การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

Decision Making to Savings by Investing in Mutual Funds of Population Who have Savings in Bangkok

นางสาวฐิตาภา วงศิลป์
สาขาการเงินการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ
E-mail: thitapha50@gmail.com
Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์(1)เพื่อศึกษาการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านการลงทุน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และใช้สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ (LSD)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยด้านการลุงทุนพบว่าประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหาครที่มี ปัจจัยด้านนโยบายการลงทุนต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหาครต่างกัน

ABSTRACT

The purpose of this research is to (1) To study the Decision Making to Savings by Investing in Mutual Funds of Population Who have Savings in Bangkok. (2) To study the factors of marketing mix Influencing decision to save money through investment in mutual funds of the population who have savings in Bangkok. (3) To study the decision to save money through investing in mutual funds of the population who have savings in Bangkok.

Classified by investment factors. The sample group used in this research is a population of 400 people with savings in Bangkok, using questionnaire as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation by testing the hypothesis by using multiple regression statistics and one-way variance statistics (One-way ANOVA), if differences are found by using LSD methods.

The hypothesis test found that the marketing mix affect the Decision Making to Savings by Investing in Mutual Funds of Population Who have Savings in Bangkok. And the investment factors the hypothesis test found the Population Who have Savings in Bangkok with different Investment factors has different effects on the Decision Making to Savings by Investing in Mutual Funds of Population Who have Savings in Bangkok with different.

บทนำ

การออมถือว่ามีความสำคัญต่อชีวิตและเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารการเงิน ซึ่งต้องมีระบบแบบแผนและระเบียบวินัยในการเก็บออม เพราะในอนาคตเราไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะมีอะไรเกิดขึ้น เช่น การเจ็บป่วย อุบัติเหตุ การมีรายจ่ายมากกว่ารายรับ วิกฤติเศรษฐกิจ ภาวะเงินเฟ้อเป็นต้น ระบบแบบแผนการออมจะเป็นหลักประกันให้กับตนเองและครอบครัว โดยการจัดสรรสัดส่วนรายได้ส่วนหนึ่งสำหรับการออมไว้เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ได้แก่ การออมเพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายกรณีเจ็บป่วยหรือกรณีที่ต้องใช้จ่ายเร่งด่วน การออมเพื่อนำไปใช้จ่ายในสิ่งที่ต้องการ การออมเพื่อลดภาระของลูกหลาน การออมเพื่อบริหารภาษีและการออมเพื่อการลงทุน เป็นต้น (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน, 2558) หากเกิดวิกฤติการณ์ทางการเงินเพราะเราไม่สามารถควบคุมปัจจัยภายนอกได้ การวางแผนทางการเงินนั้น จึงเป็นเรื่องที่ไม่ควรจะมองข้าม การออมนับเป็นสิ่งสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยการออมเป็นแหล่งสำคัญของการนำเงินไปลงทุนเพื่อการพัฒนาต่อไป นอกจากนี้ การออมยังเป็นการคุ้มครองตนเองในทางสังคมสำหรับบุคคลตั้งแต่วัยเริ่มทำงานจนถึงวัยเกษียณอายุ ในปัจจุบันแม้ว่าอัตราการออมต่อ GDP ของประเทศไทยถูกจัดว่าอยู่ในระดับต้นของภูมิภาคอาเซียน แต่เมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว อัตราการออมดังกล่าวของไทยยังอยู่ในระดับที่สามารถพัฒนาให้ดีขึ้นได้ โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งคนที่อยู่ในวัยเริ่มทำางาน มักจะไม่มีการออมเพื่อวางแผนทางการเงินในระยะยาว แต่เลือกที่จะมองหาเป้าหมายการออมในระยะสั้น อีกทั้งยังมีการออมด้วยเงินสด ในรูปของเงินฝากธนาคารมากกว่าที่จะเป็นการออมในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบการออมเงินของประชาชนได้พัฒนาจากอดีตไปมาก จากอดีตที่ออมเงินด้วยวิธีการฝากเงินในบัญชีธนาคารเป็นหลัก แต่หลังจากประเทศไทยผ่านวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งใน ปี พ.ศ.2540 ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากปรับตัวลงอยู่ในระดับต่ำเป็นเวลายาวนานถึงปัจจุบัน อีกทั้งอัตราเงินเฟ้อที่ทำให้ค่าของเงินออมลดลงจากการที่สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้นประชาชนจึงหันมาให้ความสนใจการออมเงินในรูปแบบอื่นๆที่สามารถสร้างผลตอบแทนดีกว่า โดยการนำเงินออมไปลงทุนในหุ้นหรือทองคำ เป็นต้น ซึ่งการลงทุนในหุ้นหรือทองคำนั้นมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่สูง สถาบันการเงินจึงได้เสนอช่องทางการลงทุนต่างๆ โดยสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีกว่าและมีความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น กองทุนรวมประเภทต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการลงทุนสำหรับผู้ลงทุนรายย่อย ที่ประสงค์ลงทุนในตลาดทุน แต่มีเงินทุนจำนวนจำกัดไม่สามารถกระจายการลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทต่างๆได้มากพอ ไม่มีประสบการณ์ ขาดความรู้และความชำนาญในการลงทุน การลงทุนผ่านกองทุนรวมที่บริหารกองทุนโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ที่เป็นมืออาชีพจึงเป็นเครื่องมือการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนรับได้ดังนั้นการลงทุนในกองทุนรวมจึงเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มความมั่งคั่งของผู้ลงทุนรายย่อย เนื่องจากกองทุนรวมลงทุนได้ด้วยเงินเพียงหลักพันบาท สามารถเลือกลงทุนได้ตามระดับความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนรับได้ ซึ่งระดับความเสี่ยงจะสอดคล้องกับผลตอบแทนที่จะได้รับ ซึ่งลักษณะกองกองทุนรวมคือ เป็นการรวบรวมเงินทุนจากนักลงทุนทั่วไป คนละเล็กคนละน้อย เพื่อรวมเป็นเงินก้อนขนาดใหญ่แล้วนำเงินที่รวบรวมนั้นไปลงทุนตามที่ได้ตกลงกับนักลงทุน กองทุนที่รวบรวมเงินที่ได้นี้จะได้รับการบริหารจัดการจากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนซึ่งมีหน้าที่ลงทุนแทนนักลงทุนหรือผู้ถือหน่วยลงทุนและมีการจัดตั้งผู้ดูแลผลประโยชน์เพิ่มขึ้นมาอีกซึ่งกฎหมายจะกำหนดเอาไว้ เพื่อคอยดูแลเงินกองทุนนั้นแทนนักลงทุนที่นำเงินมาลงทุนโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเรื่องการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

2.เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

3.เพื่อศึกษาการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยด้านการลงทุน

ขอบเขตงานวิจัย

1.เนื้อหาของการวิจัย (Research Content)

เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามมุ่งเน้นศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการออม ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรหรือพนักงาน การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และกระบวนการ ปัจจัยด้านการลงทุน ได้แก่ นโยบายการลงทุน ความเสี่ยง ผลตอบแทน และสิทธิประโยชน์ทางภาษี

2.ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเงินออมตั้งแต่ 5,000 บาท จำนวน 400 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.ตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านการลงทุน ประกอบด้วย ด้านนโยบายลงทุน ด้านความเสี่ยง ด้านผลตอบแทน และด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี

2.ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นข้อมูลที่ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้มีการออมและการวางแผนการเงินมากขึ้น รวมถึงเพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือสถาบันการเงิน เพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ซึ่งนำไปสู่นโยบายการลงทุนที่ตอบสนองความต้องการได้ถูกต้อง และนำเสนอทางเลือกที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดที่มีอยู่ให้สอดคล้องตามความต้องการของลูกค้าและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

บททวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix: 7Ps)

1.ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ กิจการนั้นจะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขาย อาจเป็นสินค้าที่มีตัวตนบริการความคิด (Idea) ที่จะตอบสนองความต้องการได้ การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นนักการตลาดมักจะศึกษาผลิตภัณฑ์ในรูปของผลิตภัณฑ์เบ็ดเสร็จ (Total Product) ซึ่งหมายถึง ตัวสินค้าบวกกับความพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น ผู้บริหารการตลาดจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นมาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นถึงการสร้างความพอใจให้แก่ผู้ บริโภคและสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะต้องศึกษาปัญหาต่างๆที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์หรือ สายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มหรือลดชนิดของสินค้าในสายผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ในเรื่องคุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขายการรับประกัน ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกมาจำหน่ายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มใด วงจรผลิตภัณฑ์ของสินค้ามีระยะเวลานานเท่าใด ในแต่ละช่วง เวลาของวงจรผลิตภัณฑ์นั้น นักบริหารการตลาดควรจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอย่างไร และเมื่อต้องการที่จะสร้างความเจริญก้าวหน้าให้แก่กิจการธุรกิจจะต้องมีการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สอด คล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างไร

2. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตผลิตขึ้นมาได้นั้น ถึงแม้ว่าจะมีคุณภาพดีเพียงใดก็ตาม ถ้าผู้บริโภคไม่ทราบแหล่งซื้อและไม่สามารถจะจัดหามาได้เมื่อเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคได้ ดังนั้นนักการตลาดจึงจำ เป็นต้องพิจารณาว่าที่ไหน เมื่อไร และโดยใครที่จะเสนอขายสินค้า การจัดจำหน่ายเป็นเรื่องที่ซับซ้อน แต่ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษา การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยตรงหรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่างๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่างๆ เช่น พ่อค้า ส่ง (Wholesalers) พ่อค้าปลีก (Retailers) และตัวแทนคนกลาง
(Agent Middleman) ที่มีต่อตลาดอีก ส่วนหนึ่งของกิจกรรมการจัดจำหน่ายสินค้า คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง(Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้าสื่อการขนส่งได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ และสินค้านั้นไป

ถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage) เพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

3. การกำหนดราคา (Price) เมื่อธุรกิจได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมา รวมทั้งหาช่องทางการ จัดจำหน่ายและวิธีการแจกจ่ายตัวสินค้าได้แล้ว สิ่งสำคัญที่ธุรกิจจะต้องดำเนินการต่อไป คือ การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไรหรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น อีกทั้งต้องมีการใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาที่จะทำให้เกิดการยอมรับจากตลาดเป้าหมายและสู้กับคู่แข่งขันได้ในการแข่งขันในตลาด กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือที่คู่แข่งขันนำมาใช้ได้ผลรวดเร็วกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่น การลดราคาหรืออาจตั้งราคาสินค้าให้สูงสำหรับสินค้าที่มีลักษณะพิเศษในตัวของมันเอง เพื่อแสดงภาพพจน์ที่ดี อาจใช้ผลทางจิตวิทยามาช่วยเสริมการตั้งราคา การตั้งราคาสินค้าอาจมีนโยบายการให้สินเชื่อหรือนโยบายการให้ส่วนลดเงิน สดส่วนลดการค้าหรือส่วนลดปริมาณ ฯลฯ นอกจากนั้นธุรกิจจะต้องคำนึงถึงกฎข้อบังคับทางกฎหมายที่จะมีผลกระทบต่อราคาด้วย ราคามูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์นั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไป ยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด เพื่อบอกให้ลูกค้าทราบว่ามีผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายในตลาด พยายามชักชวนให้ลูกค้าซื้อและเพื่อเตือนความทรงจำ กับตัวผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่งการส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญที่จะใช้อยู่ 4 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่า ส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) ได้แก่

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า การส่งเสริม การตลาดโดยวิธีนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุด แต่เสียค่าใช้จ่ายสูง

4.2 การโฆษณา (Advertising) หมายถึงรูปแบบของการจ่ายเงินเพื่อการส่งเสริมการตลาดโดยมิได้อาศัยตัวบุคคลในการนำเสนอหรือช่วยในการขาย แต่เป็นการใช้สื่อโฆษณา ประเภทต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเตอร์เน็ต (Internet) สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถ เข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึงกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขาย

และการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้าการแจกของตัวอย่าง แจกคูปองของแถม การใช้แสตมป์ เพื่อแลกสินค้าการชิงโชคแจกรางวัลต่างