

ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการ
กองทุน กลีกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
สำนักงานใหญ่

FACTORS AFFECTING INVESTMENT IN RETIREMENT MANUAL FUND OF
EMPLOYEES OF BIG C SUPERCENTER PUBLIC COMPANY LIMITED
(HEAD OFFICE) IN KASIKORN ASSET MANAGEMENT

พรธิรัตน์ วิริยะอุดมสิน

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Pornthirat Viriyaudomsin

E-mail: pornthirat.nesv@gmail.com

Faculty of Business Administration Program Finance and Banking,
Ramkhamhaeng University, Thailand Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน กลีกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กลีกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์การทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส พร้อมทั้งพิจารณาตามพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ความถี่ในการลงทุน มูลค่าเงินลงทุน ช่องทางการลงทุน ช่วงเดือนในการลงทุน ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ พนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หา ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลการวิจัยพบว่า 1.) มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 29.67 มีอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 มีการศึกษา

สูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 มีประสบการณ์การทำงาน 5 – 10 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 50,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.67 มีสถานภาพโสด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 55.33

2.) พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ อันได้แก่ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ความถี่ในการลงทุน มูลค่าเงินลงทุน ช่องทางการลงทุน ช่วงเดือนในการลงทุน

3.) ความคิดเห็นของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่ส่งผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

คำสำคัญ: กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ; การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ

ABSTRACT

The research of Factors Affecting Investment in Retirement Manual Fund (RMF) of Employees of Big C Supercenter Public Company Limited (Head Office) in Kasikorn Asset Management. The objective is to study Factors Affecting Investment in Retirement Manual Fund (RMF) of Employees of Big C Supercenter Public Company Limited in Kasikorn Asset Management. The factors of research included Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence and Presentation, and Process. That are classified by Personal factors were including sex, age, education, work experience, salary and marital status; by Factors Affecting Investment in Retirement Manual Fund (RMF) Behavior were including investment objective, investment frequency, investment channel, and investment period. The population used in this factors affecting investment research was Employees of Big C Supercenter Public Company Limited. The samples used in this research amount of 300 peoples. The questionnaire was instrument of this research. Data was analyzed by using SPSS for Social Science Research. The statistics were frequency, percentage, minimum, maximum, mean and standard deviation.

The research has found 1.) The Employees of Big C Supercenter Public Company Limited (Head Office) all respondents 300 people. Most are female 211 peoples representing 70.33%. Most were aged 31-35 years old 80 peoples representing 26.67%. Most are bachelor's degree level 175 peoples representing 58.33%. Most are work experience 5 -10

years 84 peoples representing 28.0%. Most have average income per month 20,001-50,000 baht have 119 peoples representing 39.67%. Most have marital status single 166 peoples representing 55.33.

2.) Behavior of Factors Affecting Investment in Retirement Manual Fund (RMF) were including investment objective, investment frequency, investment value , investment channel, and investment period.

3.) Employees of Big C Supercenter Public Company Limited (Head Office) opinion that Factors Affecting Investment in Retirement Manual Fund (RMF) of in Kasikorn Asset Management overall high level. Considering that it was found that the top priority in most of the physical evidence and presentation, place, process, people, product, promotion, and price respectively.

Keywords: Retirement Manual Fund; Investment in Retirement Manual Fund.

บทนำ

ปัจจุบันรูปแบบการออมเงินของประชาชนได้มีการพัฒนาไปมาก โดยในอดีตรูปแบบการออมเงินนิยมใช้วิธีการฝากเงินในบัญชีธนาคารเป็นหลัก เนื่องจากการฝากเงินในบัญชีธนาคารมีความเสี่ยงต่ำและได้รับดอกเบี้ยที่แน่นอนตามที่ธนาคารได้กำหนดไว้ แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน จึงส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากปรับตัวลงอยู่ในระดับต่ำ อีกทั้งอัตราเงินเฟ้อจึงทำให้ค่าของเงินออมลดลงจากสินค้าและบริการที่มีราคาเพิ่มสูงขึ้น ประชาชนจึงหันมาให้ความสนใจการออมเงินในรูปแบบอื่น ๆ ที่สามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีกว่า เช่น การนำเงินไปลงทุนในหลักทรัพย์ (financial or securities investment) เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ หุ้นทุน และตราสารทางการเงิน เป็นต้น นอกจากนี้รัฐบาลยังมีการส่งเสริมการลงทุนและการให้สิทธิลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาจากการซื้อกองทุนรวม คือ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ทำให้การลงทุนในกองทุนรวมเป็นตัวเลือกรออมที่มีบทบาทความสำคัญมากยิ่งขึ้น เมื่อเปรียบเทียบการออมพบว่าจำนวนครัวเรือนที่มีการออมในปี 2561 เพิ่มจากปี 2559 ถึงร้อยละ 6.2 (ปี 2559 ร้อยละ 66.7 และปี 2561 ร้อยละ 72.9 ตามลำดับ) สะท้อนให้เห็นว่าตลอดระยะเวลา 2 ปี ที่ผ่านมานั้น สัดส่วนของครัวเรือนมีการเก็บออมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ปัจจุบันประชาชนให้ความสนใจในการลงทุนเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับการลงทุนเป็นช่องทางการบริหารเงินและสามารถเพิ่มผลตอบแทนที่ดีกว่าการออมโดยการฝากเงินในธนาคาร รวมทั้งยังเป็นหลักประกันให้แก่ตนเองหรือครอบครัวเมื่อพ้นวัยทำงาน อีกทั้งกองทุนบางประเภทยังให้ประโยชน์ทางด้านภาษีแก่ผู้ลงทุน จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษากองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) เนื่องจากเป็นเครื่องมือผูกพันระยะยาวที่สามารถให้ผู้ลงทุนได้เลือกลงทุนตามนโยบายกองทุนที่เหมาะสมกับตนเองและยังได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี และยังเป็น การออมในระยะยาว เพื่อให้ได้มีเงินก้อนไว้เป็นค่าใช้จ่ายในยามเกษียณอายุ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของบริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ประสบการณ์การทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพการสมรส
2. พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ความถี่ในการลงทุน มูลค่าเงินลงทุน ช่องทางการลงทุน และช่วงเวลาในการลงทุน

ตัวแปรตาม คือ

1. ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ขอบเขตด้านประชากร

พนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

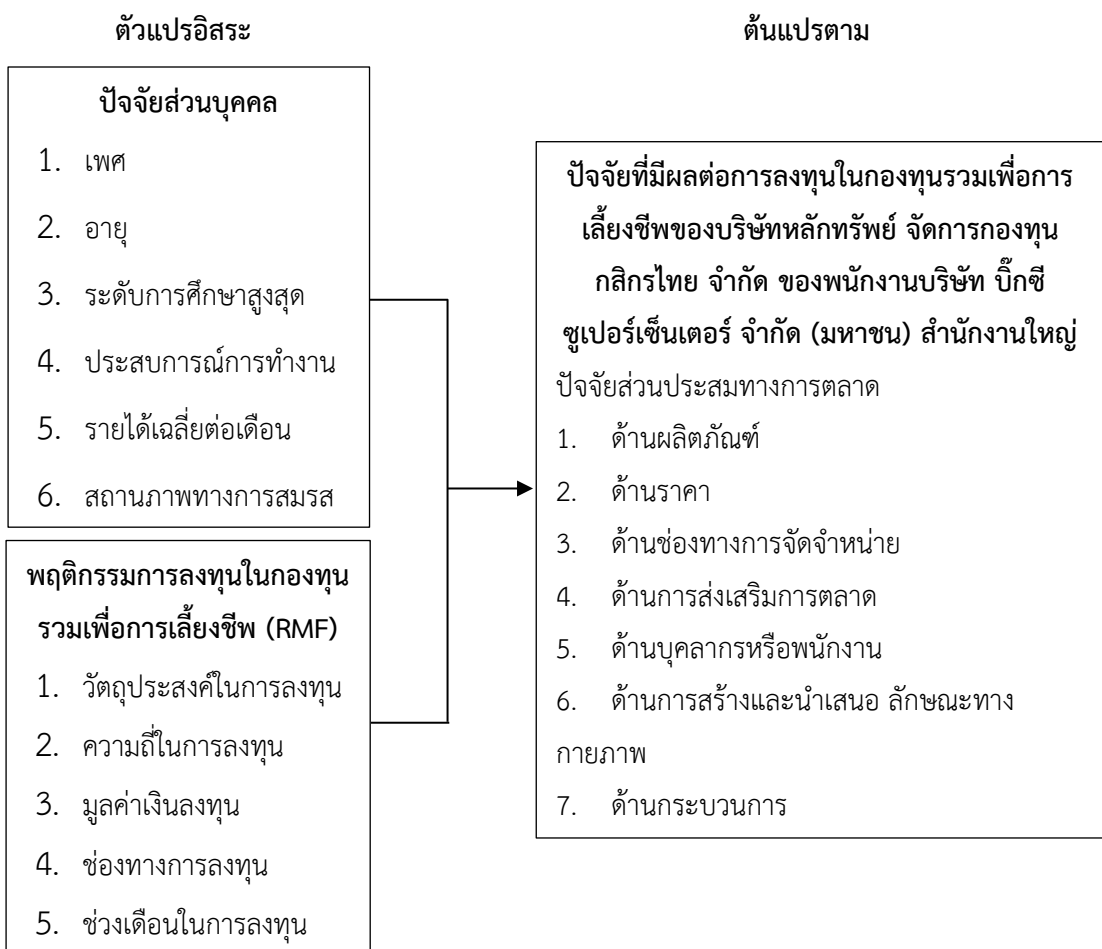
ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม - เดือนมิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่จะได้รับ

1. ให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กลีกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยและพัฒนา ต่อยอดการทำวิจัยทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการลงทุนในกองทุนรวม ประเภทอื่นๆต่อไป

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

(Kotler and Keller, 2016 อ้างถึงใน สุรัสวดี มนตรีภักดี, 2560) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ กิจกรรมมักนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและเพิ่มแรงจูงใจให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย (4Ps) คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ

ในกลุ่มธุรกิจบริการ (Service Business) เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ไม่มีตัวตน (Intangible Product) จึงมีการกำหนดปัจจัยเพิ่มอีก 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและปัจจัยด้านกระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ รวมเป็นแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา, 2557, อ้างอิงใน สุรัสวดี มนตรีภักดิ์, 2560) ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่นำมาเสนอขายให้แก่ลูกค้า เพื่อตรงกับความต้องการ และเกิดความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ของงานบริการส่วนใหญ่จะไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible) อาจจะเป็นการให้บริการให้คำปรึกษา ความสะดวกรวดเร็ว หรือเป็นการให้บริการการลงทุนในกองทุน

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่วัดในรูปแบบของมูลค่าของตัวเงิน เพื่อให้ลูกค้าเปรียบเทียบคุณค่า (Value) กับราคา (Price) โดยลูกค้าจะทำการเปรียบเทียบแล้วพบว่าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเพียงพอกับราคาแล้วนั้นลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าหรือบริการแก่ลูกค้าหรือผู้บริโภค โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีจะต้องเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ง่าย เช่น สามารถซื้อได้หลากหลายช่องทาง ตั้งอยู่ในทำเลย่านชุมชน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง ส่วนประกอบของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่ใช้ในการสื่อสาร แจ้งข่าวสาร เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้าในการเลือกที่ใช้สินค้าหรือบริการ โดยอาศัยกระบวนการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างองค์กรและลูกค้าเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจและเห็นคุณค่าของสิ่งที่เสนอขาย

5. ด้านบุคลากร (People) หมายถึง บุคคลที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งส่งผลต่อการให้บริการหรือสินค้าของบริษัทที่จะส่งต่อไปยังลูกค้า ดังนั้น บุคคลที่เกี่ยวข้องจะต้องปฏิบัติตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่โดยสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นองค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการที่สำคัญปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นความประทับใจแรก (First Impression) สำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอ

7. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง การอาศัยกระบวนการบางอย่างเพื่อส่งการบริการให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และก่อให้เกิดความประทับใจของลูกค้า รวมถึงการนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้องทันเวลา และตรงตามกฎเกณฑ์นโยบายที่ทางบริษัทได้กำหนดเอาไว้

ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)

(www.set.or.th) กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund) หรือกองทุนรวม RMF เป็นกองทุนรวมประเภทหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวสำหรับการดำรงชีพในวัยเกษียณ โดยผู้ลงทุนสามารถนำเงินลงทุนมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้สูงสุดไม่เกิน 500,000

บาทต่อปี เมื่อปฏิบัติตามเงื่อนไขการลงทุนทั้งนี้ในการจัดตั้งกองทุนรวม RMF มีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริม “การออม” ในระยะยาวของประชาชน เพื่อจะได้มีเงินก้อนหนึ่งไว้ใช้เลี้ยงดูตนเองเมื่อยามเกษียณอายุการทำงาน หรือมีเงินจำนวนหนึ่งเอาไว้ใช้เมื่อถึงวัยที่ไม่ได้ทำงานแล้ว

กองทุนรวม RMF เหมาะสมกับกลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพอิสระหรือลูกจ้างทั่วไป ซึ่งขาดโอกาสสะสมเงินเพื่อวัยเกษียณแบบปลอดภัย เพราะไม่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident Fund) มารองรับ และยิ่งเหมาะสมกับกลุ่มที่ต้องการสะสมเงินลงทุนเพิ่มขึ้นเพื่อชีวิตที่ดีกว่าในวัยที่เกษียณ แม้ว่าจะมีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident Fund) อยู่แล้วก็ตาม เพราะเงินจาก Provident Fund เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพในยามเกษียณอายุ การเก็บออมสะสมในวันนี้เพื่อลงทุนในกองทุนรวม RMF จึงทำให้ผู้ลงทุนได้รับประโยชน์ทางภาษีในปัจจุบัน และมีชีวิตที่ดีกว่าผู้มีเงินจำนวนไม่มากในวัยที่เกษียณแล้ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปาริชาติ โสภารัตน์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสาขาบัวลำภู โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสาขาบัวลำภูของลูกค้าและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสาขาบัวลำภู ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 26 – 35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพ เป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสาขาบัวลำภู มากที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านบุคคล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ตามลำดับ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสาขาบัวลำภู มากที่สุด คือด้านการรับรู้ปัญหา รองลงมาคือด้านการประเมินทางเลือก และด้านการค้นหาแหล่งข้อมูล ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล และด้านราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสาขาบัวลำภู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วสิน อินทรผูก (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปาง ในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ ประชาชนจำนวน 300 ราย ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ที่เคยลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ในอำเภอเมืองลำปาง สำหรับการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพและกองทุนรวมหุ้นระยะยาว พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีต่อผล

การตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดในลำดับแรกคือ ราคาหน่วยลงทุนมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือความเหมาะสมของการเรียกเก็บอัตราค่าธรรมเนียมในการบริหารกองทุน

ทรรศวรรณ จันทรสาय (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับ บลจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF ที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านภาพลักษณ์องค์กร ในการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุน จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการที่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้าน ยกเว้นด้านราคาแตกต่างกัน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เสาวลักษณ์ ใจสม (2557) ศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจของลูกค้ำในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการซื้อกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์ในศึกษากระบวนการตัดสินใจของลูกค้ำในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในการซื้อกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.94) ในปัจจัยย่อยให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางอันดับแรกคือการแจกของสมนาคุณแก่ผู้ลงทุน เช่น ลงทุนแล้วได้รับประกันรูปแบบต่างๆ รวมไปถึงด้วย เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.30) รองลงมาคือ การได้รับข้อมูลข่าวสารรายงานจากผู้จัดการกองทุนอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.98) และโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หน้าจอ ATM (ค่าเฉลี่ย 2.96)

อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ลงทุนในหน่วยลงทุนต่างประเทศ ผู้ลงทุนมีความแตกต่างกันในเรื่อง เพศ อายุ และระดับรายได้ กลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีความสนใจลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศอยู่ในระดับสูง โดยที่ช่วงอายุเฉลี่ย 31-40 ปีจะมีการตัดสินใจลงทุนสูงกว่าช่วงอายุอื่น และ ในเรื่องระดับรายได้ที่มีการตัดสินใจลงทุนในหน่วยลงทุนสูงสุด คือระดับรายได้เฉลี่ยที่ 50,000-70,000 บาทต่อเดือน สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในหน่วยลงทุนต่างประเทศ มีทั้งหมด 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลในการตัดสินใจลงทุนจากมากไปหาน้อย จะประกอบไปด้วยปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุดคือ ปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนและความปลอดภัยในการซื้อ-ขายกองทุน

โดยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการและการนำเสนอสารสนเทศ และปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงลบ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

สุรัสวดี มนตรีภักดิ์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยเลือกศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของนักลงทุนผ่านการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถาบันการเงินมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความน่าเชื่อถือ มีที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก เข้าถึงง่าย มีค่าระดับความคิดเห็นด้วยเฉลี่ย 4.26 และ 3.94 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์นั้น พบว่าระดับการศึกษาและอายุที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน

มุกดา ตติยศุภกรกุล (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกนโยบายการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพรูปแบบ Employee's Choice สมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ผลการศึกษาพบว่า ค่าสถิติ T-Test มีค่า Sig เท่ากับ 0.075 ซึ่งมีความมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานดังกล่าว คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกนโยบายการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพรูปแบบ Employee's Choice อย่างมีนัยสำคัญ

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 300 คน กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งกำหนดค่าความคลาดของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5% ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่ประชากรที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามที่เป็นกระดาษและผ่านทางออนไลน์โดยใช้ Google Form

2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม

3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมสำหรับการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 ด้านเพศ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 29.67 และเพศชาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 70.33 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคือ 36 - 40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 , 41 - 45 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 , ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 , 46 - 50 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.67 และ ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์การทำงาน 5 - 10 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ 11- 15 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 , 16 - 20 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.67 , 21 - 25 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 , น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และมากกว่า 25 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 50,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.67 รองลงมาคือ 50,001 - 80,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.33 , 80,001 - 100,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 , ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 , 150,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และ 100,001 - 150,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 55.33 รองลงมาคือสมรส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 และแยกกันอยู่ / หย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัท หลักทรัพย์ จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ อันได้แก่ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ความถี่ในการลงทุน มูลค่าเงินลงทุน ช่องทางการลงทุน ช่วงเดือนในการลงทุน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 ความคิดเห็นของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่ส่งผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัท หลักทรัพย์ จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.08$, $\bar{X} = 4.00$, $\bar{X} = 3.90$, $\bar{X} = 3.89$, $\bar{X} = 3.84$, $\bar{X} = 3.80$, $\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน กลสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 29.67 และเพศชาย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 70.33 ส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมาคือ 36 - 40 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 , 41 - 45 ปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 , ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 , 46 - 50 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.67 และ ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์การทำงาน 5 - 10 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ 11- 15 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 , 16 - 20 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.67 , 21 - 25 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 , น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และมากกว่า 25 ปี ขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 50,000 บาท จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 39.67 รองลงมาคือ 50,001 - 80,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 32.33 , 80,001 - 100,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 , ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 , 150,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และ 100,001 - 150,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 166 คน

คิดเป็นร้อยละ 55.33 รองลงมาคือสมรส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 และแยกกันอยู่ / หย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF)

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ ได้ศึกษาพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ความถี่ในการลงทุน มูลค่าเงินลงทุน ช่องทางการลงทุน ช่วงเดือนในการลงทุน

ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของบริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด ของพนักงานบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ กองทุน RMF ของ บลจ. กสิกรไทย เป็นสถาบันการเงินที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ กองทุน RMF ของ บลจ.กสิกรไทย มีหลักฐานการซื้อหน่วยลงทุนให้สม่ำเสมอ กองทุน RMF ของ บลจ.กสิกรไทยได้รับรางวัลจากสถาบันต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ กองทุน RMF ของ บลจ. กสิกรไทย มี NAV ต่อมูลค่าทรัพย์สินสุทธิเพิ่มขึ้นเป็นที่น่าพอใจ กองทุน RMF ของ บลจ.กสิกรไทย มีนโยบายการลงทุนที่ชัดเจนตรงตามหนังสือชี้ชวน กองทุน RMF ของ บลจ.กสิกรไทย มีผลตอบแทนย้อนหลังสูงอย่างสม่ำเสมอเมื่อเทียบกับกองทุน RMF อื่นตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารีชาติ โสภารัตน์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบิ๊กซี สุขสวัสดิ์

2. ด้านราคา

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ กองทุน RMF ของ บลจ.กสิกรไทย มีค่าธรรมเนียมในการซื้อ/ขาย/สับเปลี่ยนในระดับต่ำ กองทุน RMF ของ บลจ.กสิกรไทย มีค่าธรรมเนียมจัดการกองทุนในระดับที่เหมาะสมสอดคล้องกับประเภทการลงทุนตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วดิน อินทรผูก (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาด

บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปาง ในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ หรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สามารถซื้อกองทุน RMF ของ บลจ. กสิกรไทยได้หลากหลายช่องทาง วิธีการซื้อกองทุน RMF ของ บลจ. กสิกรไทย มีหลายช่องทาง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรรศวรณ จันทรสาຍ (2557) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับ บลจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ มีการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น Email ,Website ,หนังสือพิมพ์ เป็นต้น มีจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การให้หน่วยลงทุนหรือเงินคืนหากมีการลงทุนตามเกณฑ์ที่กำหนด มีการประชาสัมพันธ์บ่อยครั้งทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอ มีการจัดงานสัมมนาหรือมีการจัดส่งรายงานสรุปภาวะการลงทุนให้แก่พนักงานอยู่เสมอ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ ใจสม (2557) ศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อการซื้อกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน)

5. ด้านบุคลากรหรือพนักงาน

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานทางการตลาดให้บริการอย่างคล่องแคล่วสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว พนักงานทางการตลาดมีความน่าเชื่อถือ ผู้จัดการกองทุนของ บลจ.กสิกรไทย มีประสบการณ์และบริหารจัดการได้ดี พนักงานทางการตลาดสามารถให้คำปรึกษาเกี่ยวกับกองทุน RMF ได้ถูกต้อง ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ นายอรรถเดช เทพชัยณะวงศ์ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สถาบันการเงินมีภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือสูง ตัวแทนจัดจำหน่าย เช่นธนาคารพาณิชย์ มีภาพลักษณ์ที่ดีที่น่าเชื่อถือสูง สถาบันการเงินมีที่ตั้งที่เดินทางสะดวก สามารถเข้าถึงง่าย พนักงานทางการตลาด มีการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัสวดี มนตรีภักดิ์ (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

7. ด้านกระบวนการ

โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ขั้นตอนการซื้อกองทุนถูกต้องรวดเร็ว ขั้นตอนการซื้อกองทุน RMF ใช้เวลาไม่นาน กองทุน RMF มีการ

รายงานมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ(NAV) ตรงเวลาอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ มุกดา ตติยศุภกรกุล (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกนโยบายการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพรูปแบบ Employee's Choice

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ การสร้างความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ให้เป็นสถาบันการเงินที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ กล่าวคือ การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุน เป็นสิ่งที่ทางผู้บริหารจัดการกองทุนควรให้ความสำคัญมากที่สุด ควรมีนโยบายการลงทุนที่ชัดเจน มีการทำรายงานกระบวนการลงทุน และทรัพย์สินต่างๆที่ลงทุน ให้ผู้ลงทุนทราบอย่างสม่ำเสมอ, กองทุน RMF ของ บลจ.กสิกรไทย มีหลักฐานการซื้อหน่วยลงทุนให้สม่ำเสมอ เนื่องจากทำให้ผู้ลงทุนเชื่อมั่นในความถูกต้องของหน่วยลงทุนที่ผู้ลงทุนได้ซื้อขาย, ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงการได้รับรางวัลจากสถาบันต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการตัดสินใจลงทุนให้กับนักลงทุน

ด้านราคา

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ค่าธรรมเนียมในการซื้อ/ขาย/สับเปลี่ยนควรอยู่ในระดับต่ำ, ค่าธรรมเนียมจัดการกองทุน ควรอยู่ในระดับที่เหมาะสมสอดคล้องกับประเภทการลงทุน เนื่องจาก การมีค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม สอดคล้องกับประเภทของการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) จะส่งผลให้ผู้ลงทุนมีการตัดสินใจลงทุนได้ง่ายขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ บริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน ควรมีการประชาสัมพันธ์ช่องทางการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ได้หลากหลายช่องทาง เช่น Website / Internet Banking หรือตัวแทนจำหน่ายหน่วยลงทุน โดยประชาสัมพันธ์การซื้อขายกองทุนผ่านระบบซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีความสะดวก ใช้งานง่ายและรวดเร็ว, ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงวิธีการซื้อกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) มีหลายช่องทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ควรสร้างภาพลักษณ์ให้กับพนักงานทางการตลาดมีความน่าเชื่อถืออยู่ตลอดเวลา โดยพนักงานต้องมีความรู้ในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF), ผู้จัดการกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ควรมีประสบการณ์และบริหารจัดการได้ดี เนื่องจากสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ลงทุนได้เป็นอย่างดี

ด้านบุคลากรหรือพนักงาน

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ พนักงานทางการตลาดควรให้บริการอย่างคล่องแคล่วสามารถแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากสามารถทำให้ผู้ลงทุนประทับใจในการให้บริการ, พนักงานทางการตลาดต้องมี

ความน่าเชื่อถือ โดยมีการจัดฝึกอบรม การฝึกฝน และทดสอบความรู้ความสามารถของพนักงานทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ สถาบันการเงินควรมีภาพลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือสูง กล่าวคือ บริษัทหลักทรัพย์ จัดการกองทุน ต้องให้ความสำคัญในเรื่องความน่าเชื่อถือขององค์กร มีการดำเนินการที่โปร่งใส เนื่องจากความเชื่อมั่นจะส่งผลต่อการลงทุนของนักลงทุน, ตัวแทนจัดจำหน่ายต้องมีความน่าเชื่อถือ

ด้านกระบวนการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ควรมีขั้นตอนการซื้อกองทุนถูกต้องรวดเร็ว กล่าวคือ ระบบการซื้อขายต้องมีความเสถียร และสามารถตรวจสอบรายการย้อนหลังได้ รวมถึงระบบงานแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า เป็นต้น, ควรมีขั้นตอนการซื้อกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ที่ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่ายและใช้เวลาไม่นานในการซื้อขายกองทุน

บรรณานุกรม

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (26 พฤษภาคม 2563). เงื่อนไขการลงทุนในกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ.

เข้าถึงได้จาก : www.set.co.th

ทรรศวรรณ จันท์สาย. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับ บลจ.

บัวหลวง : กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเนชั่น.

ปาริชาติ ไสภารัตน์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุโขสวัสดิ์. มหาวิทยาลัยสยาม.

มุกดา ตติยศุกรกรกุล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกนโยบายการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพรูปแบบ Employee's Choice. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วศิน อินทรผูก. (2555). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุรัสวดี มนตรีภักดิ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสาวลักษณ์ ใจสม. (2557). กระบวนการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการซื้อกองทุนรวมของ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงเทพ (มหาชน) จำกัด. มหาวิทยาลัยเนชั่น.

อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.