

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสินเชื่อ 2) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อ 3) ศึกษาระดับการตัดสินใจมาใช้บริการของลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อ 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสินเชื่อ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจมาใช้บริการของลูกค้าสินเชื่อ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 6) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการ และ 7) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสินเชื่อกับระดับการตัดสินใจมาใช้บริการของลูกค้า การวิจัยครั้งนี้รวบรวมข้อมูลจากลูกค้าสมาชิกโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสินในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test F-test ไคสแควร์ และการหาความสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสินเชื่อด้านการบริการข่าวสารสินเชื่อ ความสะดวกในการใช้บริการ เงื่อนไขของสินเชื่อ และอัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม ลูกค้าให้ความคิดเห็นในระดับมาก
2. ลูกค้ากู้เงินสินเชื่อเป็นครั้งแรก วงเงินกู้ที่ได้รับ คือ 20,001 – 30,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการกู้เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ทราบข่าวสารสินเชื่อจากเพื่อน /ญาติ แนะนำ ไม่มีปัญหาในการส่งชำระคืนเงินกู้
3. ระดับการตัดสินใจมาใช้บริการสินเชื่อด้านชื่อเสียงของธนาคารออมสิน ข้อมูลที่ได้รับบริการ การปฏิบัติงานของพนักงาน เครื่องมือและเทคโนโลยีต่าง ๆ อาคารและสถานที่ และการให้บริการลูกค้าให้ระดับการตัดสินใจมาใช้บริการในระดับมาก
4. เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแตกต่างกัน
5. เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีระดับการตัดสินใจมาใช้บริการสินเชื่อแตกต่างกัน
6. เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และระยะเวลาการเป็นสมาชิก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าผู้ใช้บริการสินเชื่อ
7. ระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน มีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจมาใช้บริการของลูกค้าในระดับปานกลางถึงระดับต่ำมาก

This study aims to 1) examine the customers' levels of opinions on the credit management; 2) study the customers' behavior of using the credit service; 3) investigate the customers' levels of decision on using the credit service; 4) compare the customers' levels of opinions on the credit management in relation to their personal factors; 5) compare the customers' levels of decision on using the credit service in relation to their personal factors; 6) examine the relationship between the customers' personal factors and their behavior of using the service; and 7) study the relationship between the customers' levels of opinions on the credit management and levels of decision on using the service. Data was gathered from 400 customers who were members of People's Bank Project of Government Savings Bank in Phranakhon Si Ayutthaya Province. The research tool was questionnaire survey. Data analysis was performed with frequencies, percentages, means, standard deviations, t-test, F-test, χ^2 , and Pearson's correlation coefficient. Findings are as follows:

1. The customers' opinion levels on the credit management in terms of credit information, convenience of the credit service, credit terms and conditions, and interest and fee rate were high.
2. The customers had taken out their loans for the first time. Their loans amounted between Baht 20,001 – 30,000. Their purpose was to generate cash flow. They received credit service information and recommendations from their friends or relatives, had no difficulty and problems in paying back the loans.
3. The customers' decision levels on using the credit service, reputation of Government Savings Bank, credit information received, staff members' working, equipment and technology, facilities, and service provision were high.
4. Differences in the customers' gender, age, status, education background, and income related to differences in statistical significance at .05 their opinions on the credit management.
5. Differences in the customers' gender, age, status, education background, and income related to differences in statistical significance at .05 their decision levels on using the credit service.
6. The customers' gender, age, status, education background, and membership period related to their behavior of using the credit service.
7. The customers' opinion levels on the credit management in People's Bank Project related to their decision levels on using the credit service at moderate to very low levels.