



การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (สกส.)

ธิดา ไนงาม

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2554

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์

ชื่อเรื่อง

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์
ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (สกส.)

โดย

ลลิตา ไหมงาม

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ)
วันที่ 18 เดือน พ.ค. พ.ศ. 54

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ประยงค์ สายประเสริฐ)
วันที่ 18 เดือน พ.ค. พ.ศ. 54

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิตติการกุล)
วันที่ 18 เดือน พ.ค. พ.ศ. 54

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ จรรยาสุภาพ)
วันที่ 18 เดือน พ.ค. พ.ศ. 54

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ยศราช)
ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
วันที่ 19 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2554

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) โดยสมาชิกรับรู้สื่อในด้านการรับเงินปันผล/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.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้สำเร็จลงได้ด้วยดี ได้รับความกรุณาจากคณะกรรมการที่ปรึกษา ประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ จรรยาสุภาพ ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ประยงค์ สายประเสริฐ และรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิริติการกุล กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำแนะนำตลอดการศึกษาวิจัย พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณคณะกรรมการดำเนินการ ผู้จัดการ และฝ่ายจัดการ สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่ให้ความร่วมมือและอนุเคราะห์ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ขอขอบคุณสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ในเขตภาคกลาง จำนวน 22 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กำแพงเพชร ชัยนาท นครนายก นครปฐม นครสวรรค์ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลพบุรี สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระบุรี สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรี อ่างทอง และอุทัยธานี ทุกท่านที่อนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งขอขอบพระคุณคณาจารย์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทุกท่าน ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย ตลอดจนสนับสนุนสภการแห่งประเทศไทย ที่มอบทุนสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และญาติผู้ใหญ่ทุกท่าน และขอขอบคุณพี่ๆ น้องๆ และเพื่อนๆ แม่โจ้ทุกท่านที่ช่วยเป็นกำลังใจและให้การช่วยเหลือ ชี้แนะเสมอมา

ลลิตา ไม้งาม
พฤษภาคม 2554

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
สารบัญตารางผนวก	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์	7
สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด	9
แนวคิดการประชาสัมพันธ์	16
แนวคิดและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร	20
แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้และประเมินผล	21
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
ภาคสรุป	29
กรอบแนวคิดในการวิจัย	30
สมมุติฐานในการวิจัย	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	31
สถานที่ดำเนินการวิจัย	31
ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง	31
การรวบรวมข้อมูล	34

	(9)
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
การทดสอบแบบสอบถาม	35
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการศึกษา	39
ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคมของสมาชิก	39
ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก	43
ตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก	45
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจาก สื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์	49
ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกในการพัฒนาการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์	60
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	64
สรุปผลการศึกษา	64
อภิปรายผล	69
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	73
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	77
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก คำความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	83
ภาคผนวก ข คำสถิติ	86
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	114
ภาคผนวก ง ประวัติผู้วิจัย	119

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ในเขตพื้นที่ภาคกลาง	33
2 ข้อมูลด้านสังคมของสมาชิก	40
3 จำนวนและร้อยละของระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์	44
4 ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์	45
5 ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์	47
6 สรุปค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์	48
7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมของสมาชิกกับการระดับรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ	52
8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ กับระดับการใช้ข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์	59
9 ปัญหา และอุปสรรค ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก สกส.	61
10 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก สกส.	62

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	การประชุมผู้แทนสมาชิก ณ โรงแรมเอสดี อเวนิว ปิ่นเกล้า กรุงเทพมหานคร	12
2	เอกสารข่าว (สทส. นิวส์)	13
3	รายงานกิจการประจำปี 2551	13
4	เว็บไซต์ http://baacnet/saving	14
5	บริการแจ้งข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่	15
6	โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ	16
7	กระบวนการขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	18
8	กรอบแนวคิดในการวิจัย	30

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวก		หน้า
1	ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สกส.	84
2	ตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สกส.	85
3	จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์	87
4	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ	90
5	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ	92
6	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ	94
7	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่เป็นสมาชิกกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ	96
8	ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ	98
9	ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้บริการกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ	100
10	จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล	102
11	จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเอกสารข่าว	104
12	จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อรายงานกิจการ	106
13	จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเว็บไซต์	108
14	จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อข้อความทางโทรศัพท์มือถือ	110
15	จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ	112

บทที่ 1

บทนำ

ปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างแพร่หลายในกลุ่มประชาชน หน่วยงานและองค์กรต่างๆ ในฐานะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กรและบุคลากรที่เกี่ยวข้อง การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพย่อมก่อให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และการยอมรับ ตลอดจนการสนับสนุนให้ความร่วมมือ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จ บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร การประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในทุกองค์กร ดังจะเห็นได้จากรูปแบบของการประชาสัมพันธ์จะมีเทคนิควิธีการต่างๆ ที่สร้างสรรค์ให้งานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสื่อมีความน่าสนใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

การประชาสัมพันธ์ คือการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นการติดต่อสื่อสารจึงเป็นวิถีทางในการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารและความสัมพันธ์ของบุคคลต่าง ๆ ภายในองค์กรให้รวมเข้าด้วยกัน อันจะส่งผลให้การปฏิบัติงานสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (สกส.) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2514 นายจำเนียร สาระนาค ซึ่งดำรงตำแหน่งผู้จัดการ ข.ก.ส.ในขณะนั้นได้เล็งเห็นความสำคัญในการให้สวัสดิการแก่พนักงาน เพื่อเป็นขวัญกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่และเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและครอบครัวของพนักงาน ข.ก.ส. สมาชิกเริ่มแรกจำนวน 784 คน มีทุนเรือนหุ้นที่ชำระเต็มมูลค่าจำนวน 33,140 บาท ปัจจุบันสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มีอัตราการเจริญเติบโตทางธุรกิจมากขึ้น ทำให้มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 12,070 คน และมีทุนเรือนหุ้นที่ชำระเต็มมูลค่าจำนวน 4,911,655,010 บาท และมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ตอบสนองความต้องการของสมาชิกมากมาย ดังนี้ ผลิตภัณฑ์เงินฝาก ได้แก่เงินฝากออมทรัพย์ปกติ เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ เงินฝากออมทรัพย์เกษียณเกษมสุข เงินฝากประจำ เงินฝากออมทรัพย์ดอกเบี๊ยะสุขใจ เงินฝากทวีทรัพย์และเงินฝากออมทรัพย์พิเศษสาขา ผลิตภัณฑ์เงินกู้ ได้แก่เงินกู้ฉุกเฉิน เงินกู้สามัญปกติ เงินกู้สามัญคุณภาพชีวิตและเงินกู้ปรับโครงสร้างหนี้ของสมาชิก

จากการเติบโตทางธุรกิจและจำนวนสมาชิกที่มาก การติดต่อสื่อสารระหว่างสหกรณ์ออมทรัพย์กับสมาชิกจึงมีความยากลำบาก ทั้งนี้เพราะสมาชิกส่วนใหญ่ของสหกรณ์กระจายอยู่ในทุกจังหวัด ทั่วประเทศ จึงนับเป็นปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารข้อมูลกับสมาชิกได้อย่างทั่วถึง ด้วยเหตุนี้สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด จึง

ได้เล็งเห็นและให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพื่อการสื่อสารข้อมูลข่าวสารกับสมาชิกของ สหกรณ์

ความสำคัญของปัญหา

จากหลักการสหกรณ์ ที่ได้กำหนดแนวทางการปฏิบัติไว้ทั้งหมด 7 ประการ ซึ่ง 1 ใน 7 ประการนั้น คือ การให้การศึกษา การฝึกอบรม และการประชาสัมพันธ์สารสนเทศ ซึ่งสหกรณ์ ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ได้ให้ความสำคัญและยึดถือปฏิบัติ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับสมาชิกสหกรณ์ โดยในช่วงเริ่มต้นการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับสมาชิกสหกรณ์ สหกรณ์ได้ใช้ สื่อบุคคล เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารในลักษณะการบอกต่อ ซึ่งการสื่อสารโดยสื่อชนิดนี้ สมาชิกส่วนใหญ่ไม่ได้รับรู้ข่าวสาร ดังนั้นในปี พ.ศ. 2539 สหกรณ์จึงพัฒนาเครื่องมือหรือสื่อที่ใช้มาเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ ในลักษณะเป็น เอกสารเผยแพร่ และจัดส่งไปยังสมาชิกที่อยู่ในพื้นที่ ร.ก.ศ.สาขาทั่วประเทศ ซึ่งการสื่อสารข้อมูล ข่าวสาร ไม่ได้มีการกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน ทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกขาดความ ต่อเนื่อง ต่อมาในปี 2545 สหกรณ์เริ่มเข้าสู่ยุคสารสนเทศ ตามกระแสโลกาภิวัตน์ เพื่อความรวดเร็ว ฉับไว ทันยุค ทันเหตุการณ์ สหกรณ์จึงเริ่มนำสื่อในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การจัดทำ เว็บไซต์มาใช้ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับสมาชิก ทั้งนี้การดำเนินงานสื่อสารผ่าน ช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในช่วงเริ่มต้นนั้น ยังมีรูปแบบการสื่อสารที่ไม่ครอบคลุมเป็นการสื่อสาร เพียงทางเดียว ดังนั้นในปี 2550 สหกรณ์ได้เริ่มดำเนินการปรับปรุงสื่อเว็บไซต์ โดยการพัฒนาระบบ ให้สามารถสื่อสารแบบสองทางได้ ซึ่งรวมทั้งปรับปรุงข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยและเป็น ปัจจุบันมากขึ้น โดยการนำระบบคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาฐานข้อมูลในธุรกิจหลักมาทำการให้บริการ ถูกค้าทั้งเงินกู้และเงินฝาก ตลอดจนทะเบียนสมาชิกที่เชื่อมโยงอย่างเป็นอัตโนมัติ เพื่อเปิดให้บริการ สอบถามข้อมูลผ่านทางระบบ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ (Tele banking) และ อินเทอร์เน็ต (Internet banking) และบริการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้แก่สมาชิกผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS) มา เป็นตัวกระตุ้นการรับรู้ข่าวสารในเว็บไซต์ และส่งข้อมูลข่าวสารไปยังสมาชิกโดยตรง รวมทั้งระบบ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ พร้อมกันนี้ได้พัฒนาในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์จำพวกเอกสารต่างๆ ให้มี รูปแบบที่น่าสนใจ และกำหนดระยะเวลาการดำเนินงานเพื่อส่งข้อมูลข่าวสารไปยังสมาชิก อย่างต่อเนื่องตลอดปี ทั้งนี้ในปีบัญชี 2551 สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร จำกัด มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ คิดเป็นวงเงินจำนวนกว่า 500,000 บาท

จากการรวบรวมข้อมูลและสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางสื่อที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่าสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ปัจจุบันมีการสื่อสารผ่านสื่อหลายแขนง ดังนี้ สื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ แต่ยังไม่ประสบกับปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังสมาชิก ทั้งนี้ สมาชิกส่วนใหญ่ยังขาดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่สหกรณ์ต้องการสื่อสารให้กับสมาชิกรับทราบ ส่งผลให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์ต้องตอบข้อซักถามจากสมาชิกในเรื่องที่สหกรณ์ได้เผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางสื่อของสหกรณ์เฉลี่ยวันละ 50 คนต่อวัน และมีจำนวนคำถามต่อคนเฉลี่ยมากกว่า 1 รายการ ซึ่งต้องใช้เวลาในการตอบคำถามทางโทรศัพท์เฉลี่ยรายละ 5 นาที นอกจากนี้การไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารของสมาชิก ทำให้สมาชิกขาดการรับรู้ในเรื่องของสวัสดิการต่างๆ ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ให้กับสมาชิก ทำให้สหกรณ์ต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหลักเกณฑ์การขยายระยะเวลาการขึ้นเรื่องขอรับสวัสดิการของสมาชิก

ซึ่งนับเป็นปัญหาที่สำคัญของสหกรณ์ในการบริหารจัดการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด เพื่อนำข้อมูลและปัญหาคลอดจนข้อเสนอแนะจากสมาชิก มาพัฒนาและปรับปรุงงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสมาชิกมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด
2. เพื่อศึกษาการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด
2. สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด สามารถพัฒนารูปร่างและเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่สหกรณ์ จากการมีส่วนร่วมของสมาชิก
3. หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลจากการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้เกิดการใช้ประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ทำการศึกษาเฉพาะสมาชิกที่เป็นพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศ จำนวน 22 จังหวัด
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ที่สหกรณ์ใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของสหกรณ์ คือ สื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ รวมทั้งการนำข้อมูลจากสื่อไปใช้ประโยชน์ในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก)
3. ขอบเขตด้านเวลา จะทำการศึกษาการรับรู้ และการใช้ประโยชน์จากสื่อของสมาชิกที่เป็นพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในช่วงเดือน เม.ย. 2552 - มี.ค. 2553)

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด

สมาชิก หมายถึง สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ที่เป็นพนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ใน 22 จังหวัด ในเขตภาคกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กำแพงเพชร ชัยนาท นครนายก นครปฐม นครสวรรค์ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลพบุรี สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระบุรี สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี

สมาชิกสมทบ หมายถึง บุคคลในครอบครัวของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ซึ่งเป็นพนักงานของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

เจ้าหน้าที่สหกรณ์ หมายถึง เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับงานที่เกี่ยวข้องกับระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และฝ่ายกลุ่มงานสมาชิกสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ประกอบด้วย รูปแบบของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์ไปยังสมาชิก 6 วิธีการสื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ (<http://baacnet/saving>) ข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS) และ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

สื่อบุคคล หมายถึง ผู้แทนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด จาก ช.ก.ส. แต่ละสาขาทั่วประเทศ

เอกสารข่าว หมายถึง สิ่งพิมพ์ในรูปของเอกสารที่เป็นรูปเล่มที่ต้องการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปยังสมาชิก

รายงานกิจการ หมายถึง สิ่งพิมพ์ในรูปเล่มที่ต้องการชี้แจงผลการดำเนินงานในรอบปีของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด

เว็บไซต์ (<http://baacnet/saving>) หมายถึง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ และสามารถให้บริการตรวจสอบและการทำธุรกรรมกับสหกรณ์

ข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS) หมายถึง ข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปยังโทรศัพท์มือถือของสมาชิกแต่ละคน

โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ หมายถึง การให้บริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของข้อความเสียง หมายเลขโทรศัพท์ 0-2280-0180 ต่อ 2130

การเป็นเจ้าของกิจการ หมายถึง การที่สมาชิกมีสิทธิร่วมเกี่ยวกับการเลือกตั้งผู้แทนสมาชิก คณะกรรมการดำเนินการ และการลงคะแนนเลือกตั้ง

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การได้อ่านหรือได้ฟังข้อมูลข่าวสารในแต่ละช่องทางหรือประเภทสื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อ

การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ได้อ่านหรือได้ฟังมากที่สุด (รับรู้ข้อมูลมากกว่า 12 ครั้งต่อปี) มาก (รับรู้ข้อมูล 10-12 ครั้งต่อปี) ปานกลาง (รับรู้ข้อมูล 7-9 ครั้งต่อปี) น้อย (รับรู้ข้อมูล 4-6 ครั้งต่อปี) และน้อยที่สุด (รับรู้ข้อมูล 1-3 ครั้งต่อปี)

การใช้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของสหกรณ์ไปใช้ในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) โดยแบ่งเป็นการใช้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสาร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์
2. สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด
3. แนวคิดการประชาสัมพันธ์
4. แนวคิดและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร
5. แนวคิดทฤษฎีการรับรู้และประเมินผล
6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. ภาคสรุป
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ออมทรัพย์

สหกรณ์ออมทรัพย์ ถือได้ว่าเป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศโดยมีส่วนช่วยให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้เนื่องจากสหกรณ์ออมทรัพย์มีกิจกรรมที่มีส่วนในการส่งเสริมการออม สนับสนุนการศึกษา พัฒนาอาชีพเสริม รวมถึงการค้าเงินธุรกิจ การผลิต การค้า การบริการ และอุตสาหกรรมเพื่อประโยชน์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งแรก คือ สหกรณ์ออมทรัพย์ข้าราชการสหกรณ์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2492

ปัจจุบันสหกรณ์ออมทรัพย์ตาม พรบ. สหกรณ์ พ.ศ. 2542 แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ สหกรณ์ออมทรัพย์ และชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์ มีจำนวนทั้งสิ้น 1,239 สหกรณ์ และชุมนุมสหกรณ์ออมทรัพย์มีจำนวนทั้งสิ้น 843 สหกรณ์

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ ทรงมีพระราชดำรัสเกี่ยวกับความหมายสหกรณ์สรุปได้ว่า สหกรณ์ หมายถึง การทำงานร่วมกัน ผนึกกำลังกันทำงานทุกด้าน ทั้งงานที่ทำด้วยกายด้วยสมองและด้วยใจ เป็นการกระทำด้วยความสามัคคี ความรู้และความซื่อสัตย์

ทุจริต เพื่อสร้างชีวิตในการทำงานและความเป็นอยู่ให้มีผลผลิตให้ชีวิตมีความสุข มีความมั่นคงและมีความเจริญพร้อมกัน (ทรงพล พนาวงศ์, 2543: 33)

พสุ สัตถาภรณ์ (2533: 13) สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นองค์กรที่รับฝากเงินจากสมาชิก แล้วสหกรณ์ยังอาจจะคมเงินทุนจากภายนอกได้ในรูปแบบของเงินกู้ ซึ่งอาจมาจากสหกรณ์อื่น หรือ ธนาคารพาณิชย์ และด้วยบทบาทหน้าที่เป็นศูนย์กลาง การซื้อและขายเงินของสหกรณ์ออมทรัพย์ ดังกล่าว ทำให้สหกรณ์ออมทรัพย์มีฐานะเป็นสถาบันการเงินตามประกาศของกระทรวงการคลัง เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2526

วเรศ อุปปาติก (2535: 7) สหกรณ์ออมทรัพย์ เป็นสหกรณ์ในรูปแบบหนึ่งที่ ส่งเสริมในด้านการออมทรัพย์และช่วยเหลือการเงินซึ่งกันและกันในกลุ่มสมาชิกที่ดำเนินอาชีพ เดียวกัน หรือนุคคลที่อยู่ในชุมชนเดียวกัน เพื่อเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและทางการเงิน พร้อมทั้งส่งเสริมชีวิตเศรษฐกิจที่ดีขึ้นใหม่ให้แก่กลุ่มสมาชิกสหกรณ์ นอกจากนี้ยัง จะต้องเป็นสหกรณ์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย และจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ ดำเนินธุรกิจ โดยยึดหลักความสมัครใจ หลักประชาธิปไตย และหลักคุณธรรม

จ่านง สมประสงค์ (2531: 12) ได้กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์มี ดังนี้

1. ส่งเสริมให้สมาชิกออมทรัพย์โดยการถือหุ้น เพื่อช่วยให้สามารถสงวนส่วน แห้งรายได้ของตนไว้ในทางอันมั่นคง และได้รับประโยชน์ตามสมควร
2. รับเงินฝากจากสมาชิก
3. ให้สมาชิกกู้เงินตามความจำเป็นหรือมีประโยชน์
4. จัดหาทุนเพื่อกิจการตามวัตถุประสงค์
5. ให้สหกรณ์อื่นกู้ยืมเงิน
6. ร่วมมือกับทางราชการ สันนิบาตสหกรณ์แห่งประเทศไทย ชุมชุมสหกรณ์ และสหกรณ์อื่นเพื่อส่งเสริมกิจการของสหกรณ์
7. ส่งเสริมการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน และช่วยตัวเองในกลุ่มสมาชิก
8. กระทำการต่างๆ ตามที่กฎหมายว่าด้วยสหกรณ์ให้กระทำได้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กล่าวข้างต้น

ประพันธ์ เสวदनันทน์ (2538: 10) สหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินที่ ส่งเสริมให้บุคคลที่เป็นสมาชิก รู้จักการประหยัดรู้จักการออมทรัพย์ สิ่งนี้เป็นวัตถุประสงค์หลัก การบริการเงินกู้ให้แก่สมาชิคนับเป็นวัตถุประสงค์รอง

ดังนั้น สรุปความหมายสหกรณ์ออมทรัพย์ได้ดังนี้ สหกรณ์ออมทรัพย์ หมายความว่า “สถาบันการเงินแบบหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคล ซึ่งมีอาชีพอย่างเดียวกัน หรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็น ตามหลักการช่วยตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน”

สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและ สหกรณ์การเกษตร จำกัด

สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด จัดเป็น สหกรณ์ประเภทสหกรณ์ออมทรัพย์ จัดตั้งขึ้นโดยพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร และได้รับอนุญาตจดทะเบียนตั้งชื่อ “สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) และได้รับอนุญาตจดทะเบียนตั้งชื่อ “สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด” หมายเลขทะเบียนที่ 111/11628 เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2514 มีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมการออมและบรรเทาความเดือดร้อนด้านการเงินให้กับสมาชิก ซึ่งเป็นพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

รายงานกิจการ ประจำปี 2551 แผนนโยบายปี 2552 ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (2552 ค : 12)

1. สร้างความพึงพอใจแก่สมาชิกทุกฝ่าย เน้นการสร้างความช่วยเหลือสินเชื่อตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมการออมเงินอย่างเป็นระบบต่อเนื่องอย่างยั่งยืน
2. ดูแลคุณภาพสินทรัพย์ให้เพิ่มขึ้น เน้นการบริหารจัดการ (Non Performance Loan :NPL) อย่างเป็นระบบและเป็นรูปธรรม
3. เพิ่มความหลากหลายของการให้สวัสดิการแก่สมาชิก
4. ส่งเสริมขบวนการสหกรณ์ รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
5. ส่งเสริมสวัสดิการ พัฒนาความรู้แก่เจ้าหน้าที่
6. พัฒนาระบบสารสนเทศ ให้มีความทันสมัย เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ
7. นำเข้าสู่โครงสร้างองค์กร ระบบงานและโครงสร้างค่าตอบแทนให้สอดคล้องกับสถานการณ์
8. มีระบบการบริหารการเงินการลงทุนที่มีความมั่นคง และให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

9. เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการตรวจสอบและควบคุมภายใน
10. พัฒนาศักยภาพหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้แทนสมาชิก

โครงการตามแผนนโยบาย

1. โครงการมีส่วนร่วมในขบวนการสหกรณ์
2. โครงการเงินทุนเพื่อการศึกษา
3. โครงการปลูกป่ารักษาสิ่งแวดล้อม
4. โครงการสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์
5. โครงการบริการธุรกรรมการเงินด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
6. โครงการเพื่อการออมสมาชิกสาขา
7. โครงการพัฒนาระบบงานสหกรณ์
8. แผนฉุกเฉินด้านระบบงาน
9. แผนสำรองข้อมูลสหกรณ์
10. โครงการเสวนาผู้แทนสมาชิก (จัดรวมกับการประชุมใหญ่สามัญประจำปี

2552)

ในปี 2551 สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ได้ดำเนินกิจการมาครบ 37 ปี ภายใต้การบริหารงานของคณะกรรมการดำเนินการ ชุดที่ 38 ปี การเงิน 2551 ได้บริหารงานอย่างรอบคอบ โปร่งใส จนบรรลุผลเป้าหมายตามนโยบายที่วางไว้ ได้มีการปรับโครงสร้างส่วนงาน และโครงสร้างตำแหน่ง โดยมุ่งหวังเพื่อจะให้มีการบริการแก่สมาชิก ให้ได้รับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของการบริการสินเชื่อ การลงทุนและสวัสดิการแก่สมาชิก รวมทั้งให้ความสำคัญกับระบบการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน และมีการสอบทานอย่างเป็นอิสระเพื่อให้ระบบการควบคุมภายในมีความเพียงพอในการควบคุมและลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน โดยมีการบริหารจัดการในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านปฏิบัติงาน สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มีความเสี่ยงในด้านปฏิบัติงานอยู่บ้าง แต่ได้พยายามปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

1.1 โครงสร้าง ได้มีการปรับโครงสร้างส่วนงาน และโครงสร้างตำแหน่ง โดยมุ่งหวังเพื่อจะให้มีการบริการแก่สมาชิกให้ได้รับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในส่วนของการบริการสินเชื่อ การลงทุนและสวัสดิการแก่สมาชิก รวมทั้งให้ความสำคัญกับระบบการบริหารความ

เสี่ยงและควบคุมภายใน และมีการสอบทานอย่างเป็นอิสระเพื่อให้ระบบการควบคุมภายในมีความเพียงพอในการควบคุมและลดความเสี่ยงจากการปฏิบัติงาน

1.2 บุคลากร มีนโยบายปรับเปลี่ยนหมุนเวียนบุคลากร ใช้วิธีการสอนงานเพื่อเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงานและนำระบบ Service Culture มาปรับใช้ในการให้บริการสมาชิก

1.3 ระบบงาน มีระบบควบคุมภายในที่ชัดเจนที่เป็นลายลักษณ์อักษรทุกระบบงาน มีการพัฒนาระบบให้เป็น Computerization มีการสอบทานระบบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้รายการทุกรายการมีความถูกต้อง ครบถ้วน และเกิดประสิทธิภาพ ในการให้บริการ เพื่อสร้างมั่นใจและความประทับใจในการให้บริการแก่ลูกค้าเงินฝาก

1.4 ไอที ได้นำระบบคอมพิวเตอร์ที่พัฒนาฐานข้อมูลในธุรกิจหลักเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ทำให้การบริการลูกค้าทั้งเงินกู้และเงินฝาก และทะเบียนสมาชิกเชื่อมโยงอย่างเป็นอัตโนมัติ รวมทั้งเป็นระบบที่สามารถรองรับระบบ Electronic Banking ในอนาคตได้ และขณะนี้ได้มีการเปิดให้บริการสอบถามข้อมูลและให้สินเชื่อประเภทฉุกเฉินผ่านระบบ Tele banking และ Internet banking แก่สมาชิก นอกจากนี้ ได้มีบริการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกผ่านระบบ SMS และกำลังพัฒนาระบบการรักษาความปลอดภัยให้มีมาตรฐานที่ พรบ. การประกอบธุรกรรม อิเล็กทรอนิกส์กำหนด

2. ด้านกลยุทธ์ สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มีกลยุทธ์หลักในการบริหารงานดังนี้

2.1 ให้เกิดประสิทธิภาพและความพึงพอใจแก่สมาชิกทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นสมาชิกผู้กู้ต้องได้รับจำนวนเงินกู้ที่สูงกว่าและอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าสถาบันการเงินให้ สมาชิกผู้ฝากต้องได้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่สูงกว่า ขณะที่สมาชิกผู้ถือหุ้นได้รับเงินปันผลที่สูงกว่าการออมเงินด้วยวิธีอื่นโดยทั่วไป

2.2 รักษาความมั่นคงและคุณภาพสินทรัพย์ หนี้สินให้มีฐานะทางการเงินที่มีการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน

2.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่สมาชิกทุกกลุ่มและทุกระดับทั้งในรูปแบบที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน

2.4 มีระบบการจัดการที่ยึดหลักธรรมาภิบาล มีความโปร่งใสในการทำงาน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stake holder) สามารถตรวจสอบได้ตลอดเวลา

2.5 จะยึดมั่นในอุดมการณ์ของสหกรณ์ พร้อมให้การช่วยเหลือและรักษาผลประโยชน์ของมวลหมู่สมาชิกให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีเคียงคู่อยู่กับธนาคารตลอดไป

ทั้งนี้การบริหารจัดการงาน ด้านการปฏิบัติงาน ที่มีการปรับปรุงโครงสร้าง พัฒนาบุคลากร และงานไอที ผนวกกับด้านกลยุทธ์ของสหกรณ์ ที่ต้องการให้เกิดประสิทธิภาพและความพึงพอใจแก่สมาชิก ทำให้การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังสมาชิกจึงมีบทบาทในการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มากยิ่งขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด นั้นมีลักษณะเช่นเดียวกับองค์กรอื่น โดยมีลักษณะงานที่ปฏิบัติ คือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ มาใช้เป็นเครื่องมือการโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมตามความประสงค์ มีการควบคุมการดำเนินงานโดยคณะกรรมการสหกรณ์ โดยมีแผนการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ โดยการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ได้ให้การปลูกฝังอุดมการณ์สหกรณ์แก่สมาชิกเพื่อให้เกิดความตระหนักในบทบาทของตนเอง และบทบาทของสหกรณ์ เพื่อให้สมาชิกมีความเข้าใจในอุดมการณ์อย่างถ่องแท้ เพื่อส่งเสริมและพัฒนางานสหกรณ์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ พร้อมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของสหกรณ์ ภารกิจ กิจกรรมต่างๆ และเผยแพร่ข่าวสารและความรู้เกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และการบริการของสหกรณ์ อีกทั้งยังเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกในการทำธุรกรรมกับสหกรณ์

สื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด

1. สื่อบุคคล คือ ผู้แทนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์จาก ธ.ก.ส. แต่ละสาขา สาขาละ 1 คน ที่เข้าร่วมประชุมสัมมนารับทราบข้อมูล คำชี้แจง จากคณะกรรมการสหกรณ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสหกรณ์ และเพื่อเป็นสื่อในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้กับสมาชิกคนอื่นในสาขาที่ตนปฏิบัติงานอยู่ รับทราบข้อมูลต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน



ภาพ 1 การประชุมผู้แทนสมาชิก ณ โรงแรมเอสดี อเวนิว ปิ่นเกล้า กรุงเทพมหานคร

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (2552ค :17)

2. เอกสารข่าว (สทส. นิวส์) คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สิทธิประโยชน์ของสมาชิก การดำเนินงานของสหกรณ์ กิจกรรมต่างๆ ตลอดจนบทความดีๆ เกี่ยวกับสหกรณ์ และบทบาทการเป็นสมาชิกของสหกรณ์ เทคนิคการลงทุนเพื่อการออม มาแนะนำให้แก่สมาชิก เพื่อให้ผู้อ่านรับทราบทุก 3 เดือน



ภาพ 2 เอกสารข่าว (สทส. นิวส์)

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (25528 :17)

3. รายงานกิจการ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ใช้เผยแพร่ข้อมูลผลการดำเนินงาน เมื่อเสร็จสิ้นการดำเนินงานในรอบปีแล้ว และเพื่อเผยแพร่ความสำเร็จและมีความก้าวหน้าในการดำเนินงาน สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มานำเสนอให้แก่ผู้ถือหุ้นหรือสมาชิก



ภาพ 3 รายงานกิจการประจำปี 2551

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (2552ค :17)

4. เว็บไซต์ (<http://baacnet/saving>) คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ดำเนินการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมทุกส่วน ทางด้านสารสนเทศ ซึ่งเป็นการพัฒนาการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ ที่นิยมใช้อย่างกว้างขวาง เพื่อให้ติดตามความเคลื่อนไหวของสหกรณ์ได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้สามารถตรวจสอบการทำธุรกรรมกับสหกรณ์ได้ทางสื่อนี้ด้วย เช่น สอบถามรายละเอียดของสัญญาและยอดเงินกู้แต่ละสัญญา ตรวจสอบสิทธิการค้ำประกัน แสดงรายการส่งชำระหนี้ทั้งชำระพิเศษและหักรายเดือน การคำนวณสิทธิการกู้เงินในแต่ละประเภท การประมาณการดอกเบี้ยเงินกู้แต่ละประเภท แสดงรายการและการพิมพ์ Statement เงินกู้



ภาพ 4 เว็บไซต์ <http://baacnet/saving>

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร จำกัด (2552ก :ระบบออนไลน์)

5. บริการแจ้งข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS) คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้เป็นสื่อกระตุ้นในการรับข้อมูลข่าวสาร โดยแต่ละข้อความจะมีความยาวไม่เกิน 70 ตัวอักษร



ภาพ 5 บริการแจ้งข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่
ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด(2552ก :ระบบออนไลน์)

6. โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ (Tele banking) คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ให้ข้อมูลต่างๆ ในรูปแบบของเสียงบรรยายบริการข้อมูลด้วยเสียง ทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยเสียงแก่ผู้ที่โทรเข้าติดต่อโดยผู้ที่โทรเข้าสามารถเลือกฟังข้อมูลข่าวสารที่จัดเตรียมไว้ล่วงหน้า ตลอดจน

การให้บริการขอรับเอกสารทางโทรศัพท์ โดยกดปุ่มบนหน้าปัดโทรศัพท์สามารถบริการข่าวสารที่แตกต่างกันในแต่ละคู่สาย เพียงโทรเข้าสู่หมายเลข 0-2280-0180 ต่อ 2130 (อัตรา 8 คู่สาย) โดยมีวิธีการทำงานสอบถามข้อมูลสหกรณ์ทางโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ดังนี้

- กด 1 ติดต่อเจ้าหน้าที่ _____
- กด 2 เข้าสู่ระบบโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ _____
- กด 3 ขอรับเอกสารและรับฟังข่าวสาร _____
- กด * เพื่อทบทวนรายการ _____



ภาพ 6 โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด(2552ก :ระบบออนไลน์)

แนวคิดการประชาสัมพันธ์

พจนานุกรมพระราชบัณฑิตสถาน พ.ศ.2525 ได้ให้ความหมายคำว่า “การประชาสัมพันธ์” หมายถึง การติดต่อ สื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีต่อกัน

Scott and center (1985: 4) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสาร (Communication) หรือการสื่อสารความหมายและความคิดเห็นจากองค์กรไปสู่ประชาชน รวมทั้งรับฟังความคิดเห็นหรือประชามติ (Opinion) ที่ประชาชนมีต่อองค์กร โดยมุ่งที่จะสร้างและผลตอบสนองผลประโยชน์ร่วมกันและเป็นการสื่อสารสองทาง”

Baskin, et al. (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 11) การประชาสัมพันธ์ เป็นการจัดการองค์การเพื่อสร้างความสัมพันธ์ภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่างๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็น (opinion) ทศนคติ (attitude) และค่านิยม (value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์การกับสาธารณชน

Robinson (นริศ ประทุมสุวรรณ, 2549: 10) ให้ทัศนะว่า การประชาสัมพันธ์ ถ้าพิจารณาในแง่พฤติกรรมศาสตร์มีหน้าที่ดังนี้

1. สำรวจและประเมินถึงทัศนคติของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง
2. ช่วยให้ฝ่ายบริหารสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ ในด้านการเพิ่มพูนความเข้าใจแก่ประชาชนและเป็นที่ยอมรับ กล่าวคือยอมรับทั้งนโยบาย แผนงาน และบุคลากรขององค์การ
3. วัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดขึ้น จะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความต้องการและผลประโยชน์ของกลุ่มประชาชนต่างๆ
4. ปรับปรุงและประเมินผลโครงการประชาสัมพันธ์ที่องค์การกำลังดำเนินการอยู่ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับแก่ประชาชน

วิรัช ทวีรัตนกุล (2538: 143) หลักการของการประชาสัมพันธ์ ที่สำคัญประกอบด้วยหลักการ 3 ประการ ดังนี้

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ โดยการบอกกล่าวให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์การ สถาบันให้ประชาชนและกลุ่มประชาชน ที่เกี่ยวข้องให้ทราบ และรู้เห็นถึงสิ่งดังกล่าว การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ จึงมุ่งไปในด้านการแจ้งให้ทราบ (to Inform) และให้ข่าวสารความรู้ (to educate) แก่ประชาชนเพื่อให้เกิดความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน
2. การป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน (preventive public relations) มีความสำคัญมาก การป้องกันความเข้าใจผิดจึงเป็นการกระทำที่ป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน องค์การจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เมื่อสิ่งบอกเหตุว่าอาจทำให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด โดยผู้ที่ทำงานด้านประชาสัมพันธ์ทุกคนควรยึดหลัก “ป้องกันความเข้าใจผิด ดีกว่าจะต้องคอยตามแก้ทีหลัง”
3. การสำรวจประชามติ จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติเพราะจะทำให้สถาบันรู้ซึ่งถึงความนึกคิดของประชาชน หรือที่เรียกว่า ประชามติ (public opinion) จะต้องรู้ว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบ ไม่ชอบสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่างๆ ที่ประชาชนมีต่อองค์การ สถาบันนั้น ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ Scott and Center (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544: 217) ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดของนักประชาสัมพันธ์ได้แบ่งกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็น 4 ขั้นตอนคือ

1. การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น (research-listening) เป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับปัญหาที่สถาบันกำลังเผชิญอยู่ อาจเป็นการตรวจสอบประชมติ ความคิดเห็น ทศนคติ ตลอดจนปฏิกิริยาที่ประชาชนมีต่อการดำเนินงานหรือนโยบายขององค์กร
2. การวางแผนและการตัดสินใจ (planning-decision making) เป็นขั้นตอนของการวางแผนและตัดสินใจว่าจะใช้กิจกรรมและกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ใดบ้างในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
3. การสื่อสาร (communication-action) เป็นขั้นตอนการปฏิบัติตามแผนที่ได้วางไว้ในขั้นตอนที่สองโดยใช้เครื่องมือ เทคนิคและกลยุทธ์ ทางการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร
4. การประเมิน (evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยมุ่งที่จะติดตามว่า งานประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำไปนั้นได้ผลดีมากน้อยเพียงไร การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยขั้นตอนโดยสังเขปคือ

การศึกษาข้อมูล	การวางแผนและโครงการ	การสื่อสาร	การประเมินผล
สถานการณ์ ภูมิหลัง ปัญหา ฯลฯ	การวิเคราะห์ยุทธวิธี - เป้าหมาย - ทางเลือก - ผลดี ,ผลเสีย - ผลที่ติดตามมา - การตัดสินใจ - การดำเนินยุทธวิธี การใช้สื่อ - กำหนดสื่อ - กำหนดงบประมาณและค่าใช้จ่าย การพิจารณาอนุมัติ - การเสนอพิจารณา - การให้ความสนับสนุน - การมีส่วนร่วม	การปฏิบัติ - จังหวะเวลา - การอำนวยความสะดวก - การติดตามผล	ผลที่ได้รับ - ปฏิกริยาตอบกลับ - การพิจารณาทบทวน - การแก้ไขปรับปรุง

ภาพ 7 กระบวนการขั้นตอนของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ที่มา: Scott et al. (1985 : 35)

พรทิพย์ วรกิจโลกาทร (2526: 48) สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์มีสื่อซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้ 2 ประเภท

1. controlled media คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์เนื้อหา วิธีการ รูปแบบ การผลิตรวมทั้งวิธีการดำเนินการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย การใช้สื่อประเภทนี้นักประชาสัมพันธ์สามารถเจาะจงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นกลุ่มๆ สื่อเหล่านี้ได้แก่ สิ่งพิมพ์ คำพูด ภาพและเสียง การจัดเหตุการณ์ การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2. mass media คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมากๆ หรือที่เรียกว่ามวลชน (mass audience) ประชาชนเหล่านั้นอยู่อย่างกระจัดกระจายในที่ต่างๆ กัน แต่ด้วยพัฒนาการด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงทำให้สามารถใช้สื่อประเภทนี้ถ่ายทอดข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนเหล่านี้ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยนตร์

ประมะ สตะเวทิน (2533: 50) ได้จำแนกสื่อไว้ 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน (mass media) สื่อบุคคล (personal media) และสื่อเฉพาะกิจ (specialized media)

1. สื่อมวลชน (mass media) เป็นที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน หรือใกล้เคียงกันในเวลาอันรวดเร็ว จัดเป็นช่องสารหรือสื่อที่สามารถวางแผนและกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร และ ภาพยนตร์ คุณสมบัติของสื่อมวลชน คือ สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว สามารถให้ความรู้ และข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี และสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นได้

2. สื่อบุคคล (personal media) สื่อบุคคลนั้นจัดเป็นช่องสารหรือสื่อที่เกี่ยวข้องกับระบบสังคม หมายถึง ตัวบุคคลที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารในลักษณะการเผชิญหน้าทั้งในรูปของการสนทนาหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลคือสามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ไปสู่ผู้รับได้โดยตรง และความสามารถชักจูงใจผู้รับสารได้โดยวิธีการพูดคุยแบบกันเอง สามารถทำให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ยึดหยุ่นปรับเปลี่ยนเข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆ ได้ และยังทำให้ทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ทันที

3. สื่อเฉพาะกิจ (specialized media) เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (audio visual media) และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ (print media) ซึ่งสื่อเฉพาะกิจจัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจจึงหมายความว่า ผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวสารเฉพาะเรื่อง

ให้กับผู้รับสารนั้นๆ และสื่อเฉพาะกิจยังสามารถทำให้ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติไปในทางที่ผู้ส่งสารต้องการ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ คือ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมาย และโน้มน้าวให้เกิดความร่วมมือกับองค์การ

แนวคิดและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ได้ให้ความหมายของ “การสื่อสาร” ว่า หมายถึง “นำหนังสือ หรือข้อความของฝ่ายหนึ่งส่งให้อีกฝ่ายหนึ่ง”

Robert and Jerald (1990: 334) ได้ให้ความหมาย การติดต่อสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่บุคคล กลุ่มองค์กร (ที่เรียกว่าผู้ส่ง) ได้ส่งข้อมูล (ข่าวสาร) ไปยังบุคคลอื่นหรือกลุ่มอื่น (ที่เรียกว่า ผู้รับ)

Gordon (1991: 327) ได้ให้ความหมาย การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ส่ง และผู้รับข่าวสาร

Robinson (1993: 289) ได้ให้ความหมาย การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอด และการทำความเข้าใจความหมาย

เสรี วงษ์มณฑา (2542:125) ได้ให้ความหมาย การติดต่อสื่อสาร หมายถึง การที่ใครคนใดคนหนึ่งพูดอะไรบางอย่างผ่านช่องทางสื่อช่องทางหนึ่ง ไปยังใครอีกคนหนึ่งเพื่อให้เกิดผลบางประการ เป็นการส่งผ่านข่าวสาร (message) จากผู้ส่ง (sender) ไปยังผู้รับข่าวสาร (receiver) ด้วยวิธีการใช้สัญญาณชนิดใดชนิดหนึ่งโดยอาศัยช่องทาง (channel) หรือสื่อ (media) บางชนิด

ชิน จิตร แฉ่งเจนกิจ (2548:17) ได้ให้ความหมายว่า การติดต่อสื่อสาร (communication) กระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อชักจูงให้ผู้รับสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมาโดยคาดหวังให้เป็นไปตามผู้ส่งข่าวสารต้องการ ดังนั้น ผู้ส่งสารคือ บุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นการสื่อสารทำหน้าที่ในการเข้าถึงรหัสสารสื่อสารโดยผ่านช่องทาง ได้แก่ คา หู สัมผัส กลิ่น รส ไปยังผู้รับสารซึ่งผู้รับสารโดยการถอดรหัส ทั้งนี้ผลจากการสื่อสารจะดีเพียงไรขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ 5 ประการ ดังนี้

1. ทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ ความสามารถในการพูด ฟัง เขียน อ่าน การคิด การใช้เหตุผล การแสดงท่าทาง สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารเช่น ความสามารถในการอธิบายความคิดเห็นของคนให้ผู้อื่นทราบ ความสามารถในการแสดงสีหน้า ท่าทาง ฯลฯ

2. ทักษะคิด หมายถึง การที่บุคคลประเมินสิ่งต่างๆ โดยความโน้มเอียงของตนเอง เพื่อที่จะเข้าถึงหรือหรือหลีกเลี่ยงสิ่งเหล่านี้ ทักษะคิดในการสื่อสารเกิดขึ้นได้หลายองค์ประกอบ เช่น ทักษะคิดต่อตนเอง ต่อเนื้อหาสาระ ต่อผู้รับสารหรือผู้ส่งสาร หรือต่อสถานการณ์แวดล้อม

3. ความรู้ หมายถึง ระดับความรู้ของผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมถึงความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร จะต้องอยู่ในระดับที่เหมาะสมจึงจะทำการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ระดับสังคม สังคมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคล เพราะบุคคลขึ้นอยู่กับกลุ่มสังคม ทั้งที่เป็นกลุ่มปฐมภูมิและทุติยภูมิ ผู้ทำการสื่อสารที่มีระบบสังคมคล้ายคลึงกันย่อมจะสื่อสารกันได้ดีกว่าผู้ที่มาจากสังคมที่แตกต่างกันมาก

5. ระบบวัฒนธรรม หมายถึง ขนบธรรมเนียม ความเชื่อ ค่านิยม ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ในแต่ละสังคมกำหนดขึ้นมาและยึดถือปฏิบัติ สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลที่ต่างวัฒนธรรมกันอาจประสบความล้มเหลวได้ เพราะอาจเกิดความเข้าใจผิดในการสื่อสาร เช่น การแลกเปลี่ยนของชาวอะบาริจินเป็นการต้อนรับ

แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้และประเมินผล

การรับรู้ (perception) เป็นกระบวนการทางจิตใจที่ค่อนข้างซับซ้อนและมีการแปลความหมายจากอาการสัมผัส โดยใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมช่วยแปลความหมาย และหากพิจารณาในแง่พฤติกรรมศาสตร์แล้ว การรับรู้จะเป็นกระบวนการที่เกิดแทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นเอง การรับรู้เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการเรียนรู้ เพราะการรับรู้เป็นหนทางที่นำไปสู่การแปลความหมายให้เข้าใจ ซึ่งนักวิชาการต่างๆ ได้กล่าวว่า

จำเนียร ช่างโชติ และคณะ (2526: 28) ได้กล่าวว่า การรับรู้ คือ การแปลหรือตีความแห่งการสัมผัสที่ได้รับออกเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย หรือที่เรารู้จักเข้าใจ ซึ่งในการแปลหรือตีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เพิ่มเติม ถ้าไม่มีความรู้เดิมหรือลิ้มรื่องนั้นไปแล้วก็จะไม่มีการรับรู้กับสิ่งเร้านั้นๆ จะมีเพียงการสัมผัสกับสิ่งเร้าเท่านั้น

ดูย ชุมสาย (2508: 289) ให้ความหมายของการรับรู้คือการแปลความหรือตีความเพทนาการ (Sensation) ที่ตนได้รับออกมาเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดซึ่งมีความหมายที่เรารู้จัก เราเข้าใจ คำว่า “การตีความ” หรือ “แปลความ” มีนัยแฝงอยู่ด้วย ว่าท่านจะต้องใช้ความรู้เก่า หรือประสบการณ์ที่ผ่านมา ถ้าคนเราลิ้มหรือไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นเลยก็คือเราไม่มีการรับรู้จะมีก็เพียงเพทนาการเท่านั้น

วารินทร์ สายโอบเอื้อ และสุณีย์ ชีรดากร (2522: 37) ได้กล่าวว่าการรับรู้เป็นกระบวนการทางสมองในการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับจากการสัมผัส ทำให้ทราบว่าสิ่งเร้าที่เราสัมผัสนั้นเป็นลักษณะอย่างไร มีความหมายอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์เดิม ช่วยในการแปลความหมายออกมา

พัชรภา เขียวขำ (2546: 30) กล่าวว่า ทฤษฎีการรับรู้ เป็นทฤษฎีทางด้าน จิตวิทยา ที่เชื่อว่า คนเรามีการรับรู้ที่ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับถึงความแตกต่างในการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะการรับรู้ยังเป็นกระบวนการตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสารเข้าด้วยกัน และตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกรับของตนเอง

ตามความหมายดังกล่าว การรับรู้ จึงเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากมีสิ่งเร้ามากระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส สิ่งเร้าเหล่านั้นจะถูกเปลี่ยนเป็นกระแสประสาทส่งไปยังระบบประสาท ซึ่งได้แก่ สมองได้รับกระแสประสาททำให้เกิดความรู้สึกรับต่างๆ ได้รับการแปลความหมายจากสมองจนเกิดเป็นการรับรู้และมีพฤติกรรมการตอบสนอง โดยมีกระบวนการรับรู้ประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. ธรรมชาติ และชนิดของสิ่งเร้า สิ่งเร้าหมายถึง สิ่งต่างๆ ที่เข้ามาเร้าอวัยวะรับสัมผัส แบ่งเป็น 2 ชนิด ได้แก่ สิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ วัตถุ คน พ่อแม่ สถานภาพภายนอกรอบตัวเรา เช่น แสงสว่าง เสียง เพื่อน โรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ สิ่งเร้าภายใน ได้แก่ สิ่งที่มากระตุ้นหรือเร้าภายในบุคคลให้เกิดการรับรู้ เช่น ความต้องการของร่างกายกระตุ้นให้เกิดการรับรู้เรื่องอาหารและที่อยู่อาศัย ความต้องการให้เกิดการรับรู้เรื่องการเรียนรู้เรื่องเรียนดีขึ้น ขณะอารมณ์ดีกระตุ้นให้เกิดการรับรู้หนังสือที่อ่านมากขึ้น เป็นต้น

2. การรู้สึกสัมผัส หมายถึง อาการที่อวัยวะสัมผัสแต่ละชนิด สัมผัสกับสิ่งเร้าเพื่อให้บุคคลรับรู้ถึงแวดล้อมรอบๆตัว จากการศึกษาของนักจิตวิทยาพบว่า มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งเร้าโดยผ่านทางตามากที่สุด รองลงมาคือการรับรู้ทางหู

3. การตีความ หรือการแปลความหมายจากการรู้สึกสัมผัสจากการทำงานของสมองมนุษย์เริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากระบบรับรู้สักรับและแนะนำมาตีความ หรือแปลความหมาย ซึ่งจะถูกต้องมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 3.1 ลักษณะของสิ่งเร้า ได้แก่ ขนาด รูปร่าง สี ความแปลกใหม่

- 3.2 สภาพร่างกายของบุคคล ได้แก่ สุขภาพ ความเหนื่อยล้า ความผิดปกติของร่างกาย

3.3 สภาพจิตใจของบุคคล ได้แก่ ความตั้งใจ ความสนใจ สติปัญญา การคาดหวังและความอคติ

ดังนั้นการรับรู้จะเกิดขึ้นได้ต้องเป็นไปตามลำดับของกระบวนการ ดังนี้

1. สิ่งเร้ามากระทบอวัยวะรับรู้ความรู้สึกของอินทรีย์
2. กระแสประสาทที่รับรู้รู้สึกส่งไปยังระบบประสาทส่วนกลางซึ่งมี

ศูนย์กลางอยู่ที่สมอง

3. สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจโดยอาศัยประสบการณ์เดิม ความจำ บุคลิกภาพ ระดับสติปัญญา และองค์ประกอบอื่นๆ

4. เกิดพฤติกรรม หรือการตอบสนอง

พัชนี เชยจรรยา และคณะ (2543: 113) โดยทั่วไปการรับรู้ เป็นกระบวนการเกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์ที่สั่งสมทางสังคม คนเราสามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกับผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกันโดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง คือ

1. แรงผลักดัน หรือจิตใจ (motives) เรามักเห็นแต่สิ่งต้องการเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
2. ประสบการณ์เดิม (past experience) คนเราต่างเติบโตในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบหาสมาคมกับคนต่างกัน
3. กรอบอ้างอิง (frame of reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสอนอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนที่มาจากต่างครอบครัว สถานภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกันจึงมีการรับรู้ในเรื่องต่างๆ กัน
4. สภาพแวดล้อมคนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะเปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารได้รับต่างกัน จึงมีความเชื่อที่น่าเป็นไปได้ว่าผู้ประกันตนใช้ประโยชน์จากข่าวสารประกันตนแตกต่างกัน

5. สภาพจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ เช่นเรามักจะมองเห็นความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ขณะที่เราอารมณ์ไม่ดี หรือหงุดหงิด

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะทางจิตใจของบุคคล

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2544: 256) การประเมินผล (evaluation) คือ การวัดผลว่าการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของเราทำมาแล้วแต่ค่านั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่วางแผนไว้หรือไม่ สำเร็จหรือล้มเหลว ได้ผลมากน้อยเพียงใด มีอุปสรรคหรือปัญหาใดบ้างที่เราจะต้องปรับปรุงแก้ไข ฉะนั้น การประเมินผลจึงเป็นการประเมินถึงประสิทธิภาพของงานที่ดำเนินไปแล้ว เป็นการหาทางขจัดข้อบกพร่องสำหรับการดำเนินงานครั้งต่อไป ขณะเดียวกันก็หาแนวทางปรับปรุงการทำงานให้รัดกุมยิ่งขึ้นต่อไปด้วย งานในขั้นนี้จึงเป็นงานที่สำคัญและจำเป็น ถ้าหากเราละเลยการประเมินผลเสียแล้ว เราก็ไม่อาจทราบว่าการประชาสัมพันธ์ที่เราดำเนินไปแล้วแต่ค่านั้นมีผลเป็นอย่างไร

กระบวนการประเมินผล (evaluation process) ของทุกองค์การสถาบันจะมีขั้นตอนพื้นฐานที่เหมือนกันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นองค์การขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ การประเมินผลอย่างมีระบบควรมีการดำเนินงานตามขั้นตอนดังนี้

1. เลือกหาเหตุผลในการประเมินผล (select rationales) อะไรคือปรัชญาในการประเมินผลหรือการประเมินผลนี้อาศัยแบบจำลองอย่างไร การประเมินผลนี้กระทำโดยบุคคลภายในหรือภายนอก เป็นต้น
2. กำหนดวัตถุประสงค์ในการประเมินผล (specify objections) จะต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมินผลอย่างแน่ชัด และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แต่ละโครงการ
3. หามาตรการในการวัดผล (develop measure) เช่น การวัดหรือประเมินผลถึงทรัพยากรต่าง ๆ การเงิน กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ กลุ่มประชากรเป้าหมายต่าง ๆ การดำเนินงานและผลที่ได้รับ
4. รวบรวมข้อมูลเพื่อการประเมินผล ข้อมูลเพื่อการประเมินนี้อาจรวบรวมได้หลายวิธี เช่น จากการสังเกตการณ์ การใช้แบบสอบถาม รายงานประจำเดือน การสัมภาษณ์ และวิธีอื่น ๆ อีกตามความเหมาะสม
5. การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาได้ จะต้องมีเวลาเพียงพอหรือพอเหมาะแก่การสรุปวิเคราะห์และตีความหมาย
6. รายงานผลหรือข้อสรุปที่ได้มาพร้อมข้อเสนอแนะและดำเนินการเผยแพร่ให้ทราบทั่วกัน
7. การนำผลที่ได้ไปประยุกต์ หรือใช้ในการตัดสินใจเพื่อการวางแผนและการดำเนินงานครั้งต่อไป

ลิเคิร์ท (Likert technique) เทคนิคการวัดการรับรู้และใช้สื่อประชาสัมพันธ์ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert scale) นิยมใช้มากกับแบบสอบถามที่มาตรวจข้อความเพื่อให้ผู้ตอบแสดงปฏิกิริยาตอบสนองข้อความเพื่อวัดความรู้สึก เจตคติ หรือความเชื่อว่าเป็นระดับใด กล่าวคือ กำหนดความรู้สึกของคนเป็น 5 ช่วง หรือ 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉยๆ (ไม่แน่ใจ) ไม่เห็นด้วย และ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ข้อความมีทั้งที่เป็นความรู้สึกในทางบวก (positive) และ ในทางลบ (negative) และมีจำนวนพหุกัน (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2543 : 94)

ขั้นตอนการสร้างตามแนวคิดของลิเคิร์ท

1. ตั้งจุดมุ่งหมายของการศึกษาว่าต้องการศึกษาการรับรู้ของใครมีต่อสิ่งใด
2. ให้ความหมายของทัศนคติที่จะศึกษานั้นอย่างแจ่มชัด
3. สร้างข้อความให้ครอบคลุมคุณลักษณะที่สำคัญๆ ของสิ่งที่จะศึกษาให้ครบถ้วนทุกแง่มุมต้องมีทั้งข้อความที่เป็นทั้งทางบวกและทางลบ
4. ตรวจสอบข้อความที่สร้างขึ้น โดยตนเองและผู้ที่มีความรู้ (ผู้เชี่ยวชาญ) ความครบถ้วนของคุณลักษณะที่ศึกษาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ในการพิจารณาข้อความนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญระบุว่าข้อความนั้นมีลักษณะเป็นข้อความทางบวก ข้อความทางลบ หรือมีลักษณะกลางๆ เมื่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแล้ว ให้ตัดข้อความที่มีลักษณะกลางๆออก เพราะการวัดเจตคติตามแบบของลิเคิร์ทนั้นข้อความที่เป็นกลางนั้นใช้ไม่ได้
5. ทำการทดลองใช้ ก่อนนำไปใช้จริงเพื่อหา ความเที่ยงตรง ค่าอำนาจจำแนก และความ
6. เชื่อมันของมาตราวัดทัศนคติกำหนดการให้คะแนน โดยให้ 5 4 3 2 1 สำหรับข้อความทางบวก และ 1 2 3 4 5 สำหรับข้อความทางลบ (เรียก arbitrary weighting method)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภาพร เชนกระจำ (2544: ข) ได้ศึกษาระดับการรับรู้คุณค่าและยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา โดยมุ่งศึกษาระดับการรับรู้และยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษาของครู โรงเรียนเอกชน จังหวัดชลบุรี เปรียบเทียบระดับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษาที่มีภูมิหลังในด้านเพศ วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการสอนและการอบรมที่เกี่ยวข้อง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ จำนวน 186 คน จากจำนวนประชากรครูในโรงเรียนเอกชนจังหวัดชลบุรี จำนวน 19 โรงเรียน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งดำเนินการแจกและเก็บคืนด้วยตนเอง นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการคำนวณค่า

ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่า t -test และ (One-Way Analysis of Variance) เมื่อพบความแตกต่างทดสอบด้วยวิธี (Scheffe) ผลการศึกษาพบว่า ระดับการรับรู้นวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษาของครูโรงเรียนเอกชน จังหวัดชลบุรี รวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนระดับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาของครูโรงเรียนเอกชน จังหวัดชลบุรี มีการยอมรับอยู่ในระดับการตัดสินใจ โดยมีเพศ วุฒิ การศึกษา ประสบการณ์การสอน และการอบรมที่เกี่ยวข้องต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปรางสมร แก้วเนียม (2549 : ก) ศึกษาประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการตื่นตัวในการป้องกันสัทธิ ผู้บริโภคของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่จะศึกษาการรับรู้ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการเสริมสร้างการตื่นตัวในการป้องกันสัทธิผู้บริโภค ตลอดจนทัศนคติ และพฤติกรรม ตัวกลุ่มตัวอย่างมีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 420 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลการวิจัยดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์สร้างความตื่นตัวในการป้องกันสัทธิผู้บริโภคจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด มีความต้องการข่าวสารที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่มักจะถูกเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภคมากที่สุด และจดจำข่าวสารการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของเบอร์โทรศัพท์ 1556 มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างจะประสบปัญหาเรื่องการถูกละเมิดสิทธิ ในอัตราสูงถึงร้อยละ 71.9 เป็นปัญหาที่พบจากอาหาร โดยกลุ่มตัวอย่างจะพบปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแปลกปลอมในสินค้าเป็นจำนวนมาก หลังจากที่ได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์แล้ว กลุ่มตัวอย่างเกิดพฤติกรรมอ่านฉลากก่อนซื้อมากที่สุด

นันทนา ศรีสุข (2545: (3)-(4)) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับ และการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ผลการศึกษามีดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า นักศึกษาเปิดรับสื่อจากประกาศทั่วไปเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ป้ายไฟวิ่ง หน่วยติดต่อสอบถาม นิทรรศการ จดหมายข่าวฟังก์์ราชภัฏ หนังสือพิมพ์สวนกลาง สถานีวิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต วิทยุโทรทัศน์ และรายการวิทยุเสียงจากราชภัฏ ตามลำดับ

2. ด้านการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ พบว่า มีการใช้ประโยชน์โดยภาพรวมในระดับปานกลาง

ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2546: ก) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของข้าราชการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของข้าราชการ ในสังกัดสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ 6 ชนิด คือ ข่าวสภพ. สารประจักษ์ แฉ่งหนังสือเวียน วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ สภพ.วิจัย&พัฒนา และอินเตอร์เน็ต ผลการวิจัย พบว่า ข้าราชการเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็น และรับรู้ข่าวสารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และข้าราชการทั้งสาย ก สาย ข และ สาย ค มีความคิดเห็นและรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน

ทรรศนย์ วัฒนันท์ (2550: (1)-(2)) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์การติดตั้งก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ (NGV) มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ การประชาสัมพันธ์ กับผลสัมฤทธิ์ในการประชาสัมพันธ์การติดตั้งก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ (NGV) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีผลสัมฤทธิ์ในการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อำนาจ วัฒนกุล (2550: (1)-(2)) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กรณีศึกษา: บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน ทอท. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน ทอท. และความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในขององค์กร กับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงาน ทอท. ผลการศึกษามีดังนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยเปิดรับสื่อวิทยุเสียงตามสายมากที่สุด (และมีการรับสารในระดับสูง) รองลงมาคือ วารสาร AirportThai (และมีการรับสารในระดับสูง) ส่วนสื่ออินเตอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด (และมีการรับสารในระดับปานกลาง)

2. การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในในระดับปานกลาง โดยใช้สื่อวิทยุเสียงตามสายเป็นอันดับแรกและใช้ในระดับสูง รองลงมาคือ บอร์ดประชาสัมพันธ์

ศิริพร อาสภวิริยะ (2551: ข) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย เป็นการศึกษาถึงการเปิดรับ การรับรู้เกี่ยวกับธนาคารฯ รวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าในด้านบุคลากรด้านระบบบริการ ด้านสภาพแวดล้อมภายในธนาคารฯ และด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร/การประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบธุรกิจประเภทธุรกิจบริการมีรายได้ประกอบการต่อเดือนต่ำกว่า 100,000 บาท โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลูกค้าที่มีประเภทธุรกิจประกอบการต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อการให้บริการธนาคารฯ แตกต่างกัน ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านระบบการให้บริการ และด้านสภาพแวดล้อมของธนาคาร แตกต่างกัน ในระดับการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการแตกต่างกัน ด้านรายได้ต่อเดือนต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้บริการ ด้านระบบการให้บริการแตกต่างกัน การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ และการใช้บริการของลูกค้า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านระบบการให้บริการ ด้านการให้ข้อมูล/การประชาสัมพันธ์

จุติมา พูลสวัสดิ์ และคณะ (2552: ก) ศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาและบุคลากร ผลการศึกษาพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอายุและสถานภาพมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ไม่แตกต่างกัน

2. นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่รับรู้ข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

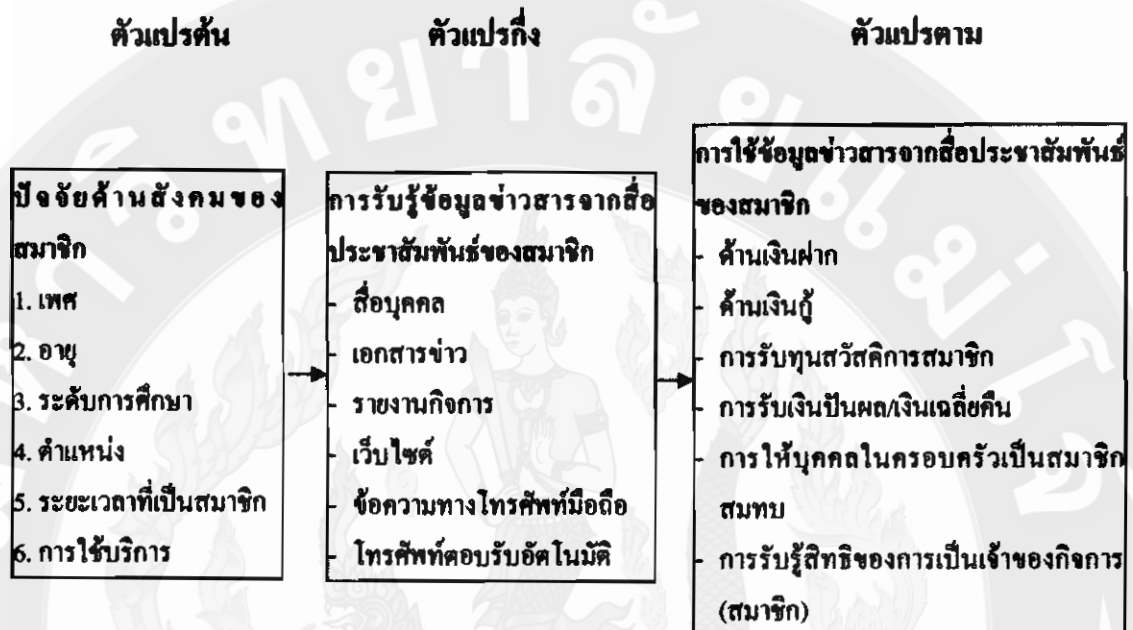
ราชมงคลพระนครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า แตกต่างกัน 1 คู่ได้แก่ สื่อแผ่นพับกับโปสเตอร์

จักรี เรืองรินทร์ (2552: (1)-(2)) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรของสายงานระบบส่ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจในสื่อ และการใช้ประโยชน์ในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานสายงานระบบส่ง ผลการศึกษาด้านการใช้ประโยชน์ในสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์โดยรวมในระดับมาก

ภาคสรุป

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารเรื่องต่างๆ ข้างต้นประกอบด้วย แนวคิด การประชาสัมพันธ์ แนวคิดและทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด โดยพิจารณาจาก ข้อมูลทั่วไปของสมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก ตำแหน่งของสมาชิก เครื่องมือติดต่อสื่อสารของสมาชิก มาประกอบกับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละรูปแบบของสหกรณ์ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา สื่อประชาสัมพันธ์ ให้เกิดประโยชน์แก่สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 8 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยด้านสังคมของสมาชิก ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก และการใช้บริการเงินฝากและเงินกู้กับสหกรณ์ มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก
2. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยดังต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการในพื้นที่ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย ทั้ง 22 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กำแพงเพชร ชัยนาท นครนายก นครปฐม นครสวรรค์ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลพบุรี สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระบุรี สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี

ประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษานี้ เป็นพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ในเขตภาคกลาง จำนวน 22 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร กำแพงเพชร ชัยนาท นครนายก นครปฐม นครสวรรค์ นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลพบุรี สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระบุรี สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี จำนวนทั้งสิ้น 2,644 คน (สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด, 2552ค :12)

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง 2 ขั้นตอน ดังนี้
 ขั้นตอนที่ 1 คำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมจากประชากร โดยใช้สูตรของ
 Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Yamane, 1973 :110) ดังนี้

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

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน (โดยในการศึกษานี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

แทนค่าตามสูตร

$$= \frac{2,644}{1 + 2,644(0.05)^2} = 400 \text{ คน}$$

ในการศึกษานี้คำนวณหาขนาดตัวอย่างจากประชากร 2,644 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง
 จำนวน 400 คน ที่ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

ขั้นตอนที่ 2 การกระจายตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportion Sampling)

โดยแบ่งประชากรเป็นกลุ่มย่อย (strata) ตามลักษณะที่เด่นชัด คือ การเป็นสมาชิก
 สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ในเขตพื้นที่ภาคกลาง
 เพื่อให้ได้ตัวอย่างแต่ละเขตอย่างเพียงพอ จะทำการสุ่มตัวอย่างตามระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน
 (Proportional Stratified Random Sampling) จากนั้นเลือกกลุ่มโดยบังเอิญจากหน่วยประชากรแต่ละ
 เขต โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2546:45)

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

n_i = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการของพื้นที่ที่ i

n = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

N_i = จำนวนประชากรพื้นที่ที่ i

N = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

แทนค่าตามสูตร ได้จำนวนตัวอย่างแต่ละจังหวัด ดังนี้

1. กำแพงเพชร	$\frac{400 \times 160}{2,644} = 24 \text{ คน}$	12. ปทุมธานี	$\frac{400 \times 74}{2,644} = 11 \text{ คน}$
2. นครสวรรค์	$\frac{400 \times 218}{2,644} = 33 \text{ คน}$	13. พระนครศรีอยุธยา	$\frac{400 \times 132}{2,644} = 20 \text{ คน}$
3. พิจิตร	$\frac{400 \times 149}{2,644} = 23 \text{ คน}$	14. ลพบุรี	$\frac{400 \times 114}{2,644} = 17 \text{ คน}$
4. พิษณุโลก	$\frac{400 \times 192}{2,644} = 29 \text{ คน}$	15. สระบุรี	$\frac{400 \times 116}{2,644} = 18 \text{ คน}$
5. เพชรบูรณ์	$\frac{400 \times 227}{2,644} = 34 \text{ คน}$	16. สิงห์บุรี	$\frac{400 \times 46}{2,644} = 7 \text{ คน}$
6. สุโขทัย	$\frac{400 \times 162}{2,644} = 25 \text{ คน}$	17. อ่างทอง	$\frac{400 \times 79}{2,644} = 12 \text{ คน}$
7. อุตรดิตถ์	$\frac{400 \times 123}{2,644} = 19 \text{ คน}$	18. นครนายก	$\frac{400 \times 70}{2,644} = 11 \text{ คน}$
8. อุทัยธานี	$\frac{400 \times 86}{2,644} = 13 \text{ คน}$	19. นครปฐม	$\frac{400 \times 103}{2,644} = 16 \text{ คน}$
9. กรุงเทพมหานคร	$\frac{400 \times 84}{2,644} = 13 \text{ คน}$	20. ราชบุรี	$\frac{400 \times 112}{2,644} = 16 \text{ คน}$
10. ชัยนาท	$\frac{400 \times 86}{2,644} = 13 \text{ คน}$	21. สมุทรสาคร	$\frac{400 \times 69}{2,644} = 10 \text{ คน}$
11. นนทบุรี	$\frac{400 \times 61}{2,644} = 9 \text{ คน}$	22. สุพรรณบุรี	$\frac{400 \times 181}{2,644} = 27 \text{ คน}$

ตาราง 1 จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ในเขตพื้นที่ภาคกลาง

(หน่วย: คน)

ภาคกลาง	ประชากร*	จำนวนตัวอย่าง
1. กำแพงเพชร	160	24
2. นครสวรรค์	218	33
3. พิจิตร	149	23
4. พิษณุโลก	192	29
5. เพชรบูรณ์	227	34
6. สุโขทัย	162	25

ตาราง 1 (ต่อ)

(หน่วย: คน)

ภาคกลาง	ประชากร*	จำนวนตัวอย่าง
7. อุตรดิตถ์	123	19
8. อุทัยธานี	86	13
9. กรุงเทพมหานคร	84	13
10. ชัยนาท	86	13
11. นนทบุรี	61	9
12. ปทุมธานี	74	11
13. พระนครศรีอยุธยา	132	20
14. ลพบุรี	114	17
15. สระบุรี	116	18
16. สิงห์บุรี	46	7
17. อ่างทอง	79	12
18. นครนายก	70	11
19. นครปฐม	103	16
20. ราชบุรี	112	16
21. สมุทรสาคร	69	10
22. สุพรรณบุรี	181	27
รวม 22 จังหวัด	2,644	400

*ที่มา: สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด (2552 ค:12)

การรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมพนักงาน ข.ก.ส. ที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด จำนวน 400 คน ใน 22 จังหวัด จากนั้นนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ เอกสารทางวิชาการ หนังสือ บทความ วารสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบ การศึกษาให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยแบบสอบถาม (questionnaires) จะมีลักษณะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (open-ended question) และแบบสอบถามปลายปิด (close-ended question) แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคมของสมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และการให้บริการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกในการรับรู้ สื่อประชาสัมพันธ์

การทดสอบแบบสอบถาม

1. การทดสอบเครื่องมือในการหาความตรง (Validity) การหาความตรงของ เนื้อหา (Content Validity) ผู้ศึกษาได้ศึกษาค้นคว้าและเรียบเรียงขึ้น เพื่อนำเสนอคณะกรรมการที่ ปรีกษาทำการทดสอบว่า มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาที่ต้องการศึกษาหรือไม่ แล้วนำมาปรับปรุง แก้ไขตามคำแนะนำในส่วนที่บกพร่อง

2. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) นำแบบสอบถามที่ได้ ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากคณะกรรมการที่ปรีกษาแล้วไปทดสอบเก็บข้อมูลจากข้อมูล จากสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ที่ไม่ใช่กลุ่ม ตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยวิธีหาสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α -Coefficient) ของแบบสอบถามสูตรของครอนบาค (Cronbach) ดังนี้

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right]$$

โดย α = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

N = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรวม

$\sum s_i^2$ = ผลรวมความแปรปรวนแต่ละข้อ

ซึ่งจากการหาค่า α พบว่า ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ได้ค่า $\alpha = 0.974$ ตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ได้ค่า $\alpha = 0.831$ ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.80 แสดงว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาครั้งนี้ได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ประสานงานขอความร่วมมือจากสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรเพื่อช่วยเก็บข้อมูลตามจำนวนในแต่ละเขต ยกเว้นเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพฯ และจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ให้แก่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยส่งแบบสอบถามไปเกินกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการประมาณ 20 ชุด
2. ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองสำหรับกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพฯ
3. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมด นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบ หากแบบสอบถามชุดใดไม่สมบูรณ์จะทำการคัดออก

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลและการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลมาถอดรหัสจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อจัดการศึกษาทางสังคม (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา (descriptive method) โดยใช้บรรยายลักษณะของข้อมูลทั่วไปทางด้านสังคมของสมาชิก การรับรู้ข้อมูลและการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ รวมทั้งปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าสูงสุด (maximum) ค่า

ค่าสุด (minimum) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยนำเสนอในรูปตารางและการพรรณนาประกอบ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative method)

2.1 การวิเคราะห์ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์โดยให้คะแนนโดยผู้ถูกดีใช้ตาม Likert Scale 6 ถ้าระดับคะแนน คือ 5, 4, 3, 2, 1 และ 0 แทนคำตอบ ได้อ่าน/ฟังมากที่สุด (หรือรับรู้มากกว่า 12 ครั้งต่อปี) ได้อ่าน/ฟังมาก (หรือรับรู้ 10-12 ครั้งต่อปี) ได้อ่าน/ฟังปานกลาง (หรือรับรู้ 7-9 ครั้งต่อปี) ได้อ่าน/ฟังน้อย (หรือรับรู้ 4-6 ครั้งต่อปี) ได้อ่าน/ฟังน้อยที่สุด (หรือรับรู้ 1-3 ครั้งต่อปี) และไม่เคยรับรู้เลย ตามลำดับ แล้วนำคะแนนมาคำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของระดับการรับรู้ตามแบบของ Likert (Thanupon, 1986 :98) โดยไม่นำค่าคะแนน 0 มาคำนวณ ดังนี้

$$WMS = \frac{5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 2f_4 + 1f_5}{TNR}$$

โดยที่ WMS = ค่าระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

f_1 = จำนวนความถี่ที่ระบุได้อ่าน/ฟังมากที่สุด (รับรู้มากกว่า 12 ครั้งต่อปี)

f_2 = จำนวนความถี่ที่ระบุได้อ่าน/ฟังมาก (รับรู้ 10-12 ครั้งต่อปี)

f_3 = จำนวนความถี่ที่ระบุได้อ่าน/ฟังปานกลาง (รับรู้ 7-9 ครั้งต่อปี)

f_4 = จำนวนความถี่ที่ระบุได้อ่าน/ฟังน้อย (รับรู้ 4-6 ครั้งต่อปี)

f_5 = จำนวนความถี่ที่ระบุได้อ่าน/ฟังน้อยที่สุด (รับรู้ 1-3 ครั้งต่อปี)

TNR = จำนวนข้อทั้งหมด

จากนั้นวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (ชานินทร์ ศิลปจารุ, 2551: 75) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง ได้อ่าน/ฟังมากที่สุด (มากกว่า 12 ครั้งต่อปี)

ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50 หมายถึง ได้อ่าน/ฟังมาก (10-12 ครั้งต่อปี)

ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50 หมายถึง ได้อ่าน/ฟังปานกลาง (7-9 ครั้งต่อปี)

ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50 หมายถึง ได้อ่าน/ฟังน้อย (4-6 ครั้งต่อปี)

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายถึง ได้อ่าน/ฟังน้อยที่สุด (1-3 ครั้งต่อปี)

2.2 การวิเคราะห์ระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์โดยให้

คะแนนตาม Likert Scale 5 ถ้าระดับคะแนน คือ 5, 4, 3, 2, 1 แทนคำตอบ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามลำดับ แล้วนำคะแนนมาคำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของระดับการใช้ข้อมูลตามแบบของ Likert (Thanupon, 1986 :98) ดังนี้

$$WMS = \frac{5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 2f_4 + 1f_5}{TNR}$$

โดยที่ WMS = ค่าระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

f_1 = จำนวนความถี่ของสมาชิกที่ระบุมีการใช้ข้อมูลจากสื่อมากที่สุด

f_2 = จำนวนความถี่ของสมาชิกที่ระบุมีการใช้ข้อมูลจากสื่อมาก

f_3 = จำนวนความถี่ของสมาชิกที่ระบุมีการใช้ข้อมูลจากสื่อปานกลาง

f_4 = จำนวนความถี่ของสมาชิกที่ระบุมีการใช้ข้อมูลจากื่อน้อย

f_5 = จำนวนความถี่ของสมาชิกที่ระบุมีการใช้ข้อมูลจากสื่อ น้อยที่สุด

TNR = จำนวนข้อทั้งหมด

จากนั้นวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (ธานินทร์ ศิลปจารุ, 2551: 75) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง มีการใช้สื่อในการรับรู้ข้อมูลมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50 หมายถึง มีการใช้สื่อในการรับรู้ข้อมูลมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50 หมายถึง มีการใช้สื่อในการรับรู้ข้อมูลปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51–2.50 หมายถึง มีการใช้สื่อในการรับรู้ข้อมูลน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายถึง มีการใช้สื่อในการรับรู้ข้อมูลน้อยที่สุด

2.3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้ค่าไคว์สแควร์ (χ^2 -test) จากสูตร (ธานินทร์ ศิลปจารุ, 2551: 200-201)

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

$$E_{ij} = \frac{(r_i)(c_j)}{N}$$

เมื่อ O_{ij} = ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (ข้อมูลจริง) ในแถวที่ i และสดมภ์ที่ j

E_{ij} = ความถี่ที่คาดหวัง (ข้อมูลสมมติ) ในแถวที่ i และ สดมภ์ที่ j

r_i = ความถี่ (ข้อมูลจริง) รวมในแถวที่ i

C_j = ความถี่ (ข้อมูลจริง) รวมในสดมภ์ที่ j

N = จำนวนข้อมูลจริงทั้งหมด

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด แบ่งการศึกษาเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคมของสมาชิก

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

ตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์

ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกในการพัฒนาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคมของสมาชิก

การศึกษาในตอนที่ 1 เป็นการศึกษาข้อมูลทางด้านสังคมของสมาชิก ประกอบด้วย เพศ อายุ ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ระดับการศึกษา ตำแหน่ง การใช้บริการเงินฝาก และเงินกู้ของสมาชิก

ผลการศึกษาในตาราง 2 พบว่า

เพศ สมาชิกเป็นเพศหญิงร้อยละ 50.5 เป็นเพศชายร้อยละ 49.5

อายุ สมาชิกมีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 25.3 มีอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 22.8 มีอายุ 21-30 ร้อยละ ร้อยละ 14.5 และ มีอายุไม่เกิน 20 ปี ร้อยละ 0.5 โดยสมาชิกมีอายุเฉลี่ย 42.65 ปี สูงสุด 60 ปี และต่ำสุด 20 ปี

ระยะเวลาเป็นสมาชิก บุคลากรเป็นสมาชิกสหกรณ์มาแล้วไม่เกิน 5 ปี ร้อยละ 23.0 รองลงมาคือ เป็นสมาชิกสหกรณ์มาแล้ว 16-20 ปี ร้อยละ 21.6 เป็นสมาชิกสหกรณ์มาแล้ว 11-15 ร้อยละ 21.1 เป็นสมาชิกสหกรณ์มาแล้ว 21-25 ปี ร้อยละ 10.3 และเป็นสมาชิกสหกรณ์

มาแล้ว 6-10 ปี ร้อยละ 21.1 โดยบุคลากรเป็นสมาชิกสหกรณ์มาแล้วเฉลี่ย 15.08 ปี สูงสุด 39 ปี และต่ำสุด 0.90 ปี

ระดับการศึกษา สมาชิกมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ ปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโท ร้อยละ 21.8 มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ร้อยละ 5.0 มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ร้อยละ 3.3 และประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 0.8

ตำแหน่ง สมาชิกเป็นพนักงานระดับ 4-7 มากที่สุด ร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ พนักงานระดับ 8-9 ร้อยละ 31.3 พนักงานระดับ 10 ขึ้นไป ร้อยละ 22.8 พนักงานระดับ 1-3 ร้อยละ 5.5 และบริการระดับ 1-3 ร้อยละ 3.8

การให้บริการกับสหกรณ์ สมาชิกสหกรณ์ใช้บริการเงินกู้กับสหกรณ์เพียงอย่างเดียว ร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ ใช้บริการทั้งเงินฝากและเงินกู้ ร้อยละ 28.5 ใช้บริการเงินฝากเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 18.0 และไม่ใช้บริการเงินฝากและเงินกู้ ร้อยละ 13.0

ประเภทของเงินฝากที่ให้บริการ สมาชิกสหกรณ์ที่ใช้บริการเงินฝากกับสหกรณ์ ใช้บริการเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุด ร้อยละ 33.0 รองลงมาคือ เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ ร้อยละ 17.3 เงินฝากทวีทรัพย์ เงินฝากดอกเบี้ยสุขใจ เงินฝากประจำ เงินฝากเกษียณเกษมสุข และเงินฝากออมทรัพย์พิเศษสาขา ร้อยละ 5.8, 5.5, 3.8, 1.5 และ 0.5 ตามลำดับ

ประเภทของเงินกู้ที่ให้บริการ สมาชิกสหกรณ์ที่ใช้บริการเงินกู้กับสหกรณ์ ใช้บริการเงินกู้สามัญมากที่สุด ร้อยละ 58.3 รองลงมาคือ เงินกู้ฉุกเฉิน ร้อยละ 39.0 เงินกู้พิเศษ ร้อยละ 19.8 เงินกู้สามัญเพื่อคุณภาพชีวิต และเงินกู้พิเศษ ร้อยละ 3.3 และ 2.0 ตามลำดับ

ตาราง 2 ข้อมูลด้านสังคมของสมาชิก

ข้อมูลด้านสังคมของสมาชิก	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	สถิติ
เพศ			
หญิง	202	50.5	
ชาย	198	49.5	

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลด้านสังคมของสมาชิก	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	สถิติ
อายุ (ปี)			
ไม่เกิน 20	2	0.5	$\bar{X} = 42.65$ ปี
21 - 30	58	14.5	S.D.= 9.626
31 - 40	101	25.3	Min.= 20 ปี
41 - 50	148	37.0	Max.= 60 ปี
51 - 60	91	22.8	
ระยะเวลาเป็นสมาชิก (ปี)			
1 - 5	92	23.0	$\bar{X} = 15.08$ ปี
6 - 10	37	9.3	S.D.= 9.361
11 - 15	84	21.1	Min.= 0.90 ปี
16 - 20	86	21.6	Max.= 39 ปี
21 - 25	41	10.3	
26 ขึ้นไป	60	15.0	
ระดับการศึกษา			
ประถม/มัธยมต้น	3	0.8	
มัธยมปลาย/ปวช.	13	3.3	
อนุปริญญา/ปวส.	20	5.0	
ปริญญาตรี	277	69.3	
ปริญญาโท/สูงกว่าปริญญาโท	87	21.8	
ตำแหน่ง			
บริการระดับ 1-3	15	3.8	
พนักงานระดับ 1-3	22	5.5	
พนักงานระดับ 4-7	147	36.8	
พนักงานระดับ 8-9	125	31.3	
พนักงานระดับ 10 ขึ้นไป	91	22.8	

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลด้านสังคมของสมาชิก	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	สถิติ
การให้บริการกับสหกรณ์			
เงินกู้ยืมยืม	162	40.5	
ทั้งเงินฝากและเงินกู้	114	28.5	
เงินฝากยืมยืม	72	18.0	
ไม่ใช้บริการ	52	13.0	
ประเภทของเงินฝากที่ให้บริการ*			
ออมทรัพย์	132	33.0	
ออมทรัพย์พิเศษ	69	17.3	
ประจำ	15	3.8	
เกษียณเกษียณ	6	1.5	
ดอกเบี้ยสูงใจ	22	5.5	
ทวีทรัพย์	23	5.8	
ออมทรัพย์พิเศษสาขา	2	0.5	
ประเภทของเงินกู้ที่ให้บริการ*			
เงินกู้ฉุกเฉิน	156	39.0	
เงินกู้สามัญ	233	58.3	
เงินกู้สามัญเพื่อคุณภาพชีวิต	13	3.3	
เงินกู้ปรับโครงสร้างหนี้	8	2.0	
เงินกู้พิเศษ	79	19.8	

หมายเหตุ *ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

การศึกษาในตอนที่ 2 เป็นการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ของสมาชิก ประกอบด้วย สื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

ผลการศึกษาตามตาราง 3-4 พบว่า

สมาชิกได้อ่าน/ฟังข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ โดยในระดับน้อย (WMS. = 1.93, S.D. = 1.082) แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละช่องทาง พบว่าช่องทางที่สมาชิกได้อ่าน/ฟังในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด คือ สื่อเว็บไซต์ (WMS. = 2.87, S.D. = 1.363) รองลงมาคือ เอกสารข่าว (WMS. = 2.80, S.D. = 1.283) และสื่อบุคคล (WMS. = 2.64, S.D. = 1.313) ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ที่สมาชิกได้อ่าน/ฟังในระดับน้อย คือ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ (WMS. = 2.25, S.D. = 1.224) ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ (WMS. = 2.14, S.D. = 1.226) และ รายงานกิจการ (WMS. = 2.02, S.D. = 1.228) ตามลำดับ

สื่อบุคคล สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล ร้อยละ 84.0 และโดยเฉลี่ยแล้วสมาชิกรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล หรือได้อ่าน/ฟัง ในระดับปานกลาง (WMS. = 2.64, S.D. = 1.313) เมื่อพิจารณาความถี่ พบว่า สมาชิกที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล รับรู้ข้อมูลในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 23.5 รองลงมาคือ รับรู้ระดับปานกลาง ร้อยละ 20.3 รับรู้ระดับมาก ระดับน้อย และระดับมากที่สุด ร้อยละ 18.0, 15.3 และ 7.0 ตามลำดับ

เอกสารข่าว สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าว ร้อยละ 89.2 และโดยเฉลี่ยแล้วสมาชิกรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าว หรือได้อ่าน/ฟัง ในระดับปานกลาง (WMS. = 2.80, S.D. = 1.283) เมื่อพิจารณาความถี่ พบว่า สมาชิกที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าว รับรู้ข้อมูลในระดับมาก ร้อยละ 24.3 รองลงมาคือ รับรู้ระดับน้อยที่สุด และรับรู้ระดับปานกลางเท่ากัน ร้อยละ 19.3 รับรู้ระดับน้อย และระดับมากที่สุด ร้อยละ 19.0 และ 7.5

รายงานกิจการ สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ ร้อยละ 80.7 และโดยเฉลี่ยแล้วสมาชิกรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ หรือได้อ่าน/ฟัง ในระดับน้อย (WMS. = 2.02, S.D. = 1.228) เมื่อพิจารณาความถี่ พบว่า สมาชิกที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ รับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 42.0 รองลงมาคือ รับรู้ระดับปานกลาง ร้อยละ 14.3 รับรู้ระดับมาก รับรู้ระดับน้อย และรับรู้ระดับมากที่สุด ร้อยละ 11.3, 11.0 และ 2.3 ตามลำดับ

เว็บไซต์ สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ ร้อยละ 87.5 และโดยเฉลี่ยแล้ว สมาชิกรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ หรือได้อ่าน/ฟัง ในระดับปานกลาง ($WMS. = 2.87, S.D. = 1.363$) เมื่อพิจารณาความถี่ พบว่า สมาชิกที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ รับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับน้อย ร้อยละ 19.5 รองลงมาคือ รับรู้ระดับปานกลาง ร้อยละ 19.0 รับรู้ระดับน้อย ระดับมาก และระดับมากที่สุด ร้อยละ 18.3, 17.3 และ 13.5 ตามลำดับ

ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารจากข้อความทางโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 83.5 และโดยเฉลี่ยแล้วสมาชิกรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากข้อความทางโทรศัพท์มือถือ หรือได้อ่าน/ฟัง ในระดับน้อย ($WMS. = 2.14, S.D. = 1.226$) เมื่อพิจารณาความถี่ พบว่า สมาชิกที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากข้อความทางโทรศัพท์มือถือ รับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ รับรู้ระดับน้อย ร้อยละ 20.5 รับรู้ระดับปานกลาง ระดับมาก และ ระดับมากที่สุด ร้อยละ 13.0, 11.3 และ 3.8 ตามลำดับ

โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ สมาชิกได้รับข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ร้อยละ 41.5 และโดยเฉลี่ยแล้วสมาชิกรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อยต่อปี หรือได้อ่าน/ฟัง ในระดับน้อย ($WMS. = 2.25, S.D. = 1.224$) เมื่อพิจารณาความถี่ พบว่า สมาชิกที่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ รับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 15.8 รองลงมาคือ รับรู้ระดับน้อย ร้อยละ 9.3 รับรู้ระดับปานกลาง รับรู้ระดับมาก และ ระดับมากที่สุด ร้อยละ 8.3, 6.8 และ 1.5 ตามลำดับ

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์

ช่องทางการประชาสัมพันธ์	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
เอกสารข่าว	43	10.8	77	19.3	76	19.0	77	19.3	97	24.3	30	7.5
เว็บไซต์	50	12.5	73	18.3	78	19.5	76	19.0	69	17.3	54	13.5
สื่อบุคคล	64	16.0	94	23.5	61	15.3	81	20.3	72	18.0	28	7.0
ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ	66	16.5	140	35.0	82	20.5	52	13.0	45	11.3	15	3.8
รายงานกิจการ	77	19.3	168	42.0	44	11.0	57	14.3	45	11.3	9	2.3
โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ	234	58.5	63	15.8	37	9.3	33	8.3	27	6.8	6	1.5

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์

ช่องทางการประชาสัมพันธ์	WMS.	S.D.	ระดับการรับรู้
เว็บไซต์	2.87	1.363	ได้อ่าน/ฟังระดับปานกลาง
เอกสารข่าว	2.80	1.283	ได้อ่าน/ฟังระดับปานกลาง
สื่อบุคคล	2.64	1.313	ได้อ่าน/ฟังระดับปานกลาง
โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ	2.25	1.224	ได้อ่าน/ฟังระดับน้อย
ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ	2.14	1.226	ได้อ่าน/ฟังระดับน้อย
รายงานกิจการ	2.02	1.228	ได้อ่าน/ฟังระดับน้อย
การรับรู้รวม	1.93	1.082	ได้อ่าน/ฟังระดับน้อย

ตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

การศึกษาในตอนที่ 3 เป็นการศึกษาการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ของสมาชิก ประกอบด้วย การใช้ข้อมูล ด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบและ การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก)

ผลการศึกษาตามตาราง 5 - 6 พบว่า

ภาพรวมสมาชิกสหกรณ์มีการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ ในระดับปานกลาง (WMS. = 3.13, S.D. = 0.721) โดยสมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืนในระดับมาก (WMS. = 3.80, S.D. = 0.950) และมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด ส่วนด้านที่เหลือสมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านเงินกู้ (WMS. = 3.22, S.D. = 0.899) การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) (WMS. = 3.22, S.D. = 1.001) ด้านเงินฝาก (WMS. = 2.96, S.D. = 0.909) การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ (WMS. = 2.84, S.D. = 1.007) และการรับทุนสวัสดิการสมาชิก (WMS. = 2.75, S.D. = 1.012) ตามลำดับ

หากพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า

ด้านเงินฝาก สมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านเงินฝากแต่ละประเภทระดับปานกลาง ทุกประเภท โดยใช้ข้อมูลข่าวสารประเภทเงินฝากออมทรัพย์สูงสุด (WMS. = 3.15, S.D. = 0.972) รองลงมาคือ เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ (WMS. = 3.07, S.D. = 1.012) เงินฝากดอกเบี้ยสูงใจ (WMS. = 2.97, S.D. = 1.032) เงินฝากทวีทรัพย์ (WMS. = 2.93, S.D. = 1.028) เงินฝากประจำ (WMS. = 2.92, S.D. = 0.980) เงินฝากเกษียณเกษมสุข (WMS. = 2.92, S.D. = 1.021) และเงินฝากออมทรัพย์พิเศษสาขา (WMS. = 2.77, S.D. = 1.052) ตามลำดับ

ด้านเงินกู้ สมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านเงินกู้แต่ละประเภทระดับมากในเงินกู้สามัญในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด (WMS. = 3.55, S.D. = 1.018) รองลงมาคือ เงินกู้ฉุกเฉิน (WMS. = 3.52, S.D. = 1.014) สำหรับเงินกู้ประเภทอื่น ๆ สมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านเงินกู้ระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ดังนี้ เงินกู้พิเศษ (WMS. = 3.13, S.D. = 1.101) เงินกู้สามัญเพื่อคุณภาพชีวิต (WMS. = 3.01, S.D. = 1.071) และเงินกู้ปรับโครงสร้างหนี้ (WMS. = 2.87, S.D. = 1.075) ตามลำดับ

การรับทุนสวัสดิการสมาชิก สมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิกระดับปานกลางทุกประเภทของสวัสดิการ เรียงตามลำดับ ดังนี้ สวัสดิการสมาชิกเมื่อถึงแก่กรรม (WMS. = 2.85, S.D. = 1.104) สวัสดิการส่งเสริมการศึกษานูตของสมาชิก (WMS. = 2.79, S.D. = 1.078) สวัสดิการเมื่อสมาชิกประสบภัยพิบัติ (WMS. = 2.73, S.D. = 1.090) สวัสดิการสมาชิกเมื่อบาดเจ็บ (WMS. = 2.69, S.D. = 1.047) และสวัสดิการเมื่อปีความรดาของสมาชิกเสียชีวิต (WMS. = 2.69, S.D. = 1.100) ตามลำดับ

การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน สมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลด้านการรับเงินปันผลตามหุ้น (WMS. = 3.86, S.D. = 0.962) และการรับเงินเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกที่กู้เงิน (WMS. = 3.75, S.D. = 1.009)

การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ สมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบระดับปานกลางทุกเรื่อง เรียงลำดับดังนี้ ให้บุคคลในครอบครัวสมัครเป็นสมาชิกสมทบ (WMS. = 2.73, S.D. = 1.061) ได้ออมเงินผลคอบแทนสูง (WMS. = 2.89, S.D. = 1.066) และมีสิทธิกู้เงินจากสหกรณ์ (WMS. = 2.89, S.D. = 1.115) ตามลำดับ

การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) สมาชิกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) ระดับปานกลางทุกเรื่อง เรียงลำดับดังนี้การสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้แทนสมาชิก (WMS. = 3.25, S.D. = 1.055) ทราบถึงอำนาจหน้าที่ของที่

ประชุมใหญ่ (WMS. = 3.21, S.D. = 1.025) และการสมัครรับเลือกตั้งเป็นกรรมการดำเนินการ (WMS. = 3.21, S.D. = 1.026) ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิก จากสื่อประชาสัมพันธ์

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	WMS.	S.D.	แปลผล
ด้านเงินฝาก	2.96	0.909	ปานกลาง
เงินฝากออมทรัพย์	3.15	0.972	ปานกลาง
เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ	3.07	1.012	ปานกลาง
เงินฝากประจำ	2.92	0.980	ปานกลาง
เงินฝากเกษียณเกษมสุข	2.92	1.021	ปานกลาง
เงินฝากดอกเบี้ยสูงใจ	2.97	1.032	ปานกลาง
เงินฝากทวีทรัพย์	2.93	1.028	ปานกลาง
เงินฝากออมทรัพย์พิเศษสาขา	2.77	1.052	ปานกลาง
ด้านเงินกู้	3.22	0.899	ปานกลาง
เงินกู้ฉุกเฉิน	3.52	1.014	มาก
เงินกู้สามัญ	3.55	1.018	มาก
เงินกู้สามัญเพื่อคุณภาพชีวิต	3.01	1.071	ปานกลาง
เงินกู้ปรับโครงสร้างหนี้	2.87	1.075	ปานกลาง
เงินกู้พิเศษ	3.13	1.101	ปานกลาง
การรับทุนสวัสดิการสมาชิก	2.75	1.012	ปานกลาง
สวัสดิการสมาชิกเมื่อถึงแก่กรรม	2.85	1.104	ปานกลาง
สวัสดิการสมาชิกเมื่อขาดเจ็บ	2.69	1.047	ปานกลาง
สวัสดิการเมื่อมีความรดาของสมาชิกเสียชีวิต	2.69	1.100	ปานกลาง
สวัสดิการเมื่อสมาชิกประสบภัยพิบัติ	2.73	1.090	ปานกลาง
สวัสดิการส่งเสริมการศึกษานุกรของสมาชิก	2.79	1.078	ปานกลาง
การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน	3.80	0.950	มาก
การรับเงินปันผลตามหุ้น	3.86	0.962	มาก
การรับเงินเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกที่กู้เงิน	3.75	1.009	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	WMS.	S.D.	แปลผล
การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ	2.84	1.007	ปานกลาง
ให้บุคคลในครอบครัวสมัครเป็นสมาชิกสมทบ	2.73	1.061	ปานกลาง
ได้ออมเงินผลตอบแทนสูง	2.89	1.066	ปานกลาง
มีสิทธิกู้เงินจากสหกรณ์	2.89	1.115	ปานกลาง
การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ(สมาชิก)	3.22	1.001	ปานกลาง
การสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้แทนสมาชิก	3.25	1.055	ปานกลาง
การสมัครรับเลือกตั้งเป็นกรรมการดำเนินการ	3.21	1.026	ปานกลาง
ทราบถึงอำนาจหน้าที่ของที่ประชุมใหญ่	3.21	1.025	ปานกลาง
ระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารรวม	3.13	0.721	ปานกลาง

หมายเหตุ คูตารางภาคผนวก 1 ประกอบ

ตาราง 6 สรุปค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	WMS.	S.D.	ระดับการใช้ข้อมูล
ด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน	3.80	0.950	มาก
ด้านเงินทุน	3.22	0.899	ปานกลาง
ด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก)	3.22	1.001	ปานกลาง
ด้านเงินฝาก	2.96	0.909	ปานกลาง
ด้านการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ	2.84	1.007	ปานกลาง
ด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก	2.75	1.012	ปานกลาง
ระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารรวม	3.13	0.721	ปานกลาง

**ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสาร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสาร
ของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์**

**ปัจจัยด้านสังคมของสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อ
ประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์**

กำหนดสมมติฐาน ดังนี้

**ปัจจัยด้านสังคมของสมาชิกมีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจาก
สื่อต่าง ๆ**

โดยตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก
และการใช้บริการเงินฝากและเงินกู้กับสหกรณ์

ตัวแปรตาม คือ ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ ได้แก่ สื่อบุคคล เอกสารข่าว
รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

จากตาราง 7 พบว่า

ปัจจัยด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่
สื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์ตอบรับ
อัตโนมัติ ของเพศหญิงและเพศชายไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสมาชิกที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี
ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการระดับน้อยที่สุด ในขณะที่สมาชิกที่มีอายุไม่เกิน
20 ปี ได้รับข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการระดับมาก และสมาชิกที่มีอายุ 21-30 ปี ได้รับข้อมูล
ข่าวสารจากรายงานกิจการระดับปานกลาง ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า อายุแตกต่างกัน ทำให้ระดับการ
รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อแตกต่างกัน

ส่วนสื่ออื่น ๆ พบว่า ปัจจัยด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่า การรับรู้ข้อมูล
ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อความทาง
โทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ของแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการระดับรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมาชิกที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการระดับน้อยที่สุดถึงปานกลาง ในขณะที่สมาชิกที่มีการศึกษาในระดับอื่น ๆ ที่เหลือ คือ ประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการแตกต่างกัน

สมาชิกที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อยที่สุดถึงน้อย ในขณะที่สมาชิกที่มีการศึกษาในระดับอื่น ๆ ที่เหลือ คือ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโท ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ แตกต่างกัน

ส่วนสื่ออื่น ๆ พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล เอกสารข่าว เว็บไซต์ และ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ ของแต่ละกลุ่มการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านตำแหน่ง มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล เอกสารข่าว และรายงานกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมาชิกที่มีตำแหน่งบริการระดับ 1-3 รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล ระดับน้อยที่สุดถึงปานกลาง สมาชิกที่มีตำแหน่งพนักงานระดับ 1-3 รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล ระดับน้อยที่สุดถึงมาก สมาชิกที่มีตำแหน่งพนักงานระดับ 4-7 และ ระดับ 10 ขึ้นไป ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล ระดับปานกลาง และพนักงานระดับ 8-9 ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล ระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า ตำแหน่งแตกต่างกัน ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลแตกต่างกัน

สมาชิกที่มีตำแหน่งบริการระดับ 1-3 และพนักงานระดับ 4-7 รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเอกสารข่าว ระดับปานกลาง สมาชิกที่มีตำแหน่งพนักงานระดับ 1-3 และ ระดับ 10 ขึ้นไป รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าว ระดับมาก สมาชิกที่มีตำแหน่งพนักงานระดับ 8-9 ได้รับข้อมูล

ข่าวสารจากเอกสารข่าว ระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า ตำแหน่งแตกต่างกัน ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวแตกต่างกัน

สมาชิกที่มีตำแหน่งบริการระดับ 1-3 และพนักงานระดับ 1-3 รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ ระดับปานกลาง ส่วนสมาชิกที่เหลือที่มีตำแหน่งพนักงานระดับ 4-7, 8-9 และ ระดับ 10 ขึ้นไป รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าว ระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า ตำแหน่งแตกต่างกัน ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการแตกต่างกัน

ส่วนสื่ออื่น ๆ พบว่า ปัจจัยด้านตำแหน่งไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ของแต่ละกลุ่มตำแหน่งไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านระยะเวลาที่เป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมาชิกที่เป็นสมาชิก 1-5 ปี รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ ระดับปานกลาง ส่วนสมาชิกที่เหลืออื่น ๆ ได้แก่ สมาชิกที่เป็นสมาชิมาแล้ว 6-10 ปี 11-15 ปี 16-20 ปี และ 26 ปีขึ้นไป รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ ระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกแตกต่างกัน ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการแตกต่างกัน

ส่วนสื่ออื่น ๆ พบว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล เอกสารข่าว เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ของแต่ละกลุ่มเวลาเป็นสมาชิกไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ และเว็บไซต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมาชิกที่ใช้บริการเงินฝากอย่างเคียว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ ระดับน้อยที่สุด และ ระดับมาก สมาชิกที่ใช้บริการเงินกู้อย่างเคียว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ ระดับน้อย ส่วนสมาชิกที่เหลืออื่น ๆ ได้แก่ สมาชิกที่ใช้บริการเงินกู้และเงินฝาก รวมทั้งสมาชิกที่ไม่ใช้บริการเงินกู้และเงินฝาก รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ ระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า การใช้บริการแตกต่างกัน ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการแตกต่างกัน

สมาชิกที่ใช้บริการเงินฝากอย่างเดียว และใช้บริการทั้งเงินกู้และเงินฝาก รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเว็บไซต์ ระดับปานกลาง สมาชิกที่ใช้บริการเงินกู้อย่างเดียว รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเว็บไซต์ ระดับน้อย และสมาชิกที่ไม่ใช้บริการเงินกู้และเงินฝาก รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเว็บไซต์ ระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น จึงกล่าวได้ว่า การใช้บริการแตกต่างกัน ทำให้ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์แตกต่างกัน

ตาราง 7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมของสมาชิกกับการระดับรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	เพศ Sig.	อายุ Sig.	ระดับการศึกษา Sig.	ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก Sig.	ตำแหน่ง Sig.	การใช้บริการ Sig.
สื่อบุคคล	0.324	0.748	0.666	0.403	0.044*	0.165
เอกสารข่าว	0.856	0.161	0.066	0.162	0.010*	0.491
รายงานกิจการ	0.615	0.000*	0.036*	0.003*	0.000*	0.001*
เว็บไซต์	0.536	0.081	0.073	0.122	0.180	0.001*
ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ	0.103	0.574	0.371	0.423	0.209	0.484
โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ	0.619	0.787	0.013*	0.208	0.146	0.554

หมายเหตุ $\alpha = 0.05$, * $P < 0.05$

ดูตารางภาคผนวก 2 – 7 ประกอบ

ปัจจัยด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคาร

กำหนดสมมติฐาน ดังนี้

ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

โดยตัวแปรต้น คือ ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

จากตาราง 8 พบว่า

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสาร

กิจกรรม (สมาชิก) ของสมาชิกแตกต่างกัน

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย ระดับปานกลาง

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย ระดับปานกลาง

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าว มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูล

เพิ่มการระดมทุนจากรัฐบาลท้องถิ่นเป็นเงินฝาก เงินกู้ การระดมทุนส่วนตัว การบริจาค การรับเงิน

ปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) ของสมาชิกแตกต่างกัน

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากสื่อเอกสารข่าว ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย ระดับปานกลาง และระดับมากที่สุด ใช้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในด้านเงินฝาก และด้านเงินกู้ ในระดับปานกลาง สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากสื่อเอกสารข่าว ระดับมาก ใช้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในด้านเงินฝาก และด้านเงินกู้ ในระดับมาก

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากสื่อเอกสารข่าว ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย และระดับปานกลาง ใช้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ(สมาชิก) การใช้ข้อมูลข่าวสารของสทส. ในระดับปานกลาง ส่วนสมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากเอกสารข่าว ระดับมาก และระดับมากที่สุด ใช้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ(สมาชิก) การใช้ข้อมูลข่าวสารของ สทส. ในระดับมาก

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากสื่อเอกสารข่าว ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย และระดับมาก ใช้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ในระดับมาก ส่วนสมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากเอกสารข่าว ระดับปานกลาง ใช้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ในระดับปานกลาง และสมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากเอกสารข่าว ระดับมากที่สุด ใช้ข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ในระดับมากที่สุด

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากรายงานกิจการ มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน และการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่าระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ ทำให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน และการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบของสมาชิกแตกต่างกัน

แต่ระดับการรับรู้ข้อมูลจากรายงานกิจการ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารในด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) และการใช้ข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ ทำให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อในด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) และการใช้ข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวมของสมาชิกไม่แตกต่างกัน

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์ มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสาร
ในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้
บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก)
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อเว็บไซต์ ทำให้
มีการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงิน
ปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็น
เจ้าของกิจการ (สมาชิก) ของสมาชิกแตกต่างกัน

แต่ระดับการรับรู้ข้อมูลจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารในด้านการรับเงินปันผล/เงินเจดีย์คืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรืออาจกล่าวได้ว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ทำให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อในการรับเงินปันผล/เงินเจดีย์คืนของสมาชิกไม่แตกต่างกัน

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อยที่สุด และ ระดับน้อย ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านเงินฝาก ในระดับปานกลาง ส่วนสมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับปานกลาง และ ระดับมาก ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านเงินฝาก ในระดับมาก สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับมากที่สุด ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านเงินฝาก ในระดับน้อย และระดับมาก

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อยที่สุด ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านเงินกู้ ในระดับปานกลาง ส่วนสมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อย ระดับปานกลาง และ ระดับมาก ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านเงินกู้ ในระดับมากที่สุด สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับมากที่สุด ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านเงินกู้ ในระดับมากที่สุด

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย และระดับปานกลาง ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก ในระดับปานกลาง ส่วนสมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับมาก ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก ในระดับมาก สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับมากที่สุด ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก ในระดับปานกลาง และระดับมาก

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อยที่สุด ระดับน้อย และระดับปานกลาง ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านการให้บุคคลใน ครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ ในระดับปานกลาง ส่วนสมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับมาก ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านการให้บุคคลใน ครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ ในระดับมาก และระดับมากที่สุด สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับมาก

สมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับน้อยที่สุด และระดับน้อย ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) และด้านการใช้ข้อมูลข่าวสารของสภส. โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ส่วนสมาชิกที่รับรู้ข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ระดับปานกลาง ระดับมาก และระดับมากที่สุด ใช้ข้อมูลข่าวสารจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ในด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) และด้านการใช้ข้อมูลข่าวสารของสภส. โดยภาพรวมในระดับมาก

ตาราง 8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ กับระดับการใช้ข้อมูลจากสื่อประชาสัมพันธ์

ระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	สื่อบุคคล เอกสารข่าว	รายงานกิจการ	เว็บไซต์	ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ	โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ
	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
ด้านเงินฝาก	0.026*	0.020*	0.026*	0.000*	0.001*
ด้านเงินกู้	0.000*	0.000*	0.001*	0.000*	0.000*
การรับทุนสวัสดิการสมาชิก	0.000*	0.000*	0.010*	0.000*	0.001*
การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน	0.038*	0.000*	0.001*	0.000*	0.082
การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ	0.000*	0.000*	0.002*	0.000*	0.000*
การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก)	0.001*	0.000*	0.326	0.000*	0.011*
	0.000*	0.000*	0.097	0.000*	0.006*

หมายเหตุ $\alpha = 0.05$, * $P < 0.05$

ดูตารางภาคผนวก 8 – 13 ประกอบ

**ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกในการพัฒนา
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์**

**ปัญหา และอุปสรรค ของสมาชิกสหกรณ์ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของ
สมาชิก สกส.**

จากตาราง 9 พบว่า

สมาชิกแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรค ดังนี้

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์

1. ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของ สกส. มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับสมาชิกส่วนใหญ่ไม่เพียงพอ โดยเอกสารข่าวที่ส่งถึงสมาชิก เช่น แผ่นพับ การส่งข้อความทางมือถือ มีน้อยเกินไป ทำให้สมาชิกมักได้รับข่าวสารล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน

2. การสร้างความต่อเนื่องในการให้ข้อมูลข่าวสารมีน้อย ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ไม่ดึงดูดความสนใจ และจำนวนสื่อมีน้อยมาก ไม่ทั่วถึงกับสมาชิกทุกคน

ด้านเครื่องมือ และระบบ

เครื่องคอมพิวเตอร์มีจำนวนจำกัด และความล่าช้าในการเปิดใช้ web ในระบบ Intranet และการใช้งานในส่วนของระบบ ICOOP (ระบบฐานข้อมูลของสหกรณ์) ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน

ด้านสมาชิก สกส.

1. สมาชิกมีงานประจำมาก ไม่ค่อยอ่านเอกสารข่าวที่ สกส. ส่งให้ส่วนงานและไม่ค่อยให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารอื่นที่อยู่นอกเหนือความสนใจของตัวเอง และสมาชิกบางคนใช้ web ไม่เป็น และไม่รู้จักการใช้ สกส. Phone (โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ)

2. สมาชิกไม่ได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สมาชิกบางคนใช้ web ไม่เป็น และหากยังไม่ทำธุรกรรมสมาชิกจะไม่สนใจข่าวสารของ สกส.

3. สกส. มีช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง แต่สมาชิกหากไม่ต้องการใช้บริการจาก สกส. มักจะไม่เข้าหาสื่อประชาสัมพันธ์ของ สกส. ทำให้การรับรู้ข่าวสารในช่องทางต่างๆ มีการใช้บริการน้อย

4. สมาชิกให้ความสนใจเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ถ้าต้องการกู้เงินก็จะศึกษาหลักเกณฑ์ในการให้กู้ของ สกส. ในช่วงเวลานั้น

ตาราง 9 ปัญหา และอุปสรรค ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก สกส.

ปัญหา อุปสรรค
ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ - ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ โดยเอกสารข่าวที่ส่งถึงสมาชิก เช่น แผ่นพับ การส่งข้อความทางมือถือ มีน้อยเกินไป ทำให้สมาชิกมักได้รับข่าวสารล่าช้าหรือไม่ครบถ้วน - การสร้างความต่อเนื่องในการให้ข้อมูลข่าวสารมีน้อย ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป - กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ไม่ดึงดูดความสนใจ และจำนวนสื่อมีน้อยมาก ไม่ทั่วถึงกับสมาชิกทุกคน ด้านเครื่องมือและระบบ - เครื่องคอมพิวเตอร์มีจำนวนจำกัด และความล่าช้าในการเปิดใช้ web ในระบบ Intranet และการใช้งานในส่วน of ระบบ ICOOP (ระบบฐานข้อมูลของสหกรณ์) ข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน ด้านสมาชิก สกส. - สมาชิกมีงานประจำมาก ไม่ค่อยอ่านเอกสารข่าวที่ สกส. ส่งให้ ส่วนงานและไม่ค่อยให้ความสนใจข้อมูลข่าวสารอื่นที่อยู่นอกเหนือความสนใจของตัวเอง และสมาชิกบางคนใช้ web site ไม่เป็น และไม่รู้วิธีการใช้ สกส. Phone - สมาชิกไม่ได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สมาชิกบางคนใช้ web site ไม่เป็น และหากยังไม่ทำธุรกรรมสมาชิกจะไม่สนใจข่าวสารของ สกส. - สกส. มีช่องทางการสื่อสารหลายช่องทาง แต่สมาชิกหากไม่ต้องการให้บริการจาก สกส. มักจะไม่เข้าหาสื่อประชาสัมพันธ์ของ สกส. ทำให้การรับรู้ข่าวสารในช่องทางต่างๆ มีการให้บริการน้อย - สมาชิกให้ความสนใจเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ถ้าต้องการกู้เงินก็จะศึกษาหลักเกณฑ์ในการให้กู้ของ สกส. ในช่วงเวลานั้น

ข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ในการพัฒนาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก สกส.

สมาชิกแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ดังนี้ (ตาราง 10)

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์

สกส. ควรให้ข่าวสารด้านการส่งข้อความทางมือถือมากขึ้น ทั้งในเรื่องผลประกอบการรายปี เงินปันผล อัตราดอกเบี้ยทุกครั้งที่เปลี่ยนแปลง ทั้งด้านเงินกู้และด้านเงินฝาก โดยนำเสนอข่าวสารในหลายๆ ด้าน และควรเพิ่มการส่งเอกสารข่าวให้ส่วนงาน 1 ชุด ต่อ 1 ส่วนงาน

ด้านเครื่องมือและระบบ

1. สกต. ควรมี website ในระบบ Internet เพื่อให้สมาชิกติดตามข้อมูลได้
2. ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบการแก้ไขระบบ ICOOP (ระบบฐานข้อมูลของสหกรณ์) ให้เป็นปัจจุบัน

ด้านสมาชิก สกต.

1. ควรให้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านข้อความทางมือถือของสมาชิก
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์ สกต. ผ่านสื่อจุลสารของ ธ.ก.ส. ด้วย
3. ควรมีสายตรงตอบปัญหาโดยเฉพาะ และพนักงานสกต. ควรมีความตั้งใจในการตอบคำถามและพุดจาให้ไพเราะ
4. ควรจัดทำเอกสารเป็นรูปเล่มทุกสัปดาห์ เพื่อให้สมาชิกสามารถอ่านได้ในเวลาว่าง
5. ควรมีโปสเตอร์ แผ่นพับ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อีกช่องทางหนึ่ง
6. ควรส่งข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกทาง E-mail
7. ควรแนะนำวิธีการใช้สื่อ IT ทาง web site ทำให้ใช้งานง่าย
8. ควรเพิ่มช่องทางในการสื่อสารใหม่ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มสมาชิก และสร้างกระแสการรับรู้ในผลิตภัณฑ์หรือเรื่องราวต่างๆ ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ตาราง 10 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก สกต.

ข้อเสนอแนะ

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์

- สกต. ควรให้ข่าวสารด้านการส่งข้อความทางมือถือมากขึ้น ทั้งในเรื่องผลประกอบการรายปี เงินปันผล อัตราดอกเบี้ยทุกครั้งที่เปลี่ยนแปลง ทั้งด้านเงินกู้และด้านเงินฝาก โดยนำเสนอข่าวสารในหลายๆ ด้าน และควรเพิ่มการส่งเอกสารข่าวให้ส่วนงาน 1 ชุด ต่อ 1 ส่วนงาน

ด้านเครื่องมือและระบบ

- ควรมี website ในระบบ Internet เพื่อให้สมาชิกติดตามข้อมูลได้
- ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบการแก้ไขระบบ ICOOP (ระบบฐานข้อมูลของสหกรณ์) ให้เป็นปัจจุบัน

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ

ด้านสมาชิก สกส.

- ควรให้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านข้อความทางมือถือของสมาชิก
- ควรมีการประชาสัมพันธ์ สกส. ผ่านสื่อจุลสารของ ร.ก.ส. ด้วย
- ควรมีสายตรงตอบปัญหาโดยเฉพาะ และพนักงานสกส. ควรมีความตั้งใจในการตอบคำถามและพูดคุยให้ไพเราะ
- ควรจัดทำเอกสารเป็นรูปเล่มทุกสัปดาห์ เพื่อให้สมาชิกสามารถอ่านได้ในเวลาว่าง
- ควรมีโปสเตอร์ แผ่นพับ เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์อีกช่องทางหนึ่ง
- ควรส่งข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกทาง E-mail ให้บ่อยขึ้น
- ควรแนะนำวิธีการใช้สื่อ IT ทาง web site ทำให้ใช้งานง่าย
- ควรเพิ่มช่องทางในการสื่อสารใหม่ๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มสมาชิก และสร้างกระแสการรับรู้ในผลิตภัณฑ์หรือเรื่องราวต่างๆ ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิกสหกรณ์ ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด

สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสังคมของสมาชิก

ข้อมูลทางด้านสังคมของสมาชิก พบว่า สมาชิกเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 42.65 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 69.3 เป็นสมาชิกสหกรณ์มาแล้วเฉลี่ย 15.08 ปี ทำงานในตำแหน่งพนักงานระดับ 4-7 มากที่สุด ร้อยละ 36.8 นอกจากนี้ สมาชิกใช้บริการเงินกู้กับสหกรณ์เพียงอย่างเดียว มากที่สุด ร้อยละ 40.5 สำหรับสมาชิกที่ใช้บริการเงินฝากกับสหกรณ์ใช้บริการเงินฝากประเภทเงินฝากออมทรัพย์มากที่สุด ร้อยละ 33.0 ส่วนการให้บริการเงินกู้ สมาชิกสหกรณ์ใช้บริการเงินกู้สามัญมากที่สุด ร้อยละ 58.3

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

โดยภาพรวม พบว่า สมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่ได้อ่าน/ฟังข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ โดยภาพรวมในระดับน้อย (WMS. = 1.93, S.D. = 1.082) เมื่อพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่า เว็บไซต์เป็นสื่อที่สมาชิกรับรู้ข้อมูลมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ เนื่องจากมีค่าคะแนนเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักสูงสุด แต่สมาชิกได้อ่าน/ฟังข้อมูลในระดับปานกลาง (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) ส่วนสื่ออื่น ๆ สมาชิกได้อ่าน/ฟังในระดับน้อย ได้แก่ โทรทัศน์ ครอบรับอัดโนมัติ (WMS. = 2.25, S.D. = 1.224) ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ (WMS. = 2.14, S.D. = 1.226) และรายงานกิจการ (WMS. = 2.02, S.D. = 1.228) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาการรับรู้ข้อมูลในแต่ละสื่อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่สมาชิก ร้อยละ 89.2 ได้รับ คือ เอกสารข่าว (โดยสมาชิกได้รับข้อมูลระดับมาก หรือ 10-12 ครั้งต่อปี) รองลงมา คือ เว็บไซต์ ร้อยละ 87.5 (โดยสมาชิกได้รับข้อมูลระดับน้อย หรือ 4-6 ครั้งต่อปี) สื่อ บุคคล ร้อยละ 84.0 (โดยสมาชิกได้รับข้อมูลระดับน้อยที่สุด หรือ 1-3 ครั้งต่อปี) ข้อความทาง โทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 83.5 (โดยสมาชิกได้รับข้อมูลระดับน้อยที่สุด หรือ 1-3 ครั้งต่อปี) รายงาน กิจกรรม (โดยสมาชิกได้รับข้อมูลระดับน้อยที่สุด หรือ 1-3 ครั้งต่อปี) ร้อยละ 80.7 และ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก ร้อยละ 41.5 (โดยสมาชิกได้รับข้อมูลระดับน้อยที่สุด หรือ 1-3 ครั้งต่อปี)

ตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

โดยภาพรวมสมาชิกสหกรณ์มีการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ ในระดับปานกลาง (WMS. = 3.13, S.D. = 0.721) โดยสมาชิกใช้สื่อเพื่อฟัง/อ่านข้อมูลเกี่ยวกับการรับเงินปันผล/เงิน เติบโตขึ้นในระดับมากเป็นอันดับแรก (WMS. = 3.80, S.D. = 0.950) โดยเฉพาะเรื่องการรับเงิน ปันผลตามหุ้น ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับมาก (WMS. = 3.86, S.D. = 0.962)

ส่วนด้านอื่น ๆ สมาชิกใช้สื่อเพื่อฟัง/อ่านข้อมูลต่าง ๆ ในระดับปานกลาง เรียง ตามลำดับ ดังนี้

1. ด้านเงินกู้ (WMS. = 3.22, S.D. = 0.899) โดยเฉพาะเรื่องเงินกู้ฉุกเฉิน ซึ่ง สมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับมาก (WMS. = 3.52, S.D. = 1.014)
2. ด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) (WMS. = 3.22, S.D. = 1.001) โดยเฉพาะเรื่องการสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้แทนสมาชิก ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับ ปานกลาง (WMS. = 3.25, S.D. = 1.055)
3. ด้านเงินฝาก (WMS. = 2.96, S.D. = 0.909) โดยเฉพาะเรื่องเงินฝากออมทรัพย์ ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง (WMS. = 3.15, S.D. = 0.972)
4. ด้านการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสหภาพ (WMS. = 2.84, S.D. = 1.007) โดยเฉพาะเรื่องให้บุคคลในครอบครัวสมัครเป็นสมาชิกสหภาพ ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ใน ระดับปานกลาง (WMS. = 2.73, S.D. = 1.061)
5. ด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก (WMS. = 2.75, S.D. = 1.012) โดยเฉพาะ เรื่องสวัสดิการสมาชิกเมื่อถึงแก่กรรม ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง (WMS. = 2.85, S.D. = 1.104)

จากข้อมูลข้างต้นหากพิจารณาเรื่องที่สมาชิกใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์จะพบว่า สมาชิกใช้ประโยชน์ระดับมากในเรื่องการรับเงินปันผลตามหุ้น รองลงมาคือ การรับเงินเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกที่กู้เงิน เงินกู้สามัญ และเงินกู้ฉุกเฉิน ส่วนเรื่องอื่น ๆ ที่เหลือ สมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง โดยเรื่องที่สมาชิกใช้ประโยชน์เป็นอันดับสุดท้ายคือ สถิติการเมื่อปีค่ามราคาของสมาชิกเสียชีวิต รองลงมาคือ สถิติการสมาชิกเมื่อขาดเจ็บ และ ให้นักกลในครอบครัวสมัครเป็นสมาชิกสมทบ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์

ปัจจัยด้านสังคมของสมาชิกที่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์

ปัจจัยด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยด้านระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อรายงานกิจการ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยด้านตำแหน่ง มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลเอกสารข่าว และรายงานกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยด้านระยะเวลาที่เป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยด้านการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากรายงานกิจการ และเว็บไซต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากข้อมูลข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า สมาชิกที่มีอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และการให้บริการที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แตกต่างกัน ยกเว้นความแตกต่างด้านเพศ ซึ่งพบว่า สมาชิกที่เป็นเพศหญิงมีระดับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ไม่แตกต่างจากสมาชิกที่เป็นเพศชาย

ปัจจัยด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับระดับการให้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับระดับการให้ข้อมูลข่าวสารในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าว มีความสัมพันธ์กับระดับการให้ข้อมูลข่าวสารในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากรายงานกิจการ มีความสัมพันธ์กับระดับการให้ข้อมูลข่าวสารในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน และการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์ มีความสัมพันธ์กับระดับการให้ข้อมูลข่าวสารในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากข้อความทางโทรศัพท์มือถือ มีความสัมพันธ์กับระดับการให้ข้อมูลข่าวสารในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) และการให้ข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ระดับการรับรู้ข้อมูลจากโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์กับระดับการให้ข้อมูลข่าวสารในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ(สมาชิก) และการให้ข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากข้อมูลข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า โดยภาพรวมสมาชิกที่มีระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล เอกสารข่าว เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ แตกต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นสื่อประเภทรายงานกิจการ พบว่า ระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน มีระดับการให้ข้อมูลในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน การให้บุคคล

ในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แต่เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่า สมาชิกที่มีระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล เอกสารข่าว และเว็บไซต์ แตกต่างกัน มีระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก ด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ด้านการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนสื่อประเภทรายงานกิจการพบว่า ระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ในเกือบทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นการใช้ประโยชน์ในด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) ซึ่งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สื่อประเภทข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ พบว่า ระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ในเกือบทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นการใช้ประโยชน์ในด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ซึ่งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของสมาชิกสหกรณ์ในการพัฒนาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก สกส.

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์

ปัญหา อุปสรรค ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ลำบาก ไม่ทันสมัย และไม่ต่อเนื่อง และรูปแบบหรือช่องทางของสื่อประชาสัมพันธ์มีน้อย ขาดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่สร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิก อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงสมาชิกทุกคน ดังนั้น สหกรณ์ควรมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และต่อเนื่อง โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว เข้าถึงสมาชิกทุกระดับ โดยเฉพาะอย่างการส่งข้อความผ่านมือถือให้มากขึ้น รวมทั้งการเพิ่มการส่งเอกสารข่าวให้ส่วนงาน 1 ชุด ต่อ 1 ส่วนงาน

ด้านเครื่องมือ และระบบ

ปัญหา อุปสรรค คือ เครื่องคอมพิวเตอร์มีน้อย ไม่เพียงพอในการใช้งาน รวมทั้งระบบ Internet มีความล่าช้า ข้อมูลของระบบ ICOOP ไม่ทันสมัย ดังนั้น สหกรณ์ควรมี website

ในระบบ Internet เพื่อให้สมาชิกติดตามข้อมูลได้ และพัฒนาปรับปรุงระบบ ICOOP ให้ทันสมัย อยู่เสมอ

ด้านสมาชิก สกส.

ปัญหา อุปสรรค คือ สมาชิกไม่ค่อยให้ความสนใจข้อมูลข่าวสาร บางคนใช้ web ไม่เป็น และไม่รู้จักการใช้ สกส. Phone รวมทั้งจะหาข้อมูลก็ต่อเมื่อต้องการใช้บริการกับสหกรณ์ เท่านั้น ดังนั้น สหกรณ์ควร ดำเนินนโยบายการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเน้นการส่งข้อความผ่านทางมือถือ หรือ E-mail ของสมาชิกให้มากขึ้น รวมทั้งจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของเอกสาร หรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อจุลสารของ ธ.ก.ส. มีสายตรงตอบปัญหา โดยเฉพาะ และจัดทำ web page แนะนำวิธีการใช้สื่อ IT ทาง web site เพื่อให้ใช้งานง่าย

อภิปรายผล

สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายแขนง คือ สื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ แต่ยังประสบกับปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังสมาชิก ส่งผลให้เจ้าหน้าที่สหกรณ์ต้องตอบข้อซักถามจากสมาชิก ในเรื่องที่สหกรณ์ได้เผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางสื่อของสหกรณ์เฉลี่ยวันละ 50 รายต่อวัน และมีจำนวนคำถามต่อคนเฉลี่ยมากกว่า 1 รายการ ซึ่งต้องใช้เวลาในการตอบคำถามทางโทรศัพท์เฉลี่ยรายละ 5 นาที รวมทั้งส่งผลต่อระดับความพึงพอใจต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ ซึ่งนับเป็นปัญหาที่สำคัญของสหกรณ์ในการบริหารจัดการ ฉะนั้น การที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพตามเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ในการที่จะให้สมาชิกมีการใช้ประโยชน์จากข้อมูลประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ ของสหกรณ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจการรับรู้ และการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด รวมทั้งเข้าใจปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูล รวมทั้งเข้าใจว่าสื่อตัวใดที่มีความสัมพันธ์ต่อการนำข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ เพื่อจะได้นำผลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงงานสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสมาชิกมากขึ้น ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า

1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ

สมาชิกสหกรณ์ได้อ่าน/ฟังข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสื่อต่าง ๆ (ประกอบด้วย สื่อบุคคล เอกสารข่าว รายงานกิจการ เว็บไซต์ ข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ และโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ) โดยภาพรวมในระดับน้อย โดยเอกสารข่าวเป็นสื่อที่สมาชิกส่วนใหญ่ได้รับมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ แต่ได้รับข้อมูลจากเอกสารข่าวในระดับปานกลาง (หรือประมาณ 7-9 ครั้งต่อปี) รองลงมา คือ เว็บไซต์ และสื่อบุคคล ส่วนสื่ออื่น ๆ (โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และรายงานกิจการ) สมาชิกได้รับข้อมูลจากเอกสารข่าวในระดับน้อย (หรือประมาณ 4-6 ครั้งต่อปี) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทนา ศรีสุข (2545: (3)-(4)) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า นักศึกษาเปิดรับสื่อจากประกาศทั่วไปเป็นอันดับหนึ่ง (ในขณะที่สื่อในลักษณะเดียวกันของการศึกษาคั้งนี้ซึ่งก็คือ เอกสารข่าว เป็นสื่อที่สมาชิกได้รับเป็นอันดับหนึ่งเช่นกัน) แต่ผลการศึกษายังขัดแย้งกับผล สุภาพร เชนกระจำจ (2544: ข) ได้ศึกษาระดับการรับรู้คุณค่าและยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา ซึ่งผลการศึกษาด้านการรับรู้พบว่า ระดับการรับรู้วัตกรรมการและเทคโนโลยีการศึกษาของครูโรงเรียนเอกชน จังหวัดชลบุรี รวมทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังขัดแย้งกับ อำนวย วัฒนกุล (2550: (1)-(2)) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กรณีศึกษา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยเปิดรับสื่อวิทยุเสียงตามสายมากที่สุด (และมีการรับสารในระดับสูง) รองลงมาคือ วารสาร AirportThai (และมีการรับสารในระดับสูง) ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด (และมีการรับสารในระดับปานกลาง)

2. ด้านการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ

สมาชิกสหกรณ์มีการใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อโดยภาพรวมในระดับปานกลาง โดยใช้สื่อเพื่อฟัง/อ่านข้อมูลเกี่ยวกับการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืนในระดับมากเป็นอันดับแรก (โดยเฉพาะเรื่องการรับเงินปันผลตามหุ้น ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับมาก) ส่วนด้านอื่น ๆ สมาชิกใช้สื่อเพื่อฟัง/อ่านข้อมูลต่าง ๆ ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านเงินกู้ (โดยเฉพาะเรื่องเงินกู้ฉุกเฉิน ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับมาก) ด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) (โดยเฉพาะเรื่องการสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้แทนสมาชิก ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง) ด้านเงินฝาก (โดยเฉพาะเรื่องเงินฝากออมทรัพย์ ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง) ด้านการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสหกรณ์ (โดยเฉพาะเรื่อง

ให้บุคคลในครอบครัวสมัครเป็นสมาชิกสมทบ ซึ่งสมาชิกใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง) ด้าน การรับทุนสวัสดิการสมาชิก (โดยเฉพาะเรื่องสวัสดิการสมาชิกเมื่อถึงแก่กรรม ซึ่งสมาชิกใช้ ประโยชน์ในระดับปานกลาง) สอดคล้องกับผลการศึกษาของนันทนา ศรีสุข (2545: (3)-(4)) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏ เชียงใหม่ สาวิตรี หมวกเมือง (2546 : (3)-(4)) ศึกษาความต้องการ และการใช้ประโยชน์ของสื่อ ประชาสัมพันธ์ของศาลปกครอง: ศึกษากรณีข้าราชการมหาวิทยาลัยของรัฐ และอำนาจ วัฒนกุล (2550: (1)-(2)) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กร กรณีศึกษา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งผลการศึกษาด้านการใช้ ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ ต่างก็พบว่า มีการใช้ประโยชน์โดยภาพรวม ในระดับปานกลาง

แต่ผลการศึกษาขัดแย้งกับ ปรางสมร แก้วเนียม (2549: ค) ศึกษาประสิทธิผลการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการตื่นตัวในการป้องกันสิทธิ ผู้บริโภคของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ใน ระดับมากที่สุด (ในขณะที่ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า สมาชิกใช้ประโยชน์จากสื่อโดยรวมใน ระดับปานกลาง) โดยเฉพาะข่าวสารที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่มักจะเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค จดจำข่าวสารการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของเบอร์โทรศัพท์ 1556 และการอ่าน ฉลากก่อนซื้อ (ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สมาชิกมีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ในทุกเรื่อง ในระดับปานกลาง) และขัดแย้งกับ จักรี เรืองรินทร์ (2552: (1)-(2)) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ต่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรของสายงานระบบส่ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่ง ประเทศไทย ผลการศึกษาด้านการใช้ประโยชน์ในสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์ โดยรวมในระดับมาก

3. ด้านปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจาก สื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์

3.1 ปัจจัยด้านสังคมของสมาชิก พบว่า สมาชิกที่มีอายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก และการใช้บริการที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ยกเว้นความแตกต่างด้านเพศ ซึ่งพบว่า สมาชิกที่เป็นเพศหญิง มีการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ไม่แตกต่างจากสมาชิกที่เป็นเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ผล การศึกษาสอดคล้องกับสุภาพร เดชกระจำ (2544: ข) ได้ศึกษาระดับการรับรู้คุณค่าและยอมรับ นวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษา ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2546: ก) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษา ความคิดเห็นของข้าราชการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่มีต่อการรับรู้ข่าวสาร

ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ต่างก็พบว่า เพศหญิงและเพศชายมีระดับการรับรู้ข่าวสาร ไม่แตกต่างจาก เพศชาย สอดคล้องกับวรรณีย์ วัฒนันท์ (2550: (1)-(2)) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการประชาสัมพันธ์การติดตั้งก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ (NGV) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีผลสัมฤทธิ์ในการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แต่ผลการศึกษายังขัดแย้งกับศุภาพร เศษกระจำ (2544: ข) พบว่า วุฒิ การศึกษา ประสบการณ์การสอน และการอบรมที่เกี่ยวข้องต่างกัน มีระดับการยอมรับนวัตกรรม และเทคโนโลยีการศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขัดแย้งกับวรรณีย์ วัฒนันท์ (2550: (1)-(2)) พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน จะมีผลสัมฤทธิ์ในการประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ขัดแย้งกับจุติมา พูลสวัสดิ์ และคณะ (2552: ก) ศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการศึกษาพบว่า เพศ ต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ไม่แตกต่างกัน

3.2 ปัจจัยด้านระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า โดยภาพรวมสมาชิกที่มีระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล เอกสารข่าว เว็บไซต์ ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ แตกต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นสื่อประเภทรายงานกิจการ พบว่า ระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน มีระดับการใช้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

แต่เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่า สมาชิกที่มีระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล เอกสารข่าว และเว็บไซต์ แตกต่างกัน มีระดับการใช้ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อในด้านเงินฝาก ด้านเงินกู้ การรับทุนสวัสดิการสมาชิก ด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ด้านการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และด้านการรับรู้สิทธิของการเป็น เจ้าของกิจการ (สมาชิก) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนสื่อประเภทรายงานกิจการพบว่า ระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ในเกือบทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นการใช้ประโยชน์ในการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) ซึ่งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สื่อประเภทข้อความทางโทรศัพท์มือถือ และ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

พบว่า ระดับการรับรู้ที่แตกต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์ในเกือบทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นการใช้ประโยชน์ในด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ซึ่งไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษาสอดคล้องกับศิริพร อาศภวิริยะ (2551: ข) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับ สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ และการใช้บริการของลูกค้า

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาในเรื่องของระดับการรับรู้ข้อมูลจากสื่อ ระดับการใช้ข้อมูลจากสื่อ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลจากสื่อ รวมทั้งปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการพัฒนาสื่อของสมาชิก ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ ดังนี้

1. เอกสารข่าวเป็นสื่อที่สมาชิกได้รับมากที่สุด (สมาชิกร้อยละ 89.2 รับรู้ข้อมูลจากเอกสารข่าว) หรืออาจกล่าวได้ว่า เอกสารข่าวเป็นสื่อที่มีการกระจายไปยังสมาชิกสหกรณ์ได้ครอบคลุมกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ นอกจากนี้ เอกสารข่าวยังมีความสัมพันธ์กับตำแหน่งงาน โดยพนักงานในทุกระดับมีการรับรู้หรือมีการอ่านข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในระดับปานกลางถึงมาก ยกเว้นพนักงานระดับ 8-9 มีการรับรู้หรือมีการอ่านข้อมูลข่าวสารจากเอกสารข่าวในระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น สหกรณ์ควรมีการปรับปรุงรูปแบบ เนื้อหา ในเอกสารข่าวให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยการสำรวจความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับรูปแบบ และเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่สมาชิกสนใจ และนำผลที่ได้มาปรับปรุงเอกสารข่าวให้ดียิ่งขึ้น

2. เว็บไซต์ เป็นสื่อที่มีการกระจายไปยังสมาชิกสหกรณ์ได้ครอบคลุมรองจากเอกสารข่าว (สมาชิกร้อยละ 87.5 รับรู้ข้อมูลจากเว็บไซต์) แต่มีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะเว็บไซต์เป็นสื่อที่สมาชิกทุกคนเข้าถึงได้ง่าย ได้ทุกที่ และตลอดเวลาที่ต้องการ นอกจากนี้ เว็บไซต์ยังมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการของสมาชิก โดย สมาชิกที่ใช้บริการเงินฝาก หรือเงินกู้กับสหกรณ์ ต่างก็มีระดับการรับรู้ หรือมีการอ่านข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์ในระดับน้อยถึงปานกลาง แต่สมาชิกที่ไม่ใช้บริการใด ๆ กับสหกรณ์ มีระดับการรับรู้ในระดับน้อยที่สุด นอกจากนี้ หากพิจารณาปัญหา อุปสรรค จากความคิดเห็นของสมาชิก จะพบว่า เว็บไซต์ ระบบ ICOOP ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของสมาชิกได้เท่าที่ควร

กล่าวคือ ช้า และไม่เป็นปัจจุบัน ฉะนั้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ สหกรณ์ ควรปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความน่าสนใจ โดยนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้กับระบบของสหกรณ์ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่สมาชิกทุกระดับ และให้สมาชิกมีความรู้สึกว่า “อยาก” เข้าเว็บไซต์ของสหกรณ์ทุกวัน ซึ่งสหกรณ์อาจจะต้องมีการปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีความทันสมัย มีการนำระบบยอดนิยมมาใช้ เช่น facebook, twitter หรือ อื่น ๆ เป็นต้น เพื่อสร้างชุมชนออนไลน์ของสหกรณ์ ให้สมาชิกในทุกสาขาได้พูดคุยกันมากขึ้น นอกจากนี้ จะต้องมีการปรับปรุง/พัฒนาระบบ ICOOP ให้เป็น real time ทันต่อเหตุการณ์ และสมาชิกสามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของสหกรณ์ได้จริง นอกจากปัญหาในเรื่องระบบแล้ว ยังพบปัญหาในส่วนของเครื่องคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอ ฉะนั้น สหกรณ์อาจจะขอความร่วมมือกับผู้บริหารของ ธ.ก.ส. ในการจัดเตรียมอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่เป็นส่วนกลาง เพื่อให้พนักงานทุกระดับสามารถใช้งานซึ่งนอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ในส่วนของสหกรณ์แล้ว ยังเป็นการพัฒนาความรู้ให้แก่พนักงานทุกคนอีกด้วย

3. สื่อบุคคล และข้อความทางโทรศัพท์มือถือ เป็นสื่อที่สมาชิกร้อยละ 83.0-83.5 รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อทั้ง 2 ประเภท แต่สื่อบุคคลเป็นสื่อที่สมาชิกระดับการรับรู้ในระดับปานกลาง ในขณะที่ข้อความทางโทรศัพท์มือถือสมาชิกระดับการรับรู้ในระดับน้อย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า แม้สื่อทั้ง 2 ชนิดจะมีการกระจายข้อมูลให้แก่สมาชิกใกล้เคียงกัน แต่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมีระดับการรับรู้สูงกว่าข้อความทางโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ จากปัจจัยความสัมพันธ์พบว่า ระดับการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับตำแหน่ง โดยพนักงานเกือบทุกระดับ มีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลในระดับน้อยถึงมาก ยกเว้นพนักงานระดับ 8-9 มีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อบุคคลในระดับน้อยที่สุด แต่ระดับการรับรู้ข้อมูลผ่านข้อความทางโทรศัพท์มือถือไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสังคม ซึ่งหมายความว่า การรับรู้ข้อมูลผ่านข้อความทางโทรศัพท์มือถือของสมาชิกทุกคนจำแนกตามปัจจัยด้านสังคมไม่แตกต่างกัน ฉะนั้น สหกรณ์ควรมีหน่วยประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารในทุก ๆ ด้านแก่สมาชิก นอกจากนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนา หรือฝึกอบรมให้พนักงานประชาสัมพันธ์มีกลยุทธ์ในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงบุคลิกภาพที่เหมาะสม ทั้งการแต่งกาย การวางตัว ท่าทางการแสดงออก การพูด และสร้างจิตสำนึกให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีจิตบริการ (หรือ service mind)

สำหรับสื่อข้อความทางโทรศัพท์มือถือ นั้น แม้จะเป็นสื่อที่ส่งข่าวสารได้ครอบคลุมสมาชิก แต่สมาชิกรับรู้ในระดับน้อย ฉะนั้น สหกรณ์ควรพิจารณาการใช้สื่อข้อความทางโทรศัพท์มือถือให้มากขึ้น เนื่องจาก สมาชิกบางรายอาจจะไม่ชอบอ่านข้อความจากโทรศัพท์มือถือ อีกทั้ง ปัจจุบันค่ายโทรศัพท์มือถือต่าง ๆ ล้วนแต่มีการโฆษณาผ่านมือถือทั้งสิ้น

สมาชิกบางรายอาจจะไม่สนใจที่จะอ่าน ฉะนั้น สหกรณ์ควรมีการสำรวจความคิดเห็น และความ ต้องการของสมาชิกเกี่ยวกับข้อความทางโทรศัพท์มือถือ เพื่อวัดประสิทธิผลของการใช้สื่อชนิดนี้ และประเมินผลได้จากสื่อชนิดนี้ หากผลที่ได้สมาชิกมีความพึงพอใจ หรือการโฆษณาผ่านสื่อนี้ ได้ผล ก็อาจจะต้องมีการปรับปรุงให้สมาชิกเกิดความสนใจมากขึ้น แต่หากสื่อชนิดนี้ไม่มี ประสิทธิภาพก็อาจจะพิจารณาเลิกใช้สื่อ และมุ่งใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลสูงสุด

4. รายงานกิจการ เป็นสื่อที่สมาชิกร้อยละ 80.7 รับรู้ข้อมูลข่าวสาร แต่มีการ รับรู้ในระดับน้อย (และเป็นสื่อที่สมาชิกได้รับรู้ข้อมูลเป็นอันดับสุดท้าย) นอกจากนี้ ระดับการ รับรู้ข้อมูลจากรายงานกิจการยังมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคมด้าน อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่เป็นสมาชิก ตำแหน่ง และการใช้บริการ และโดยภาพรวมสมาชิกที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. เป็นสมาชิกสหกรณ์มาแล้วไม่เกิน 5 ปี เป็นพนักงานระดับ 1-4 และใช้บริการเงินฝากอย่างเคียวบางส่วน จะมีระดับการรับรู้ข้อมูลจากรายงานกิจการในระดับ น้อยถึงปานกลาง ส่วนสมาชิกที่อายุ 31 ปีขึ้นไป การศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษา/ปวช. เป็นสมาชิก เกิน 5 ปี เป็นพนักงานระดับ 5 ขึ้นไป และใช้บริการเงินกู้ หรือทั้งเงินฝากและเงินกู้ หรือไม่ใช้ บริการเลข จะมีระดับการรับรู้ข้อมูลจากรายงานกิจการในระดับน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะรายงาน กิจการเป็นรายงานที่แสดงผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของสหกรณ์มีรูปแบบที่ค่อนข้างตายตัว จึงมี โอกาสที่จะทำให้พนักงานที่เป็นสมาชิกมานาน มีอายุมาก ๆ หรือมีการศึกษาสูง ๆ มีตำแหน่งสูง ๆ และมีการใช้บริการต่าง ๆ กับสหกรณ์ที่กล่าวมาข้างต้นเห็นความเปลี่ยนแปลง ผลสำเร็จ หรือผล การดำเนินงานมานาน จนมีความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของสหกรณ์ และไม่สนใจที่จะทราบ รายละเอียดจึงทำให้รับทราบข้อมูลในระดับน้อยที่สุด ฉะนั้น เพื่อให้รายงานกิจการซึ่งเป็นสื่อที่ ค่อนข้างสำคัญของสหกรณ์ เนื่องจากเป็นสื่อที่สรุปผลการดำเนินงานของสหกรณ์ และเป็นสื่อที่ สะท้อนความเป็นไปของสหกรณ์ให้สมาชิกทุกระดับมีความสนใจ สหกรณ์ควรมีการปรับเปลี่ยน รูปแบบให้มีความน่าสนใจมากขึ้น รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกรับทราบถึงความสำคัญของ รายงานกิจการว่ามีประโยชน์ต่อสมาชิก และสหกรณ์อย่างไร และสมาชิกทุกคนควรตระหนักถึง ข้อมูลต่าง ๆ ในรายงานกิจการของสหกรณ์ โดยการสำรวจความคิดเห็นของสมาชิก รวมทั้ง มวลเหตุที่ทำให้สมาชิกไม่สนใจที่จะรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ ในรายงานกิจการ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุง รายงานกิจการให้เป็นสื่อที่เป็นประโยชน์กับสมาชิก และสหกรณ์สูงสุด เนื่องจากเป็นสื่อที่ไม่ สามารถใช้ได้

5. โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ เป็นสื่อที่สมาชิกร้อยละ 41.5 เท่านั้นที่รับรู้ข้อมูล ข่าวสาร และมีระดับการรับรู้ระดับน้อย นอกจากนี้ ปัจจัยทางสังคมด้านระดับการศึกษา เป็นปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์กับโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ โดยสมาชิกทุกระดับการศึกษาต่างก็ได้รับข้อมูล

ในระดับน้อยน้อยที่สุด เว้นแต่สมาชิกที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. บางส่วนได้รับข้อมูลในระดับน้อย ซึ่งสะท้อนว่าโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ เป็นสื่อที่สมาชิกให้ความสนใจน้อย ทั้ง ๆ ที่สื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่ใกล้ชิดสมาชิก และเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสื่ออื่น ๆ นอกจากนี้ โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติยังเป็นสื่อที่สหกรณ์ใช้มานานเป็นเทคโนโลยีเก่า ดังนั้น สหกรณ์ควรมีการประชาสัมพันธ์ในการใช้สื่อชนิดนี้ให้มากขึ้น เพื่อประโยชน์สูงสุด โดยการอบรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์ให้แก่สมาชิก หรือการจัดทำคู่มือการใช้งานสื่อประชาสัมพันธ์ของสหกรณ์และแจกให้แก่สมาชิกทุกคน

6. ระดับการใช้ข้อมูลข่าวสาร โดยภาพรวมของสมาชิกอยู่ในระดับปานกลาง โดยเกือบทุกด้าน (ด้านเงินกู้ ด้านการรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก) ด้านเงินฝาก ด้านการให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ และด้านการรับทุนสวัสดิการสมาชิก) สมาชิกใช้ข้อมูลในระดับปานกลาง มีเพียงด้านเดียว คือ ด้านการรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน ที่สมาชิกใช้ข้อมูลในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับปัญหา และอุปสรรคตามความเห็นของสมาชิก ที่กล่าวว่า สมาชิกบางส่วนไม่มีเวลา หรือไม่มีความสนใจในข่าวสารของสหกรณ์ ยกเว้น ต้องการทราบข้อมูลเพื่อจะใช้บริการเท่านั้น ถึงจะหาข้อมูล ฉะนั้น ข้อมูลหรือข่าวสารต่าง ๆ สมาชิกจึงไม่ค่อยสนใจ แต่ข่าวสารด้านเงินปันผลหรือเงินเฉลี่ยคืน เป็นผลประโยชน์เพิ่มโดยตรงที่สมาชิกจะได้รับ จึงทำให้มีความสนใจ หรือมีการใช้สื่อเพื่อรับรู้ข้อมูลในด้านนี้ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรับรู้ข้อมูล และระดับการใช้ข้อมูล จะพบว่า ความแตกต่างในการรับรู้ระดับข้อมูลในสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับระดับการใช้ข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น หากสหกรณ์สามารถกระตุ้นความสนใจให้สมาชิกมีความสนใจข้อมูลข่าวสารในสื่อประชาสัมพันธ์แล้ว การใช้ข้อมูลจากสื่อก็จะสูงด้วย

7. ความคิดเห็นของสมาชิกเกี่ยวกับปัญหา และอุปสรรคของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ค่าเช่า ไม่ทันสมัย และไม่ต่อเนื่อง ไม่พอใจ ระบบ Internet ช้า ข้อมูลของระบบ ICOOP ไม่ทันสมัย และที่สำคัญ คือ สมาชิกไม่ให้ความสำคัญกับข่าวสารของสหกรณ์เท่าที่ควร ดังนั้น สหกรณ์ควรมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น และต่อเนื่อง โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว เข้าถึงสมาชิกทุกระดับ ปรับปรุงระบบ Internet ให้มีความรวดเร็ว ปรับปรุงระบบ ICOOP ให้มีข้อมูลที่ทันสมัยเป็นปัจจุบัน รวมทั้งปรับปรุงรูปแบบของสื่อให้สมาชิกเกิดความสนใจมากขึ้น เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อจุดสารของ ธ.ก.ส. มีสายตรงตอบปัญหาโดยเฉพาะ และจัดทำ web page แนะนำวิธีการใช้สื่อ IT ทาง web site เพื่อให้ใช้งานง่าย

8. ควรมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้แนวทางการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานอื่นที่มีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงสมาชิกได้อย่างทั่วถึง

9. ในระดับนโยบายควรมีการชี้แจงสร้างความเข้าใจแก่สมาชิกถึงสื่อในแต่ละประเภท ให้สมาชิกได้เข้าใจและการเข้าถึงสื่อให้ชัดเจนขึ้น

10. ฝ่ายบริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายควรมีการพิจารณาถึงปัญหาอุปสรรคข้อจำกัดในการปฏิบัติงานก่อนกำหนดใช้ประเภทสื่อให้สมาชิกถือใช้ รวมถึงความชัดเจนของการเข้าถึงสื่อของสมาชิก

11. ควรมีการเตรียมความพร้อมบุคลากรของ สกส. ให้มีความรู้ความสามารถในระดับที่สามารถปฏิบัติงานและให้คำปรึกษาแก่สมาชิก ก่อนที่จะมีการกำหนดใช้สื่อแต่ละประเภทหรือกำหนดเป็นสื่อทางเลือกของ สกส.

12. ควรมีการนำร่องก่อนที่จะขยายผลไปทั่วประเทศและควรกำหนดให้มีการติดตามประเมินผลในแต่ละประเภทสื่อ เพื่อให้ทั้งผู้บริหารและสมาชิกได้เห็นถึงความสำเร็จของสื่อแต่ละประเภทภายหลังการใช้สื่อ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ประเมินผลการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และประสิทธิผลของสื่อประเภทต่าง ๆ

2. วิเคราะห์ผลได้ทางการเงินจากการลงทุนในสื่อแต่ละประเภท เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้ของสมาชิก

3. ศึกษาแนวทางในการพัฒนาสื่อบุคคล โดยมุ่งเป้าหมายให้สมาชิกเป็นสื่อบุคคลในการกระจายข้อมูลต่าง ๆ ในเชิงบวกให้แก่สหกรณ์

4. ศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

5. ศึกษาหาแนวทางในการพัฒนาสื่อใหม่ ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์บนโลกไซเบอร์ ที่มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของสหกรณ์ทั้งภายในและภายนอก

6. ศึกษาความคิดเห็นและการมีส่วนร่วมของสมาชิกต่อการกำหนดทิศทางและนโยบายของ สกส. ในด้านการพัฒนาสื่อต่าง ๆ

7. ศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนเชิงนโยบายที่มีต่อการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ของ สกส.

บรรณานุกรม

- ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์. 2546. การศึกษาความคิดเห็นของข้าราชการสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- จักรี เรืองรินทร์. 2552. ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรของสายงานระบบส่ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุติมา พูลสวัสดิ์ นรินทร์ จิตต์มั่นการ อุเทน พรหมมี กุลภัทร พลายพลอยรัตน์ และทิดิพงษ์ สุทธิรัตน์. 2552. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา และบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- จ่านอง สมประสงค์. 2531. คู่มือการปฏิบัติงานสหกรณ์ออมทรัพย์. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- จำเนียร ช่วงโชติ จิตรา วสุวานิช อรทัย ชื่นมณูย์ และ สิรินันท์ เพชรทองคำ. 2526. จิตวิทยาการรับรู้และการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: การศาสนา.
- ชื่นจิตร แจ่มเจนกิจ. 2548. กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ยูเรก้า.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2546. เทคโนโลยีทางการศึกษา: หลักการและแนวทางปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- คู่ย ชุมสาย. 2508. จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- ทรงพล พนาวงศ์. 2543. ปรัชญาการสหกรณ์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. กรุงเทพฯ: วารสารธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์.
- ทรรศนัย วัฒนันท์. 2550. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์การติดตั้งก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ (NGV). กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนวดี บุญถือ. 2537. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชานินทร์ ศิลปจารุ. 2551. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: บิตชีเนสตาร์แอนคี้ดี.

- นันทนา ศรีสุข. 2545. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา
สถาบันราชภัฏเชียงใหม่. เชียงใหม่: ปัญหาพิเศษปริญญาโท, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นริศ ประทุมสุวรรณ. 2549. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพบกเรือ กรมศึกษา
หน่วยของกองทัพบกเรือในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ชลบุรี: วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2533. รูปแบบการควบคุมวิทยานิพนธ์. มหาสารคาม: โครงการสถาบันวิจัย
และพัฒนาการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. 2543. วิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: พี เอ็น การพิมพ์
- ประมว สตะเวทิน. 2533. การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
ภาพพิมพ์.
- ประคอง กรรณสูตร. 2546. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ประพันธ์ เสวदनันท์. 2538. เศรษฐศาสตร์สหกรณ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราสมร แก้วเนียม. 2549. ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการตื่นตัวในการป้องกัน
สิทธิผู้บริโภคของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2526. การพิจารณาคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์ของนักหนังสือพิมพ์.
กรุงเทพฯ: โครงการวิจัยเสริมหลักสูตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ พิมพ์พันธุ์. 2530. การเลือกใช้อำนาจการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- พสุ สัตถาภรณ์. 2533. การบริหารสหกรณ์. กรุงเทพฯ: โอเคียนสโตร์.
- พัชนี เขยจรรยา เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์. 2533. ทฤษฎีแม่บททางนิเทศ
ศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัชรภา เขียวจำ. 2546. ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์โครงการตราสินค้าไทยของกรมส่งเสริมการ
ส่งออก. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษย์ ไกยวรรณ. 2544. พื้นฐานการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2543. การวัดด้านจิตพิสัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วารินทร์ สายโอบเอื้อ และ สุณีย์ ชีรดากร. 2522. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยครู
พระนคร.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2538. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- _____. 2544. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 วรรณศ อุปาดิก. 2535. เศรษฐศาสตร์การเงินและการธนาคาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ:
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2546. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ:
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพร อาสภวิริยะ. 2551. การเปิดรับ การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของ
 ลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่ง
 ประเทศไทย. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด. 2552ก. "ฐานข้อมูล
 สมาชิก". [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://coop/tks/main_option.php (2
 กุมภาพันธ์ 2552).
- _____. 2552ข. บริการแจ้งข้อมูลข่าวสารทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ (SMS). กรุงเทพฯ:
 กลุ่มงานฐานข้อมูลและระบบ สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและ
 สหกรณ์การเกษตร จำกัด.
- _____. 2552ค. รายงานกิจการประจำปี 2551. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานสมาชิกสัมพันธ์
 สหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด.
- สุภาพร เดชกระจำ. 2544. ระดับการรับรู้และการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีการศึกษาของ
 ครูโรงเรียนเอกชนจังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัย
 บูรพา.
- เสถียร เชยประทับ. 2536. การสื่อสารและการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการ
 พิมพ์.
- เสรี วงศ์มณฑา. 2542. การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์
 จำกัด.
- _____. 2546. สื่อประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ไคมอนด์ อิน บิซิเนส
 เวิร์ลด์.
- _____. 2547. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: วิถีพัฒนา.
- อำนาจ วัฒนกุล. 2550. ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์
 ภายในองค์กร กรณีศึกษา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ:
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- Berlo, D. K. 1960. **The Process of Communication**. New York: Holt Rinechart and Winston.
- Everratte, M. R. 1969. **Modernization Among Presents**. New York: Holt Rinechart and Winston.
- Gordon, J. R. 1991. **A Diagnostic Approach to Organization Behavior**. Boston: Allyn and Bacon.
- Klapper, J. T. 1960. **The Effects of Mass Communication**. New York: The Free Press.
- Kotler, P. 2546. **การจัดการการตลาด**. แปลจาก Marketing Management โดย ชนวนรณ แสงสุวรรณ, อติลล่ำ พงศ์ยี่ห่อ, อุไรวรรณ เข้มนิยมน, ยุทธนา ธรรมเจริญ และชง ยุทธ พุพงษ์ศิริพันธ์. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- Robinson, S. P. 1993. **Organization Behavior: Concepts, Controversies and Applications**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Robert, A. B. and Jerald, Greenberg. 1990. **Behavior in Organization: Understanding and Managing the Human Side of Work**. Boston: Allyn and Bacon.
- Schramm, W. 1973. **Channels and Audience in Handbook at Communication**. Chicago: Rand McNelly College Publishing Company.
- Scott, M. Cutlip, Allen, H. Center and Glen, M. B. 1985. **Effective Public Relation**. New Jersey: Prentice-Hall, Lnc.
- Thanupon , S. 1986. **Extension and Client Systems' Perception of Training Need of Rice Farmer in Chiangmai, Thailand**. Phillippines: Ph.D. Dissertation, Central Luzon State University.
- Yamane, T. 1973. **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. Tokyo: Heper Row.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตารางผนวก 1 ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สกส.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00022	78.3667	407.2747	.8278	.9723
VAR00023	78.6333	414.3092	.8350	.9724
VAR00024	78.6667	413.2644	.8426	.9723
VAR00025	78.4667	413.7747	.8673	.9722
VAR00026	78.4000	408.4552	.8295	.9723
VAR00027	78.5000	418.9483	.6356	.9736
VAR00028	78.5000	423.3621	.4679	.9748
VAR00029	78.1000	418.1621	.6612	.9734
VAR00030	78.2000	407.4759	.8425	.9722
VAR00031	78.5333	411.4989	.7799	.9726
VAR00032	78.7333	401.7885	.8277	.9723
VAR00033	78.6333	402.3782	.7907	.9726
VAR00034	78.6667	400.2989	.8602	.9720
VAR00035	78.7333	399.7195	.8919	.9717
VAR00036	78.7000	400.8379	.8580	.9720
VAR00037	78.7333	399.7195	.8919	.9717
VAR00038	78.6000	403.2138	.8228	.9723
VAR00039	77.8667	432.8782	.2926	.9757
VAR00040	77.8333	432.2816	.3136	.9755
VAR00041	78.9667	415.0678	.7366	.9729
VAR00042	78.5333	408.9471	.8158	.9724
VAR00043	78.6000	408.8690	.8090	.9724
VAR00044	78.2333	407.0816	.8515	.9721
VAR00045	78.2667	407.5816	.8678	.9720
VAR00046	78.1333	410.6713	.8550	.9722

หมายเหตุ Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 25

Alpha = .9738

ตารางผนวก 2 ตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของ สกส.

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
VAR00047	11.1667	31.6609	.7032	.7814
VAR00048	10.7333	33.1678	.7254	.7786
VAR00049	11.8000	38.5103	.4532	.8313
VAR00050	11.2000	33.9586	.7236	.7808
VAR00051	11.7667	33.6333	.5516	.8176
VAR00052	13.0000	37.5862	.4852	.8261

หมายเหตุ Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 6

Alpha = .8311



ภาคผนวก ข

คำสถิติ

ตารางผนวก 3 จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์

	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านเงินฝาก										
เงินฝากออมทรัพย์	27	6.8	116	29.0	173	43.3	58	14.5	26	6.5
เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ	26	6.5	108	27.0	164	41.0	70	17.5	32	8.0
เงินฝากประจำ	13	3.3	99	24.8	170	42.5	79	19.8	39	9.8
เงินฝากกมียชน	19	4.8	93	23.3	167	41.8	78	19.5	43	10.8
เกษมสุข										
เงินฝากคอกเบื้สุขใจ	26	6.5	90	22.5	167	41.8	79	19.8	38	9.5
เงินฝากทวีทรัพย์	22	5.5	92	23.0	162	40.5	84	21.0	40	10.0
เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ	17	4.3	78	19.5	155	38.8	94	23.5	56	14.0
สาขา										
ด้านเงินกู้										
เงินกู้ฉุกเฉิน	67	16.8	148	37.0	123	30.8	49	12.3	13	3.3
เงินกู้สามัญ	71	17.8	148	37.0	125	31.3	41	10.3	15	3.8
เงินกู้สามัญเพื่อคุณภาพชีวิต	28	7.0	105	26.3	152	38.0	73	18.3	42	10.5
เงินกู้ปรับโครงสร้างหนี้	21	5.3	94	23.5	148	37.0	86	21.5	51	12.8
เงินกู้พิเศษ	42	10.5	109	27.3	146	36.5	66	16.5	37	9.3

ตารางผนวก 3 (ต่อ)

	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบให้บุคคลในครอบครัวสมัครเป็นสมาชิกสมทบ	13	3.3	85	21.3	143	35.8	98	24.5	61	15.3
ได้ออมเงิน	15	3.8	112	28.0	137	34.3	86	21.5	50	12.5
ผลตอบแทนสูง	27	6.8	96	24.0	136	34.0	89	22.3	52	13.0
มีสิทธิกู้เงินจากสหกรณ์										
การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก)										
การสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้แทนสมาชิก	45	11.3	123	30.8	142	35.5	65	16.3	25	6.3
การสมัครรับเลือกตั้งเป็นกรรมการ	38	9.5	121	30.3	152	38.0	64	16.0	25	6.3
ดำเนินการ										
ทราบถึงอำนาจหน้าที่ของที่ประชุมใหญ่	37	9.3	121	30.3	156	39.0	59	14.8	27	6.8

ตารางผนวก 4 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ

ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	เพศ				ค่าสถิติ	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
สื่อบุคคล						
ไม่ได้รับ	35	17.7	29	14.4	X^2 -test	= 4.66
น้อยที่สุด	44	22.2	50	24.8	df.	= 4
น้อย	25	12.6	36	17.8	Sig.	= 0.324
ปานกลาง	47	23.7	34	16.8		
มาก	33	16.7	39	19.3		
มากที่สุด	14	7.1	14	6.9		
เอกสารข่าว						
ไม่ได้รับ	18	9.1	25	12.4	X^2 -test	= 1.3
น้อยที่สุด	36	18.2	41	20.3	df.	= 4
น้อย	37	18.7	39	19.3	Sig.	= 0.856
ปานกลาง	38	19.2	39	19.3		
มาก	53	26.8	44	21.8		
มากที่สุด	16	8.1	14	6.9		
รายงานกิจการ						
ไม่ได้รับ	28	14.1	49	24.3	X^2 -test	= 2.7
น้อยที่สุด	89	44.9	79	39.1	df.	= 4
น้อย	27	13.6	17	8.4	Sig.	= 0.615
ปานกลาง	29	14.6	28	13.9		
มาก	20	10.1	25	12.4		
มากที่สุด	5	2.5	4	2.0		
เว็บไซต์						
ไม่ได้รับ	21	10.6	29	14.4	X^2 -test	= 3.1
น้อยที่สุด	35	17.7	38	18.8	df.	= 4
น้อย	39	19.7	39	19.3	Sig.	= 0.536
ปานกลาง	34	17.2	42	20.8		
มาก	37	18.7	32	15.8		
มากที่สุด	32	16.2	22	10.9		

ตารางผนวก 4 (ต่อ)

ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อ	เพศ				ค่าสถิติ
	ชาย		หญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ					
ไม่ได้รับ	26	13.1	40	19.8	X^2 -test = 7.7
น้อยที่สุด	60	30.3	80	39.6	df. = 4
น้อย	46	23.2	36	17.8	Sig. = 0.103
ปานกลาง	32	16.2	20	9.9	
มาก	26	13.1	19	9.4	
มากที่สุด	8	4.0	7	3.5	
โทรศัพท์คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก					
ไม่ได้รับ	105	53.0	129	63.9	X^2 -test = 2.6
น้อยที่สุด	34	17.2	29	14.4	df. = 4
น้อย	18	9.1	19	9.4	Sig. = 0.619
ปานกลาง	22	11.1	11	5.4	
มาก	16	8.1	11	5.4	
มากที่สุด	3	1.5	3	1.5	

หมายเหตุ $\alpha = 0.05$

ตารางผนวก 5 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ

ระดับการรับรู้		อายุ (ปี)										ค่าสถิติ
ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	ไม่เกิน 20		21-30		31 - 40		41 - 50		51 - 60			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
สื่อบุคคล												
ไม่ได้รับ			5	8.6	18	17.8	27	18.2	14	15.4	X ² -test = 8.46	
น้อยที่สุด	1	50.0	12	20.7	23	22.8	39	26.4	19	20.9	df. = 12	
น้อย			11	19.0	18	17.8	20	13.5	12	13.2	Sig. = 0.748	
ปานกลาง			16	27.6	13	12.9	31	20.9	21	23.1		
มาก			12	20.7	21	20.8	22	14.9	17	18.7		
มากที่สุด	1	50.0	2	3.4	8	7.9	9	6.1	8	8.8		
เอกสารข่าว												
ไม่ได้รับ			6	10.3	17	16.8	13	8.8	7	7.7	X ² -test = 16.69	
น้อยที่สุด	1	50.0	14	24.1	18	17.8	27	18.2	17	18.7	df. = 12	
น้อย			9	15.5	18	17.8	34	23.0	15	16.5	Sig. = 0.161	
ปานกลาง			15	25.9	11	10.9	36	24.3	15	16.5		
มาก			13	22.4	29	28.7	28	18.9	27	29.7		
มากที่สุด	1	50.0	1	1.7	8	7.9	10	6.8	10	11.0		
รายงานกิจการ												
ไม่ได้รับ	1	50.0	12	20.7	30	29.7	25	16.9	9	9.9	X ² -test = 38.67	
น้อยที่สุด			15	25.9	32	31.7	74	50.0	47	51.6	df. = 12	
น้อย			8	13.8	9	8.9	19	12.8	8	8.8	Sig. = 0.000*	
ปานกลาง			20	34.5	12	11.9	14	9.5	11	12.1		
มาก	1	50.0	2	3.4	14	13.9	16	10.8	12	13.2		
มากที่สุด			1	1.7	4	4.0			4	4.4		
เว็บไซต์												
ไม่ได้รับ			6	10.3	11	10.9	19	12.8	14	15.4	X ² -test = 19.34	
น้อยที่สุด	1	50.0	9	15.5	23	22.8	21	14.2	19	20.9	df. = 12	
น้อย			14	24.1	17	16.8	33	22.3	14	15.4	Sig. = 0.081	
ปานกลาง	1	50.0	18	31.0	16	15.8	26	17.6	15	16.5		
มาก			9	15.5	22	21.8	25	16.9	13	14.3		
มากที่สุด			2	3.4	12	11.9	24	16.2	16	17.6		

ตารางผนวก 5 (ต่อ)

ระดับการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	อายุ (ปี)										ค่าสถิติ
	ไม่เกิน 20		21-30		31-40		41-50		51-60		
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	
ข้อความทาง											
โทรศัพท์มือถือ											
ไม่ได้รับ	1	50.0	29	50.0	14	13.9	8	5.4	14	15.4	X ² -test = 10.48
น้อยที่สุด			11	19.0	42	41.6	61	41.2	26	28.6	df. = 12
น้อย	1	50.0	7	12.1	18	17.8	35	23.6	21	23.1	Sig. = 0.574
ปานกลาง			4	6.9	9	8.9	22	14.9	17	18.7	
มาก			6	10.3	13	12.9	18	12.2	8	8.8	
มากที่สุด			1	1.7	5	5.0	4	2.7	5	5.5	
โทรศัพท์คอมพิวเตอร์											
อินเทอร์เน็ต											
ไม่ได้รับ	1	50.0	36	62.1	60	59.4	96	64.9	41	45.1	X ² -test = 5.52
น้อยที่สุด	1	50.0	4	6.9	16	15.8	22	14.9	20	22.0	df. = 9
น้อย			6	10.3	10	9.9	10	6.8	11	12.1	Sig. = 0.787
ปานกลาง			6	10.3	7	6.9	8	5.4	12	13.2	
มาก			5	8.6	7	6.9	11	7.4	4	4.4	
มากที่สุด			1	1.7	1	1.0	1	0.7	3	3.3	

หมายเหตุ $\alpha = 0.05$, *P < 0.05

ตารางผนวก 6 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

ระดับการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	ระดับการศึกษา										ค่าสถิติ
	ประถม/ มัธยมต้น		มัธยม ปลาย/ปวช.		อนุปริญญา/ ปวศ.		ปริญญาตรี		ปริญญาโท/ สูงกว่า ปริญญาโท		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
สื่อบุคคล											
ไม่ได้รับ	3	100.0					45	16.2	16	18.4	$X^2\text{-test} = 5.831$
น้อยที่สุด			3	23.1	6	30.0	63	22.7	22	25.3	df. = 8
น้อย			2	15.4	2	10.0	45	16.2	12	13.8	Sig. = 0.666
ปานกลาง			5	38.5	7	35.0	53	19.1	16	18.4	
มาก			2	15.4	3	15.0	54	19.5	13	14.9	
มากที่สุด			1	7.7	2	10.0	17	6.1	8	9.2	
เอกสารข่าว											
ไม่ได้รับ	3	100.0			1	5.0	28	10.1	11	12.6	$X^2\text{-test} = 14.686$
น้อยที่สุด			2	15.4	3	15.0	57	20.6	15	17.2	df. = 8
น้อย			3	23.1	3	15.0	53	19.1	17	19.5	Sig. = 0.066
ปานกลาง			5	38.5	7	35.0	52	18.8	13	14.9	
มาก			2	15.4	1	5.0	69	24.9	25	28.7	
มากที่สุด			1	7.7	5	25.0	18	6.5	6	6.9	
รายงานกิจการ											
ไม่ได้รับ	1	33.3	2	15.4	2	10.0	52	18.8	20	23.0	$X^2\text{-test} = 16.447$
น้อยที่สุด	2	66.7	3	23.1	10	50.0	105	37.9	48	55.2	df. = 8
น้อย			3	23.1	2	10.0	35	12.6	4	4.6	Sig. = 0.036*
ปานกลาง			3	23.1	3	15.0	44	15.9	7	8.0	
มาก			1	7.7	2	10.0	36	13.0	6	6.9	
มากที่สุด			1	7.7	1	5.0	5	1.8	2	2.3	

ตารางผนวก 6 (ต่อ)

ระดับการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	ระดับการศึกษา										ค่าสถิติ
	ประถม/ มัธยมต้น		มัธยม ปลาย/ปวช.		อาชีวศึกษา/ ปวส.		ปริญญาตรี		ปริญญาโท/ สูงกว่า ปริญญาโท		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
เว็บไซต์											
ไม่ได้รับ	3	100.0	3	23.1	3	15.0	33	11.9	8	9.2	$X^2\text{-test} = 14.342$
น้อยที่สุด			5	38.5	4	20.0	46	16.6	18	20.7	df. = 8
น้อย			1	7.7	8	40.0	54	19.5	15	17.2	Sig. = 0.073
ปานกลาง			3	23.1	1	5.0	58	20.9	14	16.1	
มาก					2	10.0	54	19.5	13	14.9	
มากที่สุด			1	7.7	2	10.0	32	11.6	19	21.8	
ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ											
ไม่ได้รับ											
น้อยที่สุด	3	100.0	3	23.1	5	25.0	42	15.2	13	14.9	$X^2\text{-test} = 8.665$
น้อย			6	46.2	8	40.0	94	33.9	32	36.8	df. = 8
ปานกลาง					4	20.0	63	22.7	15	17.2	Sig. = 0.371
มาก			3	23.1	2	10.0	34	12.3	13	14.9	
มากที่สุด							35	12.6	10	11.5	
โทรศัพท์คอมพิวเตอร์โน้ต											
ไม่ได้รับ	3	100.0	5	38.5	15	75.0	158	57.0	53	60.9	
น้อยที่สุด			5	38.5	2	10.0	35	12.6	21	24.1	$X^2\text{-test} = 16.074$
น้อย					2	10.0	33	11.9	2	2.3	df. = 6
ปานกลาง			2	15.4			24	8.7	7	8.0	Sig. = 0.013*
มาก							24	8.7	3	3.4	
มากที่สุด			1	7.7	1	5.0	3	1.1	1	1.1	

หมายเหตุ $\alpha = 0.05$, *P < 0.05

ตารางผนวก 7 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่เป็นสมาชิกกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ

ระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	ระยะเวลาเป็นสมาชิก (ปี)												ค่าสถิติ
	1-5		6-10		11-15		16-20		21-25		26 ขึ้นไป		
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	
สื่อบุคคล													
ไม่ได้รับ	9	9.8	1	2.7	23	27.4	15	17.4	8	19.5	8	13.3	$X^2\text{-test} = 15.682$
น้อยที่สุด	20	21.7	12	32.4	19	22.6	16	18.6	13	31.7	14	23.3	df. = 15
น้อย	17	18.5	6	16.2	9	10.7	17	19.8	4	9.8	8	13.3	Sig. = 0.403
ปานกลาง	25	27.2	7	18.9	11	13.1	12	14.0	9	22.0	17	28.3	
มาก	14	15.2	10	27.0	16	19.0	20	23.3	4	9.8	8	13.3	
มากที่สุด	7	7.6	1	2.7	6	7.1	6	7.0	3	7.3	5	8.3	
เอกสารข่าว													
ไม่ได้รับ	10	10.9	4	10.8	15	17.9	6	7.0	2	4.9	6	10.0	$X^2\text{-test} = 20.269$
น้อยที่สุด	20	21.7	8	21.6	17	20.2	11	12.8	9	22.0	12	20.0	df. = 15
น้อย	16	17.4	8	21.6	10	11.9	23	26.7	12	29.3	7	11.7	Sig. = 0.162
ปานกลาง	21	22.8	3	8.1	18	21.4	15	17.4	10	24.4	10	16.7	
มาก	20	21.7	10	27.0	19	22.6	22	25.6	5	12.2	21	35.0	
มากที่สุด	5	5.4	4	10.8	5	6.0	9	10.5	3	7.3	4	6.7	
รายงานกิจการ													
ไม่ได้รับ	21	22.8	8	21.6	25	29.8	12	14.0	5	12.2	6	10.0	$X^2\text{-test} = 34.683$
น้อยที่สุด	24	26.1	13	35.1	31	36.9	40	46.5	26	63.4	34	56.7	df. = 15
น้อย	11	12.0	3	8.1	10	11.9	13	15.1	3	7.3	4	6.7	Sig. = 0.003*
ปานกลาง	25	27.2	4	10.8	7	8.3	9	10.5	3	7.3	9	15.0	
มาก	7	7.6	8	21.6	10	11.9	12	14.0	3	7.3	5	8.3	
มากที่สุด	4	4.3	1	2.7	1	1.2			1	2.4	2	3.3	
เว็บไซต์													
ไม่ได้รับ	10	10.9	1	2.7	12	14.3	7	8.1	6	14.6	14	23.3	$X^2\text{-test} = 21.491$
น้อยที่สุด	16	17.4	9	24.3	11	13.1	20	23.3	8	19.5	9	15.0	df. = 15
น้อย	22	23.9	9	24.3	14	16.7	16	18.6	10	24.4	7	11.7	Sig. = 0.122
ปานกลาง	24	26.1	2	5.4	14	16.7	18	20.9	4	9.8	14	23.3	
มาก	15	16.3	11	29.7	19	22.6	14	16.3	3	7.3	7	11.7	
มากที่สุด	5	5.4	5	13.5	14	16.7	11	12.8	10	24.4	9	15.0	

ตารางผนวก 7 (ต่อ)

ระดับการรับรู้	ระยะเวลาเป็นสมาชิก (ปี)												ค่าสถิติ		
	ข้อมูล		1-5		6-10		11-15		16-20		21-25			26 ขึ้นไป	
			น	%	น	%	น	%	น	%	น	%		น	%
ข้อ ความ ทาง															
โทรศัพท์มือถือ															
ไม่ได้รับ	37	40.2	2	5.4	4	4.8	8	9.3	4	9.8	11	18.3	X ² -test = 15.406		
น้อยที่สุด	23	25.0	17	45.9	34	40.5	33	38.4	18	43.9	15	25.0	df. = 15		
น้อย	15	16.3	8	21.6	21	25.0	19	22.1	8	19.5	11	18.3	Sig. = 0.423		
ปานกลาง	7	7.6	3	8.1	10	11.9	10	11.6	6	14.6	16	26.7			
มาก	7	7.6	5	13.5	12	14.3	14	16.3	3	7.3	4	6.7			
มากที่สุด	3	3.3	2	5.4	3	3.6	2	2.3	2	4.9	3	5.0			
โทรศัพท์ตอบรับ															
ทัศนคติ															
ไม่ได้รับ	54	58.7	21	56.8	49	58.3	57	66.3	22	53.7	31	51.7	X ² -test = 19.125		
น้อยที่สุด	11	12.0	7	18.9	16	19.0	9	10.5	10	24.4	10	16.7	df. = 15		
น้อย	10	10.9	1	2.7	11	13.1	7	8.1	4	9.8	4	6.7	Sig. = 0.208		
ปานกลาง	9	9.8	4	10.8	2	2.4	5	5.8	2	4.9	11	18.3			
มาก	5	5.4	4	10.8	6	7.1	8	9.3	1	2.4	3	5.0			
มากที่สุด	3	3.3							2	4.9	1	1.7			

ตารางผนวก 8 ความสัมพันธ์ระหว่างตำแหน่งกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

ระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	ตำแหน่ง										ค่าสถิติ
	บริการ		พนักงาน		พนักงาน		พนักงาน		พนักงานระดับ		
	ระดับ 1-3		ระดับ 1-3		ระดับ 4-7		ระดับ 8-9		10 ขึ้นไป		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
สื่อมวลชน											
ไม่ได้รับ	3	20.0	4	18.2	16	10.9	24	19.2	17	18.7	$X^2\text{-test} = 21.47$
น้อยที่สุด	2	13.3	3	13.6	32	21.8	37	29.6	20	22.0	df. = 12
น้อย	4	26.7			31	21.1	16	12.8	10	11.0	Sig. = 0.044*
ปานกลาง	4	26.7	6	27.3	33	22.4	13	10.4	25	27.5	
มาก	1	6.7	6	27.3	27	18.4	26	20.8	12	13.2	
มากที่สุด	1	6.7	3	13.6	8	5.4	9	7.2	7	7.7	
เอกสารข่าว											
ไม่ได้รับ	4	26.7			17	11.6	21	16.8	1	1.1	$X^2\text{-test} = 26.27$
น้อยที่สุด	2	13.3	2	9.1	27	18.4	32	25.6	14	15.4	df. = 12
น้อย	1	6.7	3	13.6	28	19.0	23	18.4	21	23.1	Sig. = 0.010*
ปานกลาง	5	33.3	6	27.3	33	22.4	23	18.4	10	11.0	
มาก	2	13.3	9	40.9	30	20.4	21	16.8	35	38.5	
มากที่สุด	1	6.7	2	9.1	12	8.2	5	4.0	10	11.0	
รายงานกิจการ											
ไม่ได้รับ	4	26.7	3	13.6	25	17.0	42	33.6	3	3.3	$X^2\text{-test} = 40.50$
น้อยที่สุด	3	20.0	2	9.1	57	38.8	46	36.8	60	65.9	df. = 9
น้อย	2	13.3	4	18.2	18	12.2	9	7.2	11	12.1	Sig. = 0.000*
ปานกลาง	4	26.7	9	40.9	27	18.4	7	5.6	10	11.0	
มาก	1	6.7	2	9.1	18	12.2	19	15.2	5	5.5	
มากที่สุด	1	6.7	2	9.1	2	1.4	2	1.6	2	2.2	
เว็บไซต์											
ไม่ได้รับ	4	26.7	1	4.5	19	12.9	19	15.2	7	7.7	$X^2\text{-test} = 16.24$
น้อยที่สุด	2	13.3	5	22.7	29	19.7	22	17.6	15	16.5	df. = 12
น้อย	4	26.7	4	18.2	28	19.0	25	20.0	17	18.7	Sig. = 0.180
ปานกลาง	3	20.0	6	27.3	29	19.7	23	18.4	15	16.5	
มาก			5	22.7	28	19.0	23	18.4	13	14.3	
มากที่สุด	2	13.3	1	4.5	14	9.5	13	10.4	24	26.4	

ตารางผนวก 8 (ต่อ)

ระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	ตำแหน่ง										ค่าสถิติ
	บริการ		พนักงาน		พนักงาน		พนักงาน		พนักงาน		
	ระดับ 1-3		ระดับ 1-3		ระดับ 4-7		ระดับ 8-9		ระดับ 10 ขึ้น ไป		
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ											
ไม่ได้รับ	7	46.7	10	45.5	29	19.7	11	8.8	9	9.9	X ² -test = 15.62
น้อยที่สุด	5	33.3	3	13.6	53	36.1	55	44.0	24	26.4	df. = 12
น้อย	2	13.3	2	9.1	27	18.4	26	20.8	25	27.5	Sig. = 0.209
ปานกลาง			2	9.1	20	13.6	11	8.8	19	20.9	
มาก	1	6.7	4	18.2	14	9.5	15	12.0	11	12.1	
มากที่สุด			1	4.5	4	2.7	7	5.6	3	3.3	
โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ											
ไม่ได้รับ	9	60.0	17	77.3	79	53.7	80	64.0	49	53.8	X ² -test = 13.39
น้อยที่สุด	4	26.7			22	15.0	20	16.0	17	18.7	df. = 9
น้อย	1	6.7			21	14.3	9	7.2	6	6.6	Sig. = 0.146
ปานกลาง	1	6.7	2	9.1	13	8.8	4	3.2	13	14.3	
มาก			2	9.1	9	6.1	11	8.8	5	5.5	
มากที่สุด			1	4.5	3	2.0	1	0.8	1	1.1	

หมายเหตุ $\alpha = 0.05$, * $P < 0.05$

ตารางผนวก 9 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้บริการกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ

ระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	เงินฝาก		เงินกู้ยืม		ใช้บริการเงินกู้		ไม่ใช้บริการเงิน		ค่าสถิติ
	อย่างเดียว		เดียว		และเงินฝาก		ฝากและเงินกู้		
	น	%	น	%	น	%	น	%	
ส่วนบุคคล									
ไม่ได้รับ	8	11.1	27	16.7	16	14.0	13	25.0	$X^2\text{-test} = 16.61$
น้อยที่สุด	16	22.2	34	21.0	29	25.4	15	28.8	$df. = 12$
น้อย	10	13.9	28	17.3	17	14.9	6	11.5	$Sig. = 0.165$
ปานกลาง	23	31.9	32	19.8	23	20.2	3	5.8	
มาก	13	18.1	31	19.1	19	16.7	9	17.3	
มากที่สุด	2	2.8	10	6.2	10	8.8	6	11.5	
เอกสารข่าว									
ไม่ได้รับ	6	8.3	14	8.6	13	11.4	10	19.2	$X^2\text{-test} = 11.45$
น้อยที่สุด	14	19.4	25	15.4	26	22.8	12	23.1	$df. = 12$
น้อย	13	18.1	34	21.0	21	18.4	8	15.4	$Sig. = 0.491$
ปานกลาง	19	26.4	34	21.0	20	17.5	4	7.7	
มาก	16	22.2	39	24.1	28	24.6	14	26.9	
มากที่สุด	4	5.6	16	9.9	6	5.3	4	7.7	
รายงานกิจการ									
ไม่ได้รับ	9	12.5	30	18.5	28	24.6	10	19.2	$X^2\text{-test} = 33.24$
น้อยที่สุด	24	33.3	71	43.8	44	38.6	29	55.8	$df. = 12$
น้อย	8	11.1	21	13.0	12	10.5	3	5.8	$Sig. = 0.001^*$
ปานกลาง	24	33.3	19	11.7	12	10.5	2	3.8	
มาก	4	5.6	19	11.7	16	14.0	6	11.5	
มากที่สุด	3	4.2	2	1.2	2	1.8	2	3.8	
เว็บไซต์									
ไม่ได้รับ	7	9.7	17	10.5	16	14.0	10	19.2	$X^2\text{-test} = 32.00$
น้อยที่สุด	8	11.1	24	14.8	25	21.9	16	30.8	$df. = 12$
น้อย	18	25.0	36	22.2	15	13.2	9	17.3	$Sig. = 0.001^*$
ปานกลาง	22	30.6	21	13.0	27	23.7	6	11.5	
มาก	11	15.3	33	20.4	19	16.7	6	11.5	
มากที่สุด	6	8.3	31	19.1	12	10.5	5	9.6	

ตารางผนวก 9 (ต่อ)

ระดับการรับรู้ ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อ	เงินฝาก		เงินกู้ยืม		ใช้บริการเงินกู้ และเงินฝาก		ไม่ใช้บริการเงิน ฝากและเงินกู้		ค่าสถิติ
	อย่างเดียว		เดียว						
	น	%	น	%	น	%	น	%	
ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ									
ไม่ได้รับ	22	30.6	13	8.0	10	8.8	21	40.4	X ² -test = 11.53
น้อยที่สุด	23	31.9	59	36.4	42	36.8	16	30.8	df. = 12
น้อย	5	6.9	42	25.9	27	23.7	8	15.4	Sig. = 0.484
ปานกลาง	9	12.5	24	14.8	15	13.2	4	7.7	
มาก	9	12.5	17	10.5	16	14.0	3	5.8	
มากที่สุด	4	5.6	7	4.3	4	3.5			
โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ									
ไม่ได้รับ	37	51.4	90	55.6	66	57.9	41	78.8	X ² -test = 7.80
น้อยที่สุด	11	15.3	27	16.7	20	17.5	5	9.6	df. = 9
น้อย	5	6.9	21	13.0	8	7.0	3	5.8	Sig. = 0.554
ปานกลาง	9	12.5	13	8.0	9	7.9	2	3.8	
มาก	7	9.7	9	5.6	10	8.8	1	1.9	
มากที่สุด	3	4.2	2	1.2	1	0.9			

หมายเหตุ $\alpha = 0.05$, *P < 0.05

ตารางผนวก 10 จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์
ประเภทสื่อบุคคล

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	สื่อบุคคล											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%
ด้านเงินฝาก												
น้อยที่สุด	13	20.3	9	9.6	2	3.3	3	3.7	3	4.2	1	3.6
น้อย	14	21.9	19	20.2	12	19.7	19	23.5	7	9.7	7	25.0
ปานกลาง	29	45.3	48	51.1	30	49.2	32	39.5	29	40.3	8	28.6
มาก	8	12.5	17	18.1	13	21.3	23	28.4	32	44.4	9	32.1
มากที่สุด			1	1.1	4	6.6	4	4.9	1	1.4	3	10.7
ด้านเงินกู้												
น้อยที่สุด	6	9.4	4	4.3	1	1.6	6	7.4				
น้อย	15	23.4	20	21.3	8	13.1	9	11.1	6	8.3	4	14.3
ปานกลาง	30	46.9	48	51.1	29	47.5	38	46.9	19	26.4	6	21.4
มาก	11	17.2	18	19.1	19	31.1	25	30.9	41	56.9	11	39.3
มากที่สุด	2	3.1	4	4.3	4	6.6	3	3.7	6	8.3	7	25.0
การรับทุนสวัสดิการ												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	19	29.7	14	14.9	7	11.5	8	9.9	3	4.2	5	17.9
น้อย	18	28.1	28	29.8	18	29.5	19	23.5	11	15.3	5	17.9
ปานกลาง	19	29.7	41	43.6	23	37.7	34	42.0	23	31.9	5	17.9
มาก	7	10.9	11	11.7	12	19.7	18	22.2	33	45.8	9	32.1
มากที่สุด	1	1.6			1	1.6	2	2.5	2	2.8	4	14.3
การรับเงินปันผลเงิน												
เดี่ยคืน												
น้อยที่สุด	2	3.1	2	2.1			3	3.7				
น้อย	5	7.8	4	4.3	4	6.6	5	6.2	2	2.8		
ปานกลาง	19	29.7	29	30.9	20	32.8	25	30.9	18	25.0	1	3.6
มาก	19	29.7	37	39.4	27	44.3	26	32.1	35	48.6	4	14.3
มากที่สุด	19	29.7	22	23.4	10	16.4	22	27.2	17	23.6	23	82.1

ตารางผนวก 10 (ต่อ)

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	สื่อบุคคล											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
การให้บุคคลใน												
ครอบครัวเป็นสมาชิก												
สมทบ												
น้อยที่สุด	15	23.4	14	14.9	10	16.4	6	7.4	1	1.4	3	10.7
น้อย	21	32.8	27	28.7	15	24.6	15	18.5	13	18.1	3	10.7
ปานกลาง	21	32.8	36	38.3	25	41.0	39	48.1	17	23.6	7	25.0
มาก	7	10.9	16	17.0	11	18.0	17	21.0	37	51.4	11	39.3
มากที่สุด			1	1.1			4	4.9	4	5.6	4	14.3
การรับรู้สิทธิของการ												
เป็นเจ้าของกิจการ												
(สมาชิก)												
น้อยที่สุด	7	10.9	5	5.3	6	9.8	3	3.7	2	2.8		
น้อย	24	37.5	20	21.3	13	21.3	6	7.4	2	2.8	2	7.1
ปานกลาง	19	29.7	32	34.0	24	39.3	36	44.4	26	36.1	10	35.7
มาก	12	18.8	29	30.9	16	26.2	24	29.6	36	50.0	7	25.0
มากที่สุด	2	3.1	8	8.5	2	3.3	12	14.8	6	8.3	9	32.1
การใช้ข้อมูลข่าวสาร												
ของสภ.ศ.												
น้อยที่สุด	2	3.1	2	2.1								
น้อย	21	32.8	18	19.1	11	18.0	17	21.0	5	6.9	1	3.6
ปานกลาง	31	48.4	51	54.3	36	59.0	34	42.0	28	38.9	10	35.7
มาก	10	15.6	22	23.4	13	21.3	28	34.6	38	52.8	13	46.4
มากที่สุด			1	1.1	1	1.6	2	2.5	1	1.4	4	14.3

ตารางผนวก 11 จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์
ประเภทสื่อเอกสารข่าว

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	เอกสารข่าว											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%
ด้านเงินฝาก												
น้อยที่สุด	10	23.3	4	5.2	6	7.9	8	10.4	1	1.0	2	6.7
น้อย	11	25.6	20	26.0	16	21.1	13	16.9	13	13.4	5	16.7
ปานกลาง	21	48.8	37	48.1	33	43.4	36	46.8	38	39.2	11	36.7
มาก	1	2.3	15	19.5	17	22.4	19	24.7	40	41.2	10	33.3
มากที่สุด			1	1.3	4	5.3	1	1.3	5	5.2	2	6.7
ด้านเงินกู้												
น้อยที่สุด	3	7.0	4	5.2			8	10.4	2	2.1		
น้อย	10	23.3	17	22.1	15	19.7	10	13.0	5	5.2	5	16.7
ปานกลาง	23	53.5	38	49.4	37	48.7	33	42.9	29	29.9	10	33.3
มาก	5	11.6	17	22.1	20	26.3	23	29.9	52	53.6	8	26.7
มากที่สุด	2	4.7	1	1.3	4	5.3	3	3.9	9	9.3	7	23.3
การรับทุนสวัสดิการ												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	10	23.3	11	14.3	12	15.8	12	15.6	7	7.2	4	13.3
น้อย	19	44.2	25	32.5	18	23.7	16	20.8	16	16.5	5	16.7
ปานกลาง	11	25.6	32	41.6	29	38.2	39	50.6	27	27.8	7	23.3
มาก	3	7.0	8	10.4	15	19.7	10	13.0	44	45.4	10	33.3
มากที่สุด			1	1.3	2	2.6			3	3.1	4	13.3
การรับเงินปันผล/เงิน												
เฉลี่ยคืน												
น้อยที่สุด	2	4.7	2	2.6			3	3.9				
น้อย	6	14.0	5	6.5	3	3.9	2	2.6	4	4.1		
ปานกลาง	10	23.3	25	32.5	21	27.6	32	41.6	21	21.6	3	10.0
มาก	8	18.6	29	37.7	36	47.4	31	40.3	37	38.1	7	23.3
มากที่สุด	17	39.5	16	20.8	16	21.1	9	11.7	35	36.1	20	66.7

ตารางผนวก 11 (ต่อ)

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	เอกสารข่าว											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
การให้บุคคลใน												
ครอบครัวเป็นสมาชิก												
สมทบ												
น้อยที่สุด	9	20.9	10	13.0	14	18.4	9	11.7	7	5.5	5	5.2
น้อย	18	41.9	22	28.6	12	15.8	16	20.8	26	20.5	21	21.6
ปานกลาง	12	27.9	32	41.6	33	43.4	33	42.9	35	27.6	27	27.8
มาก	4	9.3	12	15.6	17	22.4	17	22.1	49	38.6	38	39.2
มากที่สุด			1	1.3			2	2.6	10	7.9	6	6.2
การรับรู้สิทธิของการ												
เป็นเจ้าของกิจการ												
(สมาชิก)												
น้อยที่สุด	8	18.6	8	10.4	2	2.6	5	6.5				
น้อย	18	41.9	22	28.6	10	13.2	6	7.8	11	8.7	7	7.2
ปานกลาง	10	23.3	24	31.2	35	46.1	41	53.2	37	29.1	32	33.0
มาก	6	14.0	16	20.8	26	34.2	22	28.6	54	42.5	43	44.3
มากที่สุด	1	2.3	7	9.1	3	3.9	3	3.9	25	19.7	15	15.5
การใช้ข้อมูลข่าวสาร												
ของสภ.ศ.												
น้อยที่สุด	2	4.7	2	2.6								
น้อย	16	37.2	15	19.5	16	21.1	20	26.0	6	4.7	4	4.1
ปานกลาง	20	46.5	44	57.1	38	50.0	36	46.8	52	40.9	42	43.3
มาก	5	11.6	15	19.5	21	27.6	21	27.3	62	48.8	47	48.5
มากที่สุด			1	1.3	1	1.3			7	5.5	4	4.1

ตารางผนวก 12 จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์
ประเภทสื่อรายงานกิจการ

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	รายงานกิจการ											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
ด้านเงินฝาก												
น้อยที่สุด	12	15.6	12	7.1	5	11.4	1	1.8	1	2.2		
น้อย	20	26.0	33	19.6	9	20.5	9	15.8	4	8.9	3	33.3
ปานกลาง	28	36.4	86	51.2	19	43.2	20	35.1	19	42.2	4	44.4
มาก	16	20.8	33	19.6	9	20.5	23	40.4	20	44.4	1	11.1
มากที่สุด	1	1.3	4	2.4	2	4.5	4	7.0	1	2.2	1	11.1
ด้านเงินกู้												
น้อยที่สุด	3	3.9	6	3.6	2	4.5	6	10.5				
น้อย	22	28.6	25	14.9	5	11.4	6	10.5	3	6.7	1	11.1
ปานกลาง	36	46.8	84	50.0	21	47.7	15	26.3	10	22.2	4	44.4
มาก	11	14.3	44	26.2	13	29.5	26	45.6	28	62.2	3	33.3
มากที่สุด	5	6.5	9	5.4	3	6.8	4	7.0	4	8.9	1	11.1
การรับทุนสวัสดิการ												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	15	19.5	28	16.7	4	9.1	5	8.8	3	6.7	1	11.1
น้อย	25	32.5	43	25.6	12	27.3	13	22.8	4	8.9	2	22.2
ปานกลาง	29	37.7	58	34.5	18	40.9	22	38.6	15	33.3	3	33.3
มาก	6	7.8	38	22.6	10	22.7	13	22.8	21	46.7	2	22.2
มากที่สุด	2	2.6	1	0.6			4	7.0	2	4.4	1	11.1
การรับเงินปันผล/เงิน												
เฉลี่ยคืน												
น้อยที่สุด	2	2.6	2	1.2			3	5.3				
น้อย	10	13.0	4	2.4	5	11.4	1	1.8				
ปานกลาง	25	32.5	44	26.2	11	25.0	20	35.1	8	17.8	4	44.4
มาก	16	20.8	65	38.7	23	52.3	23	40.4	20	44.4	1	11.1
มากที่สุด	24	31.2	53	31.5	5	11.4	10	17.5	17	37.8	4	44.4

ตารางผนวก 12 (ต่อ)

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	รายงานกิจการ											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%	น	%
การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสหภาพ												
น้อยที่สุด	14	18.2	27	16.1	5	11.4	2	3.5			1	11.1
น้อย	31	40.3	33	19.6	7	15.9	13	22.8	8	17.8	2	22.2
ปานกลาง	25	32.5	67	39.9	21	47.7	18	31.6	12	26.7	2	22.2
มาก	7	9.1	35	20.8	11	25.0	21	36.8	22	48.9	3	33.3
มากที่สุด			6	3.6			3	5.3	3	6.7	1	11.1
การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก)												
น้อยที่สุด	13	16.9	7	4.2	2	4.5			1	2.2		
น้อย	28	36.4	26	15.5	6	13.6	4	7.0	3	6.7		
ปานกลาง	28	36.4	57	33.9	18	40.9	27	47.4	13	28.9	4	44.4
มาก	5	6.5	60	35.7	15	34.1	19	33.3	22	48.9	3	33.3
มากที่สุด	3	3.9	18	10.7	3	6.8	7	12.3	6	13.3	2	22.2
การใช้ข้อมูลข่าวสารของสหค.												
น้อยที่สุด	2	2.6	2	1.2								
น้อย	25	32.5	29	17.3	6	13.6	10	17.5	2	4.4	1	11.1
ปานกลาง	37	48.1	84	50.0	25	56.8	20	35.1	19	42.2	5	55.6
มาก	12	15.6	51	30.4	13	29.5	24	42.1	22	48.9	2	22.2
มากที่สุด	1	1.3	2	1.2			3	5.3	2	4.4	1	11.1

ตารางผนวก 13 จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเว็บไซต์

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	เว็บไซต์											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
ด้านเงินฝาก												
น้อยที่สุด	6	12.0	3	4.1	7	9.0	6	7.9	3	4.3	6	11.1
น้อย	11	22.0	18	24.7	15	19.2	13	17.1	12	17.4	9	16.7
ปานกลาง	26	52.0	44	60.3	38	48.7	27	35.5	21	30.4	20	37.0
มาก	5	10.0	7	9.6	18	23.1	24	31.6	32	46.4	16	29.6
มากที่สุด	2	4.0	1	1.4			6	7.9	1	1.4	3	5.6
ด้านเงินกู้												
น้อยที่สุด	2	4.0	1	1.4	2	2.6	9	11.8	2	2.9	1	1.9
น้อย	16	32.0	19	26.0	10	12.8	6	7.9	7	10.1	4	7.4
ปานกลาง	24	48.0	40	54.8	38	48.7	31	40.8	22	31.9	15	27.8
มาก	7	14.0	12	16.4	25	32.1	22	28.9	36	52.2	23	42.6
มากที่สุด	1	2.0	1	1.4	3	3.8	8	10.5	2	2.9	11	20.4
การรับทุนสวัสดิการ												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	15	30.0	10	13.7	5	6.4	15	19.7	5	7.2	6	11.1
น้อย	17	34.0	26	35.6	20	25.6	12	15.8	14	20.3	10	18.5
ปานกลาง	13	26.0	31	42.5	39	50.0	26	34.2	20	29.0	16	29.6
มาก	4	8.0	5	6.8	14	17.9	20	26.3	28	40.6	19	35.2
มากที่สุด	1	2.0	1	1.4			3	3.9	2	2.9	3	5.6
การรับเงินปันผลเงิน												
เจดีย์หิน												
น้อยที่สุด	2	4.0	2	2.7	2	2.6	1	1.3				
น้อย	6	12.0	6	8.2	3	3.8	2	2.6	2	2.9	1	1.9
ปานกลาง	11	22.0	29	39.7	27	34.6	29	38.2	10	14.5	6	11.1
มาก	17	34.0	21	28.8	30	38.5	27	35.5	33	47.8	20	37.0
มากที่สุด	14	28.0	15	20.5	16	20.5	17	22.4	24	34.8	27	50.0

ตารางผนวก 13 (ต่อ)

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	เว็บไซต์											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
การให้บุคคลใน												
ครอบครัวเป็นสมาชิก												
สมทบ												
น้อยที่สุด	15	30.0	11	15.1	8	10.3	7	9.2	8	6.5	3	4.3
น้อย	14	28.0	22	30.1	17	21.8	12	15.8	29	23.6	18	26.1
ปานกลาง	15	30.0	35	47.9	35	44.9	29	38.2	31	25.2	15	21.7
มาก	6	12.0	4	5.5	15	19.2	25	32.9	49	39.8	30	43.5
มากที่สุด			1	1.4	3	3.8	3	3.9	6	4.9	3	4.3
การรับรู้สิทธิของการ												
เป็นเจ้าของกิจการ												
(สมาชิก)												
น้อยที่สุด	9	18.0	6	8.2	5	6.4			3	2.4		
น้อย	15	30.0	22	30.1	8	10.3	10	13.2	12	9.8	8	11.6
ปานกลาง	18	36.0	26	35.6	39	50.0	26	34.2	38	30.9	22	31.9
มาก	5	10.0	17	23.3	21	26.9	33	43.4	48	39.0	29	42.0
มากที่สุด	3	6.0	2	2.7	5	6.4	7	9.2	22	17.9	10	14.5
การใช้ข้อมูลข่าวสาร												
ของสภส.												
น้อยที่สุด	2	4.0	2	2.7								
น้อย	16	32.0	18	24.7	12	15.4	14	18.4	13	10.6	8	11.6
ปานกลาง	26	52.0	41	56.2	44	56.4	32	42.1	47	38.2	27	39.1
มาก	5	10.0	12	16.4	21	26.9	28	36.8	58	47.2	32	46.4
มากที่สุด	1	2.0			1	1.3	2	2.6	5	4.1	2	2.9

ตารางผนวก 14 จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์
ประเภทสื่อข้อความทางโทรศัพท์มือถือ

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
ด้านเงินฝาก												
น้อยที่สุด	6	9.1	14	10.0	4	4.9	3	5.8	4	6.7	3	6.7
น้อย	14	21.2	28	20.0	16	19.5	13	25.0	7	11.7	5	11.1
ปานกลาง	33	50.0	68	48.6	41	50.0	18	34.6	16	26.7	11	24.4
มาก	11	16.7	27	19.3	19	23.2	16	30.8	29	48.3	25	55.6
มากที่สุด	2	3.0	3	2.1	2	2.4	2	3.8	4	6.7	1	2.2
ด้านเงินกู้												
น้อยที่สุด	6	9.1	6	4.3			2	3.8	3	5.0	2	4.4
น้อย	13	19.7	27	19.3	10	12.2	7	13.5	5	8.3	2	4.4
ปานกลาง	35	53.0	68	48.6	41	50.0	17	32.7	9	15.0	9	20.0
มาก	10	15.2	36	25.7	26	31.7	20	38.5	33	55.0	29	64.4
มากที่สุด	2	3.0	3	2.1	5	6.1	6	11.5	10	16.7	3	6.7
การรับทุนสวัสดิการ												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	9	13.6	25	17.9	7	8.5	7	13.5	8	13.3	5	11.1
น้อย	23	34.8	37	26.4	18	22.0	12	23.1	9	15.0	9	20.0
ปานกลาง	26	39.4	52	37.1	36	43.9	20	38.5	11	18.3	6	13.3
มาก	8	12.1	23	16.4	20	24.4	10	19.2	29	48.3	23	51.1
มากที่สุด			3	2.1	1	1.2	3	5.8	3	5.0	2	4.4
การรับเงินปันผล/เงิน												
เฉลี่ยคืน												
น้อยที่สุด	4	6.1	2	1.4			1	1.9				
น้อย	10	15.2	5	3.6	2	2.4	3	5.8				
ปานกลาง	20	30.3	41	29.3	26	31.7	14	26.9	11	18.3	8	17.8
มาก	17	25.8	58	41.4	35	42.7	12	23.1	26	43.3	23	51.1
มากที่สุด	15	22.7	34	24.3	19	23.2	22	42.3	23	38.3	14	31.1

ตารางผนวก 14 (ต่อ)

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิก												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	9	13.6	18	12.9	12	14.6	6	11.5	4	6.7	3	6.7
น้อย	16	24.2	42	30.0	20	24.4	9	17.3	7	11.7	7	15.6
ปานกลาง	26	39.4	55	39.3	29	35.4	20	38.5	15	25.0	9	20.0
มาก	14	21.2	24	17.1	18	22.0	14	26.9	29	48.3	24	53.3
มากที่สุด	1	1.5	1	0.7	3	3.7	3	5.8	5	8.3	2	4.4
การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ (สมาชิก)												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	10	15.2	6	4.3	3	3.7	2	3.8	2	3.3	1	2.2
น้อย	19	28.8	32	22.9	7	8.5	2	3.8	7	11.7	5	11.1
ปานกลาง	20	30.3	57	40.7	41	50.0	15	28.8	14	23.3	11	24.4
มาก	14	21.2	37	26.4	21	25.6	26	50.0	26	43.3	21	46.7
มากที่สุด	3	4.5	8	5.7	10	12.2	7	13.5	11	18.3	7	15.6
การใช้ข้อมูลข่าวสารของสภ.ค.												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	2	3.0	2	1.4								
น้อย	20	30.3	30	21.4	11	13.4	6	11.5	6	10.0	3	6.7
ปานกลาง	31	47.0	71	50.7	48	58.5	22	42.3	18	30.0	16	35.6
มาก	13	19.7	36	25.7	21	25.6	22	42.3	32	53.3	25	55.6
มากที่สุด			1	0.7	2	2.4	2	3.8	4	6.7	1	2.2

ตารางผนวก 15 จำนวนและร้อยละของการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิกจากสื่อประชาสัมพันธ์
ประเภทสื่อโทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
ด้านเงินฝาก												
น้อยที่สุด	23	9.8	3	4.8	1	2.7	2	6.1	2	7.4		
น้อย	48	20.5	16	25.4	7	18.9	3	9.1	2	7.4	2	33.3
ปานกลาง	111	47.4	29	46.0	21	56.8	8	24.2	6	22.2	1	16.7
มาก	45	19.2	15	23.8	8	21.6	18	54.5	14	51.9	2	33.3
มากที่สุด	7	3.0					2	6.1	3	11.1	1	16.7
ด้านเงินกู้												
น้อยที่สุด	13	5.6	2	3.2			2	6.1				
น้อย	44	18.8	11	17.5	1	2.7	3	9.1	1	3.7	2	33.3
ปานกลาง	116	49.6	29	46.0	17	45.9	6	18.2	2	7.4		
มาก	49	20.9	19	30.2	18	48.6	17	51.5	21	77.8	1	16.7
มากที่สุด	12	5.1	2	3.2	1	2.7	5	15.2	3	11.1	3	50.0
การรับทุนสวัสดิการ												
สมาชิก												
น้อยที่สุด	40	17.1	7	11.1	1	2.7	4	12.1	3	11.1	1	16.7
น้อย	68	29.1	18	28.6	8	21.6	5	15.2				
ปานกลาง	85	36.3	25	39.7	17	45.9	12	36.4	4	14.8	2	33.3
มาก	38	16.2	12	19.0	10	27.0	10	30.3	18	66.7	2	33.3
มากที่สุด	3	1.3	1	1.6	1	2.7	2	6.1	2	7.4	1	16.7
การรับเงินปันผลเงิน												
เฉลี่ยคืน												
น้อยที่สุด	4	1.7	2	3.2			1	3.0				
น้อย	17	7.3	2	3.2	1	2.7						
ปานกลาง	65	27.8	17	27.0	12	32.4	11	33.3	5	18.5	2	33.3
มาก	80	34.2	25	39.7	18	48.6	12	36.4	12	44.4	1	16.7
มากที่สุด	68	29.1	17	27.0	6	16.2	9	27.3	10	37.0	3	50.0

ตารางผนวก 15 (ต่อ)

การใช้ข้อมูลข่าวสาร	โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ											
	ไม่ได้รับ		น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด	
	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%	ก	%
การให้บุคคลใน												
ครอบครัวเป็นสมาชิก												
สมทบ												
น้อยที่สุด	38	16.2	6	9.5	1	2.7	3	9.1	1	3.0	1	3.7
น้อย	66	28.2	19	30.2	7	18.9	2	6.1				
ปานกลาง	87	37.2	22	34.9	18	48.6	14	42.4	4	12.1	2	7.4
มาก	39	16.7	14	22.2	10	27.0	12	36.4	24	72.7	21	77.8
มากที่สุด	4	1.7	2	3.2	1	2.7	2	6.1	4	12.1	3	11.1
การรับรู้สิทธิของการ												
เป็นเจ้าของกิจการ												
(สมาชิก)												
น้อยที่สุด	15	6.4	5	7.9			2	6.1	1	3.0	1	3.7
น้อย	54	23.1	8	12.7	4	10.8	1	3.0				
ปานกลาง	85	36.3	26	41.3	17	45.9	12	36.4	7	21.2	6	22.2
มาก	58	24.8	19	30.2	16	43.2	14	42.4	17	51.5	13	48.1
มากที่สุด	22	9.4	5	7.9			4	12.1	8	24.2	7	25.9
การใช้ข้อมูลข่าวสาร												
ของสภ.ศ.												
น้อยที่สุด	2	0.9	2	3.2								
น้อย	55	23.5	9	14.3	2	5.4	5	15.2	2	6.1	1	3.7
ปานกลาง	117	50.0	33	52.4	22	59.5	11	33.3	7	21.2	6	22.2
มาก	58	24.8	18	28.6	13	35.1	15	45.5	20	60.6	17	63.0
มากที่สุด	2	0.9	1	1.6			2	6.1	4	12.1	3	11.1



ภาคผนวก ค

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

การรับรู้ต่อประสิทธิภาพของสมาชิก สกส. ที่มีต่อการให้บริการของ สกส.

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านสังคมของสมาชิก

1. เพศ

☐ (1) ชาย

☐ (2) หญิง

2. อายุ ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ (1) ประถม/มัธยมต้น

☐ (2) มัธยมศึกษาปลาย/ปวช.

☐ (3) อนุปริญญา/ปวส.

☐ (4) ปริญญาตรี

☐ (5) ปริญญาโท/สูงกว่าปริญญาโท

4. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก ปี

5. ตำแหน่งของสมาชิกในหน่วยงานสังกัด

☐ (1) บริการระดับ 1-3

☐ (2) พนักงานระดับ 1-3

☐ (3) พนักงานระดับ 4-7

☐ (4) พนักงานระดับ 8-9

☐ (5) พนักงานระดับ 10 ขึ้นไป

6. ท่านใช้บริการ สกส. ประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. การฝากเงิน

☐ (1) เงินฝากออมทรัพย์

☐ (2) เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ

☐ (3) เงินฝากประจำ

☐ (4) เงินฝากเกษียณเกษมสุข

☐ (5) เงินฝากดอกเบี้ยสูงใจ

☐ (6) เงินฝากทวีทรัพย์

☐ (7) เงินฝากออมทรัพย์พิเศษสาขา

☐ (8) ไม่ได้ฝากเงิน

() 2. การกู้เงิน

☐ (1) เงินกู้ฉุกเฉิน

☐ (2) เงินกู้สามัญ

☐ (3) เงินกู้สามัญเพื่อคุณภาพชีวิต

☐ (4) เงินกู้ปรับโครงสร้างหนี้

☐ (5) เงินกู้พิเศษ

☐ (6) ไม่ได้กู้เงิน

() 3. อื่น ๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

ความถี่ของการได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่อปี ที่ท่านใช้บริการสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง

ช่องทางของ สกส.	ระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ต่อปี					
	มากที่สุด (มากกว่า 12) (5)	มาก (10-12 ครั้ง) (4)	ปานกลาง (7-9 ครั้ง) (3)	น้อย (4-6 ครั้ง) (2)	น้อยที่สุด (1-3 ครั้ง) (1)	ไม่เคยได้รับ (0)
1. สื่อบุคคล						
2. เอกสารข่าว						
3. รายงานกิจการ						
4. เว็บไซต์						
5. ข้อความทางโทรศัพท์มือถือ						
6. โทรศัพท์ตอบรับอัตโนมัติ						
7. อื่นๆ.....						

ตอนที่ 3 การใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

โปรดแสดงความเห็น โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างแสดงการใช้ข้อมูลข่าวสารของท่าน ท่านมีการใช้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องต่างๆ ทางสื่อประชาสัมพันธ์ของ สกส. ในระดับใด

ข้อมูลข่าวสารของ สกส.	ระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของ สกส.				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านเงินฝาก					
1.1 เงินฝากออมทรัพย์					
1.2 เงินฝากออมทรัพย์พิเศษ					
1.3 เงินฝากประจำ					
1.4 เงินฝากเกษียณเกษมสุข					
1.5 เงินฝากดอกเบี้ยสูงใจ					
1.6 เงินฝากทวีทรัพย์					
1.7 เงินฝากออมทรัพย์พิเศษสาขา					
2. ด้านเงินกู้					
2.1 เงินกู้ฉุกเฉิน					

ข้อมูลข่าวสารของ สกส.	ระดับการใช้ข้อมูลข่าวสารของ สกส.				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.2 เงินกู้สามัญ					
2.3 เงินกู้สามัญเพื่อคุณภาพชีวิต					
2.4 เงินกู้ปรับโครงสร้างหนี้					
2.5 เงินกู้พิเศษ					
3. การรับทุนสวัสดิการสมาชิก					
3.1 สวัสดิการสมาชิกเมื่อถึงแก่กรรม					
3.2 สวัสดิการสมาชิกเมื่อบาดเจ็บ					
3.3 สวัสดิการเมื่อบิดามารดาของสมาชิกเสียชีวิต					
3.4 สวัสดิการเมื่อสมาชิกประสบภัยพิบัติ					
3.5 สวัสดิการส่งเสริมการศึกษานุเคราะห์ของสมาชิก					
4. การรับเงินปันผล/เงินเฉลี่ยคืน					
4.1 การรับเงินปันผลตามหุ้น					
4.2 การรับเงินเฉลี่ยคืนแก่สมาชิกที่กู้เงิน					
5. การให้บุคคลในครอบครัวเป็นสมาชิกสมทบ					
5.1 ให้บุคคลในครอบครัวสมัครเป็นสมาชิกสมทบ					
5.2 ให้ออมเงินผลตอบแทนสูง					
5.3 มีสิทธิกู้เงินจากสหกรณ์					
6. การรับรู้สิทธิของการเป็นเจ้าของกิจการ(สมาชิก)					
6.1 การสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้แทนสมาชิก					
6.2 การสมัครรับเลือกตั้งเป็นกรรมการดำเนินการ					
6.3 ทราบถึงอำนาจหน้าที่ของที่ประชุมใหญ่					

ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก

1. ปัญหาอุปสรรคการใช้ข้อมูลข่าวสารของสมาชิก สกส.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ปัญหาอุปสรรคในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสมาชิก สกส.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ง

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวลลิตา ไ้ม้งาม
เกิดเมื่อ	16 กุมภาพันธ์ 2527
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2538 - 2540 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชลกันยานุกูล จังหวัดชลบุรี
	พ.ศ. 2540 - 2543 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนชลกันยานุกูล จังหวัดชลบุรี
	พ.ศ. 2543 - 2545 ปริญญาตรีเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2549 - 2550 พนักงานประสานงานการตลาด บริษัท รักตุก คิส์ฟเวอร์รี่ เติร์ดนิ่ง จำกัด จังหวัดกรุงเทพฯ
	พ.ศ. 2551 - ปัจจุบัน พนักงานประชาสัมพันธ์ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จังหวัดกรุงเทพฯ