

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ของลูกค้า
ในเขตจังหวัดปทุมธานี

*FACTORS AFFECTING CUSTOMERS TO PURCHASE SSF SAVING FUNDS
VAIKRUNG THAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED*

วัชรพงษ์ คำมา

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Watcharapong Khumma

E-mail: 6114060048@rumail.ru.ac.th

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

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านการให้บริการ และ ด้านผลตอบแทนจากกองทุน โดยจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 ส่วนใหญ่ มีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 ส่วนใหญ่มีการศึกษา สูงสุดเป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 ส่วนใหญ่เป็นมี อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน อยู่ที่ 20,001 – 35,000 จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5

ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ของ ลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ใน ระดับมากที่สุด คือด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านผลตอบแทนจาก กองทุน ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการ และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ; กองทุน SSF

ABSTRACT

The research of Factors affective customers to purchase SSF Saving Funds via Krung Thai Bank Public Company Limited in Pathum Thani Province. The objective is to study Factors affective customers to purchase SSF Saving Funds via Krung Thai Bank Public Company Limited in Pathum Thani Province. The factors of research included Product, Marketing Channel, Marketing Promotion, Price, Service and Fund return. That are classified by Personal factors were including sex, age, education, occupation, salary, and type of income. The samples used in this research amount of 400 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 results that all respondents of 400 people. Most are female 226 peoples representing 56.5%. Most aged not over 30 years old 103 peoples representing 25.8%. Most are bachelor's degree

level 282 peoples representing 70.5%. Most are government/state enterprise 221 people representing 55.3%. Most have average income per month 20,001-35,000 baht have 202 peoples representing 50.5%.

Factors affective customers to purchase SSF Saving Funds via Krung Thai Bank Public Company Limited in Pathum Thani Province overall is high level. Considering in each, found that the over highest level is Marketing promotion, and the aspect at a high level is Fund return, Price, Product, Service and Marketing channel respectively.

Keywords: Factors affective to purchase; SSF Saving Funds.

บทนำ

จากการที่ทางรัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถออมเงินระยะยาวผ่านกองทุน SSF (Super Savings Fund) หรือที่เรียกว่า กองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว และผู้ที่ลงทุนในกองทุน จะได้รับสิทธิประโยชน์ลดหย่อนภาษีเงินได้ประเภทบุคคลธรรมดา จึงทำให้แต่ละธนาคารพาณิชย์ แข่งขันกันเสนอขายกองทุนรวมเพื่อการออมทั้งแบบปกติและแบบพิเศษ โดยการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ทั้งโปรโมชั่นการใช้คะแนนสะสมจากบัตรเครดิตเพื่อเป็นส่วนลดในการซื้อกองทุน

จากการที่ธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ได้ออกจำหน่ายกองทุน SSF ผ่านบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทยจำกัด (มหาชน) และได้มีการประชาสัมพันธ์ โฆษณาผ่านสื่อประเภทต่างๆ ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ และผ่านช่องทางจำหน่ายตามสาขาธนาคาร รวมทั้งกลุ่มเครือข่ายของทางธนาคาร เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สนใจลงทุนในกองทุน SSF ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของทางธนาคาร ที่สนใจลงทุนในกองทุน SSF ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านการให้บริการ และด้านผลตอบแทนจากกองทุน

ขอบเขตด้านประชากร

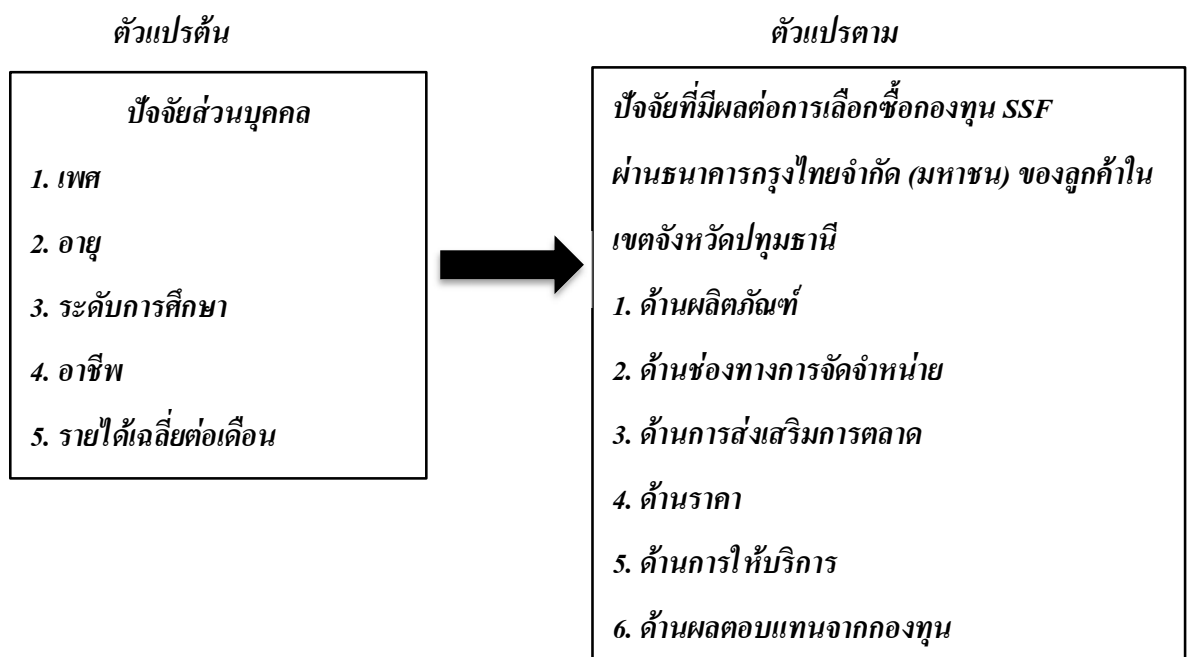
ประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่เคยซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

ขอบเขตระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะทำการวิจัย ตั้งแต่ พฤษภาคม – มิถุนายน 2563

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถนำผลการวิจัยที่ได้ใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ให้กับฝ่ายขายและการตลาด ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ในการวางแผนการตลาดเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้ตรงกับกลุ่มลูกค้า



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทางการตลาด

ในการจะออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งเข้าสู่ตลาดนั้นเราจำเป็นต้องเข้าใจถึงการเลือกตลาดและกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ที่ให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งแนวคิดทฤษฎีทางการตลาดได้กล่าวถึงหลักการ 4Ps (อั้งอิง หนังสือแปล เรียนลัดการตลาด MBA Harvard แปลและเรียบเรียงจาก

What is Marketing Alvin J. Silk แปลและเรียบเรียงโดย ปฏิผล ตั้งจักรวานนท์ และ วีรวิฑู มาณะศิรา
 นนท์ :2556) เรียงลำดับ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) การตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์นั้นต้องเริ่มจากการทำความเข้าใจว่า
 ผลิตภัณฑ์คืออะไร เนื่องจากการเสนอขายผลิตภัณฑ์ไม่ได้ครอบคลุมอยู่แค่เพียงตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าว
 เท่านั้น แต่มันยังรวมไปถึงคุณประโยชน์โดยรวมทั้งหมดที่ถูกค้ำจุนไว้ด้วย

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Marketing Channel) คือกลุ่มของเครื่องมือ หรือเครือข่ายที่องค์กร
 ใช้สำหรับการเข้าสู่ตลาด หรือติดต่อกับลูกค้าเพื่อดำเนินการหลายๆ อย่างตั้งแต่การสร้างอุปสงค์ไป
 จนถึงการจัดส่งสินค้า โดยความต้องการของลูกค้านั้นจะเป็นตัวกำหนดช่องทางการตลาดที่จำเป็น

3. การส่งเสริมการตลาด (Marketing Promotion) วิธีการในการติดต่อกับลูกค้า เพื่อ
 เสริมสร้างความตระหนักต่อผลิตภัณฑ์ความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ความสนใจในการซื้อ
 ความเป็นไปได้ในการทดลองของผลิตภัณฑ์ และ/หรือการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวซ้ำ

4. การกำหนดราคา (General Pricing Approaches) คือการค้นหาระดับราคาโดยประมาณอย่าง
 สมเหตุสมผล เพื่อใช้ในการเริ่มตั้งราคา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐกร เลาหสงคราม (2555) พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของคนวัยทำงาน
 ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่านักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ ระหว่าง 21-30 ปี
 สถานภาพโสด มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้ (ต่อเดือน)
 75,001 บาท ขึ้นไป ความคิดเห็นของนักลงทุนเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อการ
 ลงทุนด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมีอิทธิพลมาก ด้านราคาและต้นทุนอยู่ในระดับมีอิทธิพลมาก ด้าน
 ช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมีอิทธิพลมาก และด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมีอิทธิพลมาก

ทิพพญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์
 จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย
 มีช่วงอายุระหว่าง 20-30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ต่อเดือนที่

10,001 - 20,000 บาท และประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้าและปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ทรรศวรรณ จันทรสาय (2557) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับบลจ.บัวหลวง ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001-60,000 บาท ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF ที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย

อรรถเดช เทพชัยชนะวงศ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ของผู้ลงทุนในหน่วยลงทุนต่างประเทศ ผู้ลงทุนมีความแตกต่างกันในเรื่องเพศ อายุ และระดับรายได้ กลุ่มตัวเพศชาย มีความสนใจลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศอยู่ในระดับสูง โดยที่ช่วงอายุเฉลี่ย 31-40 ปี จะมีการตัดสินใจลงทุนสูงกว่าช่วงอายุอื่น และในเรื่องระดับรายได้ที่มีการตัดสินใจลงทุนในหน่วยลงทุนสูงสุดคือระดับรายได้เฉลี่ยที่ 50,000-70,000 บาทต่อเดือน สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในหน่วยลงทุนต่างประเทศ มีทั้งหมด 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลในการตัดสินใจลงทุนจากมากไปหาน้อยจะประกอบไปด้วย ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวก สูงสุดคือ ปัจจัยด้านอัตราผลตอบแทนและความปลอดภัยในการซื้อ-ขายกองทุน โดยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการและการนำเสนอสารสนเทศและปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงลบ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

ฉัตรแพร พูนเอียด (2558) ปัจจัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ลงทุนในกลุ่มอายุ 46-55 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,000-75,000 บาท การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ

การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ผู้ลงทุนให้ความสำคัญระดับมากที่สุด คือ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีและรองลงมาให้ความสำคัญในระดับมากในด้านราคาหน่วยลงทุนที่เหมาะสมกับผลตอบแทนที่ได้รับ มีโฆษณาตามสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ บุคคลากรมีความรวดเร็วในการให้บริการ และปัจจัยที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยในการซื้อหน่วยลงทุนที่ธนาคาร ตามลำดับ

พระราชกร จิรภิญโญ (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-60,000 บาท และด้านผลตอบแทนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านข้อมูลและช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการให้บริการไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิธีดำเนินงาน

เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ (*Quantitative Research*) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (*Survey Research*) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (*Questionnaire*)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตจังหวัดปทุมธานี ที่เคยซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตร *W.G. Cochran (1953)* ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ดังนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (*Nonprobability Sampling*) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามบังเอิญ (*Accidental Sampling*)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มประชากรเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งในรูปแบบเอกสาร และแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์
2. ตอบข้อซักถามบางประการที่ผู้ตอบสอบถามอาจต้องการคำอธิบายเพิ่มเติม
3. เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว เพื่อนำไปจัดทำและเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ที่ห้ทันระยะเวลาตามที่กำหนดไว้ในขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์เพื่อการบรรยายปัจจัยส่วนบุคคล
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี
3. ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขตจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคล มีผู้ตอบคำถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และเพศชาย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่เป็น มีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาคือ 36-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ,31-35 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ,41-45 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และมากกว่า 45 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ ด้านการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดเป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาคือสูงปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และต่ำกว่าปริญญาตรี

จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ,เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และ อื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 20,001 – 35,000 บาท จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5, มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ายุคใหม่ในเขตจังหวัดปทุมธานี 6 ด้าน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านการให้บริการ ด้านผลตอบแทนจากกองทุน ด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 4.26$) และด้านที่อยู่ระดับมาก คือ ด้านผลตอบแทนจากกองทุน ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการ และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.96, \bar{X} = 3.85, \bar{X} = 3.84, \bar{X} = 3.76, \bar{X} = 3.74$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ของลูกค้ายุคใหม่ในเขตจังหวัดปทุมธานี มีผู้ตอบคำถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และเพศชาย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาคือ 36-40 ปี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ,31-35 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ,41-45 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และมากกว่า 45 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดเป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 282 คน คิดเป็น

ร้อยละ 70.5 รองลงมาคือสูงปริญญาตรี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 รองลงมาคือ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ,เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และ อื่นๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ คน ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 20,001 – 35,000 บาท จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ ไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5, มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และ 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อกองทุน SSF ผ่านธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) ของลูกค้าในเขต จังหวัดปทุมธานี

ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านการส่งเสริมการตลาด แต่ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับต่ำมาก คือ ด้านผลตอบแทนจากกองทุน ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการให้บริการ และด้านผลตอบแทนจากกองทุน ตามลำดับ

อภิปรายการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สัดส่วนของประเภททรัพย์สินที่ลงทุนมีความเหมาะสมธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) มีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงด้านบริหารกองทุน ผลการดำเนินงานและรางวัลที่ บลจ. กรุงไทย ได้รับที่ผ่านมา ความหลากหลายของประเภทกองทุน มีนโยบายในการจ่ายปันผลอย่างต่อเนื่อง และ กองทุนมีนโยบายและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดี ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทิพพญาณ์ อัครพงษ์โสภณ

(2556) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ สามารถซื้อขายกองทุนได้ที่สาขาของธนาคารกรุงไทยทุกสาขา ที่ตั้งสาขานานาชาติ เดินทางได้สะดวก และกระจายทั่วเขตจังหวัดปทุมธานี และมีช่องทางในการซื้อขายกองทุนที่หลากหลาย เช่น *Krungthai NEXT* และ *KTAM Smart trade app* ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทรรศวรรษ อันทร์สาย

(2557) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับบลจ.บัวหลวง

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างทั่วถึง เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ต่างๆ สามารถใช้คะแนน *KTC FOREVER* ในการแลกซื้อหน่วยกองทุน มีการจัดอบรมสัมมนาความรู้ให้แก่ลูกค้าผ่าน *KTAM TV online* มีการร่วมออกบูธตามงานมหกรรมการเงินต่างๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีความคิดเห็นในระดับมาก คือ มีการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย ทั้งการสะสมคะแนนในการแลกของรางวัล มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ และข้อมูลชี้ชวนกองทุนที่เข้าใจง่าย สามารถดูข้อมูลกองทุนได้หลายช่องทางทั้ง *Krungthai NEXT* และ *KTAM Smart trade app* ตามลำดับ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ณิชกร เลาหสงคราม (2555) พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร

4. ด้านราคา

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ ค่าธรรมเนียมในการซื้อ-ขาย กองทุน มีความเหมาะสม อัตราค่าธรรมเนียมในการบริหาร กองทุนมีความเหมาะสม และ ราคาขายต่อหน่วย มีความเหมาะสม ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ฉัตรแพรว พูนเอียด (2558) ปัจจัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ด้านการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก คือ พนักงานธนาคารให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ลงทุน บริการหลังการขายที่ดี สามารถสอบถามผ่าน Call Center เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที การทำธุรกรรมต่างๆ เกี่ยวกับกองทุน เช่น เปิดบัญชี, ชื้อ, ขายสามารถทำได้สะดวก รวดเร็วผ่านสาขา การซื้อกองทุนผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ สามารถทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว พนักงานธนาคารสามารถให้ความรู้เกี่ยวกับกองทุน ได้้อย่างละเอียดและเข้าใจง่าย มีการบริการเปรียบเทียบข้อมูลกองทุน เพื่อให้ในการตัดสินใจ ก่อนซื้อกองทุน สามารถสอบถามข้อมูลกองทุนผ่านสื่อออนไลน์ได้หลายช่องทางทั้ง Facebook, Line และ Twitter มีการจัดส่งรายงานข้อมูลของกองทุนอย่างสม่ำเสมอ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรชกร จิรปัญญา (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

6. ด้านผลตอบแทนจากกองทุน

โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด คือ ได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี ในการนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้ ส่วนความคิดเห็นในระดับมาก คือ มีการจ่ายเงินปันผลตามนโยบายกองทุน อย่างสม่ำเสมอ กำไรจากการขายหน่วยลงทุน เมื่อครบระยะเวลาถือครอง และ ได้รับผลตอบแทนที่สูงกว่าการฝากเงินออมทรัพย์ ตามลำดับ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อรรถเดช เทพชัยชนะวงศ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ สักส่วนของประเภททรัพย์สินที่ลงทุนมีความเหมาะสม กล่าวคือควรมีการระบุ กลุ่มประเภทหลักทรัพย์ หรือตัวหลักทรัพย์ที่เข้าไปลงทุน และการแบ่งจำนวนเปอร์เซ็นต์ของประเภท

ทรัพย์สินที่เข้าลงทุนในหนังสือชี้ชวน ให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้ลงทุนทราบข้อมูล และสามารถติดตามผลการกำหนดของหลักทรัพย์นั้นๆ ได้โดยตรงอีกทางหนึ่ง และเป็นการให้ความมั่นใจกับผู้สนใจลงทุนว่า กลุ่มประเภทของหลักทรัพย์ และตัวหลักทรัพย์ที่เข้าไปลงทุน ผ่านกองทุน SSF มีความเหมาะสมจริง,

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ สามารถซื้อขายกองทุนได้ที่สาขาของธนาคารกรุงไทยทุกสาขา กล่าวคือที่สาขาธนาคารควรมีจุดให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับกองทุน และมีพนักงานที่ดูแลด้านกองทุนโดยเฉพาะ เพื่อให้ข้อมูลการลงทุนที่ถูกต้อง ก่อนที่ผู้ลงทุนจะทำการซื้อขายกองทุน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะ ในการทำโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ บางทีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ทางธนาคารต้องการให้ทราบข้อมูลอาจจะไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารของกองทุน จึงทำให้ผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ควรมีการทำแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจากผู้ซื้อกองทุนทุกครั้งว่าได้รับข้อมูลข่าวสารของกองทุนผ่านสื่อชนิดไหน และนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ว่าสื่อประเภทไหนที่กลุ่มผู้ลงทุนติดตามมากที่สุด เพื่อใช้ในการส่งเสริมการตลาดได้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ธนาคารต้องการข้อมูลต่างๆ ของกองทุน ให้กับบุคคลอื่นๆ ลูกค้าที่เป็นสมาชิกท่านนั้น อาจจะได้รับคะแนนพิเศษหรือส่วนลด เพื่อใช้ในการซื้อกองทุนได้

ด้านราคา

ข้อเสนอแนะ ค่าธรรมเนียมในการซื้อ-ขาย ควรมีการระบุจำนวนเงินที่หักค่าธรรมเนียม ที่แน่นอน โดยยกตัวอย่างการหักค่าธรรมเนียมให้ผู้ลงทุนเข้าใจ ซึ่งปัจจุบันระบุไว้ที่ไม่เกินร้อยละ 3.21

ด้านการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ พนักงานธนาคารทุกคน ควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกองทุน เพื่อสามารถให้คำปรึกษาแก่ผู้สนใจเข้ามาซื้อกองทุน ได้ทันที และลูกค้าจะได้ไม่ต้องเสียเวลาในการมานั่งรอฟังคำแนะนำ และยังเพิ่มโอกาสในการขายกองทุนได้มากขึ้น ฝ่ายบุคคลควรจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน) ออกจำหน่ายกับพนักงานประจำสาขาธนาคารทุกระดับ

ด้านผลตอบแทนจากกองทุน

ข้อเสนอแนะ นอกจากสิทธิประโยชน์ทางภาษี ที่นำมาหักลดหย่อนภาษีแล้ว ทางกองทุนอาจจะมีการจูงใจเพิ่มเติมแก่ผู้ลงทุน เช่น หากยอดรวมที่จะนำมาหักลดหย่อนภาษีประจำปี เกินวงเงินในการหักลดหย่อนภาษี อาจจะมีการมอบบัตรกำนัลพิเศษสำหรับกลุ่มนักลงทุนกลุ่มนี้ เพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการซื้อกองทุนเพิ่มเติม

บรรณานุกรม

- ฉัตรแพร พูนเอียด (2558) ปัจจัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐกร เลาหสงคราม (2555) พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทรรศวรรณ จันทร์สาย (2557) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับ บลจ.บัวหลวง.มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ทิพพญาณ์ อัครพงศ์โสภณ (2556) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์จำกัด (มหาชน).มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรธกร จิรภิญโญ (2559) ปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- หนังสือแปล เรียนลัดการตลาด MBA HARVARD แปลและเรียบเรียงจาก “What is Marketing” แปลและเรียบเรียงโดย ปฏิพล ตั้งจักรวรรานนท์ และ วีรวิช มามะศิริรานนท์ (2556)
- อรรถเดช เทพชัยชนะวงศ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุน ต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.