

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ต
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	4
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
3.1 ขอบเขตการศึกษา	14
3.2 วิธีการศึกษา	14
3.3 ระยะเวลาในการศึกษา	17
3.4 สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	18
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของสมาชิก	19
ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูซ่า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	25

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	33
ส่วนที่ 4 ข้อมูลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญและความพึงพอใจของ สมาชิกที่มีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	41
ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ	64
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	63
5.1 สรุปผลการศึกษา	63
5.2 อภิปรายผล	70
5.3 ข้อค้นพบ	72
5.4 ข้อเสนอแนะ	73
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	78
ภาคผนวก ข จดหมายขออนุญาตทำการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ	86
ประวัติผู้เขียน	87

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามเพศ 19
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามอายุ 19
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามสถานภาพ 20
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามระดับการศึกษา 20
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามตำแหน่งงาน 21
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามอายุการทำงานกับบริษัท 22
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามมูลค่าหุ้นของสมาชิกสหกรณ์ 22
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามจำนวนเงินที่สมาชิกฝากกับสหกรณ์ ออมทรัพย์ในแต่ละเดือน 23
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามวงเงินกู้ยืมครั้งล่าสุดของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ 23
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของสมาชิก จำแนกตามระยะเวลาการเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ 24
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร 25
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคาของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร 27
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอชูกล้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร 28

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อส่วนประสม การตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	29
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคลากรของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทย โอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	30
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	31
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	32
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทย โอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	33
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านราคาของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	35
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการจัดจำหน่ายของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทย โอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	36
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาดของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	37
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสม การตลาดบริการด้านบุคลากรของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทย โอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	38

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	39
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	40
ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของสมาชิกต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	41
ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของสมาชิกจำแนกตามปัจจัยด้านราคา	42
ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของสมาชิกต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	44
ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของสมาชิกต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	45
ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของสมาชิกต่อปัจจัยด้านบุคลากร	46
ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของสมาชิกต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	47
ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญของสมาชิกต่อปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	48
ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร	49
ตารางที่ 4.34 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญกับระดับความพึงพอใจแต่ละQuadrants	50
ตารางที่ 4.35 แสดงหมายเลขตัวแทนของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36 แสดงหมายเลขตัวแทนของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านราคา	52
ตารางที่ 4.37 แสดงหมายเลขตัวแทนของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย	53
ตารางที่ 4.38 แสดงหมายเลขตัวแทนของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	53
ตารางที่ 4.39 แสดงหมายเลขตัวแทนของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคลากร	53
ตารางที่ 4.40 แสดงหมายเลขตัวแทนของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านกระบวนการ	54
ตารางที่ 4.41 แสดงหมายเลขตัวแทนของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	54
ตารางที่ 4.42 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่อยู่ใน Quadrant A : Concentrate Here	55
ตารางที่ 4.43 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่อยู่ใน Quadrant B : Keep up good work	56
ตารางที่ 4.44 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่อยู่ใน Quadrant C : Low Priority	59
ตารางที่ 4.45 แสดงปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่อยู่ใน Quadrant D : Possible Overkill	60
ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละ ของปัญหาและข้อเสนอแนะของสมาชิกที่มี ต่อปัจจัย ส่วนประสมการตลาดบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัท ไทยโอซูก้า จำกัดจังหวัดสมุทรสาคร	61
ตารางที่ 5.1 แสดงระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของ สมาชิกที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสหกรณ์ออม ทรัพย์บริษัท ไทยโอซูก้า จำกัดจังหวัดสมุทรสาคร	64

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของสมาชิก จำแนกตามปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร เรียงจากมากไปน้อย	66



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลการให้ระดับความคาดหวังและการประเมินความคิดเห็น (ความพึงพอใจ) ของผลิตภัณฑ์และบริการ	9
ภาพที่ 4.1 แสดง Quadrant Analysis ผลระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัทไทยโอซูก้า จำกัด จังหวัดสมุทรสาคร แยกตามปัจจัยย่อย	51



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved