

ชื่อเรื่อง	การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (สกส.)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวลลิตา ไม้งาม
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (สกส.) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด 2) การใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด และ 3) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ พนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด 22 จังหวัด ในเขตภาคกลาง จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข้อมูล และการใช้ข้อมูลข่าวสาร โดย WMS และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้ค่า Chi-square โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+ for windows ผลการศึกษาพบว่า

สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ ในระดับน้อย (WMS. = 1.93, S.D. = 1.082) โดยเว็บไซต์เป็นสื่อที่สมาชิกรับรู้ข้อมูลมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ แต่ได้อ่าน/ฟังในระดับปานกลาง (WMS. = 2.87, S.D. = 1.363) รองลงมา คือ เอกสารข่าว (WMS. = 2.80, S.D. = 1.283) และสื่อบุคคล (WMS. = 2.64, S.D. = 1.313) ส่วนสื่อที่สมาชิกรับรู้ได้อ่าน/ฟังในระดับน้อย ได้แก่ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ (WMS. = 2.25, S.D. = 1.224) ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ (WMS. = 2.14, S.D. = 1.226) และรายงานกิจการ (WMS. = 2.02, S.D. = 1.228) ตามลำดับ

สมาชิกสหกรณ์มีการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อในระดับปานกลาง (WMS. = 3.13, S.D. = 0.721) โดยสมาชิกรับรู้สื่อในการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืนในระดับมากเป็นอันดับแรก

(WMS. = 3.80, S.D. = 0.950) ส่วนการใช้ข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง คือ ด้านเงินกู้ (WMS. = 3.22, S.D. = 0.899) ด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) (WMS. = 3.22, S.D. = 1.001) ด้านเงินฝาก (WMS. = 2.96, S.D. = 0.909) ด้านการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ (WMS. = 2.84, S.D. = 1.007) ด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก (WMS. = 2.75, S.D. = 1.012)

ปัจจัยทางสังคมด้านอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และการใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยทางสังคมด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล เอกสารข่าว เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นสื่อประเภทรายงานกิจการไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์นั้น สหกรณ์ควรดำเนินการโดยปรับปรุงรูปแบบ เนื้อหา ของสื่อต่าง ๆ ให้น่าสนใจ ทันสมัย และเป็นประโยชน์ต่อสมาชิก รวมทั้งมีการนำระบบขอคณิคมมาใช้ เช่น Facebook, Twitter เป็นต้น มีหน่วยประชาสัมพันธ์พร้อมพนักงานที่มี service mind จัดทำคู่มือการใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ ปรับปรุงระบบ ICOOP แลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานอื่น และติดตามประเมินผลประสิทธิภาพของสื่อแต่ละประเภทอย่างสม่ำเสมอ

Title	Information Perception from Media of The Saving and Credit Cooperatives Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Limited
Author	Miss Lalida Mai-ngarm
Degree of	Master of Science in Cooperative Economics
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Dr. Prasert Janyasupab

ABSTRACT

The objectives of this project were to study: 1) the cooperative members information perception of the media for public relations of the Saving and Credit Cooperatives Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives Limited; 2) the utilization of the information; and 3) factors related to their perceiving and utilizing of the information. Four hundred samples of the study were the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives employees who were the Saving Co-operative members, working in 22 provinces. Questionnaires were used for data collection. Information perception and utilization of the information were analyzed by using WMS. The related factors were analyzed by using Chi-square. Data were analyzed by using SPSS/PC+ for windows program. Results of the study showed the following:

For information perception, most of the members perceived information from all kinds of media at a low level (WMS. = 1.93, S.D. = 1.082). Website was the media that the respondents used most, yet the perception was at a moderate level (WMS. = 2.87, S.D. = 1.363). Other media were newsletter (WMS. = 2.80, S.D. = 1.283) and persons (WMS. = 2.64, S.D. = 1.313), respectively. Media that the respondents perceived less were automatic answering telephone (WMS. = 2.25, S.D. = 1.224), cell phone text messages (WMS. = 2.14, S.D. = 1.226), and the cooperative reports (WMS. = 2.02, S.D. = 1.228), respectively.

For information utilization, the overall information utilization was at a moderate level (WMS. = 3.13, S.D. = 0.721). The media the respondents used most and was at a highest level was the media for dividend information (WMS. = 3.80, S.D. = 0.950). The media that the respondents used at a moderate level were the information about loan (WMS. = 3.22, S.D. = 0.899), perceiving rights of the owners of the business (members) (WMS. = 3.22, S.D. = 1.001),

deposit, allowance of family members to be allied members (WMS. = 2.96, S.D. = 0.909), and benefits for members (WMS. = 2.75, S.D. = 1.012).

Social factors such as age, educational attainment, years of being the cooperatives member, and services used were significantly related to information perception ($p = 0.05$). However, gender was not related to information perception. In addition, level of perception showed that perception from person, newsletter, website, cell phone text messages, automatic answering telephone were significantly related to level of information utilization ($p = 0.05$). However, perception from business reports was not significantly related to information utilization ($p = 0.05$).

Policies recommendation for cooperative media are as follow; 1) improvement of form, content to be interesting, up-to-date, and useful for the cooperative members; 2) application of popular system such as Facebook and Twitter; 3) having public relations section together with service minded personnel; 4) improvement of the ICOOP system for public relation knowledge exchange; and 5) continue media efficiency monitoring.