 53.2 ของสมาชิกซึ่งเป็นประชากรตัวอย่างทั้งหมด และสมาชิกกลุ่มไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 40 คน มีความรู้ร้อยละ 27 คน หรือร้อยละ 24.8 มีความรู้มาก จำนวน 13 คน หรือร้อยละ 11.9 ของสมาชิกซึ่งเป็นประชากรตัวอย่างทั้งหมด

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

การศึกษาความแตกต่างด้านทัศนคติของสมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้สถิติ t-test ทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ผลจากการคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ สมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 69 คน และไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 40 คน มีค่า t (t-value) = 3.17 ค่าความน่าจะเป็น 2 - Tail Sig = 0.002 (ตารางที่ 22) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า "สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรไม่แตกต่างกัน" และยอมรับว่า "สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก มีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรแตกต่างกัน"

จากตารางที่ 22 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 69 คน มีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลาง ค่าเฉลี่ย (mean) = 136.971 จากคะแนนเต็ม 170 คะแนน และสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 40 คน มีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลาง ค่าเฉลี่ย (mean) = 127.400 จากคะแนนเต็ม 170 คะแนน

จากการศึกษาความสัมพันธ์ด้านการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตรของสมาชิกสหกรณ์และการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก โดยใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ $\alpha = 0.05$ ผลจากการคำนวณด้วยคอมพิวเตอร์ สมาชิกทั้งหมดจำนวน 109 คน มีค่า

เฉลี่ยด้านทัศนคติ (mean) = 133.459 จากคะแนนเต็ม 170 คะแนน ค่าไคสแควร์ (χ^2) = 9.942 ค่าความน่าจะเป็น Significance = 0.006 (ตารางที่ 24) จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า "ทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลผลิตเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก ไม่มีความสัมพันธ์กัน" และยอมรับว่า "ทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางผลผลิตเกษตรของสหกรณ์ และการมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลผลิตเกษตรประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกมีความสัมพันธ์กัน"

จากตารางที่ 24 สมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 69 คน มีทัศนคติระดับต่ำ จำนวน 4 คน หรือร้อยละ 3.7 มีทัศนคติระดับปานกลาง จำนวน 42 คน หรือร้อยละ 38.9 และมีทัศนคติระดับสูง จำนวน 23 คน หรือร้อยละ 20.7 สมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง จำนวน 40 คน มีทัศนคติระดับต่ำ จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 10.1 มีทัศนคติระดับปานกลาง จำนวน 18 คน หรือร้อยละ 16.5 และมีทัศนคติระดับสูง จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 10.1

ข้อเสนอแนะ (Recommendation)

จากวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปด้านอุดมการณ์ หลักการ วิธีการสหกรณ์ และทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางของสมาชิกกลุ่มที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง และกลุ่มที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่ตลาดกลางผลผลิตเกษตร ประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานธุรกิจตลาดกลางและเป็นแนวทางสำหรับฝ่ายบริหาร ฝ่ายจัดการ ตลอดจนผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบการกำหนดนโยบายการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก ซึ่งอาจสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. กลุ่มสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางและกลุ่มสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง มีระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปด้านอุดมการณ์ หลักและวิธีการสหกรณ์แตกต่างกัน
2. ระดับความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปด้านอุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ของสมาชิก และการมาทำธุรกิจตลาดกลางมีความสัมพันธ์กัน

3. กลุ่มสมาชิกที่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง และกลุ่มสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลาง มีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางแตกต่างกัน

4. ทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางของสมาชิกและการมาทำธุรกิจตลาดกลางมีความสัมพันธ์กัน

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สหกรณ์ต่าง ๆ ในจังหวัดพิษณุโลกที่ดำเนินธุรกิจตลาดกลางควรแก้ไขปรับปรุงดังต่อไปนี้

1. สหกรณ์ควรเผยแพร่ความรู้ด้านอุดมการณ์ หลักการ และวิธีการสหกรณ์ ตลอดจนการดำเนินงานตลาดกลางของสหกรณ์ไปยังสมาชิกให้มากขึ้น โดยเฉพาะสมาชิกที่ไม่เคยมาทำธุรกิจตลาดกลางที่มีจำนวนสูงถึงร้อยละ 36.7 ของสมาชิกทั้งหมด เพื่อให้สมาชิกกลุ่มนี้มีความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไปมากขึ้น และสร้างทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางให้อยู่ในระดับสูง เนื่องจากถ้าสมาชิกมีความรู้มากขึ้นและมีทัศนคติอยู่ในระดับสูง สมาชิกกลุ่มนี้จะมาใช้บริการตลาดกลางเพิ่มมากขึ้นด้วย

2. สหกรณ์ควรเผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานตลาดกลางของสหกรณ์ไปยังสมาชิกและเกษตรกรทั่วไปอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา โดยเน้นด้านผลประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมาใช้บริการตลาดกลาง สหกรณ์จะมีการตรวจคุณภาพสินค้า การชั่ง ตวง วัด ที่ได้มาตรฐาน การกำหนดราคาสินค้าที่ยุติธรรม ราคาผลิตผลที่รับซื้อจะไม่แตกต่างจากราคาผลิตผลของตลาดกลางภาคเอกชนที่อยู่ใกล้เคียง

3. สหกรณ์ควรสร้างทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ ด้านการใช้บริการตลาดกลางให้มีระดับสูงขึ้น คณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการสหกรณ์ และพนักงานการตลาดจะต้องแนะนำให้สมาชิกนำผลิตผลที่มีคุณภาพดีมาขายที่ตลาดกลาง และที่สหกรณ์ต้องหักความชื้นและสิ่งเจือปนจากผลิตผลที่สมาชิกหรือเกษตรกรทั่วไปนำมาขายจะอยู่ในกฎเกณฑ์ตามมาตรฐานสากล จะไม่มีการเอาเปรียบสมาชิกหรือเกษตรกรทั่วไปที่มาใช้บริการตลาดกลางของสหกรณ์

4. สหกรณ์ควรสร้างทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ด้านพ่อค้าประจำตลาดกลางให้มีระดับสูงขึ้น คณะกรรมการดำเนินการจะต้องกำหนดวิธีปฏิบัติของพ่อค้าประจำตลาดกลางให้ชัดเจน โดยเน้นให้มีการตรวจคุณภาพสินค้า การชั่ง ตวง วัด ที่ได้มาตรฐาน และการตีราคาผลิตผลจะต้องเหมาะสม ยุติธรรม คณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการสหกรณ์และพนักงานการตลาดต้องสอดส่องดูแลอย่างใกล้ชิด ต้องสามารถให้คำแนะนำและช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ของสมาชิกสหกรณ์ ตลอดจนเกษตรกรทั่วไปที่มาใช้บริการตลาดกลางของสหกรณ์

5. สหกรณ์ควรสร้างระบบเครือข่ายข้อมูลสื่อสารให้ทันสมัย ติดตามข่าวสารการตลาดทุกระยะ และประการสำคัญต้องติดตามการเปลี่ยนแปลงราคาผลผลิตประจำวัน และปรับราคารับซื้อผลผลิตให้สอดคล้องกับราคาผลผลิตที่เปลี่ยนแปลงไป

6. ด้านการบริหารงานของตลาดกลางสหกรณ์ คณะกรรมการดำเนินการต้องกำหนดโครงสร้างการดำเนินงานให้ชัดเจน มีการมอบหมายงานและติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานทุกระยะ เพื่อประเมินและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น กฎระเบียบต่าง ๆ ที่ล้ำสมัยต้องยกเลิกและปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

7. สหกรณ์ควรขอให้กรมส่งเสริมสหกรณ์ จัดฝึกอบรมด้านการบริหารงานตลาดกลางให้คณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการสหกรณ์และพนักงานการตลาดมีความรู้ ความสามารถด้านการบริหารงานตลาดกลางให้มากขึ้น

8. สหกรณ์ควรขอให้กรมส่งเสริมสหกรณ์สนับสนุนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้สหกรณ์กู้เป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนจัดหาอุปกรณ์ประจำตลาดกลางให้ครบถ้วน

การวิจัยเรื่อง ทักษะคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลผลิตเกษตร ประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลกครั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าสถิติใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC และได้สรุปผลการวิจัยตามที่กล่าวข้างต้น หากคณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการสหกรณ์ และพนักงานสหกรณ์ ตลอดจนผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องได้แก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานตลาดกลางของสหกรณ์ แนะนำส่งเสริมให้สมาชิกสหกรณ์มีความรู้และมีทัศนคติด้านการบริหารงานตลาดกลางอยู่ในระดับสูงขึ้น ก็จะส่งผลต่อเนื่องให้การบริหารงานตลาดกลางประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจสูงขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการค้าภายใน. 2534. ระเบียบกรมการค้าภายในเรื่องการส่งเสริมการจัดตั้งตลาด
กลางสินค้าเกษตร พ.ศ. 2534. กรุงเทพฯ: กรมการค้าภายใน.

กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2532. คู่มือการสอนวิชาสหกรณ์ในโรงเรียน. กรุงเทพฯ:
กองวิชาการ กรมส่งเสริมสหกรณ์.

กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2536. การสหกรณ์ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กองวิชาการ
กรมส่งเสริมสหกรณ์.

ฉลอง ภิมรัตน์. 2521. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: ประจักษ์การพิมพ์.

เทียนฉาย กิระนันท์. 2537. สังคมศาสตร์วิจัย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ประยงค์ สายประเสริฐ. 2538. การบริหารงานสหกรณ์. เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยี-
การเกษตรแม่โจ้.

ปัญญา นีร์ญรัศมี, วิชาวี พิจิตบันดาล และลัดดา พิศาลบุตร. เศรษฐศาสตร์เกษตรและ
สหกรณ์. 2534. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พลุ สัตถาภรณ์. 2533. การบริหารงานสหกรณ์. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2532. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ:
ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2535. กลยุทธ์การตลาดกรณีศึกษาและข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ศิริวรรณ สัจจขานนท์. 2525. การจัดการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

สมคิด ทักษิณวิสุทธิ. 2531. หลักการตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพฯ.

สยมพร โยธาสมุทร, วินัย อัจจงหาญ และนุกูล กรยีนยงค์. 2526. การจัดการสหกรณ์.

กรุงเทพฯ: กรมการฝึกหัดครู.

สหกรณ์การเกษตรวัดโบสถ์ จำกัด, สำนักงาน. 2540 รายงานกิจการประจำปี. พิษณุโลก.

สหกรณ์การเกษตรวังทอง จำกัด, สำนักงาน. 2540 รายงานกิจการประจำปี. พิษณุโลก.

สหกรณ์การเกษตรบางกระทุ่ม จำกัด, สำนักงาน. 2540. รายงานกิจการประจำปี.

พิษณุโลก.

สหกรณ์นิคมวังทอง จำกัด, สำนักงาน. 2540 รายงานกิจการประจำปี. พิษณุโลก.

สหกรณ์นิคมเนินมะปราง จำกัด, สำนักงาน. 2540 รายงานกิจการประจำปี. พิษณุโลก.

สหกรณ์นิคมพันชาลี จำกัด, สำนักงาน. 2540 รายงานกิจการประจำปี. พิษณุโลก.

สหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก, สำนักงาน. 2540. รายงานผลการดำเนินงานธุรกิจตลาดกลาง.

พิษณุโลก.

โสภา ชูพิกุลชัย และอรทัย ชื่นมณูชัย. 2518. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์

การศาสนา.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2526. การตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อารี วิบูลย์พงศ์. 2532. การวิเคราะห์การตลาดเกษตร. เชียงใหม่: คณะเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อุดม เขยทิววงศ์ และ นคร จิโรจนพันธ์. 2524. หลักและวิธีการสหกรณ์. กรุงเทพฯ.

Yamane, Taro. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. Tokyo: Harper
International Edition.





ภาควิชา



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

ทัศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตร
ประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกสหกรณ์

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง
ชื่อ.....นามสกุล.....

1. เพศ () 1
 - () 1. ชาย
 - () 2. หญิง
2. อายุ ปี () () 2-3
3. ระดับการศึกษา () 4
 - () 1. ต่ำกว่า ป. 4
 - () 2. ป. 4 - ป. 6
 - () 3. ม.1 - ม.6 หรือ ปวช. หรือสูงกว่า
4. ศาสนา () 5
 - () 1. พุทธ
 - () 2. อื่น ๆ ระบุ.....
5. บุคคลภายในครัวเรือนทั้งหมด จำนวน คน () () 6-7
 - () 1. ทำการเกษตร.....คน
 - () 2. คนชรา/เด็ก.....คน
 - () 3. กำลังศึกษา.....คน
6. สถานภาพการสมรส () 8
 - () 1. โสด
 - () 2. สมรสแล้วและอยู่ด้วยกัน
 - () 3. สมรสแล้วและแยกกันอยู่
 - () 4. หย่าร้าง
 - () 5. หม้าย

7. ระยะเวลาที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ () 9
- () 1. 1 - 5 ปี
- () 2. 6 - 10 ปี
- () 3. 3 - 10 ปีขึ้นไป
8. อาชีพปัจจุบัน () 10
- () 1. ทำนา จำนวน.....ไร่ () () 11-12
- () 2. ทำสวน จำนวน.....ไร่ () () 13-14
- () 3. อื่น ๆ ระบุ..... () () 15-16
9. ผลผลิตที่ปลูกในรอบปีที่ผ่านมา () 17
- () 1. ข้าวเปลือก จำนวน ไร่ () () 18-19
- () 2. ข้าวโพด จำนวนไร่ () () 20-21
- () 3. อื่น ๆ ระบุ..... จำนวน ไร่ () () 22-23
10. ราคาผลผลิตที่ขายได้ () 24
- () 1. ผลไม้ กก. ละ บาท () () () () 25-28
- () 2. ข้าวเปลือก กก. ละ..... บาท () () () () 29-32
- () 3. ข้าวโพด กก. ละบาท () () () () 33-36
- () 4.กก. ละ.....บาท () () () () 37-40
- () 5. กก. ละบาท
11. รายได้ในรอบปีที่ผ่านมาจากการทำการเกษตร () () () () () ()
- () 1. ต่ำกว่าปีละ 10,000 บาท 41 - 46
- () 2. ปีละ 10,001 - 30,000 บาท
- () 3. ปีละ 30,001 - 60,000 บาท
- () 4. ปีละ 60,000 - 90,000 บาท
- () 5. ปีละ 90,001 - 120,000 บาท
- () 6. ปีละ 120,001 บาทขึ้นไป
12. รายได้อื่น ๆ ระบุ..... () () () () () ()
- 47 - 52

13. ในรอบปีที่ผ่านมา นำผลิตผลมาขายที่ตลาดกลางของสหกรณ์ () 53
- () 1. เคย
- () 2. ไม่เคย

ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเรื่องสหกรณ์ทั่วไป

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่เห็นว่าถูกต้อง
(ตอบถูกได้ 1 คะแนน ตอบผิดหรือไม่รู้ได้ 0 คะแนน)

1. เกษตรกรที่มีคุณสมบัติตามข้อบังคับของสหกรณ์ประสงค์จะสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ได้ () 54
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้
2. การสมัครเป็นสมาชิกสหกรณ์ให้สมัครได้ที่ผู้จัดการสหกรณ์โดยไม่ต้องผ่านที่ประชุมกลุ่มลงมติรับเข้าเป็นสมาชิก () 55
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้
3. สมาชิกสหกรณ์สามารถสอบถามติดตามการทำงานของผู้จัดการได้ตลอดเวลา () 56
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้
4. เมื่อสหกรณ์นัดประชุมกลุ่มเพื่อชี้แจงผลการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ เป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนต้องเข้าร่วมประชุม () 57
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้

