



ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์  
สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

โดย

นางสาวพรรณราย จิตเจนการ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์  
สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

โดย

นางสาวพรรณราย จิตเจนการ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



MEMBER SATISFACTION WITH THE METROPOLITAN ELECTRICITY  
AUTHORITY STATE ENTERPRISE UNION'S SAVING AND  
CREDIT CO-OPERATIVE LIMITED

BY

MISS PUNNALAI JITJANKRAN



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF  
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2015  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาวพรรณราย จิตเจนการ

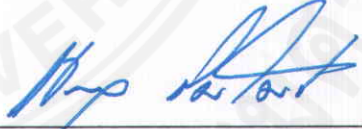
เรื่อง

ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ  
การไฟฟ้านครหลวง จำกัด

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ 24 APR 2016

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

  
(รองศาสตราจารย์ ดร. นภดล ร่มโพธิ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

  
(รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์)

คณบดี

  
(ศาสตราจารย์ ดร. ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้า- นครหลวง จำกัด
ชื่อผู้เขียน	นางสาวพรรณราย จิตเจนการ
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	หลักสูตรบริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิภา ผดุงสิทธิ์
ปีการศึกษา	2558

### บทคัดย่อ

สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด เป็นสถาบันการเงินที่ก่อตั้งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์ และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็นหรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์นอกวง โดยสมาชิกสามารถกู้ยืมได้ตามหลักการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สมาชิกต่างต้องการให้สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าในการบริหารจัดการ การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และการให้บริการแก่สมาชิก รวมทั้งการจัดให้มีบริการและสวัสดิการต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการ อันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์การทำวิจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผนปรับปรุง และแก้ไขปัญหาการให้บริการสมาชิกให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้มากที่สุด ซึ่งกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยไม่จำกัดเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก โดยได้นำแนวคิดและปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ (7Ps) ตามทฤษฎีของ Kotler แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ รวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ มากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการรองลงมา คือ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านบริการเงินฝาก ตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ, สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ, สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงาน-รัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

Independent Study Title	MEMBER SATISFACTION WITH THE METROPOLITAN ELECTRICITY AUTHORITY STATE ENTERPRISE UNION'S SAVING AND CREDIT CO-OPERATIVE LIMITED
Author	Miss Punnalai Jitjankran
Degree	Master of Business Administration
Department/Faculty/University	Master of Business Administration Program Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Monvika Phadoongsitthi, Ph.D.
Academic Year	2015

### Abstract

Metropolitan Electricity Authority State Enterprise Union's Saving and Credit Co-operative Limited was founded to serve double purposes which are propagate of the good concept and habit of financial saving to the union members and creation of lending capacity for those in need in order to generate further opportunities for success. This in turn creates a trustworthy and sustainable environment for lending-borrowing within the union members' community where self-sustenance, interdependency and growth of the organization can mutually be realised. Since founded, it is evident that the union members desire to see the future chapter of administrative development staffs and more service offering and better service efficiency that results in an increased satisfactory rate of the union members. Therefore, this independent study chief aim is to synthesise the data gleaned into critical insights which can be act upon by means of policy-making, strategic planning and tackling at issues level that could maximize members' satisfactory level as an outcome. The population of this research encompasses all genders, age, marital status, educational level, income and length of time as a member. This can be brought into fruition by consider various concepts and principles such as Kotler's Service Marketing Mix (7Ps) which primarily governs the conduct of this research in terms of demographic representation concept and relevant analysis. In this research, I adopted survey forms as a tool for data collection. Data collected has been collated and analysed using computer software application.

Results were that the most influential factors were physical evidence and process, followed by people and customer service quality, particularly in terms of

the union's savings department. Demographically, gender, age, marital status, educational level, income and length of time as a member had no effect on customer satisfaction. These findings may help with future policy-making and strategic planning to improve member satisfaction.

**Keyword:** Satisfaction, Metropolitan Electricity Authority State Enterprise Union's Saving and Credit Co-operative Limited



### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างสูงจากรองศาสตราจารย์ ดร. มนวิภา ผดุงสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัย รวมทั้งรองศาสตราจารย์ ดร. นภดล ร่มโพธิ์ ที่ได้ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการสอบ ซึ่งได้กรุณาสละเวลาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้มอบวิชาความรู้ต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย ขอขอบคุณความช่วยเหลือจากเพื่อน ๆ MBA 57 และเจ้าหน้าที่โครงการ MBA ทุกคน ขอขอบคุณนายสตุติ โกมลหทัย สำหรับคำแนะนำในส่วน Abstract รวมถึงกำลังใจจากครอบครัวของผู้วิจัย นายชัยรัช จิตเจนการ บิดา นางกุลวดี จิตเจนการ มารดา นายปรเมษฐ์ จิตเจนการ น้องชาย และนางสาวอารีรัตน์ สงวนเกียรติ ผู้ซึ่งสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยเสมอมา

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด ตลอดจนผู้ที่มีความสนใจ อนึ่ง หากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาวพรรณราย จิตเจนการ



## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ	6
2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ	6
2.1.2 ระดับขีดความรู้สึกรของผู้รับบริการ	7
2.1.3 องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	9
2.2.1 ผลิตภัณฑ์หรือบริการ	10
2.2.2 ราคา	10
2.2.3 สถานที่ให้บริการ	11
2.2.4 การส่งเสริมการตลาด	12
2.2.5 บุคลากร	12
2.2.6 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	13
2.2.7 กระบวนการ	13

2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.3.1 ปัจจัยด้านเพศ	14
2.3.2 ปัจจัยด้านอายุ	14
2.3.3 ปัจจัยด้านสถานภาพ	15
2.3.4 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา	16
2.3.5 ปัจจัยด้านรายได้	16
2.3.6 ปัจจัยด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิก	17
2.3.7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	17
2.3.8 ปัจจัยด้านราคา	18
2.3.9 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	18
2.3.10 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	19
2.3.11 ปัจจัยด้านบุคลากร	20
2.3.12 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	21
2.3.13 ปัจจัยด้านกระบวนการ	22
2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย	22
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	24
3.1 การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	24
3.1.1 กลุ่มประชากรเป้าหมาย	24
3.1.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	24
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	25
3.2.1 ตัวแปรอิสระ	25
3.2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	25
(1) เพศ	25
(2) อายุ	25
(3) สถานภาพ	25
(4) ระดับการศึกษา	25
(5) รายได้	25
(6) ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	25
3.2.1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	25
(1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	25
(2) ปัจจัยด้านราคา	25
(3) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	25
(4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	25
(5) ปัจจัยด้านบุคลากร	25

	(7)
(6) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	25
(7) ปัจจัยด้านกระบวนการ	25
3.2.2 ตัวแปรตาม	25
3.3 สมมติฐานของงานวิจัย	26
3.3.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	26
3.3.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	26
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	26
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	28
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน	28
3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	28
3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	28
3.6.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ANOVA	28
3.6.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis)	28
3.6.2.3 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression)	28
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	29
4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	29
4.2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์- สหภาพแรงงานฯ ของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัด ของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์- สหภาพแรงงานฯ และตัวแปรตาม	33
4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการใช้บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	37
4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ ความพึงพอใจในการใช้บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	37
4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ ความพึงพอใจในการใช้บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	38
4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ ความพึงพอใจในการ รับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	39
4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ ความพึงพอใจในการ รับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	39
4.4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ ความพึงพอใจในการใช้บริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	40

	(8)
4.4.6 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิก กับ ความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	41
4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย	41
4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระโดยการใช้วิธีการ วิเคราะห์ปัจจัย	42
4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)	42
4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์- สหภาพแรงงานฯ	45
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	51
5.1 สรุปผลการวิจัย	51
5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	51
5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์- สหภาพแรงงานฯ ของกลุ่มตัวอย่าง	51
5.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์- สหภาพแรงงานฯ	52
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ออมทรัพย์- สหภาพแรงงานฯ	53
5.2.1 ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ	53
5.2.2 ปัจจัยด้านบุคลากร	53
5.2.3 ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก	54
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	54
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	55
รายการอ้างอิง	56
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อ การให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ การไฟฟ้านครหลวง จำกัด	59
ภาคผนวก ข รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS	64
ประวัติผู้เขียน	66

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ต่อจำนวนพนักงาน การไฟฟ้านครหลวง	3
3.1 การระบุคะแนนในแบบสอบถาม	26
3.2 การแปลค่าเฉลี่ยระดับความเห็นและระดับความพึงพอใจ	27
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ	34
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรตาม	37
4.4 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามเพศ	38
4.5 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามช่วงอายุ	38
4.6 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามสถานภาพ	39
4.7 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามระดับการศึกษา	40
4.8 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามช่วงรายได้	40
4.9 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามช่วงระยะเวลาการเป็นสมาชิก	41
4.10 ค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรอิสระ	42
4.11 เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จาก การวิเคราะห์ปัจจัย	43
4.12 ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)	45
4.13 ผลการทดสอบสมมติฐานภาพรวมในสมการถดถอยระหว่างความพึงพอใจ ในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ กับปัจจัยทั้ง 7 ด้าน	46
4.14 สมการถดถอยของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	46

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กำหนดการรถบริการเคลื่อนที่ Mobile Service ประจำเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558	4
2.1 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ	9
2.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย	23
4.1 สาขาของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	32
4.2 บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด	32
4.3 เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	33



## บทที่ 1 บทนำ

### 1.1 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา

สหกรณ์ เป็นองค์กรทางเศรษฐกิจและสังคมที่สมาชิกร่วมกันจัดตั้งขึ้น ด้วยการลงหุ้นร่วมกัน จัดการร่วมกันในการผลิต การจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ตามความต้องการหรือผลประโยชน์อย่างเดียวกันของบรรดาสมาชิก สมาชิกแต่ละคนมีสิทธิออกเสียงได้หนึ่งเสียงในการบริหารสหกรณ์ โดยไม่ขึ้นกับจำนวนหุ้นที่ถืออยู่ ในประเทศไทยแบ่งสหกรณ์ออกเป็น 7 ประเภท คือ สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์นิคม สหกรณ์ประมง สหกรณ์ออมทรัพย์ สหกรณ์ร้านค้า สหกรณ์บริการ และสหกรณ์เครดิตยูเนียน

สหกรณ์ออมทรัพย์ คือ สถาบันการเงินแบบหนึ่งที่มีสมาชิกเป็นบุคคลซึ่งมีอาชีพอย่างเดียวกัน หรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนเดียวกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์ และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็นหรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์นอกวง และได้รับการจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ สมาชิกสามารถกู้ยืมได้เมื่อเกิดความจำเป็นตามหลักการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน โดยทั่วไปสหกรณ์ออมทรัพย์ส่งเสริมให้สมาชิกออมใน 2 รูปแบบ ดังนี้

1) การออมในรูปของหุ้น กรณีนี้เป็นการบังคับออม คือ สมาชิกทุกคนต้องออมเป็นประจำทุกเดือน โดยสหกรณ์จะกำหนดจำนวนออมขั้นต่ำของแต่ละระดับเงินเดือนไว้ ซึ่งในทางปฏิบัติจะถูกหักจากเงินเดือน ณ ที่จ่ายโดยหน่วยงานที่ทำหน้าที่จ่ายเงินเดือน และเพื่อให้การออมในรูปของหุ้นมีความต่อเนื่องมั่นคง จึงกำหนดให้มีการออมอย่างสม่ำเสมอ (ปกติคือเดือนละ 1 ครั้ง) และไม่สามารถถอนได้จนกว่าจะออกจากความเป็นสมาชิก

2) การออมในรูปเงินฝาก โดยแบ่งเงินรับฝากออกเป็น 3 ประเภท คือ ออมทรัพย์ ออมทรัพย์พิเศษ และประจำ กรณีเงินฝากออมทรัพย์ คือ เงินฝากประเภทที่ผู้ฝากสามารถถอนคืนเมื่อใดก็ได้ ทำให้การบริหารเงินฝากประเภทนี้ทำได้ยาก ดังนั้น สหกรณ์จะจ่ายดอกเบี้ยให้กับเงินฝากประเภทนี้ในอัตราต่ำกว่าเงินฝากประเภทอื่น สำหรับเงินฝากออมทรัพย์พิเศษ มีลักษณะโดยทั่วไปเหมือนเงินฝากออมทรัพย์ แต่จะมีข้อกำหนดพิเศษบางประการ เช่น ต้องคงยอดเงินฝากขั้นต่ำไว้ในบัญชีจำนวนหนึ่ง กำหนดจำนวนครั้งที่สามารถถอนเงินได้ในแต่ละเดือน เป็นต้น การกำหนดดังกล่าวทำให้สหกรณ์สามารถบริหารเงินฝากออมทรัพย์พิเศษได้ง่ายขึ้น เงินฝากประเภทนี้จึงได้รับดอกเบี้ยในอัตราที่สูงกว่าเงินฝากออมทรัพย์ธรรมดา

นอกจากนี้ สหกรณ์ให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่สมาชิกผ่านบริการสินเชื่อ หรือการให้เงินกู้ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เงินกู้ฉุกเฉิน เงินกู้สามัญ และเงินกู้พิเศษ สำหรับเงินกู้ฉุกเฉิน เป็นเงินที่ให้กู้เพื่อความจำเป็นเร่งด่วน โดยปกติวงเงินที่ให้กู้จะไม่สูงมากนัก เช่น 1 - 3 เท่าของเงินเดือนของสมาชิก แต่ไม่เกิน 60,000 บาท เป็นต้น กำหนดการชำระคืนสำหรับเงินกู้ประเภทนี้ค่อนข้างสั้น เช่น 2 - 6 เดือน เป็นต้น สำหรับเงินกู้สามัญ เป็นเงินที่ให้กู้เพื่อกิจกรรมทั่ว ๆ ไป วงเงินที่ให้กู้และระยะเวลาในการชำระคืนจะมากกว่าเงินกู้ฉุกเฉิน เช่น วงเงินไม่เกิน 500,000 บาท ชำระคืนภายใน 100 งวดเดือน เป็นต้น สำหรับเงินกู้พิเศษ เป็นเงินกู้ที่มีวงเงินค่อนข้างสูง ระยะเวลาชำระคืนยาว

บางกรณีอาจยาวถึง 20 ปี เงินกู้แบบนี้ต้องมีอสังหาริมทรัพย์เป็นหลักประกัน ส่วนใหญ่สมาชิกที่กู้เงินประเภทนี้มักนำไปใช้ในการซื้อสินทรัพย์ถาวรสูงถึง 10 ล้านบาทหรือมากกว่า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฐานะและนโยบายของแต่ละสหกรณ์

สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด (สอพ.) เริ่มการก่อตั้งเมื่อปี 2518 นายไพศาล ธีรชัยนันท์ ซึ่งในขณะนั้นเป็นประธานสหภาพแรงงาน-รัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง ได้ไปดูงานที่ประเทศอิสราเอล เห็นว่ากิจการสหกรณ์ออมทรัพย์ที่นั่นมีความเจริญก้าวหน้า เป็นธนาคารของผู้ใช้แรงงานที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ กรรมการสหภาพฯ ในสมัยนั้นจึงมีความเห็นและมีมติร่วมกันว่าควรจัดตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ได้รับการจดทะเบียนเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2522 มีสมาชิกเริ่มแรกจำนวน 937 คน และมีทุนดำเนินงานเพียง 200,000 บาทเศษ แบ่งการดำเนินงานตามช่วงเวลาดังนี้

ปี 2522 - 2524 เป็นช่วงเริ่มต้นการดำเนินงาน ยังมีทุนเริ่มแรกไม่มากนัก มีเฉพาะทุนเรือนหุ้นเท่านั้น และยังไม่เริ่มรับเงินฝากจากสมาชิก

ปี 2525 - 2530 เริ่มวางระบบการรับเงินฝากจากสมาชิก โดยเริ่มต้นด้วยการนำเงินของสหภาพฯ มาฝากก่อนจำนวนประมาณ 2 ล้านบาท จากนั้น จึงประชาสัมพันธ์ให้สมาชิกรับเงินมาฝากกับสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ในช่วงนี้เงินฝากยังไม่มากพอกับความต้องการเงินกู้

ปี 2531 - 2540 มีการจัดซื้อระบบงานคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้เพิ่มกับระบบงานเงินรับฝากและระบบบัญชี ยกเว้นระบบการเงินและการเชื่อมโยงข้อมูลเข้าระบบบัญชีโดยอัตโนมัติ ทำให้ยอดเงินรับฝากเริ่มสูงขึ้นมาก ส่งผลให้สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เริ่มมีเงินคงเหลือและมีสภาพคล่องดีมาก

ปี 2541 - 2550 หลังวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งปี 2540 สถาบันการเงินล้มไปจำนวนมาก แต่ระบบสหกรณ์ออมทรัพย์ไม่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตครั้งนี้ ประชาชนไม่ไว้วางใจในระบบธนาคาร ทำให้มีเงินทุนไหลเข้ามาฝากในสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จำนวนมหาศาลถึงหมื่นล้านบาท สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ได้ขยายบริการเงินฝากและเงินกู้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด

ปี 2551 - 2558 เนื่องจากในช่วงที่ผ่านมาปี 2551 - 2556 สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ปลดปล่อยจำนวนมาก ทำให้สมาชิกจำนวนหนึ่งใช้เงินกู้อย่างไม่ระมัดระวัง บางส่วนผิดพลาดจากการลงทุน และบางส่วนผิดพลาดโดยใช้ชีวิตที่ผิดครรลอง ผลจากการขยายวงเงินกู้จำนวนมาก ทำให้เงินทุนภายในของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ไม่เพียงพอ จึงต้องระดมเงินจากภายนอกมาปล่อยกู้ ซึ่งในปัจจุบันสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีนโยบายและแนวทางในการปรับปรุงให้เงินกู้ต่าง ๆ เข้าสู่ระบบ โดยยกเลิกเงินกู้ประเภทโครงการต่าง ๆ และปรับปรุงการปล่อยกู้ให้เข้าหลักเกณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อให้สมาชิกอยู่ได้และสหกรณ์มีความยั่งยืน

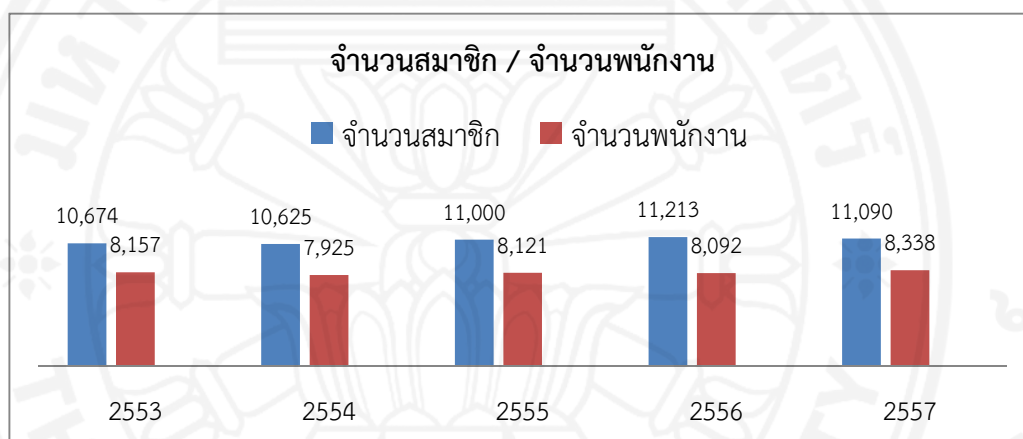
สมาชิกทุกคนต้องการให้สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าในการบริหารจัดการ รวมทั้งพัฒนาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สหกรณ์ และการให้บริการแก่สมาชิก มีการจัดสวัสดิการต่าง ๆ ที่เป็นการช่วยเหลือ สงเคราะห์ อำนวยประโยชน์แก่สมาชิก รวมถึงอาคาร สถานที่ เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์มีความเพียงพอ มีความสะดวกสบายในการติดต่อใช้บริการ และมีการประชาสัมพันธ์ด้านข้อมูลข่าวสารให้สมาชิกได้รับทราบอย่างทั่วถึง ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพ-



แรงงานฯ อันเป็นหัวใจสำคัญของงานบริการ ขณะเดียวกันความไม่พึงพอใจหรือข้อร้องเรียนของสมาชิกที่เกิดขึ้นก็มีความสำคัญเช่นกัน โดยถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยเฉพาะงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ เพราะหากสมาชิกเกิดความไม่พึงพอใจต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ย่อมส่งผลให้มาใช้บริการลดลง และอาจไปใช้บริการกับสถาบันการเงินอื่นที่ตอบสนองความพึงพอใจได้มากกว่า

### ตารางที่ 1.1

จำนวนสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ต่อจำนวนพนักงานการไฟฟ้านครหลวง



จากการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ผ่านมา มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงในตารางที่ 1.1 ในขณะที่จำนวนสาขาของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ในปัจจุบันมีให้บริการเพียง 2 สาขา คือ สำนักงานใหญ่ (เพลินจิต) และเขตวัดเลียบ จึงไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ของสมาชิกที่ทำงานในการไฟฟ้านครหลวง และให้บริการเฉพาะวันธรรมดา ในช่วงเวลา 07.45 - 14.30 น. เท่านั้น และถึงแม้ว่าสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จะมีความพยายามในการแก้ไขปัญหาเรื่องสาขาที่มีอยู่จำนวนน้อยด้วยการจัดรถบริการเคลื่อนที่ (Mobile Service) ให้บริการตามที่ทำการและการไฟฟ้านครหลวงเขตต่าง ๆ แต่ก็ยังคงมีข้อจำกัดในเรื่องของเงื่อนเวลากว่าคือ การให้บริการจะเป็นไปตามตารางเวลาการเดินทาง ซึ่งจะสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไปเพียงที่ทำการละ 1 - 2 ครั้งต่อเดือนเท่านั้น และปิดทำการเวลา 13.00 น. ดังแสดงในภาพที่ 1.1 หากสมาชิกพลาดรถบริการเคลื่อนที่ไป จะต้องรอทำธุรกรรมในเดือนถัดไป หรือต้องเดินทางไปยังสาขาเพลินจิตหรือสาขาวัดเลียบ ทำให้สมาชิกไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร นอกจากนี้ การทำธุรกรรมการเงินขั้นพื้นฐาน เช่น การปรับสมุดเงินฝาก การฝาก - ถอนเงินสด สมาชิกจะต้องเดินทางไปถึงที่ทำการหรือรถบริการเคลื่อนที่ เพราะไม่มีตู้ฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ จากปัญหาที่ยกตัวอย่างข้างต้น ยังมีปัญหาด้านอื่นอีกมากที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จึงควรศึกษาถึงปัจจัยและความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เพื่อนำผลมาปรับใช้และพัฒนา ทั้งในเรื่อง

ของความเพียงพอของสาขากับปริมาณผู้ใช้บริการ ความสะดวกสบาย และอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดีขึ้น และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่สมาชิก

กำหนดการรถบริการเคลื่อนที่ MOBILE SERVICE			
ประจำเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2558			
วัน จันทร์	ที่ 2	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต นนทบุรี
วัน อังคาร	ที่ 3	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต บางพลัด
วัน พุธ	ที่ 4	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต ยานนาวา
วัน พฤหัสบดี	ที่ 5	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต มีนบุรี/ลาดกระบัง
วัน ศุกร์	ที่ 6	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต บางกะปิ/ลาดพร้าว
วัน จันทร์	ที่ 9	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต ราชบุรี/นนทบุรี
วัน อังคาร	ที่ 10	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต คลองเตย
วัน พุธ	ที่ 11	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต บางขุนเทียน
วัน พฤหัสบดี	ที่ 12	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต บางพลี/ประเวศ
วัน ศุกร์	ที่ 13	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต สามเสน
วัน จันทร์	ที่ 16	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต ธนบุรี
วัน อังคาร	ที่ 17	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต บางเขน
วัน พุธ	ที่ 18	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต สมุทรปราการ
วัน พฤหัสบดี	ที่ 19	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต มีนบุรี/ลาดกระบัง
วัน ศุกร์	ที่ 20	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต บางใหญ่/บางบัวทอง
วัน จันทร์	ที่ 23	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต นนทบุรี
วัน อังคาร	ที่ 24	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต คลองเตย
วัน พุธ	ที่ 25	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต บางกะปิ/ลาดพร้าว
วัน พฤหัสบดี	ที่ 26	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต บางพลี/ประเวศ
วัน ศุกร์	ที่ 27	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต สามเสน
วัน จันทร์	ที่ 30	พฤศจิกายน 2558	การไฟฟ้าเขต ราชบุรี/นนทบุรี

ปิดทำการเวลา 13.00 น.

ภาพที่ 1.1 กำหนดการรถบริการเคลื่อนที่ Mobile Service ประจำเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2558

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

1.2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

## 1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตปัจจัยที่จะนำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ดังนี้

1.3.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

1.3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคลากร (People) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

สำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด ซึ่งจะศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถาม มีระยะเวลาในการดำเนินการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม 2559

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ได้รับทราบถึงข้อมูลระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการ และปัจจัยที่ส่งผลถึงความพึงพอใจดังกล่าว เพื่อนำไปกำหนดนโยบาย วางแผน ปรับปรุง และแก้ไขปัญหาการให้บริการสมาชิกให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้มากที่สุด

#### 1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด (สอฟ.)

1.5.2 สมาชิก หมายถึง สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

## บทที่ 2

### การทบทวนงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ ผู้วิจัยจะนำเสนอแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการศึกษา โดยเรียงตามลำดับดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

##### 2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายของคำว่า “พึงพอใจ” ว่าหมายถึง รัก ชอบใจ และให้ความหมายของคำว่า “พอใจ” ว่าหมายถึง สมใจ ชอบใจ

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเอกสารวิชาการต่าง ๆ พบว่าได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า ความพึงพอใจ ไว้หลายความหมายดังนี้

Armstrong & Kotler (2009, อ้างถึงในนันทสारी สุขโต และคณะ, 2555, หน้า 10) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ขึ้นอยู่กับสมรรถนะของผลิตภัณฑ์ที่รับรู้ได้เปรียบเทียบกับความคาดหวังของผู้ซื้อ หากสมรรถนะของผลิตภัณฑ์ต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พึงพอใจ หากสมรรถนะของผลิตภัณฑ์เท่ากับความคาดหวัง ลูกค้าจะพึงพอใจ แต่ถ้าสมรรถนะของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะพึงพอใจมากหรือเรียกว่าความปิติยินดีของลูกค้า (Delight)

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551, หน้า 65) กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจในการบริการว่า หมายความว่า ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคล อันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น

เกียรติศักดิ์ ท้าวเชื่อน (2550) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจมนุษย์ ซึ่งแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลได้คาดหวังกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดไว้อย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมาก เมื่อได้รับการตอบสนองด้วยดี ก็จะมี ความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้าม หากไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้หรือได้รับน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ก็อาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้ว่าจะมีมากหรือน้อยเพียงใด

โสรัตน์ พุ่มซ้อน (2549) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลนั้น ๆ ต่อผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยมีพื้นฐานจากประสบการณ์ การรับรู้ ค่านิยมที่แต่ละ

บุคคลจะได้รับ ทั้งนี้ ระดับความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้เมื่อผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ สามารถตอบสนองความต้องการบุคคลนั้นได้มากที่สุด

จากความหมายความพึงพอใจตามที่กล่าวมาข้างต้นพอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกชอบใจหรือไม่ชอบใจของบุคคลที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างกันไป โดยมีพื้นฐานจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ระดับความพึงพอใจนั้นเกิดจากสิ่งที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่ตั้งไว้ว่าจะได้รับการตอบสนองความต้องการให้ได้มากที่สุด ถ้าสิ่งที่ได้รับไม่ถึงความคาดหวังที่ตั้งไว้ ย่อมผิดหวังและไม่มีความพึงพอใจ ในทางกลับกัน หากสิ่งที่ได้รับมีเท่ากับสิ่งที่คาดหวัง ย่อมมีความพึงพอใจ และยิ่งหากสิ่งที่ได้รับมีมากกว่าสิ่งที่คาดหวัง บุคคลนั้นย่อมมีความพึงพอใจอย่างมาก

### 2.1.2 ระดับขีดความรู้สึของผู้รับบริการ

ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการบริการสามารถบ่งบอกได้ถึงคุณภาพของการบริการ ซึ่งสามารถแบ่งระดับขีดความรู้สึของลูกค้าที่ได้รับจากบริการต่าง ๆ ออกเป็น 4 ระดับ คือ

2.1.2.1 ความไม่พึงพอใจ เป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับบริการตรงกับสิ่งที่คาดหวังจากบริการนั้น ๆ

2.1.2.2 ความพึงพอใจ เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีสุขของลูกค้า เมื่อได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่คาดหวัง

2.1.2.3 ความประทับใจ เป็นการแสดงความรู้สึกปลื้มใจหรือประทับใจของลูกค้า ซึ่งมากกว่าความพึงพอใจ เมื่อได้รับการบริการหรือผลประโยชน์ที่เกินกว่าสิ่งที่คาดหวัง

2.1.2.4 ความภักดี จุดเริ่มต้นของความภักดีคือ ความพึงพอใจและความประทับใจ กล่าวคือ เมื่อลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและประทับใจกับการบริการที่ได้รับ ก็จะไม่พยายามที่จะหาบริการอื่นมาทดแทน และจะใช้บริการนั้น ๆ จากผู้ให้บริการรายเดิมต่อไป (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2551, หน้า 154)

### 2.1.3 องค์ประกอบที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

Millet (1954, อ้างถึงในโกมล ปานแจ่ม, 2552, หน้า 9) กล่าวถึงลักษณะสำคัญ 5 ประการที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ หรือการปฏิบัติงานด้วยการให้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ไว้ดังนี้

(1) การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายความว่า การบริการที่มีความยุติธรรม ความเสมอภาค ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครจะได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน หรือได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

(2) การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา หมายความว่า การให้บริการตามลักษณะความจำเป็น รีบด่วน และความต้องการ กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการคือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้น การบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ หากไม่ตรงต่อเวลา ก็จะทำให้การบริการนั้นไม่มีประสิทธิผล ซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ

(3) การให้บริการอย่างพอเพียง หมายความว่า ความพอเพียงในด้านสถานที่ บุคลากร และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ต่อการบริการ การให้บริการต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่บริการอย่างเหมาะสม เช่น ร้านอาหารมีโต๊ะและเก้าอี้เพียงพอกับลูกค้าที่จะเข้ามารับประทานอาหาร หรือห้างสรรพสินค้ามีที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้าที่จะเข้ามาซื้อของอุปโภคบริโภค เป็นต้น

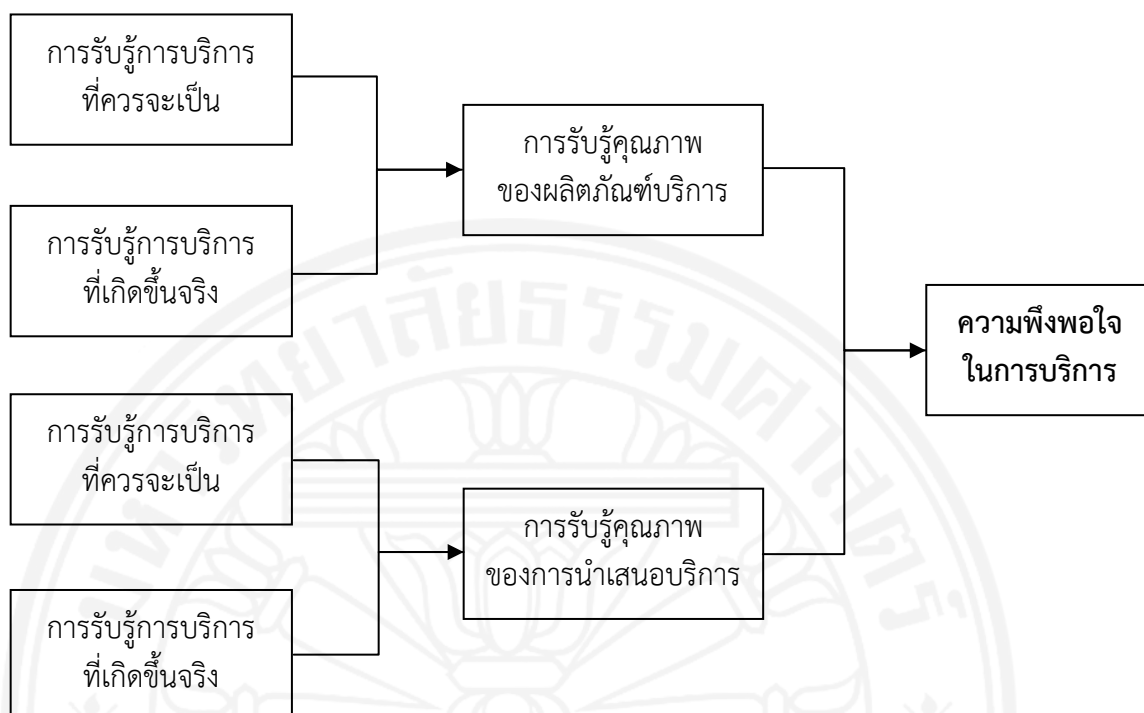
(4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายความว่า การให้บริการจนกว่าจะแล้วเสร็จ โดยมีการเตรียมพร้อมในการบริการต่อลูกค้า มีการฝึกอบรม ฝึกซ้อม อย่างสม่ำเสมอ

(5) การให้บริการที่มีความก้าวหน้า หมายความว่า การให้บริการที่ปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวคือพัฒนางานบริการด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความเจริญก้าวหน้า เรื่อย ๆ ซึ่งคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะต้องได้ตามที่จ่ายเงินไป ยิ่งคุณภาพของการบริการสูง มากเมื่อเทียบกับมูลค่าของเงินที่ลูกค้าจ่าย ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจยิ่งขึ้น

จิตตินันท์ นันทไพบุลย์ (2551, หน้า 70-71) กล่าวว่า ความพึงพอใจที่เกิดขึ้น ในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการ บริการในสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ และสิ่งที่ลูกค้าได้รับจริงจากการบริการ ซึ่งระดับความพึง-พอใจอาจไม่คงที่ และแปรผันไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ โดยความพึงพอใจในการบริการจะ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

(1) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ลูกค้าจะมีการรับรู้ ว่า ผลิตภัณฑ์บริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภท ตามที่ควรจะเป็น มากน้อยเพียงใด เช่น ลูกค้าที่เข้าไปในภัตตาคารจะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็น ผลิตภัณฑ์บริการที่ลูกค้าควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการแต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่ต้องการ

(2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ลูกค้าจะรับรู้ ว่า วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็น ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และ ปฏิบัติการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อลูกค้า เช่น บริการรับคำสั่งอาหารด้วยความสุภาพ เป็นกันเอง พนักงานบริการสามารถตอบคำถามหรือบอกรายละเอียดที่ลูกค้าต้องการทราบได้ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยโมตรจิตของการบริการที่แท้จริง



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ  
ที่มา : จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551, หน้า 71)

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือทางธุรกิจสำหรับนักการตลาด เพื่อใช้ในการพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญในการตอบสนองต่อตลาดอย่างเหมาะสม ซึ่งประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ให้บริการ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) รวมเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps (McCarthy, 1990, อ้างถึงในฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 54)

ในส่วนของการตลาดทางด้านการบริการ Kotler (1997, อ้างถึงในฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 52) ได้ให้คำจำกัดความเพิ่มขึ้นว่า ส่วนประสมทางการตลาดทางด้านการบริการควรจะประกอบไปด้วย 7Ps เพื่อรองรับลักษณะของการบริการที่มีความแตกต่างกับสินค้า โดยเพิ่มองค์ประกอบอีก 3 ประการ คือ บุคลากร (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process)

ในส่วนของงานวิจัยเล่มนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ซึ่งเป็นธุรกิจทางด้านบริการ จึงจะพิจารณาส่วนประสมทางการตลาดด้านการบริการครบทั้ง 7 องค์ประกอบ ดังนี้

### 2.2.1 ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายของคำว่า “สินค้า” ไว้ว่า หมายถึง สิ่งของที่ซื้อขายกัน และให้ความหมายของคำว่า “บริการ” ไว้ว่า หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ

Armstrong & Kotler (2009, อ้างถึงในนันทสาลี สุขโต และคณะ, 2555, หน้า 122) ได้ให้คำจำกัดความของผลิตภัณฑ์ไว้ว่าเป็น สิ่งใด ๆ ที่นำเสนอสู่ตลาด เพื่อให้เกิดความสนใจ เพื่อให้จับจองเป็นเจ้าของ หรือเพื่อใช้บริโภค ที่จะตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการได้ ผลิตภัณฑ์มิได้หมายความถึงเฉพาะสิ่งที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้เท่านั้น แต่มีความหมายโดยนัยอย่างกว้าง กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ยังรวมถึง บริการ บุคคล เหตุการณ์ สถานที่ องค์กร ความคิด หรือการผสมผสานทั้งหมดของสิ่งที่กล่าวมา โดยบริการเป็นรูปแบบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปของกิจกรรมผลประโยชน์ที่นำเสนอให้แก่ลูกค้า เป็นสิ่งที่ไม่มีความเคลื่อนไหวทางกายภาพ ซึ่งไม่สามารถครอบครองลักษณะทางกายภาพได้ เช่น บริการทางธนาคาร ร้านอาหาร การท่องเที่ยว เป็นต้น

การบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1. ลูกค้าหรือผู้รับบริการ 2. พนักงานหรือผู้ให้บริการ และ 3. ตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งสิ่งที่จะประกอบขึ้นมาเป็นสินค้าและบริการได้นั้น มี 2 ส่วน คือ

3.1 ฮาร์ดแวร์ ในทางการบริการหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถจับต้องได้ เช่น อาคาร การตกแต่งภายนอกและภายใน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย ระบบโทรศัพท์ เป็นต้น

3.2 ซอฟต์แวร์ ในทางการบริการหมายถึง การให้บริการที่ดี มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า สนใจในรายละเอียด ทำให้ลูกค้ามีความสุขสบายและสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนการแก้ไขปัญหาของลูกค้าให้ลุล่วงไปด้วยดี (จิตตินันท์ นันทไพบูลย์, 2551, หน้า 27 - 28)

### 2.2.2 ราคา

Armstrong & Kotler (2009, อ้างถึงในนันทสาลี สุขโต และคณะ, 2555, หน้า 156) กล่าวว่า เมื่อพิจารณาในมุมมองที่แคบที่สุด ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่กำหนดขึ้นเป็นค่าสินค้าหรือบริการ หากพิจารณาในมุมมองที่กว้าง ราคาอาจหมายถึง จำนวนรวมของคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ายอมจ่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ของการได้รับหรือการใช้สินค้าหรือบริการ

Bearden, Ingram, and LaForge (n.d., อ้างถึงในอรชร มณีสงฆ์ และคณะ, 2548, หน้า 197, 206-208) ให้คำจำกัดความราคาไว้ว่า หมายถึงจำนวนเงินที่ผู้ซื้อจ่ายให้กับผู้ขาย เพื่อแลกเปลี่ยนกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งอาจจะเรียกชื่อแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจหรือบริการ เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าธรรมเนียม ค่าทนายความ แต่ความหมายโดยรวมแล้วยังเหมือนกัน นั่นคือ ราคาจะต้องมีความสัมพันธ์กับมูลค่าที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ

นอกจากนี้ ยังได้ให้ความหมายคำว่า มูลค่าการยอมรับ (Perceived Value) ว่า หมายถึง อรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับเมื่อเทียบกับจำนวนเงินที่จ่ายไป หรืออาจกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า มูลค่าการยอมรับ หมายถึง คุณภาพต่อเงิน 1 หน่วย ซึ่งผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการก็ต่อเมื่อ เห็นว่ามีระดับราคาที่สมเหตุสมผลเมื่อเปรียบเทียบกับของคู่แข่ง โดยมูลค่าการยอมรับจะเป็นตัวกำหนดว่า ผู้ซื้อเต็มใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ มูลค่าการ



ยอมรับเกิดขึ้นจากการรวมกันของผลประโยชน์หรือคุณภาพที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ กับการเสียสละที่เป็นตัวเงิน ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับมีมูลค่าสูง การเสียสละที่เป็นตัวเงินก็จะสูงตามไปด้วย

ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จะซื้อกับราคาอ้างอิงภายนอก (External Reference Prices) และราคาอ้างอิงภายใน (Internal Reference Prices) เพื่อจะทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการมีราคาต่ำมาก สูงมาก หรือเหมาะสมแล้ว

ราคาอ้างอิงภายนอก หมายถึง ราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการของพ่อค้าปลีกรายอื่น หรือราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่พ่อค้าปลีกร้านเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ

ราคาอ้างอิงภายใน หมายถึง ราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผู้ซื้อจดจำได้ ได้แก่ ราคาที่คาดหวัง (Expected Price) เป็นราคาที่ผู้ซื้อคิดว่ามีความเป็นธรรมและเหมาะสม และราคาสำรอง (Reservation Price) เป็นราคาสูงสุดที่ผู้ซื้อเต็มใจที่จะจ่าย นอกจากนี้ ราคาอ้างอิงภายในยังรวมถึงราคาผลิตภัณฑ์หรือบริการในอดีต และในอนาคตที่ผู้ซื้อคาดหวังไว้

### 2.2.3 สถานที่ให้บริการ

ก่อนการนำเสนอบริการถึงผู้บริโภค กิจการต้องพิจารณาถึงคำถาม 3 ประการ เพื่อให้ได้คำตอบสำหรับแนวทางในการนำเสนอบริการที่เหมาะสมกับธุรกิจ พฤติกรรม และความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยคำถามคือ

1. ที่ไหน ต้องพิจารณาว่าลูกค้าซื้อ “ที่ไหน” ซึ่งเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของสถานที่ให้บริการ ธุรกิจจะต้องพิจารณาว่าจะทำอย่างไรให้ลูกค้าเกิดความสะดวกมากที่สุดในการใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงบริการได้ง่ายที่สุด

2. เมื่อใด ต้องพิจารณาว่าลูกค้าซื้อ “เมื่อใด” ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการแต่ละประเภท พฤติกรรมของลูกค้า และความจำเป็นจากสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อ “เวลา” ในการบริโภค

3. อย่างไร ต้องพิจารณาว่าลูกค้าบริโภค “อย่างไร” ธุรกิจต้องพิจารณาว่าจะนำเสนอบริการไปถึงลูกค้าในรูปแบบใด คำตอบที่ได้จะเกี่ยวข้องกับ “ช่องทางในการจำหน่าย”ว่าจะเลือกช่องทางตรง หรือ ช่องทางอ้อม

ช่องทางตรง คือ ช่องทางที่ผู้ผลิตติดต่อโดยตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจใช้พนักงานขายหรือสื่อทางตรงอื่น ๆ เช่น จดหมายตรงทางอินเทอร์เน็ต หรือตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ เป็นต้น

ช่องทางอ้อม คือ ช่องทางที่ผู้ผลิตมีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้องในการกระจายตัวผลิตภัณฑ์สู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งคนกลางในที่นี้อาจเป็นตัวแทนของผู้ผลิต พ่อค้าส่ง หรือพ่อค้าปลีก อย่างไรก็ตาม หรือหลายอย่างร่วมกันก็ได้ ซึ่งเลือกตามความจำเป็นและเหมาะสมของลักษณะผลิตภัณฑ์และศักยภาพขององค์กร

สำหรับการบริการ ช่องทางที่เหมาะสมที่สุด คือ ช่องทางตรง หรือ ช่องทางที่สั้นที่สุด นั่นคือ การที่ลูกค้าเป้าหมายมาติดต่อขอรับบริการจากธุรกิจผู้ให้บริการโดยตรง เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ ธนาคาร โรงพยาบาล เป็นต้น ในกรณีอื่นธุรกิจบริการอาจมีช่องทางอ้อมได้ โดยมีตัวแทนหรือนายหน้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น สายการบินที่มีตัวแทนของสายการบินเข้ามาช่วยในการจำหน่ายตั๋วให้ เป็นต้น (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 118, 121-122)

### 2.2.4 การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมทางการตลาดอย่างหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกิจกรรม เพื่อเพิ่มความต้องการซื้อ และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์แตกต่างกับคู่แข่ง โดยการส่งเสริมการตลาดครอบคลุมเครื่องมือการสื่อสารทุกอย่างที่สามารถส่งสารสู่ผู้รับเป้าหมาย แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (Armstrong & Kotler, 2009, อ้างถึงในนันทสารี สุขโต และคณะ, 2555, หน้า 226)

1) การโฆษณา (Advertising) หมายถึง การสื่อสารที่ไม่ใช้บุคคลในการนำเสนอ การโฆษณาเป็นการสื่อสารเกี่ยวกับแนวคิดของสินค้าหรือบริการ โดยมีผู้อุปถัมภ์ที่สามารถระบุได้ มีเครื่องมือย่อย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณาตามสถานที่สาธารณะ และอื่น ๆ โดยการโฆษณาเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดสำหรับการสร้างการรับรู้ของกิจการ ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด เมื่อพิจารณาต้นทุนต่อการเข้าถึงประชาชนหนึ่งพันคนแล้ว จะพบว่า ยากที่จะมีเครื่องมือการสื่อสารอื่นใดมีผลมากเท่ากับการโฆษณา (Kotler, 1999, อ้างถึงในเมธา ฤทธานนท์, 2550, หน้า 178)

2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง เครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมหรือกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระยะเวลาดำเนิน หรือช่วยกระตุ้นให้เกิดการขายสินค้าในระยะเวลาดำเนิน มีเครื่องมือย่อย เช่น การเสนอสิทธิประโยชน์พิเศษ การแลกซื้อ และโปรแกรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ

3) การขายโดยบุคคล (Personal Selling) หมายถึง การนำเสนอสินค้าแบบเผชิญหน้า เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการขายและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า หากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ มีความซับซ้อนมาก ความจำเป็นที่จะต้องใช้พนักงานขายก็จะมากตามไปด้วย แต่ถ้าผลิตภัณฑ์หรือบริการคล้าย ๆ กันที่มีอยู่ในท้องตลาดทั่วไป พนักงานขายอาจเป็นแค่ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเลือกที่จะซื้อจากผู้ขายรายหนึ่งแทนที่จะเป็นอีกรายหนึ่ง (Kotler, 1999, อ้างถึงในเมธา ฤทธานนท์, 2550, หน้า 185)

4) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคม ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี การประชาสัมพันธ์ช่วยรองรับและแก้ไขความเข้าใจผิด หรือข่าวลือที่เกิดขึ้นกับกิจการ มีเครื่องมือย่อย เช่น การให้ข่าว การเป็นผู้สนับสนุน กิจกรรมพิเศษ เว็บเพจ เป็นต้น

5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) หมายถึง การติดต่อโดยตรงกับลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย จึงทำให้ได้รับการตอบรับอย่างรวดเร็ว ช่วยทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างกิจการกับลูกค้าดำเนินไปได้ในระยะเวลานาน การตลาดทางตรงอาจเป็นการติดต่อกับลูกค้าทางจดหมายตรง โทรศัพท์ โทรทัศน์ อีเมล อินเทอร์เน็ต และอื่น ๆ มีเครื่องมือย่อย เช่น แค็ตตาล็อก การติดต่อทางโทรศัพท์ ตู้ให้ข้อมูล อินเทอร์เน็ต และอื่น ๆ

### 2.2.5 บุคลากร

การบริการต้องมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับคน ทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ คนเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ กิจการต้องเตรียม

กระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสำคัญ ตั้งแต่การสรรหา รับ ฝึกอบรม และกระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

บุคลากรเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ เนื่องจากบุคคลจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการบริการมากที่สุด บุคลากรสามารถสร้างความพึงพอใจ ดึงลูกค้ากลับมา หรือไล่ลูกค้าไปได้จากการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพียงครั้งเดียว โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าสูง ตัวอย่างเช่น การตัดผม การรักษาพยาบาล หรือการติดต่อทำธุรกรรมที่ธนาคาร เป็นต้น จนสามารถกล่าวได้ว่า “บุคลากรเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดในองค์กร” ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกระบวนการบริการมากขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เกิดความสะดวกและประหยัดต้นทุนด้านบุคลากรในบางส่วน และช่วยให้กระบวนการบริการรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในส่วนที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เช่น การใช้เครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติสำหรับธุรกิจธนาคาร เพื่อช่วยลดจำนวนลูกค้าในแถวคอยของธนาคาร เป็นต้น (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 54-55)

### 2.2.6 การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะทางกายภาพหรือสิ่งที่มีตัวตนที่มองเห็นได้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับบริการ เป็นองค์ประกอบของธุรกิจที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้ เช่น อาคารสำนักงาน ท่าเลที่ตั้ง รถยนต์ของกิจการ การตกแต่งสำนักงาน เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ พนักงาน สัญลักษณ์ของกิจการ สิ่งพิมพ์ที่จัดทำหรือเลือกใช้ และสิ่งต่าง ๆ ที่มองเห็นได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนถึงรูปแบบและคุณภาพของกิจการ ถึงแม้บางครั้งสิ่งที่มีตัวตนบางอย่างอาจไม่มีส่วนช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพสูงขึ้นมากนัก แต่ช่วยเสริมความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และเป็น การสะท้อนถึงรสนิยมของลูกค้าไปด้วย ซึ่งจะเป็นส่วนประกอบในการพิจารณาตัดสินใจ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 55)

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551, หน้า 72) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสถานที่ ความสวยงามงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์ และการให้สีสันทัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในงานบริการ

### 2.2.7 กระบวนการ

กระบวนการเป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการบริการ คือ เวลาและประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้น กระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกัน และงานที่ได้ต้องดีมีประสิทธิภาพ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2547, หน้า 54)

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551, หน้า 72) กล่าวว่า ประสิทธิภาพของการจัดกระบวนการบริการส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ผู้เข้ามาใช้บริการมีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง มีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดการระบบข้อมูลการให้บริการ การใช้เครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ เป็นต้น

## 2.3 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการที่มีลักษณะทำนองเดียวกันกับสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ดังนี้

### 2.3.1 ปัจจัยด้านเพศ

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ของพิมาน ทิมสสิต (2551) พบว่า สมาชิกที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ ในภาพรวมทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-ครูเชียงราย จำกัด ของอัทธกาส สิ้นันตา (2552) และการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด ของจันมณี จันทร์งาม (2551) รวมทั้งการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-บริษัท สแแต่ท์ส์ ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ของภูผา เรืองสินทรัพย์ (2553) ที่พบว่า สมาชิกที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับบริการของสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน

ผลงานวิจัยข้างต้นไม่สอดคล้องกับพงษ์ลดา คงหอม ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของบุคลากรผู้ใช้บริการงานการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ (2550) ที่พบว่า บุคลากรเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในการให้บริการงานการเงินแตกต่างกัน

จากการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจสุราษฎร์ธานี จำกัด ของช่อทิพย์ วาณิชย์เจริญ (ม.ป.ป.) พบว่า สมาชิกเพศชายมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการมากกว่าเพศหญิงทุกด้าน เช่นเดียวกับการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ของลติกา จองพาณิชย์เจริญ (2555) ที่พบว่า เพศชายมีความพึงพอใจรวมเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง

### 2.3.2 ปัจจัยด้านอายุ

พงษ์ลดา คงหอม (2550) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของบุคลากรผู้ใช้บริการงานการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ โดยเก็บตัวอย่างจากบุคลากรที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เฉพาะผู้ที่มาใช้บริการงานการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ จำนวน 200 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการบริการงานการเงินของผู้ใช้บริการที่มีกลุ่มอายุต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงราย จำกัด ของอัทธกาส สิ้นันตา (2552) และภัทริยา เพียรวิทยา (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด รวมทั้งการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการให้บริการของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) สาขาซอยสีลมคอมเพล็กซ์ ของโสรัตน์ พุ่มซ้อน (2549) ที่พบว่า สมาชิกที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับบริการของสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน

ผลงานวิจัยข้างต้นไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานการบินไทย จำกัด ของฉนิษฐา เอี่ยมวรพงษ์ (2547) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจในบริการโดยภาพรวมที่แตกต่างกัน รวมทั้งผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมสวัสดิการทหารบก จำกัด ของนราธิยา สามลฤกษ์ (2550) พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในบริการโดยภาพรวมที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่อายุมากกว่า 45 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยภาพรวมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 - 45 ปี ทำนองเดียวกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท สแแต่ท์ส ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ของภุมา เรืองสินทรัพย์ (2553) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับบริการของสหกรณ์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี

การศึกษาผลการดำเนินงานและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์และการธกษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำกัด ของรัชดาภรณ์ ประชุมแดง (2553) พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุของผู้ใช้บริการที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์และการธกษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำกัด ที่แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการอายุมากกว่า 60 ปี มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในภาพรวมมากกว่าผู้ให้บริการอายุ 20 - 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญ

### 2.3.3 ปัจจัยด้านสถานภาพ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงราย จำกัด ของอัทฒกาล สิ้นันตา (2552) การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท สแแต่ท์ส ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ของภุมา เรืองสินทรัพย์ (2553) และการศึกษาผลการดำเนินงานและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์และการธกษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำกัด ของรัชดาภรณ์ ประชุมแดง (2553) พบว่า สมาชิกที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับบริการของสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน

ผลงานวิจัยข้างต้นไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมสวัสดิการทหารบก จำกัด ของนราธิยา สามลฤกษ์ (2550) ที่ศึกษากลุ่มตัวอย่างสมาชิกที่เป็นข้าราชการทหารและลูกจ้างที่ยังปฏิบัติงานประจำของกรมสวัสดิการทหารบก พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกันของสมาชิกส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการโดยภาพรวมแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด และผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพากร ภาค 3 กรมสรรพากร เฉพาะกรณีสำนักงานสรรพากร เขตตลิ่งชัน ของมณฑา แสงทอง (2549) พบว่าสถานภาพแยกกันอยู่/หม้าย/หย่าร้าง มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมมากที่สุด รองลงมาคือผู้ที่สมรสแล้ว

### 2.3.4 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-ตำรวจสุราษฎร์ธานี จำกัด ของช่อทิพย์ วาณิชย์เจริญ (ม.ป.ป.) พบว่า ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจสุราษฎร์ธานี จำกัด จำแนกตามระดับการศึกษา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงราย จำกัด ของอัครกาล สิ้นันตา (2552) การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด ของจันมณี จันทรงาม (2551) การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงาน สยามคูโบต้า จำกัด ของทสิวัฒน์ ตรังคะพันธุ์ (2548) รวมทั้งการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาราษฎร์ จังหวัดราชบุรี ของภุชชา เลาะห์โชติ (2553) ที่พบว่า สมาชิกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับบริการของสหกรณ์ไม่แตกต่างกัน

ผลงานวิจัยข้างต้นไม่สอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ของพิมาน ทิมสกลิต (2551) ที่พบว่า สมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยสมาชิกที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือสมาชิกที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และน้อยที่สุดคือสมาชิกที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำนองเดียวกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมสวัสดิการทหารบก จำกัด ของนราธิยา สามลฤกษ์ (2550) ที่ศึกษากลุ่มตัวอย่างสมาชิกที่เป็นข้าราชการทหารและลูกจ้างที่ยังปฏิบัติงานประจำของกรมสวัสดิการทหารบก พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในบริการโดยภาพรวมที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวมมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

### 2.3.5 ปัจจัยด้านรายได้

ผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงราย จำกัด ของอัครกาล สิ้นันตา (2552) พบว่า สมาชิกที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับบริการของสหกรณ์ที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด ของจันมณี จันทรงาม (2551) ผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมพลาธิการทหารอากาศ ของแสงเดือน ศรีอาภรณ์ (2554) และผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานการบินไทย จำกัด ของฉนิษฐา เอี่ยมวรพงษ์ (2547) ที่พบว่าอัตราเงินเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในบริการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท สแแต่ทส์ ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ของภุชมา เรืองสินทรัพย์ (2553) ที่

พบว่า สมาชิกที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับบริการของสหกรณ์แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้อื่น ๆ ทั้งหมด

### 2.3.6 ปัจจัยด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิก

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจสุราษฎร์ธานี จำกัด ของช่อทิพย์ วาณิชย์เจริญ (ม.ป.ป.) การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด ของจันมณี จันทร้งาม (2551) และผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมสวัสดิการทหารบก จำกัด ของนราธิยา สามลฤกษ์ (2550) พบว่า สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในบริการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานการบินไทย จำกัด ของฉนิษฐา เอี่ยมวรพงษ์ (2547) และผลการศึกษาผลการดำเนินงานและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์และการธกษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำกัด ของรัชดาภรณ์ ประชุมแดง (2553) ที่พบว่า สมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในบริการโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

ผลงานวิจัยข้างต้นไม่สอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ของภัทริยา เพียรวิทยา (2552) ที่พบว่าสมาชิกสหกรณ์ที่ระยะเวลาการเป็นสมาชิกแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ฯ แตกต่างกัน ทำนองเดียวกับภุมา เรืองสินทรัพย์ (2553) ที่ศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัท สแต็ทส์ ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด โดยพบว่าสมาชิกที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกมากกว่า 16 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของการให้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์ มากกว่ากลุ่มที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกน้อยกว่า 5 ปี

### 2.3.7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการให้บริการของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) สาขาอยุธยา สีสลมคอมเพล็กซ์ ของโสรัตน์ พุ่มซ้อน (2549) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความพึงพอใจในระดับสูงด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องการให้บริการที่หลากหลาย และระบบการเข้าถึง ให้บริการเท่าเทียมกัน นอกนั้นในเรื่องความรวดเร็วถูกต้อง ข้อมูลข่าวสาร ความทันสมัย อัตราดอกเบี้ย และอัตราค่าธรรมเนียม จะอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง งานวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอพาน จังหวัดเชียงใหม่ ของเกียรติศักดิ์ ท้าวเชื่อน (2550) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านการให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญเรื่องผลิตภัณฑ์ของธนาคารมีให้เลือกหลากหลายมากที่สุด เช่นเดียวกับผลของศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ของภัทริยา เพียรวิทยา (2552) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเรื่องความหลากหลายของบริการด้านเงินกู้ที่สหกรณ์เปิดให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือความหลากหลายของบริการด้านเงินรับฝากที่สหกรณ์เปิดให้บริการ

นอกจากนี้ ในการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท สแแต่ทส์ ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ของภูผา เรืองสินทรัพย์ (2553) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ของสหกรณ์อยู่ในระดับมาก ได้แก่ เรื่องวงเงินในการฝากหุ้นเรือนหุ้น/เดือน และวงเงินในการกู้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมพลาธิการทหารอากาศ ของแสงเดือน ศรี-อารณ์ (2554) ที่พบว่าสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มีความพึงพอใจต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ วงเงินฝากประจำไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน วงเงินในการให้บริการกู้ฉุกเฉินและระยะเวลาชำระคืน และวงเงินในการให้บริการกู้สามัญและระยะเวลาชำระคืน

### 2.3.8 ปัจจัยด้านราคา

เกรียงเดช สวนดี (2551) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดกับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปัจจัยด้านราคาพบว่า อัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูง ทำให้สมาชิกเกิดความต้องการใช้บริการมากกว่าสถาบันการเงินอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรษา ทิพย์เที่ยงแท้ (2558) ที่ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อการใช้บริการธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลกระทบต่อการใช้บริการธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากสูงและมีอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ เช่นเดียวกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองกำลังการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด ของจันทน์มณี จันทรงาม (2551) ที่พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มีความพึงพอใจต่อการบริการด้านราคาอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก อัตราเงินเฉลี่ยคืน และอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

นอกจากนี้ การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ บริษัท สแแต่ทส์ ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ของภูผา เรืองสินทรัพย์ (2553) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวมด้านราคาที่สูงที่สุด คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และอัตราเงินเฉลี่ยคืนจากดอกเบี้ยเงินกู้ที่สหกรณ์จ่ายให้สมาชิก

### 2.3.9 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ

การศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดกับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด ของเกรียงเดช สวนดี (2551) พบว่าสมาชิกสหกรณ์มีความพึงพอใจด้านสถานที่อยู่ในระดับมากในเรื่องของสถานที่ตั้งของสำนักงานใหญ่และสาขามีความเหมาะสมการเดินทางไป - มาสะดวก รองลงมาคือความเหมาะสมของจำนวนสาขา สอดคล้องกับเกียรติศักดิ์ ท้าวเขื่อน (2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอบ้าน จังหวัดเชียงราย ที่พบว่าทำเลที่ตั้งของธนาคารสะดวก ง่ายเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือสถานที่ให้บริการของธนาคารสะอาด และที่นั่งพักผ่อนรอรับบริการมีจำนวนเพียงพอ ตามลำดับ และรัชดาภรณ์



ประชุมแดง (2553) ที่ศึกษาผลการดำเนินงานและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของ สหกรณ์ออมทรัพย์และการธนากิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำกัด พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจด้าน สถานที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของสหกรณ์สะดวกต่อการ เดินทางมาใช้บริการ รองลงมา คือ ภายในสหกรณ์มีความเป็นระเบียบ สะอาด ปลอดภัย และมีแสงสว่างเพียงพอ

การศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้ำที่ มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ของประพันธ์ แกวกระต่าย (2556) พบว่า ลูกค้ำให้ ระดับความคิดเห็นต่อด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้ำ ให้ความสำคัญกับการที่ธนาคารตั้งอยู่ในย่านธุรกิจสะดวกต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน และมีที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ ซึ่งเป็นทำนองเดียวกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการ ของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ของภัทธริยา เพียรวิทยา (2552) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสถานที่อยู่ในระดับมากในเรื่องความสะดวกในการ เดินทางมาติดต่อขอใช้บริการ

นอกจากนี้ การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ ออมทรัพย์กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด ของจันมณี จันทร์งาม (2551) พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจต่อการบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดย เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ขนาดพื้นที่ในการให้บริการ สถานที่จอดรถสำหรับสมาชิก และทำเลที่ตั้งของสหกรณ์

### 2.3.10 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

การศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดกับความพึงพอใจของสมาชิกใน การใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด ของเกรียงเดช สอนดี (2551) พบว่า ความพึงพอใจในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การมีสวัสดิการที่ดี ต่อสมาชิก เช่น สวัสดิการทุนการศึกษา สวัสดิการบำเหน็จสมาชิก สวัสดิการเพื่อเกื้อกูลสมาชิกอาวุโส สวัสดิการเพื่อสวัสดิการรักษายาบาล เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของ สมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ของภัทธริยา เพียรวิทยา (2552) ที่พบว่า ในด้านการส่งเสริมการตลาด สมาชิกมีความพึงพอใจ เรื่องการแจกทุนการศึกษาแก่บุตรของสมาชิกมากที่สุด รองลงมาคือ เรื่องความเด่นชัดและน่าสนใจ ของป้ายประชาสัมพันธ์

การศึกษาของบุญทริกา ประดับมุก และ สุภาวรรณ อนุดิษฐ์ (2551) ที่ได้ศึกษา กลุ่มลูกค้ำที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารธนาชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักต้นสน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดย การให้บริการที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจเป็นลำดับแรก คือ การแจ้งข่าวสารการบริการใหม่ ๆ ของ ธนาคาร รองลงมา คือ ความสม่ำเสมอในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21

จำกัด ของจันมณี จันทรังาม (2551) ที่พบว่าสมาชิกสหกรณ์มีความพึงพอใจต่อการบริการด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องความทันสมัยของข้อมูลข่าวสารที่ส่งให้สมาชิกมากที่สุด

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัท สแต๊ทส์ ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด ของภุภา เรืองสินทรัพย์ (2553) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องความเด่นชัดและความน่าสนใจของการประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายหรือเอกสารมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ

นอกจากนี้ การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจสุราษฎร์ธานี จำกัด ของช่อทิพย์ วาณิชเจริญ (ม.ป.ป.) พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจในการให้บริการด้านข่าวสารข้อมูลของสหกรณ์เรื่องการจัดบอร์ด ปิดป้ายประกาศข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ทราบมากที่สุด รองลงมามีการใช้สื่อต่าง ๆ แจ้งข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง และน้อยที่สุดคือ สมาชิกมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสหกรณ์อย่างต่อเนื่อง

### 2.3.11 ปัจจัยด้านบุคลากร

เกรียงเดช สวนดี (2551) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดกับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผู้ให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ โดยพบว่า สมาชิกให้ความสำคัญกับเรื่องที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด มีความเต็มใจในการให้บริการ และสามารถอธิบายขั้นตอนการเตรียมเอกสารการกู้ - ผากเงินให้แก่สมาชิกได้รับทราบอย่างกระจ่าง ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ของประพันธ์ แถว-กระต่าย (2556) ที่พบว่า ลูกค้าให้ระดับความคิดเห็นต่อด้านบุคลากรผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่พนักงานมีกิริยาสุภาพ เต็มใจให้บริการอย่างเป็นกันเอง มากที่สุด รองลงมาคือ การที่พนักงานให้บริการที่รวดเร็วและตรงกับความต้องการ และจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และมณฑา แสงทอง (2549) ซึ่งได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพากรภาค 3 กรมสรรพากร กรณีสำนักงานสรรพากรเขตตลิ่งชัน แล้วพบว่าปัจจัยด้านพนักงานที่ให้บริการมีความสำคัญต่อความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ โดยผู้เสียภาษีมุ่งเน้นปัจจัยด้านความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และความสุภาพในการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-กองก้ากับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด ของจันมณี จันทรังาม (2551) พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มีความพึงพอใจต่อการบริการด้านพนักงานอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ การช่วยเหลือให้บริการของเจ้าหน้าที่ กิริยามารยาท และมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ และความสุภาพเรียบร้อยของเจ้าหน้าที่

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-กรมพลาธิการทหารอากาศ ของแสงเดือน ศรีอาภรณ์ (2554) พบว่า สมาชิกมีความพึงพอใจด้านบุคลากรผู้ให้บริการโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ที่ทักทายให้ความเป็นกันเอง ยิ้มแย้ม แจ่มใส สอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจสุราษฎร์ธานี จำกั๊ด ของช่อทิพย์ วิณิชย์เจริญ (ม.ป.ป.) และการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกั๊ด (มหาชน) สาขาสำนักต้นสน ของบุญทริกา ประดับมุก และสุภาววรรณ อนุดิษฐ์ (2551) ที่พบว่าความพึงพอใจของสมาชิกด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมากที่สุด คือเรื่องเจ้าหน้าที่มีความสุภาพอ่อนโยน เป็นกันเอง และใช้คำสุภาพในการให้บริการ เช่นเดียวกับการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกั๊ด (มหาชน) สาขาอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ของลติกา จองพานิชย์-เจริญ (2555)

การศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูกาฬสินธุ์ จำกั๊ด ของเสาวณีย์ ฤทธิ์รุ่ง (2545) ที่พบว่าโดยรวมสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสหกรณ์ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยอันดับแรก คือ เรื่องการแต่งกายสุภาพของเจ้าหน้าที่ สอดคล้องกับอัฒกาล สิ้นันตา (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงราย จำกั๊ด แล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องการแต่งกายเหมาะสมของเจ้าหน้าที่

### 2.3.12 ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกั๊ด (มหาชน) สาขาอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ของลติกา จองพานิชย์เจริญ (2555) พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าพึงพอใจในความสะดวกของสถานที่และความเป็นระเบียบเรียบร้อยมากที่สุด รองลงมา คือ การตกแต่งที่ทำการ ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการติดต่อ ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงราย จำกั๊ด ของอัฒกาล สิ้นันตา (2552) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างของสมาชิกมีความพึงพอใจความสะดวกบริเวณภายในสำนักงานมากที่สุด และบุญทริกา ประดับมุก และสุภาววรรณ อนุดิษฐ์ (2551) ที่ได้ทำการศึกษากลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารธนชาติ จำกั๊ด (มหาชน) สาขาสำนักต้นสน ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านอาคารและสถานที่ในเรื่องการจัดพื้นที่ทำการของธนาคารสะดวกและเป็นระเบียบเรียบร้อยมากที่สุด รวมทั้งการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สาขาเมืองอุตรดิตถ์ ของวิรัช พงศ์นารักษ์ (2550) ที่พบว่าประชาชนผู้มารับบริการให้ความสำคัญด้านอาคารสถานที่ในเรื่องความสะดวกของอาคารสถานที่และความปลอดภัยของลิฟต์สำหรับการให้บริการมากที่สุด รวมทั้งการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกั๊ด ของภัทริยา เพียรวิทยา (2552) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพระดับมากที่สุด 4 เรื่อง ได้แก่ เรื่องความสะดวกเรียบร้อยของสถานที่ให้บริการ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการจัดเรียง

แบบฟอร์มต่าง ๆ ความทันสมัย มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการให้บริการที่ทันสมัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ

นอกจากนี้ ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพากร ภาค 3 กรมสรรพากร : ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานสรรพากรเขตคลังชั้น ของมณฑล แสงทอง (2549) พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่ผู้เสียภาษีมุ่งเน้นมากที่สุดคือ จำนวนที่นั่งมีเพียงพอกับผู้มาติดต่อ และความกว้างขวางและความสะอาดของสำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขา

### 2.3.13 ปัจจัยด้านกระบวนการ

เกรียงเดช สวนดี (2551) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดกับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ โดยพบว่า สหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด มีการให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีการปรับปรุงและพัฒนาขั้นตอนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์ ของประพันธ์ แก้วกระต่าย (2556) ลูกค้าให้ระดับความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อพนักงานต้อนรับให้บริการอย่างเป็นขั้นตอนและรวดเร็ว และพนักงานสามารถบริหารจัดการจัดคิวที่ดี เป็นไปตามลำดับก่อนหลัง มีผลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทำนองเดียวกับการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด ของภัทริยา เพียรวิทยา (2552) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในกระบวนการให้บริการในระดับมากที่สุด 4 เรื่อง ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการบริการฝาก/ถอน ความเสมอภาคในการรับบริการของสมาชิก ความสะดวกรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติเงินกู้ และขั้นตอนการให้บริการด้านต่าง ๆ ตามลำดับ

นอกจากนี้ จันมณี จันทรงาม (2551) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด พบว่าสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ ความชัดเจนของแบบการรับฝากเงินและการกู้เงิน ความต่อเนื่องของการให้บริการ และการจัดลำดับก่อน - หลังในการให้บริการแก่สมาชิก

## 2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มากำหนดเป็นกรอบแนวความคิดของงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ซึ่งเขียนกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

## บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานการไฟฟ้านครหลวง จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้วิธีวิจัยแบบสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.3 สมมติฐานของงานวิจัย
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

### 3.1 การกำหนดประชากรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.1.1 กลุ่มประชากรเป้าหมาย

กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยไม่จำกัดเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก

#### 3.1.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ซึ่งเป็นกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยจึงใช้สูตรของ Yamane (1967) โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

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

กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ +/- ร้อยละ 5

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร ซึ่งสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีสมาชิกจำนวน 11,112 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2558)

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่า

$$n = \frac{11,112}{1 + 11,112 (0.05)^2}$$

ดังนั้น  $n = 386.10$

จากการคำนวณพบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ 387 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตามผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยครั้งนี้ เพิ่มอีกร้อยละ 5 จากขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้ อีก 20 ตัวอย่าง รวมเป็น 407 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

### 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย แบ่งออกเป็น ตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

#### 3.2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

##### 3.2.1.1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

- (1) เพศ
- (2) อายุ
- (3) สถานภาพ
- (4) ระดับการศึกษา
- (5) รายได้
- (6) ระยะเวลาการเป็นสมาชิก

##### 3.2.1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

- (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
- (2) ปัจจัยด้านราคา
- (3) ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ
- (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
- (5) ปัจจัยด้านบุคลากร
- (6) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ
- (7) ปัจจัยด้านกระบวนการ

3.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพ-  
แรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

### 3.3 สมมติฐานของงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีดังนี้

#### 3.3.1 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่แตกต่างกัน

#### 3.3.2 สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยคำถามที่ใช้ในการวิจัย อ้างอิงมาจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวข้องเพื่อให้ได้คำถามที่น่าเชื่อถือ และครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถามและคำถามเกี่ยวกับการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยแบบสอบถามจะมีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choices) รวมทั้งตัวเลือกปลายเปิด

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยแบบสอบถามส่วนนี้ผู้วิจัยใช้การวัดแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ในงานวิจัย ซึ่งสามารถแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 6 ระดับ ดังนี้

#### ตารางที่ 3.1

การระบุคะแนนในแบบสอบถาม

ระดับความเห็น	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน



## ตารางที่ 3.1

การระบุคะแนนในแบบสอบถาม (ต่อ)

ระดับความเห็น	ระดับคะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน
ไม่สามารถประเมินได้	0 คะแนน

เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยผู้วิจัยใช้หลักการแบ่งอัตรภาคชั้น (Class interval) โดยใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอัตรภาคชั้นดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้น เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยของระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และระดับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เป็นดังนี้

## ตารางที่ 3.2

การแปลค่าเฉลี่ยระดับความเห็นและระดับความพึงพอใจ

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความเห็น/ระดับความพึงพอใจ
4.21 - 5.00	เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด
3.41 - 4.20	เห็นด้วย/พึงพอใจมาก
2.61 - 3.40	เห็นด้วย/พึงพอใจปานกลาง
1.81 - 2.60	เห็นด้วย/พึงพอใจน้อย
1.00 - 1.80	เห็นด้วย/พึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check - List)

### 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่ทำให้ได้ตัวอย่างจำนวนมาก ในระยะเวลาที่จำกัด ประหยัดค่าใช้จ่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและรวดเร็ว ควบคู่กับวิธีการแจกแบบสอบถามในที่ทำการต่าง ๆ ของการไฟฟ้านครหลวง ซึ่งระยะเวลาสำหรับการดำเนินการศึกษาวิจัยอยู่ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม 2559

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยด้วยการประมวลผลโดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

#### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยศึกษาและนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

3.6.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ

3.6.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สัมพันธ์กันให้เป็นองค์ประกอบเดียวกัน

3.6.2.3 การวิเคราะห์การถดถอย (Regression) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมจากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผล และวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

#### 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

#### 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ของกลุ่มตัวอย่าง

#### 4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ และตัวแปรตาม

#### 4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

#### 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย

#### 4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระโดยการใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

#### 4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)

#### 4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

### 4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ และเคยใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยมีระยะเวลาในการรวบรวมแบบสอบถามประมาณ 1 เดือน (ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม 2559) ผู้วิจัยดำเนินการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลได้ จำนวน 550 ชุด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตัดแบบสอบถามที่เลือกตอบว่า ไม่ได้เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ หรือไม่เคยใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ รวมทั้งแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบถ้วน จำนวน 84 ชุด ออกไป ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมีแบบสอบถามที่สมบูรณ์ครบถ้วนจำนวนทั้งสิ้น 466 ชุด ทำให้ความคลาดเคลื่อนของงานวิจัยลดลงจากร้อยละ 5 เหลือร้อยละ 4.534 ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังนี้

ตารางที่ 4.1

## ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	201	43.1
หญิง	265	56.9
	<b>466</b>	<b>100.0</b>
<b>2. อายุ</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	2	0.4
21 - 30 ปี	95	20.4
31 - 40 ปี	61	13.1
41 - 50 ปี	142	30.5
51 - 60 ปี	151	32.4
มากกว่า 60 ปี	15	3.2
	<b>466</b>	<b>100.0</b>
<b>3. สถานภาพ</b>		
โสด	200	42.9
สมรส	245	52.6
แยกกันอยู่ หม้าย หย่าร้าง	21	4.5
	<b>466</b>	<b>100.0</b>
<b>4. ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนต้นหรือ เทียบเท่า	6	1.3
ปวช./ปวส. หรือเทียบเท่า	74	15.9
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	277	59.4
สูงกว่าปริญญาตรี	109	23.4
	<b>466</b>	<b>100.0</b>
<b>5. รายได้</b>		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	14	3.0
15,000 - 30,000 บาท	132	28.3
30,001 - 45,000 บาท	41	8.8
45,001 - 60,000 บาท	89	19.1
60,001 - 75,000 บาท	101	21.7

## ตารางที่ 4.1

## ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

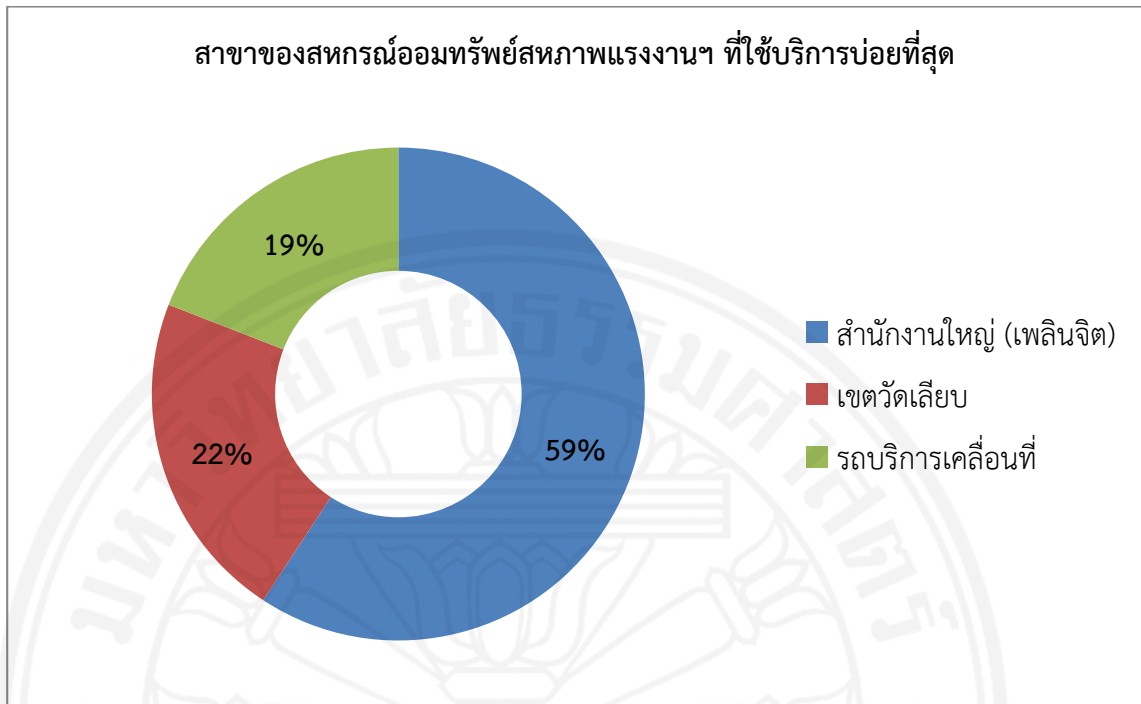
ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
<b>5. รายได้ (ต่อ)</b>		
มากกว่า 75,000 บาท	89	19.1
	<b>466</b>	<b>100.0</b>
<b>6. ระยะเวลาการเป็นสมาชิก</b>		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	107	22.9
6 - 10 ปี	40	8.6
11 - 15 ปี	32	6.9
16 - 20 ปี	43	9.2
21 - 25 ปี	129	27.7
26 - 30 ปี	74	15.9
มากกว่า 30 ปี	41	8.8
	<b>466</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 43.1 และเพศหญิงร้อยละ 56.9 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51 - 60 ปีคิดเป็นร้อยละ 32.4 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 52.6 โดยมีระดับศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 59.4 มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.3 ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 21 - 25 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 27.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

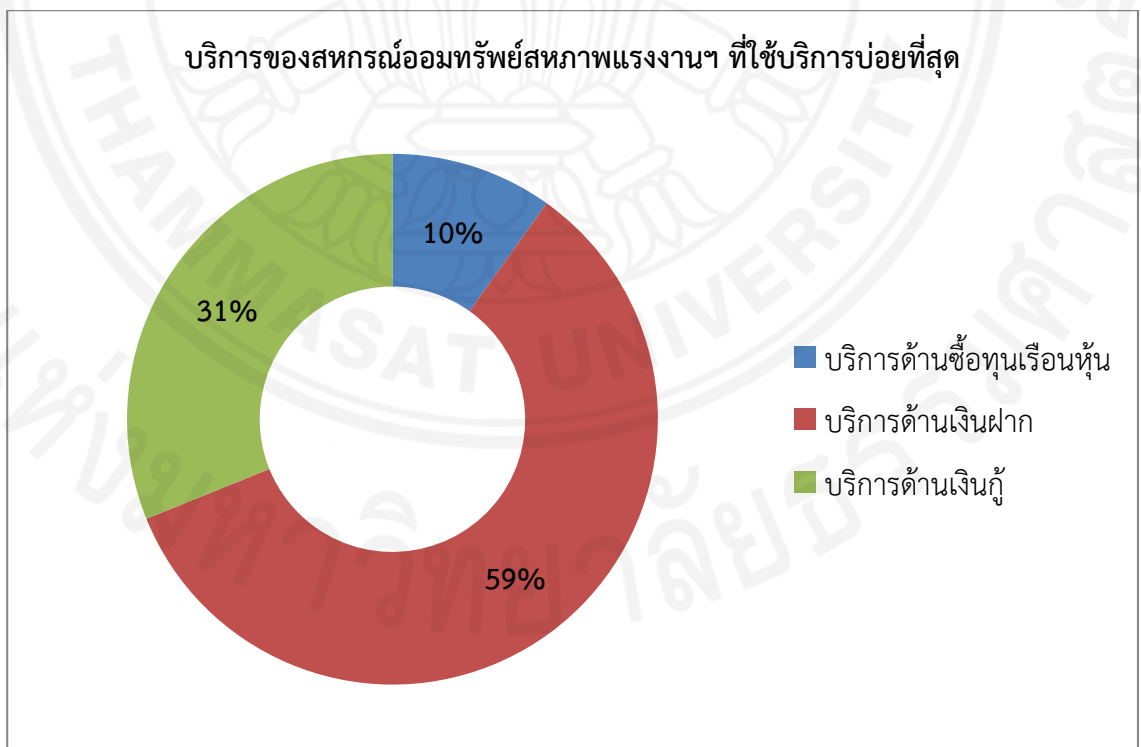
#### 4.2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

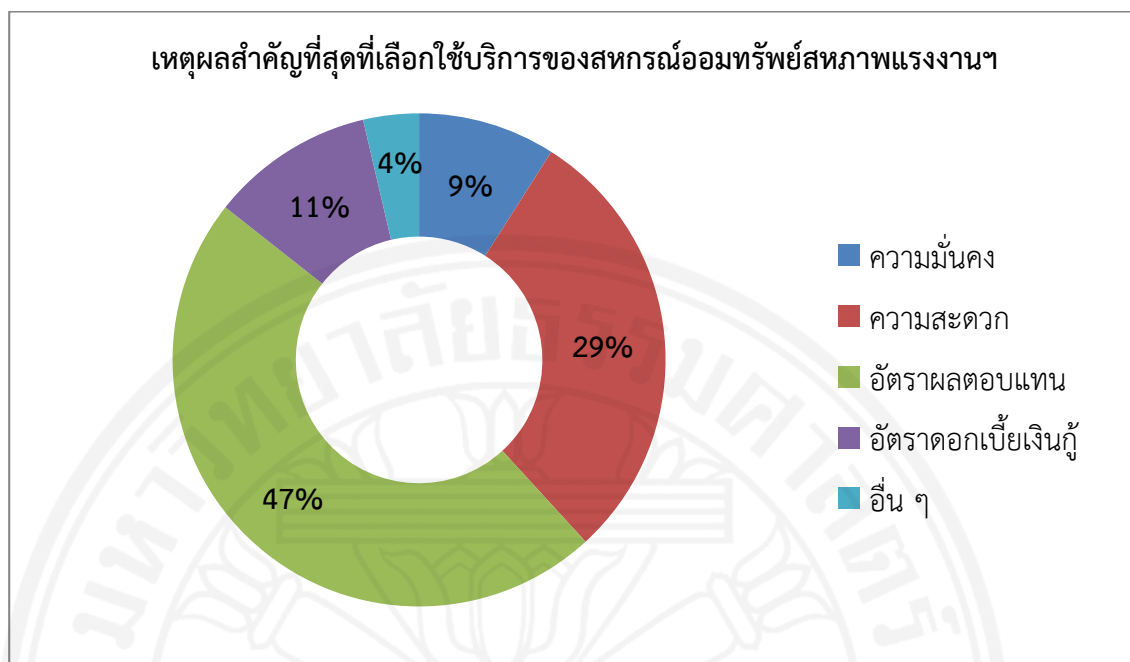
- 1) สาขาของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด
- 2) บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด
- 3) เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ



ภาพที่ 4.1 สาขาของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด



ภาพที่ 4.2 บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ใช้บริการบ่อยที่สุด



ภาพที่ 4.3 เหตุผลสำคัญที่สุดที่เลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากภาพที่ 4.1 - 4.3 สามารถสรุปพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ภาพที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่สาขาสำนักงานใหญ่ (เพลินจิต) บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมา คือ สาขาเขตวัฒนา คิดเป็นร้อยละ 22 และรถบริการเคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 19 ตามลำดับ

ภาพที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ด้านเงินฝากบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมา คือ ด้านเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 31 และด้านซื้อหุ้นเรือนหุ้น คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

ภาพที่ 4.3 เหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ คือ อัตราผลตอบแทน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา คือ ความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 29 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 11 ความมั่นคง คิดเป็นร้อยละ 9 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

#### 4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ และตัวแปรตาม

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 466 ชุดสามารถสรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ทั้งหมด 7 ปัจจัย ดังนี้

## ตารางที่ 4.2

ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)	การแปลค่า
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>			
มีการให้บริการด้านเงินฝากที่หลากหลาย	3.53	0.909	เห็นด้วยมาก
มีบริการด้านเงินฝากที่ตรงตามความต้องการ	3.58	0.840	เห็นด้วยมาก
มีบริการด้านเงินกู้ที่หลากหลาย	3.46	1.122	เห็นด้วยมาก
มีบริการด้านเงินกู้ที่ตรงตามความต้องการ	3.36	1.151	เห็นด้วยปานกลาง
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>			
มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม	3.34	1.017	เห็นด้วยปานกลาง
อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่สูงจนเกินไป	3.15	1.180	เห็นด้วยปานกลาง
อัตราเงินปันผลมีความเหมาะสม	3.03	1.111	เห็นด้วยปานกลาง
<b>ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ</b>			
สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	3.44	1.108	เห็นด้วยมาก
สถานที่ตั้งมีความสะดวกในด้านเวลา	3.38	1.092	เห็นด้วยปานกลาง
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
มีสวัสดิการที่ให้แก่สมาชิกหลากหลายประเภท เช่น ทูน่าส่งเสริมการศึกษา, สวัสดิการเพื่อการรักษาพยาบาล, เงินช่วยเหลือกรณีอัคคีภัย เป็นต้น	3.47	1.047	เห็นด้วยมาก
ช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย	2.94	0.952	เห็นด้วยปานกลาง
การสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกมีความทั่วถึง	2.90	0.991	เห็นด้วยปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่มีความทันสมัย	2.90	0.977	เห็นด้วยปานกลาง
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>			
เจ้าหน้าที่กิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ดี	3.31	0.882	เห็นด้วยปานกลาง
เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	3.30	0.902	เห็นด้วยปานกลาง
เจ้าหน้าที่มีความรอบรู้และตอบข้อซักถามได้ชัดเจน	3.48	0.825	เห็นด้วยมาก
เจ้าหน้าที่เพียงพอ	3.30	0.915	เห็นด้วยปานกลาง



## ตารางที่ 4.2

ค่าคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)	การแปลค่า
<b>ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>			
อาคารสถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	3.34	0.798	เห็นด้วยปานกลาง
อุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย	3.26	0.813	เห็นด้วยปานกลาง
มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการ เพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ, บริการน้ำดื่ม, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ	3.26	0.819	เห็นด้วยปานกลาง
จุดบริการทุกประเภทมีป้ายแสดงและมองเห็นได้ชัดเจน	3.34	0.794	เห็นด้วยปานกลาง
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการ</b>			
ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	3.62	0.713	เห็นด้วยมาก
ความรวดเร็วในการให้บริการ	3.37	0.810	เห็นด้วยปานกลาง
ความสะดวกในการรับบริการ	3.45	0.789	เห็นด้วยมาก
ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้บริการแก่สมาชิก	3.61	0.778	เห็นด้วยมาก
แบบฟอร์มต่าง ๆ มีความเพียงพอ	3.65	0.776	เห็นด้วยมาก
มีตัวอย่างการกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มอย่างชัดเจน ครบถ้วน	3.40	0.868	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.2 เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 27 ปัจจัย พบว่า ปัจจัยอิสระที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ เรื่องแบบฟอร์มต่าง ๆ มีความเพียงพอ ค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.65 (เห็นด้วยมาก) ปัจจัยด้านกระบวนการ เรื่องความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 (เห็นด้วยมาก) ปัจจัยด้านกระบวนการ เรื่องความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้บริการแก่สมาชิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 (เห็นด้วยมาก) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องมีบริการด้านเงินฝากที่ตรงตามความต้องการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (เห็นด้วยมาก) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องมีการให้บริการด้านเงินฝากที่หลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 (เห็นด้วยมาก)

สำหรับปัจจัยอิสระที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยที่สุด 5 อันดับสุดท้าย ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องการสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกมีความทั่วถึง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่มีความทันสมัย ค่าเฉลี่ยต่ำสุดเท่ากับ 2.90 (เห็นด้วยปานกลาง) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความ

หลากหลาย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 (เห็นด้วยปานกลาง) ปัจจัยด้านราคา เรื่องอัตราเงินปันผลมีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 (เห็นด้วยปานกลาง) ปัจจัยด้านราคา เรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่สูงจนเกินไป ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เรื่องอุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย และเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ, บริการน้ำดื่ม, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

เมื่อพิจารณาแยกแต่ละส่วนประสมทางการตลาดสามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีบริการด้านเงินฝากที่ตรงตามความต้องการ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58) รองลงมา คือ มีการให้บริการด้านเงินฝากที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53) มีบริการด้านเงินกู้ที่หลากหลาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46) และมีบริการด้านเงินกู้ที่ตรงตามความต้องการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านราคา** กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34) รองลงมา คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่สูงจนเกินไป (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15) และอัตราเงินปันผลมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ** กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) รองลงมา คือ สถานที่ตั้งมีความสะดวกในด้านเวลา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38)

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีสวัสดิการที่ให้แก่สมาชิกหลากหลายประเภท เช่น ทุนส่งเสริมการศึกษา, สวัสดิการเพื่อการรักษาพยาบาล, เงินช่วยเหลือกรณีอัคคีภัย เป็นต้น มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) รองลงมา คือ ช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94) การสื่อสารข้อมูลข่าวสารสมาชิกมีความทั่วถึง และข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านบุคลากร** กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องเจ้าหน้าที่มีความรอบรู้และตอบข้อซักถามได้ชัดเจน มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ที่กิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ดี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31) เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ และเจ้าหน้าที่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30) ตามลำดับ

**ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ** กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องอาคารสถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และจุดบริการทุกประเภทมีป้ายแสดงและมองเห็นได้ชัดเจน มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34) รองลงมา คือ อุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ, บริการน้ำดื่ม, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26)

**ปัจจัยด้านกระบวนการ** กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องแบบฟอร์มต่าง ๆ มีความเพียงพอ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65) รองลงมา คือ ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62) ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้บริการแก่สมาชิก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61) ความสะดวกในการรับบริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45) มีตัวอย่างการกรอก

ข้อมูลในแบบฟอร์มอย่างชัดเจน ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) และความเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตัววัดของตัวแปรตาม

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)	การแปลค่า
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ สาขาที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด	3.54	0.730	พึงพอใจมาก

โดยคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ สาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด แสดงด้วยตารางที่ 4.3 ซึ่งพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา มีระดับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ สาขาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด อยู่ในระดับที่พึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

#### 4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

วัตถุประสงค์หนึ่งในการทำการทดสอบเพื่อศึกษาว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ หรือไม่ โดยใช้วิธีการทดสอบคือ Independent-Sample T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยในการทดสอบจะกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในทุกสมมติฐาน

##### 4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ ความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

**สมมติฐานที่ 1** ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่แตกต่างกัน

## ตารางที่ 4.4

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามเพศ

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
ชาย	201	3.47	0.762	0.080
หญิง	265	3.59	0.702	

กำหนดสมมติฐานเพื่อศึกษาว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ หรือไม่ คือ

$H_0$  :  $\mu_1 = \mu_2$  คือ เพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

$H_1$  :  $\mu_1 \neq \mu_2$  คือ เพศแตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

พบว่า ค่า T-test ที่คำนวณได้ของทั้งเพศชายและเพศหญิงมีค่า Sig. เท่ากับ 0.080 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญในการทดสอบที่ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  แสดงว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เนื่องจากการใช้บริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ นั้น สมาชิกทั้งเพศชายและเพศหญิงต่างได้รับการบริการที่เท่าเทียมกัน ไม่มีความแตกต่างภายใต้รูปแบบการบริการที่ชัดเจน ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงจึงมีความพึงพอใจในการรับบริการที่ไม่แตกต่างกัน

#### 4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ ความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่แตกต่างกัน

## ตารางที่ 4.5

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	97	3.64	0.710	0.291
31 - 40 ปี	61	3.57	0.694	
41 - 50 ปี	142	3.46	0.670	
มากกว่า 50 ปี	166	3.53	0.799	

จากตารางที่ 4.5 การทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุกับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ด้วยการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.291 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 แสดงว่า อายุไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เนื่องจากสมาชิกที่ใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ไม่ว่าจะมียุ่มาหรืออายุน้อยก็ได้รับการบริการที่ไม่แตกต่างกัน

#### 4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ กับ ความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

**สมมติฐานที่ 3** ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
โสด/หย่าร้าง	221	3.57	0.702	0.412
สมรส	245	3.51	0.755	

จากตารางที่ 4.6 การทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพกับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.412 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 แสดงว่า สถานภาพไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เนื่องจากความพึงพอใจในการใช้บริการเป็นความรู้สึกของแต่ละบุคคล ไม่ได้ขึ้นอยู่กับสถานภาพการสมรส ดังนั้น ไม่ว่าจะอยู่ในสถานภาพใดจึงมีความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ไม่แตกต่างกัน

#### 4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ ความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

**สมมติฐานที่ 4** ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	357	3.55	0.746	0.307
สูงกว่าปริญญาตรี	109	3.48	0.675	

จากตารางที่ 4.7 การทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.307 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 4 แสดงว่าระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ เนื่องจากการศึกษาไม่ใช่สิ่งสำคัญต่อการรับรู้เพียงประการเดียว ยังมีประสบการณ์ของชีวิตที่ทำให้เกิดการรับรู้ มีทัศนคติ ค่านิยม ที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และก่อให้เกิดความพึงพอใจ ดังนั้น ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจึงไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ

#### 4.4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ ความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามช่วงรายได้

รายได้	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	146	3.58	0.760	0.184
30,001 - 45,000 บาท	41	3.59	0.670	
45,001 - 60,000 บาท	89	3.42	0.766	
60,001 - 75,000 บาท	101	3.47	0.641	
มากกว่า 75,000 บาท	89	3.65	0.755	

จากตารางที่ 4.8 การทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้กับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ด้วยการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.184 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 5 แสดงว่า รายได้ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะสมาชิกที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการให้บริการไม่ต่างกัน และ

ได้รับการบริการที่เท่าเทียมกันอย่างเป็นมาตรฐาน ดังนั้น รายได้จึงไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ

#### 4.4.6 การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการเป็นสมาชิก กับ ความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิกที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9

ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามช่วงระยะเวลาการเป็นสมาชิก

ระยะเวลาการเป็นสมาชิก	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	107	3.62	0.696	0.061
6 - 10 ปี	40	3.75	0.742	
11 - 15 ปี	32	3.47	0.671	
16 - 20 ปี	43	3.42	0.698	
21 - 25 ปี	129	3.45	0.612	
26 - 30 ปี	74	3.45	0.909	
มากกว่า 30 ปี	41	3.73	0.807	

จากตารางที่ 4.9 การทดสอบปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระยะเวลาการเป็นสมาชิกกับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ด้วยการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ค่าสถิติ F-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.061 ซึ่งมีความมากกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 6 คือ ระยะเวลาการเป็นสมาชิกไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เนื่องจากอาจเป็นเพราะว่าสมาชิกได้รับการบริการและผลประโยชน์ตอบแทนในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกัน ตามระยะเวลาการเป็นสมาชิก

#### 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยจากส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัย และได้วิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่าง ๆ ทั้ง 27 ตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีตัววัดหลายคู่ที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งมีผลต่อการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Regression Analysis) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำตัววัดเหล่านั้นไปวิเคราะห์และสกัดปัจจัย เพื่อให้ได้ปัจจัยกลุ่มใหม่ที่มีความเหมือนกัน ซึ่งจะทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่เหมาะสมและถูกต้องมากยิ่งขึ้น

#### 4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

ผู้วิจัยจะใช้สถิติทดสอบในการวิเคราะห์ คือ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's Test of Sphericity ในการทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำมาวิเคราะห์โดยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่งถ้าค่า KMO มีค่าใกล้เคียง 1 แสดงว่าสามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยในการแบ่งกลุ่มตัวแปรได้ แต่ถ้ามีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึงความไม่สมควรที่จะนำเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยมาใช้

Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งใช้ในการทดสอบค่าสหสัมพันธ์โดยรวมของตัวแปรย่อยที่นำมาวิเคราะห์ข้อมูลที่เหมาะสมจะต้องมีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 และได้ตั้งสมมติฐานคือ

$H_0$  : ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และ

$H_1$  : ตัวแปรมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ตารางที่ 4.10

ค่า KMO และ Bartlett's Test ของตัวแปรอิสระ

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.907
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	9516.615
	df	351
	Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.10 พบว่ามีค่า KMO เท่ากับ 0.907 แสดงว่าสามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยในการแบ่งกลุ่มตัวแปรได้และสอดคล้องกับการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่าชุดข้อมูลดังกล่าวให้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จึงปฏิเสธ  $H_0$  นั้นหมายความว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งจากผลวิเคราะห์สถิติทดสอบทั้งสองวิธีข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรต่าง ๆ ดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย

#### 4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)

จากการทดสอบข้างต้น สรุปได้ว่า ตัวแปรทั้งหมดมีความเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ขั้นตอนมาคือการสกัดปัจจัยเพื่อเป็นการหาและกำหนดกลุ่มปัจจัยที่เหมาะสมก่อนการนำไปคำนวณสมการถดถอยเชิงเส้น โดยงานวิจัยนี้ใช้วิธีการสกัดปัจจัยแบบ Principal Component Analysis (PCA) และใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจำนวนปัจจัย คือ ค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่า Factor Loading ของตัววัดในปัจจัยต้องไม่น้อยกว่า 0.5 รวมทั้งตัววัดแต่ละตัวต้องไม่มีค่า Factor Loading สูงใกล้เคียงกันในแต่ละปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย



ผลลัพธ์ที่ได้ (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก) พบว่า สามารถจัดเป็นกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 7 กลุ่มปัจจัย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดชื่อกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย พร้อมทำตารางเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงกลุ่มปัจจัยเดิมที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยใหม่ที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย ตามตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>	<b>ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก</b>
1. มีการให้บริการด้านเงินฝากที่หลากหลาย	1. มีการให้บริการด้านเงินฝากที่หลากหลาย
2. มีบริการด้านเงินฝากที่ตรงตามความต้องการ	2. มีบริการด้านเงินฝากที่ตรงตามความต้องการ
3. มีการให้บริการด้านเงินกู้ที่หลากหลาย	<b>ปัจจัยด้านบริการเงินกู้</b>
4. มีบริการด้านเงินกู้ที่ตรงตามความต้องการ	1. มีการให้บริการด้านเงินกู้ที่หลากหลาย
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>	2. มีบริการด้านเงินกู้ที่ตรงตามความต้องการ
1. มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม	<b>ปัจจัยด้านราคา</b>
2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่สูงจนเกินไป	1. มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม
3. อัตราเงินปันผลมีความเหมาะสม	2. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่สูงจนเกินไป
<b>ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ</b>	3. อัตราเงินปันผลมีความเหมาะสม
1. สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	<b>ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ</b>
2. สถานที่ตั้งมีความสะดวกในด้านเวลา	1. สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>	2. สถานที่ตั้งมีความสะดวกในด้านเวลา
1. มีสวัสดิการที่ให้แก่สมาชิกหลากหลายประเภท เช่น ทูน่าส่งเสริมการศึกษา, สวัสดิการเพื่อการรักษาพยาบาล, เงินช่วยเหลือกรณีอัคคีภัย เป็นต้น	<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>
2. ช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย	1. มีสวัสดิการที่ให้แก่สมาชิกหลากหลายประเภท เช่น ทูน่าส่งเสริมการศึกษา, สวัสดิการเพื่อการรักษาพยาบาล, เงินช่วยเหลือกรณีอัคคีภัย เป็นต้น
3. การสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกมีความทั่วถึง	2. ช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย
4. ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่มีความทันสมัย	3. การสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกมีความทั่วถึง

## ตารางที่ 4.11

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย (ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>	4. ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่มีความทันสมัย
1. เจ้าหน้าที่ที่กิจกรรมรยาทและมนุษยสัมพันธ์ดี	<b>ปัจจัยด้านบุคลากร</b>
2. เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	1. เจ้าหน้าที่ที่กิจกรรมรยาทและมนุษยสัมพันธ์ดี
3. เจ้าหน้าที่ที่มีความรอบรู้และตอบข้อซักถามได้ชัดเจน	2. เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ
4. เจ้าหน้าที่ที่เพียงพอ	3. เจ้าหน้าที่ที่มีความรอบรู้และตอบข้อซักถามได้ชัดเจน
<b>ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>	4. เจ้าหน้าที่ที่เพียงพอ
1. อาคารสถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย	5. ความรวดเร็วในการให้บริการ
2. อุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย	<b>ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ</b>
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ, บริการน้ำดื่ม, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ	1. อาคารสถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย
4. จุดบริการทุกประเภทมีป้ายแสดงและมองเห็นได้ชัดเจน	2. อุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการ</b>	3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ, บริการน้ำดื่ม, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ
1. ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ	4. จุดบริการทุกประเภทมีป้ายแสดงและมองเห็นได้ชัดเจน
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ	5. ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ
3. ความสะดวกในการรับบริการ	6. ความสะดวกในการรับบริการ
4. ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้บริการแก่สมาชิก	7. ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้บริการแก่สมาชิก
5. แบบฟอร์มต่าง ๆ มีความเพียงพอ	8. แบบฟอร์มต่าง ๆ มีความเพียงพอ
6. มีตัวอย่างการกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มอย่างชัดเจน ครบถ้วน	9. มีตัวอย่างการกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มอย่างชัดเจน ครบถ้วน

#### 4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยได้มีการปรับเปลี่ยนสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัยจำนวน 7 ปัจจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านบริการเงินกู้ มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression Analysis) แบบ Enter Multiple Regression เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการจัดกลุ่มใหม่ ซึ่งใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วจำนวน 466 ชุด และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 4.12

ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 <sup>a</sup>	0.528	0.521	0.506

ตารางที่ 4.13

ผลการทดสอบสมมติฐานภาพรวมในสมการถดถอยระหว่างความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ กับปัจจัยทั้ง 7 ด้าน

ANOVA <sup>b</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	130.832	7	18.690	73.133	0.000 <sup>a</sup>
	Residual	117.048	458	0.256		
	<b>Total</b>	<b>247.880</b>	<b>465</b>			

จากตารางที่ 4.12 ค่าความผิดพลาดมาตรฐานต่ำสุดเท่ากับ 0.506 และมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) สูงสุดเท่ากับ 0.528 แสดงว่า ปัจจัยทั้ง 7 ด้านสามารถลดความผิดพลาดในการประเมินความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ได้ร้อยละ 52.8

จากตารางที่ 4.13 พบว่า F-Test มีค่า Sig. = 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดเอาไว้ คือ 0.05 จึงสามารถปฏิเสธ  $H_0$  ได้ แสดงว่ามีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัย ที่สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ได้

ตารางที่ 4.14

สมการถดถอยของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.431	0.148		2.913	0.004
ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก	0.124	0.034	0.141	3.652	0.000
ปัจจัยด้านบริการเงินกู้	0.025	0.023	0.037	1.089	0.277
ปัจจัยด้านราคา	0.045	0.030	0.060	1.506	0.133
ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ	-0.018	0.026	-0.026	-0.695	0.488
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.033	0.035	-0.039	-0.954	0.341
ปัจจัยด้านบุคลากร	0.272	0.051	0.271	5.369	0.000
ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ	0.490	0.064	0.411	7.678	0.000

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยข้างต้น ตามตารางที่ 4.14 พบว่า มีตัวแปรอิสระทั้งหมดจำนวน 3 ตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (T-Test ของปัจจัยที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05) ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ

สำหรับปัจจัยที่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (T-Test ของปัจจัยที่มีค่า Sig. มากกว่า 0.05) มีอยู่จำนวน 4 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบริการเงินกู้ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อตอบสนองมติฐานของงานวิจัยได้ตามแต่ละสมมติฐาน ดังนี้

**สมมติฐานที่ 7** ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากผลการวิจัยพบว่าค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 7 ซึ่งสามารถแปลความได้ว่า ปัจจัยด้านบริการเงินฝากส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยที่สมาชิกจะเกิดความพึงพอใจ ถ้าสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีการให้บริการด้านเงินฝากที่หลากหลายประเภทและตรงตามความต้องการของสมาชิก เช่น เงินฝากประเภทที่ไม่ต้องเสียภาษีเงินได้ เงินฝากประเภทที่หักจากบัญชีเงินเดือน เงินฝากออมทรัพย์ประเภทที่ให้ดอกเบี้ยมากกว่าเงินฝากออมทรัพย์ธรรมดา เป็นต้น ทำให้สมาชิกสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความต้องการและตามสภาพคล่องของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภักดิ์ เพ็ญวิทยา (2552) ที่พบว่าความหลากหลายของบริการด้านเงินฝากที่สหกรณ์เปิดให้บริการ เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ และงานวิจัยของเกียรติศักดิ์ ท้าวเขื่อน (2550) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเรื่องผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายมากที่สุด

**สมมติฐานที่ 8** ปัจจัยด้านบริการเงินกู้ มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากผลการวิจัยพบว่าค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.277 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 8 ซึ่งสามารถแปลความได้ว่า ปัจจัยด้านบริการเงินกู้ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ อาจเป็นผลมาจากวัตถุประสงค์หนึ่งของการก่อตั้งสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ คือ เพื่อให้สมาชิกกู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็น เป็นหน่วยงานที่พึงพิงของสมาชิกเกี่ยวกับสภาพคล่องทางการเงิน มีความใกล้ชิดกับสมาชิก ทำให้ทราบถึงความต้องการที่หลากหลาย เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันการเงินอื่น ๆ แล้วสมาชิกย่อมมีความคาดหวังว่าสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จะมีบริการด้านเงินกู้ที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้ดีกว่า ดังนั้น ปัจจัยด้านเงินกู้จึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกผู้รับบริการที่เพิ่มขึ้น

**สมมติฐานที่ 9** ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ

จากผลการวิจัยพบว่าค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.133 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 9 ซึ่งสามารถแปลความได้ว่าปัจจัยด้านราคา ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เนื่องจากสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์และเพื่อให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็น รวมทั้งเป็นสถาบันการเงินที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อช่วยเหลือสมาชิก โดยไม่ได้หวังผลกำไร สมาชิกจึงมีความคาดหวังเป็นพื้นฐานอยู่แล้วว่า สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จะมีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่สูงจนเกินไป และให้เงินปันผลในอัตราที่เหมาะสมแก่สมาชิก ดังนั้น ปัจจัยด้านราคาจึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกผู้รับบริการที่เพิ่มขึ้นแต่อย่างใด

**สมมติฐานที่ 10** ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากผลการวิจัยพบว่าค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.488 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 10 ซึ่งสามารถแปลความได้ว่าปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ อาจเป็นเพราะสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งเพื่อให้บริการสมาชิกซึ่งส่วนใหญ่ยังคงเป็นพนักงานการไฟฟ้านครหลวง ปัจจุบันมีสาขาจำนวน 2 สาขา คือ สำนักงานใหญ่ (เพลินจิต) และเขตวัดเสียบ โดยทั้ง 2 สาขาตั้งอยู่ภายในที่ทำการของการไฟฟ้านครหลวง ซึ่งเป็นสถานที่ทำงานของผู้ใช้บริการส่วนหนึ่งอยู่แล้ว นอกจากนี้ สำหรับผู้ใช้บริการที่ทำงานอยู่ที่ทำการอื่น สหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ ก็มีรถบริการเคลื่อนที่ไปให้บริการถึงแต่ละที่ทำการ สำหรับเวลาเปิดทำการก็สอดคล้องกับเวลาทำงานของสมาชิก จึงก่อให้เกิดความสะดวก ซึ่งเป็นความคาดหวังพื้นฐานของผู้รับบริการในธุรกิจการให้บริการ ที่ว่ากิจการจะต้องมีสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ และมีความสะดวกในด้านเวลา ดังนั้น ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการจึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกผู้รับบริการที่เพิ่มขึ้น

**สมมติฐานที่ 11** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากผลการวิจัยพบว่าค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.341 ซึ่งมีค่ามากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 11 ซึ่งสามารถแปลความได้ว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ อาจเป็นเพราะปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารมีความก้าวหน้าและสะดวก ทำให้สมาชิกสามารถถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว ทัวถึง และทันต่อเหตุการณ์ ผ่านทางช่องทางการสื่อสารของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ สมาชิกเหล่านี้ก็ยังมีสิทธิได้รับสวัสดิการหลากหลายประเภทจากการเป็นพนักงานการไฟฟ้านครหลวง เช่น สวัสดิการรักษายาบาล เงินช่วยเหลือการศึกษาบุตร เป็นต้น สมาชิกจึงไม่ค่อยให้ความสำคัญในเรื่องของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากนัก ดังนั้น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจึงไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกผู้รับบริการที่เพิ่มขึ้น

**สมมติฐานที่ 12** ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากผลการวิจัยพบว่าค่าสถิติ T-test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 12 ซึ่งสามารถแปลความได้ว่าปัจจัยด้านบุคลากรส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยที่สมาชิกจะเกิดความพึงพอใจ ถ้าเจ้าหน้าที่ที่กริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ดี มีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ มีความรอบรู้และตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับสมาชิก จำนวนเจ้าหน้าที่มีเพียงพอที่จะให้บริการสมาชิก โดยเฉพาะในช่วงที่มีผู้มารับบริการค่อนข้างมาก เช่น สิ้นเดือน หรือช่วงที่จ่ายเงินปันผล เป็นต้น รวมถึงการที่เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว จะทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจในการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ และก่อให้เกิดความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกรียงเดช สนวนดี (2551) ที่พบว่าสมาชิกให้ความสำคัญกับเรื่องที่เจ้าหน้าที่สหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำกัด มีความเต็มใจในการให้บริการ และสามารถอธิบายขั้นตอนการเตรียมเอกสารการกู้ - ผากเงินให้แก่สมาชิกได้รับทราบอย่างกระจ่าง ชัดเจน ทำนองเดียวกับงานวิจัยของมณฑา แสงทอง (2549) ที่พบว่าปัจจัยด้านพนักงานที่ให้บริการมีความสำคัญต่อความพึงพอใจโดยรวมมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ โดยผู้เสียภาษีมุ่งเน้นปัจจัยด้านความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ และความสุภาพในการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของประพันธ์ แถวกระต่าย (2556) ที่พบว่า ลูกค้ายึดระดับความคิดเห็นต่อด้านบุคลากรผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ลูกค้ายึดความสำคัญกับการที่พนักงานมีกิริยาสุภาพ เต็มใจให้บริการอย่างเป็นกันเอง มากที่สุด รองลงมาคือ การที่พนักงานให้บริการที่รวดเร็วและตรงกับความต้องการ และจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ

**สมมติฐานที่ 13** ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากผลการวิจัยพบว่าค่าสถิติ T-Test มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 13 ซึ่งสามารถแปลความได้ว่าปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ โดยที่สมาชิกจะเกิดความพึงพอใจ ถ้าอาคารสถานที่สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย อุปกรณ์ในการให้บริการมีความทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ, บริการน้ำดื่ม, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ จุดบริการทุกประเภทมีป้ายแสดงและมองเห็นได้ ชัดเจนความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ ความสะดวกในการรับบริการ มีความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้บริการแก่สมาชิก แบบฟอร์มต่าง ๆ มีความเพียงพอ และมีตัวอย่างการกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มอย่างชัดเจน ครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิรัช พงศ์นภารักษ์ (2550) ที่พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนผู้มารับบริการให้ความสำคัญด้านอาคารสถานที่ ในเรื่องความสะอาดของอาคารสถานที่มากที่สุด ซึ่งตรงกับงานวิจัยของประพันธ์ แถวกระต่าย (2556) ที่พบว่า ลูกค้ายึดระดับความคิดเห็นต่อด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อพนักงานต้อนรับให้บริการอย่างเป็นขั้นตอนและรวดเร็ว และพนักงานสามารถบริหารการจัดคิวที่ดี เป็นไปตามลำดับก่อนหลัง มีผลต่อความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ทำนองเดียวกับผลการศึกษา

ของภักทริยา เพียรวิทยา (2552) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในกระบวนการให้บริการในระดับมากที่สุดทั้ง 4 เรื่อง ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการบริการฝาก/ถอน ความเสมอภาคในการรับบริการของสมาชิก ความสะดวกรวดเร็วในการพิจารณาอนุมัติเงินกู้ และขั้นตอนการให้บริการด้านต่าง ๆ ตามลำดับ





## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เป็นสถาบันการเงินที่ก่อตั้งขึ้น เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกรู้จักการออมทรัพย์ และให้กู้ยืมเมื่อเกิดความจำเป็นหรือเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์นอกวง โดยสมาชิกสามารถกู้ยืมได้ตามหลักการช่วยเหลือตนเอง และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สมาชิกต่างต้องการให้สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าในการบริหารจัดการ การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ และการให้บริการแก่สมาชิก รวมทั้งการจัดให้มีบริการและสวัสดิการต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการ อันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์การทำวิจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผน ปรับปรุง และแก้ไขปัญหาการให้บริการสมาชิกให้ดียิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้มากที่สุด ซึ่งกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยไม่จำกัดเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก โดยได้นำแนวคิดและปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ (7Ps) ตามทฤษฎีของ Kotler แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ รวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ และได้ออกแบบวิธีวิจัย ดำเนินการวิจัย และวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพ-แรงงานฯ และเคยใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยมีระยะเวลารวบรวมแบบสอบถามประมาณ 1 เดือน (ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม 2559) และจัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนได้จำนวน 466 ชุด จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลการวิจัย พร้อมทั้งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 43.1 และเพศหญิงร้อยละ 56.9 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.4 ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 52.6 โดยมีระดับศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 59.4 มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.3 ซึ่งส่วนใหญ่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิก 21 - 25 ปี โดยคิดเป็นร้อยละ 27.7 ของกลุ่มตัวอย่าง

##### 5.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพ-แรงงานฯ ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่สาขาส่งงานใหญ่ (เพลินจิต) บ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมา คือ สาขาเขตวัดเลียบ คิดเป็น

ร้อยละ 22 และรถบริการเคลื่อนที่ คิดเป็นร้อยละ 19 โดยกลุ่มตัวอย่างใช้บริการด้านเงินฝากบ่อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59 รองลงมา คือ ด้านเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 31 และด้านซื้อหุ้นเรือนหุ้น คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ และเหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ คือ อัตราผลตอบแทน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ ความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 29 อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ คิดเป็นร้อยละ 11 ความมั่นคง คิดเป็นร้อยละ 9 และเหตุผลอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

### 5.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพ-แรงงานฯ

จากผลการวิจัยพบว่ามีปัจจัยทั้งหมด 3 ปัจจัยที่ส่งผลในเชิงบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) จากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านบริการเงินฝาก ซึ่งสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ แสดงให้เห็นว่าสมาชิกผู้รับบริการให้ความสำคัญกับความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของอาคารที่ทำการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ รวมทั้งความทันสมัยของอุปกรณ์ในการให้บริการ การมีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการเพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ นอกจากนี้ การที่จุดบริการทุกประเภทมีป้ายแสดงและมองเห็นได้ชัดเจน ความถูกต้องแม่นยำในการให้บริการ ความสะดวกในการรับบริการ ความชัดเจนในการจัดลำดับการให้บริการ แบบฟอร์มต่าง ๆ มีความเพียงพอ และมีตัวอย่างการกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มอย่างชัดเจน ครบถ้วน ทำให้สมาชิกผู้รับบริการเกิดความรู้สึกประทับใจ ส่งผลต่อความพึงพอใจที่มากขึ้น

ปัจจัยด้านบุคลากร แสดงให้เห็นว่า สมาชิกให้ความสำคัญกับการที่เจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ มีกิริยามารยาทและมนุษยสัมพันธ์ มีความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ มีความรอบรู้ สามารถตอบข้อซักถามของสมาชิกได้อย่างชัดเจน และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับสมาชิก รวมทั้งการมีเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอ ซึ่งทำให้มีการบริการด้วยความรวดเร็ว อันจะทำให้สมาชิกเกิดความประทับใจ และเกิดความพึงพอใจในการรับบริการ

ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก แสดงให้เห็นว่า สมาชิกให้ความสำคัญกับความหลากหลายของรูปแบบบริการเงินฝากของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ซึ่งจะตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้เป็นอย่างดี ทำให้สมาชิกสามารถเลือกรูปแบบการบริหารเงินตามสภาพคล่องของตนเองได้อย่างเหมาะสม

สำหรับการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้วยวิธี Independent Samples T-test และ One-Way ANOVA พิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในส่วนของเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ หรือไม่ จากผลงานวิจัยพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาการเป็นสมาชิก ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

## 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถระบุปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ และระบุได้ถึงระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย โดยพบว่า ผู้รับบริการเลือกพิจารณาปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านบริการเงินฝาก ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ โดยข้อมูลนี้จะเป็นประโยชน์ให้กับคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ในการนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ พัฒนาบุคลากร รวมทั้งปรับปรุงผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง ๆ ให้ตอบสนองความต้องการของสมาชิกมากขึ้น โดยผู้วิจัยขอเสนอแนะคณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์-ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ให้มุ่งเน้นความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์หรือรูปแบบแนวทางในการบริหาร ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและกระบวนการ เป็นสิ่งที่ผู้รับบริการสามารถมองเห็นและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจรับบริการ ดังนั้น สหกรณ์ออมทรัพย์-สหภาพแรงงานฯ จึงควรหมั่นดูแลอาคารสถานที่ให้สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการบริการที่เพียงพอ เช่น ที่นั่งรอรับบริการ บริการน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ วารสารของสหกรณ์ เป็นต้น เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกผ่อนคลายระหว่างรอรับบริการ รวมทั้ง ควรจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการแก่สมาชิก เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย เครื่องฝาก - ถอนเงินอัตโนมัติ ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ - โอนสายในการติดต่อ เป็นต้น และเพื่อเพิ่มความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการควบคู่กันไปด้วย สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ควรให้ความสำคัญกับการบริการที่ถูกต้องแม่นยำ ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังในการให้บริการ รวมถึงการมีแบบฟอร์มที่เพียงพอ พร้อมด้วยตัวอย่างการกรอกข้อมูลในแบบฟอร์มอย่างชัดเจน ครบถ้วน ทำให้ง่ายต่อการใช้บริการ เพื่อให้สมาชิกได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของบริการที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างรอรับบริการที่เพียงพอและการมีอุปกรณ์ในการให้บริการที่มีความทันสมัย เป็นเรื่องที่ต้องจัดการเร่งด่วน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในปัจจัยด้านการนำเสนอทางกายภาพและกระบวนการ

5.2.2 ปัจจัยด้านบุคลากร สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ควรให้ความสำคัญในกระบวนการคัดเลือกเจ้าหน้าที่ วางตำแหน่งหน้าที่ให้เหมาะสม โดยเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการต้องเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้นและมีใจในการให้บริการ (Service mind) เป็นสำคัญ มีกิริยามารยาท มีมนุษยสัมพันธ์ และเป็นผู้ฟังที่ดี สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมพัฒนาเจ้าหน้าที่ให้มีความรอบรู้ เพื่อให้สามารถตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำแก่สมาชิกได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และชัดเจน รวมทั้งสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ศึกษาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อนำมาเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการให้มีความรวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ควรวางแผนวิเคราะห์กรอบอัตรากำลังให้เหมาะสมกับจำนวนสมาชิก และจัดสรรเจ้าหน้าที่ในการให้บริการเพิ่มขึ้นในช่วงระยะเวลาเร่งด่วนหรือช่วงที่มีสมาชิกมาใช้บริการจำนวนมากกว่าปกติ เช่น ช่วงพักกลางวัน ช่วง

สิ้นเดือน ช่วงการจ่ายเงินปันผล เป็นต้น เพื่อให้มีจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการแก่สมาชิก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความกระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการของเจ้าหน้าที่ และความเพียงพอของเจ้าหน้าที่ เป็นเรื่องที่สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ต้องจัดการเร่งด่วน เนื่องจากเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในปัจจัยด้านบุคลากร โดยอาจใช้วิธีการโยกย้ายหมุนเวียนตำแหน่งให้เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นและมีใจในการให้บริการมาอยู่ในส่วนบริการสมาชิก รวมทั้งจัดสรรเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอกับความต้องการใช้บริการของสมาชิกในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ เพื่อให้สมาชิกได้รับความพึงพอใจสูงสุด

5.2.3 ปัจจัยด้านบริการเงินฝาก นอกจากจะเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ แล้ว จากผลการวิจัยยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการด้านเงินฝากบ่อยที่สุด อาจเพราะการฝากเงินถือเป็นก้าวแรกในการออม เพื่อให้ได้ผลตอบแทนดอกเบี้ยขึ้นมา ก่อนจะพัฒนาไปสู่การลงทุนประเภทอื่น ๆ ดังนั้น คณะกรรมการดำเนินการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จึงควรศึกษาความต้องการของสมาชิก เพื่อจัดรูปแบบการรับฝากเงินให้เหมาะสมกับความต้องการของสมาชิกให้มากที่สุด เพื่อให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องความหลากหลายของบริการด้านเงินฝาก เป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในปัจจัยด้านบริการเงินฝาก จึงควรจัดการก่อนเป็นลำดับแรก

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ผู้วิจัยรวบรวมและสรุปได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง คือ สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ควรปรับปรุงพื้นที่ให้บริการให้กว้างขวางขึ้น เพื่อรองรับสมาชิกที่เข้ามาติดต่อในช่วงเวลาผู้รับบริการหนาแน่น และควรขยายเวลาทำการ เช่น เปิดบริการก่อนเวลาทำการของรถไฟฟ้านครหลวง ขยายเวลาปิดทำการของรถบริการเคลื่อนที่ เป็นต้น ควรเพิ่มความถี่หรือจำนวนรถบริการเคลื่อนที่ และรถบริการเคลื่อนที่ควรมีเงินสำรองให้สมาชิกถอนเงินได้เพียงพอกับความต้องการ โดยไม่ต้องรอกจากยอดเงินฝาก รวมทั้งควรศึกษาความเป็นไปได้ในการขยายสาขาใหม่ เพื่อเพิ่มความสะดวกต่อสมาชิกที่อยู่ห่างไกลที่ทำการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ นอกจากนี้ ควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้เข้าถึงสมาชิกมากขึ้น และปรับปรุงให้มีความทันสมัย โดยเฉพาะช่องทางเว็บไซต์ ควรปรับปรุงข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์แก่สมาชิกให้ครบถ้วน ทันสมัย และอ่านง่ายขึ้น เช่น ข้อบังคับ ระเบียบ รายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ผลประโยชน์ ขั้นตอนการทำธุรกรรมที่สำคัญ เป็นต้น

### 5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

ข้อมูลที่เก็บได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม ซึ่งใช้ระยะเวลาการเก็บข้อมูลที่ค่อนข้างจำกัดประมาณ 1 เดือน (เดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนมีนาคม 2559) ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่กระจายตัวเท่าที่ควร นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้รับจำกัดอยู่เพียงในแบบสอบถามเท่านั้น จึงอาจไม่ครอบคลุมถึงข้อมูลสำคัญบางอย่างที่อาจต้องอาศัยข้อมูลเชิงลึกจากการสังเกตหรือการสัมภาษณ์เพิ่มเติม ดังนั้น ผู้ที่จะนำข้อมูลวิจัยชุดนี้ไปใช้ควรระมัดระวังการนำข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลเชิงสถิติในการนำไปประยุกต์ใช้ เนื่องจากข้อมูลที่เชื่อมโยงปัจจัยต่าง ๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงระยะเวลา

#### 5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

5.4.1 ควรเลือกใช้เครื่องมือวิจัยอื่นควบคู่กันในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเฉพาะการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความพร้อมและความเต็มใจในการให้ความร่วมมือให้ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายหรือเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถามกับสมาชิกผู้ใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

5.4.2 ควรศึกษาปัจจัยภายนอกอื่นที่อาจมีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

5.4.3 ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ จำแนกตามปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์

5.4.4 ควรทบทวนการศึกษาเป็นระยะเพื่อปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ อย่างต่อเนื่อง และให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริหาร Service Psychology*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการและการตลาดบริการ Service Marketing and Management*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- นันทสารี สุขโต และคณะ. (2555). *หลักการตลาด Marketing an Introduction*. กรุงเทพฯ: บริษัท เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- เมธา ฤทธานนท์. (2550). *การตลาดฉบับคอตเลอร์ คู่มือสร้างความเป็นเลิศทางการตลาด*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ BrandAge books.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. กรุงเทพฯ: บริษัท นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์ จำกัด.
- สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด. (2557). *รายงานประจำปี 2557 สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด*.
- อรรชร มณีสงฆ์ และคณะ. (2548). *หลักการตลาด Marketing : Principles and Perspectives*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.

### งานวิจัย

- เกรียงเดช สวนดี. (2551). *ความสัมพันธ์ของปัจจัยทางการตลาดกับความพึงพอใจของสมาชิกในการใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. (งานวิจัยปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ.
- เกียรติศักดิ์ ท้าวเชื่อน. (2550). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของธนาคารพาณิชย์ กรณีศึกษา ธนาคารพาณิชย์ ในอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย*. (การศึกษาอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- ขนิษฐา เอี่ยมวรพงษ์. (2547). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงานการบินไทย จำกัด*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- จันมณี จันทรงาม. (2551). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 21 จำกัด*. (งานวิจัยปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- ช่อทิพย์ วาณิชย์เจริญ. (ม.ป.ป.). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ตำรวจสุราษฎร์ธานี จำกัด*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์.

- ทสิวัฒน์ ตรังคะพันธุ์. (2548). ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์พนักงาน สยามคูโบต้า จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- นราธิยา สามลฤกษ์. (2550). ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมสวัสดิการทหารบก จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- บุญทริกา ประดับมุข และสุภาวรัตน์ อนุดิษฐ์. (2551). การศึกษากลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ : กรณีศึกษาธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาสำนักต้นสน. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- ประพันธ์ แก้วกระต่าย. (2556). ความพึงพอใจที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของลูกค้าที่มาใช้บริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาสี่แยกราชวงศ์. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ.
- พงษ์ลดา คงหอม. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของบุคลากรผู้ใช้บริการงานการเงิน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (งานวิจัยปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- พิมาน ทิมสถิตย์. (2551). ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัททีโอที จำกัด (มหาชน). (ภาคนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, สาขาบริหารธุรกิจ (การตลาด).
- ภัทริยา เพ็ชรวิทยา. (2552). ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- ภูชชา เลาะห์โชติ. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาราชบุรี จังหวัดราชบุรี. (งานวิจัยปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาวิชารัฐศาสตร์.
- ภูผา เรืองสินทรัพย์. (2553). ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์บริษัท สแต็ทส์ ชิพแพ็ค (ประเทศไทย) จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ.
- มณฑา แสงทอง. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้เสียภาษีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพากร ภาค 3 กรมสรรพากร : ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานสรรพากรเขตตลิ่งชัน. (ภาคนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, สาขาการจัดการทั่วไป.
- รัชดาภรณ์ ประชุมแดง. (2553). การศึกษาผลการดำเนินงานและความพึงพอใจของสมาชิกต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์และการธนากิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำกัด. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์.

- ลติกา จงพาศณีชัยเจริญ. (2555). *ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาอำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย*. (รายงานปริญญาตรี). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- วิรัช พงศ์นภารักษ์. (2550). *ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสำนักงานสรรพสามิตพื้นที่สาขาเมืองอุตรดิตถ์*. (ภาคนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, สาขาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท.
- โสรัตน์ พุ่มซ้อน. (2549). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในการให้บริการของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) สาขาซอยสีลมคอมเพล็กซ์*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะเศรษฐศาสตร์.
- แสงเดือน ศรีอาภรณ์. (2554). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์กรมพลศึกษาทหารอากาศ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, คณะศิลปศาสตร์.
- เสาวณีย์ ฤทธิรุ่ง. (2545). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูกาฬสินธุ์ จำกัด อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์*. (งานวิจัยปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- อรษา ทิพย์เที่ยงแท้. (2558). *ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อการใช้บริการธนาคารออมสิน ในเขตอำเภอปรางบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. (งานวิจัยปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, คณะบริหารธุรกิจ.
- อัทธกาล สิ้น ندا. (2552). *ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูเชียงราย จำกัด*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด. (มกราคม 2559). สืบค้นจาก <http://www.meacoop.com>.





## ภาคผนวก ก

## แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์-  
สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีจุดประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด รวมถึงความคิดเห็นต่าง ๆ ของสมาชิก เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาและวิจัย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและไม่มีการแสดงแหล่งที่มาของข้อมูล โดยใช้การประมวลผลออกมาเป็นภาพรวม และจะถูกใช้เฉพาะในการศึกษาวิจัยนี้เท่านั้น จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง อย่างครบถ้วน และขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน มา ณ โอกาสนี้

**แบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ**

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและระดับความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

**นิยามศัพท์**

**สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ** หมายถึง สหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงาน-รัฐวิสาหกิจการไฟฟ้านครหลวง จำกัด

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ  
กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความต่อไปนี้ เพียงข้อเดียว

1.1 ท่านเป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ใชหรือไม่  
 1) ใช่  2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

1.2 ท่านเคยใช้บริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ใชหรือไม่  
 1) ใช่  2) ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

1.3 สาขาของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ท่านใช้บริการ**บ่อยที่สุด**

- 1) สำนักงานใหญ่ (เพลินจิต)       2) เขตวัดเลียบ       3) รถบริการเคลื่อนที่

1.4 บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ที่ท่านใช้บริการ**บ่อยที่สุด**

- 1) บริการด้านซื้อหุ้นเรือนหุ้น       2) บริการด้านเงินฝาก       3) บริการด้านเงินกู้

1.5 เหตุผล**สำคัญที่สุด**ที่ท่านเลือกใช้บริการของสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

- 1) ความมั่นคง       2) ความสะดวก       3) อัตราผลตอบแทน  
 4) อัตราดอกเบี้ยเงินกู้       5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.6 ระยะเวลาการเป็นสมาชิก

- 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี       2) 6 - 10 ปี       3) 11 - 15 ปี  
 4) 16 - 20 ปี       5) 21 - 25 ปี       6) 26 - 30 ปี  
 7) มากกว่า 30 ปี

1.7 ท่านคิดว่าสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ควรมีจำนวนกี่สาขา .....สาขา

1.8 ท่านคิดว่าสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ ควรเปิดสาขาที่ใดเพิ่มเติม (ตอบได้หลายข้อ)

- 1) ที่ทำการการไฟฟ้านครหลวง เขตคลองเตย  
 2) ที่ทำการการไฟฟ้านครหลวง เขตนนทบุรี  
 3) ที่ทำการการไฟฟ้านครหลวง เขตบางพลี  
 4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ

กรุณาประเมินความเห็นเกี่ยวกับการรับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ สาขาที่ท่านใช้บริการ**บ่อยที่สุด**ตามปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด**เพียงข้อเดียว**

ระดับความเห็น 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับความเห็น 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับความเห็น 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับความเห็น 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับความเห็น 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด
N/A	หมายถึง	ไม่สามารถประเมินได้

ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการรับบริการสหกรณ์- ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	ระดับความเห็น					
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สามารถประเมินได้
		5	4	3	2	1	N/A
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>							
2.1	มีการให้บริการด้านเงินฝากที่หลากหลาย						
2.2	มีบริการด้านเงินฝากที่ตรงตามความต้องการ						
2.3	มีบริการด้านเงินกู้ที่หลากหลาย						
2.4	มีบริการด้านเงินกู้ที่ตรงตามความต้องการ						
<b>ด้านราคา</b>							
2.5	มีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม						
2.6	อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ไม่สูงจนเกินไป						
2.7	อัตราเงินปันผลมีความเหมาะสม						
<b>ด้านสถานที่ให้บริการ</b>							
2.8	สถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ						
2.9	สถานที่ตั้งมีความสะดวกในด้านเวลา						
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>							
2.10	มีสวัสดิการที่ให้แก่สมาชิกหลากหลายประเภท เช่น ทูน่าส่งเสริมการศึกษา, สวัสดิการเพื่อการรักษาพยาบาล, เงินช่วยเหลือกรณีอัคคีภัย เป็นต้น						
2.11	ช่องทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลาย						
2.12	การสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกมีความทั่วถึง						
2.13	ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่มีความทันสมัย						
<b>ด้านบุคลากร</b>							
2.14	เจ้าหน้าที่มีกิจกรรมรยาทและมนุษยสัมพันธ์ดี						

ข้อที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการรับบริการสหกรณ์- ออมทรัพย์สหภาพแรงงานฯ	ระดับความเห็น					
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่สามารถประเมินได้
		5	4	3	2	1	N/A
2.15	เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นและ เต็มใจให้บริการ						
2.16	เจ้าหน้าที่มีความรอบรู้และตอบ ข้อซักถามได้ชัดเจน						
2.17	เจ้าหน้าที่เพียงพอ						
<b>ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>							
2.18	อาคารสถานที่สะอาด เป็นระเบียบ เรียบร้อย						
2.19	อุปกรณ์ในการให้บริการมีความ ทันสมัย						
2.20	มีสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่าง รอรับบริการเพียงพอ เช่น ที่นั่ง รอรับบริการ, บริการน้ำดื่ม, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ						
2.21	จุดบริการทุกประเภทมีป้ายแสดง และมองเห็นได้ชัดเจน						
<b>ด้านกระบวนการ</b>							
2.22	ความถูกต้องแม่นยำในการให้ บริการ						
2.23	ความรวดเร็วในการให้บริการ						
2.24	ความสะดวกในการรับบริการ						
2.25	ความชัดเจนในการจัดลำดับก่อน - หลังการให้ บริการแก่สมาชิก						
2.26	แบบฟอร์มต่าง ๆ มีความเพียงพอ						
2.27	มีตัวอย่างการกรอกข้อมูลใน แบบฟอร์มอย่างชัดเจน ครบถ้วน						

หัวข้อความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการ รับบริการสหกรณ์ออมทรัพย์สหภาพ- แรงงานฯ สาขาที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุด					

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการให้บริการ

.....

.....

.....

.....

.....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความต่อไปนี้ **เพียงข้อเดียว**

3.1 เพศ

- 1) ชาย  2) หญิง

3.2 อายุ

- 1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี  2) 21 - 30 ปี  3) 31 - 40 ปี
- 4) 41 - 50 ปี  5) 51 - 60 ปี  6) มากกว่า 60 ปี

3.3 สถานภาพ

- 1) โสด  2) สมรส  3) แยกกันอยู่ หม้าย หย่าร้าง

3.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า  2) ปวช. / ปวส. หรือเทียบเท่า
- 3) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า  4) สูงกว่าปริญญาตรี

3.5 รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท  2) 15,000 - 30,000 บาท
- 3) 30,001 - 45,000 บาท  4) 45,001 - 60,000 บาท
- 5) 60,001 - 75,000 บาท  6) มากกว่า 75,000 บาท

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้

**ภาคผนวก ข**  
**รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS**

ตารางที่ ข.1

ค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่สกัดได้จากการวิเคราะห์

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	11.088	41.068	41.068	11.088	41.068	41.068	4.936	18.282	18.282
2	2.294	8.496	49.564	2.294	8.496	49.564	3.938	14.585	32.867
3	1.733	6.419	55.983	1.733	6.419	55.983	3.263	12.086	44.953
4	1.596	5.910	61.893	1.596	5.910	61.893	2.394	8.867	53.819
5	1.211	4.485	66.378	1.211	4.485	66.378	1.920	7.110	60.929
6	1.195	4.425	70.803	1.195	4.425	70.803	1.912	7.082	68.011
7	1.117	4.136	74.939	1.117	4.136	74.939	1.871	6.928	74.939
8	.956	3.542	78.481						
9	.700	2.594	81.076						
10	.596	2.207	83.283						
11	.559	2.069	85.352						
12	.521	1.929	87.281						
13	.402	1.491	88.772						
14	.356	1.320	90.092						
15	.321	1.190	91.281						
16	.314	1.163	92.444						
17	.274	1.015	93.459						
18	.261	.968	94.427						
19	.247	.916	95.343						
20	.233	.863	96.206						
21	.197	.731	96.937						
22	.193	.716	97.654						
23	.171	.632	98.285						
24	.160	.594	98.880						
25	.112	.414	99.294						
26	.103	.383	99.677						
27	.087	.323	100.000						





### ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวพรรณราย จิตเจนการ
วันเดือนปีเกิด	1 พฤษภาคม 2529
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2550 : นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ตำแหน่งงาน	นิติกร กองประมวลระเบียบ ฝ่ายกฎหมาย การไฟฟ้านครหลวง
ประสบการณ์ทำงาน	ปี 2556 - ปัจจุบัน : นิติกร กองประมวลระเบียบ ฝ่ายกฎหมาย การไฟฟ้านครหลวง

