

บทคัดย่อ

ภาคินพนธ์ : ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของพนักงานพัฒนาธุรกิจของธนาคารเพื่อ
 การเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในภาคกลางต่อการช่วยเหลืองานด้าน
 การตลาดของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส.
 ชื่อผู้เขียน : นายสุรัชต์ ฝั่งพร
 ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)
 ปี : 2544

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของพนักงานพัฒนาธุรกิจของ
 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในภาคกลางต่อการช่วยเหลืองานด้านการ
 ตลาดของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. (สกต.) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 3
 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติต่อการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. ของ
 พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส.

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของพนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. ต่อ
 การช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต.

3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ
 พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส.

กลุ่มตัวอย่างคือพนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จาก
 ทั้งหมด 8 สาขา จำนวน 75 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย
 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลภูมิหลังของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบวัดที่ทัศน
 คติต่อการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. ซึ่งมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่ารวม (Summated
 Rating Scale) มีเนื้อหาครอบคลุมใน 5 ด้าน คือ ด้านการตลาดทั่วไป ด้านการประชา
 สัมพันธ์ ด้านจัดทำใบสั่งสินค้า ด้านสนับสนุนการรวบรวมผลผลิต และด้านธุรกิจบริการลานตาก
 สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-
 test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One -Way Analysis of Variance หรือ F -
 test) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

ผลการศึกษามีดังนี้

1. พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. มีทัศนคติที่ดี ต่อการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านย่อยทั้ง 5 ด้าน ก็อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

2. ปัจจัยด้านภูมิหลัง ของพนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. ได้แก่ จำนวนปีที่อยู่สาขาเดียว (ในรอบ 10 ปี) ความถี่ในการประชาสัมพันธ์งานของ สกต. ความถี่ในการพูดคุยกับพนักงานของ สกต. (ในรอบเดือน) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาทัศนคติต่อการช่วยเหลือในแต่ละด้านพบผลเพิ่มเติม คือ อายุของพนักงาน จำนวนปีในการทำงานและรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการช่วยเหลือด้านการตลาดโดยทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกัน

จากคะแนนเฉลี่ยทัศนคติเป็นรายชื่อของพนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. ยังสะท้อนถึงปัญหาและอุปสรรคในการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. ดังต่อไปนี้ คือ ด้านประชาสัมพันธ์ ปัจจุบัน สกต. ไม่มีค่าตอบแทนให้ ทำให้พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. ไม่อยากทำงานด้านนี้ ในด้านจัดทำใบสั่งสินค้า พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. เกรงว่าจะถูกธนาคารเพ็งเล็งว่ามีส่วนได้เสียกับร้านจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์การเกษตร ถ้าจัดทำใบสั่งสินค้ามากเกินไป ด้านการสนับสนุนการรวบรวมผลผลิต พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. เห็นว่า ทุกครั้งที่มีการรวบรวมผลผลิต ทำให้ สกต. ขาดทุนจึงไม่อยากสนับสนุน นอกจากนี้การช่วยสนับสนุนดังกล่าวยังเป็นภาระหนักและเหน็ดเหนื่อย จึงเห็นว่า สกต. ควรจัดสรรผลประโยชน์ให้บ้าง ด้านธุรกิจลานตาก พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. ไม่เห็นด้วยว่ากลุ่มของ ตนมีความเชี่ยวชาญมากกว่าพนักงานของ สกต. และจำเป็นจะต้องอยู่ช่วยธุรกิจในด้านนี้ต่อไป ปัญหาดังกล่าวพนักงานพัฒนาธุรกิจของ สกต. เห็นว่าการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. เป็นภาระหนักเหน็ดเหนื่อย ดังนั้น ควรจัดสรรผลตอบแทนในการทำงานให้บ้าง

ผลการศึกษานี้ทำให้ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะต่อ ธ.ก.ส. เพื่อให้การช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. ของพนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้ คือ 1) การแต่งตั้งโยกย้ายพนักงานพัฒนาธุรกิจทุกสาขาของ ธ.ก.ส. ควรให้มีอัตราส่วนของพนักงานเก่าของสาขากับพนักงานใหม่ที่เหมาะสมเพราะผลการวิจัยพบว่า พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. ที่ประจำอยู่สาขาเดียวนานปีกว่า มีทัศนคติที่ดีต่อการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. มากกว่า 2) ธ.ก.ส. ควรอบรมพนักงานพัฒนาธุรกิจให้มีจิตสำนึกในการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. มากยิ่งขึ้น เพราะผลการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีความถี่ในด้านประชาสัมพันธ์งานของ สกต. มาก และมีความถี่ในเรื่องการพูดคุยกับพนักงานของ สกต. มากมีทัศนคติที่ดีต่อการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต. มากกว่า และ 3) ควรสนับสนุนโดยการให้ผลตอบแทนต่าง ๆ แก่ พนักงานพัฒนาธุรกิจของ ธ.ก.ส. ในการช่วยเหลืองานด้านการตลาดของ สกต.

ABSTRACT

Title of Research Paper : Factors Related to the Attitude of the Business Development Employees of the Bank for Agriculture and Agricultural Co-Operatives in the Central Region toward Assisting in the Marketing of the Agricultural Marketing Co-Operative Limited

Author : Mr. Surat Pingpon

Degree : Master of Arts (Social Development)

Year : 2001

The study was conducted for three major objectives :

1. To find out the BAAC business development employees toward assisting in the marketing of the Agricultural Marketing Co-Operative Limited (AMC),
2. To point out the factors reacted to their attitude toward assessing in marketing given to AMC,
3. To identify the problems in assisting in AMC marketing.

The sample group was composed of 75 business development employees from 8 branches of the Bank for Agriculture and Agricultural Co-Operatives (BAAC) in Ayuthaya Province. The questionnaire used for data collection consisted of two parts. The first part dealt with the respondents' background data and the second part measured their attitude toward assisting in AMC marketing. In this part, the summated rating scale was used and the content covered 5 aspects : general marketing, public relations, preparation of order forms, support in product collection, and drying ground service. Percentage, mean, and standard deviation was used to describe the data, and t-test, One - Way Analysis of Variance or F-test and Correlation Coefficient were employed to test the hypotheses.

The findings were summed up as follows :

1. The BAAC business development employees were found to have a moderately positive attitude toward assisting in AMC marketing. When all the five aspects were considered, each was found to receive a moderately positive attitude too.

2. The background variables of the BAAC employees found to be significantly positively related to their attitude toward assisting in AMC marketing were number of working years at the same branch, frequency in AMC public relations work, and frequency in contacting AMC employees (monthly). Also, age, number of working years and monthly income were found to have a positive relationship with their attitude toward assisting in general marketing.

The BAAC business development employees were faced with several work problems in assisting AMC marketing. First, they did not receive any pay from AMC for public relations work so they did not want to do this job. In preparing order forms, they were afraid that the bank might think that they would gain extra money from the agricultural inputs and machinery shops if they made a lot of orders. As for the production collection support, AMC was faced with a loss, so the bank employees did not want to get involved in this matter and this was also a big burden, too. AMC should give a certain amount of money for this job. With regard to the drying ground business, the bank employees did not think they were as expert as AMC employees and did not find it necessary to assist them in this matter. All the problems seemed to be concerned with the returns that the bank employees thought they should receive in assisting AMC.

To effectively assist in AMC marketing, the following recommendation were made : 1) In appointing and shifting of business development employees in all BAAC branches, the bank should have an appropriate proportion between old and new employees because the BAAC employees who were not transferred from one branch to another for a long time would have a good attitude toward assisting in AMC marketing. 2) The BAAC should find some way to make the business development employees have a positive attitude toward assisting AMC marketing. According to the findings, the bank employees who frequently publicized the AMC work and talked to AMC employees would have a highly positive attitude toward assisting in AMC marketing. 3) The BAAC employees should receive some returns from assisting AMC marketing.