5. ในฐานะที่เป็นสมาชิกสหกรณ์จะต้องเข้าร่วมประชุมใหญ่สามัญประจำปีทุกครั้ง () 58
ยกเว้นการประชุมใหญ่สามัญโดยผู้แทนสหกรณ์ สมาชิกไม่ต้องไปร่วมประชุมได้
() ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
6. การดำเนินงานของสหกรณ์ยึดหลักประชาธิปไตยเป็นสำคัญ ในการประชุมกลุ่ม () 59
หรือประชุมใหญ่สามัญ การออกเสียงลงมติเรื่องใดเรื่องหนึ่งออกเสียงแทนกัน
ไม่ได้
() ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
7. สหกรณ์เป็นองค์การธุรกิจซึ่งยึดหลักประชาธิปไตยเป็นพื้นฐาน อำนาจสูงสุด () 60
ย่อมมาจากมวลสมาชิกในที่ประชุมใหญ่สามัญประจำปีในการกำหนดนโยบาย
การดำเนินงานของสหกรณ์
() ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
8. คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์จำเป็นต้องเลือกตั้งจากที่ประชุมใหญ่ () 61
() ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
9. การให้การศึกษาอบรมสมาชิกสหกรณ์ด้านอุดมการณ์ หลักการและวิธีการ () 62
สหกรณ์เป็นสิ่งจำเป็น
() ถูก
() ผิด
() ไม่รู้

10. สหกรณ์เป็นองค์การที่เกิดขึ้นจากการร่วมมือกันโดยสมัครใจ หมายความว่า () 63
ความต้องการ ความเดือดร้อน หรือความสนใจร่วมกันจะก่อให้เกิดการรวมตัว
กันเป็นกลุ่มหรือเป็นสหกรณ์ขึ้นมาเพื่อร่วมมือกันแก้ปัญหาต่าง ๆ
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
11. อุดมการณ์สหกรณ์อันสูงสุดต้องการให้สมาชิกกินดีอยู่ดี มีสุขโดยการช่วย () 64
ตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
12. สหกรณ์เป็นนิติบุคคลจำเป็นต้องช่วยเหลือสังคมด้วย () 65
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
13. ปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจตกต่ำสมาชิกสหกรณ์สามารถช่วยชาติบ้านเมืองได้ () 66
โดยการขยันทำมาหากินและใช้จ่ายอย่างประหยัด เมื่อมีเงินเหลือใช้ต้องเก็บ
ออมโดยฝากเงินไว้ที่สหกรณ์
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
14. สมาชิกสหกรณ์ทุกคนเป็นเจ้าของสหกรณ์จึงจำเป็นต้องติดตามการบริหารงาน () 67
ของคณะกรรมการดำเนินการ
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้

15. สหกรณ์ดำเนินธุรกิจโดยมีจุดมุ่งหมายไม่แสวงหากำไรจากสมาชิก () 68
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้
16. เมื่อสหกรณ์ดำเนินธุรกิจมีผลกำไรสมาชิกจะได้รับเงินปันผลตามหุ้น และเงิน () 69
เฉลี่ยคืนตามส่วนธุรกิจที่สมาชิกได้ใช้บริการของสหกรณ์
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้
17. ธุรกิจเอกชนที่เจริญก้าวหน้าเพราะสามารถทำกำไรได้สูงสุด แต่สหกรณ์ที่ () 70
เจริญก้าวหน้าอยู่ที่สมาชิกมาใช้บริการของสหกรณ์มากที่สุด
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้
18. สหกรณ์ช่วยรักษาเสถียรภาพและตรึงราคาสินค้าและขณะเดียวกันยังช่วยยก () 71
ระดับราคาผลิตผลให้สูงขึ้น เพื่อคุ้มครองผลประโยชน์ของสมาชิก
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้
19. ระบบสหกรณ์จะช่วยกระจายผลประโยชน์ไปสู่สมาชิกสหกรณ์อย่างเป็นธรรม () 72
โดยการให้โอกาสแก่สมาชิกได้มีส่วนเป็นเจ้าของและควบคุมการดำเนินงาน
ของสหกรณ์ อันจะทำให้ผลทางเศรษฐกิจตกเป็นของสมาชิกเป็นการแก้
ปัญหาความเหลื่อมล้ำของรายได้ ซึ่งเป็นเป้าหมายของการพัฒนาทาง
เศรษฐกิจ
- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้

20. สหกรณ์เป็นองค์การทางเศรษฐกิจการตลาดรูปแบบหนึ่ง มีหลักการที่จะให้สมาชิกซึ่งเป็นทั้งเจ้าของและผู้ให้บริการรวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือตนเอง ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือสังคม () 73
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
21. ราคาผลิตผลเกษตรเป็นปัญหาอย่างหนึ่งเนื่องจากสมาชิกสหกรณ์ทั่วไปเมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วมักจะรีบขายให้พ่อค้าคนกลางที่อยู่ใกล้เคียง เพราะสมาชิกไม่มีผู้วางสำหรับเก็บ () 74
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
22. คณะกรรมการดำเนินการของสหกรณ์จำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถด้านการซื้อขายผลิตผล ตลอดจนการบริหารตลาดกลางของสหกรณ์ () 75
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
23. การดำเนินธุรกิจตลาดกลางของสหกรณ์จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากสมาชิก ผู้นำท้องถิ่น และคณะกรรมการดำเนินการ โดยมีผู้จัดการสหกรณ์เป็นกลจักรสำคัญที่จะบริหารงานให้เป็นไปตามทิศทางที่สหกรณ์กำหนด () 76
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้
24. ตลาดกลาง หมายถึง ตลาดที่ผู้ซื้อผู้ขายมาพบปะซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้ากัน () 77
- () ถูก
() ผิด
() ไม่รู้

25. การให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดสหกรณ์จำเป็นต้องทำการเผยแพร่อย่าง () 78

ต่อเนื่อง

- () ถูก
- () ผิด
- () ไม่รู้

ตอนที่ 3 ทิศนคติของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริหารงานตลาดกลางผลิตผลเกษตร
ประจำตำบลของสหกรณ์ในจังหวัดพิษณุโลก

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ท่านเห็นว่าถูกต้องเพียงข้อเดียว

1. สหกรณ์ควรดำเนินธุรกิจให้ครบวงจรทั้งด้านสินเชื่อ การซื้อ การขาย รับฝากเงิน
แปรรูป และการส่งเสริมอาชีพ () 79

- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- () เห็นด้วย
- () ไม่แน่ใจ
- () ไม่เห็นด้วย
- () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

2. พ่อค้าที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้รับซื้อที่ตลาดกลางของสหกรณ์มีจำนวนมากрай () 80

- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- () เห็นด้วย
- () ไม่แน่ใจ
- () ไม่เห็นด้วย
- () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. คณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการสหกรณ์และพนักงานการตลาดต้องสามารถ () 81
ให้คำแนะนำและช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ของสมาชิกสหกรณ์ที่มาใช้บริการ
ตลาดกลาง
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ตลาดกลางของสหกรณ์ต้องไม่มีกฎระเบียบมากเกินไป () 82
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. การบริหารตลาดกลางของสหกรณ์ที่ดี ผู้จัดการสหกรณ์ต้องมีความรู้เกี่ยวกับ () 83
การจัดการด้านตลาดกลาง
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. กรณีที่พ่อค้าประจำตลาดกลางของสหกรณ์ไม่รับซื้อผลิตภัณฑ์ของสมาชิกสหกรณ์ () 84
สหกรณ์ต้องรับซื้อ หรือรับฝากผลิตภัณฑ์ของสมาชิกสหกรณ์รายนั้นไว้ก่อน
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

7. ตลาดกลางของสหกรณ์ควรเปิดโอกาสให้สมาชิกสหกรณ์นำผลิตผลมาฝากขาย () 85
ได้โดยให้สหกรณ์คิดค่าบริการรับฝากขาย
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
8. พนักงานประจำตลาดกลางต้องมีความรู้ด้านการตรวจคุณภาพผลิตผลดีพอ () 86
สมควร
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
9. ถ้าการบริหารตลาดกลางของสหกรณ์เข้มแข็งจะสามารถช่วยเหลือสมาชิก () 87
สหกรณ์ได้มากในด้านการต่อรองราคา
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
10. ระบบการจ่ายเงินค่าผลิตผลที่สมาชิกสหกรณ์นำมาขายที่ตลาดกลางของ () 88
สหกรณ์ดีอยู่แล้ว
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

11. การตีราคาการผลิตผลของพ่อค้าประจำตลาดกลางของสหกรณ์เหมาะสม () 89
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
12. สหกรณ์รวบรวมผลิตผลของสมาชิกหรือให้บริการด้านตลาดกลาง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สมาชิกขายผลิตผลได้ราคาสูงสุด () 90
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
13. สหกรณ์ต้องจัดทำป้ายแสดงราคาซื้อขายผลิตผลประจำวันให้ผู้มาใช้บริการ เห็นชัดเจน () 91
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
14. สมาชิกสหกรณ์ต้องนำผลิตผลที่มีคุณภาพดีมาขายที่ตลาดกลางของสหกรณ์ () 92
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

15. สหกรณ์ควรเผยแพร่ความรู้ โฆษณาประชาสัมพันธ์งานตลาดกลางให้สมาชิก () 93
ทราบ
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
16. การตรวจคุณภาพสินค้าควรเป็นหน้าที่ของพ่อค้าประจำตลาดกลาง () 94
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
17. การหักความชื้นและสิ่งเจือปนมากเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สมาชิกไม่นำผลผลิต () 95
มาขายให้
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
18. ราคาผลผลิตที่ซื้อขายผ่านตลาดกลางของสหกรณ์ประจำวันต้องไม่ต่ำกว่า () 96
ราคาผลผลิตที่ซื้อขายของตลาดกลางภาคเอกชนที่อยู่ใกล้เคียง
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

19. สหกรณ์ควรให้บริการขนส่งผลิตภัณฑ์จากไร่นาของสมาชิกถึงตลาดกลางของ
สหกรณ์โดยคิดค่าขนส่งตามที่จริง () 97
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
20. สหกรณ์ควรมีอุปกรณ์ประจำตลาดกลางให้ครบถ้วน () 98
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
21. สหกรณ์ควรจัดให้มีโทรศัพท์ น้ำดื่ม ห้องน้ำ ห้องส้วม ไว้บริการ () 99
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
22. ทำเลที่ตั้งตลาดกลางของสหกรณ์เหมาะสมแล้ว () 100
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

23. เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในการรับซื้อผลิตผลของสมาชิกสหกรณ์มีจำนวนน้อยเกินไป () 101
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
24. ตลาดกลางของเอกชนมีจำนวนมากกว่าของสหกรณ์และอยู่กระจายแทบทุกที่ () 102
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
25. สมาชิกสหกรณ์โดยทั่วไปนิยมนำผลิตผลไปขายที่ตลาดกลางของเอกชน เนื่องจากเห็นว่าได้รับความสะดวกสบายมากกว่านำผลิตผลไปขายที่ตลาดของสหกรณ์ () 103
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
26. การตรวจคุณภาพผลิตผลที่ตลาดกลางของเอกชนมีความยุติธรรมดีเท่ากับสหกรณ์ () 104
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

