

การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน
ของประชาชน กรุงเทพมหานคร
THE SELECTION OF ADM RECYCLE AUTOMATIC
DEPOSIT-WITHDRAW MACHINE FOR
GOVERNMENT SAVINGS BANK OF THE PEOPLE IN BANGKOK

ยลรดี ศาลางาม
สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ
1st Yolradee Salangam
E-mail : Yolradeeys2534@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบ โดยใช้สถิติ t-test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) หากพบความแตกต่างระหว่างตัวแปรจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD และใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ไม่ต่างกัน และประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

The objectives of this study were (1) To study The Selection of ADM Recycle Automatic Deposit-Withdraw Machine for Government Savings Bank of the people in Bangkok (2) To study the Selection of ADM Recycle Automatic Deposit-Withdraw Machine for Government Savings Bank of the people in Bangkok classified by personal factors (3) to study the marketing mix factors affecting the Selection of ADM Recycle Automatic Deposit-Withdraw Machine for Government Savings Bank of the people in Bangkok

The sample used for this research was 400 people living in Bangkok, The questionnaire was used to be a tool for collecting the data. The data collected were analyzed by using the frequency, percentage, mean and standard deviation. The hypotheses were tested by Independent Sample (t-test), One-Way ANOVA, (F-test), in case of its had statistically significant different testing a pair of variables by Least Square Difference methods (LSD) and Multiple Regression Analysis.

The results of the hypothesis testing revealed that people in Bangkok with different gender, age, occupation, average monthly income made the selection of ADM Recycle Automatic Deposit-Withdraw Machine for Government Savings Bank no different. People in Bangkok with different educational levels make the selection of ADM Recycle Automatic Deposit-Withdraw Machine for Government Savings Bank is different. For the marketing mix factor Distribution, Price, Products, Affect the selection of ADM Recycle Automatic Deposit-Withdraw Machine for Government Savings Bank of the people in Bangkok.

บทนำ

เนื่องจากปัญหาของการทำธุรกรรมทางการเงินในปัจจุบันมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ที่ต้องการทำธุรกรรมทางการเงินด้วยความถูกต้อง ปลอดภัย และสะดวก รวดเร็ว ทำให้ธนาคารออมสินได้มีการพัฒนาช่องทางการทำธุรกรรมทางการเงินอย่างต่อเนื่องและส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีการปรับตัวในการทำธุรกรรมทางการเงินมากขึ้น โดยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวตัดสินใจและเป็นสิ่งที่บ่งชี้ให้ธนาคารออมสินปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการ เพราะธุรกิจทางการเงินในปัจจุบันมีการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อการทำธุรกรรมทางการเงินก่อให้เกิดช่องทางในการให้บริการทางการเงินมากมาย เช่น การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสาขา การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครื่องอัตโนมัติ การทำธุรกรรมผ่านช่องทาง Internet Banking (MyMo) การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านตัวแทนธนาคารหรือไม่ว่าจะเป็นการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่นก็ตาม ซึ่งช่องทางเหล่านี้ทำให้เกิดความสะดวกสบายต่อผู้ใช้บริการแต่ก็ยังมีผู้ใช้บริการบางส่วนยังไม่เชื่อมั่นกับช่องทางการให้บริการในรูปแบบใหม่ ๆ จึงทำให้ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการช่องทางเดิม ๆ ถึงแม้ว่าช่องทางอื่นนั้นจะช่วยทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกสบายมากขึ้นก็ตาม

ธนาคารออมสิน จึงได้มีการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันทางการบริการทางการเงินยุคใหม่ โดยการนำเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle มาให้บริการลูกค้าทั้งจุดให้บริการหน้าสาขาและตามสถานที่ต่างๆ และธนาคารยังมีการให้บริการ MyMo MyCard โดยลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการผ่านระบบ Internet Banking (MyMo) ทำรายการเบิกถอนเงินสดโดยไม่ใช้บัตร ATM สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน ไม่ว่าจะเป็นการฝาก ถอน โอน จ่าย และชำระค่าสินค้าและบริการช่วยให้ลูกค้าเกิดความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่องทางการให้บริการธุรกรรมทางการเงินอีกช่องทางหนึ่ง เพื่อรองรับปริมาณและความต้องการในการทำธุรกรรมทางการเงิน อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการทำรายการที่หน้าเคาน์เตอร์ของธนาคารและยังสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับธนาคารอีกด้วย

