

ทัศนคติส่งผลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า
Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

กชภรณ์ บุญมี¹และนายประพันธ์ วงศ์บางโพ¹

นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต¹, อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ²

มหาวิทยาลัยรามคำแหง^{1,2}

E-mail.nongkwan1962@gmail.com¹, coolfin9@gmail.com²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติและความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบที่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสมการถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า 1) ทัศนคติต่อการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับดีมาก 2) ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี อยู่ในระดับมากที่สุด 3) ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ 4) ทัศนคติมีผลเชิงบวกกับความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ความสำคัญ : ทัศนคติ , ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy

บทนำ

เงินถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากต้องมีการนำเงินมาใช้จ่ายเพื่อซื้อปัจจัยต่างๆในการดำรงชีวิตประจำวัน และในบางครั้งอาจมีเหตุจำเป็นที่ทำให้ต้องใช้จ่ายเงินมากกว่าการใช้จ่ายในภาวะปกติหรือเงินที่มีอยู่นั้นไม่เพียงพอ ในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีทำให้เกิดช่องทางใหม่ๆ ที่เพิ่มความสะดวกสบายให้กับบุคคลที่ต้องการทำธุรกรรมทางการเงินทางแอปพลิเคชัน รวมไปถึงธุรกรรมสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน ธนาคาร ปัจจุบันการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy สามารถทำธุรกรรมด้านสินเชื่อได้ง่าย

ขณะเดียวกันธนาคารพาณิชย์ ต่างๆ ก็ปรับเปลี่ยนแบบการสมัครที่เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่มมุ่งหวังเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้าของธนาคาร ด้านทัศนคติสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ และรักษาลูกค้าเก่า ให้มีความรู้เพื่อให้ลูกค้าได้สะดวกในการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน ผู้ใช้และเข้าสู่ชีวิตประจำวันของลูกค้าที่ต้องการเงินหมุนเวียนเพิ่มเติมโดยการแนะนำการสมัครทางแอปพลิเคชัน SCB Easy

จากข้อมูลทีกล่าวมาและความสำคัญที่กล่าวผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แอปพลิเคชันและทำรายการผ่านบนโทรศัพท์ สมาร์ทโฟนซึ่งจะเป็นประโยชน์และนำผลลัพธ์ ไปพัฒนาแอปพลิเคชันและปรับปรุงการให้บริการด้านสินเชื่อให้มีความรู้ เพื่อให้ผู้ใช้กลุ่มลูกค้า Generation Y ที่เป็นกลุ่มลูกค้าของธนาคารและลูกค้าที่ต้องการเงินหมุนเวียนใช้จ่ายในชีวิตประจำวันยามฉุกเฉิน ให้มีความเชื่อมั่นในการสมัครสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy เป็นปัจจัยมุ่งสู่ความตั้งใจสมัครสินเชื่อผ่านแอปพลิเคชัน SCB Easy ของกลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อเปรียบเทียบความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่แตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด และทฤษฎี

ทฤษฎีทัศนคติ Zimbardo and Ebbesen,(1970) สามารถแยกองค์ประกอบของทัศนคติ ได้ 3 ประการ ดังนี้ องค์ประกอบด้านความรู้ องค์ประกอบด้านความรู้สึก องค์ประกอบด้านพฤติกรรม กล่าวหา ทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสามารถส่งผลทำให้เกิดพฤติกรรม ความตั้งใจ ของผู้บริโภคและผู้ใช้บริการจำเป็นต้องมีความรู้ การรับรู้ ความเข้าใจและมีความเชื่อที่เกี่ยวกับสินค้า และบริการนั้นๆ อาจทำให้เกิดความชอบและมีแนวโน้มในการตัดสินใจที่ใช้

บริการสินค้า นั้น ๆ ก็เป็นไปได้จากการศึกษา ทศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทาง แอปพลิเคชัน SCB Easy ของกลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

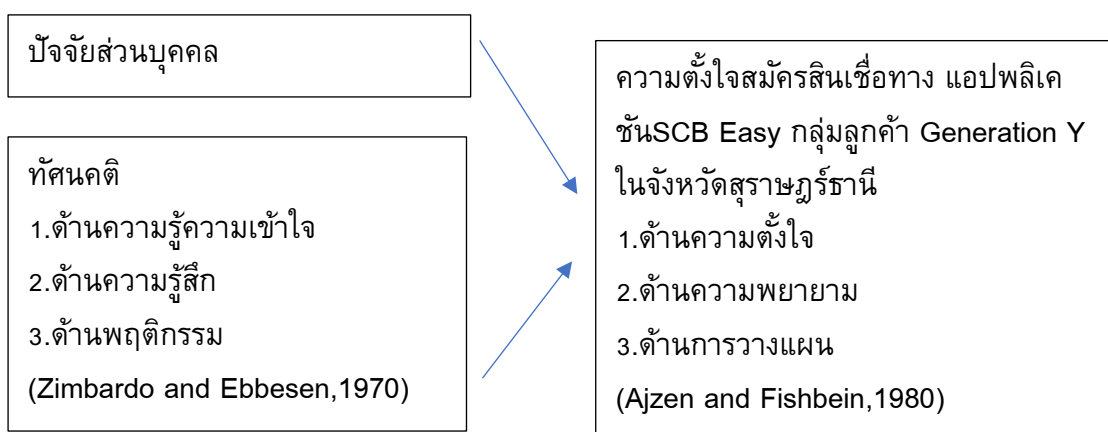
ทฤษฎีความตั้งใจ Ajzen & Fishbein, (1980) กล่าวว่า ความตั้งใจ เป็นตัวที่สามารถ บ่งชี้ว่าบุคคลมีการวางแผนมากน้อยอย่างไรในการแสดงออกพฤติกรรมหนึ่ง ความตั้งใจ ความ พยายาม ด้านการวางแผน ความตั้งใจกระทำด้วยเหตุผล คือ เจตคติหรือความรู้สึกที่มีต่อการ กระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เขมิกา ก็เซ็ม (2559) ศึกษา ทศนคติความพอใจและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคต่อการ ทำการตลาดดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันไลน์แอด โดยพบว่า ทศนคติต่อการปัจจัยการทำตลาดแบบ ดิจิทัลไม่แตกต่างกัน ปัจจัยการทำตลาดแบบดิจิทัลที่ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยการทำตลาด ผ่านแอปพลิเคชันไลน์แอดในด้านเนื้อหาข้อมูล การปฏิสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อ สินค้าผ่านแอปพลิเคชันไลน์แอด

นันทพร เขียนดวงจันทร์และขวัญกมล ดอนขวา (2562) ศึกษาวิจัย ทศนคติและความ ตั้งใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านไลน์ ทศนคติและความตั้งใจมีอิทธิพล ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านไลน์อยู่ในระดับมาก โดยมีระดับทศนคติด้านความ สะดวกสบายระดับความตั้งใจซื้อสินค้าด้านการพิจารณาและระดับพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความ ประหยัดเวลาสูงกว่าด้านอื่นๆ

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่มีความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ที่แตกต่างกัน

2. ทักษะที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคกลุ่ม Generation Y ใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ทั้งสิ้น 327,943 คน (กรมการปกครอง, 2564) กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 อย่าง (โดยใช้สูตร Yamane (1973) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) สุ่มอย่างง่ายจำนวน 10 กลุ่มอำเภอ หลังจากนั้นกำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละอำเภอให้เท่า ๆ กัน ได้อำเภอละ 40 คน โดยจะทำแบบสอบถามโดยใช้ Google Form ส่งตามความสะดวกผ่านทางโซเชียลมีเดีย ได้แก่ Line, Facebook หรือ Messenger ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ตลาดลูกค้าย เช่น ตลาดนัด เจ้าของกิจการ พนักงานบริษัท หน่วยงานราชการ ในเขตพื้นที่ที่กำหนด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วง ต.ค. - ธ.ค. 2565

เครื่องมือในการวิจัย แบบสอบถาม ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบ Checklist สืบหาข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ 2-3 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับทัศนคติและความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของ Likert ผู้วิจัยได้ตรวจสอบดัชนีความเที่ยงตรง ได้ค่า IOC 0.945 แล้วนำไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายที่คล้ายตัวอย่าง 40 ราย ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคำถามด้านทัศนคติ = 0.62 และด้านความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy = 0.64 แบบสอบถามนี้จึงมีความเหมาะสมในการใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ดังนี้ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ 2) ทักษะและความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้ววิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 โดยใช้สถิติ T-test สำหรับ เพศ และ F-test สำหรับข้อมูลส่วนบุคคลอื่นๆ และสมมติฐานข้อที่ 2 โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามลูกค้าย Generation Y ในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 270 คน (ร้อยละ 67.5) มีอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 247 คน (ร้อยละ 61.8) สถานภาพ สมรส 248 คน (ร้อยละ 62) ระดับการศึกษาปริญญาตรี 258 คน (ร้อยละ

ละ 64.5) อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน 223 คน (ร้อยละ 55.8) และมีรายได้ต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 199 คน (ร้อยละ 49.8)

ตาราง 1 ทักษะและความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านทัศนคติต่อการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน	S.D		แปลผล
SCB Easy			
1. ด้านความรู้ความเข้าใจ	4.30	0.63	ทัศนคติระดับดีมาก
2. ด้านความรู้สึก	4.33	0.64	ทัศนคติระดับดีมาก
3. ด้านพฤติกรรม	4.33	0.65	ทัศนคติระดับดีมาก
ด้านทัศนคติต่อการสมัครสินเชื่อโดยรวม	4.32	0.62	ทัศนคติระดับดีมาก
ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน	S.D		แปลผล
SCB Easy			
1.ด้านความตั้งใจ	4.33	0.66	ความตั้งใจระดับมากที่สุด
2.ด้านความพยายาม	4.33	0.65	ความตั้งใจระดับมากที่สุด
3.ด้านการวางแผน	4.34	0.64	ความตั้งใจระดับมากที่สุด
ความตั้งใจโดยรวม	4.34	0.64	ความตั้งใจระดับมากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก =4.33 (S.D = 0.62) โดยพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับดีมากเช่นกัน โดยด้านด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.33 (S.D.=0.65) ด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ย 4.33 (S.D. 0.64) และด้านความรู้ความเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 4.30 (S.D.= 0.63)

สำหรับความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (=4.34,S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน โดยด้านการวางแผน มีค่าสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ย 4.34 (S.D.= 0.64) ด้านความตั้งใจ มีค่าเฉลี่ย 4.33 (S.D.= 0.66) ด้านความพยายาม 4.33 (S.D.= 0.65)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 2 การวิเคราะห์ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t/F	Sig	ผลการทดสอบ
เพศ	2.31	0.60	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	0.43	0.65	ไม่แตกต่างกัน
สถานภาพ	0.50	0.60	ไม่แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	2.36	0.05*	แตกต่างกัน
อาชีพ	1.09	0.36	ไม่แตกต่างกัน
รายได้ต่อเดือน	3.43	0.02*	แตกต่างกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy แตกต่างกัน ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันของกลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (ตาราง 2) พบว่า ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy แตกต่างกันในด้านระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี Least Significant Difference (LSD)

ตาราง 3 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของความตั้งใจสมัครสินเชื่อแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	มัธยมศึกษา/ปวช	อนุปริญญา (ปวส/ปวท)	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	
	Mean	4.25	4.37	4.46	4.33	4.03
ต่ำกว่า	4.25	-	-0.12	-0.21	-0.08	0.22
มัธยมศึกษา						
มัธยมศึกษา/ปวช	4.37	-	-	-0.09	0.04	0.34*
อนุปริญญา (ปวส/ปวท)	4.46	-	-	-	0.13	0.43*
ปริญญาตรี	4.33	-	-	-	-	0.30*
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	4.03	-	-	-	-	-

ลูกค้ำ Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านรายได้

ระดับรายได้	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001– 30,000 บาท	30,001– 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	
	Mean	4.45	4.11	4.37	4.38
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.45	-	0.34	0.08	0.07
15,001 – 30,000 บาท	4.11	-	-	-0.26*	-0.27*
30,001 - 50,000 บาท	4.37	-	-	-	-0.01
มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	4.38	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มลูกค้ำ Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า มีความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้ำ Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี น้อยกว่า มัธยมศึกษา /ปวช และ อนุปริญญา (ปวส/ปวท) ที่ 0.34 และ 0.43 ตามลำดับ

ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้ำ Generation Y ที่มีมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy มากกว่า กลุ่มลูกค้ำ Generation Y ที่มีระดับรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ที่ 0.27 ถัดมาพบว่ากลุ่มลูกค้ำ Generation Y ที่มีระดับรายได้ 30,001 - 50,000 บาท มีความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy มากกว่ากลุ่มลูกค้ำ Generation Y ที่มีระดับรายได้ 15,001 – 30,000 บาท ที่ 0.26 ตามลำดับ

ตาราง 4 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรพยากรณ์ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้ำ Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตัวพยากรณ์	B	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.212		2.789	0.006*
ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ (X_1)	0.146	0.145	2.716	0.007*
ทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึก (X_2)	0.256	0.257	4.587	0.000*
ทัศนคติด้านด้านพฤติกรรม (X_3)	0.552	0.561	12.260	0.000*

$R^2 = 0.885$, Adjusted $=0.884$, $F = 1011.488$, Sig = 0.000*

$$Y_T = 0.212 + 0.146(X_1) + 0.256(X_2) + 0.552(X_3)$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทดสอบสมมติฐาน 2 ทศนคติมีอิทธิพลความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี (ตาราง 4) พบว่า ทศนคติสามารถอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ได้ร้อยละ 88 ($R^2=0.88$) จากสมการที่ Y_T สรุปได้ว่า ทศนคติด้านความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลทางบวกกับความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy โดยทศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยหน่วย จะส่งผลให้ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เพิ่มขึ้น 0.146 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยให้ตัวแปรอื่นๆคงที่

อภิปรายผล

1.กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้บริโภครุ่น Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 41 – 50 ปี สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน เนื่องจากกลุ่มลูกค้า Generation Y ที่สนใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy เป็นพนักงานบริษัทอาจเป็นเพราะความต้องการเงินใช้จ่ายยามฉุกเฉิน และเป็นกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน เป็นประจำ จึงมีลักษณะสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

2.ทศนคติการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y โดยรวมรายด้านอยู่ในระดับที่ดีมาก เนื่องจากการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy เป็นบริการสินเชื่อทางการเงินแบบการสมัครออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับธุรกรรมออนไลน์ทุกประเภท รวมถึงด้านการเงิน และด้านสินเชื่อ อีกทั้งยังเป็นบริการที่สะดวกรวดเร็วประหยัดเวลา โดยสอดคล้องกับการศึกษา หนุนช หอมบุญ (2563) กล่าวไว้ว่า ทศนคติโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยเฉพาะด้านความตั้งใจใช้ธุรกรรมออนไลน์ มีความรวดเร็ว รู้สึกว่าใช้ธุรกรรมออนไลน์ ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลา ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไปยังสาขาธนาคาร

3.ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในด้านระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ขณะที่ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ไม่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ

ด้านเพศลูกค้า Generation Y ที่มีเพศต่างกัน มีความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ไม่แตกต่างกัน คาดว่ากลุ่มลูกค้า Generation Y เพศชายและเพศหญิงมีความสนใจด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์สมาร์โฟนเป็นอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ทางแอปพลิเคชัน SCB Easy เหมือนๆ กันไม่ว่าเพศหญิง หรือชาย เพราะ

ปัจจุบันการใช้ธุรกรรมต่างๆทางแอปพลิเคชันนั้นสะดวกและง่ายต่อการใช้บริการ เหมาะกับคนทุกคนในยุคปัจจุบันสมัยนี้เพราะใช้เทคโนโลยีเป็นประจำในด้านต่างๆ โดยสอดคล้องกับการศึกษาสิริสุดา รอดทอง (2556) กล่าวว่า ผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในกลุ่มสมาร์ตโฟนเพศชายและหญิงมีความคิดเห็นต่อความตั้งใจในการดาวน์โหลดโมบายแอปพลิเคชันไม่แตกต่างกัน

ด้านอายุลูกค้า Generation มีอายุที่แตกต่างกันมีความตั้งใจสมัครสินเชื่อและบริการที่ไม่แตกต่างกันตามช่วงอายุ คาดว่าลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชันที่มีช่วงอายุแตกต่างกันนั้น ในยุคปัจจุบันลูกค้ามีการใช้บริการสมาร์ตโฟนในการทำธุรกรรมบนออนไลน์มากขึ้น และใช้บริการธนาคารออนไลน์กันทุกช่วงอายุ เพราะความสะดวกของยุคปัจจุบัน เนื่องจากลูกค้าที่ใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy ทุกช่วงอายุมีการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น โดยสอดคล้องกับการศึกษา วรสถิญา สุภรณโชติพงศ์ (2562) กล่าวว่า ลูกค้าที่ใช้บริการที่มีช่วงอายุต่างกันนั้น มีความตั้งใจในการใช้บริการธนาคารไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและภาพย่อยของการเข้าใช้บริการ

สถานภาพ ลูกค้า Generation Y ที่มีความแตกต่างกันมีความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ไม่แตกต่างกัน คาดว่าลูกค้า Generation Y ที่มีสภาพโสดหรือสมรส มีการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ทางโทรศัพท์มือถือเป็นประจำ เพราะปัจจุบันลูกค้าใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน และนวัตกรรมต่าง ๆ ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลง การทำธุรกิจทางการเงินและธุรกรรมสินเชื่อ ให้ธนาคารเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยสอดคล้องกับการศึกษา ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี(2563) กล่าวว่า ลูกค้าที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีความตั้งใจที่ไม่แตกต่างกัน เพราะลูกค้าที่ใช้บริการธนาคารทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน Mobile Banking ลูกค้าใช้บริการธนาคาร เพราะความเชื่อถือที่มีความมั่นคง มีชื่อเสียง เป็นสถาบันการเงินที่ยอมรับ

ระดับการศึกษา ลูกค้า Generation Y ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จะมีแนวโน้มความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาอื่น โดยสอดคล้องกับการศึกษา นุชรี จินดาวรรณ (2559) การทดสอบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง กล่าวว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความตั้งใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งมากกว่าระดับการศึกษาต่ำ เพราะการรับรู้และความเข้าใจในระบบอินเทอร์เน็ต การใช้อุปกรณ์สื่อสารสมาร์ตโฟนในการทำธุรกรรมแอปพลิเคชัน กลุ่มลูกค้าระดับการศึกษาปริญญาโทและระดับการศึกษาปริญญาตรี จะมีความรู้ในการใช้เทคโนโลยี เป็นประจำทำให้เกิดความคุ้นเคย ส่วนระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา และระดับการศึกษา ปวช/ปวส นั้นอาจจะไม่ได้ใช้เทคโนโลยีบ่อย เกิดความกังวล และกลัวเมื่อต้องทำธุรกรรมสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน หรือใช้ธนาคารออนไลน์

อาชีพ ลูกค้า Generation Y ที่มีอาชีพต่างกัน มีความตั้งใจ สมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันลูกค้า Generation Y มีการใช้แอปพลิเคชันในการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างแพร่หลาย โดยไม่การใช้เพียงอาชีพใดอาชีพหนึ่ง แต่เป็นทางเลือกในการอำนวยความสะดวกในการบริการด้านสินเชื่อที่สามารถสมัครทางแอปพลิเคชัน

SCB Easy กับลูกค้าทุกอาชีพ ทำให้สะดวกและรวดเร็วในการใช้เงินสินเชื่อแบบ โดยสอดคล้องกับการศึกษา สุทธิพร บินอารีย์ (2560) กล่าวว่า การสื่อสารการโฆษณาการรับรู้เทคโนโลยีนั้นสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกอาชีพ เพื่อให้ผู้บริการเกิดความตั้งใจที่จะใช้บริการ ต่อไปในอนาคต

รายได้ต่อเดือน ลูกค้า Generation Y ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาทมีแนวโน้มที่จะตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy มากกว่ากลุ่มอื่น ทั้งนี้เนื่องจากความน่าจะเป็นในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ที่มีรายได้สูงอาจมีมากกว่ากลุ่มผู้ใช้งานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำ และความสามารถในการผ่อนชำระคืน และกลุ่มลูกค้า ลูกค้า Generation Y ที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท มีการใช้จ่ายการดำรงชีพที่สูงขึ้น จากภาระการสร้างครอบครัว เช่นการผ่อนรถ ผ่อนบ้าน อาจจะทำให้ขาดสภาพคล่องในบางครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ดวงพร รัตสินทร (2562) กล่าวว่า การรับรู้เทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์ โคว์ด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความตั้งใจใช้บริการการชำระเงินผ่านคิวอาร์ โคว์ด แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากน่าจะเป็นในการทำธุรกรรมผ่านสมาร์ตโฟนของผู้ที่มีรายได้สูงอาจมีมากกว่ากลุ่มผู้ใช้งานที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำ

4.ทัศนคติต่อการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เนื่องจาก ทัศนคติการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ในด้านด้านพฤติกรรม และความรู้สึก ปัจจุบันลูกค้าชอบความสะดวกสบาย ความรวดเร็วในการทำธุรกรรม ซึ่งปัจจุบันการเดือร่อนเรื่องเงิน เมื่อมีสินเชื่อที่สามารถสมัครง่าย และได้เงินเร็ว เพื่อใช้จ่ายแก้ไขปัญหา เรื่องเงินได้เร่งด่วน สามารถตรงตามความต้องการ ของลูกค้า และไม่ยุ่งยาก อัตราดอกเบี้ยไม่สูง ทำให้เป็นที่ยอมรับ และเชื่อมั่นของลูกค้า โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ ศราวุธ คำจำ (2560) กล่าวว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการธนาคารอยู่ในระดับดีมาก ทั้งตรงกับความต้องการของลูกค้า อาจกลับมาใช้งานอีกครั้งในอนาคต เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้สินเชื่อและบ่อยครั้ง มีการแนะนำให้มาใช้งานรวมถึงพูดด้านการใช้งานที่ปลอดภัยให้ผู้อื่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1.จากการศึกษา พบว่า ทัศนคติส่งผลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความรู้ความเข้าใจต่อลูกค้าอยู่ในระดับน้อยกว่าด้านอื่นๆ ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ทุกสาขา มีการให้พนักงานที่สาขาหรือพนักงานที่มีความรู้และความเข้าใจผลิตภัณฑ์ มีการแนะนำโดยการเดินตลาดประชาสัมพันธ์ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น หน่วยงานราชการ บริษัทเอกชน ตลาดสด ตลาดนัด แหล่งชุมชนมากขึ้น รวมถึงการแนะนำลูกค้าที่มาใช้บริการที่

สาขาจะมีเจ้าหน้าที่คอยบริการด้านแอปพลิเคชัน SCB Easy เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy มากขึ้น

2.จากการศึกษา พบว่า ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ด้านความตั้งใจและด้านความพยายาม อยู่ในระดับที่น้อยกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจด้านสินเชื่อและเมื่อมีความจำเป็นใช้เงินลูกค้าจะเลือกสมัครทางแอปพลิเคชัน SCB การสมัคร ทุกขั้นตอน ในการใช้แอปพลิเคชัน สร้างความมั่นใจให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจวิธีการสมัครทางแอปพลิเคชัน SCB Easy และจัดอบรมพนักงาน ในด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้องให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจหรือแรงจูงใจมุ่งมั่นที่จะใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy

3.จากการศึกษาพบว่า ความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในด้าน ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน และไม่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ในด้านเพศ อายุ สถานภาพและอาชีพ ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ธนาคารไทยพาณิชย์ ให้มีพนักงานให้ความรู้ เกี่ยวกับข้อมูล สมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy ให้กับกลุ่มลูกค้าตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อแนะนำขั้นตอน ใช้วิธีการสื่อสารการสมัครที่เข้าใจง่าย ตรงไปตรงมา และไม่ซับซ้อน มีการอธิบายรายละเอียดข้อมูลชัดเจน อ่านข้อความการสมัครแล้วเกิดความเข้าใจทันที เพื่อให้กลุ่มลูกค้า ดังกล่าวมีความรู้ ความเข้าใจ แอปพลิเคชัน SCB Easy

4.ทัศนคติต่อการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy มีอิทธิพลต่อความตั้งใจสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy กลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้ธนาคารไทยพาณิชย์ สร้างทัศนคติให้ลูกค้า จากบุคคลที่ใกล้ชิดจากการใช้บริการของคนในครอบครัว ที่มีการใช้บริการและเกิดความรู้ความเข้าใจด้านข้อมูลการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy สามารถอธิบายวิธีการสมัครจากความรู้สึกของการสมัครสินเชื่อทางแอปพลิเคชัน SCB Easy เพราะลูกค้ามีความคุ้นเคย หรือรู้จักอยู่แล้ว ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่น และไว้วางใจ ธนาคารมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1.การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มลูกค้า Generation Y ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แนะนำให้ทำการศึกษารว้างกับกลุ่มลูกค้ากลุ่ม Generation อื่นๆกลุ่มประชากร / กลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ในสถานที่แตกต่างกัน และกลุ่มลูกค้า เป้าหมายที่แตกต่างกัน ลูกค้าแต่ละกลุ่มมีความรู้และความต้องการแตกต่างกัน เช่น กลุ่มลูกค้าแต่ละ Generation แต่ละสถานที่ก็ย่อมมีความแตกต่างกันในด้านความคิดเห็นและความรู้สึกเช่นกัน

2.แนะนำให้การศึกษาในครั้งหน้ามีการศึกษาการใช้บริการแอปพลิเคชัน SCB Easy ในบริการด้านอื่น ๆ เช่นบริการการเปิดบัญชี และบริการสมัครบัตรเครดิตบัตรกดเงินสด เป็นต้น

เพื่อให้ทราบถึงความพร้อมของลูกค้าในการใช้แอปพลิเคชัน SCB Easy และยังเป็น การเพิ่มฐานลูกค้ามากขึ้น และช่วยให้ธนาคารและพนักงานมีลูกค้าเพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

เกียรติศักดิ์ จันทร์แก้ว (2564). ทักษะคติและพฤติกรรมการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน

ออนไลน์ผ่านสมาร์ตโฟน ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลในช่วง การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019. บทความสั้น สำนักงานการวิจัย แห่งชาติ.

เขมิกา กอเซ็ม. (2559). ทักษะคติ ความพึงพอใจ และความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคต่อการทำ

การตลาดดิจิทัลผ่านแอปพลิเคชันไลน์แอท. งานวิทยานิพนธ์หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐพล สุทธิศักดิ์ศรี (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน

Mobile Banking ของธนาคารออมสินในเขตราชบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐมน ดำรงค์ศักดิ์ (2563). ทักษะคติของลูกค้าต่อการให้บริการสินเชื่อโครงการธนาคารประชาชน

ธนาคารออมสิน สาขาศูนย์การค้าไทยสมบูรณ์ทุ่งสง. วารสารการจัดการหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชนาภิญญา อัตตฤทธิ (2563). ทักษะคติความไว้วางใจที่มีต่อความตั้งใจใช้งานนวัตกรรมทาง

การเงินในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย. วารสารการจัดการหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

นันทพร เขียนดวงจันทร์และขวัญกมล ดอนขวา (2562) ทักษะคติและความตั้งใจที่มีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านไลน์. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา เทคโนโลยีการ จัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

นภัสวรรณ ไพโรไพศาลกิจ (2560). ทักษะคติ และพฤติกรรมการใช้แอปพลิเคชันสำหรับการรับส่ง

อาหารและบริการจัดส่ง ของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิกุล ปฏิภาณจรัส (2562). ทักษะคติและพฤติกรรมที่มีต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน

ตลาดสินค้าออนไลน์. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ภูษณิศา แก้วสอาด (2561). ทักษะคติและกระบวนการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อความเครียดในการ

ทำงานของผู้บริหารระดับกลางกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ. วิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

หนึ่งฤทัย ผ่องศรี (2563). อิทธิพลการรับรู้และการใช้นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้ธนาคารออนไลน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในยุค covid-19. วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Ajzen, I. & Fishbein, (1980). Understanding attitudes and predicting social behavior. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Ilhan, N., Gungor, H., & Gulseven, E. (2022) ได้ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะคติต่อการประเมินรูปแบบออนไลน์ต่อทัศนคติของครูในช่วงการระบาดของ covid 19. ค้นคว้าเมื่อ 20 ตุลาคม 2565 จาก. <http://ijem.com/>

Zimbardo, P. G., & Ebbesen, E. (1970) Influence attitude and changing behavior Massachusetts: Addison-Wesley.