27. ตลาดกลางของเอกชนมีกฎระเบียบน้อยกว่าตลาดกลางของสหกรณ์ () 105
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
28. การจัดการตลาด หมายถึง การวิเคราะห์การลงทุนการวางแผนการปฏิบัติการ () 106
และควบคุมแผนงานทางการตลาดที่กำหนดขึ้นเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนสินค้ากัน
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
29. การบริหารการตลาดเป็นกระบวนการวางแผนและการบริหารผลิตภัณฑ์ การ () 107
ตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน
ที่สนองตอบความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของ
สหกรณ์
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

30. ถ้าสหกรณ์มีการบริการขนส่งผลิตภัณฑ์ การตรวจคุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐาน () 108
และการกำหนดราคาที่ยุติธรรมจะมีสมาชิกสหกรณ์มาใช้บริการตลาดกลาง
มากขึ้น
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
31. คณะกรรมการดำเนินการจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบในการกำหนดโครงสร้างองค์ () 109
การเกี่ยวกับตลาดกลาง กำหนดขอบเขต อำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบใน
แต่ละกิจกรรม เพื่อให้การดำเนินงานราบรื่นไม่ก้าวก่ากัน และเกิดผลดีที่สุด
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
32. การควบคุมติดตามผลการดำเนินงานตลาดกลางของสหกรณ์เป็นหน้าที่ของ () 110
คณะกรรมการดำเนินการที่จะต้องรับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที
เพื่อให้สามารถปรับการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

33. คณะกรรมการดำเนินการจะต้องเป็นผู้นำที่ดี ต้องสามารถดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบ () 111
 ขอบอยู่นั้นให้ลุล่วงไปด้วยดี เพื่อให้สมาชิกและบุคคลภายนอกเชื่อถือและไว้วางใจต่อระบบสหกรณ์
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

34. ผู้จัดการสหกรณ์และพนักงานการตลาดจำเป็นต้องเข้าใจหน้าที่การตลาด () 112
 โดยส่วนรวม เพื่อให้ความเป็นธรรมแก่ผู้ซื้อและผู้ขายทุกฝ่ายในตลาด
- () เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 - () เห็นด้วย
 - () ไม่แน่ใจ
 - () ไม่เห็นด้วย
 - () ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นของสมาชิกสหกรณ์ที่ต้องการให้มีการแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานตลาดกลาง

คำชี้แจง ขอให้ท่านแสดงความคิดเห็นโดยอิสระ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตลาดกลางของสหกรณ์ ให้เจริญก้าวหน้าและตรงตามวัตถุประสงค์ของสมาชิกสหกรณ์

1.
2.
3.
4.
5.



ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

นามผู้วิจัย นายสมศักดิ์ แซ่มคำ
ที่อยู่ปัจจุบัน 30 หมู่ที่ 2 ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา โรงเรียนศิลปบำรุง เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ
ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนวัดรางบัว เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ
ระดับอุดมศึกษา เศรษฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประวัติการทำงาน

2512 เริ่มรับราชการที่กองอนามัยแม่และเด็ก กรมอนามัย
กระทรวงสาธารณสุข
2517 นักสหกรณ์ตรี กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
2517-2518 นักสหกรณ์ตรี สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสกลนคร
2519 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสหกรณ์ 3 สำนักงานสหกรณ์จังหวัดสิงห์บุรี
รักษาการในตำแหน่งสหกรณ์อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2520 - 2528 สหกรณ์อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก
2529 - 2530 สหกรณ์อำเภอกีรีมาศ จังหวัดสุโขทัย
2531 - 2534 ผู้ช่วยหัวหน้านิคม นิคมสหกรณ์แม่สอด กองสหกรณ์นิคม
2535 - 2537 นักวิชาการสหกรณ์ 6 สำนักงานสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก
2537 สหกรณ์อำเภอลี้ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน
2538 - 2539 สหกรณ์อำเภอเมืองพิษณุโลก อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2540 สหกรณ์อำเภอเมืองมุกดาหาร อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร
2541 - ปัจจุบัน สหกรณ์อำเภอแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง