



แนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าใช้บริการโอนเงินด่วนเวสต์เทิร์น ยูเนียน  
กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ  
Guidelines to increase the number of customers using express money transfer by  
Western Union Case study of Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives  
in Samut Prakan Province

ศิริรณา แสงหิรัญ<sup>1</sup> และ อริสรา เสยานนท์<sup>2</sup>

<sup>1</sup>บัณฑิตวิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, nes.tty27@gmail.com

<sup>2</sup>วิชาการจัดการการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, arisara\_sey@utcc.ac.th

บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจธนาคารมีภาวะการแข่งขันที่สูง ชกส. มีนโยบายต้องการเพิ่มรายได้ค่าธรรมเนียม (FBI) ช่องทางต่าง ๆ เวสต์เทิร์น ยูเนียน ก็เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้มาก การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสต์เทิร์น ยูเนียน ของ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง นำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 41-50 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อาชีพรับจ้างทั่วไป มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในการให้บริการ เนื่องจาก ชกส. มีบริการให้เลือกว่าต้องการรับเป็นเงินสด หรือเงินโอนเข้าบัญชีก็ได้ เหตุผลที่ลูกค้าเลือกมาใช้บริการรับ - ส่งเงินเวสต์เทิร์นยูเนียนที่ ชกส. เนื่องจาก ชกส. มีบริการเวสต์เทิร์น ยูเนียน ทุกสาขา ลูกค้าที่มาใช้บริการเวสต์เทิร์น ยูเนียนในครั้งแรกเนื่องจากได้รับการแนะนำมาจากบุคคลที่รู้จัก หรือครอบครัว และสาเหตุที่ลูกค้าเลือกมาใช้บริการเวสต์เทิร์น ยูเนียน ที่ ชกส. เนื่องจากรู้สึกผูกพันต่อองค์กร รู้สึกปลอดภัยในการทำธุรกรรมกับ ชกส. ผลการทดสอบพบว่า อายุ วุฒิการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลให้ลูกค้ามาใช้บริการเวสต์เทิร์น ยูเนียนที่ ชกส. ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์และด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า ส่วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการรับ - ส่งเงินเวสต์เทิร์น ยูเนียนที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

**คำสำคัญ:** เวสต์เทิร์น ยูเนียน, รายได้ค่าธรรมเนียม (FBI), ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร(ชกส.)

ABSTRACT

The banking business is currently in a highly competitive environment, Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC) has a policy to increase fee based income (FBI), various channels, Western Union is one of the products that generates a lot of income. This study aimed to study guidelines to increase satisfaction in using Western Union remittance service of BAAC in Samut Prakan Province. A questionnaire was collected from 400 respondents and data analysis by using descriptive statistics with frequency, percentage, mean,



standard deviation. Most of the respondents were female, 41-50 years old, single status, high school / vocational education level. General employment with monthly income under 15,000 baht. Customers felt satisfied with BACC service because of the options to choose whether they want to receive in cash or to be transferred directly to their accounts. The main reason why customers chose to transfer or receive money with Western Union at BAAC is because BAAC has Western Union at all of the branches. First time users usually were recommended by friends or family members and customers also felt committed and safe with the BAAC organization. Study shows that age, education, monthly income, and motivation factors are the results of why customers choose to use Western Union at BAAC. With the consistency of the products, the reasons, the emotions, the temperament, the motivation, and the support from the merchant sponsorship, all have influence in the decision to use the service of transferring and receiving money with Western Union at BAAC in Samut Prakan Province

**Keywords:** Western Union, fee based income (FBI), Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives ( BAAC)

## 1. บทนำ

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2509 เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจในสังกัดกระทรวงการคลังมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่เกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร ในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม อาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม หรืออาชีพนอกภาคเกษตรกรรม อันจะเป็นการเพิ่มรายได้ พัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร และครอบครัว ลดบทบาทของเงินกู้ยืมในระบบ และช่วยเหลือเกษตรกรรายย่อยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุน ตลอดจนสามารถให้บริการด้านการเงินธนาคารแก่บุคคลทั่วไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยและทันสมัย โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ ผลิตภัณฑ์ด้านสินเชื่อ และด้านเงินฝาก มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลายทั้ง Offline และ Online อาทิ สาขาธนาคาร ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ เครือข่ายทางการเงิน และ A-Mobile Application ควบคู่ไปกับการพัฒนาเกษตรกรให้มีศักยภาพในการ ประกอบอาชีพเกษตรกรรมอย่างยั่งยืนและหลุดพ้นจากความยากจน ปัจจุบันทาง ธกส. ได้ต้องการเพิ่มรายได้ FBI ให้แก่ทางธนาคารเพื่อสร้างรายได้ให้แก่องค์กร ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันการสร้างรายได้จากช่องทางบริการ payment มีการแข่งขันกันสูง และทาง ธกส. ยังไม่สามารถสร้างรายได้แข่งขันกับแบงก์พาณิชย์ได้ ทำให้ทาง ธกส. มีนโยบายต้องเพิ่มรายได้ FBI ช่องทางต่าง ๆ ทางธนาคารจึงเล็งเห็นว่ารายได้จากการใช้บริการ รับ-โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนียน ก็เป็นอีกตัวเลือกหนึ่งในการสามารถเพิ่มยอดขายได้ แต่ทาง ธกส. ยังไม่สามารถครองใจลูกค้าที่มาใช้บริการได้ เนื่องจากมีคู่แข่งที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นธนาคารอื่น ๆ ไปรษณีย์ หรือเวสเทิร์น ยูเนียน ก็เป็นตัวเลือกหนึ่งให้ลูกค้าตัดสินใจในการไปใช้บริการทำให้ลูกค้าบางท่านที่เคยใช้บริการแล้วไม่กลับมาใช้บริการกับ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการอีก การทำวิจัยนี้เพื่อขึ้นมาเพื่อต้องการให้ ธกส. ในจังหวัดสมุทรปราการได้นำไปปรับปรุง พัฒนาและทราบถึงปัญหาทั้งข้อดีข้อเสียในการให้บริการเวสเทิร์นยูเนียนนี้ เพื่อให้เป็นที่พอใจสูงสุดแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงินโอนเวสเทิร์นยูเนียนกับ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการอย่างต่อเนื่อง



## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลให้ลูกค้าที่ตัดสินใจใช้บริการ รับ-โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อให้ทราบถึงความจงรักภักดีของลูกค้าที่กลับมาใช้บริการที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อจะได้ทราบถึงแนวทางในการเพิ่มยอดลูกค้าใช้บริการ โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนี่ยน

## 3. การดำเนินการวิจัย

### 1. วิธีการเก็บข้อมูลในการศึกษา

#### 1.1 การเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิ

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยสอบถามจากลูกค้า ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ที่มาใช้ บริการ รับ-โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ธกส. จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดย เป็นลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open-end Question) เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

#### 1.2 การเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ

ศึกษาค้นคว้าจากเว็บไซต์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากหนังสือและสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ

### 2. จำนวนประชากรของการศึกษา

ในจังหวัดสมุทรปราการ มีจำนวนประชากร 1,348,876 คน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากร ที่มาใช้บริการที่ ธกส. จังหวัดสมุทรปราการที่ประกอบไปด้วย 5 สาขา คือ สาขาสมุทรปราการ สาขาบางพลี สาขา บางบ่อ สาขาบางเสาธง และสาขาพระสมุทรเจดีย์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 400 คน โดยคำนวณจาก สูตรยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมายในการศึกษานี้ ได้แก่ประชากรผู้ใช้บริการ หรือเคยใช้บริการ กับ ธกส. ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตร taro yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น ลูกค้าที่มาใช้บริการ ธกส.สาขาบางเสาธง จำนวน 80 คน สาขาบางพลี จำนวน 80 คน สาขาพระประแดง จำนวน 80 คน สาขาสมุทรปราการ จำนวน 80 คน และสาขาบางบ่อ จำนวน 80 คน

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

โดยที่ n : คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง หรือ ขนาดของกลุ่มประชากรตัวอย่าง

N : คือ ขนาดของประชากร

e : คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{1,348,876}{1 + 1,348,876(0.05)^2}$$

$$n = 399.88$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามปลายเปิดและ ปลายปิด (close-ended question) โดยนำแบบ สอบถามให้ลูกค้า ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการที่ใช้ในการศึกษา



จำนวน 400 คน ตอบแบบสอบถามเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบบบุคคลที่มารับบริการรับ – โอนเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 25 คน โดยแบ่งเป็นลูกค้าสาขาบางเสาธง จำนวน 5 คน สาขาบางพลี จำนวน 5 คน สาขาพระประแดง จำนวน 5 คน สาขาสมุทรปราการ จำนวน 5 คน และสาขาบางบ่อ จำนวน 5 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาในครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ทั้งหมด 400 ราย และตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้ว นำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลตามระเบียบวิธีการทางสถิติ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์แล้วนำไปประมวลผลทางสถิติโดยประมวลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป การทดสอบสมมติฐานทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation)

### 3. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละเพื่อวิเคราะห์เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในบริการรับ – ส่งเงินเวสเทิร์น

3.2 ความจงรักภักดีของลูกค้าที่จะกลับมาใช้บริการรับ – ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยนที่ ช.ก.ส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

การพิจารณาระดับของค่าคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละตัวทำได้โดยการพิจารณาค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้ โดยแบ่งระดับค่าเฉลี่ยออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้นคำนวณได้จากสูตร

### 4. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในบริการรับ – ส่งเงินเวสเทิร์น และส่วนที่ 3 ความจงรักภักดีของลูกค้าที่จะกลับมาใช้บริการรับ – ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยนที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการการ นำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมพึงพอใจในการใช้บริการรับ-โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนี่ยน วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในบริการรับ – ส่งเงินเวสเทิร์น และความจงรักภักดีของลูกค้าที่จะกลับมาใช้บริการรับ – ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยนที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ได้ทำการวิเคราะห์แบบเชิงเนื้อหา โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ข้อ คือ

(1) การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing)

(2) การแสดงข้อมูล (Data Display)

(3) บรรยายเนื้อหาของข้อความหรือเอกสาร โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ และเน้นความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity)



#### 4. ผลการวิจัย

ผลการศึกษารวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่มาใช้บริการที่ ชกส. จังหวัดสมุทรปราการ ที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน เป็นลูกค้าชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการที่มาใช้บริการธนาคารหรือจากลูกค้าเคยมาใช้บริการ รับ-โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ชกส. จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 สถานภาพโสด ซึ่งมีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมปลายหรือปวช. จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

ผลการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนี่ยน ผลการศึกษาพบว่า

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนี่ยน ด้านผลิตภัณฑ์

แรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.ท่านรู้สึกว่าการขึ้นตอนการทำธุรกรรมมีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย	3.86	0.24	มาก
2.ท่านเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยน เนื่องจากเป็นการให้บริการรับ - ส่งเงิน ที่สามารถรับเงินสด หรือรับเงินโอนเข้าบัญชีผ่านทางโทรศัพท์	3.91	0.25	มาก
3.ท่านรู้สึกว่าการเดินทางมาใช้บริการที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทร - ปราการ สามารถทำได้หลากหลายธุรกรรม ไม่ต้องเสียเวลาไปทำธุรกรรมที่อื่นอีก ด้วยการทำรายการแบบ ONE STOP SERVICE	3.84	0.21	มาก
รวม	3.87	0.23	มาก

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ

ต่อปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนี่ยน ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D = 0.23) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนี่ยนเป็นอันดับแรก คือ การเลือกใช้บริการ โอนเงิน เวสเทิร์นยูเนี่ยน เนื่องจากเป็นการให้บริการรับ - ส่งเงิน ที่สามารถรับเงินสด หรือรับเงินโอนเข้าบัญชีผ่านทางโทรศัพท์ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D = 0.25)



ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงิน เวสเทิร์น ยูเนี่ยน ด้านเหตุผล

แรงจูงใจด้านเหตุผล	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ธกส.ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องเปิดให้บริการที่ ธกส. ทุกสาขา	3.88	0.22	มาก
2. ท่านเลือกใช้บริการ เนื่องจากค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมมีความเหมาะสม	3.84	0.26	มาก
3. ท่านเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ธกส.ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากสามารถรับเงินสดที่สาขาได้ภายใน 15 นาที	3.11	0.36	ปานกลาง
4. ท่านเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ธกส.ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากท่านต้องการสะสมคะแนนแลกของชำร่วยที่ทางธนาคารจัดหาให้	3.07	0.28	ปานกลาง
5. ท่านเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ธกส.ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากมีบริการที่ดี และพนักงานมีความรู้ที่ดีในการตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างชัดเจน	3.08	0.28	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.40</b>	<b>0.28</b>	<b>ปานกลาง</b>

ด้านเหตุผล พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$  , S.D = 0.28 ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนี่ยนเป็นอันดับแรก คือ เลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ธกส.ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องเปิดให้บริการที่ ธกส. ทุกสาขา ( $\bar{X} = 3.88$  , S.D = 0.22)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงิน เวสเทิร์น ยูเนี่ยน ด้านอารมณ์

แรงจูงใจด้านอารมณ์	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.คนรู้จักหรือคนในครอบครัวแนะนำให้มาใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ธกส.ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการ	3.87	0.17	ปานกลาง
2.ท่านเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนี่ยน ที่ ธกส.ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากพบเห็นโฆษณา หรือเห็นผู้อื่นมาใช้บริการ	3.15	0.21	ปานกลาง
3.ท่านรู้สึกชื่นชอบบริการที่ท่านสามารถเลือกเองได้ว่าจะรับเงินสด หรือ โอนเข้าบัญชี โดยไม่มีข้อจำกัด	3.16	0.22	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.39</b>	<b>0.20</b>	<b>ปานกลาง</b>



ด้านอารมณ์ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.39$  , S.D = 0.20 ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนียนเป็นอันดับแรก คือ คนรู้จักหรือคนในครอบครัวแนะนำให้มาใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ( $\bar{X} = 3.87$  , S.D = 0.17)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์น ยูเนียน ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า

แรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านรู้สึกคุ้นเคยต่อ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการจึงเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ชกส. ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการ	3.94	0.28	มาก
2. ท่านเลือกใช้บริการโอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากค่าธรรมเนียมถูกกว่าคู่แข่ง	3.26	0.32	ปานกลาง
3. ท่านเลือกใช้บริการโอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากอยู่ใกล้บ้าน และที่จอดรถสะดวกสบาย	3.23	0.25	ปานกลาง
4. ท่านเลือกใช้บริการโอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากธนาคารมีชื่อเสียงที่ดี ทำให้ท่านรู้สึกปลอดภัยทุกครั้งที่ได้ใช้บริการ	3.24	0.25	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.41</b>	<b>0.28</b>	<b>มาก</b>

ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า พบว่า ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.41$  , S.D = 0.28 ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์น ยูเนียนเป็นอันดับแรก คือ ความรู้สึกคุ้นเคยต่อ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการจึงเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ชกส. ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการ ( $\bar{X} = 3.94$  , S.D = 0.28)

ปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าที่กลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าที่กลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ

ความจงรักภักดีของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ลูกค้าต้องการกลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ชกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการอีกในคราวต่อไป	3.86	0.26	มาก



ความจงรักภักดีของลูกค้า	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
2. ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียน ของ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ	3.91	0.26	มาก
3. ลูกค้าเลือกใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เพราะลูกค้ารู้สึกคุ้นเคยกับพนักงาน	3.84	0.21	มาก
4. ลูกค้ารู้สึกสบายใจที่ได้มาใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ	3.88	0.22	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.87</b>	<b>0.24</b>	มาก

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่กลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D = 0.24) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ - ส่ง เงินเวสเทิร์น ยูเนียนเป็นอันดับแรก คือลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียน ของ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D = 0.26)

#### ผลการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลจากการสัมภาษณ์ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ จำนวน 25 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 18 คน คิดเป็น ร้อยละ 72 เพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็น ร้อยละ 28 มีสถานะภาพสมรส จำนวน 13 คน คิดเป็น ร้อยละ 52 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 32 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 8 คน คิดเป็น ร้อยละ 32 และมีการรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 76

ด้านระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรับ - ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่พอใจมากในการให้บริการเนื่องจากเชื่อมั่นในบริการของ ธกส. มีพนักงานดูแล แนะนำที่ดี บริการเร็ว มีการแนะนำที่ดี มีค่าบริการที่ถูก และมีสาขาใกล้บ้านทำให้เดินทางสะดวก และจากการสัมภาษณ์พบว่าลูกค้าที่พอใจในการบริการน้อย หรือปานกลางเนื่องจากมีลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเวสเทิร์นยูเนียน ต้องรอกิวนาน

ด้านการกลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนียนของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง เนื่องจากมีสาขาใกล้บ้าน เดินทางสะดวก และรู้สึกคุ้นเคยกับพนักงาน แต่และพบว่า เหตุผลที่ลูกค้าไม่ประสงค์กลับมาใช้บริการอีก เนื่องจากอยู่ไกลจากบ้านพัก รอกิวนาน และที่จอดรถไม่เพียงพอต่อการให้บริการของลูกค้า

ด้านการแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการรับ - ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่เลือกจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการรับ - ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนียนที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจาก บริการรับเงินโอนภายใน 15 นาที รู้สึกผูกพันกับพนักงานและองค์กร และมีค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าคู่แข่ง มีสาขาใกล้บ้าน เดินทางสะดวก มีบริการให้สามารถเลือกรับเป็นเงินสด หรือเงินโอนก็ได้ และของชำร่วยที่มีให้สะสม





มากมาย และจากการสัมภาษณ์พบว่าเหตุผลที่ลูกค้าไม่แนะนำให้ผู้คนอื่นมาใช้บริการที่ ธกส. เนื่องจากมีการรอกว นาน ที่จืดจางไม่สะดวก

## 5. อภิปรายผลของการศึกษา

จากผลการวิจัยสามารถสรุปปัญหาของแนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าใช้บริการ โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนียน กรณีสภานาการเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า การใช้บริการ โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนียนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ มีบริการ 2 รูปแบบ โดยวิธีที่ 1 คือติดต่อหน้าเคาเตอร์ธนาคาร ซึ่งวิธีนี้จะใช้ สำหรับลูกค้าที่ไม่มีบัญชี ธกส. แต่ต้องกรอกเอกสารการรับ - ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ซึ่งวิธีการนี้จะใช้เวลาค่อนข้าง นาน วิธีที่ 2 จะมีขั้นตอนที่ง่าย เพียงแค่มีบัญชีกับ ธกส. เมื่อต้องการรับเงิน ก็โทรแจ้ง Call Center แจ้งเลข MTCN รอ ไม่เกิน 15 นาที เงินก็สามารถโอนเข้าบัญชีได้อย่างง่ายดาย ผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องใช้เวลาหรือลงทุนในการค้นหา ข้อมูลเมื่อต้องการซื้อสินค้าหรือ สอดคล้องกับงานวิจัยของชญญาพัทธ์ จงทวี (2558) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการธุรกรรมทางการเงิน Mobile Banking คือ 1) ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก 2) ปัจจัยการรับรู้ถึง ประโยชน์และความง่ายของการใช้งาน และ 3) ปัจจัยด้านความปลอดภัย

ด้านเหตุผล พบว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้บริการ โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนียน ของ ธกส. ในเขต จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งหากกระบวนการทำรายการมีปัญหาบ่อย ก่อให้เกิดความล่าช้าทำให้ลูกค้ารอทำรายการเป็น เวลารนาน ลูกค้าก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อธนาคาร ตรงกันข้ามหากครั้งต่อไปเมื่อลูกค้าใช้บริการหากลูกค้ามาใช้บริการ แล้วเกิดความเชื่อมั่นไม่เสียเวลาในการค้นหาข้อมูลต่อไป สามารถเชื่อมโยงกับระบบความเชื่อของผู้บริโภคได้และทำ ให้ผู้บริโภคเชื่อและประทับใจตราสินค้าอยู่ในใจ และทำให้มีการบอกต่อกับคนใกล้ชิด สอดคล้องกับงานวิจัยของอลิษา จูติมานะกุล (2558) ได้ศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเปลี่ยนผู้ให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่โดยคงสิทธิเลขหมายเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทราบว่าเครือข่ายที่ผู้บริโภค นิยมใช้มากที่สุดคือ dtac โดยเหตุผลที่ย้ายคือคุณภาพสัญญาณ โทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตที่ดีกว่าเครือข่ายอื่น

ด้านแรงจูงใจที่เกิดจากการอุปถัมภ์ร้านค้า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ - ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนียนมากที่สุดคือ ความรู้สึกคุ้นเคยต่อ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการจึงเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ธกส. ใน เขต จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจาก ธกส. เป็นธนาคารของรัฐ ทางธนาคารจะได้รับโอกาสดี ๆ ในการให้บริการลูกค้า อย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโครงการผู้มีรายได้น้อย สินเชื่อเพื่อการเกษตร หรือแม้กระทั่งเงินเยียวยาโควิด ทำให้ลูกค้า จำนวนมากรู้จัก ธกส. มากขึ้น จากการบริการหรือการเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้าง ทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้นเคยต่อพนักงาน และทางธนาคารเองไม่มากนักน้อย ในทางตรงข้ามหากพนักงานบริการไม่ดี ทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจลูกค้าก็จะไม่กลับ ใช้บริการอีก ไม่ว่าจะเป็น โอนเงินด่วน เวสเทิร์นยูเนียน หรือแค่บริการฝาก- ถอน ก็ตามและปัจจัยความจงรักภักดีของ ลูกค้าที่กลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่กลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ธกส. ในเขตจังหวัด สมุทรปราการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ - ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนียนมากที่สุดคือ ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียน ของ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ คล้อง กับงานวิจัยของ วาสิณี เสถียรกาล (2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด



(มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อ ทำการศึกษาปัจจัยและแนวโน้มในการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวิธีวิจัยในรูปแบบของการสำรวจ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือที่แบบสอบถาม จากกลุ่มเป้าหมาย 385 คน ผลการศึกษาพบว่า ประชากรที่ใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) นั้นเนื่องจากเป็นธนาคารที่ชื่อเสียง ความโปร่งใส และมีบริการที่ดี อัตราดอกเบี้ยเป็นที่พึงพอใจ ที่จ่อลดสะดวก มีบริการหลายสาขา และขั้นตอนการทำธุรกรรมไม่ยุ่งยากทำให้ประชากรเลือกมาใช้บริการที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

## 6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษา แนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าใช้บริการ โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนียน กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ผลจากแบบสอบถามลูกค้า ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 สรุปได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการธนาคารหรือจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ รับ-โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนียน ธกส. จังหวัดสมุทรปราการ เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 อยู่ในช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีสถานภาพโสด จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีการศึกษาในระดับมัธยมปลายหรือ ปวช. จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5

### 2. ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์น ยูเนียน

จากการศึกษาการศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดลูกค้าใช้บริการ โอนเงินด่วนเวสเทิร์น ยูเนียน กรณีศึกษาธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่ง ประกอบด้วย

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคที่ต้องการจะซื้อสินค้าและบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ให้ได้รับความพอใจ ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ – ส่ง เงินเวสเทิร์น ยูเนียนมากที่สุดคือ การเลือกใช้บริการ โอนเงิน เวสเทิร์น ยูเนียน เนื่องจากการให้บริการรับ - ส่งเงินที่สามารถรับเงินสดหรือรับเงิน โอนเข้าบัญชีผ่านทางโทรศัพท์ จากการศึกษพบว่า หากทางธนาคารมีการประชาสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้าทั่วไปอย่างกว้างขวาง จุดเด่นด้านการบริการนี้จะทำให้ลูกค้าสนใจมากขึ้น เนื่องจากลูกค้าไม่ต้องเดินทางมาหน้าเคาเตอร์เพียงแค่ออกโทรศัพท์โทรแจ้งรหัสการรับเงิน เงินก็สามารถโอนเข้าบัญชีได้ ภายใน 15 นาที ไม่ต้องเสียเวลารอหน้าเคาเตอร์ และไม่ต้องเสียเวลากลับบ้านมาเผชิญไวรัส โควิด -19 อีกด้วย แต่ปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่ของธนาคาร มักอายุ 41-50 ปี อาจจะไม่ค่อยกล้าเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีมากนัก จึงเลือกมาหน้าเคาเตอร์มากกว่ารับเงิน โอนเข้าบัญชีผ่านทางโทรศัพท์ ซึ่งการบริการหน้าเคาเตอร์นั้นต้องเสียเวลาในการเอกสาร และด้วยจำนวนลูกค้าที่มีอยู่จำนวนมาก อาจจะทำให้ลูกค้ารอเวลานาน แล้วรู้สึกวุ่นวายเกิดความไม่สะดวกในการใช้บริการ



2.2 ด้านเหตุผล เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการ ใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้ออย่างมีเหตุผลก่อนว่า ทำไม่จึงซื้อสินค้าชนิดนั้น ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ - ส่ง เงินเวสเทิร์นยูเนียนมากที่สุดคือเลือกใช้บริการโอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ธกส. ใน เขตจังหวัดสมุทรปราการเนื่องเปิดให้บริการที่ ธกส. ทุกสาขา ทำให้ผู้วิจัยพบว่า หาก ธกส.มีสาขาที่ขยายเวลาเปิด - ปิดให้เทียบเท่าแบงก์พาณิชย์ หรือขยายสาขาให้ห่างสรรพสินค้ามากขึ้น ลูกค้าจะสามารถติดต่อธนาคารได้อย่างไม่จำกัดเวลา

2.3 ด้านอารมณ์ เป็นแรงจูงใจที่สามารถแบ่งออกได้เป็นความต้องการจุดเด่น เป็นเอกเทศ (Individuality) ต้องการอนุโลมคล้ายผู้อื่น (Conformity) ต้องการความสะดวกสบาย (Comfort) ต้องการความสำราญเพลิดเพลินใจ (Entertainment and Pleasure)ความ ทะเยอทะยานมักใหญ่ใฝ่สูง (Ambition) ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ - ส่ง เงินเวสเทิร์น ยูเนียนมากที่สุดคือ คนรู้จักหรือคนในครอบครัวแนะนำให้มาใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากลูกค้ามีรู้จักบริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียนส่วนใหญ่เป็นมักรู้จักกันแบบปากต่อปาก เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์เรื่องการบริการเวสเทิร์น ยูเนียน ลูกค้าบางท่านไม่รู้ว่า ธกส. เปิดบริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียนอยู่ บางท่านทราบจากสัญลักษณ์ที่ติดไว้หน้าแบงก์แต่ไม่เคยใช้บริการ

2.4 ด้านแรงจูงใจ เกิดจากให้บริการดี เป็นที่พอใจ (Satisfactory Services) ราคาข่อมเยาสมเหตุสมผล (Reasonable Prices) ทำเลที่ตั้ง ของร้านสะดวกในการไปซื้อ (Good Access to Location) มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย (Abundant to Assortment) ชื่อเสียงของร้าน (Goodwill or image) ความเคยชินเกี่ยวกับนิสัย การซื้อ (Buying Habits) ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่มีผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ - ส่งเงินเวสเทิร์น ยูเนียนมากที่สุดคือ ความรู้สึกคุ้นเคยต่อ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการจึงเลือกใช้บริการ โอนเงินเวสเทิร์น ยูเนียน ที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ปัจจัยความจงรักภักดีของลูกค้าที่กลับมาใช้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียนที่ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ความภักดีของผู้บริโภคนั้นเป็นหัวใจสำคัญของตราสินค้า เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่องและมีปริมาณมากขึ้น อีกทั้งมีความคิดเชิงบวกจากประสบการณ์ที่ได้รับจากสินค้า และบริการนั้น ๆ เช่นเดียวกับตลาดผู้ให้บริการของสถาบันการเงิน เมื่อลูกค้ามีความภักดีต่อผู้ให้บริการจะเป็นผลดีเนื่องจากลูกค้าจะไม่เปลี่ยนไปใช้บริการผู้ให้บริการรายอื่น ๆ และความภักดีของลูกค้านี้คู่แข่งทำลายได้ยากเนื่องจากมีต้นทุนสูง ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งที่มี ผลต่อลูกค้าให้มาใช้บริการรับ - ส่ง เงินเวสเทิร์น ยูเนียนมากที่สุดคือ คือลูกค้ามีความเชื่อมั่นในการให้บริการรับ - ส่งเงิน เวสเทิร์น ยูเนียน ของ ธกส. ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากทาง ธกส. เป็น ธนาคารของรัฐ ได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้ามาเป็นระยะเวลานาน

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ คุณเรืองอรุณ ราวเรือง และคุณวรรณภา ทองชนพรรณภา ที่ช่วยเหลือในการสอนวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ขอมเสียดสเวลาการทำงานมาให้คำแนะนำต่าง ๆ ขอขอบพระคุณ บิคา มารดา และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรที่ให้การสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเรียน และการทำวิจัยในครั้งนี้



### เอกสารอ้างอิง

- ชญญาพัทธ์ จงทวี. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ Mobile Banking ในเขตกรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (2020). *ประวัติบริษัท*. สืบค้นจาก <https://www.tqa.or.th/wp-content/uploads/2020/05/ธนาคารเพื่อการเกษตร-สหกรณ์การเกษตร.pdf>
- พิบูล ทิปะปาล. (2545). *หลักการตลาดยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิค.
- วาสิณี เสถียรกาล. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- อลิษา ฐิติมานะกุล. (2558). *ความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเปลี่ยนผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยคงสิทธิเลขหมายเดิม ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล* (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).