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อจะนำผลการศึกษาวินิจฉัยที่ได้มาเป็นข้อมูลให้กับทางองค์กรนำไปต่อยอดการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ระบบการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินให้เหมาะสมและเป็นแนวทางให้ผู้บังคับบัญชาระดับสูงนำไปวางแผนปรับปรุงเพิ่มจำนวนสถานที่ติดตั้งให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ใช้บริการธนาคารออมสินต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของประชากร ในการศึกษาวิจัยการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้ได้ทำการเลือกกลุ่มผู้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนหรือ ∞ (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร
4. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษาผู้วิจัยทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ

ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านความสะดวก ด้านปลอดภัย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านประสิทธิภาพ

5. ขอบเขตระยะเวลาการดำเนินการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variables) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ดังนี้
 - 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด
2. ตัวแปรตาม (Dependent variables) ได้แก่ การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง แก้ไข ระบบการให้บริการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ใช้บริการ

บททวนวรรณกรรม

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านความสะดวกสบาย (Convenience) ตามแนวคิดของ Parasuraman และคณะ(1985) (อ้างอิงใน หนึ่งนุช ธีระรุจินันท์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2560) กล่าวถึง การเข้าถึงบริการของความสะดวกสบายแก่ผู้รับบริการในการติดต่อรวมทั้งระยะเวลา สถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารออมสินในการเข้าถึงบริการได้ทันทีตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการและความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ (Steve and Cook , 1995) ด้านความรวดเร็ว (Speed) ตามแนวคิดของ Parasuraman และคณะ (1985) (อ้างอิงในหนึ่งนุช ธีระรุจินันท์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2560) กล่าวถึง การตอบสนองเกี่ยวกับความพยายามความพร้อมของพนักงานในการให้บริการที่มุ่งเน้นการบริการตามระยะเวลาที่เหมาะสมเป็นการให้บริการอย่างทันท่วงทีในการรับส่งข้อมูลอย่างรวดเร็ว (Steve and Cook,1995) สอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารออมสิน ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการของระบบเครือข่ายธนาคารออมสิน

2. ด้านความปลอดภัย (Security) หนึ่งนุช อีระรุจินนท์ และวิโรจน์ เจษภูาลักษณ์ (2560) กล่าวถึง ความปลอดภัยที่ปราศจากอันตราย อันเกิดจากความเสี่ยงความสงสัยเกี่ยวกับความปลอดภัยทางกายภาพ ด้านความมั่นคงทางการเงิน การเก็บรักษาความลับข้อมูลของผู้รับบริการได้ตลอดเวลาตามเทคโนโลยี สอดคล้องกับคุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารออมสิน โดยเป็นสิ่งสำคัญในการให้บริการรวมถึงความเชื่อมั่นไว้วางใจในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ ดังนั้น การรักษาความปลอดภัยความลับของข้อมูลผู้รับบริการนั้น ธนาคารออมสินมีระบบความปลอดภัยที่สามารถตรวจสอบจากบริการแจ้งเตือน SMS ในการทำรายการทางการเงินได้ แต่ความเสี่ยงข้อมูลมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นเทียบเท่ากับการป้องกันความปลอดภัยจากความเสี่ยงอันเกิดจากการแฮกซ์ข้อมูลโดยผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการสามารถป้องกันความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในเบื้องต้นได้ จากการเปลี่ยนรหัสประจำตัวรหัสผ่านประจำตัวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อคาดเดาได้ยาก

