

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

สหกรณ์ออมทรัพย์ไทยโอชูกล้า จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 50-50/1 หมู่ 8 ถนนเศรษฐกิจ 1 ตำบล คลองมะเดื่อ อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร เริ่มจัดตั้งเมื่อปี 2529 มีจำนวนสมาชิกทั้งสิ้น 370 คน (ร้อยละ 48.68) จากพนักงานทั้งหมดในบริษัทจำนวน 760 คน (สหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด 29 กรกฎาคม 2556) โดยบริษัทไทยโอชูกล้าเป็นบริษัทร่วมทุนกับประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มบริษัทเจริญเภสัช ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2516 มีการผลิตน้ำเกลือปราศจากเชื้อที่ให้ทางหลอดเลือดดำและผลิตอาหารทางการแพทย์ ซึ่งบริษัทได้เล็งเห็นความสำคัญในการจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ขึ้นในสถานประกอบการ เพื่อส่งเสริมให้พนักงานที่เป็นสมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และให้บริการสินเชื่อกู้ยืมเงินเมื่อเกิดความจำเป็น โดยจำนวนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ต้นปี 2556 มี 445 คน เข้าระหว่างปี 126 คน ลาออกระหว่างปี 123 คน คงเหลือสมาชิก ณ วันสิ้นปี 2556 จำนวน 448 คน สมาชิกมีหนี้สินกับสหกรณ์ (ร้อยละ 66.96) 300 คน สมาชิกไม่มีหนี้สินกับสหกรณ์ (ร้อยละ 33.04) 148 คน (รายงานการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2556 สหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด 11 มีนาคม 2557)

จากรายงานสรุปผลการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2555-2556 พบว่าภาพรวมสถานภาพ และผลการดำเนินงานธุรกิจสหกรณ์ออมทรัพย์ไทยโอชูกล้า จำกัด มีกำไรในปี 2556 ลดลงจากปี 2555 มี จำนวน 2,680,731 บาท ลดลงเป็น 2,653,330 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.03 และมีเงินกู้ยืมในระยะสั้นเพิ่มขึ้น จากเดิมในปี 2555 มีจำนวน 10,109,242 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 12,651,180 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.09 (รายงาน การประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2555-2556 สหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด) จากข้อมูล เบื้องต้นพบว่าสมาชิกใหม่มีการใช้บริการกู้ยืมเงินกับสหกรณ์ออมทรัพย์มากกว่าสมาชิกเก่าที่เน้นการฝาก เงินเพื่อหวังผลตอบแทนในรูปแบบของเงินปันผล โดยสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้ามีกำไรที่ลดลง และพบว่าสมาชิกเก่าบางส่วนได้ลาออกจากการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ในระหว่างปีเนื่องจาก ต้องการนำเงินไปลงทุนในรูปแบบอื่นที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าการได้รับเงินปันผลจากสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งในจังหวัดสมุทรสาครมีสถาบันการเงินหลักได้แก่ ธนาคารพาณิชย์ไทยและธนาคารเฉพาะกิจของรัฐ เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นต้น ซึ่ง

ธนาคารเหล่านี้มีการแข่งขันกันสูงและเตรียมความพร้อมในการปรับรูปโฉมสาขาเครือข่ายเพื่อรับเงินฝาก โดยมีการนำกลยุทธ์และเทคนิควิธีต่างๆ ในการให้บริการทางการเงินเพื่อตอบสนองลูกค้า

ฉะนั้นจึงเป็นประเด็นปัญหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วน ประสมการตลาดบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อให้ทราบ ถึงระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้าและเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของ สหกรณ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นสมาชิก โดยส่งเสริมให้ สมาชิกเก่ามีการออมเพิ่มขึ้นและเพิ่มจำนวนสมาชิกใหม่ต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสหกรณ์ ออมทรัพย์บริษัท ไทย โอชูกล้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อทราบปัญหาของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทย โอชูกล้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร
2. สามารถนำข้อมูล ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก

## 1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

**สหกรณ์ออมทรัพย์** หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร

**สมาชิก** หมายถึง บุคคลซึ่งมีสถานภาพเป็นสมาชิกที่เคยใช้บริการทั้งเงินฝากและกู้ยืมของ สหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร มีจำนวนทั้งหมด 385 คน (สหกรณ์ออมทรัพย์ไทยโอซูก้า จำกัด, กรกฎาคม 2557)

**ส่วนประสมทางการตลาดบริการ** หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ



**ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved