ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)

ปริญญา

ส่งเสริมการเกษตร | ส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร

สาขา | **ภาควิชา**

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

Factors Relating to Motivation in Becoming Membership of Thai Orchid Entrepreneur Limited

นามผู้วิจัย นางสาวประภาศรี ฮะวังจู

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์สาวิตรี รังสิภัทร์, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพัตรา ศรีสุวรรณ, กศ.ด.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์พิชัย ทองดีเลิศ, ค.ด.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญจนา ธีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ **เดือน** **พ.ศ.**

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

Factors Relating to Motivation in Becoming Membership of Thai Orchid Entrepreneur Limited

โดย

นางสาวประภาศรี ฮะวังจู

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร)
พ.ศ. 2555

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประภาศรี ฮะวังจู 2555: ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ส่งเสริมการเกษตร) สาขาส่งเสริมการเกษตร ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์สาวิตรี รังสิภัทร์, Ph.D. 130 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ ของสมาชิกสหกรณ์ฯ 2) แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ ของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ ของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ 4) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ ของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ ประชากรคือ สมาชิกสหกรณ์ฯ จำกัด 300 ราย ขนาดตัวอย่างจำนวน 169 ราย เครื่องมือเก็บข้อมูลคือแบบสัมภาษณ์ สถิติวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานใช้ค่าไคสแคว์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 49 ปี การศึกษาประถมศึกษา ขนาดพื้นที่ปลูก เฉลี่ย 20 ไร่ จำนวนแรงงานคนไทย เฉลี่ย 4 คน จำนวนแรงงานคนต่างด้าว เฉลี่ย 23 คน ต้นทุนการผลิต เฉลี่ย 8,297 บาทต่อเดือน รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้เฉลี่ย 17,290 บาทต่อเดือน รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ เฉลี่ย 16,259 บาทต่อเดือน ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเฉลี่ย 4 แหล่ง ส่วนร่วมในกิจกรรมเฉลี่ย 2 กิจกรรม ผลผลิตเกรดซุปเปอร์ 131-165 ช่อต่อไร่ ผลผลิตเกรดยาวมากกว่า 300 ช่อต่อไร่ ผลผลิตเกรดสั้น 226-240 ช่อต่อไร่ ผลผลิตเกรดสั้นสุดน้อยกว่า 50 ช่อต่อไร่ ราคาผลผลิตเกรดซุปเปอร์ 4 บาทต่อช่อ ราคาผลผลิตเกรดยาว 4 บาทต่อช่อ ราคาผลผลิตเกรดสั้น 2 บาท ราคาผลผลิตเกรดสั้นสุด 1 บาทต่อช่อ แหล่งรับซื้อเป็นตลาดปากคลองตลาด มีการส่งเสริมการขายเป็นการรวมกลุ่มจำหน่ายกล้วยไม้ การใช้บริการด้านธุรกิจการซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน การใช้บริการด้านธุรกิจการขาย 1 ครั้งต่อเดือน ไม่มีการใช้บริการด้านธุรกิจธนกิจ และการใช้บริการด้านการส่งเสริมอาชีพและบริการ 1 ครั้งต่อเดือน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ รวมระดับมาก และแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง รวมระดับมากที่สุด 3) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำนวนแรงงานต่างด้าว แหล่งข้อมูลข่าวสารจากประสบการณ์ของตัวเอง แหล่งข้อมูลข่าวสารจากสมาชิกสหกรณ์ และการใช้บริการของสหกรณ์ด้านธุรกิจการซื้อ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4) ปัญหาและข้อเสนอแนะ พบปัญหา เงินทุนหมุนเวียนในสหกรณ์ฯ มีน้อย แรงงานต่างด้าว ปัจจัยการผลิตไม่เพียงพอ ราคาจำหน่ายไม่แน่นอน ขาดความรู้และความเข้าใจในระบบสหกรณ์การเกษตร ข้อเสนอแนะ ให้บุคลากรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน

_____ _____ ___ / ___ / ___

ลายมือชื่อนิสิต ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Prapasri Havangju 2012: Factors Relating to Motivation in Becoming Membership of Thai Orchid Entrepreneur Limited. Master of Science (Agricultural Extension), Major Field: Agricultural Extension, Department of Agricultural Extension and Communication. Thesis Advisor: Associate Professor Savitree Rangsipaht, Ph.D. 130 pages.

The objectives of this research were: 1) to study basic demographics, socio-economic, market and service for members of Thai Orchid Entrepreneur Ltd. 2) to study motivation in becoming membership of Thai Orchid Entrepreneur Ltd. (motivation), 3) to examine relationships between demographics, socio-economic, market, service for members and their motivation, 4) to identify problems and seek for suggestions on becoming membership. Population was 300 members of Thai Orchid Entrepreneur Ltd. Samples were 169 members. An instrument to collect data was an interview schedule. Statistics to analyze data included frequency, percentage and arithmetic mean. Chi-square and Pearson Product Moment Correlation Coefficient were utilized to test hypotheses.

Research findings revealed that 1) members were males and completed primary education . On an average, they were 49 years old, had 20 rai of land, had 4 Thai labors, had 23 foreign labors and spent 8,297 Baht/month for production cost. Income from orchid production was 17,290 Baht/month. Income from non-orchid production was 16,259 Baht/month, received information from 4 sources and participated in 2 activities. They produced super grade between 131-165 bud/rai , long grade > 300 bud/rai , short grade between 226-240 bud/rai , and very short grade < 50 bud/rai . They sold super grade @ 4 Baht/bud , long grade @ 4 Baht/bud , short grade @ 2 Baht/bud and very short grade @ 1 Baht/bud . Members sold orchid at Pak KlongTalad Market and sold their orchid as a group . They used purchase business service from Thai Orchid Entrepreneur Ltd. 2 times/month , used sale business service once a month , never used borrowing business and used promotion service once a month . 2) Members expressed achievement motivation, affiliation motivation, and material-oriented motivation at the high level respectively and prestige motivation at the very high level . 3) Hypotheses testing illustrated that numbers of foreign labors, information from members' experiences, information from other members of Thai Orchid Entrepreneur Ltd., and using purchase business service had statistically related with motivation at 0.05 level of significance. 4) Problems included small amount of circulating funds, foreign labors,inadequate amount of production factors, unstable selling price,lack of knowledge and understanding on the operation of Thai Orchid Entrepreneur ltd. Suggestions were to urgently corporate among personnel or agencies concerned to solve these problems.

_____ _____ ___ / ___ / ___

Student's signature Thesis Advisor's signature

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของการศึกษานี้ สำเร็จลุล่วงโดยสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สาวิตรี รังสิภัทร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ให้คำปรึกษาแนะนำในการเรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการศึกษาให้ถูกต้องและสมบูรณ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา ศรีสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ให้คำแนะนำในการทำวิจัยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณพยงค์ คงอุดมทรัพย์ ประธานสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด เจ้าหน้าที่และสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร จังหวัดสมุทรสาคร (ศูนย์พืชสวน) กรมส่งเสริมการเกษตร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในการวิจัย เจ้าหน้าที่ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือในด้านการประสานงานและขั้นตอนการทำวิทยานิพนธ์ และเพื่อนๆ นิสิตปริญญาโทสาขาส่งเสริมการเกษตรทุกท่าน โดยเฉพาะ นางสาววัชรินธร เหมวัตร์ ที่ช่วยเก็บข้อมูลตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ นายอรรถพล กวีกิจบัณฑิต ที่คอยแนะนำและเป็นที่ปรึกษาในเรื่องของข้อมูลกล้วยไม้ตลอดมา รวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มิได้เอ่ยนาม ที่มีส่วนให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอมอบแด่คุณแม่สมร มาสดใส ที่คอยสนับสนุนการศึกษาและเป็นกำลังใจที่ดีให้ข้าพเจ้าตลอดมา และสมาชิกครอบครัวทุกคนที่ได้ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจจนสำเร็จการศึกษา

ประภาศรี ฮะวังจู

เมษายน 2555

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง (3)

สารบัญภาพ (5)

บทที่ 1 บทนำ 1
- ความสำคัญของปัญหา 1
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย 2
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 3
- ขอบเขตการวิจัย 3
- นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ 4

บทที่ 2 การตรวจเอกสาร 9
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ 10
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม 31
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร 37
- สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด 45
- ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 54
- สมมติฐานในการวิจัย 56
- กรอบแนวคิดการวิจัย 62

บทที่ 3 วิธีการวิจัย 64
- ประชากรที่ศึกษา 64
- กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง 65

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

การวัดค่าตัวแปร	66
การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	67
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	67
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	67
การเก็บข้อมูล	68
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	69
ผลการวิจัย	69
ข้อวิจารณ์	105
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	109
สรุปผลการวิจัย	109
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	113
ข้อแนะนำในการทำวิจัยครั้งต่อไป	115
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	116
ภาคผนวก	120
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	130

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แผนการดำเนินงานของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	51
2	จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนก ตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา	70
3	จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนก ตามขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ จำนวนแรงงาน ต้นทุนการผลิต รายได้จากการ จำหน่ายกล้วยไม้ และรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้	71
4	จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ และการมีส่วนร่วม ของสมาชิกสหกรณ์	74
5	จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนก ตามผลผลิตกล้วยไม้ ราคาผลผลิตกล้วยไม้ แหล่งรับซื้อผลผลิต กล้วยไม้ และการส่งเสริมการขาย	77
6	จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนกตามธุรกิจการซื้อ ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ธุรกิจธนกิจ และการส่งเสริมอาชีพและบริการ	81
7	แสดงระดับของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	82

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
8	แสดงระดับของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	84
9	แสดงระดับของแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	87
10	แสดงระดับของแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	88
11	ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ และระดับการศึกษา กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	89
12	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	91
13	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	101

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	62

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันกล้วยไม้จัดเป็นไม้ดอกที่มีการส่งออกมากเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งทำรายได้ให้กับเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้เป็นจำนวนมาก โดยในปี 2553 ประเทศไทย มีปริมาณการส่งออกดอกกล้วยไม้ 25,269.84 ตัน มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 2,305.15 ล้านบาท และมีปริมาณส่งออกต้นกล้วยไม้ 29,987.30 ตัน มูลค่าการส่งออกประมาณ 422.44 ล้านบาท (กรมศุลกากร, 2553) แต่เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ยังต้องประสบปัญหาปัจจัยการผลิตที่มีราคาสูงขึ้น การถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง ขาดแคลนแรงงาน ภัยธรรมชาติต่างๆที่มีผลต่อการปลูกกล้วยไม้ การกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนต่างๆเพื่อมาลงทุนปลูกกล้วยไม้ ส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ประสบปัญหาขาดทุนจากการปลูกกล้วยไม้ จึงได้มีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคมผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยดำเนินตามนโยบายการจัดการกล้วยไม้ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อรักษาระดับราคากล้วยไม้มิให้ตกต่ำ โดยใช้มาตรการในการจัดระเบียบการผลิต และมาตรฐานในการรักษาระดับราคาที่เกษตรกรขายได้ และได้มีการร่วมกันจัดตั้งสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานและการบริหารงานทางด้านธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จัดอยู่ในประเภทสหกรณ์การเกษตร ทำการจดทะเบียนกับนายทะเบียนสหกรณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2553 สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 39 หมู่ 12 ต.ท่าไม้ อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร ปัจจุบันมีสมาชิกซึ่งเป็นผู้ประกอบการกล้วยไม้ จำนวน 300 คน ดำเนินธุรกิจด้านกล้วยไม้ อันได้แก่ ธุรกิจการซื้อ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาทางด้านการสั่งซื้อปัจจัยการผลิตที่มีราคาสูงจากร้านค้า ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ซึ่งจะทำให้สมาชิกสหกรณ์จำหน่ายผลผลิตกล้วยไม้ได้ในราคาที่พึงพอใจ ธุรกิจธนกิจ จะช่วยในด้านของการให้บริการกู้ยืมเงินจากสหกรณ์ ตลอดจนการส่งเสริมอาชีพและบริการให้กับสมาชิกสหกรณ์เพื่อให้สมาชิกสหกรณ์ได้รับผลประโยชน์จากการเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์ให้ได้มากที่สุด มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อจูงใจให้สมาชิกสหกรณ์ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น ได้แก่ กิจกรรมการร่วมประชุมสมาชิกสหกรณ์ประจำเดือน ซึ่งจะมีการแนะนำปัจจัยการผลิตที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สหกรณ์ได้จัดหาไว้ให้กับสมาชิกสหกรณ์ การรายงานความคืบหน้าของการจัดตั้งศูนย์สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด การจูงใจสมาชิกสหกรณ์ให้ลงหุ้นในสหกรณ์เพิ่มขึ้นเพื่อความเข็มแข็งของสหกรณ์ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกสหกรณ์ในการประกอบการด้านกล้วยไม้ กิจกรรมการส่งเสริมอาชีพและบริการให้กับสมาชิกสหกรณ์ในกรณีที่สมาชิกสหกรณ์ต้องการความรู้หรือแนวทางการวางแผนในการประกอบการด้านกล้วยไม้ หรือต้องการความช่วยเหลือด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสหกรณ์ สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ก็จะจัดกิจกรรมให้คำแนะนำในด้านต่างๆ ที่สมาชิกสหกรณ์ต้องการ และกิจกรรมการร่วมประชุมสมาชิกสหกรณ์ประจำปี ซึ่งจะจัดเป็นงานเลี้ยงสังสรรค์เน้นการรายงานผลการดำเนินงานของสหกรณ์ในช่วงปีที่ผ่านมา (สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด, 2553)

จากการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่กล่าวมานั้น ส่งผลให้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ เกิดแรงจูงใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ เนื่องจากจะได้รับผลประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้จากสหกรณ์ เพราะสหกรณ์จะเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ปัญหาดังกล่าว ได้แก่ ปัจจัยการผลิตที่มีราคาสูงขึ้น การถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง ขาดแคลนแรงงาน ภัยธรรมชาติต่างๆที่มีผลต่อการปลูกกล้วยไม้ การกู้ยืมเงินจากแหล่งเงินทุนต่างๆเพื่อมาลงทุนปลูกกล้วยไม้ การเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์จะทำให้สามารถประกอบอาชีพการปลูกกล้วยไม้ไปได้ด้วยดี

งานวิจัยนี้มีความสนใจที่จะศึกษาเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ เพื่อนำผลการศึกษาไปเผยแพร่ให้กับผู้ที่สนใจที่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทยจำกัด ตลอดจนเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของสหกรณ์แห่งนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้

3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้

4. ศึกษาถึงปัญหาและข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด เพิ่มมากขึ้น

2. ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการวิจัยเกี่ยวกับการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ต่อไปในอนาคต

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัย เฉพาะเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พ.ศ. 2553 ซึ่งมีทั้งสิ้นจำนวน 300 ราย (สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด, 2553)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

สมาชิกสหกรณ์ หมายถึง ผู้ประกอบอาชีพด้านการปลูกกล้วยไม้ ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด หมายถึง สิ่งที่สมาชิกสหกรณ์ต้องการที่จะได้รับการตอบสนอง ซึ่งเป็นพลังที่กระตุ้นหรือผลักดันให้เกษตรกรเกิดแรงจูงใจ ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ซึ่งจะสามารถแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มีแรงจูงใจมากที่สุด มีแรงจูงใจมาก มีแรงจูงใจปานกลาง มีแรงจูงใจน้อย และมีแรงจูงใจน้อยที่สุด องค์ประกอบของแรงจูงใจ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุและแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากการประเมินตนเองของบุคคลที่ต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ได้มาตรฐานที่ดีที่สุด ได้แก่ การได้รับคำแนะนำด้านการวางแผนการผลิตและกระบวนการผลิตกล้วยไม้ทั้งระบบ

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ หมายถึง ความต้องการของบุคคล ที่จะมีความสัมพันธ์อันดีกับคนอื่นเป็นความปรารถนาที่จะเข้าร่วมในสังคม ได้แก่ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนเกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้ในด้านการตลาด ด้านแรงงาน และด้านปัจจัยการผลิต และด้านการเข้าร่วมกิจกรรมของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ หมายถึง ความคาดหวังในผลตอบแทนและผลประโยชน์ต่างๆ ที่จะได้รับ ได้แก่ การได้รับสิทธิต่างๆจากสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ในด้านราคาจำหน่าย ด้านการซื้อปัจจัยการผลิตในราคาถูก ด้านการคุ้มครองแรงงาน ด้านการรับรองคุณภาพผลผลิตและด้านการรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้

แรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะให้ผู้อื่นเห็นความสำคัญของตนเอง ความต้องการเกียรติยศ ชื่อเสียง ได้แก่ ผลที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ในด้านการยอมรับนับถือเป็นที่รู้จักในกลุ่มสมาชิกสหกรณ์และผู้ประกอบการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กล้วยไม้ไทย จำกัด และ ด้านการเป็นที่ปรึกษาให้กับเพื่อนเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ และระดับการศึกษาของสมาชิกสหกรณ์

อายุ หมายถึง ช่วงอายุเต็มของสมาชิกสหกรณ์ ตั้งแต่เกิดจนถึงปี พ.ศ.2554 หน่วยเป็นปี

ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของสมาชิกสหกรณ์ ได้แก่ ประถมศึกษา และสูงกว่าประถมศึกษา

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ จำนวนแรงงานไทย จำนวนแรงงานต่างด้าว ต้นทุนการผลิต รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ และรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์

ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ หมายถึง จำนวนพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์ หน่วยเป็นไร่

จำนวนแรงงานไทย หมายถึง จำนวนบุคคลที่เป็นแรงงานไทยในการประกอบอาชีพปลูกกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

จำนวนแรงงานต่างด้าว หมายถึง จำนวนบุคคลที่เป็นแรงงานต่างด้าวในการประกอบอาชีพปลูกกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ต้นทุนการผลิต หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการปลูกกล้วยไม้ หน่วยเป็นบาทต่อเดือน

รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ หมายถึง จำนวนเงินที่ได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ หน่วยเป็นบาทต่อเดือน

รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ หมายถึง จำนวนเงินที่ได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ หน่วยเป็นบาทต่อเดือน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจัยด้านสังคม หมายถึง แหล่งข้อมูลข่าวสารและการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์

แหล่งข้อมูลข่าวสาร หมายถึง แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ เกษตรกร สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และประสบการณ์ของตนเอง หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

โทรทัศน์ หมายถึง การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางโทรทัศน์ หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

อินเทอร์เน็ต หมายถึง การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

เกษตรกร หมายถึง การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเกษตรกรที่ไม่ใช่สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด หมายถึง การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

เจ้าหน้าที่ภาครัฐ หมายถึง การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเจ้าหน้าที่ภาครัฐ หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

ประสบการณ์ของตนเอง หมายถึง การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางความรู้จากประสบการณ์ของตนเอง หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ หมายถึง การที่สมาชิกสหกรณ์ ร่วมกิจกรรม ของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้แก่ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินงาน ร่วมติดตาม ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมประเมินผล หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

ปัจจัยด้านการตลาด หมายถึง ผลผลิตกล้วยไม้ ราคาผลผลิตกล้วยไม้ แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ การส่งเสริมการขาย

ผลผลิตกล้วยไม้ หมายถึง จำนวนผลผลิตกล้วยไม้ที่ได้ ได้แก่ เกรดซุปเปอร์ เกรดยาว เกรดสั้น และเกรดสั้นสุด หน่วยเป็นช่อต่อไร่

เกรดซุปเปอร์ หมายถึง ความยาวของช่อกล้วยไม้ตั้งแต่ 60 เซนติเมตรขึ้นไป

เกรดยาว หมายถึง ความยาวของช่อกล้วยไม้ตั้งแต่ 50-59 เซนติเมตร

เกรดสั้น หมายถึง ความยาวของช่อกล้วยไม้ตั้งแต่ 40-49 เซนติเมตร

เกรดสั้นสุด หมายถึง ความยาวของช่อกล้วยไม้ที่น้อยกว่า 40 เซนติเมตร

ราคาผลผลิตกล้วยไม้ หมายถึง จำนวนเงินที่ได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ ได้แก่ ราคาเกรดซุปเปอร์ ราคาเกรดยาว ราคาเกรดสั้น และราคาเกรดสั้นสุด เฉลี่ยหน่วยเป็นบาทต่อช่อ

แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ หมายถึง จำนวนแหล่งรับซื้อผลผลิต ได้แก่ บริษัทส่งออก ตลาดปากคลองตลาด ตลาดไท ร้านดอกไม้ ตลาดท้องถิ่น และสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

การส่งเสริมการขาย หมายถึง จำนวนกิจกรรมทำเพื่อเพิ่มยอดจำหน่ายของกล้วยไม้ ได้แก่ การออกร้านแสดงสินค้าทางด้านการเกษตร การเข้าร่วมการประกวด และการร่วมกลุ่มจำหน่ายกล้วยไม้

ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ หมายถึง การใช้บริการ ธุรกิจการซื้อ ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ธุรกิจธนกิจ การส่งเสริมอาชีพและบริการของสมาชิกสหกรณ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธุรกิจการซื้อ หมายถึง การใช้บริการด้านการซื้อปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปุ๋ย ฮอร์โมน สารเคมีกำจัดโรคและศัตรูกล้วยไม้ และวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรที่สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด นำมาจำหน่ายแก่สมาชิกสหกรณ์ หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต หมายถึง การใช้บริการด้านการขายและการรวบรวมผลผลิต ได้แก่ การขายผลผลิตกล้วยไม้ และการขายต้นกล้วยไม้แก่ ให้กับสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

ธุรกิจธนกิจ หมายถึง การใช้บริการด้านการให้กู้เงินและการรับฝากเงิน ของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทยจำกัด หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

การส่งเสริมอาชีพและบริการ หมายถึง การใช้บริการด้านการจัดหาเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ทางด้านการเกษตรมาให้ความรู้และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการวางแผนผลผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงตามความต้องการของตลาด แก่สมาชิกสหกรณ์ หน่วยเป็นจำนวนครั้งต่อเดือน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย และสนับสนุนการวิจัย ซึ่งแบ่งการตรวจเอกสารเป็นส่วนใหญ่ๆ ดังนี้คือ

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
4. สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. สมมติฐานในการวิจัย
7. กรอบแนวคิดการวิจัย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

มีนักจิตวิทยาและนักวิชาการได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้มากมาย ดังนี้

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2542) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นคำสำคัญที่มีความหมายในฐานะเป็นตัวกำเนิดของพฤติกรรม โดยปกติคำว่าแรงจูงใจหมายถึง แรงกระตุ้นหรือแรงผลักดัน ให้เกิดพฤติกรรม เป็นแรงที่ให้พลังงานกระตุ้นให้ร่างกายทำพฤติกรรม เป็นแรงกระตุ้นที่มีการกำหนดทิศทางไว้ว่า จะทำให้พฤติกรรมไปในทางใด และเป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลรักษาพฤติกรรมนั้นไว้

สมยศ นาวีการ (2545) ได้กล่าวว่า บุคคลแตกต่างกันไม่เพียงแต่ความสามารถของพวกเขาเท่านั้น แต่บุคคลยังแตกต่างในแรงจูงใจอีกด้วย แรงจูงใจของบุคคลขึ้นอยู่กับความต้องการของพวกเขา เป็นความต้องการที่จะมุ่งไปสู่เป้าหมาย

วิภาส ทองสุทธิ์ (2552) ได้กล่าวว่า โดยธรรมชาติของมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางอย่างที่มีอิทธิพลถึงพฤติกรรมที่แสดงออกมาเพื่อสนองแรงผลักดันที่เกิดขึ้น เช่น ความหิวกระหายน้ำและอาหาร เพราะมีแรงผลักดันคือ ความหิวและกระหาย ซึ่งเป็นความต้องการของร่างกายโดยแรงผลักดันตามธรรมชาติ เพื่อสนองความต้องการของร่างกาย แต่ถ้าหากมนุษย์สามารถสร้างแรงผลักดันได้เท่ากับการสร้างพฤติกรรมให้เกิดขึ้น ดังนั้นถ้าเราต้องการให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมแบบใดก็ตาม จะต้องสร้างแรงผลักดันที่เป็นต้นเหตุแห่งพฤติกรรมนั้น จากหลักการนี้ ทำให้มนุษย์เริ่มรู้จักสร้างแรงผลักดันให้คนอื่นทำในสิ่งที่ตนเองต้องการ ซึ่งเรียกว่า การจูงใจ (Motivation)

จากความหมายของแรงจูงใจ มักจะพูดถึงคำหลายคำที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอคำเหล่านั้นได้แก่ ความต้องการ (Needs) แรงกระตุ้น (Motives) และแรงผลักดัน (Drives) ซึ่งควรจะทำความเข้าใจดังนี้

ความต้องการ (Needs) หมายถึง สภาพขาดแคลนซึ่งเกิดเมื่อใดก็ตามที่ไม่มีความสมดุลย์ทางสรีระหรือทางใจ เช่น เราคอแห้งเนื่องจากการพูดมากเนื้อเยื่อที่ลำคอขาดน้ำเราจะรู้สึกกระหาย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

น้ำขึ้นมาทันที หรือเรารู้สึกต้องการอาหาร ก็เพราะเกิดจากความขาดแคลนน้ำตาลในกระแสโลหิต เป็นต้น

แรงกระตุ้น (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้อินทรีย์กระทำกิริยาอาการและควบคุมกิริยาอาการนั้นให้ไปยังเป้าหมาย พฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นเรียกว่าพฤติกรรมที่ถูกจูงใจ ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ

1. จะต้องมีกิริยาอาการอย่างหนึ่งอย่างใดออกมาในลักษณะที่เพิ่มพลัง เช่น จากหลับเป็นตื่น หรือจากเฉยๆ เป็นกระตือรือร้น เป็นต้น

2. จะต้องมุ่งไปสู่ทิศทางหนึ่งทิศทางใด เช่น เมื่อคนรู้สึกหิวจะไปที่ร้านอาหาร มิใช่ไปที่โรงภาพยนตร์ เป็นต้น

แรงผลักดัน (Drives) หมายถึง สภาพทางสรีระที่เกิดขึ้นในขณะที่อินทรีย์อยู่ในสภาวะขาดแคลน เช่น ขาดน้ำ ขาดอาหาร เป็นต้น แรงผลักดันจึงเป็นตัวการสำคัญของกระบวนการจูงใจ เพราะแรงผลักดันจะเป็นตัวมุ่งกระทำและเสริมกำลังเพื่อไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ แรงผลักดันแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงผลักดันปฐมภูมิ เป็นแรงผลักดันที่เกิดมาพร้อมกับวุฒิภาวะของคน ไม่จำเป็นจะต้องมีการเรียนรู้ แรงผลักดันประเภทนี้แบ่งออกเป็น แรงผลักดันทางสรีระ (Physiological Drives) และแรงผลักดันทั่วไป (General Drives)

1.1 แรงผลักดันทางสรีระ (Physiological Drives) เป็นแรงผลักดันที่มีต้นกำเนิดมาจากความต้องการของร่างกายหรือสภาวะในร่างกายและเกิดจากสาเหตุหนึ่งใน 3 ประการ คือ สิ่งเร้าความต้องการของเนื้อเยื่อในร่างกาย และสารฮอร์โมนในเลือด

1.2 แรงผลักดันทั่วไป (General Drives) ยังมีพฤติกรรมอีกหลายอย่างของมนุษย์และสัตว์ที่บ่งบอกไม่ได้แน่ชัดว่าเกิดจากแรงผลักดันทางสรีระโดยตรง แต่มีพื้นฐานมาจากสรีระเหมือนกัน ซึ่งเรียกว่า แรงผลักดันทั่วไป เช่น การทำกิจกรรมต่างๆ ความอยากรู้อยากเห็นหรือความกลัว เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. แรงผลักดันทุติยภูมิ เป็นแรงผลักดันที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ บางทีเรียกว่า แรงกระตุ้นทางสังคม เช่น ความผูกพันกับผู้อื่น การยอมรับทางสังคม และความก้าวร้าว เป็นต้น

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2531) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่บุคคลคาดหวัง โดยที่สิ่งนั้นอาจเป็นสิ่งที่บุคคลพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ ความคาดหวังนี้เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม ซึ่งกระบวนการกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเรียกว่า การจูงใจ (Motivation) จากความหมายของแรงจูงใจนี้จะเห็นได้ว่า แรงจูงใจจะประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. เป็นพลังที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม ซึ่งพลังงานสามารถแปรเปลี่ยนได้ เช่น จะเห็นว่า คนเราบางครั้งจะเดินอย่างรวดเร็ว บางครั้งก็เดินช้า บางครั้งก็ลุกขึ้นจากเตียงนอนอย่างรวดเร็วและบางครั้งก็ใช้เวลาเกือบชั่วโมงกว่าจะลุกขึ้นมาได้

2. เป็นตัวกำหนดทิศทางและเป้าหมายของพฤติกรรม เช่น การที่คนเราเดินทางกลับบ้านหลังจากเลิกงานแล้ว อาจจะไปแวะที่ร้านอาหาร หรือบางครั้งอาจหยุดที่ร้านหนังสือ หรืออาจจะแวะที่บ้านเพื่อน เป็นต้น

3. เป็นตัวกำหนดระดับของความพยายาม เช่น การที่คนเราสนใจจะอ่านหนังสือวารสารซักเล่มหนึ่ง ก็อาจจะไปแวะดูที่ร้านหนังสือ ถ้าพบว่าวารสารเล่มนี้หมดไปแล้วก็อาจจะหยุดความสนใจ แต่ถ้าความสนใจยังอยู่ในระดับที่สูง เขาอาจจะเดินไปดูหลายๆร้าน หรือไม่ก็อาจจะถามจากคนที่รู้จักว่าซื้อไว้หรือไม่ เพื่อจะได้ขอยืมอ่าน หรือท้ายสุดอาจจะเขียนจดหมายไปยังโรงพิมพ์เพื่อสั่งซื้อก็ได้

ศิริโสภาคย์ บูรพาเดชะ (2529) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมที่ได้รับการจูงใจว่ามี 3 ประการ คือ

1. มีพลัง (Energy) การจูงใจย่อมทำให้เกิดพลังขึ้นในสถานการณ์หนึ่งๆ เพื่อทำกิจกรรมหนึ่งให้เป็นผลสำเร็จ เช่น คนที่อดอาหารมาเป็นเวลา 24 ชั่วโมง ย่อมจะทำการดิ้นรนแสวงหาอาหาร ด้วยพลังและความพยายามมากกว่า ผู้ที่เพิ่งรับประทานอาหารไปเมื่อชั่วโมงที่แล้ว ในการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทำงานก็เช่นกัน นาย ก ทำงานอย่างเข้มแข็งกว่านาย ข อาจกล่าวได้ว่า นาย ก มีแรงจูงใจในการทำงานมากกว่านาย ข เป็นต้น

2. มีความพยายาม (Persistence) บุคคลที่มีการจูงใจย่อมไม่ท้อถอย หรือละความพยายามง่ายๆ เช่น เด็กที่รู้ว่า มารดาซ่อนขนมไว้ในห้องครัวจะวิ่งเข้าไปค้นหาในลิ้นชัก ตู้กับข้าว ตู้เย็น โดยใช้เวลาตามหาที่ต่างๆ เป็นระยะเวลาหนึ่งจึงละความพยายาม เป็นต้น

3. มีการเปลี่ยนแปลงได้ (Variability) เมื่อคนเราดิ้นรนเพื่อจะบรรลุวัตถุประสงค์ ใดๆ มักจะมีความพยายามอยู่ในระยะเวลาหนึ่ง ถ้าหากยังไม่ประสบความสำเร็จเขาจะไม่ทำตามวิธีการเดิมที่เคยล้มเหลวมาแล้ว แต่เขาจะพยายามค้นหาข้อบกพร่องต่างๆ และหาทางแก้ไขให้ดีขึ้น โดยลองพยายามใช้เป้าหมายอื่นๆ เช่น เด็กที่ต้องการการยกย่องจากเพื่อนฝูงในตอนแรกอาจใช้ความพยายามทางด้านการศึกษาเล่าเรียน แต่ถ้าไม่ประสบความสำเร็จก็อาจเปลี่ยนความพยายามไปทางอื่น เช่น การกีฬา การดนตรี การบำเพ็ญประโยชน์ เป็นต้น

จากความหมายของแรงจูงใจที่กล่าวมาข้างต้น เราจึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการที่เป็นแรงกระตุ้นหรือผลักดันในสิ่งที่บุคคลคาดหวัง เป็นพลังภายในตัวของบุคคลที่เกิดจากความต้องการในสภาวะที่ร่างกายขาดดุลย์ ก่อให้เกิดการกระตุ้น และ แรงผลักดันให้ร่างกายเกิดพฤติกรรม และเป็นตัวกำหนดทิศทางของพฤติกรรมเพื่อให้ได้ในสิ่งที่ตนเองต้องการ

ประเภทของแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นสิ่งที่เกิดจากความต้องการ ความปรารถนาที่จะทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไป ซึ่งมีผู้กล่าวถึงประเภทของแรงจูงใจ ดังนี้

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2542) ได้แบ่งแรงจูงใจออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. แรงจูงใจทางสรีระ (Physiological Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากสาเหตุภายในร่างกาย เช่น แรงจูงใจที่เกี่ยวกับความหิว ความกระหาย การหลีกหนี การหาความสุขทางเพศ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. แรงจูงใจทางสังคม (Social Motivation) เป็นแรงจูงใจที่ไม่เกิดขึ้นจากสาเหตุภายในร่างกาย แต่เกิดจากการเรียนรู้ตลอดเวลาที่เติบโตในสังคม เช่น แรงจูงใจในการอ่านหนังสืออย่างครำ่เคร่ง เพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัย แรงจูงใจที่ประชาชนต่อสู้เพื่ออิสรภาพของประเทศ แรงจูงใจของข้าราชการที่เกี่ยวกับตำแหน่งหน้าที่การงาน และแรงจูงใจของเด็กวัยรุ่นในเรื่องความต้องการเป็นอิสระ เป็นต้น

แรงจูงใจทั้งสองประเภทดังกล่าวมักจะเกี่ยวข้องกันเสมอ แต่มีบางอย่างที่มีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. แรงจูงใจทางสังคมไม่ถูกกระตุ้นจากระบบประสาทหรือความรู้สึกมากกว่าแรงจูงใจทางสรีระ

2. แรงจูงใจทางสังคมจะถูกเก็บให้อด ได้นานกว่าแรงจูงใจทางสรีระ

3. แรงจูงใจทางสังคมเกิดจากการเรียนรู้มากกว่าแรงจูงใจทางสรีระ

4. แรงจูงใจทางสังคมสามารถทำการศึกษาและทำความเข้าใจจากสิ่งเร้าภายนอกได้

5. แรงจูงใจทางสังคมเมื่อถูกกีดขวางจะไม่มีผลถึงตาย แต่อาจจะทำให้เกิดความผิดปกติทางอารมณ์และมีผลต่อร่างกายทำให้เจ็บป่วยได้ซึ่งอาจจะเสียชีวิตในภายหลัง ส่วนแรงจูงใจทางสรีระเมื่อถูกขัดขวางนานพอสมควรมีผลถึงชีวิตได้

การแบ่งแรงจูงใจโดยยึดถือจากสิ่งกระตุ้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตนเอง มีผลทำให้เราแสดงพฤติกรรมออกไปเพราะรักหรือชอบที่จะกระทำอย่างนั้นจากใจจริง

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นเนื่องจากได้รับสิ่งจูงใจภายนอกตัวเรา ด้วยความมุ่งหมายที่จะทำให้เราทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทรงพล ภูมิพัฒน์ (2540) ได้แยกแรงจูงใจออกเป็น 3 ประเภท ใหญ่ๆ คือ

1. แรงจูงใจทางร่างกาย (Physiological Motivation) คือ พลังที่ทำให้คนแสดงพฤติกรรมในการรักษาสภาพชีวิตให้อยู่รอด อยู่ในภาวะสมดุลมีปกติสุข

2. แรงจูงใจทางสังคม (Social Motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ เป็นผลมาจากความต้องการของจิตใจคนเราด้วยพร้อมๆกัน เพื่อสนองจิตใจให้เบิกบานในการดำเนินชีวิตร่วมกันในสังคม

3. แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation) คือ แรงจูงใจของคนเราที่อยากทำอยากเป็นหรืออยากได้ตามที่ตนเองต้องการเป็นส่วนตัวโดยเฉพาะ เป็นลักษณะพิเศษ

จากประเภทของแรงจูงใจข้างต้นที่ได้กล่าวมา สามารถแบ่งประเภทของแรงจูงใจได้ออกเป็น 2 ประเภท ใหญ่ๆ คือ แรงจูงใจทางร่างกาย ที่เกิดจากสาเหตุภายในร่างกายของบุคคลเอง และแรงจูงในทางสังคม ที่เกิดจากการเรียนรู้ การใช้ชีวิตอยู่ในสังคมก่อให้ก่อให้เกิดเป็นแรงจูงใจทางด้านสังคมนี้ขึ้น อีกทั้งยังสามารถแบ่งแรงจูงใจโดยยึดถือจากสิ่งกระตุ้นได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ แรงจูงใจภายใน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นแรงจูงใจทางร่างกาย เพราะเป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลเอง และแรงจูงใจภายนอก ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นแรงจูงใจทางสังคม เพราะเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้จากสิ่งรอบข้างของบุคคลนั้นเอง

ชนิดของแรงจูงใจ

มีนักจิตวิทยาและนักวิชาการมากมายได้กล่าวถึงชนิดของแรงจูงใจไว้มากมาย ซึ่งล้วนแล้วแต่มาจากแรงจูงใจภายในร่างกาย หรือแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอกร่างกายหรือแรงจูงใจทางสังคม แต่มีแรงจูงใจที่สนใจ อยู่ 4 ชนิด คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ และแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง ซึ่งจะกล่าวในรายละเอียดของแต่ละชนิดต่อไปนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ทรงพล ภูมิพัฒน์ (2538) ได้กล่าวถึง ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ว่า เป็นการกระทำที่เกิดจากแรงผลักดัน ซึ่งบุคคลรู้ตัวว่าการกระทำจะต้องมีการประเมินผลจากตัวเอง และจากบุคคลอื่น และผลการประเมินอาจเกิดความพึงพอใจ เมื่อผลงานเกิดความสำเร็จมากน้อยเพียงใดก็ต้องนำงานนั้นไปเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่สังคมถือว่าดี แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นความปรารถนาที่จะได้รับผลสำเร็จจากการกระทำกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนเกิดความต้องการที่จะทำงานอย่างมีอิสระ โดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เพื่อให้บรรลุเป้าหมายสูงสุดตามความต้องการ นอกจากนี้ยังกล่าวถึงวิธีสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. ต้องกำหนดจุดมุ่งหมายและพยายามทำให้สำเร็จเป็นขั้นไป
2. พยายามศึกษาและเรียนแบบจากตัวอย่างที่ดี
3. ต้องสร้างลักษณะนิสัยที่ดีในการทำงาน
4. มีความเพียรพยายามไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค

วิภาพร มาพบสุข (2546) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ แรงจูงใจที่ทำอะไรขึ้นมาให้ได้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตนเองวางไว้แต่ละคนจะมีแรงจูงใจชนิดนี้ที่แตกต่างกันออกไป และนักจิตวิทยาที่เป็นผู้นำในการวิจัยและสร้างทฤษฎีอธิบายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ ศาสตราจารย์แม็คเคลแลนด์ ท่านผู้นี้ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป และเอเชีย รวมทั้งวิธีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจด้านนี้ ได้กล่าวสรุปถึงคุณสมบัติของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ดังนี้

1. เป็นผู้มีความรับผิดชอบในพฤติกรรมของตนเองและตั้งมาตรฐานความเป็นเลิศในการทำงาน
2. เป็นผู้ตั้งวัตถุประสงค์ในการทำงาน
3. เป็นผู้มีความพยายาม อดทนจนถึงจุดหมายปลายทาง
4. เป็นผู้ที่มีการวางแผนระยะยาว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. เป็นผู้ที่ต้องการข้อมูลผลย้อนกลับของผลงานที่ทำ

6. เมื่อผู้นั้นทำงานประสบความสำเร็จมักจะอ้างสาเหตุภายใน เช่น ความสามารถและความพยายามของตนเอง

และได้เสนอวิธีเพิ่มแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ไว้ 4 ข้อ ดังนี้

1. พยายามสร้างความสำเร็จเป็นขั้นๆไป ในการทำงานทุกอย่างควรตั้งจุดหมายเป็นขั้นตอน และพยายามทำงานแต่ละขั้นตอนให้สำเร็จเป็นขั้นๆไป

2. พยายามเลียนแบบบุคคลตัวอย่างที่เขาทำงานดีและเขาประสบความสำเร็จ

3. สร้างนิสัยในการทำงานที่ดีและสร้างภาพพจน์ใหม่ให้กับตัวเรา กล่าวคือสำรวจจุดบกพร่องในการทำงานของเราและตั้งใจอย่างแน่วแน่ว่าจะปรับปรุงสิ่งเหล่านี้

4. พยายามควบคุมความอ่อนแอและความท้อถอย เพราะความอ่อนแอท้อถอยนั้นเป็นอุปสรรคสำคัญของความสำเร็จ

ความสำคัญของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือแรงผลักดันภายในที่มีผลทำให้บุคคลและสังคมประสบความสำเร็จในด้านต่างๆ ได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับการทำงานอาชีพ ในประเทศที่มีผู้นำทางธุรกิจเป็นผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมักเป็นประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจสูง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับลักษณะมุ่งอนาคต บุคคลที่มีลักษณะมุ่งอนาคต จะเป็นคนที่สามารถคาดการณ์อนาคต และสามารถวางแผนระยะยาว สามารถมองเห็นว่างานที่ตนทำในปัจจุบันจะส่งผลไปยังอนาคตซึ่งลักษณะมุ่งอนาคตดังกล่าว จะพบในบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง

จากแนวคิดและการให้ความหมายข้างต้น เราจึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้น คือ แรงจูงใจที่เกิดจากการประเมินตนเองของบุคคลนั้นๆ เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากตัวของบุคคลเอง ที่ต้องการจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตนเองต้องการ และได้มาตรฐานที่ดีที่ตนเองและสังคมยอมรับได้ เช่น การพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของตนเองให้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ได้มาตรฐานที่ตนเองต้องการ ซึ่งแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นี้ บุคคลจะมีความพยายามที่จะทำสิ่งนั้นๆ ให้ประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์

พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์ (2527) กล่าวว่า เป็นความต้องการมุ่งสัมพันธ์ของคนเรามีความสำคัญต่อจิตใจของบุคคล บุคคลอื่นก็มีความสำคัญต่อต่อสิ่งแวดล้อมของเราช่วยตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของเราได้โดยเฉพาะเมื่อเรารู้สึกไม่สบายใจ วิตกกังวลจะมีแนวโน้มที่จะต้องการเพื่อน ต้องการอยู่กับคนอื่นมากกว่าปกติ ดังนี้ความต้องการมุ่งสัมพันธ์เกิดขึ้นเพราะได้รับรางวัลจากการสังสรรค์สัมพันธ์ (Interaction) กับผู้อื่น ถ้าไม่มีผู้คน ไม่มีเพื่อนก็จะขาดผู้มาช่วยตอบสนองความต้องการ

วิภาพร มาพบสุข (2546) ได้ให้ความหมาย ของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ไว้ว่า เป็นความต้องการที่สร้างไว้ซึ่งสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่นที่ตนเองเกี่ยวข้องด้วย ที่เป็นเช่นนี้เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงมีความต้องการที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นตามสัญชาตญาณการรักษาตัวรอด การอยู่ร่วมกับผู้อื่น ทำให้มนุษย์สามารถช่วยเหลือกัน พึ่งพาอาศัยกัน และสืบทอดเผ่าพันธุ์ เป็นต้น

โดยทั่วไปมนุษย์ชอบอยู่ร่วมกันเป็นหมู่พวก การใช้เวลาส่วนใหญ่กับบุคคลอื่น เช่น บิดา มารดา พี่ น้อง ลุง ป้า น้า อา เพื่อน เป็นต้น การที่บุคคลมาอยู่ร่วมกันหรือเกี่ยวข้องกันทำให้เกิดความพึงพอใจและสบายใจโดยเฉพาะบุคคลที่มีความวิตกกังวลและความกลัว ยิ่งจะมีแนวโน้มเข้าหมู่พวกสูงขึ้น เพราะต้องการสมัครพรรคพวก เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวทางจิตใจ

เหตุผลส่วนใหญ่ที่ทำให้คนต้องอยู่ร่วมกัน หรือผูกพันกันนั้นมีแตกต่างกันไป บางคนต้องการตอบสนองความต้องการทางสรีรวิทยา ความต้องการทางความรัก ความเข้าใจ ความอบอุ่น ก็อาจจะแต่งงานมีครอบครัวกับคนที่ถูกใจ บางคนอาจจะไม่อยากแต่งงานเพราะชอบอยู่คนเดียว มีความคล่องตัว มีความอิสระ สามารถพึ่งพิงตนเองได้ บางคนเข้าเป็นสมาชิกของชมรม สโมสร สมาคม ก็เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม เช่น ได้ชื่อเสียง เกียรติยศและทรัพย์สินเงินทอง ได้สิทธิพิเศษได้รับความรัก ความใกล้ชิดได้พึ่งพิงและความต้องการอื่นๆ

แนวทางการพัฒนาแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ สามารถทำได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. จัดกิจกรรมกลุ่มให้สมาชิกมีโอกาสทำงานร่วมกัน สามารถเรียนรู้ซึ่งกันและกัน เพื่อการปรับตัวเข้าหากัน

2. จัดอบรมมารยาท และพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการเข้าสังคม เพื่อจะสามารถเรียนรู้วิธีการวางตนเมื่อเข้าสังคมได้อย่างเหมาะสม

ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2542) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ ไว้ว่า เป็นความต้องการความอบอุ่นใจจากการที่มีสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น คนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์สูงมักจะมีพฤติกรรมออกมาในลักษณะ ชอบการสนทนา ชอบงานเลี้ยง เพราะว่าคนประเภทนี้มักจะให้ความสนใจกับการสนับสนุนทางอารมณ์แก่ผู้อื่น

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในทัศนะของนักจิตวิทยาสังคมได้กำหนดแนวทางในการศึกษาไว้ 3 แนวทาง ดังนี้

1. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในทัศนะของความจำเป็นของมนุษย์โดยทั่วไปนั้นคือความต้องการทางสังคม หรือความต้องการเข้าร่วมกลุ่ม มีเหตุผลหลายประการ เช่น คนเรามีสัญชาตญาณการรวมกลุ่มตั้งแต่เกิด มนุษย์ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ตั้งแต่เกิด จึงทำให้เกิดลักษณะต้องพึ่งพิงพ่อแม่หรือผู้เลี้ยงดู จึงจำเป็นที่จะต้องรวมกลุ่มหรืออยู่ในกลุ่มเพื่อความอยู่รอด การรวมกลุ่มทำให้เกิดการเรียนรู้ที่จะบำบัดความต้องการพื้นฐาน เช่น ความต้องการอาหาร ความต้องการความปลอดภัย เป็นต้น และบำบัดความต้องการบางอย่างที่ไม่สามารถบำบัดได้ด้วยตนเอง เช่น ความรัก ความอบอุ่น ความต้องการทางเพศ ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง เป็นต้น

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในทัศนะที่เกิดจากสาเหตุ หรือสถานการณ์เฉพาะบางอย่างที่ทำให้คนมีความต้องการที่จะเข้าร่วมกลุ่ม เพื่อความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ การอยู่โดดเดี่ยวทำให้บุคคลถูกเก็บให้อดในเรื่องของความสัมพันธ์กับผู้อื่น เมื่อเป็นเวลานานจะทำให้เกิดความต้องการร่วมกลุ่ม ความกลัวเป็นสถานการณ์ที่ทำให้เป็นแรงกระตุ้นที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่น เพื่อลดความกลัว การมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับของบุคคลทำให้เกิดการร่วมกลุ่ม เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในทัศนะเป็นลักษณะของบุคลิกภาพ กล่าวคือ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในลักษณะประจำอย่างหนึ่งของบุคคล หมายถึง บุคคลที่มีพฤติกรรมมุ่งไมตรีสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ มากกว่าจะมุ่งที่งาน รักษาไว้ซึ่งมิตรมากกว่างาน จะมีลักษณะ โอบอ้อมอารี เสียสละ ความเกรงอกเกรงใจสูง ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ไม่เน้นประสิทธิภาพของการทำงาน มุ่งหาความสุขในปัจจุบัน ขาดการประหยัด ขาดการวางแผน และความรับผิดชอบในงานไม่ค่อยสูง

จากแนวคิดและการให้ความหมายข้างต้น เราจึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์นั้น คือ แรงจูงใจที่เกิดจากตัวของบุคคล เป็นความต้องการที่จะมุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่นๆ เป็นความปรารถนาที่จะเข้าร่วมสังคม เนื่องจากมนุษย์นั้นเป็นสัตว์สังคมอยู่คนเดียวตลอดไปไม่ได้ ย่อมที่จะเกิดความต้องการในการร่วมกลุ่มเพื่อความอยู่รอดของตนเอง และเพื่อตอบสนองความต้องการบางอย่าง เช่น ความรัก ความเข้าใจ ความอบอุ่น

แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ

สุรศักดิ์ มณีขันติย์ (2550) ได้กล่าวถึง การให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ ของ พิสิทธิ์ สารวิจิตร ว่า ในการทำงานนั้นคนเราต้องการผลประโยชน์ตอบแทนอย่างน้อย 2 อย่าง คือผลตอบแทนที่เป็นรายได้หรือค่าจ้าง เพื่อที่จะช่วยให้บุคคลมีสิ่งต่างๆ สนองความต้องการพื้นฐานของชีวิต และอีกประการหนึ่งคือ ผลตอบแทนที่เป็นความพึงพอใจ เช่น การยอมรับนับถือ (Recognition) โอกาสที่จะก้าวหน้า (Opportunity) การมีส่วนร่วมในงาน (Belongingness) ความมั่นคง (Security)

สุรเชษฐ์ ชิระมณี (2534) ได้กล่าวถึง แรงจูงใจที่เน้นการจูงใจโดยใช้สิ่งที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน ของ Barnard ที่ค้นพบว่าสิ่งจูงใจที่ได้ผลนั้นมี 2 อย่าง คือ สิ่งจูงใจที่เฉพาะเจาะจง เช่น เงิน วัตถุ เป็นต้น และสิ่งจูงใจทั่วไป เช่น ความสัมพันธ์ทางสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพการทำงานของบุคคล ความรู้สึกมีส่วนร่วม เป็นต้น

จากแนวคิดและการให้ความหมายข้างต้น เราจึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุนั้น คือ แรงจูงใจในตัวบุคคล ที่เป็นความคาดหวังว่าจะได้รับจากสังคม ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำงาน หรือเข้าร่วมกิจกรรมใดๆ เช่น รายได้ที่เป็นตัวเงิน หรือ เป็น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วัตถุ ที่จะได้รับ หรือ ความสัมพันธ์ทางสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพการทำงานของบุคคล ความรู้สึกมีส่วนร่วม เป็นต้น

แรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง

สมยศ นาวีการ (2545) ได้อธิบายถึง ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงมี 2 แบบ คือ

1. ความต้องการชื่อเสียง มองเห็นได้อย่างชัดเจนมากในสังคมที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อบุคคลกลายเป็นชุมชนกลางของสังคมมากขึ้นเกียรติยศชื่อเสียงอาจจะเป็นบางสิ่งบางอย่างที่มองเห็นไม่ได้ที่ให้กับบุคคลโดยสังคม คนจะแสวงหาเกียรติยศชื่อเสียงในแนวทางที่ต่างๆ กัน บุคคลเป็นจำนวนมากอาจจะแสวงหาสัญลักษณ์ที่เป็นวัตถุเท่านั้น ในขณะที่บุคคลอื่นๆ พยายามแสวงหาความสำเร็จส่วนบุคคล ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงถูกจำกัดด้วยตัวเองว่าจะมีมากหรือน้อย มนุษย์อาจจะแสวงหาเกียรติยศ ชื่อเสียงจนถึงระดับที่รับรู้ไว้ก่อน เมื่อพวกเขามีความรู้สึกว่าพวกเขาถึงระดับดังกล่าวนี้แล้ว ความรุนแรงของความต้องการจะลดลง และเกียรติยศชื่อเสียงจะกลายเป็นสิ่งที่ต้องรักษาไว้แทนที่จะก้าวต่อไปในอนาคต

2. ความต้องการอำนาจ คือ ความสามารถในการชักจูงหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม อำนาจมีอยู่ 2 ประเภท คือ ตำแหน่งหน้าที่และส่วนบุคคล

สุรศักดิ์ มณีขันติย์ (2550) ได้กล่าวถึง การให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง ของ ไวรัช เจียมบรรจง ว่า มนุษย์มีความต้องการทางสังคม มีความต้องการให้คนอื่นเห็นความสำคัญของ

ตน ต้องการเกียรติยศชื่อเสียง และความภาคภูมิใจในตนเอง และการที่จะมีชื่อเสียงได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีพื้นฐานทางการศึกษาเพื่อที่จะพัฒนาตนเอง

จากแนวคิดและการให้ความหมายข้างต้น เราจึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงนั้น คือ แรงจูงใจของบุคคลที่มีความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ความต้องการให้บุคคลอื่นเห็นความสำคัญของตนเอง ความภาคภูมิใจในตนเอง ในการอยู่ร่วมในสังคมของบุคคลนั้นๆ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กล่าวโดยสรุป ชนิดของแรงจูงใจที่นักจิตวิทยาและนักวิชาการได้กล่าวไว้ทั้ง 4 ชนิด คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ และแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง จะมีความแตกต่างกันในด้านของความต้องการและความคาดหวังในตัวของบุคคลที่จะทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกมา กล่าวคือ

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ แรงจูงใจที่เกิดจากการประเมินตนเองของบุคคลนั้นๆ เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากตัวของบุคคลเอง ที่ต้องการจะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตนเองต้องการ และได้มาตรฐานที่ดีที่ตนเองและสังคมยอมรับได้

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ คือ แรงจูงใจที่เกิดจากตัวของบุคคล เป็นความต้องการที่จะมุ่งสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่นๆ เป็นความปรารถนาที่จะเข้าร่วมสังคม เนื่องจากมนุษย์นั้นเป็นสัตว์สังคมอยู่คนเดียวตลอดไปไม่ได้ ย่อมที่จะเกิดความต้องการในการร่วมกลุ่มเพื่อความอยู่รอดของตนเอง ต่างจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ นั้นคือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะเกิดจากการประเมินค่าในตัวเอง และพยายามที่จะพัฒนาตนเองให้ได้มาตรฐานที่ตนเองและสังคมยอมรับ แต่แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ จะเกิดจากความต้องการที่จะพาตนเองออกไปสู่สังคม สร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในสังคม

แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ คือ แรงจูงใจในตัวบุคคล ที่เป็นความคาดหวังว่าจะได้รับจากสังคม ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำงาน หรือเข้าร่วมกิจกรรมใดๆ ต่างจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่เกิดจากการประเมินค่าในตัวเอง และพยายามที่จะพัฒนาตนเองให้ได้มาตรฐานที่ตนเองและสังคมยอมรับ ต่างจากแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ ที่เกิดจากความต้องการที่จะพาตนเองออกไปสู่สังคม สร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในสังคม แต่แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุจะเกิดจากความคาดหวังที่จะได้จากการทำงาน การร่วมกิจกรรม แล้วจะต้องได้รับผลตอบแทนผลประโยชน์จากการทำงาน หรือการร่วมกิจกรรมนั้นๆ

แรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง คือ แรงจูงใจของบุคคลที่มีความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง ความต้องการให้บุคคลอื่นเป็นความสำคัญของตนเอง ต่างจากแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่เกิดจากการประเมินค่าในตัวเอง และพยายามที่จะพัฒนาตนเองให้ได้มาตรฐานที่ตนเองและสังคมยอมรับ ต่างจากแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ ที่เกิดจากความต้องการที่จะพาตนเองออกไปสู่สังคม สร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในสังคม ต่างจากแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุจะเกิดจากความคาดหวังที่จะได้จากการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทำงาน การร่วมกิจกรรม แล้วจะต้องได้รับผลตอบแทน ผลประโยชน์จากการทำงาน หรือการร่วมกิจกรรมนั้นๆ แต่แรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง เกิดจากความต้องการที่จะมีเกียรติ มีชื่อเสียงอยู่ในสังคม ความต้องการเป็นที่ยอมรับนับถือของคนในสังคม สร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเองและบุคคลรอบข้าง

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

มีทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจมากมาย ที่จะนำมาสนับสนุนแรงจูงใจให้มีเหตุมีผล ดังจะกล่าวต่อไปนี้

วิภาส ทองสุทธิ์ (2552) ได้กล่าวถึงการพัฒนาของแนวคิดการจูงใจในยุคแรกจะเกี่ยวข้องกับการจัดการตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ แต่ในปัจจุบันการจูงใจจะเกี่ยวข้องกับ ทฤษฎีความต้องการ ทฤษฎีกระบวนการ และทฤษฎีเสริมแรง

1. ทฤษฎีความต้องการ เป็นทฤษฎีที่สำรวจความต้องการภายในซึ่งเป็นสิ่งเร้าบุคคลให้ปฏิบัติ ประกอบด้วย

1.1 ทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์

เป็นทฤษฎีการจูงใจที่มีการกล่าวถึงอย่างแพร่หลาย โดยมาสโลว์มองความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้น จากระดับต่ำสุดไประดับสูงสุด และสรุปว่าเมื่อความต้องการในระดับได้รับการตอบสนองจะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงต่อไป ตามลำดับขั้นความต้องการ 5 ขั้น ดังนี้

1.1.1 ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานขั้นแรกของมนุษย์เพื่อจะให้มีชีวิตอยู่รอด เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ ต้องการทางเพศ ต้องการพักผ่อน หลับนอน และสิ่งอื่นๆ ที่จะใช้ตอบสนองความต้องการได้

1.1.2 ความต้องการทางด้านความปลอดภัย หรือความมั่นคง (Security on Safety Needs) ภายหลังจากที่ร่างกายได้รับการตอบสนอง มนุษย์ก็เริ่มคิดถึงความปลอดภัย และความ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มั่นคง เช่น ความต้องการที่จะให้พ้นหรือปลอดภัยจากอันตราย ความเจ็บปวด ต้องการความมั่นคงในหน้าที่การงานต่างๆ มีความมั่นใจที่จะมีการอยู่ดีกินดีในระยะยาว

1.1.3 ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belongingness Needs) เช่น ความต้องการที่จะได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่างๆ อยากจะคบหาสมาคมกับผู้อื่น ความรู้สึกมีส่วนร่วมการมีบทบาทร่วมกับกลุ่ม ต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากสังคม

1.1.4 ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นในสังคม (Esteem or Status Needs) เช่น มีความมั่นใจ ภูมิใจในตนเอง และการเป็นผู้นำ มีความแข็งแรงและฉลาดกว่า ต้องการมีโอกาสพูดคุยหรืออยู่ใกล้ชิดกับบุคคลสำคัญๆ ต้องการที่จะได้รับการยกย่องสรรเสริญ มีเกียรติ และเป็นที่นับถือของบุคคลอื่น

1.1.5 ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดทุกอย่าง (Self-Actualization or Self-Realization) เป็นลำดับขั้นความต้องการที่สูงสุดของมนุษย์ เช่น ความภาคภูมิใจที่ทำสิ่งที่ตนต้องการสำเร็จลงได้ ได้มีโอกาสทำสิ่งซึ่งท้าทายความสามารถของตนเอง การมีเชาว์ปัญญารอบรู้สิ่งต่างๆ มากกว่าคนอื่น การได้ทำ คิดค้นสิ่งใหม่ๆ และการได้มีโอกาสสัมผัสหรือชมเชยสิ่งสวยงาม การรับรู้ความจริงต่างๆ

จากทฤษฎีลำดับขั้นแห่งความต้องการของมาสโลว์ จึงสรุปได้ว่า มาสโลว์นั้นได้มองความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้น ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 5 ลำดับขั้น คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการทางด้านความปลอดภัย หรือความมั่นคง ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นในสังคม และความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดทุกอย่าง ความต้องการของมนุษย์จะถูกเพิ่มขึ้นไปเป็นลำดับขั้น เมื่อลำดับขั้นนั้นได้รับการตอบสนองแล้ว ก็จะเพิ่มความต้องการไปอีกลำดับขั้นหนึ่งอย่างเป็นขั้นตอน

1.2 ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer

เป็นทฤษฎีความต้องการที่กำหนดลำดับตอนความต้องการ และชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความต้องการในระดับต่ำและความต้องการในระดับสูง ซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการของมาสโลว์ 5 ขั้น และนำมาปรับให้เหลือ 3 ขั้น ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.2.1 ความต้องการในการอยู่รอด (Existence Needs (E)) เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการทางด้านความปลอดภัย

1.2.2 ความต้องการความสัมพันธ์ (Related Need (R)) มีลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลง ประกอบด้วยความต้องการทางด้านสังคม ตามทฤษฎีของมาสโลว์บวกด้วยความต้องการทางด้านความปลอดภัยและความต้องการการยกย่อง

1.2.3 ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth (G)) เป็นความต้องการในระดับสูงสุด และมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุด ประกอบด้วยส่วนที่เป็นความต้องการการยกย่องและบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จตามทฤษฎีของมาสโลว์

จากทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer จึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีนี้ได้ชี้ให้เป็นถึงความแตกต่างอย่างชัดเจนในเรื่องของความต้องการในระดับต่ำและความต้องการในระดับสูง แบ่งออกเป็น 3 ขั้น คือ ความต้องการในการอยู่รอด เป็นความต้องการในระดับต่ำสุดและมีลักษณะเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการทางด้านความปลอดภัย ความต้องการความสัมพันธ์ ลักษณะเป็นรูปธรรมน้อยลง ประกอบด้วยความต้องการทางด้านสังคม ตามทฤษฎีของมาสโลว์บวกด้วยความต้องการทางด้านความปลอดภัยและความต้องการการยกย่อง ความต้องการความเจริญก้าวหน้า เป็นความต้องการในระดับสูงสุด และมีความเป็นรูปธรรมต่ำสุด ประกอบด้วยส่วนที่เป็นความต้องการการยกย่องและบวกด้วยความต้องการประสบความสำเร็จตามทฤษฎีของมาสโลว์ ซึ่งก็ยังคงเน้นองค์ประกอบของแต่ละลำดับขั้นตามทฤษฎีของมาสโลว์

1.3 ทฤษฎี 2 ปัจจัย

ทฤษฎี 2 ปัจจัย ของ Frederic Herzberg ได้เสนอปัจจัยในการทำงานเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงาน และไม่พึงพอใจในการทำงาน หรือหมายถึง การทำงานโดยหลักการของเจ้าของกิจการจะพยายามสร้างความพึงพอใจกับพนักงาน การสร้างแรงจูงใจให้มากเป็นสิ่งที่ลำบาก ซึ่งจะกล่าวตามทฤษฎี 2 ปัจจัย ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1.3.1 ปัจจัยรักษา (Maintenance Factors)/ ปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factors) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความไม่พึงพอใจในการทำงาน ผู้จัดการจะจูงใจผู้ใต้บังคับบัญชาจากความไม่พอใจ เช่น สถานภาพการทำงานมั่งคง นโยบายการบริหารงานของบริษัท สภาพแสดล้อมในการทำงาน เงิน ปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้จูงใจให้พนักงานทำงานได้เพิ่มขึ้น แต่ป้องกันไม่ให้ผลิตลดลง ส่วนปัจจัยอนามัยจะรักษาแรงจูงใจให้อยู่ในระดับสูง และป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นในทางลบ ส่วนปัจจัยที่มีผลในทางบวกต่อแรงจูงใจในการทำงาน คือ โอกาสเจริญเติบโต ลักษณะงาน ความสำเร็จ การยกย่อง ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้า

1.3.2 ปัจจัยการจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงานซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายใน

จากทฤษฎี 2 ปัจจัย ดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีนี้ จะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงานและความไม่พึงพอใจในการทำงาน ซึ่งมีผลต่อการสร้างแรงจูงใจ ประกอบด้วย ปัจจัยรักษาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความไม่พึงพอใจในการทำงาน ปัจจัยอนามัยจะรักษาแรงจูงใจให้อยู่ในระดับสูง และป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นในทางลบ และปัจจัยการจูงใจ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงานซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายใน

1.4 ทฤษฎีความต้องการที่จะแสวงหาของ McClelland

เป็นทฤษฎีซึ่งเสนอแนะว่า ความต้องการที่จะแสวงหาการเรียนรู้โดยอาศัยวิธีและการที่บุคคลมุ่งที่ความต้องการเฉพาะมากกว่าความต้องการอื่นๆ ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ

1.4.1 ความต้องการเพื่อความสำเร็จ ความปรารถนาของบุคคลที่จะบรรลุเป้าหมายซึ่งมีลักษณะที่ท้าทายและความเป็นเลิศ บุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูง มักจะมีคุณสมบัติของการเป็นผู้ที่ชอบแข่งขัน มีการตั้งเป้าหมายที่ค่อนข้างยากและมักจะมีการตรวจสอบผลการดำเนินงานของตนเองอย่างสม่ำเสมอ และยังมีความรับผิดชอบสูงในการทำงาน

1.4.2 ความต้องการเพื่อความผูกพัน หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่จะสร้างมิตรภาพและกำหนดความผูกพันส่วนตัวกับสังคม ทั้งนี้เมื่อบุคคลมีความต้องการที่จะสร้างความ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผูกพัน จึงแสวงหาความยอมรับและรับรองจากบุคคลอื่น และให้ความสำคัญกับความรู้สึกของบุคคลอื่นเป็นอย่างมาก

1.4.3 ความต้องการอำนาจ เป็นความปรารถนาที่จะมีอิทธิพลหรือควบคุมผู้อื่น

จากทฤษฎีความต้องการที่จะแสวงหาของ McClelland ดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีนี้เป็นการเสนอแนะความต้องการที่แสวงหาการเรียนรู้โดยตัวของบุคคลเองและการเรียนรู้จากสังคม ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ ความต้องการเพื่อความสำเร็จ ความต้องการเพื่อความผูกพัน และความต้องการอำนาจ

2. ทฤษฎีกระบวนการ

เป็นทฤษฎีที่พิจารณาถึงกระบวนการความคิดเมื่อบุคคลใช้ในการตัดสินใจที่จะกระทำมากกว่าความต้องการซึ่งกระตุ้นการกระทำ ประกอบด้วย

2.1 ทฤษฎีความคาดหวังในแรงจูงใจของ Vroom

เป็นทัศนะที่เชื่อเกี่ยวกับการได้อภิปรายถึงวิธีการที่บุคคลได้รับแรงกระตุ้น ให้กระทำซึ่งสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายได้ ทฤษฎีนี้ คือ การจูงใจของบุคคลซึ่งมีต่อสิ่งที่มีคุณค่าในผลลัพธ์จากการใช้ความพยายาม คูณด้วยความเชื่อมั่นจากความพยายาม เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังกล่าว การจูงใจเป็นสิ่งที่มีคุณค่าซึ่งแต่ละบุคคลกำหนดเป้าหมายและโอกาสเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายนั้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับ อำนาจ ที่ถือว่าเป็นจุดแข็งของการจูงใจบุคคล คุณค่าความพอใจในผลลัพธ์ เป็นจุดแข็งของความพอใจของบุคคลในผลลัพธ์ ความคาดหวัง เป็นความน่าจะเป็นสำหรับการกระทำเฉพาะอย่าง ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ เมื่อบุคคลมีเป้าหมายเฉพาะอย่างไม่แตกต่างกัน คุณค่าความพอใจในผลลัพธ์ เท่ากับศูนย์ มีผลลัพธ์เป็นลบเมื่อบุคคลไม่สามารถบรรลุเป้าหมาย ก็คือไม่มีการจูงใจ

จากทฤษฎีความคาดหวังในแรงจูงใจของ Vroom ดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีนี้มุ่งที่จะอธิบายให้เป็นถึงคุณค่าความพึงพอใจในผลลัพธ์ที่เกิดจากความคาดหวังและการกระทำ ให้บรรลุ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เป้าหมาย และบุคคลจะมีความพึงพอใจก็ต่อเมื่อ ผลลัพธ์ที่ออกมานั้นเป็นไปตามที่คาดหวังไว้นั้นเอง

2.2 ทฤษฎีความยุติธรรม

เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้วิจารณญาณของบุคคลกับความยุติธรรมของรางวัล โดยเปรียบเทียบกับปัจจัยนำเข้า ซึ่งประกอบด้วยหลายปัจจัย เช่น ความพยายาม ประสบการณ์ การศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้จะต้องมีความสมดุลของความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ต่อปัจจัยนำเข้าของบุคคลหนึ่ง โดยเปรียบเทียบกับอีกบุคคลหนึ่ง ดังนี้ ถ้าบุคคลรู้สึกว่าเขาได้รับรางวัลที่ไม่เท่าเทียมกัน เขาจะไม่พอใจ และจะลดปริมาณหรือคุณภาพของผลผลิต ถ้าบุคคลได้รับรางวัลที่เท่าเทียมกัน เขาจะทำงานเพื่อให้ได้ผลผลิตในระดับเดิมต่อไป และถ้าบุคคลคิดว่ารางวัลสูงกว่าสิ่งที่เป็นความยุติธรรม เขาจะทำงานมาก ปัญหาที่เกิดขึ้นคือ บุคคลจะคาดคะเนผลประโยชน์ของตนเองเกินจริง และคาดหวังรายได้หรือรางวัลที่ได้รับเกินความเป็นจริง เพราะความไม่เท่าเทียมกันอาจจะมีเป็นบางครั้งสำหรับพนักงานความรู้สึกของความไม่เท่าเทียมกันจะมีผลต่อปฏิกิริยาบางอย่าง เช่น การละทิ้งงาน เป็นต้น

จากทฤษฎีความยุติธรรม ดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีนี้มุ่งที่จะอธิบายให้เห็นถึงการใช้วิจารณญาณของบุคคลกับความยุติธรรมของรางวัล จำเป็นที่จะต้องมีการเปรียบเทียบปัจจัยนำเข้าต่างๆ เช่น ความพยายาม ประสบการณ์ การศึกษา เป็นต้น รวมไปถึงปัญหาที่มาจากตัวของบุคคลเอง เช่นการคาดคะเนผลประโยชน์ที่จะได้รับเกินความเป็นจริง แต่ในความจริงแล้วไม่ได้ตามนั้น จึงก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่พึงพอใจในผลที่ได้ ก่อให้เกิดผลเสียในการทำงานนั้นเอง

3. ทฤษฎีเสริมแรง

เป็นทฤษฎีการจูงใจหรือการปรับปรุงพฤติกรรม ที่เน้นว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถือเกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมหนึ่งกับผลของพฤติกรรมนั้น หรือหมายถึงกระบวนพฤติกรรมของคนซึ่งการเรียนรู้เกิดจากประสบการณ์ในอดีต รูปแบบของทฤษฎีการเสริมแรง ยังเน้นย้ำแรงจูงใจซึ่งเป็นพื้นฐานในการปรับปรุงพฤติกรรมและเป็นเทคนิคในการเปลี่ยนพฤติกรรมมนุษย์สมารถทำได้ 4 วิธี คือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.1 การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) หมายถึง บริหารรางวัลผลตอบแทนตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่พึงปรารถนา

3.2 การเรียนรู้การหลีกเลี่ยง (Avoidance Learning) หรือการเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement) หมายถึง การจัดลำดับเหตุการณ์ หรือปัญหา ที่ไม่น่าพึงพอใจต่อจากพฤติกรรมที่พึงพอใจ

3.3 การยับยั้งพฤติกรรม (Extinction) หมายถึง การเลิกให้รางวัล เพื่อจุดมุ่งหมายในการยับยั้งพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในอนาคต เป็นการลดพฤติกรรมซึ่งมีผลด้านบวกซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม เป็นการปราบพฤติกรรมบางอย่างโดยการลดการเสริมแรงเกี่ยวกับการแสดงออก

3.4 การลงโทษ (Punishment) หมายถึง การปรับพฤติกรรมซึ่งเกี่ยวข้องภายใต้เงื่อนไขที่ว่า ผลที่ได้รับด้านลบจะช่วยลดหรือยับยั้งพฤติกรรมเนื่องจากผลลัพธ์ที่ไม่พึงพอใจ

จากทฤษฎีเสริมแรง ดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า ทฤษฎีนี้มุ่งที่จะอธิบายถึงการปรับปรุงพฤติกรรมของบุคคล โดยยึดเกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออกมากับผลลัพธ์ของพฤติกรรมนั้น และมีเทคนิควิธีในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล ดังนี้ คือ การเสริมแรงทางบวก เป็นการมอบรางวัลเมื่อพฤติกรรมนั้นเป็นที่พึงปรารถนา การเรียนรู้การหลีกเลี่ยงหรือการเสริมแรงทางลบ เปรียบได้กับเป็นการจัดลำดับเหตุการณ์ บันทึกเหตุการณ์ที่ผ่านมา ที่ไม่น่าพึงพอใจต่อจากพฤติกรรมที่พึงปรารถนา การยับยั้งพฤติกรรม คือ การเลิกให้รางวัล เพื่อจุดมุ่งหมายในการยับยั้งพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในอนาคต การลงโทษ คือ การปรับพฤติกรรมซึ่งเกี่ยวข้องภายใต้เงื่อนไขที่ว่า ผลที่ได้รับด้านลบจะช่วยลดหรือยับยั้งพฤติกรรมเนื่องจากผลลัพธ์ที่ไม่พึงพอใจ

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจดังกล่าวนั้น จึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก เป็นกระบวนการที่เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ซึ่งสามารถแบ่งได้ออกเป็น 4 ประเภท คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นแรงจูงใจเกิดจากการประเมินตนเองความต้องการประสบความสำเร็จจากการกระทำกิจกรรมต่างๆ ให้ได้มาตรฐานที่ตนเองและสังคมยอมรับ เช่น การเข้าร่วมกลุ่มนั้นบุคคลก็ย่อมที่จะมีแรงจูงใจที่อยากให้ทางกลุ่มจัดกิจกรรมที่จะพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถของตนเองให้ดียิ่งขึ้น แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเพื่อมุ่งหวังสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เช่น การพบปะสังสรรค์กับเพื่อนในสังคมเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และทัศนคติต่อกัน แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการผลประโยชน์ตอบแทนที่จะได้รับ เช่น จะได้รับผลประโยชน์ที่นอกเหนือจากสิ่งที่กำหนดไว้ในสัญญาระหว่างกลุ่ม การได้รับสวัสดิการต่างๆ ตามความเหมาะสมที่กลุ่มจะมอบให้ และแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการทางสังคมที่จะเป็นบุคคลสำคัญมีชื่อเสียงในสังคมนั้นๆ เช่น การเข้าร่วมกลุ่มนั้นจะทำให้เป็นผู้ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของผู้อื่น อีกทั้งยังมีทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ได้กล่าวไว้ คือ การพัฒนาแนวคิดการจูงใจในยุคปัจจุบัน ที่จะเน้น ทฤษฎีความต้องการ ได้แก่ ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ซึ่งจะลำดับความต้องการไว้เป็น 5 ขั้นตอน คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการทางด้านความปลอดภัย หรือความมั่นคง ความต้องการทางด้านสังคม ความต้องการที่จะมีฐานะเด่นในสังคม และความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จตามความนึกคิดทุกอย่าง ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของ Alderfer ที่กล่าวถึงลำดับความต้องการที่ปรับมาจากทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ให้เหลือ 3 ประเภท คือ ความต้องการอยู่รอด ความต้องการความสัมพันธ์ และความต้องการความเจริญก้าวหน้า ทฤษฎี 2 ปัจจัย ที่เน้นในเรื่องของความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยรักษา ปัจจัยสุขอนามัยและปัจจัยการจูงใจ และทฤษฎีความต้องการที่จะแสวงหาของ McClelland เป็นทฤษฎีซึ่งเสนอแนะว่า ความต้องการที่จะแสวงหาการเรียนรู้โดยอาศัยวิธีและการที่บุคคลมุ่งที่ความต้องการเฉพาะมากกว่าความต้องการอื่นๆ ประกอบด้วย 3 อย่าง คือ ความต้องการเพื่อความสำเร็จ ความต้องการเพื่อความผูกพัน และความต้องการอำนาจ ทฤษฎีกระบวนการ ได้แก่ ทฤษฎีความคาดหวังในแรงจูงใจของ Vroom เป็นทัศนะที่เชื่อเกี่ยวกับการได้อภิปรายถึงวิธีการที่บุคคลได้รับแรงกระตุ้น ให้กระทำซึ่งสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายได้ และทฤษฎีความยุติธรรมเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการใช้วิจารณญาณของบุคคลกับความยุติธรรมของรางวัล และทฤษฎีเสริมแรง เป็นทฤษฎีการจูงใจหรือการปรับปรุงพฤติกรรม ที่เน้นว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถือเกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมหนึ่งกับผลของพฤติกรรมนั้น มีวิธีการคือ การเสริมแรงทางบวก การเรียนรู้การหลีกเลี่ยง หรือการเสริมแรงทางลบ การยับยั้งพฤติกรรม และการลงโทษ จากทฤษฎีที่กล่าวมานี้ ส่งผลโดยตรงต่อแรงจูงใจในด้านต่างๆ เป็นตัวที่เข้ามาเสริมให้แรงจูงใจมีความน่าเชื่อถือและสามารถที่จะวิเคราะห์และจำแนกแรงจูงใจออกมาได้อย่างมีเหตุผล

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

ความหมายของการมีส่วนร่วม

สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (2554) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม เป็น กระบวนการให้บุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ไขปัญหาด้วยตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของ บุคคล แก้ไขปัญหาร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุน ติดตามการ ปฏิบัติงานขององค์การและบุคคลที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมมาจากการเห็นพ้องในเรื่องความ ความต้องการและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงและความเห็นพ้องต้องกัน จะต้องมีมากจนเกิดความคิดริเริ่มโครงการเพื่อปฏิบัติ เหตุผลเบื้องแรก ของคนที่มารวมกันได้คือ จะต้องมีการตระหนักว่าปฏิบัติการทิ้งหมดหรือการกระทำทั้งหมด จะกระทำโดยกลุ่มหรือใน นามกลุ่มนั้น

จากความหมายของการมีส่วนร่วม จากนักวิชาการหลายท่าน สรุปได้คือ การมีส่วนร่วม เป็นการ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินงาน ร่วมติดตาม ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมประเมิลผล เป็นการเพิ่มหรือปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิมโดยเกิดจากจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิกหรือกลุ่มบุคคล เรื่องใดเรื่องหนึ่งในระดับที่มากพอจนต้องตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมนั้นๆ โดยให้ความร่วมมือ ร่วมใจทั้งในด้านความคิดและการตัดสินใจ เพื่อเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิมและสร้างสรรค์ผลผลิตให้มีปริมาณ คุณภาพ ตามต้องการ อีกทั้งยังช่วยสร้างความรับผิดชอบและความเป็นเจ้าของ ให้เกิดขึ้นทำให้การดำเนินการประสบความสำเร็จได้

ขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2527) ได้อธิบายขั้นตอนของการมีส่วนร่วมได้ 4 ขั้นตอนดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมิลผล

โกวิทย์ พวงงาม (2545) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงควรจะมี 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของแต่ละท้องถิ่น กล่าวคือ ถ้าหากชาวชนบทยังไม่สามารถทราบถึงปัญหาและเข้าใจถึงสาเหตุของปัญหา ในท้องถิ่นของตนเป็นอย่างดีแล้ว การดำเนินงานต่าง ๆ เพื่อแก้ปัญหาของท้องถิ่นย่อม ไร้ประโยชน์ เพราะชาวชนบทจะไม่เข้าใจและมองไม่เห็นถึงความสำคัญของการ ดำเนินงานเหล่านั้น

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เพราะการวางแผนดำเนินงาน เป็นขั้นตอนที่จะช่วยให้ชาวชนบทรู้จักวิธีการคิด การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล รู้จักการ นำเอาปัจจัย ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผน

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน แม้ชาวชนบทส่วนใหญ่จะมี ฐานะยากจน แต่ก็มีแรงงานของตนที่สามารถใช้เข้าร่วมได้ การร่วมลงทุนและปฏิบัติงาน จะทำให้ชาวชนบทสามารถคิดต้นทุนดำเนินงานได้ด้วยตนเอง ทำให้ได้เรียนรู้การดำเนิน กิจกรรมอย่างใกล้ชิด

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ถ้าหากการติดตามงานและประเมินผลงานขาดการมีส่วนร่วมแล้วชาวชนบทย่อมจะไม่ทราบด้วยตนเองว่างานที่ทำ ไปนั้นได้รับผลดี ได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างใด การดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกันใน โอกาสต่อไป จึงอาจจะประสบความยากสำบาก

จากขั้นตอนของการมีส่วนร่วม สรุปได้คือ เริ่มจากการที่ช่วยกันค้นหาปัญหาสาเหตุต่างๆ ที่เกิดขึ้นในกลุ่ม เพราะจะนำมาซึ่งการวางแผนการดำเนินงานแก้ไข หรือพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม โดยที่จะต้องมีการลงทุนลงมือปฏิบัติตามกระบวนการที่ได้วางแผนกันไว้ และสุดท้ายต้องมีการติดตามและประเมินผลงานที่ทำนั้นๆ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

มีการกล่าวถึงรูปแบบของการมีส่วนร่วมไว้ คือ

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการมีส่วนร่วม มีหลายระดับตั้งแต่เป็นสมาชิกจนถึงเป็นประธานและกรรมการ คือ

1. เป็นสมาชิก

2. เป็นสมาชิกที่เข้าร่วมประชุม

3. เป็นสมาชิกที่บริจาคเงินช่วย

4. เป็นกรรมการ

5. เป็นประธานกรรมการ

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงเงื่อนไขของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าจะต้องประกอบด้วยปัจจัยต่างๆอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. ประชาชนต้องมีอิสระในการที่จะมีส่วนร่วม

2. ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม

3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม

และยังกล่าวถึงความสำเร็จที่จะมีส่วนร่วม ขึ้นกับเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1. ประชาชนต้องมีเวลาที่จะมีส่วนร่วมกิจกรรม การมีส่วนร่วมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ประชาชนต้องไม่เสียเงินทอง ค่าใช้จ่ายในการมีส่วนร่วมมากกว่าที่เขาประเมินผลตอบแทนที่จะได้รับ

3. ประชาชนต้องมีความสนใจ ที่สัมพันธ์สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมนั้น

4. ประชาชนต้องสามารถสื่อสารรู้เรื่องกันทั้งสองฝ่าย

5. ประชาชนต้องไม่รู้สึกกระทบกระเทือนต่อตำแหน่งหน้าที่ หรือสถานภาพทางสังคมหากจะมีส่วนร่วม

จากรูปแบบของการมีส่วนร่วมดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า รูปแบบของการมีส่วนร่วมนั้น มีหลายระดับตั้งแต่เป็นสมาชิกจนถึงเป็นประธานและกรรมการและยังมีเงื่อนไขของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าจะต้องประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น ประชาชนต้องมีอิสระในการที่จะมีส่วนร่วม ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม และประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม เป็นต้น อีกทั้งหากต้องการให้การมีส่วนร่วมนั้นประสบความสำเร็จ จะต้องมีเงื่อนไข คือ ประชาชนต้องมีเวลาที่จะมีส่วนร่วมกิจกรรม เละไม่เสีย ค่าใช้จ่ายในการมีส่วนร่วมมากกว่าที่เขาประเมินผลตอบแทนที่จะได้รับ ต้องมีความสนใจ ที่สัมพันธ์สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมนั้น ประชาชนต้องสามารถสื่อสารรู้เรื่องกันทั้งสองฝ่าย และประชาชนต้องไม่รู้สึกกระทบกระเทือนต่อตำแหน่งหน้าที่ หรือสถานภาพทางสังคมหากจะมีส่วนร่วม จึงถือว่า การมีส่วนร่วมนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

อคิน รพีพัฒน์ (2527) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการมีส่วนร่วม 5 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีการเกลี้ยกล่อมมวลชน (Mass Persuation)

การเกลี้ยกล่อม หมายถึง การใช้คำพูดหรือการเขียน เพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือและการกระทำ ซึ่งการ เกลี้ยกล่อมมีประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในการปฏิบัติงานและถ้าจะให้ เกิดผลดีผู้เกลี้ยกล่อมจะต้องมีศิลปะในการสร้างความสนใจในเรื่องที่จะเกลี้ยกล่อม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของคนในชาติ (National Morale)

คนเรามีความต้องการทางกายและใจถ้าคนมีขวัญดีพอ ผลของการทำงานจะสูงตามไปด้วย แต่ถ้าขวัญไม่ดีผลงานก็จะต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากว่าขวัญเป็นสถานการณ์ทาง จิตใจที่แสดงออกในรูปพฤติกรรมต่าง ๆ นั่นเอง การจะสร้างขวัญให้ดีต้องพยายามสร้าง ทัศนคติที่ดีต่อผู้รวมงาน เช่น การไม่เอารัดเอาเปรียบ การให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับงาน การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น เป็นต้น และเมื่อใดก็ตามถ้าคนทำงานมีขวัญดีจะ เกิดสำนึกในความรับผิดชอบ อันจะเกิดผลดีแก่หน่วยงาน ทั้งในส่วนที่เป็นขวัญส่วนบุคคล และขวัญของกลุ่ม ดังนั้น จะเป็นไปได้ว่าขวัญของคนเรา โดยเฉพาะคนมีขวัญที่ดีย่อมเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้เช่นกัน

3. ทฤษฎีสร้างความรู้สึกชาตินิยม (Nationalism)

ปัจจัยประการหนึ่งที่นำสู่การมีส่วนร่วมคือ การสร้างความรู้สึกชาตินิยมให้ เกิดขึ้น หมายถึง ความรู้สึกเป็นตัวของตัวเองที่จะอุทิศหรือ เน้นค่านิยมเรื่องผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ มีความพอใจในชาติของตัวเอง พอใจเกียรติภูมิ จงรักภักดี ผูกพันต่อท้องถิ่น

4. ทฤษฎีการสร้างผู้นำ (Leadership)

การสร้างผู้นำจะช่วยจูงใจให้ประชาชนทำงานด้วยความเต็มใจเพื่อบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทั้งนี้เพราะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญของการร่วมกลุ่มคน จูงใจไปยังเป้าประสงค์ โดยทั่วไปแล้วผู้นำอาจจะมีทั้งผู้นำที่ดีเรียกว่า ผู้นำปฏิฐาน (Positive Leader) ผู้นำพลวัต คือ เคลื่อนไหวทำงานอยู่เสมอ (Dynamic Leader) และผู้นำไม่มีกิจ ไม่มีผลงานสร้างสรรค์ ที่เรียกว่า ผู้นำนิเสธ (Negative Leader) ผลของการให้ทฤษฎีการสร้างผู้นำ จึงทำให้เกิดการระดมความร่วมมือ ปฏิบัติงานอย่างมีขวัญกำลังใจ งานมีคุณภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และร่วมรับผิดชอบ ดังนั้น การสร้างผู้นำที่ดี ยอมจะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยดี

5. ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบทางการบริหาร (Administration and Method)

การใช้ระบบบริหารในการระดมความร่วมมือเป็นวิธีหนึ่งที่ง่ายเพราะใช้กฎหมาย ระเบียบ แบบแผน เป็นเครื่องมือในการดำเนินการ แต่อย่างใดก็ตามผลของ ความร่วมมือยังไม่มี

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ระบบใดดีที่สุดในเรื่องการใช้ระบบบริหาร เพราะธรรมชาติของคน ถ้าทำงานตามความสมัครใจ อย่างตั้งใจไม่มีใครบังคับก็จะทำงานด้วยความรัก แต่ถ้าไม่ควบคุมเลยก็ไม่เป็นไปตามนโยบายและความจำเป็นของรัฐ เพราะการใช้ระบบบริหาร เป็นการให้ปฏิบัติตามนโยบายเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เพิ่มความคาดหวังผลประโยชน์

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม จึงสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมนั้นมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวไป 5 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการเกลี่ยกล่อมมวลชนใช้การพูดหรือเขียนเพื่อให้เกิดความเชื่อและกระทำตาม ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของคนในชาติที่กล่าวว่า การมีขวัญและกำลังใจที่ดีจะนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มได้ดีเช่นกัน ทฤษฎีสร้างความรู้สึกชาตินิยม ที่เน้นการสร้างความรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ในสิ่งที่มีอยู่ ทฤษฎีการสร้างผู้นำ ที่กล่าวว่าการสร้างผู้นำจะช่วยจูงใจให้ประชาชนทำงานด้วยความเต็มใจ ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบทางการบริหาร เน้นทางด้านการนำระบบการบริหารมาใช้ควบคุมการมีส่วนร่วมของกลุ่ม

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมที่ได้กล่าวมานั้น จึงสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม คือ การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินงาน ร่วมติดตาม ร่วมรับผลประโยชน์และร่วมประเมินผล และมีลักษณะที่สำคัญคือ มีการหาข้อมูลร่วมกัน เช่น การร่วมมือกันหางบประมาณเข้ามาส่งเสริมกิจกรรมภายในกลุ่ม หรือร่วมกันปรึกษา หาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เข้ามาพัฒนากลุ่มให้ดียิ่งขึ้น มีการคิดวิเคราะห์ร่วมกัน เช่น ในการร่วมกลุ่มนั้นย่อมที่จะเกิดปัญหาต่างๆ สมาชิกทุกคนจำเป็นที่จะต้องมาแลกเปลี่ยนความรู้ ช่วยกันคิดวิเคราะห์ปัญหา หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว มีการตัดสินใจร่วมกัน เช่น การที่เรามีการรวมกลุ่มกันแล้ว การตัดสินใจไม่ได้ขึ้นอยู่ที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง สมาชิกทุกคนต้องมีการตัดสินใจร่วมกัน และต้องยอมรับผลของการตัดสินใจร่วมกันนั้นด้วย มีการดำเนินการด้วยกัน เช่น การดำเนินการตามที่กลุ่มได้วางระเบียบเอาไว้ ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนให้ดีที่สุด หากเกิดปัญหาใดต้องนำมาปรึกษาร่วมกัน มีการประเมินผลและติดตามผลร่วมกัน เช่น การร่วมกลุ่มนั้นจำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีการตรวจสอบในทุกส่วนงาน สมาชิกทุกคนต้องร่วมกันประเมินผลว่ากิจกรรมต่างๆที่ผ่านมานั้นประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด มีจุดใดที่ต้องแก้ไข เพื่อที่จะช่วยกันแก้ปัญหาทันที และต้องมีการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การแบ่งปันผลประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรมต่างๆที่ได้ร่วมกันกระทำ จะต้องมีความชัดเจนและยุติธรรม จะทำให้การมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มนั้นดำเนินงานต่อไปได้ด้วยดี มีทฤษฎีที่นำมาสนับสนุนแนวคิดและลักษณะการมีส่วนร่วม คือ ทฤษฎีการเกลี้ยกล่อมมวลชน ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของคนในชาติ ทฤษฎีสร้างความรู้สึกชาตินิยม ทฤษฎีการสร้างผู้นำ ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวนี้ จะช่วยใน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การสนับสนุนแนวคิดและลักษณะการมีส่วนร่วม ในด้านพฤติกรรมของมนุษย์ที่จะแสดงออกมาในลักษณะต่างๆ เมื่อได้มีการร่วมกลุ่ม และมีส่วนร่วมในกลุ่มที่แตกต่างกัน ทำให้เราได้พบพฤติกรรมที่หลากหลายที่จะนำมาซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ได้อย่างสมเหตุสมผล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา (2553) ได้กล่าวถึงแนวคิดการเปิดรับข่าวสารของโจเซฟ ที แคลปเปอร์ ว่า เป็นกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้น ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือเป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความ เข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใช่ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของ ผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

กล่าวโดยสรุปคือ การเปิดรับข่าวสารนั้น เป็นกระบวนการเลือกรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งมี 4 ขั้น คือ การเลือกเปิดรับเป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร การเลือกให้ความสนใจ ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน การเลือกรับรู้และตีความหมาย เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วนั้นก็จะทำการตีความหมายไปตาม ประสบการณ์ทัศนคติของตนเอง ที่มีต่อข่าวสารนั้นๆ และการเลือกจดจำ ซึ่งมักจะเป็นข่าวสารที่สนับสนุนความคิดของตนเองบุคคลจึงเลือกที่จะจดจำ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

พรทิพย์ เย็นจะบก (2548) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีและองค์ประกอบการสื่อสารของเบอร์โล ที่แสดงให้เห็นถึงปัจจัยหลายประการที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพได้ผล ดังนี้

1. ผู้ส่ง (Source) คุณสมบัติที่ผู้ส่งควรมี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร คือ

1.1 ความชำนาญในการติดต่อสื่อสาร (Communication Skill) หมายถึง ความชำนาญหรือความสามารถในการพูด เขียน อ่าน ฟังและการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบของผู้ส่ง เพื่อใช้ในการเข้ารหัสข่าวสาร ความรู้ ความคิดของผู้ไปให้ผู้รับ รวมทั้งใช้ในการถอดรหัสข่าวสารของผู้รับที่ส่งกลับมา (Feedback)

1.2 ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ทัศนคติของผู้ส่งที่มีต่อตนเองว่ามีความสามารถเพียงพอในการติดต่อสื่อสาร มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับเนื้อหาสาระที่นำเสนอต่อผู้รับ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทัศนคติของผู้ส่งที่มีต่อตัวข่าวสาร ความรู้หรือความคิดที่ส่งไปว่าเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ต่อผู้รับ นอกจากนั้นยังเป็นทัศนคติที่ดีต่อผู้รับว่าเขามีความรู้ความสามารถในการติดต่อสื่อสารและมีความรู้ประสบการณ์เพียงพอในการเข้าใจเนื้อหาสาระที่เรานำเสนอไป

1.3 ระดับความรู้ (Knowledge Level) หมายถึง ผู้ส่งควรมีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องที่จะส่งไปอย่างดียิ่งนอกจากนั้นควรมีความรู้รอบตัว เพื่อใช้ประโยชน์ในการตกแต่งข่าวสารให้มีความน่าเชื่อถือน่าสนใจเพิ่มขึ้น

1.4 ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural System) หมายถึง ความเข้าใจและความรอบรู้ของผู้ส่งเกี่ยวกับระบบสังคมและวัฒนธรรมของผู้ที่มีแตกต่างกันไป การรู้และเข้าใจระบบสังคมและวัฒนธรรมต่างๆ ช่วยให้การติดต่อสื่อสารประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

2. ข่าวสาร (Message) คุณสมบัติของข่าวสารที่จะส่งไปให้ผู้รับควรมีดังนี้

2.1 ส่วนประกอบของข่าวสาร (Message Element) หมายถึง ในการติดต่อสื่อสารข่าวสารที่ส่งออกไปควรมีส่วนประกอบของข่าวสาร คือ คำนำ เนื้อเรื่อง และบทสรุปให้ครบถ้วน คำนำทำหน้าที่ในการปลุกเร้าความสนใจให้ติดตามข่าวสารนั้น เนื้อเรื่องช่วยให้รายละเอียดของข่าวสาร ส่วนบทสรุปมีหน้าที่ทำให้ผู้รับเกิดความพึงพอใจและความประทับใจในข่าวสาร

2.2 โครงสร้างของข่าวสาร (Message Structure) หมายถึง การนำส่วนประกอบของข่าวสาร คือ คำนำเรื่องและบทสรุป มาประกอบเข้าด้วยกันอย่างมีศิลปะ มีความเชื่อมโยงผสมกลมกลืนกัน

1.3 สัญญาณของข่าวสาร (Message Code) หมายถึง สัญญาณที่ผู้ส่งสร้างขึ้นเพื่อทดแทนความหมายของข่าวสาร เช่น การใช้ภาษาพูด การเขียนตัวหนังสือ การวาดภาพ เสียงเพลง สัญญาณนี้ควรเหมาะสมกับเนื้อหาสาระและเข้าถึงผู้รับ

2.4 เนื้อหาสาระของข่าวสาร (Message Content) หมายถึง สาระที่มีอยู่ในข่าวสาร เป็นสิ่งที่แสดงวัตถุประสงค์และข้อมูลที่ผู้ส่งต้องการสื่อสารกับผู้รับ เนื้อหาสาระที่มีอยู่ในข่าวสาร เป็นสิ่งที่แสดงวัตถุประสงค์และข้อมูลที่ผู้ส่งต้องการสื่อสารกับผู้รับ เนื้อหาสาระจะละเอียดมากน้อย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพียงใด ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ส่ง ในการส่งข่าวสารทุกครั้ง ต้องมีเนื้อหาสาระครบถ้วน เพื่อป้องกันมิให้ผู้รับเข้าใจผิดพลาด

2.5 การจัดการกับข่าวสาร (Message Treatment) หมายถึง การเลือกและการจัดการผสมส่วนของเนื้อหาสาระกับสัญญาณข่าวสารให้ออกมาในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มสีสัน และความเร้าใจให้กับข่าวสารนั้น เช่น การจัดหน้าหนังสือของบรรณาธิการ หรือการจัดรายการโทรทัศน์ของนักจัดรายการ

3. ช่องทาง (Channel) ช่องทางในการส่งข่าวสารมีทั้งหมด 5 ช่องทาง ซึ่งผู้ส่งจะต้องใช้ช่องทางเหล่านี้ให้เหมาะสมกับเนื้อหาของข่าวสาร คุณสมบัติของผู้รับและของตนเอง โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การได้ยิน (Hearing) หมายถึง ช่องทางที่ข่าวสารความรู้ถูกส่งผ่านมาในรูปของเสียงมากระทบโสตประสาทในหู เช่น คำพูด เสียงเพลง เป็นต้น ควรใช้กับเรื่องที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนมากนักและผู้รับควรมีความรู้หรือประสบการณ์ ในเรื่องนั้นดีพอสมควรด้วย

3.2 การมองเห็น (Seeing) หมายถึง ช่องทางที่ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ถูกส่งผ่านมาในรูปของตัวอักษร รูปภาพ มากระทบกับสายตา ควรใช้ประกอบกับการได้ยิน เพื่อเร้าความสนใจ และเพิ่มรายละเอียดของข้อมูลที่ไม่สามารถแสดงได้ด้วยคำพูดหรือเสียง

3.3 การดมกลิ่น (Smelling) หมายถึง ช่องทางที่ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ถูกส่งผ่านมาในรูปของกลิ่นมากระทบประสาทรับกลิ่นในจมูก ช่องทางนี้ควรใช้ให้เหมาะสมกับเนื้อหาของข่าวสารหรือความรู้ เช่น ใช้ในกรณีประชาสัมพันธ์กลิ่นสบู่ น้ำหอม แต่ไม่ควรใช้ช่องทางนี้ในการส่งเสริมการบริโภคทุเรียนกับชาวต่างชาติ

3.4 การสัมผัส (Touching) หมายถึง ช่องทางความรู้ หรือข่าวสารที่ถูกส่งผ่านมาในรูปของการสัมผัส แตะต้องด้วยส่วนต่างๆ ของร่างกาย เช่น ความร้อน หนาว ความละเอียด หยาบ กระด้าง นุ่ม แข็ง เป็นต้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.5 การชิมรส (Tasting) หมายถึง ช่องทางความรู้หรือข่าวสารที่ถูกส่งผ่านมาในรูปของรสชาติซึ่งต้องการลิ้นในการรับรสนั้น ช่องทางนี้ควรใช้ในกรณีของการส่งเสริมกิ่บริโภคอาหารหรือผลไม้ เช่น ต้มยำกุ้ง ทุเรียน มังคุด เป็นต้น

4. ผู้รับ (Receiver) คุณสมบัติของผู้รับต้องมีเช่นเดียวกันกับผู้ส่ง เพียงแต่ขนาดหรือปริมาณอาจเท่าหรือไม่เท่าเทียมกันก็ได้

กล่าวสรุปคือ เมื่อได้ดูถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของการสื่อสารนั้นแล้ว จะทำให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพต่อการดำเนินชีวิตประจำวันได้มาก การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีความใกล้ตัวกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์มากที่สุด การได้ทราบถึงทฤษฎีพื้นฐาน หลักการแนวคิด ตลอดจนทักษะต่างๆ ที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานสำหรับการดำเนินชีวิตของเราทุกคน

ประเภทของสื่อ

สื่อที่มีศักยภาพจะตอบสนองความต้องการการพัฒนาดังกล่าวได้อย่างดีที่สุด คือสื่อมวลชน ซึ่ง สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล (2550) ได้อธิบายทัศนะของ F.J. Berrigan ซึ่งได้สกัดรูปแบบการใช้สื่อ เพื่อการพัฒนาในยุคแรกพร้อมข้อสงสัยดังนี้ คือ

1. ข่าวสารจะไหลจากเมืองหลวงส่วนกลางไปสู่บริเวณชนบท และส่วนใหญ่ไม่มีช่องทางที่จะให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นป้อนกลับมา (Feedback)

2. ทิศทางการไหลของข่าวสารจะเป็นแบบทางเดียว (One Way) คือ ไหลจากส่วนกลางไปสู่รอบนอกไหลจากขางบนไปสู่ข้างล่าง เช่น การประชุมของชาวบ้านกับเกษตรตำบล ก็จะมีแต่การบรรยายของเกษตรตำบลเท่านั้น

3. ในการสร้างเนื้อหาสารนั้น มักไม่ค่อยมีการคำนึงถึงผลกระทบและทัศนคติของกลุ่มผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น การห้ามชาวบ้านภาคอีสานกินอาหารดิบเพราะ จะทำให้เป็นโรคพยาธิ แต่ชาวบ้านอาจจะค้านในใจว่า ตั้งแต่บรรพบุรุษของภาคอีสานก็เคยกินอาหารดิบกันมาจนเป็น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประเพณีแล้วก็ไม่เป็นจะเป็นปัญหาอะไร ความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ปัญหาระหว่าง “เจ้าหน้าที่พัฒนาของรัฐ” กับ “ชาวบ้าน” ทำให้เนื้อหาการสื่อสารที่จะโน้มน้าวชาวบ้านให้เลิกกินอาหารดิบล้มเหลว

4. เนื่องจากวิธีการสร้างสารถูกกำหนดจากผู้ผลิตกลุ่มเล็กๆ กลุ่มหนึ่งที่นอกชุมชนแต่ฝ่ายเดียวและด้วยวิธีการผลิตเนื้อหาสาระที่ไม่ได้มีการสำรวจความต้องการว่าผู้รับสารต้องการข่าวสารแบบไหน จึงเป็นการยากที่เนื้อหาสาระที่ผ่านวิธีการผลิตจากบนลงล่างเช่นนี้จะตอบสนองความต้องการของประชาชนได้

5. สำหรับถ่วงทำนองการสื่อสารแบบกระแสหลัก จะเน้นที่การบอก การแจ้งข่าวสารและการอบรมสั่งสอน ที่ฝ่ายผู้รับสารซึ่งคิดว่า “ตนเองเป็นผู้รู้ทั้งหมด” และส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารซึ่งถูกรับรู้ว่า “ไม่รู้อะไรเลย” มิใช่ท่วงทำนองของการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสารและทัศนะระหว่างฝ่ายต่างๆ ที่ร่วมอยู่ในกระบวนการสื่อสาร

ชีวิน ผลชีวิน (2554) ได้กล่าวถึงประเภทของสื่อว่ามีหลายรูปแบบ ดังนี้

1. แบ่งประเภทของสื่อออกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1.1 สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ ภาพถ่าย

1.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์

2. แบ่งประเภทของสื่อออกเป็นสื่อที่รับรู้โดยการฟังหรือสื่อโสต การเห็นหรือสื่อทัศน์และทั้งการฟังและการมองเห็นหรือสื่อโสตทัศน์ ดังนี้

2.1 สื่อโสต (Audio Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง เทป

2.2 สื่อทัศน์ (Visual Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ ภาพถ่าย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. แบ่งประเภทของสื่อเป็นสื่อร้อนและสื่อเย็น ดังนี้

3.1 สื่อร้อน (Hot Media) สื่อที่นำสารส่งไปยังผู้รับสาร และผู้รับสารไม่ได้มีส่วนร่วมในการส่งสารเลย ผู้รับสารไม่ต้องใช้ความพยายามใด เพื่อให้ได้สารที่สมบูรณ์ เพราะมีคนจัดคอยดูแลให้ เช่น ภาพยนตร์ มีช่างเทคนิคของโรงภาพยนตร์ได้จัดการฉายให้ชม เป็นต้น

3.2 สื่อเย็น (Cool Media) คือ สื่อที่นำข่าวสารไปยังผู้รับ โดยบางครั้ง ผู้รับสารจำเป็นต้องมี ส่วนร่วมในการพยายามให้ได้ข่าวสารที่สมบูรณ์ เช่น วิทยุโทรทัศน์ภาพล้ม ผู้ชมต้องปรับภาพ เป็นต้น

4. การแบ่งประเภทของสื่อโดยธรรมชาติในการนำสาร ดังนี้

4.1 สื่อวัจนะ ได้แก่ สื่อที่นำสารในลักษณะที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน เช่น การพูด การเขียน ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ เป็นต้น

4.2 สื่ออวัจนะ ได้แก่สื่อที่นำสารซึ่งไม่เป็นภาษาพูด แต่เป็นสัญลักษณ์ เครื่องหมาย (Signs) และอากัปกิริยา การเคลื่อนไหวของร่างกาย ริมฝีปาก การแสดงออกบนใบหน้า นัยน์ตา การขมวดคิ้ว การใช้สัญญาณมือ การสัมผัส การใช้สัญญาณไฟ การตีเกราะ กลอง การยิงพลุเพื่อขอความช่วยเหลือของผู้ที่รอดชีวิตจากเครื่องบินตก หรือเรืออับปราง สัญญาณจราจร ป้ายทางเข้าออก ทางไปห้องน้ำชาย – หญิง นอกจากนั้น ยังมีสื่อวัฒนธรรมหรือสื่อพื้นบ้าน เช่น ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ดนตรี การแต่งกาย และสื่อทัศนศิลป์

5. การแบ่งประเภทของสื่อ ตามรูปแบบและสถานการณ์การสื่อสาร สามารถแบ่งสื่อได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

5.1 สื่อภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารกับตนเอง หรือการส่งสารของบุคคลคนเดียว แต่ละบุคคลมีการสื่อสารภายในตนเองทุกคน เนื้อหาสาระในการสื่อสารมาจากประสบการณ์ ข่าวสาร และข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ ตัวบุคคลจึงนับได้ว่าเป็นสื่อหรือช่องทางในการสื่อสารกับตนเอง หรือการสื่อสารภายในบุคคล

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5.2 สื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นรูปแบบของการสื่อสารตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สื่อที่ใช้ในการสื่อสารประเภทนี้ คือ สื่อบุคคล บุคคลได้มีการพูดกันอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ได้ติดต่อสื่อสารกันทางจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ โทรพิมพ์ การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ผู้ส่งสารรู้แน่ชัดว่าเป็นกลุ่มใด ผลสะท้อนกลับจากผู้รับสารก็มีได้ง่ายกว่า สื่อหรือช่องทางการสื่อสารสามารถใช้นำสารได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

5.3 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการแบ่งประเภทสื่อโดยอาศัยการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสเป็นหลัก คือ สื่อที่รับได้ด้วยการมองเห็น หรือสื่อทัศน์ (Visual Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ (Newspaper) ภาพถ่าย(Photography) สื่อที่รับได้ด้วยการฟัง (Audio Media) หรือสื่อโสต ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง สื่อที่รับได้ด้วยการฟังและการมองเห็น หรือสื่อโสตทัศน์ (Audio-Visual Media) ผู้รับสารรับสาร โดยการมองเห็นและการได้ยินพร้อม ๆ กัน ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วีดิโอ (Video) วีดิโอดิส (Videodise) การแสดงบนเวที (Theatre) เช่น ละคร ดนตรี อุปรากร การฟ้อนรำ เป็นต้น

6. การแบ่งประเภทของสื่อเป็นสื่อสนับสนุน (Supporting Channels) แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

6.1 สื่อสนับสนุนในการบันทึกข่าวสาร คือ โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวกับการพิมพ์ การบันทึกเสียง การบันทึกภาพ ซึ่งต้องอาศัยเครื่องพิมพ์ เครื่องบันทึกเสียง เครื่องเล่นแผ่นเสียง กล้องถ่ายรูป และวัสดุรองรับสาร ได้แก่ กระดาษ แถบบันทึกเสียง แถบบันทึกภาพ ฟิล์ม แผ่นเสียง เป็นต้น

6.2 สื่อสนับสนุนในการขนส่งข่าวสาร คือ โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวกับระบบการคมนาคม (Transportation) และบริการไปรษณีย์ (Postal Services) ได้แก่ เครือข่ายของเส้นทางคมนาคมทางบก ทางอากาศ ทางเรือ ยานพาหนะ บริการส่งจดหมาย และไปรษณีย์ภัณฑ์ อื่น ๆ

6.3 สื่อสนับสนุนในการถ่ายทอดข่าวสาร เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยให้การถ่ายทอดข่าวสาร (Transmission of messages) จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยอาศัยคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าถ่ายทอดสัญญาณผ่านระบบสาย ระบบวิทยุ ระบบแสง และระบบสื่อสารดาวเทียม ซึ่งอาจเรียกรวมกันว่า “การสื่อสารโทรคมนาคม” (Telecommunication) หรือสื่อส่งสัญญาณ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

(Transmission Media) ได้แก่ โทรเลข โทรศัพท์ โทรภาพ โทรสาร โทรทัศน์ตามสาย วิทยุคมนาคม เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปแล้ว การสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ จะต้องเลือกสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ซึ่งสื่อที่ใช้นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภท เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อธรรมชาติที่ใช้ท่าทาง การแสดง สื่อบุคคล หรือสื่อมวลชน เป็นต้น และการที่จะเลือกสื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท ควรจะต้องมีการสำรวจเพื่อให้ทราบว่าประชากรส่วนใหญ่ของกลุ่มเป้าหมายเลือกที่จะรับสื่อประเภทใด ในช่วงเวลาใด เมื่อผู้ส่งสารทราบพฤติกรรมการรับสารของผู้รับ จะทำให้การส่งสารหรือความรู้เกิดประสิทธิภาพต่อกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ความหมายและประเภทของสหกรณ์

สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์ (2529) ได้กล่าวว่า สหกรณ์ คือ องค์การแบบหนึ่งที่กลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่ง รวมกันจัดตั้งขึ้น โดยวิธีการที่ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อช่วยกันแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในการครองชีพด้วยวิธีการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตามหลักและวิธีการโดยไม่มุ่งหวังผลกำไร

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2544) ได้กล่าวว่า สหกรณ์ หมายถึง การกระทำร่วมกัน หรือทำงานร่วมกัน ดังนั้น ถ้าพิจารณาความหมายทั่วไปแล้ว การร่วมมือกัน ทำงาน ใด ๆ ก็ถือว่าเป็นสหกรณ์ ทั้งนั้น ปัจจุบันกรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้กำหนดประเภทของสหกรณ์ ไว้ 7 ประเภท คือ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ประมง สหกรณ์นิคม สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์ และสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน

สหกรณ์การเกษตร

กรมส่งเสริมสหกรณ์ (2544) ได้กล่าวว่า สหกรณ์การเกษตร หมายถึง สหกรณ์ที่จัดตั้งขึ้นในหมู่ของผู้มีอาชีพทางการเกษตรรวมตัวกันจัดตั้ง และจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลต่อนายทะเบียนสหกรณ์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้สมาชิกดำเนินกิจกรรมร่วมกันและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แก้ไขความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพของสมาชิก และช่วยยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกดำเนินธุรกิจร่วมกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยเหลือส่วนรวม โดยใช้หลักคุณธรรมและจริยธรรมอันดีงามตามพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่สมาชิกและส่วนรวม ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับของสหกรณ์

เนื่องจากในการประกอบอาชีพของเกษตรกร มักประสบปัญหาต่างๆ ที่สำคัญๆ ดังนี้

1. ขาดแคลนเงินทุน เงินทุนที่ใช้ในการประกอบอาชีพมีไม่เพียงพอ ต้องกู้ยืมจากพ่อค้าหรือนายทุนในท้องถิ่น ซึ่งต้องเสียดอกเบี้ยแพง

2. ขาดแคลนที่ดินทำกิน เกษตรกรบางรายมีที่ดินทำกินน้อย บางรายไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง ต้องเช่าที่ดินผู้อื่นทำกิน โดยเสียค่าเช่าแพงและถูกเอารัดเอาเปรียบจากการเช่า

3. ปัญหาในเรื่องการผลิต เกษตรกรขาดความรู้เกี่ยวกับการผลิตสมัยใหม่ที่ถูกต้อง เช่น การใช้ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง ยาปราบศัตรูพืช พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ ทำให้ผลผลิตที่ได้รับต่ำไม่คุ้มกับการลงทุน นอกจากนั้นผลผลิตที่ได้ไม่มีคุณภาพ และไม่เป็นไปตามความต้องการของตลาด ขาดปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ระบบชลประทาน

4. ปัญหาการตลาด เกษตรกรถูกเอารัดเอาเปรียบในเรื่องการชั่ง ตวง วัด และมีความจำเป็นต้องจำหน่ายผลผลิตตามฤดูการ เนื่องจากไม่มีที่เก็บรักษาผลผลิต จึงถูกกดราคาจากพ่อค้าเป็นเหตุให้ไม่มีรายได้เพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในครอบครัว

ปัญหาทางเศรษฐกิจข้างต้น มีผลกระทบต่อสังคมในชุมชน ทำให้คุณภาพชีวิตและฐานะความเป็นอยู่ต่ำกว่าคนประกอบอาชีพอื่น ขาดการศึกษา การอนามัย และขาดความปลอดภัยในทรัพย์สิน เป็นเรื่องยากที่เกษตรกรแต่ละคน จะแก้ปัญหาได้สำเร็จตามลำพังตนเอง หนทางที่จะสำเร็จได้ โดยเกษตรกรจะต้องร่วมมือกันแก้ปัญหา โดยการรวมกลุ่มกันเป็นสหกรณ์และจดทะเบียนให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 เพราะสหกรณ์สามารถช่วยแก้ปัญหาด้านต่างๆ ได้ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. ธุรกิจการซื้อ คือ การจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เช่น ปุ๋ย ยาปราบศัตรูพืช เมล็ดพืช และสิ่งของที่จำเป็นมาจำหน่ายแก่สมาชิก โดยจะสำรวจความต้องการของสมาชิกก่อน แล้วสหกรณ์จะเป็นผู้จัดหามาจำหน่ายต่อไป ซึ่งเพราะการรวมซื้อในปริมาณมาก จะทำให้ซื้อได้ในราคาที่ต่ำลง และเมื่อถึงสิ้นปีหากสหกรณ์มีกำไรก็จะเงินจำนวนนี้มาเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกด้วย

2. ธุรกิจขายหรือการรวบรวมผลผลิต ให้แก่สมาชิกทำให้มีอำนาจการต่อรองมากขึ้น ผลผิตจะขายได้ในราคาสูง สมาชิกไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าในเรื่องการชั่ง ตวง วัด หรือถูกกดราคาในการรับซื้อผลผิต

3. ธุรกิจธนกิจ (สินเชื่อ)

3.1 การให้เงินกู้ เมื่อเกษตรกรรวมตัวกันเป็นสหกรณ์สามารถสร้างความเชื่อถือให้กับสถาบันการเงิน หน่วยงานของทางราชการและบุคคลทั่วๆ ไป โดยสหกรณ์จะจัดหาเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำมาให้สมาชิกกู้ไปลงทุนเพื่อการเกษตร ซึ่งสหกรณ์จะพิจารณาจากแผนดำเนินการหรือแผนการใช้เงินกู้ของสมาชิกประกอบการให้เงินกู้ เช่น สหกรณ์อาจให้เงินกู้แก่สมาชิกเพื่อนำไปซื้อวัสดุการเกษตร ค่าใช้จ่ายที่จำเป็นในครอบครัว หรือเพื่อนำไปบุกเบิกปรับปรุงที่ดิน หรือจัดซื้อที่ดินการเกษตร ในกรณีที่สมาชิกไม่มีที่ดินทำกิน หรือมีน้อยไม่เพียงพอต่อการทำการเกษตร

3.2 การรับฝากเงิน เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักและเห็นคุณค่าประโยชน์ของการออมทรัพย์ และเพื่อเป็นการระดมทุนในสหกรณ์ สหกรณ์จะรับเงินฝากจากสมาชิก 2 ประเภท คือ เงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ โดยสหกรณ์จะจ่ายดอกเบี้ยในอัตราเดียวกับธนาคารพาณิชย์

4. การส่งเสริมอาชีพและบริการ สหกรณ์อาจจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ทางด้านการเกษตรคอยให้ความรู้และคำแนะนำทางด้านการเกษตร หรืออาจขอความร่วมมือจากหน่วยราชการอื่น ในการให้คำปรึกษาแนะนำให้สมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจในหลักวิชาการแผนใหม่ตลอดจนการวางแผนการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้กลุ่มแม่บ้านสหกรณ์ทำอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. การศึกษาอบรม สหกรณ์จะจัดให้มีการศึกษาอบรมแก่สมาชิก คณะกรรมการสหกรณ์ ผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์อยู่เสมอ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบถึงหลักการ วิธีการ สหกรณ์ สิทธิหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล

หลักเกณฑ์การจัดตั้งสหกรณ์การเกษตรโดยทั่วไป

1. เกษตรกรมีความเดือดร้อนในการประกอบอาชีพ และต้องการรวมตัวกันจัดตั้งสหกรณ์ เพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันอย่างแท้จริง

2. เป็นบุคคลธรรมดา บรรลุนิติภาวะ มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับ และพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542

3. มีสมาชิกมากพอที่จะดำเนินธุรกิจได้และมีลู่ทางที่จะขยายธุรกิจเมื่อดำเนินการจัดตั้ง สหกรณ์ไปแล้ว

4. สหกรณ์จะต้องดำเนินงานอย่างจริงจัง และดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ใน ข้อบังคับ เพื่อประโยชน์ของมวลสมาชิก

5. เกษตรกรที่มีความประสงค์จะจัดตั้งสหกรณ์ ควรมีการออมเงินเพื่อเป็นทุนเบื้องต้นของ สหกรณ์ก่อน

การจัดตั้งและดำเนินงานของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ในอดีตนั้นได้มีการจัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทยขึ้น เพื่อรวบรวมเกษตรกร ผู้ประกอบการกล้วยไม้ ให้มีความเป็นปึกแผ่นในการรวมกลุ่มเกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้ ต่อมาได้จัดตั้งสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จัดอยู่ในประเภทสหกรณ์การเกษตร ทำ การจดทะเบียนจัดตั้งสหกรณ์การเกษตร จากสำนักงานส่งเสริมสหกรณ์จังหวัดสมุทรสาคร เมื่อ วันที่ 22 มีนาคม 2553 ปัจจุบันมีสมาชิกสหกรณ์ซึ่งประกอบการกล้วยไม้อยู่ใน 4 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรสาคร นครปฐม และราชบุรี ถือหุ้นร่วมจำนวน 300 ราย มีทุนเรือนหุ้นของ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมาชิกสหกรณ์ จำนวนเงินหนึ่งล้านบาทเศษ ในเดือน กรกฎาคม 2553 ได้ทำการเปิดที่ทำการสำนักงานชั่วคราว ณ ซอยวิรุณราษฎร์ ตำบล อ้อมน้อย อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัด สมุทรสาคร เพื่อดำเนินกิจกรรมทางด้านสหกรณ์ อันได้แก่ ธุรกิจการซื้อ ธุรกิจการขายและการรวบรวมผลผลิต ธุรกิจธนกิจ และการส่งเสริมอาชีพและบริการ ให้กับสมาชิกสหกรณ์ ปัจจุบันนี้ได้ทำการย้ายสำนักงานมาตั้ง ณ เลขที่ 39 หมู่ 12 ต.ท่าไม้ อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร และได้รับการสนับสนุนจาก ศูนย์พืชสวน กรมส่งเสริมการเกษตร จังหวัดสมุทรสาคร ในการเขียนโครงการของบประมาณสนับสนุนเพื่อจัดตั้งสำนักงานและคลังสินค้าสหกรณ์ เป็นจำนวนเงินสิบล้านบาท โดยเสนอโครงการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรสาคร ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการชุดใหญ่และคาดว่าจะได้รับการอนุมัติโครงการในปีงบประมาณ 2555 สถานที่ก่อตั้งสำนักงานและคลังสินค้าสหกรณ์จะตั้งอยู่ที่ ตำบล หนองนกไข่ อำเภอ กระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อสร้างเป็นสำนักงานของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด และยังสร้างเพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้เรื่องการประกอบการด้านกล้วยไม้อย่างครบวงจร ให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจทุกคน (สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด, 2553)

วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

1. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานและการบริหารงาน ทางด้านธุรกิจการผลิตและการส่งออกกล้วยไม้ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อสนับสนุนสถาบันเกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้ให้มีความเข้มแข็ง

3. เพื่อส่งเสริมอาชีพการเกษตรด้านปลูกกล้วยไม้ ให้กับเกษตรกรรุ่นหลังที่สนใจใฝ่ศึกษา

ได้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2553 ในการประชุมใหญ่สามัญประจำปี มีสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด และสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการสวนกล้วยไม้ไทย เข้าร่วมประชุมเป็นจำนวนมาก ในที่ประชุมมีมติเลือกตั้ง นายพยงค์ คงอุดมทรัพย์ ดำรงตำแหน่งประธานสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด โดยมีคณะกรรมการอีก 14 ท่าน และผู้ตรวจสอบ 3 ท่าน มีการวางแผนการดำเนินงานของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ในเวลาต่อมา

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รายชื่อคณะกรรมการของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด (สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด, 2553)

1. นายพยงค์ คงอุดมทรัพย์	ประธาน
2. นายทศพล เจริญสุขใส	รองประธาน
3. นายผดุง เล็กจินดา	รองประธาน
4. นายจรายุทธ์ จันภูตระกูล	เลขาธิการ
5. นายอนุชา ชัยสมบูรณ์พันธ์	เหรัญญิก
6. นายมิตร ปานเจริญ	กรรมการ
7. นายสมบัติ ตันเสถียร	กรรมการ
8. นายกิตติ เผื่อนบัวผัน	กรรมการ
9. นายวีระ สุวรรณเกิด	กรรมการ
10. นายขวัญชัย เกตุแก้ว	กรรมการ
11. นายวินัย นพสันติ	กรรมการ
12. นายสุชาติ ดอกรัก	กรรมการ
13. นายอดุลย์ ครุฑใจกล้า	กรรมการ
14. นายบุญเกื้อ ทรัพย์ธำรง	กรรมการ
15. นายนิพนธ์ ตำนานทอง	กรรมการ
16. นายโฆษิต เอี่ยมสำอาง	ผู้ตรวจสอบ
17. นายกิตติชัย สุขสมัย	ผู้ตรวจสอบ
18. นายคมสันต์ พรหรรษาวิจิต	ผู้ตรวจสอบ

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงานของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แผนการดำเนินงานของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พ.ศ. 2554				
แผนการดำเนินงาน	**กิจกรรม**	**ระยะเวลา**	**ผู้รับผิดชอบ**	**หมายเหตุ**
1. การประชุมสมาชิกสหกรณ์	1.1 กิจกรรมการประชุมคณะกรรมการสหกรณ์ฯ	- จัดประชุมทุกวันพฤหัสบดี	- คณะกรรมการทุกคน	- เป็นการประชุมคณะกรรมการสหกรณ์ฯเพื่อวางแผนการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ
	1.2 กิจกรรมการประชุมสมาชิกสหกรณ์ฯ	- จัดประชุมทุกเดือน	- สมาชิกสหกรณ์ทุกคน	- จะมีการติดต่อสมาชิกสหกรณ์ฯเข้าร่วมประชุมกรณีที่มีการซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรมาให้บริการแก่สมาชิกสหกรณ์ฯ
	1.3 การประชุมใหญ่สามัญประจำปี	- จัดประชุมเดือนตุลาคม 2554	- สมาชิกสหกรณ์ฯทุกคน	- เป็นการจัดประชุมเพื่อรายงานผลการดำเนินงานของสหกรณ์ตลอดปี จัดเป็นงานเลี้ยงสังสรรค์
2. การจัดหาเจ้าหน้าที่มาให้คำแนะนำเกี่ยวกับการวางแผนการผลิต	2.1 กิจกรรมให้คำแนะนำการดำเนินงานและการใช้บริการของสหกรณ์ฯ	- จัดประชุมเดือนมีนาคม 2554	-คณะกรรมการทุกคนและสมาชิกสหกรณ์ฯทุกคน	- เป็นการชี้แจงกระบวนการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แผนการดำเนินงานของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พ.ศ. 2554				
แผนการดำเนินงาน	**กิจกรรม**	**ระยะเวลา**	**ผู้รับผิดชอบ**	**หมายเหตุ**
	2.2 กิจกรรมให้คำแนะนำในเรื่องการพัฒนากระบวนการผลิตกล้วยไม้	- จัดประชุมเดือนมีนาคม 2554	- คณะกรรมการทุกคนและสมาชิกสหกรณ์ฯ ทุกคน	- เป็นการแนะนำกระบวนการผลิตกล้วยไม้อย่างมีประสิทธิภาพ
	2.3 กิจกรรมให้คำแนะนำในเรื่องที่สมาชิกสหกรณ์ฯ สนใจ	- ตามความเหมาะสมของเวลา	- สมาชิกสหกรณ์ฯที่สนใจ	- เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นตามต้องการของสมาชิกสหกรณ์ฯที่สนใจ

ที่มา: สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด (2553)

สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้เข้าร่วมและให้การสนับสนุนหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งและสร้างชื่อเสียงให้กับสหกรณ์และสมาชิกสหกรณ์ทุกคน กิจกรรมที่สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้เข้าร่วมและให้การสนับสนุนที่ผ่านมา มีดังนี้

- งานสมุทรสาคร Expo2010 วันที่ 29 มกราคม – 7 กุมภาพันธ์ 2553 ณ ตลาดทะเลไทย อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ออกร้านของสหกรณ์และให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดสถานที่

- งาน “พระราชวังสวย กล้วยไม้งาม นครปฐม 53” วันที่ 24-28 กุมภาพันธ์ 2553 ณ สำนักพระราชวังสนามจันทน์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ออกร้านของสหกรณ์ และให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดสถานที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- งาน “Flora in the city @ CentralPlaza Pinklao 2010” ณ เซ็นทรัลทรัล ปิ่นเกล้า สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ออกร้านของสหกรณ์ และให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดสถานที่

- การประชุมใหญ่สามัญประจำปีของสมาคมผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย และการประชุมใหญ่สามัญครั้งแรกของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2553

- งานพฤกษาการชาดนนท์ วันที่ 14-23 พฤษภาคม 2553 ณ ลานเอนกประสงค์ อิมแพ็คอารีน่า เมืองทองธานี สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ออกร้านของสหกรณ์ และให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดสถานที่

- งานเดอะมอลล์ พฤกษาสยาม ครั้งที่ 9 วันที่ 20 พฤษภาคม ถึง 1 มิถุนายน 2553 สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ออกร้านของสหกรณ์ และให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดสถานที่

- กิจกรรมการแข่งขันฟุตบอลการกุศลของทีมฟุตบอลสมาคมผู้ประกอบการสวนกล้วยไม้ไทย กับทีมหน่วยงานต่างๆมากมาย เช่น ทีมข้าราชการวีไอพีบางตะบูน เพชรบุรี ทีมข้าราชการตำรวจ ฟุตบอลประเพณีกับทีมผู้ส่งออกดอกกล้วยไม้ไทย เป็นต้น สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ให้การสนับสนุนในทุกส่วนของกิจกรรม

- งานกล้วยไม้ที่สยามพารากอน เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2553 สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ออกร้านของสหกรณ์ และให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดสถานที่

- งานวันสถาปนากรมส่งเสริมการเกษตร เมื่อวันที่10 ตุลาคม 2553 สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ออกร้านของสหกรณ์ และให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดสถานที่

- งาน “พระราชวังสวย กล้วยไม้งาม นครปฐม 54” วันที่ 2-6 มีนาคม 2554 ณ สำนักพระราชวังสนามจันทน์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้ออกร้านของสหกรณ์ และให้การสนับสนุนในเรื่องของการจัดสถานที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- การออกร้านและจัดสถานที่งานมหัศจรรย์กล้วยไม้แห่งแผ่นดิน เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2554

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภาพรรณ คงคา (2548) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมจัดการมาตรฐานลำไยของเกษตรกร ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ เพศ ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร การติดต่อกับเจ้าหน้าที่โครงการ ลักษณะการถือครองที่ดิน การรับรู้ข่าวสารทางการเกษตรทางวารสาร/นิตยสาร และการรับรู้ข่าวสารทางการเกษตรจากผู้นำท้องถิ่น ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ คือ เพศ ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร การติดต่อกับเจ้าหน้าที่โครงการ ลักษณะการถือครองที่ดิน รายได้ การรับรู้ข่าวสารทางการเกษตรทางวารสาร/นิตยสาร การรับรู้ข่าวสารทางวิทยุและการรับรู้ข่าวสารทางการเกษตรจากผู้นำท้องถิ่น ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ คือ เพศ ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร การติดต่อกับเจ้าหน้าที่โครงการ ลักษณะการถือครองที่ดิน การรับรู้ข่าวสารทางการเกษตรทางวารสาร/นิตยสาร และการรับรู้ข่าวสารทางการเกษตรจากผู้นำท้องถิ่น ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กับแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง คือ เพศ ขนาดพื้นที่ทำการเกษตร การติดต่อกับเจ้าหน้าที่โครงการ ลักษณะการถือครองที่ดิน รายได้ การรับรู้ข่าวสารทางการเกษตรทางวารสาร/นิตยสาร การรับรู้ข่าวสารทางวิทยุ และการเป็นสมาชิกสถาบันการเกษตร

พีรศุษม์ มหาเพชร (2546) ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการจัดการคุณภาพพืชผักศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แรงจูงใจในแต่ละด้านที่ทำให้เกษตรกรมีความสนใจเฉลี่ยมากที่สุดในการเข้าร่วมโครงการจัดการคุณภาพพืชผัก คือ แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ เพราะเชื่อว่า เข้าร่วมโครงการนี้จะสามารถมีตลาดรองรับอย่างแน่นอน การได้รับการสนับสนุนทางด้านอุปกรณ์ในการบำรุงรักษา รวมไปถึงการได้รับการรับรองคุณภาพ ต่อมาคือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เกษตรกรจะได้รับความรู้เรื่องการวางแผนการปฏิบัติการอย่างถูกต้อง ต่อมาคือแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ เกษตรกรจะได้รับการยอมรับจากเพื่อนเกษตรกรในการจัดการคุณภาพพืชผัก และได้พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนเกษตรกร และสุดท้ายคือ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง เกษตรกรจะมีโอกาสแสดงออกทางด้านความรู้ ความสามารถ การให้คำปรึกษา ทำให้เป็นที่รู้จักในกลุ่มเกษตรกร

จักรพงษ์ เชาว์น้อย (2546) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรกมลาไสย จำกัด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรกมลาไสย จำกัด คือ ความเข้าใจในหลักการสหกรณ์ และเพศ ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เป็นสมาชิกสหกรณ์ คือ ควรลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ ลดขั้นตอนในการรับซื้อให้น้อยลง โดยราคาที่ใช้ซื้อขายควรเป็นราคากลางเท่ากันและให้เป็นไปตามภาวะของตลาด ราค าสินค้าอุปโภคและบริโภคที่สหกรณ์จำหน่ายอยู่นั้นสูงกว่าราคาท้องตลาด โดยเฉพาะปุ๋ยควรมีราคาต่ำกว่าท้องตลาด ควรยืดระยะเวลาในการให้กู้ยืมเงิน การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ ควรมีความว่องไว รวดเร็ว ยิ้มแย้มแจ่มใส ยินดีที่จะช่วยเหลือผู้มาติดต่อ และไม่ควรใช้อำนาจมากเกินไป

เรืองเวทน์ เหล่าป่าเป้า (2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์สวนป่าเอกชนนครสวรรค์ จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์สวนป่าเอกชนนครสวรรค์ จำกัด จังหวัด นครสวรรค์ คือ รายได้รวมของครอบครัว การได้รับข้อมูลข่าวสาร ความคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์จากสหกรณ์สวนป่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสหกรณ์

ชัยรัตน์ แสงปาน (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์สวนป่าภาคเอกชนลพบุรี จำกัด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์สวนป่าภาคเอกชนลพบุรี จำกัด คือ รายได้รวมของครอบครัว ระยะเวลาที่ปลูกสวนป่า ขนาดพื้นที่สวนป่า การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสหกรณ์ ความรู้เกี่ยวกับวิธีการของสหกรณ์ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสหกรณ์สวนป่าเอกชนลพบุรี จำกัด

อรรถพล กวีกิจบัณฑิต (2554) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อรายได้จากการผลิตกล้วยไม้ ของเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร และกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับรายได้จากการปลูกกล้วยไม้ของเกษตรกรคือ การใส่ปุ๋ยและฮอร์โมน และ การจัดการโรคและศัตรู และได้เสนอแนะว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ประสบปัญหาเรื่องราคาผลผลิตที่ไม่แน่นอนจึงควรมีการตลาดกลางกล้วยไม้ขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการติดต่อซื้อขายระหว่างเกษตรกรกับบริษัทส่งออกโดยตรงลดปัญหาปริมาณกล้วยไม้ที่มีปริมาณ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มาก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องเข้ามาดูแลเรื่องราคากล้วยไม้อย่างเคร่งครัด การขาดแคลนแรงงานในสวนกล้วยไม้ และปัญหาแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทางานในสวนกล้วยไม้ที่ไม่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นแรงงานต่างด้าว เห็นสมควรว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น ต้องเข้ามามีบทบาทสำคัญในเรื่องดังกล่าว ควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ปุ๋ยและสารเคมีในสวนกล้วยไม้ ให้เป็นไปตามอัตราส่วนที่กำหนด หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลเรื่องการตรวจสอบคุณภาพของปุ๋ยและสารเคมีที่ใช้ในสวนกล้วยไม้ เนื่องจากในปัจจุบัน คุณภาพของปุ๋ยและสารเคมีมีคุณภาพไม่ตรงตามที่ระบุไว้ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการจัดการโรคและศัตรูกล้วยไม้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ เพื่อจะได้มีรายได้จากการผลิตกล้วยไม้เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นตัวแปรที่นำมาศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีดังนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ จำนวนแรงงานทั้งหมด ต้นทุนการผลิต รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ แหล่งข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ ผลผลิตกล้วยไม้ ราคาผลผลิตกล้วยไม้ แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ การส่งเสริมการขาย ธุรกิจการซื้อ ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ธุรกิจธนกิจ และการส่งเสริมอาชีพและบริการ

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 1.2 อายุมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 2.1 ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 2.2 จำนวนแรงงานคนไทยมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 2.3 จำนวนแรงงานต่างด้าวมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 2.4 ต้นทุนการผลิตมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 2.5 รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 2.6 รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านสังคมมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- สมมติฐานที่ 3.1 การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.2 การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.3 การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.4 การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.5 การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.6 การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเจ้าหน้าที่ภาครัฐมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.7 การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางประสบการณ์ของตนเองมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.8 การร่วมคิดมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- สมมติฐานที่ 3.9 การร่วมวางแผนมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.10 การร่วมดำเนินงานมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.11 การร่วมติดตามมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.12 การร่วมรับผลประโยชน์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 3.13 การร่วมประเมินผลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการตลาด มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.1 ผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.2 ผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.3 ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- สมมติฐานที่ 4.4 ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.5 ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.6 ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.7 ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.8 ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.9 แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 4.10 การส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 5.1 ธุรกิจการซื้อมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

- สมมติฐานที่ 5.2 ธุรกิจการขายหรือการรวมรวบผลผลิตมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

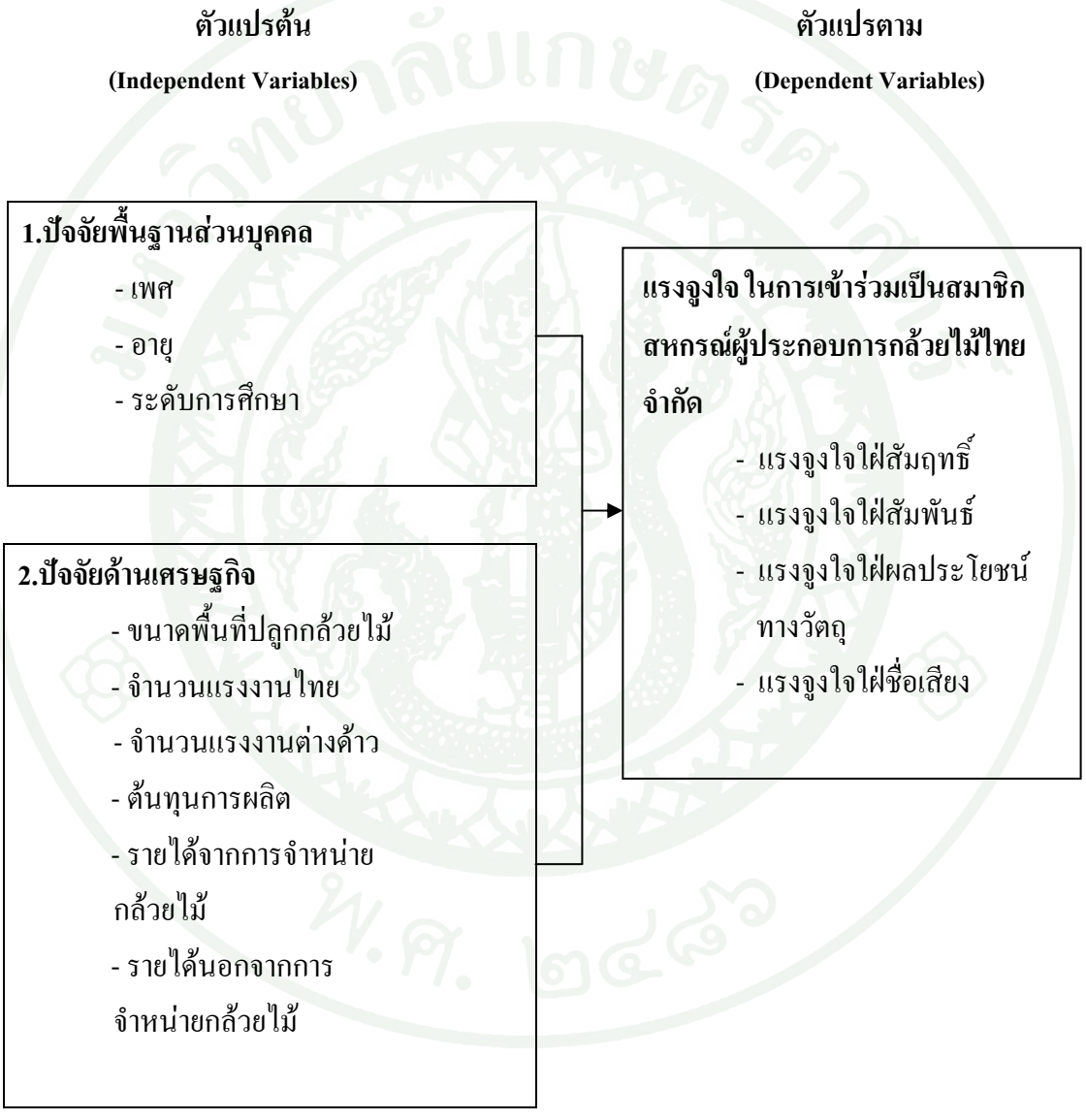
- สมมติฐานที่ 5.3 ธุรกิจธนกิจมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

- สมมติฐานที่ 5.4 การส่งเสริมอาชีพและบริการมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

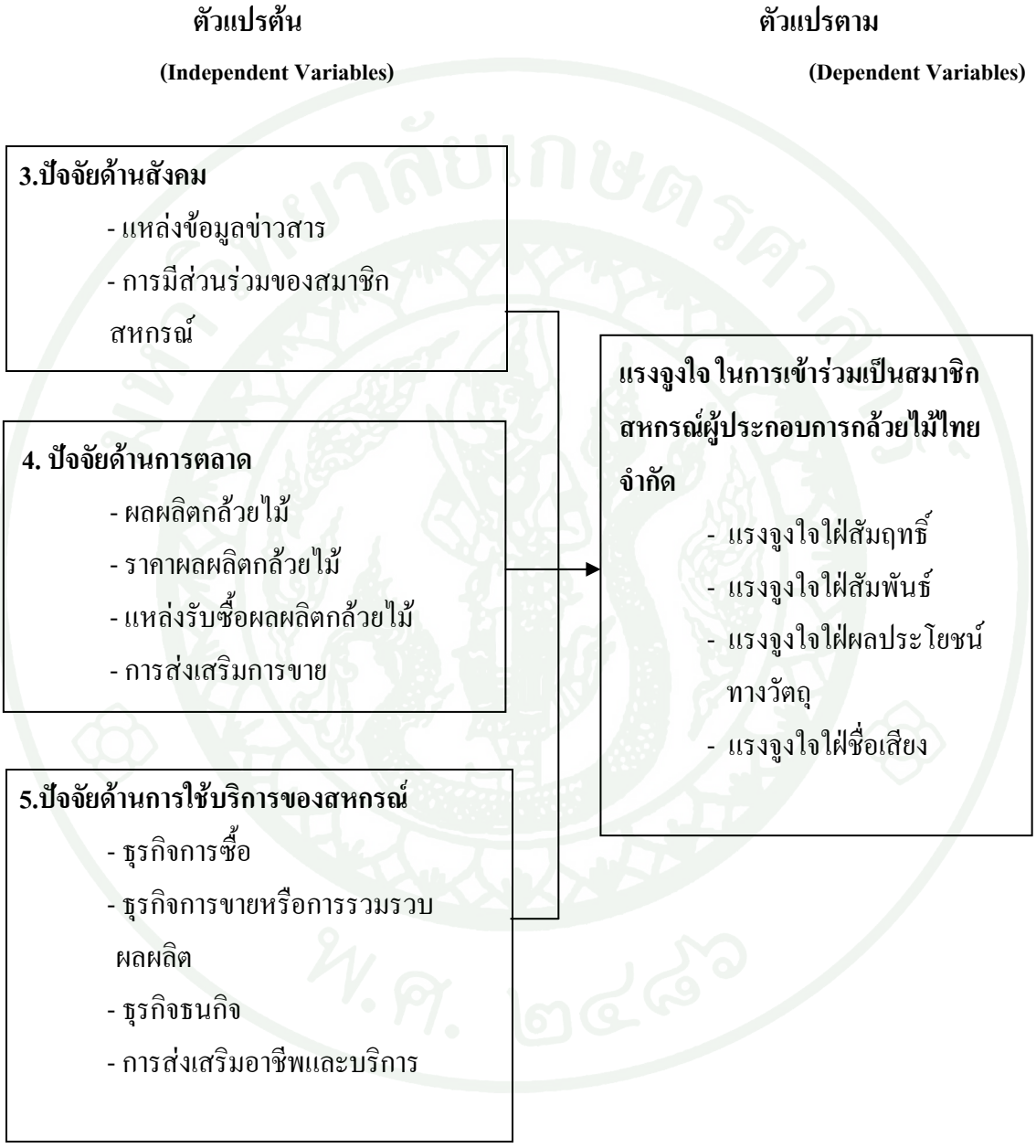
กรอบแนวคิดการวิจัย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด



ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด (ต่อ)



ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ศึกษา
2. กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง
3. การวัดค่าตัวแปร
4. การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
7. การเก็บข้อมูล

ประชากรที่ศึกษา

ประชากรในการวิจัยเรื่องนี้ คือ เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ในปี พ.ศ. 2553 จำนวน 300 ราย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

1. การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษา ซึ่งในกรณีที่มีประชากรมีจำนวนแน่นอน (Finite Population) คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้ที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ปี พ.ศ. 2553 จำนวน 300 ราย โดยใช้การคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Krejcie and Morgan (บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2536)

$$S = \chi^2 NP(1-P) / d^2(N-1)+\chi^2 P(1-P)$$

เมื่อ

S = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

χ^2 = ค่าไคสแควร์ จากตารางที่ 1 Degree of Freedom และระดับความเชื่อมั่น 95% = 3.841

N = ขนาดประชากร

P = สัดส่วนในประชากร (เมื่อต้องการจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดมากที่สุดใช้ 0.5)

d = ความคลาดเคลื่อนที่อาจจะยอมรับได้ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน (0.05)

แทนค่าในสูตร เมื่อประชากร= 300 คน

$$S = \chi^2 NP(1-P) / d^2(N-1)+\chi^2 P(1-P)$$

$$= \frac{(3.841)(300)(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2(300-1)+3.841(0.5)(1-0.5)}$$

$$= \frac{288.075}{0.74750+0.96025}$$

$$= \frac{288.075}{1.70775}$$

$$= 169$$

S = 169 คน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ดังนั้นจึงได้ขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจำนวน 169 คน

2. การสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากจากประชากรที่ใช้ในการศึกษา 300 ราย และให้ทุกคนมีโอกาสที่จะเป็นตัวแทนในการสุ่มครั้งนี้เท่าเทียมกัน จับฉลากครบ 169 คน

การวัดค่าตัวแปร

การวัดค่าตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้แก่ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ และแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง โดยการรวมคะแนนทั้งหมดที่ได้จากคำถามทั้ง 28 ข้อ หารด้วยจำนวนข้อทั้งหมด ใช้วิธีการวัดแบบ Likert scale (อารงค์ สุทธาศาสน์, 2527) ซึ่งสอดคล้องกับคะแนนดังนี้

มีแรงจูงใจมากที่สุด	ให้ 5 คะแนน
มีแรงจูงใจมาก	ให้ 4 คะแนน
มีแรงจูงใจปานกลาง	ให้ 3 คะแนน
มีแรงจูงใจน้อย	ให้ 2 คะแนน
มีแรงจูงใจน้อยที่สุด	ให้ 1 คะแนน

จากนั้นคำนวณค่าเฉลี่ย กำหนดช่วงค่าเฉลี่ย และแปลความหมายระดับแรงจูงใจ ดังนี้

การแปลความหมาย	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย
มีแรงจูงใจมากที่สุด	4.21-5.00
มีแรงจูงใจมาก	3.41-4.20
มีแรงจูงใจปานกลาง	2.61-3.40
มีแรงจูงใจน้อย	1.81-2.60
มีแรงจูงใจน้อยที่สุด	1.00-1.80

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

การทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

การทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ($\alpha - Coefficient$) ตามวิธีการของ Cronbach (Cronbach's reliability coefficient alpha) (สำเริง จันทรสุวรรณ และสุวรรณ บัวทอง, 2542) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.90

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วยคำถามแบบปิด (Close questions) และคำถามแบบเปิด (Open-ended questions) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1. คำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ตอนที่ 2. คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ตอนที่ 3. ปัญหา และข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการอธิบายข้อมูลโดยการนำเสนอในรูปแบบของคำอธิบายประกอบตาราง เพื่ออธิบายปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ ใช้การแจกแจง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Minimum) และค่าสูงสุด (Maximum)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่า Chi- Squareใช้ทดสอบตัวแปรที่มีระดับการวัดเป็นมาตรนามบัญญัติ (Nominal Scale) กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) คำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรเชิงปริมาณทั้งสองตัวแปร ได้แก่ อายุ ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ จำนวนแรงงานคนไทย จำนวนแรงงานต่างด้าว ต้นทุนการผลิต รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ แหล่งข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ ผลผลิตกล้วยไม้ ราคาผลผลิตกล้วยไม้ แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ การส่งเสริมการขาย ธุรกิจการซื้อ ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ธุรกิจธนกิจ การส่งเสริมอาชีพและบริการของสมาชิกสหกรณ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

การเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ลงพื้นที่เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำนวน 169 ราย ระหว่างวันที่ 5 ตุลาคม-31 ธันวาคม 2554

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 8 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคม

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านการตลาด

ตอนที่ 5 ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์

ตอนที่ 6 แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ตอนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 8 ปัญหาและข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ และระดับการศึกษา

(n=169)

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	112	66.3
หญิง	57	33.7
อายุ (ปี)		
29-45	59	34.9
46-54	48	28.4
55-67	62	36.7
อายุเฉลี่ย 49 ปี		
อายุมากสุด 67 ปี		
อายุน้อยสุด 29 ปี		
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	126	74.6
สูงกว่าประถมศึกษา	43	25.4

จากตารางที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า มีสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 66.3 และมีสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 33.7

อายุ พบว่า สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 55-67 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมามีอายุระหว่าง 29-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.9 โดยมีอายุมากสุด 67 ปี และมีอายุน้อยสุด 29 ปี อายุเฉลี่ย 49 ปี

ระดับการศึกษา พบว่า สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 74.6 รองลงมามีระดับการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.4

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนกตามขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ จำนวนแรงงาน ต้นทุนการผลิต รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ และรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้

(n=169)

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ (ไร่)		
5-10	74	43.8
11-20	50	29.6
มากกว่า 20	45	26.6
พื้นที่เฉลี่ย 20 ไร่		
พื้นที่มากสุด 90 ไร่		
พื้นที่น้อยสุด 5 ไร่		
จำนวนแรงงาน (คน)		
แรงงานคนไทย		
1-2	66	39.1
3-4	52	30.8
มากกว่า 4	51	30.1
แรงงานคนไทย เฉลี่ย 4 คน		
แรงงานคนไทย มากสุด 20 คน		
แรงงานคนไทย น้อยสุด 1 คน		
แรงงานต่างด้าว		
10-15	68	40.2
16-25	52	30.8
มากกว่า 25	49	29.0
แรงงานต่างด้าว เฉลี่ย 23 คน		
แรงงานต่างด้าว มากสุด 40 คน		
แรงงานต่างด้าว น้อยสุด 10 คน		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n=169)

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ต้นทุนการผลิต (บาทต่อเดือน)		
7,000-7,800	59	34.9
7,801-8,700	69	40.8
มากกว่า 8,701	41	24.3
ต้นทุนเฉลี่ย 8,297 บาทต่อเดือน		
ต้นทุนสูงสุด 9,500 บาทต่อเดือน		
ต้นทุนต่ำสุด 7,000 บาทต่อเดือน		
รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ (บาทต่อเดือน)		
14,000-16,000	45	26.6
16,001-18,000	89	52.7
มากกว่า 18,001	35	20.7
รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้เฉลี่ย 17,290 บาทต่อเดือน		
รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้สูงสุด 20,000 บาทต่อเดือน		
รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ต่ำสุด 14,000 บาทต่อเดือน		
รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ (บาทต่อเดือน)		
1,000-9,800	50	29.6
9,801-20,000	67	39.6
มากกว่า 20,000	52	30.8
รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้เฉลี่ย 16,259 บาทต่อเดือน		
รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้สูงสุด 30,000 บาทต่อเดือน		
รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ต่ำสุด 1,000 บาทต่อเดือน		

จากตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า มีสมาชิกสหกรณ์ที่มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ 5-10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมามีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ 11-20 ไร่ คิด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เป็นร้อยละ 29.6 โดยมีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้มากสุด 90 ไร่ มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้น้อยสุด 5 ไร่ และมีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้เฉลี่ย 20 ไร่

จำนวนแรงงาน พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีจำนวนแรงงานคนไทย 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมามีจำนวนแรงงานคนไทย 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 โดยมีจำนวนแรงงานคนไทยมากสุด 20 คน มีจำนวนแรงงานคนไทยน้อยสุด 1 คน มีจำนวนแรงงานคนไทยเฉลี่ย 4 คน สมาชิกสหกรณ์มีจำนวนแรงงานต่างด้าว 10- 15 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมามีจำนวนแรงงานต่างด้าว 16-25 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 โดยมีจำนวนแรงงานต่างด้าวมากสุด 40 คน มีจำนวนแรงงานต่างด้าวน้อยสุด 10 คน และมีจำนวนแรงงานต่างด้าวเฉลี่ย 23 คน

ต้นทุนการผลิต พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีต้นทุนการผลิต 7,801-8,700 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมามีต้นทุนการผลิต 7,000-7,800 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 34.9 โดยมีต้นทุนการผลิตสูงสุด 9,500 บาทต่อเดือน มีต้นทุนการผลิตน้อยสุด 7,000 บาทต่อเดือน และมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 8,297 บาทต่อเดือน

รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีรายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ 16,001-18,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมามีรายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ 14,000-16,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.6 โดยมีรายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้สูงสุด 20,000 บาทต่อเดือน มีรายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ น้อยสุด 14,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้เฉลี่ย 17,290 บาทต่อเดือน

รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ 9,801-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมามีรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.8 โดยมีรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้สูงสุด 30,000 บาทต่อเดือน มีรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้น้อยสุด 1,000 บาทต่อเดือน และมีรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้เฉลี่ย 16,259 บาทต่อเดือน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 3 ปัจจัยด้านสังคม

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ และการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์

(n=169)

ปัจจัยด้านสังคม	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ (ครั้งต่อเดือน) *		
โทรทัศน์		
1 ครั้งต่อเดือน	33	19.5
2 ครั้งต่อเดือน	1	0.6
ประสบการณ์ของตัวเอง		
2 ครั้งต่อเดือน	106	62.7
3 ครั้งต่อเดือน	44	26.0
4 ครั้งต่อเดือน	19	11.2
อินเทอร์เน็ต		
1 ครั้งต่อเดือน	52	30.8
2 ครั้งต่อเดือน	8	4.7
สื่อสิ่งพิมพ์		
1 ครั้งต่อเดือน	87	51.5
2 ครั้งต่อเดือน	49	29.0
3 ครั้งต่อเดือน	2	1.2
เกษตรกร		
1 ครั้งต่อเดือน	88	52.1
2 ครั้งต่อเดือน	36	21.3
3 ครั้งต่อเดือน	3	1.8
4 ครั้งต่อเดือน	15	8.9
สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทยจำกัด		
2 ครั้งต่อเดือน	96	56.8
3 ครั้งต่อเดือน	46	27.2

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=169)

ปัจจัยด้านสังคม	จำนวน	ร้อยละ
4 ครั้งต่อเดือน	27	16.0
เจ้าหน้าที่ภาครัฐ		
1 ครั้งต่อเดือน	11	6.5
2 ครั้งต่อเดือน	21	12.4
3 ครั้งต่อเดือน	18	10.7
รวม		
1 แหล่ง	1	0.6
2 แหล่ง	17	10.1
3 แหล่ง	46	27.2
4 แหล่ง	43	25.4
5 แหล่ง	36	21.3
6 แหล่ง	18	10.7
7 แหล่ง	8	4.7
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ เฉลี่ย 4 แหล่ง		
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ สูงสุด 7 แหล่ง		
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ ต่ำสุด 1 แหล่ง		
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ (ครั้งต่อเดือน) *		
ร่วมคิด		
1 ครั้งต่อเดือน	2	1.2
2 ครั้งต่อเดือน	6	3.6
3 ครั้งต่อเดือน	15	8.9
ร่วมวางแผน		
2 ครั้งต่อเดือน	2	1.2
3 ครั้งต่อเดือน	6	3.6
4 ครั้งต่อเดือน	15	8.9

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=169)

ปัจจัยด้านสังคม	จำนวน	ร้อยละ
ร่วมดำเนินงาน		
1 ครั้งต่อเดือน	46	27.2
2 ครั้งต่อเดือน	11	6.5
3 ครั้งต่อเดือน	5	3.0
ร่วมติดตาม		
1 ครั้งต่อเดือน	139	85.2
2 ครั้งต่อเดือน	5	3.0
3 ครั้งต่อเดือน	4	2.4
ร่วมรับผลประโยชน์		
1 ครั้งต่อเดือน	153	90.5
2 ครั้งต่อเดือน	1	0.6
3 ครั้งต่อเดือน	1	0.6
ร่วมประเมินผล		
1 ครั้งต่อเดือน	22	13.0
รวม		
ไม่มีการร่วมกิจกรรม	14	8.3
1 กิจกรรม	15	8.9
2 กิจกรรม	110	65.1
3 กิจกรรม	6	3.6
4 กิจกรรม	2	1.2
5 กิจกรรม	3	1.7
6 กิจกรรม	19	11.2
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ เฉลี่ย 2 กิจกรรม		
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ สูงสุด 6 กิจกรรม		
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ ต่ำสุด 0 กิจกรรม		

* เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากตารางที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสังคมที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ สมาชิกสหกรณ์ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ 3 แหล่ง คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมาได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกล้วยไม้ 4 แหล่ง คิดเป็นร้อยละ 25.4 โดยได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกล้วยไม้สูงสุด 7 แหล่ง ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกล้วยไม้ต่ำสุด 1 แหล่ง และได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกล้วยไม้เฉลี่ย 4 แหล่ง

การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีส่วนร่วมในกิจกรรมของสหกรณ์ 2 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 65.1 รองลงมามีส่วนร่วมในกิจกรรมของสหกรณ์ 6 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 11.2 โดยมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสหกรณ์สูงสุด 6 กิจกรรม มีส่วนร่วมในกิจกรรมของสหกรณ์ต่ำสุด 0 กิจกรรม และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสหกรณ์เฉลี่ย 2 กิจกรรม

ตอนที่ 4 ปัจจัยด้านการตลาด

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนกตามผลผลิตกล้วยไม้ ราคาผลผลิตกล้วยไม้ แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ และการส่งเสริมการขาย

(n=169)

ปัจจัยด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ผลผลิตกล้วยไม้ (ช่อต่อไร่)		
เกรดซุปเปอร์		
น้อยกว่า 130	51	30.2
131-165	67	39.6
มากกว่า 166	51	30.2
เกรดยาว		
น้อยกว่า 290	17	10.1
291-300	41	24.3
มากกว่า 300	111	65.6
เกรดสั้น		
น้อยกว่า 225	49	29.0

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=169)

ปัจจัยด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
226-240	80	47.3
มากกว่า 240	40	23.7
เกรดสั้นสุด		
น้อยกว่า 50	76	45.0
51-70	50	29.6
มากกว่า 70	43	25.4
ราคาผลผลิตกล้วยไม้ (บาทต่อช่อ)		
ราคาเกรดซุปเปอร์		
4	84	49.7
5	67	39.6
6	18	10.7
ราคาเกรดยาว		
3	64	37.8
4	87	51.5
5	18	10.7
ราคาเกรดสั้น		
2	115	68.0
3	39	23.1
4	15	8.9
ราคาเกรดสั้นสุด		
1	111	65.7
2	49	29.0
3	9	5.3
แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ *		
บริษัทส่งออก	126	74.6
ตลาดปากคลองตลาด	152	89.9
ตลาดไท	85	50.3

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=169)

ปัจจัยด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
ร้านดอกไม้	101	59.8
ตลาดท้องถิ่น	80	47.3
สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	84	49.7
รวมแหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ (จำนวนแหล่ง)		
1	17	10.1
2	37	21.9
3	8	4.8
4	31	18.3
5	55	32.5
6	21	12.4
แหล่งรับซื้อเฉลี่ย 4 แหล่ง		
แหล่งรับซื้อสูงสุด 6 แหล่ง		
แหล่งรับซื้อต่ำสุด 1 แหล่ง		
การส่งเสริมการขาย *		
การออกร้านแสดงสินค้าทางด้านการเกษตร	28	16.6
การเข้าร่วมการประกวด	20	11.8
การรวมกลุ่มจำหน่ายกล้วยไม้	72	42.6
รวมการส่งเสริมการขาย (จำนวนกิจกรรม)		
ไม่มีการส่งเสริมการขาย	35	20.7
1	64	37.9
2	50	29.6
3	20	11.8
การส่งเสริมการขายเฉลี่ย 1 กิจกรรม		
การส่งเสริมการขายสูงสุด 3 กิจกรรม		
การส่งเสริมการขายต่ำสุด 0 กิจกรรม		

* เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากตารางที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ผลผลิตกล้วยไม้ สมาชิกสหกรณ์มีผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ 131-165 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมามีผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์น้อยกว่า 130 ช่อต่อไร่ และมากกว่า 166 ช่อต่อไร่ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 30.2 สมาชิกสหกรณ์มีผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวมากกว่า 300 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 65.6 รองลงมามีผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว 291-300 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 24.3 สมาชิกสหกรณ์มีผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น 226-240 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมามีผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นน้อยกว่า 225 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 29.0 สมาชิกสหกรณ์มีผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดน้อยกว่า 50 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมามีผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด 51-70 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 29.6

ราคาผลผลิตกล้วยไม้ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ 4 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมามีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ 5 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 39.6 สมาชิกสหกรณ์มีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว 4 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมามีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว 3 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 37.8 สมาชิกสหกรณ์มีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น 2 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมามีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น 3 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 23.1 สมาชิกสหกรณ์มีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด 1 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมามีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด 2 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 29

แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ เป็นตลาดปากคลองตลาด คิดเป็นร้อยละ 89.9 รองลงมาคือบริษัทส่งออก คิดเป็นร้อยละ 74.6 โดยมีแหล่งรับซื้อผลผลิตมากสุด 6 แหล่ง มีแหล่งรับซื้อผลผลิตน้อยสุด 1 แหล่ง และมีแหล่งรับซื้อผลผลิตเฉลี่ย 4 แหล่ง

การส่งเสริมการขาย พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีการส่งเสริมการขายเป็นการรวมกลุ่มจำหน่ายกล้วยไม้ คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาคือการออกร้านแสดงสินค้าทางด้านการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 16.6 โดยมีการส่งเสริมการขายมากสุด 3 กิจกรรม มีการส่งเสริมการขายต่ำสุด 0 กิจกรรม และมีมีการส่งเสริมการขายเฉลี่ย 1 กิจกรรม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 5 ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำแนกตามธุรกิจการซื้อ ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ธุรกิจธนกิจ และการส่งเสริมอาชีพและบริการ

(n=169)

ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจการซื้อ (ครั้งต่อเดือน)		
2	108	63.9
3	33	19.5
4	21	12.4
5	7	4.2
ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต (ครั้งต่อเดือน)		
ไม่มีการใช้บริการ	41	24.3
1	79	46.7
2	34	20.1
3	15	8.9
ธุรกิจธนกิจ (ครั้งต่อเดือน)		
ไม่มีการใช้บริการ	108	63.9
1	61	36.1
การส่งเสริมอาชีพและบริการ (ครั้งต่อเดือน)		
ไม่มีการใช้บริการ	52	30.8
1	99	58.6
2	18	10.6

จากตารางที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีการใช้บริการด้านธุรกิจการซื้อจำนวน 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมามีการใช้บริการด้านธุรกิจการซื้อจำนวน 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.5

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีการใช้บริการด้านธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิตจำนวน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาไม่มีการใช้บริการด้านธุรกิจการขายหรือการรวบรวม คิดเป็นร้อยละ 24.3

ธุรกิจธนกิจ พบว่า สมาชิกสหกรณ์ไม่มีการใช้บริการด้านธุรกิจธนกิจ คิดเป็นร้อยละ 63.9 รองลงมามีการใช้บริการด้านธุรกิจธนกิจจำนวน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.1

การส่งเสริมอาชีพและบริการ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีการใช้บริการด้านการส่งเสริมอาชีพและบริการจำนวน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาไม่มีการใช้บริการด้านการส่งเสริมอาชีพและบริการคิดเป็นร้อยละ 30.8

ตอนที่ 6 แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ตารางที่ 7 แสดงระดับของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

(n=169)

กิจกรรม	ระดับแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย	สรุประดับแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ได้รับคำแนะนำด้านการวางแผนการผลิตให้ได้ปริมาณผลผลิตกล้วยไม้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด	57	56	56	0	0	4.0	มาก
2. ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของกล้วยไม้	33	68	68	0	0	3.8	มาก
3. ได้รับคำแนะนำด้านการวางแผนการจัดการน้ำที่มีคุณภาพต่อกล้วยไม้	0	101	68	0	0	3.6	มาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=169)

กิจกรรม	ระดับแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย	สรุประดับแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
4. ได้รับคำแนะนำด้านการเลือกสายพันธุ์กล้วยไม้ที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด	0	0	34	135	0	2.2	น้อย
5. ได้รับคำแนะนำด้านการจัดการโรคและศัตรูกล้วยไม้	46	54	69	0	0	3.9	มาก
6. ได้รับคำแนะนำด้านหลักการทำงานของสหกรณ์ฯ	34	33	102	0	0	3.6	มาก
รวม						3.5	มาก

จากตารางที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์รวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.5) และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ระดับมากในข้อที่ 1 คือ ได้รับคำแนะนำด้านการวางแผนการผลิตให้ได้ปริมาณผลผลิตกล้วยไม้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.0) ข้อที่ 2 คือ ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 3.8) ข้อที่ 3 คือ ได้รับคำแนะนำด้านการวางแผนการจัดการน้ำที่มีคุณภาพต่อกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 3.6) ข้อที่ 5 คือ ได้รับคำแนะนำด้านการจัดการโรคและศัตรูกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 3.9) และข้อที่ 6 คือ ได้รับคำแนะนำด้านหลักการทำงานของสหกรณ์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.6) สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ระดับน้อยในข้อที่ 4 คือ ได้รับคำแนะนำด้านการเลือกสายพันธุ์กล้วยไม้ที่เหมาะสมกับ (ค่าเฉลี่ย 2.2)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 8 แสดงระดับของแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

(n=169)

กิจกรรม	ระดับแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย	สรุประดับแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านผลผลิตกล้วยไม้	34	135	0	0	0	4.2	มาก
2. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านราคาผลผลิตกล้วยไม้	28	141	0	0	0	4.2	มาก
3. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านแหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้	34	135	0	0	0	4.2	มาก
4. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านส่งเสริมการขายผลผลิตกล้วยไม้	68	101	0	0	0	4.4	มากที่สุด
5. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านขาดแคลนแรงงาน	36	62	71	0	0	3.8	มาก
6. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านคุณภาพของแหล่งน้ำในการผลิตกล้วยไม้	0	34	135	0	0	3.2	ปานกลาง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n=169)

กิจกรรม	ระดับแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย	สรุประดับแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
7. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านสายพันธุ์กล้วยไม้ที่นำมาปลูก	0	135	34	0	0	3.8	มาก
8. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการแพร่ระบาดของโรคและศัตรูกล้วยไม้	68	101	0	0	0	4.4	มากที่สุด
9. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการใช้ปุ๋ยและฮอร์โมนในกล้วยไม้	67	68	34	0	0	4.2	มาก
10. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการใช้สารเคมีกำจัดโรคและศัตรูกล้วยไม้	36	62	71	0	0	3.8	มาก
11. การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุมสมาชิกสหกรณ์ฯ ประจำเดือน	0	0	68	101	0	2.4	น้อย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 8 (ต่อ)

(n=169)

กิจกรรม	ระดับแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย	สรุประดับแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
12. การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุมใหญ่สามัญประจำปี	26	47	96	0	0	3.6	มาก
รวม						3.8	มาก

จากตารางที่ 8 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์รวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.8) และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ระดับมากที่สุดในข้อที่ 4 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านส่งเสริมการขายผลผลิตกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.4) และข้อที่ 8 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการแพร่ระบาดของโรคและศัตรูกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.4) สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ระดับมากในข้อที่ 1 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านผลผลิตกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.2) ข้อที่ 2 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านราคาผลผลิตกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.2) ข้อที่ 3 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านแหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.2) ข้อที่ 5 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านขาดแคลนแรงงาน (ค่าเฉลี่ย 3.8) ข้อที่ 7 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านสายพันธุ์กล้วยไม้ที่นำมาปลูก (ค่าเฉลี่ย 3.8) ข้อที่ 9 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการใช้ปุ๋ยและฮอร์โมนในกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.2) ข้อที่ 10 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการใช้สารเคมีกำจัดโรคและศัตรูกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 3.8) และข้อที่ 12 คือ การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุมใหญ่สามัญประจำปี (ค่าเฉลี่ย 3.6) สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ระดับน้อยในข้อที่ 11 คือ การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุมสมาชิกสหกรณ์ฯ ประจำเดือน (ค่าเฉลี่ย 2.4)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 9 แสดงระดับของแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

(n=169)

กิจกรรม	ระดับแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย	สรุประดับแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. สามารถจำหน่ายผลผลิตกล้วยไม้ได้ในราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม	0	135	34	0	0	3.8	มาก
2. สามารถจำหน่ายต้นกล้วยไม้แก่ได้ในราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม	0	102	67	0	0	3.6	มาก
3. ได้รับการประกันราคาผลผลิตกล้วยไม้ที่แน่นอนจากสหกรณ์ฯ	0	34	135	0	0	3.2	ปานกลาง
4. ได้รับการสนับสนุนด้านปุ๋ยและฮอร์โมนในราคาที่ต่ำกว่าร้านค้า	0	57	112	0	0	3.3	ปานกลาง
5. ได้รับการคุ้มครองแรงงาน	67	102	0	0	0	4.4	มากที่สุด
6. ได้รับการรับรองคุณภาพผลผลิตกล้วยไม้จากสหกรณ์ฯ	0	67	102	0	0	3.4	ปานกลาง
7. มีตลาดที่แน่นอนในการรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้	0	87	82	0	0	3.5	มาก
รวม						3.6	มาก

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากตารางที่ 9 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.6) และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุระดับมากที่สุดในข้อที่ 5 คือ ได้รับการคุ้มครองแรงงาน (ค่าเฉลี่ย 4.4) สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุระดับมากในข้อที่ 1 คือ สามารถจำหน่ายผลผลิตกล้วยไม้ได้ในราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม (ค่าเฉลี่ย 3.8) ข้อที่ 2 คือ สามารถจำหน่ายต้นกล้วยไม้แก่ได้ในราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม (ค่าเฉลี่ย 3.6) และข้อที่ 7 คือ มีตลาดที่แน่นอนในการรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 3.5) สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุระดับปานกลางในข้อที่3 คือได้รับการประกันราคาผลผลิตกล้วยไม้ที่แน่นอนจากสหกรณ์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.2) ข้อที่ 4 คือ ได้รับการสนับสนุนด้านปุ๋ยและฮอร์โมน ในราคาที่ต่ำกว่าร้านค้า (ค่าเฉลี่ย 3.3) และข้อที่ 6 คือ ได้รับการรับรองคุณภาพผลผลิตกล้วยไม้จากสหกรณ์ฯ (ค่าเฉลี่ย 3.4)

ตารางที่ 10 แสดงระดับของแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

(n=169)

กิจกรรม	ระดับแรงจูงใจ					ค่าเฉลี่ย	สรุประดับแรงจูงใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
1. เพื่อเป็นที่ยอมรับ นับถือ จากกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ฯ	126	43	0	0	0	4.8	มากที่สุด
2. เพื่อตนเองและครอบครัวจะเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการกล้วยไม้	102	67	0	0	0	4.6	มากที่สุด
3. เพื่อมีโอกาสแสดงความรู้ความสามารถ โดยการเป็นที่ปรึกษาให้กับเพื่อนเกษตรกร ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ	34	135	0	0	0	4.2	มาก
รวม						4.5	มากที่สุด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากตารางที่ 10 การวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงรวมระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.5) และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงระดับมากที่สุดในข้อที่ 1 คือ เพื่อเป็นที่ยอมรับ นับถือ จากกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.8) และข้อที่ 2 คือ เพื่อตนเองและครอบครัวจะเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.6) สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงระดับมากในข้อที่ 3 คือ เพื่อมีโอกาสแสดงความรู้ความสามารถ โดยการเป็นที่ปรึกษาให้กับเพื่อนเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ (ค่าเฉลี่ย 4.2)

ตอนที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่า Chi- square

ทดสอบตัวแปรที่มีระดับการวัดเป็นมาตรนามบัญญัติ (nominal scale) กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ และระดับการศึกษา กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

	ระดับแรงจูงใจ					
ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**รวม**	χ^2	**P**
เพศ						
หญิง	25	12	20	57	1.035	0.596
	43.9%	21.1%	35.0%	100%		
ชาย	45	19	48	112		
	40.1%	17.0%	42.9%	100%		
รวม	70	31	68	169		
	41.4%	18.3%	40.3%	100%		

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	ระดับแรงจูงใจ			รวม	χ^2	P
	มาก	ปานกลาง	น้อย			
ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	53	23	50	126	0.089	0.956
	42.1%	18.2%	39.7%	100%		
สูงกว่าประถมศึกษา	17	8	18	43		
	39.5%	18.6%	41.9%	100%		
รวม	70	31	68	169		
	41.4%	18.3%	40.3%	100%		

จากตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด คำนวณได้ค่า χ^2 = 1.035 โดยมี d.f. = 2 และได้ค่า p-value = 0.596 (ซึ่งมากกว่า 0.05) ผลสรุปคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05)

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละพบว่า สมาชิกสหกรณ์ที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 43.9) รองลงมามีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 35.0) สมาชิกสหกรณ์ที่เป็นเพศชาย มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 42.9) รองลงมามีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ40.1)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด คำนวณได้ค่า χ^2 = 0.089 โดยมี d.f. = 2 และได้ค่า p-value = 0.956 (ซึ่งมากกว่า 0.05) ผลสรุปคือ ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด (ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05)

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เมื่อพิจารณาค่าร้อยละพบว่า สมาชิกสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 42.1) รองลงมามีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อยู่ในระดับน้อย (ร้อยละ 39.7) สมาชิกสหกรณ์ที่มีระดับการศึกษามากกว่าประถมศึกษา มีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อยู่ในน้อย (ร้อยละ 41.9) รองลงมามีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 39.5)

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis)

ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่เป็นตัวแปรเชิงปริมาณทั้งสองตัวแปร ได้แก่ อายุ ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ จำนวนแรงงานคนไทย จำนวนแรงงานต่างด้าว ต้นทุนการผลิต รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ แหล่งข้อมูลข่าวสาร การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ ผลผลิตกล้วยไม้ ราคาผลผลิตกล้วยไม้ แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ การส่งเสริมการขาย ธุรกิจการซื้อ ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ธุรกิจธนกิจ การส่งเสริมอาชีพและบริการของสมาชิกสหกรณ์ และแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

(n=169)

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	สรุปผลการทดสอบ
ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล			
อายุ	-0.039	0.614	ไม่มีความสัมพันธ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 12 (ต่อ)

(n=169)

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	สรุปผลการทดสอบ
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ			
ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้	-0.041	0.592	ไม่มีความสัมพันธ์
แรงงานคนไทย	-0.082	0.287	ไม่มีความสัมพันธ์
แรงงานต่างด้าว	0.152*	0.049	มีความสัมพันธ์
ต้นทุนการผลิต	0.022	0.781	ไม่มีความสัมพันธ์
รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้	0.049	0.526	ไม่มีความสัมพันธ์
รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้	0.000	0.998	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านสังคม			
โทรทัศน์	0.054	0.482	ไม่มีความสัมพันธ์
ประสบการณ์ของตัวเอง	0.171*	0.026	มีความสัมพันธ์
อินเทอร์เน็ต	-0.085	0.272	ไม่มีความสัมพันธ์
สื่อสิ่งพิมพ์	0.076	0.324	ไม่มีความสัมพันธ์
เกษตรกร	0.063	0.413	ไม่มีความสัมพันธ์
สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทยจำกัด	0.176*	0.022	มีความสัมพันธ์
เจ้าหน้าที่ภาครัฐ	0.078	0.312	ไม่มีความสัมพันธ์
ร่วมคิด	0.054	0.486	ไม่มีความสัมพันธ์
ร่วมวางแผน	0.054	0.486	ไม่มีความสัมพันธ์
ร่วมดำเนินงาน	0.069	0.374	ไม่มีความสัมพันธ์
ร่วมติดตาม	0.019	0.810	ไม่มีความสัมพันธ์
ร่วมรับผลประโยชน์	0.063	0.413	ไม่มีความสัมพันธ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 12 (ต่อ)

(n=169)

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	สรุปผลการทดสอบ
ร่วมประเมินผล	0.089	0.250	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านการตลาด			
ผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์	-0.035	0.648	ไม่มีความสัมพันธ์
ผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว	0.035	0.652	ไม่มีความสัมพันธ์
ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น	-0.005	0.944	ไม่มีความสัมพันธ์
ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด	-0.039	0.614	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์	-0.007	0.924	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว	-0.034	0.656	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น	0.007	0.923	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด	-0.058	0.453	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้	-0.009	0.912	ไม่มีความสัมพันธ์
การส่งเสริมการขาย	-0.045	0.560	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์			
ธุรกิจการซื้อ	0.155*	0.045	มีความสัมพันธ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 12 (ต่อ)

(n=169)

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value	สรุปผลการทดสอบ
ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต	0.034	0.662	ไม่มีความสัมพันธ์
ธุรกิจธนกิจ	0.033	0.673	ไม่มีความสัมพันธ์
การส่งเสริมอาชีพและบริการ	0.010	0.892	ไม่มีความสัมพันธ์

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 12 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า อายุของสมาชิกสหกรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.036 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.614

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.041 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.592

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจำนวนแรงงานคนไทย กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า จำนวนแรงงานคนไทยไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.082 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.287

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างจำนวนแรงงานต่างด้าว กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า จำนวนแรงงานต่างด้าวมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.152 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.049 แสดงให้เห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ฯ ที่มีจำนวนแรงงานต่างด้าวมาก จะมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มากขึ้นด้วย

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนการผลิต กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ต้นทุนการผลิตไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.022 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.781

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.049 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.526

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.000 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.998

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางโทรทัศน์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.054 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.482

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางประสบการณ์ของตัวเองกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางประสบการณ์ของตัวเองมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.171 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.026 แสดงให้เห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ฯ ที่มีการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางประสบการณ์ของตัวเองมาก จะมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มากขึ้นด้วย

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.085 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.272

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.076 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.324

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเกษตรกรกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเกษตรกรไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.063 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.413

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทาง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.176 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.022 แสดงให้เห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ฯ ที่มีการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มาก จะมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มากขึ้นด้วย

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเจ้าหน้าที่ภาครัฐกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเจ้าหน้าที่ภาครัฐไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.078 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.312

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการร่วมคิดกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การร่วมคิดไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.054 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.486

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการร่วมวางแผนกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การร่วมวางแผนไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.054 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.486

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการร่วมดำเนินการกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การร่วมดำเนินการไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.069 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.374

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการร่วมติดตามกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การร่วมติดตามไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.019 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.810

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการร่วมรับผลประโยชน์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การร่วมรับผลประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.063 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.413

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการร่วมประเมินผลกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การร่วมประเมินผลไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.089 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.250

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.035 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.648

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.035 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.652

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.005 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.944

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.039 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.614

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.007 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.924

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.034 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.656

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.007 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.923

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.058 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.453

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.009 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.912

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมการขายกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า การส่งเสริมการขายไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -0.045 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.560

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจการซื้อกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ธุรกิจการซื้อมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.155 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.045 แสดงให้เห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ฯ ที่มีการใช้บริการธุรกิจการซื้อของสหกรณ์มาก จะมีแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มากขึ้นด้วย

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิตกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิตไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.034 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.662

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจธนกิจกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ธุรกิจธนกิจไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.033 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.673

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการส่งเสริมอาชีพและบริการกับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า ส่งเสริมอาชีพและบริการไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.010 และมีค่าp-value เท่ากับ 0.892

ตารางที่ 13 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

(n=169)

ปัจจัย	แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด
ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล	
เพศ	ไม่มีความสัมพันธ์
อายุ	ไม่มีความสัมพันธ์
ระดับการศึกษา	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	
ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้	ไม่มีความสัมพันธ์
จำนวนแรงงานคนไทย	ไม่มีความสัมพันธ์
จำนวนแรงงานต่างด้าว	มีความสัมพันธ์
ต้นทุนการผลิต	ไม่มีความสัมพันธ์
รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้	ไม่มีความสัมพันธ์
รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านสังคม	
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากโทรทัศน์	ไม่มีความสัมพันธ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 13 (ต่อ)

(n=169)

ปัจจัย	แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากประสบการณ์ของตัวเอง	มีความสัมพันธ์
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากอินเทอร์เน็ต	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากสื่อสิ่งพิมพ์	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากเกษตรกร	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด	มีความสัมพันธ์
แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ	ไม่มีความสัมพันธ์
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในการร่วมคิด	ไม่มีความสัมพันธ์
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในการร่วมวางแผน	ไม่มีความสัมพันธ์
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในการร่วมดำเนินการ	ไม่มีความสัมพันธ์
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในการร่วมติดตาม	ไม่มีความสัมพันธ์
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในการร่วมรับผลประโยชน์	ไม่มีความสัมพันธ์
การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ในการร่วมประเมินผล	ไม่มีความสัมพันธ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางที่ 13 (ต่อ)

(n=169)

ปัจจัย	แรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด
ปัจจัยด้านการตลาด	
ผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์	ไม่มีความสัมพันธ์
ผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว	ไม่มีความสัมพันธ์
ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น	ไม่มีความสัมพันธ์
ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น	ไม่มีความสัมพันธ์
ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด	ไม่มีความสัมพันธ์
แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้	ไม่มีความสัมพันธ์
การส่งเสริมการขาย	ไม่มีความสัมพันธ์
ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์	
ธุรกิจการซื้อ	มีความสัมพันธ์
ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต	ไม่มีความสัมพันธ์
ธุรกิจธนกิจ	ไม่มีความสัมพันธ์
การส่งเสริมอาชีพและบริการ	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตารางที่ 13 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ จำนวนแรงงานต่างด้าว แหล่งข้อมูลข่าวสารจากประสบการณ์ของตัวเอง แหล่งข้อมูลข่าวสารจากสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด และการใช้บริการของสหกรณ์ด้านธุรกิจการซื้อ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 8 ปัญหาและข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

1. ปัญหาด้านเงินทุน พบว่า มีปัญหาทางด้านกองทุนของสหกรณ์ที่มีน้อยเกินไป ผลมาจากการเพิ่งเริ่มจัดตั้งสหกรณ์ และเงินทุนส่วนใหญ่ถูกนำไปใช้ในเรื่องของการบริหารจัดการภายในสหกรณ์ ทำให้สมาชิกสหกรณ์บางรายไม่สามารถทำการกู้ยืมเงินจากทางสหกรณ์ได้ในจำนวนเงินที่ต้องการ ข้อเสนอแนะคือ การชักชวนเกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์เข้ามาเป็นสมาชิกสหกรณ์ จะเกิดการลงทุนนั้นคือการถือหุ้นในสหกรณ์ การเชิญชวนให้สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ถือหุ้นเพิ่ม และ การหาสินค้าที่เป็นที่ต้องการมาจำหน่ายให้กับสมาชิกสหกรณ์เพื่อจูงใจให้สมาชิกสหกรณ์มาซื้อสินค้าของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด เพื่อนำเงินที่ได้มาหมุนเวียนภายในสหกรณ์

2. ปัญหาด้านแรงงาน พบว่า เกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้ ที่เข้ามาเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ส่วนใหญ่มีแรงงานต่างด้าวทำงานในสวนเป็นจำนวนมาก แรงงานต่างด้าวบางคนเป็นแรงงานประจำ และมีอีกจำนวนหนึ่งที่เป็นแรงงานต่างด้าวหมุนเวียนนั้นคือไม่มีการประจำที่ใด ซึ่งแรงงานต่างด้าวหมุนเวียนกลุ่มนี้จะมีปัญหาที่ไม่มีบัตรประจำตัวแรงงานต่างด้าวที่ทางราชการออกให้ ทำให้เกิดปัญหาต่อเจ้าของสวนกล้วยไม้ที่รับแรงงานกลุ่มนี้เข้ามาทำงาน เพราะหากมีการตรวจสอบขึ้นมาโดยการสุ่มลงตามสวนกล้วยไม้ ถ้าพบว่ามีแรงงานต่างด้าวกลุ่มนี้ทำงานอยู่ เจ้าของสวนกล้วยไม้จะถูกปรับเป็นจำนวนเงินที่มาก ข้อเสนอแนะคือ สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำต้องเข้ามาเป็นสื่อกลางในการไกล่เกลี่ยปัญหาแรงงานต่างด้าวนี้กับทางราชการ ให้คำแนะนำด้านความรู้ทางกฎหมายเกี่ยวกับแรงงานต่างด้าวให้กับสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้เข้าใจ เพื่อลดปัญหาแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย

3. ปัญหาด้านปัจจัยการผลิต พบว่า สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีการจัดจำหน่ายสินค้าได้แก่ ปุ๋ย ยา ฮอร์โมน และสารเคมีต่างๆที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ แต่สินค้าบางชนิดที่สมาชิกสหกรณ์ต้องการไม่มีมาจำหน่าย ทำให้สมาชิกสหกรณ์จำเป็นต้องซื้อจากแหล่งอื่น ซึ่งมีราคาที่สูงกว่าสหกรณ์มาก อีกทั้งสินค้าที่ส่งไปยังศูนย์กระจายสินค้าตามจุดต่างๆของสหกรณ์ไม่เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ สมาชิกสหกรณ์จึงต้องซื้อจากแหล่งอื่น ซึ่งมีราคาที่สูงกว่าสหกรณ์อีกเช่นกัน ข้อเสนอแนะคือ สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ต้องมีการสอบถามถึงความต้องการที่แท้จริงในตัวสินค้าจากสมาชิกสหกรณ์ เพื่อจะได้นำมาซึ่งสินค้าที่เป็นที่ต้องการ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ของสมาชิกสหกรณ์ และจะต้องมีการสำรองสินค้าไว้ในคลังสินค้าพอสมควร เพื่อลดปัญหาสินค้าขาดจนทำให้สมาชิกสหกรณ์ต้องเดือดร้อนเมื่อต้องไปซื้อจากแหล่งอื่นซึ่งมีราคาที่สูงกว่าสหกรณ์

4. ปัญหาด้านการตลาดผลผลิต พบว่า ในปัจจุบันนี้มีความต้องการของกล้วยไม้สูงขึ้น อีกทั้งผลกระทบจากน้ำท่วมเมื่อปลายปี 2554 ส่งผลให้สวนกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์หลายรายต้องเดือดร้อนเพราะน้ำท่วมสวนกล้วยไม้ เมื่อเข้าสภาวะปกติ ความต้องการกล้วยไม้ของตลาดมีมากขึ้น แต่ปริมาณกล้วยไม้มีไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย อีกทั้งในเรื่องของความไม่แน่นอนของราคากล้วยไม้ที่ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาด ข้อเสนอแนะคือ สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ต้องเข้ามาบริหารจัดการด้านปริมาณผลผลิตกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์ให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาดเพื่อรักษาบริษัทผู้รับซื้อกล้วยไม้ประจำสหกรณ์ไว้ โดยการมีกล้วยไม้จำหน่ายให้บริษัทผู้รับซื้อได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังต้องเข้ามายังต้องเข้าจัดการเรื่องของราคากล้วยไม้ให้มีความเหมาะสมด้วย

5. ปัญหาด้านการจัดตั้งองค์กรสำหรับกล้วยไม้ พบว่า สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่กล่าวว่ากล้วยไม้เป็นไม้ดอกที่ส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย สมควรที่จะมีหน่วยงานเข้ามารับผิดชอบโดยตรง เหมือนสินค้าเกษตรอื่นๆ เช่น ยางพารา ข้าว ข้าวโพด เป็นต้น ที่มีการจัดตั้งเป็นกรมเพื่อดูแลสินค้าเกษตรอย่างชัดเจน ข้อเสนอแนะคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลและทำการจัดตั้งองค์กรสำหรับกล้วยไม้ให้มีความชัดเจนมากขึ้น

6. ปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจในระบบสหกรณ์การเกษตร พบว่า สมาชิกสหกรณ์บางรายยังไม่เข้าใจในระบบการทำงานของระบบสหกรณ์การเกษตร บางรายเข้ามาเพราะถูกเชิญชวนมาแต่ไม่ได้มีการอธิบายถึงรายละเอียดและจุดประสงค์ของการเข้าร่วมสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ข้อเสนอแนะคือ สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จำเป็นต้องให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการทำงานของสหกรณ์ให้สมาชิกสหกรณ์ทุกรายเกิดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของสหกรณ์ที่ตรงกัน

ข้อวิจารณ์

จากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัย

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด พบว่า

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลนั้น ส่วนใหญ่แล้วสมาชิกสหกรณ์จะเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ด้านอายุ จะพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วสมาชิกสหกรณ์จะมีอายุระหว่าง 55-67 ปี เนื่องมาจากการลงทุนปลูกกล้วยไม้ในสมัยก่อนนั้นยังมีต้นทุนที่ต่ำกว่าปัจจุบัน การลงทุนปลูกกล้วยไม้ในปัจจุบันมีการลงทุนที่สูง กลุ่มของสมาชิกสหกรณ์จึงเป็นผู้มีอายุมาก ผู้มีอายุน้อยยังไม่กล้าเสี่ยงที่จะลงทุนและจะเน้นไปที่การศึกษามากกว่าการทำการเกษตร ด้านของระดับการศึกษาส่วนใหญ่จะมีการศึกษาที่ระดับประถมศึกษา เนื่องจากการยึดอาชีพการเกษตรมาโดยตลอดจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการศึกษามากเท่าที่ควร

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ในปัจจุบันมีการจ้างแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานในสวนกล้วยไม้เป็นจำนวนมากเฉลี่ยที่ 23 คน ซึ่งในขณะที่แรงงานคนไทยในสวนกล้วยไม้เฉลี่ยมีเพียง 4 คน เนื่องมาจาก ค่าใช้จ่ายด้านแรงงานของคนไทยสูงกว่าแรงงานต่างด้าว สมาชิกสหกรณ์จึงเลือกที่จะจ้างแรงงานต่างด้าวแทนแรงงานคนไทย เพื่อลดต้นทุนการผลิตในส่วนแรงงานลง ต้นทุนการผลิตกล้วยไม้นั้นเฉลี่ย 8,297 บาทต่อเดือน ในด้านของขนาดพื้นที่การปลูกกล้วยไม้เฉลี่ยแล้วสมาชิกสหกรณ์มีพื้นที่การปลูกกล้วยไม้ 20 ไร่ มีรายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้เฉลี่ย 17,290 บาท ต่อเดือน และยังมีรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้เฉลี่ย 16,259 บาทต่อเดือน เนื่องจากสมาชิกสหกรณ์บางคน ไม่ได้ประกอบอาชีพปลูกกล้วยไม้อย่างเดียว ยังมีอาชีพเสริมอื่นๆด้วย เช่น ทำนา ทำไร่ ทำสวน ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นต้น

ปัจจัยด้านสังคม พบว่าสมาชิกสหกรณ์ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสาร 3 แหล่ง และแหล่งข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่จะมาจากประสบการณ์ของตัวเอง จากเพื่อนเกษตรกร สมาชิกสหกรณ์ฯ ในด้านของการมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์มีการเข้ารวมกิจกรรมเพียง 2 กิจกรรม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสหกรณ์ที่เป็นกลุ่มผู้บริหารเท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้นๆ

ปัจจัยด้านการตลาด ผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์จะเก็บเกี่ยวได้ 131-165 ช่อต่อไร่ ผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวจะเก็บเกี่ยวได้ มากกว่า 300 ช่อต่อไร่ ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นจะเก็บเกี่ยวได้ 226-240 ช่อต่อไร่ และผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดจะเก็บเกี่ยวได้น้อยกว่า 50 ช่อต่อไร่ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของตลาดด้วย หากตลาดมีความต้องการกล้วยไม้สูง การเก็บเกี่ยวก็จะเพิ่ม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มากขึ้นกว่าเดิม ในขณะที่ราคากล้วยไม้เกรดซุปเปอร์มีราคา 4 บาทต่อช่อ ราคากล้วยไม้เกรดยาวมีราคา 4 บาทต่อช่อราคากล้วยไม้เกรดสั้นมีราคา 2 บาทต่อช่อ และราคากล้วยไม้เกรดสั้นสุดมีราคา 1 บาทต่อช่อ ราคาผลผลิตกล้วยไม้จะถูกตั้งขึ้นจากบริษัทรับซื้อกล้วยไม้และข้อตกลงระหว่างสหกรณ์กับบริษัทรับซื้อกล้วยไม้นั้นๆ แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ พบว่า ส่วนใหญ่จะขายให้กับตลาดปากคลองตลาด เพราะความต้องการในประเทศมีสูง บางส่วนจะส่งให้บริษัทส่งออกเพราะได้ราคาที่สูงกว่าในประเทศและเป็นที่ต้องการของตลาดต่างประเทศด้วย การส่งเสริมการขาย พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีการรวมกลุ่มกันจำหน่ายกล้วยไม้ เนื่องจากสามารถที่จะต่อรองราคาจากบริษัทรับซื้อกล้วยไม้ได้ในราคาที่สมาชิกสหกรณ์ ต้องการ

ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีการใช้บริการด้านธุรกิจการซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน โดยเฉพาะการซื้อปุ๋ยยา ฮอร์โมน และสารเคมี เพราะสหกรณ์ฯ จะมีราคาถูกกว่าที่อื่น และมีการกระจายศูนย์จำหน่ายสินค้าไปยังจุดต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกสหกรณ์ด้วย ด้านธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน โดยเฉพาะในด้านของการขายต้นแก่ให้กับสหกรณ์เพราะสหกรณ์จะให้ราคาที่สูงกว่าผู้รับซื้อรายอื่น ด้านธุรกิจธนกิจ พบว่า สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการทางด้านนี้ เนื่องจาก การเพิ่งเริ่มก่อตั้งสหกรณ์ จำเป็นที่จะต้องใช้เงินจำนวนมากมาใช้จ่ายภายในสหกรณ์ และสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีทุนสำรองของตนเองอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นที่จะต้องใช้บริการด้านการกู้ ยืมเงินจากสหกรณ์ ในด้านของการส่งเสริมอาชีพและบริการ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีการใช้บริการด้านการส่งเสริมอาชีพและบริการ 1 ครั้งต่อเดือน เนื่องจากในทุกๆเดือนจะมีการจัดฝึกอบรมทั้งในและนอกสถานที่ และจัดหาวิทยากรผู้มีความรู้ความสามารถมาให้ความรู้แก่สมาชิกสหกรณ์ ซึ่งสามารถเข้ารับฟังได้ในทุกเดือน

ในด้านการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จำนวนแรงงานต่างด้าว แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากประสบการณ์ของตัวเองและธุรกิจการซื้อ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ จำกัด เนื่องจาก จำนวนแรงงานต่างด้าวนั้น มีจำนวนมาก อีกทั้งกฎหมายในเรื่องของแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยมีความเคร่งครัด แรงงานต่างด้าวจำเป็นที่จะต้องไปขึ้นทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมาก อีกทั้งการลักลอบเข้ามาทำงานในประเทศไทยอย่างผิดกฎหมาย บางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อเจ้าของสวนกล้วยไม้ที่รับแรงงานต่างด้าวเหล่านั้นเข้ามาทำงานในสวน สหกรณ์

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จะเป็นคนกลางคอยไกล่เกลี่ยปัญหาเหล่านั้นให้กับเจ้าของสวนผู้เป็นสมาชิกของสหกรณ์ ทำให้เกิดความสะดวกในการประกอบอาชีพการปลูกกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์ทุกคน ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด สอดคล้องกับ พีรศุษม์ มหาเพชร (2546) ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการจัดการคุณภาพพืชผักศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ เกษตรกรจะได้รับการยอมรับจากเพื่อนเกษตรกรในการจัดการคุณภาพพืชผัก และได้พบปะสังสรรค์แลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนเกษตรกร ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้จากประสบการณ์ของตัวเอง สมาชิกสหกรณ์จะเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มีความรู้ความสามารถและจะหาวิธีการต่างๆ เพื่อพัฒนาการปลูกกล้วยไม้ของตนเองให้ประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังมีการถ่ายทอดไปยังเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ และเพื่อนเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้รายอื่นๆ ได้นำไปปฏิบัติอีกด้วย และด้านธุรกิจการซื้อ สอดคล้องกับ เรืองเวทน์ เหล่าป่าเป้า (2548) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์สวนป่าเอกชนนครสวรรค์ จำกัด จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์สวนป่าเอกชนนครสวรรค์ จำกัด จังหวัด นครสวรรค์ คือ ความคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์จากสหกรณ์สวนป่า เช่นเดียวกับสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด หวังผลประโยชน์ทางด้าน การซื้อปุ๋ยยา ฮอร์โมน และสารเคมี ต่างๆ ในราคาที่ถูกกว่าที่อื่น เนื่องจาก ปุ๋ยยา ฮอร์โมน และสารเคมี สำหรับกล้วยไม้นั้นมีราคาที่สูงมาก การเข้ามาเป็นสมาชิกสหกรณ์จึงสามารถช่วยลดรายจ่ายด้านนี้ได้มากเช่นกัน

บทที่ 5

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.3 มีอายุระหว่าง 55-67 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 อายุเฉลี่ย 49 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 74.6

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ 5-10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 43.8 ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้เฉลี่ย 20 ไร่ มีจำนวนแรงงานคนไทย 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 แรงงานไทยเฉลี่ย 4 คน และมีจำนวนแรงงานคนต่างด้าวน้อย10- 15 คน คิดเป็นร้อยละ 40.2 แรงงานต่างด้าวเฉลี่ย 23 คน มีต้นทุนการผลิตระหว่าง 7,801-8,700 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.8 ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 8,297 บาทต่อเดือน มีรายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้ 16,001-18,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 52.7 รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้เฉลี่ย 17,290 บาทต่อเดือน และมีรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ 9,801-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 39.6 รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ เฉลี่ย 16,259 บาทต่อเดือน

ปัจจัยด้านสังคม

สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ 3 แหล่ง คิดเป็นร้อยละ 27.2 ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้เฉลี่ย 4 แหล่ง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสหกรณ์ 2 กิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 65.1 มีส่วนร่วมในกิจกรรมของสหกรณ์เฉลี่ย 2 กิจกรรม

ปัจจัยด้านการตลาด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ 131-165 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 39.6 มีผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาวมากกว่า 300 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 65.6 มีผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น 226-240 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 47.3 มีผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุดน้อยกว่า 50 ช่อต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 45 มีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ 4 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 49.7 มีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว 4 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 51.5 มีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น 2 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 68 มีราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด 1 บาทต่อช่อ คิดเป็นร้อยละ 65.7 มีแหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ เป็นตลาดปากคลองตลาด คิดเป็นร้อยละ 89.9 และมีการส่งเสริมการขายเป็นการรวมกลุ่มจำหน่ายกล้วยไม้ คิดเป็นร้อยละ 42.6

ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์

สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีการใช้บริการด้านธุรกิจการซื้อจำนวน 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 63.9 มีการใช้บริการด้านธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต จำนวน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ไม่มีการใช้บริการด้านธุรกิจธนกิจ คิดเป็นร้อยละ 63.9 และมีการใช้บริการด้านการส่งเสริมอาชีพและบริการจำนวน 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 58.6

ข้อมูลแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์รวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.5) และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ระดับมาก คือ ได้รับคำแนะนำด้านการวางแผนการผลิตให้ได้ปริมาณผลผลิตกล้วยไม้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.0) มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์รวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.8) และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ระดับมากที่สุด คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านส่งเสริมการขายผลผลิตกล้วยไม้และด้านการแพร่ระบาดของโรคและศัตรูกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.4) และข้อที่ 8 คือ ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการแพร่ระบาดของโรคและศัตรูกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.4)
มีแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุรวมระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.6) และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุระดับมากที่สุด คือ ได้รับการคุ้มครอง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แรงงาน (ค่าเฉลี่ย 4.4) มีแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงรวมระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.5) และเมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สมาชิกสหกรณ์มีแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงระดับมากที่สุดคือ เพื่อเป็นที่ยอมรับ นับถือจากกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.8) และข้อที่ 2 คือ เพื่อตนเองและครอบครัวจะเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการกล้วยไม้ (ค่าเฉลี่ย 4.6)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลระหว่างเพศ อายุ และระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า p-value ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.596, 0.614 และ 0.956 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจพบว่า จำนวนแรงงานต่างด้าว มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า p-value ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.049 และขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้ จำนวนแรงงานคนไทย ต้นทุนการผลิต รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้และรายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า p-value ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.592, 0.287, 0.781, 0.526 และ 0.998 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านสังคมพบว่า การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางประสบการณ์ของตัวเอง และการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า p-value ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.026, 0.022 ตามลำดับ และการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางโทรทัศน์ การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเกษตรกร การรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ผ่านทางเจ้าหน้าที่ภาครัฐ การร่วมคิด การร่วมวางแผน การร่วมดำเนินการ การร่วมติดตาม การร่วมรับผลประโยชน์ และการร่วมประเมินผล ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า p-value ที่

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

คำนวณได้เท่ากับ 0.482, 0.272, 0.324, 0.413, 0.312, 0.486, 0.486, 0.374, 0.810, 0.413 และ0.250 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการตลาด พบว่า ผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ ผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น ผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดซุปเปอร์ ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดยาว ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้น ราคาผลผลิตกล้วยไม้เกรดสั้นสุด แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ และการส่งเสริมการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า p-value ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.648, 0.652, 0.944, 0.614, 0.924, 0.656, 0.923, 0.453, 0.912 และ 0.560

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ พบว่า ธุรกิจการซื้อ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า p-value ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.045 และ ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ธุรกิจธนกิจ และการส่งเสริมอาชีพและบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่า p-value ที่คำนวณได้เท่ากับ 0.662, 0.673 และ 0.892 ตามลำดับ

สรุปปัญหาและข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

จากปัญหาและข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด กล่าวได้ว่า ปัญหาส่วนใหญ่ คือ

1. ปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียนภายในสหกรณ์มีน้อยเกินไป ทำให้สมาชิกสหกรณ์บางคนไม่สามารถทำการกู้ยืมเงินได้ จึงต้องมีการเชิญชวนให้สมาชิกสหกรณ์มาซื้อหุ้นของสหกรณ์เพิ่มและชักชวนเกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้ ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกเข้ามาเป็นสมาชิกสหกรณ์เพิ่มขึ้น

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ปัญหาด้านแรงงาน พบว่า มีแรงงานต่างด้าวในสวนกล้วยไม้จำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีบัตรประจำตัวแรงงานต่างด้าวที่ทางราชการออกให้ ส่งผลต่อเจ้าของสวนกล้วยไม้หากว่ามีการตรวจสอบพบ ถือว่าผิดกฎหมาย สมควรที่จะให้ความรู้ทางด้านกฎหมายแรงงานต่างด้าวกับเจ้าของสวนกล้วยไม้ทุกคน เพื่อจะได้ปฏิบัติตามอย่างถูกต้อง

3. ปัญหาด้านปัจจัยการผลิตไม่เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกสหกรณ์ จึงต้องมีการไปซื้อจากแหล่งอื่นซึ่งมีราคาสูง สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ต้องมีการสำรองปัจจัยการผลิตไว้ให้มีความเพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกสหกรณ์

4. ปัญหาด้านการตลาดผลผลิต ผลกระทบจากน้ำท่วมเมื่อปลายปี 2554 ส่งผลให้ปริมาณกล้วยไม้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จึงต้องมีการจัดสรรปริมาณกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์ให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด เพื่อรักษาบริษัทผู้รับซื้อกล้วยไม้ประจำสหกรณ์ไว้ ด้วยการมีกล้วยไม้จำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในเรื่องของราคาที่ไม่แน่นอน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องเข้ามาดูแลและจัดการให้เหมาะสม

5. ปัญหาในด้านการจัดตั้งองค์กรสำหรับกล้วยไม้ สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีการจัดตั้งองค์กรกล้วยไม้ขึ้นอย่างชัดเจนเพราะกล้วยไม้เป็นไม้ดอกไม้ประดับที่ส่งออกเป็นอันดับหนึ่งของประเทศไทย สร้างรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากแต่ยังไม่มีองค์กร เข้ามาดูแลอย่างชัดเจน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาดูแลและทำการจัดตั้งองค์กรสำหรับกล้วยไม้ให้มีความชัดเจนมากขึ้น

6. ปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจในระบบสหกรณ์การเกษตร พบว่ามีสมาชิกสหกรณ์บางรายยังไม่เข้าใจระบบของสหกรณ์การเกษตร สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ต้องมีการให้ความรู้และและสร้างความเข้าใจในระบบสหกรณ์การเกษตรแก่สมาชิกสหกรณ์ให้เข้าใจตรงกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกกล้วยไม้เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ จำกัด ได้ ดังนี้

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ควรที่จะเป็นคนกลางไกล่เกลี่ยปัญหาแรงงานต่างด้าวซึ่งปัญหาที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินกิจการกล้วยไม้ของสมาชิกสหกรณ์ เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานในสวนกล้วยไม้ เจ้าของสวนกล้วยไม้จึงจำเป็นที่จะต้องจ้างแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงาน เมื่อเกิดการตรวจสอบทางกฎหมาย จึงมีปัญหาขึ้น เพราะแรงงานต่างด้าวส่วนใหญ่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าวไว้กับทางราชการ ทางสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด จึงเข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาเหล่านี้ ด้วยการเข้ามาเจรจากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้สมาชิกสหกรณ์ที่ประสบปัญหานี้ สามารถแก้ไขไปได้ด้วยดี และควรสนับสนุนให้มีการนำเข้าแรงงานทางด้านการเกษตรที่ถูกต้องตามกฎหมาย

2. สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ควรเป็นแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ เนื่องจากสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด เป็นผู้ที่มีประสบการณ์และความรู้ในด้านการปลูกกล้วยไม้ และมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ต่างๆ แก่สมาชิกสหกรณ์ด้วยกันเอง ทำให้สมาชิกสหกรณ์ได้ ความรู้อย่างกว้างขวาง และสามารถนำความรู้ที่รับจากเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ มาปรับใช้ในการดำเนินกิจการกล้วยไม้ได้เป็นอย่างดี

3. สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ควรที่จะให้ความสำคัญในการบริการของสหกรณ์ด้านธุรกิจการซื้อ เพราะปัจจัยการผลิตที่ซื้อจากสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด มีราคาที่ต่ำกว่าแหล่งจำหน่ายอื่น ทำให้ลดต้นทุนการผลิตกล้วยไม้ ได้เป็นจำนวนมาก

4. สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ควรที่จะมีการจูงใจให้บุคคลที่อายุน้อย หันมาสนใจอาชีพการปลูกกล้วยไม้ เพื่อที่จะส่งเสริมให้อาชีพการเกษตรด้านนี้มีความก้าวหน้าต่อไปในอนาคต ควรที่จะสร้างแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ เนื่องจากการได้เข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์แล้วจะเป็นที่รู้จักของบุคคลอื่นๆ และยังได้แสดงความสามารถในการเป็นที่ปรึกษาทางด้านการปลูกกล้วยไม้ให้กับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์และเพื่อนเกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้คนอื่นๆ อีกด้วย

จากปัจจัยต่างๆเหล่านี้ นำมาซึ่งการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสมาชิกสหกรณ์ สมควรที่จะนำผลการวิจัยที่ได้นี้ ไปส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้ เกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมกลุ่ม เพื่อที่จะให้เกษตรกรผู้ประกอบการกล้วยไม้ เหล่านั้นได้รับประโยชน์และได้รับความ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ช่วยเหลือจากสหกรณ์ หากประสบปัญหาต่างๆ ทางด้านการผลิตกล้วยไม้ สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ก็จะเข้ามาช่วยเหลือต่อไป

ข้อแนะนำในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยถึงปัญหาและความต้องการในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

2. ควรทำการวิจัยถึงความต้องการได้รับความช่วยเหลือหากเกิดภัยน้ำท่วมเช่นปลายปี พ.ศ. 2554 ทางด้านการตลาด ได้แก่ ผลผลิตกล้วยไม้และราคากล้วยไม้ ทางด้านปัจจัยการผลิต ได้แก่ พื้นที่ปลูกกล้วยไม้และวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการปลูกกล้วยไม้ ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์. 2553. **สถิติการนำเข้าและส่งออกกล้วยไม้** (Online). http://www.customs.go.th/Statistic/Index.jsp, 1 กรกฎาคม 2554.

กรมส่งเสริมสหกรณ์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. 2544. **จะจัดตั้งสหกรณ์อย่างไร** กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

โกวิทย์ พวงงาม. 2545. **การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน** กรุงเทพมาหนคร: ม.ป.ท.

กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุขศึกษา. 2553. **ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร** (Online). http://www.thaihed.com/html/show.php?SID=136, 26 กุมภาพันธ์ 2555.

จักรพงษ์ เชาว์น้อย. 2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์การเกษตรกมลาไสย จำกัด**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, สถาบันราชภัฏมหาสารคาม.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. 2527. **การบริหารงานพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ชัยรัตน์ แสงปาน. 2546. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์สวนป่าภาคเอกชนลพบุรี จำกัด จังหวัดลพบุรี.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชีวิน ผลชีวิน. 2554. **เทคโนโลยีการสื่อสาร** (Online). http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=mhajoy&month=122007&date=15&group=2&gblog=2, 26 กุมภาพันธ์ 2555.

ทรงพล ภูมิพัฒน์. 2538. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร: เอส อาร์ พริ้นติ้ง.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

_____. 2540. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เอส อาร์ พริ้นติ้ง.

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. 2527. "กลวิธี แนวทาง วิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาชุมชน" **รายงานการประชุมการมีส่วนร่วมของประชาชน: นโยบายและกลวิธี**. นครปฐม: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2536. **การวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิสมัย วิบูลย์สวัสดิ์. 2527. **จิตวิทยาทั่วไป**. เชียงใหม่: คณะมนุษย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พีรศุษม์ มหาเพชร. 2546. **แรงจูงใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการจัดการคุณภาพพืชผัก ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สาใหม่ จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

พรทิพย์ เย็นจะบก. 2548. **เอกสารประกอบการสอนหลักนิเทศศาสตร์ทั่วไป.** กรุงเทพมหานคร: สาขาสื่อสารมวลชน คณะมนุษย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2531. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เรืองเวทน์ เหล่าป่าเป้า. 2548. **ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์สวนป่าภาคเอกชนนครสวรรค์ จำกัด จังหวัดนครสวรรค์.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิภาพร มาพบสุข. 2546. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

วิภาส ทองสุทธิ์. 2552. **พฤติกรรมองค์กร.** กรุงเทพมาหานคร: สำนักพิมพ์อินภาษ

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศักดิ์ไทย สุรบวรกิจ. 2542. **ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม**. จำนวน 200 เล่ม. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

ศิริโสภาคย์ บูรพาเดชะ. 2529. **จิตวิทยาธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล. 2550. **โครงการวิจัยและพัฒนาการสื่อสารสุขภาพของท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

สมยศ นาวีการ. 2545. **พฤติกรรมองค์กร.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991

สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด. 2553. "การจัดตั้งและดำเนินงานของสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด" **วารสารข่าวสมาคมผู้ประกอบการสวนกล้วยไม้ไทย**. 5 (11): 5-21.

สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์. 2529. **สื่อเสริมการศึกษาวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสหกรณ์**. กรุงเทพมหานคร: สหวิทยาลัยรัตนโกสินทร์.

สุภาพรรณ คงคา. 2548. **แรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมจัดการมาตรฐานลำไยของเกษตรกร ในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุรศักดิ์ มณีขันติย์. 2550. **แรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการพักชำระหนี้เกษตรกร กรณีศึกษาตำบลสันโป่ง อำเภอ แม่ริม จังหวัดเชียงใหม่** (Online). http://web.agri.cmu.ac.th/aec/AEC_Home/pichit/SAMINA498/Surasuk.pd, 16 กันยายน 2554.

สำนักงานการศึกษานอกโรงเรียน จังหวัดตราด. 2554. **การมีส่วนร่วม** (Online). http://trat.nfe.go.th/trat/topic5_old.php?page=5, 16 กันยายน 2554.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักบริการข้อมูลและสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 2554. **ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม** (Online). http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=3685.0, 16 กันยายน 2554.

สำเริง จันทรสุวรรณ และสุวรรณ บัวทอง. 2542. **สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์.** ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อารงค์ สุทธาศาสน์. 2527. **ปฏิบัติการวิจัยสังคมศาสตร์: การสุ่มตัวอย่าง**. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

อคิน รพีพัฒน์. 2527. **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคม และวัฒนธรรมไทย** (Online). http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=mhajoy&month15-12-2007&group=2&g2, 26 กุมภาพันธ์ 2555.

อรรถพล กวีกิจบัณฑิต. 2554. **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อรายได้จากการผลิตกล้วยไม้ ของเกษตรกรผู้ปลูกเลี้ยงกล้วยไม้ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร และ กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อแรงจูงใจในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับชนิดของแรงจูงใจที่ผลักดันให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ประกอบด้วย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุและแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

2. การกรอกแบบสอบถามในแต่ละตอนให้ทำเครื่องหมาย √ ลงใน ( ) หน้าข้อความที่ต้องการ และเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์ ของสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

<u>ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล</u>

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

( ) 1. ประถมศึกษา

( ) 2. สูงกว่าประถมศึกษา

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

1. ขนาดพื้นที่ปลูกกล้วยไม้.....ไร่
2. จำนวนแรงงาน

( ) 1. แรงงานคนไทย.....คน

( ) 2. แรงงานต่างด้าว.....คน

3. ต้นทุนการผลิต.....บาทต่อไร่
4. รายได้จากการจำหน่ายกล้วยไม้.....บาทต่อเดือน
5. รายได้นอกจากการจำหน่ายกล้วยไม้.....บาทต่อเดือน

ปัจจัยด้านสังคม

1. แหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับกล้วยไม้ (ค/ด หมายถึง ครั้งต่อเดือน) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. โทรทัศน์.....(ค/ด) ( ) 2. ประสบการณ์ของตัวเอง.....(ค/ด)

( ) 3. อินเทอร์เน็ต.....(ค/ด) ( ) 4. สื่อสิ่งพิมพ์.....(ค/ด)

( ) 5. เกษตรกร.....(ค/ด) ( ) 6. สมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทยจำกัด.....(ค/ด)

( ) 7. เจ้าหน้าที่ภาครัฐ.....(ค/ด) ( ) 8. อื่นๆ(ระบุ) .....(ค/ด)

2. การมีส่วนร่วมของสมาชิกสหกรณ์ (ค/ด หมายถึง ครั้งต่อเดือน) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. ร่วมคิด.....(ค/ด) ( ) 2. ร่วมวางแผน.....(ค/ด)

( ) 3. ร่วมดำเนินงาน.....(ค/ด) ( ) 4. ร่วมติดตาม.....(ค/ด)

( ) 5. ร่วมรับผลประโยชน์.....(ค/ด) ( ) 6. ร่วมประเมินผล.....(ค/ด)

ปัจจัยด้านการตลาด

1. ผลผลิตกล้วยไม้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. เกรดซุปเปอร์.....ช่อต่อไร่ ( ) 2. เกรดยาว.....ช่อต่อไร่

( ) 3. เกรดสั้น.....ช่อต่อไร่ ( ) 4. เกรดสั้นสุด.....ช่อต่อไร่

2. ราคาผลผลิตกล้วยไม้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. เกรดซุปเปอร์.....บาทต่อช่อ ( ) 2. เกรดยาว.....บาทต่อช่อ

( ) 3. เกรดสั้น.....บาทต่อช่อ ( ) 4. เกรดสั้นสุด.....บาทต่อช่อ

3. แหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. บริษัทส่งออก ( ) 2. ตลาดปากคลองตลาด

( ) 3. ตลาดไท ( ) 4. ร้านดอกไม้

( ) 5. ตลาดท้องถิ่น ( ) 6. สหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

( ) 7. อื่นๆ (ระบุ).....

4. การส่งเสริมการขาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

( ) 1. การออกร้านแสดงสินค้าทางด้านการเกษตร ( ) 2. การเข้าร่วมการประกวด

( ) 3. การรวมกลุ่มจำหน่ายกล้วยไม้ ( ) 4. อื่นๆ (ระบุ).....

<u>ปัจจัยด้านการใช้บริการของสหกรณ์</u>

1. ธุรกิจการซื้อ (ค/ด หมายถึง ครั้งต่อเดือน)

( ) 1. ไม่มีการใช้บริการด้านการซื้อปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปุ๋ย ฮอร์โมน สารเคมีกำจัดโรคและศัตรูกล้วยไม้ ที่สหกรณ์ฯนำมาจำหน่าย

( ) 2. มีการใช้บริการด้านการซื้อปัจจัยการผลิต ได้แก่ ปุ๋ย ฮอร์โมน สารเคมีกำจัดโรคและศัตรูกล้วยไม้ ที่สหกรณ์ฯนำมาจำหน่าย.....(ค/ด)

2. ธุรกิจการขายหรือการรวบรวมผลผลิต (ค/ด หมายถึง ครั้งต่อเดือน)

( ) 1. ไม่มีการใช้บริการด้านการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ได้แก่ การขายผลผลิตกล้วยไม้ และการขายต้นแก่กล้วยไม้ ให้สหกรณ์ฯ

( ) 2. มีการใช้บริการด้านการขายหรือการรวบรวมผลผลิต ได้แก่ การขายผลผลิตกล้วยไม้ และการขายต้นแก่กล้วยไม้ ให้สหกรณ์ฯ.....(ค/ด)

3. ธุรกิจธนกิจ (ค/ด หมายถึง ครั้งต่อเดือน)

( ) 1. ไม่มีการใช้บริการด้านการให้กู้เงินและการรับฝากเงินของสหกรณ์ฯ

( ) 2. มีการใช้บริการด้านการให้กู้เงินและการรับฝากเงินของสหกรณ์ฯ.....(ค/ด)

4. การส่งเสริมอาชีพและบริการ (ค/ด หมายถึง ครั้งต่อเดือน)

( ) 1. ไม่มีการใช้บริการของสหกรณ์ฯเกี่ยวกับคำแนะนำความรู้ด้านการเกษตร การวางแผนผลผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงตามความต้องการตลาด.....(ค/ด)

( ) 2. มีการใช้บริการของสหกรณ์ฯเกี่ยวกับคำแนะนำความรู้ด้านการเกษตร การวางแผนผลผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงตามความต้องการตลาด.....(ค/ด)

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับชนิดของแรงจูงใจที่ผลักดันให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด ประกอบด้วย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุและแรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียง

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด					
กิจกรรมของสหกรณ์ที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ	**ระดับแรงจูงใจ**				
	มากที่สุด (5)	**มาก (4)**	**ปานกลาง (3)**	**น้อย (2)**	**น้อยที่สุด (1)**
1. ได้รับคำแนะนำด้านการวางแผนการผลิตให้ได้ปริมาณผลผลิตกล้วยไม้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด					
2. ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของกล้วยไม้					
3. ได้รับคำแนะนำด้านการวางแผนการจัดการน้ำที่มีคุณภาพต่อกล้วยไม้					
4. ได้รับคำแนะนำด้านการเลือกสายพันธุ์กล้วยไม้ที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด					
5. ได้รับคำแนะนำด้านการจัดการโรคและศัตรูกล้วยไม้					
6. ได้รับคำแนะนำด้านหลักการทำงานของสหกรณ์ฯ					

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด					
กิจกรรมของสหกรณ์ที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ	**ระดับแรงจูงใจ**				
	มากที่สุด (5)	**มาก (4)**	**ปานกลาง (3)**	**น้อย (2)**	**น้อยที่สุด (1)**
1. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านผลผลิตกล้วยไม้					
2. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านราคาผลผลิตกล้วยไม้					
3. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านแหล่งรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้					
4. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านส่งเสริมการขายผลผลิตกล้วยไม้					
5. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านขาดแคลนแรงงาน					
6. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านคุณภาพของแหล่งน้ำในการผลิตกล้วยไม้					

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด (ต่อ)					
กิจกรรมของสหกรณ์ที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ	**ระดับแรงจูงใจ**				
	มากที่สุด (5)	**มาก (4)**	**ปานกลาง (3)**	**น้อย (2)**	**น้อยที่สุด (1)**
7. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านสายพันธุ์กล้วยไม้ที่นำมาปลูก					
8. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการแพร่ระบาดของโรคและศัตรูกล้วยไม้					
9. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการใช้ปุ๋ยและฮอร์โมนในกล้วยไม้					
10. ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนสมาชิกสหกรณ์ฯ ด้านการใช้สารเคมีกำจัดโรคและศัตรูกล้วยไม้					
11. การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุมสมาชิกสหกรณ์ฯ ประจำเดือน					
12. การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุมใหญ่สามัญประจำปี					

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. แรงจูงใจใฝ่ผลประโยชน์ทางวัตถุในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด					
กิจกรรมของสหกรณ์ที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ	**ระดับแรงจูงใจ**				
	มากที่สุด (5)	**มาก (4)**	**ปานกลาง (3)**	**น้อย (2)**	**น้อยที่สุด (1)**
1. สามารถจำหน่ายผลผลิตกล้วยไม้ได้ในราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม					
2. สามารถจำหน่ายต้นกล้วยไม้แก่ได้ในราคาที่สูงขึ้นกว่าเดิม					
3. ได้รับการประกันราคาผลผลิตกล้วยไม้ที่แน่นอนจากสหกรณ์ฯ					
4. ได้รับการสนับสนุนด้านปุ๋ยและฮอร์โมน ในราคาที่ต่ำกว่าร้านค้า					
5. ได้รับการคุ้มครองแรงงาน					
6. ได้รับการรับรองคุณภาพผลผลิตกล้วยไม้จากสหกรณ์ฯ					
7. มีตลาดที่แน่นอนในการรับซื้อผลผลิตกล้วยไม้					

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

4. แรงจูงใจใฝ่ชื่อเสียงในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด					
กิจกรรมของสหกรณ์ที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ	**ระดับแรงจูงใจ**				
	มากที่สุด (5)	**มาก (4)**	**ปานกลาง (3)**	**น้อย (2)**	**น้อยที่สุด (1)**
1. เพื่อเป็นที่ยอมรับ นับถือ จากกลุ่มสมาชิกสหกรณ์ฯ					
2. เพื่อตนเองและครอบครัวจะเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ประกอบการกล้วยไม้					
3. เพื่อมีโอกาสแสดงความรู้ความสามารถโดยการเป็นที่ปรึกษาให้กับเพื่อนเกษตรกรที่ไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์ฯ					

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกสหกรณ์ผู้ประกอบการกล้วยไม้ไทย จำกัด

ปัญหา	ข้อเสนอแนะ
1. ปัญหาด้านเงินทุน	....
2. ปัญหาด้านแรงงาน	....
3. ปัญหาด้านปัจจัยการผลิต	....
4. ปัญหาด้านการตลาดผลผลิต	....
5. ปัญหาอื่นๆ (ระบุ)	....

**********ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามค่ะ*********

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวประภาศรี ฮะวังจู
วัน เดือน ปี ที่เกิด	21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2529
ที่อยู่ปัจจุบัน	136/2 ถนนเศรษฐกิจ หมู่ 6 ต.ท่าทราย อ.เมือง จ.สมุทรสาคร 74000
การศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
การทำงาน	นักวิชาการศึกษา ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนากีฬา สำนักการกีฬา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์