3. ด้านความเชื่อถือ (Reliability) Morgan & Hunt (1994) (อ้างอิงใน ธนภัทร จอมแก้ว, 2558) ได้กล่าวว่า ความมั่นใจในความน่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ของอีกฝ่ายเป็นความไว้วางใจที่แต่ละฝ่ายมีให้กัน แสดงออกให้รู้สึกเชื่อมั่นต่อความคาดหวังที่ถูกสร้างขึ้นต่ออีกฝ่ายว่าสามารถวางใจหรือเชื่อถือได้ ซึ่งนิยามข้างต้นมีจุดมุ่งเน้นที่คล้ายคลึงกัน คือ การสร้างความมั่นใจ นำเสนอเกี่ยวกับความเชื่อถือว่าความเชื่อมั่นคือ องค์ประกอบของความเชื่อถือซึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อที่มีต่อองค์การว่าองค์การนั้นเป็นองค์การที่น่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์หรือมีจริยธรรม ซึ่งความเชื่อถือเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว ช่วยให้องค์การมุ่งเน้นถึงสิ่งที่จะได้รับตอบแทนในอนาคตระยะยาวมากกว่าการสิ่งที่จะได้รับตอบแทนระยะสั้น ถึงกระนั้นความสัมพันธ์ที่ผูกมัดทั้งสองฝ่ายจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับทรัพยากรความรู้และประเด็นต่าง ๆ จะปรากฏจากความสัมพันธ์นั้น ๆ คือ การกระทำของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจะให้ผลลัพธ์ต่ออีกฝ่าย

4. ด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) ภรณ์ มหามานนท์ (2529) (อ้างอิงใน วิไลพร ตั้งนิตยวงศ์, 2558) กล่าวว่า หมายถึง อัตราส่วนของผลผลิต (Outputs) ต่อตัวป้อน (Inputs) เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพรวมถึงผลตอบแทนจากการลงทุนหรือทรัพย์สิน ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยค่าสูญเสียและสูญเสียเปล่า การใช้ทรัพยากรต่ำกว่าขีดความสามารถค่าใช้จ่ายต่อคนต่อคนต่อนักศึกษาหรือต่อลูกค้า 1 คน อัตราการใช้สอย เป็นต้น เกณฑ์การวัดประสิทธิภาพจะต้องเป็นอัตราส่วน เช่น อัตราส่วนของผลประโยชน์ต่อค่าใช้จ่ายต่อผลผลิตหรือต่อระยะเวลาการวัดประสิทธิภาพตามหลักการจึงต้องเปรียบเทียบปัจจัยที่เป็นตัวป้อนในการผลิตทั้งหมดต่อผลผลิตที่ได้รับทั้งหมดในรูปของระบบโดยมีกระบวนการผลิตขององค์การซึ่งเป็นหน่วยกลางในการแปรปัจจัยให้เป็นผลผลิต ดังนั้น จึงต้องพยายามบรรลุให้ถึงเป้าหมายด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดนั้นให้น้อยที่สุด

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้แยกปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) (อ้างอิงในสุรีย์พร เหมืองหลิง, 2558) ได้สรุปความหมายของส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ที่องค์กรนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคประกอบด้วยแนวคิด 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าหรือบริการต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ แต่มีอัตราประโยชน์และคุณค่าในสายตาของลูกค้า

Mobile Banking Application ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญต่อธุรกิจธนาคารที่ต้องมีความทันสมัย มีฟังก์ชันการใช้งานครบถ้วน มีความน่าเชื่อถือ ก่อให้เกิดประโยชน์และคุณค่าในสายตาของผู้ใช้บริการ

2. ด้านราคา (Price) คือ จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยมีผู้บริโภคจะเป็นผู้ประเมินว่าราคานั้นสมเหตุสมผลหรือไม่โดย Mobile Banking Application ผู้ใช้บริการจะจ่ายเป็นค่าธรรมเนียมในการใช้บริการถือเป็นส่วนหนึ่งของรายได้รับในธุรกิจธนาคาร

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการผ่านช่องทางที่สะดวกสบาย รวดเร็ว และง่ายต่อการใช้งาน จะมีผลต่อการรับรู้คุณค่าในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ซึ่งการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ผู้ใช้บริการสามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยการใช้งานผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อจูงใจ เพื่อเตือนความทรงจำ มีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดมีหลากหลาย เช่น การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง โดยธุรกิจธนาคารมีการใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการแข่งขันเพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้บริการธนาคารเพิ่มมากขึ้น

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องปัจจัยส่วนบุคคล มีดังต่อไปนี้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) (อ้างถึงใน ภัทรา มหามงคล, 2554) ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นลักษณะที่สำคัญทางสถิติที่วัดได้ของประชากร สามารถช่วยในการกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลส่วนบุคคลจะมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายในการใช้วัดผลมากกว่าตัวแปรอื่น ตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลที่สำคัญ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2554, หน้า ก) (อ้างถึงใน ชนมมณ แซ่ว่อง, 2561) ได้แก่

1. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรสำคัญเช่นกัน โดยสตรีจะเป็นเป้าหมายและเป็นผู้บริโภคที่มีอำนาจในการซื้อสูง ไม่ว่าจะเป็สินค้าประเภทใดก็ตาม เช่น สินค้าสำหรับผู้ชายหรือเด็ก มักจะเห็นได้ว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อมักเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกัน และพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารก็แตกต่างกันด้วย

2. อายุ (Age) กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในการตอบสนองของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างกัน โดยสามารถใช้อายุเป็นตัวแบ่งส่วนตลาดได้ และยังส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป เนื่องจากความจำเป็น เช่น เมื่ออายุมากต้องใช้จ่าย หรือวิตกกังวลมากกว่าคนวัยเด็ก เป็นต้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารของผู้รับสาร โดยเชื่อว่าการศึกษานั้นทำให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีความสนใจในเรื่องที่มีเหตุผลสนับสนุน ทั้งนี้เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้า

4. อาชีพ (Occupation) จะบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของการบริโภคอาชีพที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อแนวคิด อุดมการณ์ ค่านิยม ความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกันตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลเป็นเกณฑ์การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือบริการของผู้บริโภคมักจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนบุคคลสูง อีกทั้งปัจจัยเหล่านี้สามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนการตลาดได้ง่าย

5. รายได้ (Income) รายได้เป็นสิ่งสำคัญ เพราะแบบแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่คนได้รับ และรายได้เป็นตัวกำหนดอำนาจซื้อของผู้บริโภค เป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชนมน แซ่ว่อง (2561) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ด้านพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีบริการที่หลากหลายครบถ้วน ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น บริการถอนเงินด่วน โอนเงินและสอบถามยอด พฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการทางการเงินผ่านเครื่อง ATM ธนาคารออมสิน 5-10 ครั้งต่อเดือนใช้บริการทางการเงินผ่านเครื่อง ATM ธนาคารออมสินเพื่อการถอนเงิน ส่วนมากใช้บริการทางการเงินผ่านเครื่องถอนเงินอัตโนมัติ (ATM) เพื่อการเบิก-ถอนเงินสด ช่วงเวลาในการใช้บริการทางการเงินผ่านเครื่อง ATM ธนาคารออมสิน คือ ช่วงเวลา 12.01-17.00 น. จำนวนเงินในการทำรายการแต่ละครั้ง คือ 1,001-10,000 บาท

ดุขฎี ศรีสว่างสุข (2557) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ : กรณีศึกษาเครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ การวิจัยศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 26-33 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางภาพรวมระดับปานกลางด้านผลิตภัณฑ์และบริการ การรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีระดับความสำคัญในระดับมากต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานและการใช้งานปัจจุบันนั้นมีความสำคัญในระดับมาก และมีอิทธิพลเชิงบวกไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง ซึ่งเป็นการวิจัยโดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ ซึ่งเป็นการศึกษาตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่จริงโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

กลุ่มประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถที่จะทราบจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้ใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยทำการเลือกจากตารางแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนหรือ ∞ (Infinity) จากค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยผลจากการเปิดตารางของ Taro Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ทบทวนทฤษฎี แนวคิดต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้สร้างเป็นกรอบแนวคิดและตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี้นี้และนำไปสู่ขั้นตอนในการสร้างนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างความแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งจะประกอบไปด้วยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งจะเป็คำถามแบบปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 16 ข้อ เป็นคำถามแบบประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะประกอบไปด้วยคำถามทั้งหมด 4 ด้าน คือ ด้านความสะดวก รวดเร็ว ด้านความปลอดภัย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านประสิทธิภาพ ซึ่งจะประกอบไปด้วยข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ เป็นคำถามแบบประเมินค่าความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านใดบ้าง ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ซึ่งจะมีข้อคำถามทั้งหมด 1 ข้อ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ และค่าความถี่กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ยในการอธิบายคุณลักษณะกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชนกรุงเทพมหานคร

2. สถิติอนุมาน ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานครโดยจำแนกตาม เพศ โดยใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยการใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านประสิทธิภาพ ด้านความปลอดภัย ด้านความสะดวก รวดเร็ว

2. ผลการเปรียบเทียบการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน

2.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร

อภิปรายผล

ผลการวิจัย การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก อภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 ด้านความสะดวก รวดเร็ว มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่าประชาชนในกรุงเทพมหานคร การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน เนื่องจากสามารถใช้บริการได้สะดวก รวดเร็ว ไม่จำเป็นต้องไปทำธุรกรรมผ่านสาขาขั้นตอนการทำรายการง่าย ไม่ซับซ้อน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ หนึ่งนุช ธีระรุจินนท์ และวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ความสะดวกสบายในการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการนั้นต้องไม่จำกัดสถานที่หรือเวลาทำการ สามารถทำการได้ตลอด 24 ชั่วโมงทั่วประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก

ความสะดวกสบายในการจัดการทางการเงินให้แก่ลูกค้าเสมือนทำรายการผ่านสาขาธนาคารด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภินัฐ เลิศพิชิตกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง บรรพบทของความน่าเชื่อถือของร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภคไทย พบว่า ปัจจัยด้านความสะดวกในการใช้งาน อยู่ในระดับมาก คือ ผู้ใช้บริการสามารถเรียนรู้วิธีการใช้ Application หรือเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์มีระบบที่ทำได้ง่ายและสะดวกในการซื้อสินค้า

1.2 ด้านความปลอดภัย มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานคร การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน เนื่องจากการทำธุรกรรมที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้ สถานที่ติดตั้ง/พื้นที่ให้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ มีความปลอดภัยในการใช้บริการ และมีบริการ SMS แจ้งเตือนหลังทำธุรกรรมการเงินสำเร็จ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ หนึ่งนุช ธีระจันนัท และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ความปลอดภัยทางการเงินเป็นการรักษาความปลอดภัยข้อมูลลูกค้าจากการสมัครครั้งแรกเมื่อแสดงตนเพิ่มสิทธิ์การใช้งานและรหัสผ่านพิเศษ (OTP) รหัสทะเลแบงก์ เพื่อใช้ในการยืนยันการทำรายการและใช้ในการตรวจสอบความเป็นเจ้าของบัญชี และมีการรักษาความปลอดภัยต่างๆ ตามมาตรฐานสากล ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภินัฐ เลิศพิชิตกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง บรรพบทของความน่าเชื่อถือของร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภคไทย พบว่า ปัจจัยด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก คือ ร้านค้าออนไลน์มีความปลอดภัยในการป้องกันการรั่วไหลด้านข้อมูลการซื้อสินค้า และมีความปลอดภัยในการป้องกันการรั่วไหลด้านข้อมูลทางการเงินของผู้ใช้บริการเมื่อผู้ให้บริการชำระเงินผ่านทางออนไลน์อินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง

1.3 ด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานคร การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือการทำธุรกรรมถูกต้องและแม่นยำ สภาพโครงสร้างภายนอกของเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติความน่าเชื่อถือต่อการใช้งาน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนภัทร จอมแก้ว (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ความน่าเชื่อถือและการจัดการความรู้ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกูเกิล (Google) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความน่าเชื่อถือหรือเชื่อมั่นของผู้ที่ไว้วางใจต่อผู้ที่ได้รับความไว้วางใจทำให้ผู้ที่ได้รับความเชื่อถือของข้อมูลที่สืบค้นไว้วางใจได้กระทำทุกวิถีทางในการปกป้องผลประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภินัฐ เลิศพิชิตกุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง บรรพบทของความน่าเชื่อถือของร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภคไทย พบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือออนไลน์ อยู่ในระดับมาก คือ ร้านค้าออนไลน์มีจำนวนมากและมีระดับความน่าเชื่อถือเนื่องจากปัจจุบันประชาชนนิยมซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์มากขึ้น เพราะมีสินค้าให้เลือกหลากหลายมีรีวิวแนะนำการให้บริการเพื่อความน่าเชื่อถือต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย

1.4 ด้านประสิทธิภาพ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เป็นไปได้ว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานคร การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน เนื่องจากรีเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติมีความพร้อมให้บริการเสมอหน้าจอแสดงผลที่ชัดเจน ทำให้มั่นใจในการทำธุรกรรมที่ถูกต้อง แม่นยำ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วิไลพร ตั้งนิตยวงศ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวัดประสิทธิภาพของการใช้ระบบชิปการ์ดเพื่อป้องกันปัญหาการโจรกรรมข้อมูลจากบัตรเอทีเอ็ม : กรณีศึกษา ธนาคาร A พบว่า การวัดประสิทธิภาพด้านกระบวนการบริหาร (Process) เกี่ยวกับการนำระบบ

ชิปการ์ดเข้ามาใช้บนบัตรเอทีเอ็มประสิทธิภาพจะช่วยทำให้ทำงานได้อย่างรวดเร็ว หากเกิดปัญหาขึ้นก็สามารถแก้ไขได้อย่างทันท่วงที ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นันทพร อารมณฺ์ชื่น (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของพนักงาน บริษัท MOCAP ในการใช้สิทธิประกันสังคม พบว่า ด้านประสิทธิภาพการให้บริการ อยู่ในระดับมาก คือ ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาล

2. ผลการศึกษาการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินของประชาชน กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมมณ แซ่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน ทำให้การเลือกใช้เครื่อง ATM ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีเพศต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

2.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อายุในช่วงมากกว่า 50 ปี ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมมณ แซ่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน ทำให้การเลือกใช้เครื่อง ATM ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีอายุต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

2.3 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมมณ แซ่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การเลือกใช้เครื่อง ATM ธนาคาร

ออมสินต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

2.4 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อาชีพอื่น ๆ มีการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมน์ แซ่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน ทำให้การเลือกใช้เครื่อง ATM ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีอาชีพที่ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

2.5 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมน์ แซ่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การเลือกใช้เครื่อง ATM ธนาคารออมสินไม่ต่างกัน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภัทรา มหามงคล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือของธนาคารกสิกรไทยของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน

3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร อภิปรายผลได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการมีความสะดวก รวดเร็วต่อการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมน์ แซ่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีบริการที่หลากหลายครบถ้วน ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่น บริการถอนเงินด่วน โอนเงินและสอยถายอด สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรีย์พร เหมืองหลิ่ง

(2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลในทางบวกต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด เนื่องจากความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการจะทำให้ผู้ให้บริการเกิดความรู้สึกปลอดภัยทางการเงิน รวมถึงการมี Application ทำงานได้ง่าย และถูกต้อง สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา ตรงกับความต้องการของผู้ให้บริการ

3.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน แต่เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคา มีอัตราค่าธรรมเนียมในการฝาก ถอน โอนเงิน และชำระสินค้าและบริการมีความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมม แช่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านราคา ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมในการโอนเงินภายในธนาคารมีความเหมาะสมมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าอาจมีการใช้บริการรับ-โอนเงินระหว่างธนาคารหรือภายในธนาคารเป็นประจำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรีย์พร เหมือนหลัง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ด้านราคา มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากมีการเปรียบเทียบค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่อครั้งของผู้ให้บริการ

3.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน แต่เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีสถานที่ให้บริการครอบคลุมใกล้แหล่งชุมชน หาง่ายมีอยู่ทั่วไป มีความสะอาด และมีแสงสว่างพอเพียง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมม แช่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยเนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเครื่อง ATM ธนาคารออมสิน มีขั้นตอนการใช้ง่ายและไม่ยุ่งยากมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรีย์พร เหมือนหลัง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลในทางบวกต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากฟังก์ชันการใช้งานสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการได้ รวมถึงการมีร้านค้าจำนวนมากที่รองรับการทำรายการผ่าน Mobile Banking Application และมีช่องทางในการแจ้งปัญหาได้อย่างรวดเร็ว นำไปสู่ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อการทำธุรกรรมทางการเงิน

3.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน แต่เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านส่งเสริมทางการตลาด ธนาคารออมสินมีเว็บไซต์ทำให้ทราบข้อมูลเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติจากการโฆษณาจากสื่อต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์และการเชิญชวนให้ใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ

ธนาคารออมสินอยู่เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนมน์ แซ่ว่อง (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการใช้บริการและเมื่อมีโอกาสจะแนะนำคนอื่นๆ ให้เข้าใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสินเมื่อมีโอกาสมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรีย์พร เหมือนหลัง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ด้านส่งเสริมทางการตลาด เป็นปัจจัยความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน Mobile Banking Application เนื่องจากว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เกี่ยวกับระบบการรักษาความปลอดภัยของบริการอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ใช้บริการเปิดใจรับข้อมูลนำไปสู่ความเชื่อในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ประชาชนในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติมีคุณภาพได้มาตรฐานมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารออมสินควรพิจารณาปรับปรุงและพัฒนาเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสินให้มีบริการที่หลากหลายครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นการฝากเงินไม่จำกัดจำนวนธนบัตร
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ประชาชนในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับอัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินภายในธนาคารมีความเหมาะสมมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารออมสินควรพิจารณาปรับปรุงอัตราค่าธรรมเนียมในการโอนเงินภายในธนาคารไม่ว่าจะเป็นในเขตหรือนอกเขตให้มีความเหมาะสม
3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประชาชนในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับสถานที่ติดตั้งเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ มีความสะอาดและมีแสงสว่างพอเพียงมากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารธนาคารออมสินควรพิจารณาปรับปรุงและเพิ่มสถานที่ติดตั้ง มีแสงสว่างพอเพียงใกล้แหล่งชุมชนเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งานยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน ของประชาชน กรุงเทพมหานคร เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะกับหน่วยงานหรือผู้บริหารเกี่ยวกับการเพิ่มจำนวนตู้ให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกพื้นที่ในกรุงเทพมหานครเขตปริมณฑลและพื้นที่ต่างจังหวัด
2. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยด้านอื่น ๆ เพิ่ม ที่จะส่งผลต่อการเลือกใช้บริการเครื่องฝาก-ถอนเงินอัตโนมัติ ADM Recycle ธนาคารออมสิน เช่น ปัจจัยกระบวนการตัดสินใจ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ
3. การเลือกใช้เทคนิคในการวิจัย อาจจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยวิธีการอื่น เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นและเลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากเดิมเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เพื่อให้ได้ผลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น
4. การศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะประชาชนในกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงอาจทำให้ผลการศึกษาไม่สามารถสื่อความหมายได้ในภาพรวมของกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารออมสินทั้งหมด ดังนั้นจึงควร

ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เช่น กลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารออมสินในเขตปริมณฑล และพื้นที่ต่างจังหวัด

เอกสารอ้างอิง

- ชนมน แซ่ว่อง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการเครื่อง ATM ธนาคารออมสิน
ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพฯ.
- ชนัญญา ทองสุข. (2562). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร
สำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 3. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- ฐิติลักษณ์ สมบุญ. (2558). การเลือกใช้บริการบัตรออมสินวีซ่าเดบิต สมาร์ทไลฟ์
ธนาคารออมสินภาค 3 กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- ดุษฎี ศรีสว่างสุข. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้งานเครื่องทำธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติ :
กรณีศึกษาเครื่องฝาก-ถอนอัตโนมัติ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- ธนภัทร จอมแก้ว. (2558). อิทธิพลของการรับรู้ถึงประโยชน์ ความน่าเชื่อถือและการจัดการความรู้ต่อ
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกุเกิล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- นันทพร อารมณชีน. (2558). ประสิทธิภาพการให้บริการและภาพลักษณ์องค์กรที่มีผลต่อ
การเลือกใช้บริการสถานพยาบาลเอกชนของพนักงาน บริษัท MOCAP
ในการใช้สิทธิประกันสังคม. มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.
- ภัทรา มหามงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ
ของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. ปทุมธานี.
- วิไลพร ตั้งนิตยวงศ์. (2558). การวัดประสิทธิภาพของการใช้ระบบชิปการ์ดเพื่อป้องกันปัญหาการโจรกรรม
ข้อมูลจากบัตรเอทีเอ็ม : กรณีศึกษา ธนาคาร A. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สุพิชญา อาชวีรดา. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของ
ระบบสารสนเทศในองค์กร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- สุรียพร เหมือนหลิ่ง. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการทางการเงินผ่าน
Mobile Banking Application ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปทุมธานี.
- หนึ่งนุช ธีระรุจินนท์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2560). คุณภาพการให้บริการธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์
ธนาคารกรุงไทย สาขาเอ็มไพร์ทาวเวอร์ กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพฯ.
- อภิณัฐ เลิศพิชิตกุล. (2558). บรรพบทของความน่าเชื่อถือของร้านค้าออนไลน์และผู้บริโภคไทย.
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปทุมธานี.