

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการศึกษา	5
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	8
แนวคิดการแบ่งส่วนผสมทางการตลาด	8
กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	10
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	11
วิธีการดำเนินงานของสหกรณ์เครดิตยูเนียน	13
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
ภาคสรุป	24
กรอบแนวคิดในการวิจัย	25
สมมุติฐานการวิจัย	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	26
สถานที่ดำเนินการวิจัย	26
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	27
การทดสอบแบบสอบถาม	28
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	29

	หน้า
วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	29
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	32
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัย ราชภัฏเชียงใหม่ จำกัด	32
ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจัยด้าน ส่วนผสมทางการตลาดของสหกรณ์เครดิตยูเนียนมหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ จำกัด	35
ตอนที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์กับ ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด	56
ตอนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการใช้บริการสหกรณ์ในปัจจัย ด้านส่วนผสมทางการตลาด	67
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	76
สรุปผลการศึกษา	76
อภิปรายผล	78
ข้อเสนอแนะ	79
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	83
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	97

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ข้อมูลวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงการเจริญเติบโตของสหกรณ์ ปี 2546 - 2547	3
2	เงื่อนไขการยื่นกู้เงิน ประเภทฉุกเฉิน สามัญ	16
3	การคำนวณเงินผลประโยชน์ที่สวัสดิการเงินสะสมจ่าย	18
4	จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามหน่วยงานหรือต้นสังกัด	27
5	ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์เครดิตยูเนียน มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ จำกัด	34
6	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การสะสมหุ้น	37
7	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน (ออมทรัพย์พิเศษ 6 เดือน)	38
8	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การให้เงินกู้ – ประเภทสามัญ	40
9	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การให้เงินกู้ – ประเภทฉุกเฉิน	42
10	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การค้ำประกัน	43
11	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การจัดสวัสดิการ	44
12	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการของฝ่ายจัดการ/ เจ้าหน้าที่สหกรณ์	46
13	ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการให้บริการในปัจจุบัน ด้านผลิตภัณฑ์	47
14	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การสะสมหุ้น	48
15	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การรับฝากเงิน	49

ตาราง	หน้า	
16	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ใน หลักเกณฑ์การให้กู้	50
17	ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจุบัน ด้านราคา	51
18	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบัน ด้านสถานที่	52
19	ระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบัน ด้านการส่งเสริมการตลาด	54
20	ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการในปัจจุบัน ด้านส่วนผสมทางการตลาด	55
21	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์	56
22	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านราคา	59
23	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านสถานที่	62
24	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ ของสมาชิกที่มีต่อการใช้บริการของสหกรณ์ในปัจจุบันด้านส่งเสริม การตลาด	65
25	ปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์	69
26	ปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันด้านราคา	71
27	ปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันด้านสถานที่	73
28	ปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด	75

## สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

25

