

อิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
ด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด  
Influencing Brand Image Service Quality Affecting the Decision to Request for  
Loans of State Audit Savings Cooperative, Limited.

รุ่งรัตน์ ไชยเทพ  
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
ผู้รับผิดชอบบทความ

Rungrat Chaiyathep  
E-mail: 6314060008@rumail.ru.ac.th  
Faculty of Business Administration Program in Accounting  
Ramkhamhaeng University  
Corresponding author

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล การสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จำนวน 364 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท การสร้างภาพลักษณ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) คุณภาพการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X} = 4.18$ ) และการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน ( $\bar{X} = 4.06$ )

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) การสร้างภาพลักษณ์ มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความเป็น

รูปธรรมของการบริการ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ

## Abstract

The purpose of this study is to examine the influencing Brand Image, Service Quality, affecting the Decision to request for loans of State Audit Savings Cooperative, Limited. factors include Demographic factors, Brand Image and Service Quality. The 364 sample were drawn from the members of State Audit Savings Cooperative, Limited. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most members of State Audit Savings Cooperative, Limited. of the respondents were female, between 31-40 years old, single, received Bachelor's Degree and received monthly income of 20,001-30,000 baht. Brand Image was at high level ( $\bar{X} = 4.01$ ). Service Quality was at high level ( $\bar{X} = 4.06$ ). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was reliability ( $\bar{X} = 4.18$ ). The overall decision to request for loans of State Audit Savings Cooperative, Limited. was rated at a high level ( $\bar{X} = 4.00$ ). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was emergency loan ( $\bar{X} = 4.06$ ).

The results of hypothesis test show that (1) the members of State Audit Savings Cooperative, Limited. with different income had different overall decision to request for loans of State Audit Savings Cooperative, Limited. at statistical significance of 0.05 levels. (2) Brand Image had effect on the overall decision to request for loans of State Audit Savings Cooperative, Limited. at statistical significance of 0.05 levels. And (3) Service quality; responsiveness, reliability, empathy, and tangibles had effect on the overall decision to request for loans of State Audit Savings Cooperative, Limited. at statistical significance of 0.05 levels.

**Keyword:** Decision to Request for Loans

## บทนำ

ปัจจุบันรัฐบาลไทยใช้สถาบันการเงินเพื่อปล่อยสินเชื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สินเชื่อเป็นเสมือนน้ำมันหล่อเลี้ยงให้ระบบเศรษฐกิจเติบโตและขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว ทั้งทางด้านผู้บริโภค ทางด้านธุรกิจ ทางด้านเศรษฐศาสตร์ สินเชื่อช่วยรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ทั้งในกรณีที่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ปัญหาต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจเกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาวะการว่างงาน ความล้มเหลวทางธุรกิจ หรือเป็นกรณีที่ภาวะเศรษฐกิจเติบโตรวดเร็วอันนำไปสู่ภาวะเงินเฟ้อ ในปัจจุบันจึงมีสถาบันการเงินหลายแห่งให้บริการสินเชื่อ ซึ่งทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจการให้สินเชื่อค่อนข้างสูง สถาบันการเงินได้มองเห็นถึงความสำคัญของลูกค้ามากยิ่งขึ้น จึงออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินมาเพื่อช่วยเหลือทางการเงินให้กับลูกค้าที่ต้องการ เพื่อนำเงินไปใช้ในการเพิ่มสภาพคล่องให้กับตัวเอง (ศรารัตน์ จารวรรณ, 2561)

สหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด เป็นสถาบันการเงินประเภทหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคมของบรรดาสมาชิกซึ่งเป็นบุคลากรของสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน มีบริการด้านรับฝากเงินและบริการด้านสินเชื่อสำหรับสมาชิก ในด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จะเป็นการให้บริการกับสมาชิกที่มีความจำเป็นต้องใช้เงิน เป็นการส่งเสริมฐานะความมั่นคงหรือเพื่อการเคหะ หรือทำประโยชน์ต่าง ๆ โดยสหกรณ์ได้เปิดให้สมาชิกที่มีความประสงค์ใช้บริการด้านสินเชื่อ สามารถยื่นเรื่องขอกู้ยืมเงินได้ตามหลักเกณฑ์ของสหกรณ์ ซึ่งในปัจจุบันสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ได้ให้สินเชื่อเงินกู้แก่สมาชิกประกอบด้วย เงินกู้สามัญ เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน และเงินกู้พิเศษ เป็นจำนวนเงิน 1,105,282,323.50 บาท และมีรายได้จากดอกเบี้ยรับเงินให้กู้ เป็นจำนวนเงิน 68,117,189.45บาท คิดเป็นร้อยละ 70.38 ของรายได้จากดอกเบี้ยและผลตอบแทนจากการลงทุนทั้งหมด ซึ่งเป็นรายได้หลักที่มีความสำคัญต่อการดำเนินกิจการของสหกรณ์ (สหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด, 2564)

ดังนั้น ผู้วิจัยในฐานะเป็นสมาชิกของสหกรณ์จึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาประกอบนโยบายในการพัฒนาด้านการสร้างภาพลักษณ์ ตลอดจนเป็นแนวทางในการปรับปรุงด้านคุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ให้ดีขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด นำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อผู้รับบริการและผู้ที่สนใจใช้บริการต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

### ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 จำนวนทั้งสิ้น 3,992 คน ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 364 คน
2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยทางผู้วิจัยจะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล การสร้างภาพลักษณ์ และคุณภาพการบริการ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

## สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การสร้างภาพลักษณ์มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

สมมติฐานที่ 3 คุณภาพการบริการมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด
2. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การสร้างภาพลักษณ์ และคุณภาพการบริการ
3. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่สหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ในการประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายด้านการสร้างภาพลักษณ์ และเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพด้านการบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

## แนวคิดและทฤษฎี

### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายทางเลือก ซึ่งได้พิจารณาและประเมินผลทางเลือกที่พอเป็นไปได้ และเหมาะสมที่สุดแล้ว

Plunkett and Attner (1994) ได้กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจนั้นประกอบด้วยขั้นตอน 7 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การระบุปัญหา เป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญอย่างมาก เพราะการที่เราสามารถระบุปัญหาได้ถูกต้องหรือไม่ ย่อมมีผลต่อการดำเนินการในขั้นต่อ ๆ ไป ของกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของการตัดสินใจด้วย (2) การระบุข้อจำกัดของปัจจัย หากสามารถระบุปัญหาได้แล้ว เราควรพิจารณาถึงเงื่อนไขหรือข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ (3) การพัฒนาทางเลือก คือ ทางเลือกเหล่านั้นควรเป็นทางเลือกที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ (4) การวิเคราะห์ทางเลือก คือ การนำเอาข้อดีและข้อเสียของแต่ละทางเลือกมาเปรียบเทียบกันอย่างรอบคอบ (5) การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด คือ การพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเลือกเดียว ทางเลือกที่ดีที่สุดควรมีผลเสียต่อเนื่องในภายหลังน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์มากที่สุด (6) การนำผลการตัดสินใจไปปฏิบัติ ซึ่งเป็นการนำผลการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และ (7) การสร้างระบบการควบคุมและประเมินผล จะช่วยให้ได้รับข้อมูลย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามเป้าหมายหรือไม่

### 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554) ได้อธิบายความหมายของภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือที่คิดว่าจะเป็นอย่างนั้น หรือตรงกับคำว่า “Image” ในภาษาอังกฤษ

Jefkins (2003) ได้มีการเขียนคำอธิบายเกี่ยวกับภาพลักษณ์เพื่อที่จะได้นำไปใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ ดังนี้ (1) ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมาโดยเจตนาหรือเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ

ก็ตาม ซึ่งเป็นความจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (2) ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริง (3) ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เปรียบเสมือนการส่องกระจก จะเห็นภาพของตัวเอง (4) ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์หน่วยงานหรือขององค์กรในสายตาของคนทั่วไปซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไป (5) ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรนับตั้งแต่ระบบการบริหารองค์กร รวมไปถึงสินค้าหรือบริการ (6) ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่พนักงานหรือผู้บริหารมีความต้องการที่จะให้เกิดขึ้น (7) ภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institutional Image) เป็นภาพลักษณ์บุคคลมุ่งเน้นไปที่ตัวสถาบันโดยเฉพาะ ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาด และไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย (8) ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) (9) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) จะมีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ แต่กรณีนี้เป็นสัญลักษณ์ (Logo) หรือตราสินค้า (Brand) หรือเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) และ (10) ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product or Service Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่งให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค แสดงถึงภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการขององค์กรที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล ไม่รวมถึงบทบาทหรือพฤติกรรมขององค์กร

Kotler (2000) ได้กล่าวว่าภาพลักษณ์ (Image) ที่เป็นวิธีที่บุคคลรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ การกระทำ และทัศนคติใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความสัมพันธ์อย่างมากกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์กรธุรกิจสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรธุรกิจ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากปัจจัยหลายสิ่งภายใต้การควบคุมของธุรกิจ เป็นความประทับใจ เป็นองค์รวมของความคิด ความเชื่อที่ผู้ใดผู้หนึ่งมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Parasuraman, et al. (1988) ได้กล่าวว่า คุณภาพบริการขององค์กรเป็นปัจจัยลำดับต้น ๆ ที่ผู้บริโภคนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการว่าผู้บริโภคจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการจนเกิดความพอใจหรือไม่ ต่อมาได้มีการปรับปรุงและพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” มีการแปลคะแนนซึ่งทำได้โดยการนำคะแนนการรับรู้บริการลบด้วยคะแนนความคาดหวังในการบริการ สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 มิติหลัก ได้แก่ (1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่สามารถทำให้เห็นได้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องใช้ อุปกรณ์ สำนักงานต่าง ๆ สถานที่ที่ให้บริการ รวมไปถึงการแต่งกายและพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ให้บริการ (2) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ในการบริการทุกครั้งผู้ให้บริการต้องสามารถให้การบริการได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว โปร่งใสมีความน่าเชื่อถือ มีความสม่ำเสมอในการบริการ และบริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้ (3) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ผู้รับบริการ ผู้รับบริการไม่ต้องรอรับบริการนานเกินไป บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว (4) ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้รับบริการว่าจะได้รับการบริการที่เป็นมาตรฐานและปลอดภัย เป็นการรับประกันว่าผู้ให้บริการนั้น มีความสามารถ มีจริยธรรมในการให้บริการ มีความสุภาพ อ่อนน้อมและมีความรู้ความเชี่ยวชาญ และ (5) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการมีการสื่อสารทำความเข้าใจกับผู้รับบริการชัดเจน และแสดงพฤติกรรมให้ความสนใจ ดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ ถ้าเกิดมีปัญหารายบุคคลนั้น ผู้ให้บริการต้องช่วยแก้ปัญหา และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

### 2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 3,992 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 364 คน หลังจากกำหนดกลุ่มตัวอย่างแล้ว เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างกระจายครอบคลุมทั่วประเทศ ผู้ศึกษาจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยการแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นชั้นภูมิตามประเภทของสมาชิก

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ เป็นคำถามเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 25 ข้อ

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ซึ่งมีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ เงินกู้สามัญ เงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน และเงินกู้พิเศษ มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 8 ข้อ

### 4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่
2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ
3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด
4. จัดทำร่างแบบสอบถาม
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาว่าแบบสอบถามมีการใช้ภาษาและลักษณะของข้อความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการวิจัย

### 5.การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบคำถาม การใช้ภาษาในแบบสอบถามเพื่อความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ตามตารางตรวจสอบคุณภาพความครอบคลุมด้านเนื้อหาการวิจัย รวมไปถึงใช้ภาษาที่ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยจะนำคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนนำไปใช้งานจริง
2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) การสร้างภาพลักษณ์เท่ากับ 0.938 คุณภาพการบริการโดยภาพรวมเท่ากับ 0.975 คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเท่ากับ 0.849 ด้านความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.930 ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วเท่ากับ 0.936 ด้านการให้ความมั่นใจเท่ากับ 0.925 ด้านการดูแลเอาใจใส่เท่ากับ 0.945 การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่ของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมเท่ากับ 0.978 การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่ของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ด้านเงินกู้สามัญเท่ากับ 0.958 ด้านเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉินเท่ากับ 0.959 และด้านเงินกู้พิเศษเท่ากับ 0.948
3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ในงานวิจัย

### 6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามาดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 364 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2563) โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ใช้วิธีการจับสลากโดยทำรายชื่อของสมาชิกทั้งหมด โดยมีเลขกำกับหน่วยรายชื่อทั้งหมด หลังจากนั้น ส่งแบบสอบถามให้สมาชิกที่ถูกสุ่มได้ในแต่ละประเภท ซึ่งหลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลครบจำนวน 364 ชุดแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ผู้วิจัยทำการนำข้อมูลที่ไ้ไปวิเคราะห์ค่านวนผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

## 7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ การสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

### 2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จำแนกตามเพศ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบ t-test

2.2 การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีของ Least-Significant Different (LSD)

2.3 เพื่อศึกษาการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

## ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องอิทธิพลการสร้างภาพลักษณ์ คุณภาพการบริการส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท

ผลการวิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก คุณภาพการบริการของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน ด้านเงินกู้พิเศษ และด้านเงินกู้สามัญ

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ที่มีเพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการ



ด้านสินเชื่อกของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ไม่ต่างกัน และสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การสร้างภาพลักษณ์มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การสร้างภาพลักษณ์มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด และคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ไม่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด

### **บทสรุปและอภิปรายผล**

1. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านเงินกู้สามัญ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะวงเงินกู้ ขั้นตอนในการให้อนุมัติวงเงินกู้ และระยะเวลาในการผ่อนชำระของเงินกู้สามัญ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านเงินกู้เพื่อเหตุฉุกเฉิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัลฐิตา แจ็งเปลา (2559) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด มีระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อเงินกู้ของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสินเชื่อเงินกู้สามัญ ATM อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านสินเชื่อเงินกู้สามัญมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2. ผลการศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ ดังนั้น ไม่ว่าเพศชายหรือเพศหญิง มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อโดยภาพรวมที่คล้ายคลึงกัน อายุที่ต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อต่างกันได้ รวมทั้งสถานภาพที่ต่างกันไม่สามารถบอกได้ว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อที่ต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัลฐิตา แจ็งเปลา (2559) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จำกัด ที่มีเพศ อายุ และสถานภาพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จำกัด ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกวรินทร์ วุฒิมานพ และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาล (2564) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ใน

กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ตามลำดับ

2.2 สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่ารายได้ต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ วิริลลิตา แจงเปลา (2559) ที่ได้ศึกษาการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด พบว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครู จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยพิทักษ์ สมเกียรติกุล (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำกัด ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกของสหกรณ์ออมทรัพย์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำกัด ที่เคยใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ฯ ที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการด้านสินเชื่อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

3. ผลการศึกษาการสร้างภาพลักษณ์มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 การสร้างภาพลักษณ์มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ให้ความสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ในระดับมาก มีความเห็นว่า ความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับมานาน การบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ เจ้าหน้าที่มีความเชี่ยวชาญที่เห็นเป็นรูปธรรม สามารถรับรู้ได้ มีความพร้อมด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องในแต่ละด้านเพื่อรองรับการบริการอย่างทั่วถึง ภาพลักษณ์ตราयीหือหรือแบรนด์ของผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมานาน ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ Nguyen (2021) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสินเชื่อของธนาคาร Sacom เมือง Vung Tau ประเทศเวียดนาม ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ตราयीหือ (Brand Image) ของธนาคาร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของธนาคาร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen and Lien (2019) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการกู้ยืมเงินจากธนาคารพาณิชย์ของภาคธุรกิจครัวเรือนในจังหวัด Tra Vinh ประเทศเวียดนาม ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ตราयीหือ (Brand Image) ของธนาคาร มีอิทธิพลต่อการกู้ยืมเงินของภาคธุรกิจครัวเรือน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vinh (2021) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคาร Agribank O Mon เมือง Can Tho ประเทศเวียดนาม ของลูกค้ารายบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อธนาคารของลูกค้าส่วนบุคคลของธนาคาร คือ ภาพลักษณ์ตราयीหือ (Brand Image) ของธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาคูณภาพการบริการมีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการในระดับมาก มีความเห็นว่า เจ้าหน้าที่ควรแต่งกายเรียบร้อย สะอาด สุภาพ และเป็นมิตรกับผู้รับบริการ สถานที่ในการบริการสามารถอำนวยความสะดวกได้อย่างเหมาะสม มีอุปกรณ์และเครื่องมือ ที่นั่งเพียงพอในการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Vinh (2021) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อธนาคาร Agribank O Mon เมือง Can Tho ประเทศเวียดนาม ของลูกค้ารายบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการมีผลกระทบต่อการใช้สินเชื่อธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลลสา บุญเป็ง (2559) ที่ได้ศึกษาการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อปัจจัยใช้บริการสินเชื่อโครงการเงินทุนหมุนเวียน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อโครงการเงินทุนหมุนเวียนฯ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่ และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพร ธีระการณ (2560) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก พบว่า คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

4.2 คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือมีผลกระทบต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือในระดับมาก มีความเห็นว่าสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ให้ความสำคัญของการที่สหกรณ์มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ น่าเชื่อถือ มีการบริการด้วยความโปร่งใส ยุติธรรม และเจ้าหน้าที่สหกรณ์ที่มีความรู้ความสามารถและสามารถตอบปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vinh (2021) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อธนาคาร Agribank O Mon เมือง Can Tho ประเทศเวียดนาม ของลูกค้ารายบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ความน่าเชื่อถือของลูกค้าเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้สินเชื่อธนาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพร ธีระการณ (2560) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก โดยพบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้ใจได้ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

4.3 คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วมีผลกระทบต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ในระดับมาก มีความเห็นว่าการบริการต้องตรงตามเวลาที่กำหนด มีขั้นตอนรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก มีการแจ้งระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการในแต่ละเรื่องอย่างชัดเจน และการติดต่อกับเจ้าหน้าที่มีความสะดวกและเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vinh (2021) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อธนาคาร Agribank O Mon เมือง Can Tho ประเทศเวียดนาม ของลูกค้ารายบุคคล ผลการศึกษาพบว่า การตอบสนองที่รวดเร็วมีผลกระทบต่อการใช้สินเชื่อธนาคารของลูกค้ารายบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

4.4 คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ไม่มีผลกระทบต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ในระดับมาก มีความเห็นว่า เจ้าหน้าที่ที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการ มีการเก็บข้อมูลส่วนตัวไว้เป็นความลับ สหกรณ์มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยเหมาะสมกับการให้บริการ ความสุภาพอ่อนน้อมความรู้และความชำนาญของเจ้าหน้าที่ ไม่มีผลกระทบต่อการใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพร ธีระการณ (2560) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก โดยพบว่า การ

ให้ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า (Assurance) ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขา พิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 คุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ ในระดับมาก มีความเห็นว่า เจ้าหน้าที่ช่วยแก้ไขปัญหาของสมาชิกด้วยความเต็มใจ มีความกระตือรือร้น ยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ในการให้บริการ มีความสามารถสื่อสารกับได้เข้าใจง่าย และให้ความสำคัญกับสมาชิกทุกรายอย่างเป็นกันเองและเสมอภาค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพร ธีระการณ (2560) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก พบว่า คุณภาพการบริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vinh (2021) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สินเชื่อธนาคาร Agribank O Mon เมือง Can Tho ประเทศเวียดนาม ของลูกค้ารายบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ความเข้าใจและการดูแลเอาใจใส่ลูกค้ามีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจใช้สินเชื่อธนาคาร ของลูกค้ารายบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ตามลำดับ

### **ข้อเสนอแนะ**

จากผลการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะในการวิจัย เพื่อใช้ให้เป็นประโยชน์เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการปรับปรุงและวางแผนการบริหารงานด้านการสร้างภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการของสหกรณ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังต่อไปนี้

### **ปัจจัยส่วนบุคคล**

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษา จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมไม่ต่างกัน ดังนั้น สหกรณ์จึงไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาของสมาชิก เพราะอาจเนื่องด้วยปัจจุบันบทบาทของเพศชายและเพศหญิงในสังคมไทยเปลี่ยนไป ค่านิยมเกี่ยวกับเพศและการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อก็เปลี่ยนไป เพศชายและเพศหญิงอาจจะมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อที่เหมือนกัน และไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านอายุ อาจเพราะสมาชิกสหกรณ์ส่วนมากอาจเป็นข้าราชการ จึงทำให้ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อไม่ต่างกัน และยังไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านสถานภาพ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่อาจมีสถานภาพโสด จึงส่งอาจส่งผลให้ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อไม่ต่างกัน อีกทั้งยังไม่ควรเน้นประเด็นความสนใจเกี่ยวกับเรื่องปัจจัยด้านระดับการศึกษาอาจเป็นเพราะสมาชิกส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จึงส่งผลให้มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า สมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด โดยภาพรวมต่างกัน ดังนั้น สหกรณ์ควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนของสมาชิก เนื่องจากสถานะทางการเงินเป็นพื้นฐานสำคัญที่สมาชิกจะพิจารณาตัดสินใจขอสินเชื่อซึ่งสมาชิกที่มีรายได้ต่อเดือนน้อย การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่ออาจจะมีมากกว่าสมาชิกที่มีรายได้มาก ดังนั้น สหกรณ์ควรมีการปรับ

อัตราเงินคืนเงินเชื่อ ควรมีโครงการเงินกู้พิเศษสำหรับสมาชิกที่มีรายได้แตกต่างกัน เช่น โครงการเงินกู้พิเศษพอเพียง สำหรับผู้มีรายได้น้อย โครงการเงินกู้พิเศษเพื่อการลงทุนสำหรับผู้ที่มีรายได้มาก เป็นต้น รวมไปถึงการกำหนดอัตราดอกเบี้ย ระยะเวลาการชำระเงินกู้และเงื่อนไขการกู้เงินเชื่อให้เหมาะสมกับรายได้ของสมาชิก

### การสร้างภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ดังนั้น สหกรณ์ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เนื่องจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจะเป็นการสร้างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ให้แก่สมาชิก ต้องมีการจัดระบบการดำเนินงานที่เป็นระบบชัดเจน ทำให้สมาชิกเกิดการจดจำได้ เกิดความประทับใจจากการที่ได้รับบริการ และสามารถเป็นที่ยอมรับของสมาชิกทุกกลุ่มได้

### คุณภาพการบริการ

1. คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการดูแลเอาใจใส่ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ดังนั้น สหกรณ์ควรให้ความสำคัญด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างมาก ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ สหกรณ์ควรจัดให้มีที่นั่งให้เพียงพอ มีบริการน้ำดื่ม โทรทัศน์ บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตฟรี จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องใช้สำนักงาน จัดสถานที่บริการให้สะอาดเรียบร้อย รวมไปถึงการแต่งกายและพฤติกรรมที่แสดงออกของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการให้เป็นมาตรฐานอยู่เสมอ ในด้านความน่าเชื่อถือ สหกรณ์ควรทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือได้ว่าจะได้รับมอบบริการตามที่สัญญาไว้ มีการให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตามที่ควรจะเป็นไปได้อย่างถูกต้องและตรงกับวัตถุประสงค์ของการบริการภายในเวลาที่เหมาะสม ในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว สหกรณ์ควรมีการกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ผู้รับบริการ และฝึกพัฒนาเจ้าหน้าที่สหกรณ์ให้สามารถบริการได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในระบบการให้บริการ เพื่อที่จะสามารถทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่สะดวก รวดเร็วและประหยัดเวลามากขึ้น และด้านการดูแลเอาใจใส่ สหกรณ์ควรทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกว่าได้รับการดูแลเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอและมีความเสมอภาค การสื่อสารกับสมาชิกต้องเข้าใจง่าย สามารถแก้ปัญหาให้กับผู้รับบริการ และตอบสนองได้ตามความต้องการของสมาชิกรายนั้น ๆ

2. คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด ดังนั้น สหกรณ์ไม่ควรเน้นความสำคัญด้านการให้ความมั่นใจ เนื่องจากสหกรณ์เป็นสถาบันทางการเงินที่ต้องดำเนินงานตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ รวมไปถึงระเบียบ กฎหมาย และข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีแนวปฏิบัติที่มีความชัดเจนอยู่แล้ว

### ข้อเสนอแนะเพื่อการทํารวบรวมครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของบุคคล มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวร และสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้จึงเป็นสิ่งที่น่ากระทำ โดยมีระยะเวลาห่างกันพอสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ต่อการจัดการบริหารงานขององค์กร เพื่อประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กรและให้บรรลุตามเป้าหมาย

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมมากขึ้น เช่น ศึกษาสหกรณ์ออมทรัพย์ของหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์โดยภาพรวม

3. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะตัวแปรการสร้างภาพลักษณ์ และคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ ซึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่ออาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อ ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาตัวแปรด้านอื่น ๆ เช่น การสื่อสารการตลาด และส่วนประสมทางการตลาดบริการ เป็นต้น

### เอกสารอ้างอิง

- เกวรินทร์ วุฒิमानพ และชัยฤกษ์ แก้วพรหมมาล. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, 4(2), 9.
- ชลลสา บุญเป็ง. (2559). การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อปัจจัยใช้บริการสินเชื่อโครงการเงินทุนหมุนเวียน ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชัยพิทักษ์ สมเกียรติกุล. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการด้านสินเชื่อของสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีรลลิตา แจ้งเปล้า. (2559). การตัดสินใจในการเลือกใช้บริการด้านสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ครูชลบุรี จำกัด. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศรารัตน์ จาระวรรณ. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการธนาคารกรุงไทย จังหวัดยะลา. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิพร ธีระการณ. (2560). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขาพิษณุโลก. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- สหกรณ์ออมทรัพย์การตรวจเงินแผ่นดิน จำกัด. (2564). รายงานกิจการประจำปี 2563 และการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2564. ค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2564, จาก <http://www.savingoag.com>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 ความหมายของภาพลักษณ์. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2564, จาก <https://dictionary.orst.go.th/>
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Jefkins, F. (2003). *Image Theory*. Retrieved December 26, 2021, from <http://aloek.blogspot.com/2012/03/teori-citra-image-theory-frank-jefkins.html>
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Nguyen, H. H., & LIEN, T. T. (2019). Factors Influencing Family Business Decision for Borrowing Credit from Commercial Banks: Evidence in Tra Vinh Province. Viet Nam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(2), 119-122.

- Nguyen, T. P. A. (2021). Factors Affecting the Decision to Choose a Loan Bank for Individual Customers at Samcombank-Vung Tau. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, (6)6, 205-207.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Plunkett, W.R., & Attner, R. F. (1994). *Introduction to Management*. Belmont: Wadsworth.
- Vinh, V. T. (2021). Factors Affecting the Decision on Bank Loan: A Case of Individual Customers at Agribank O Mon, Can Tho City. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 5(3), 293-297.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.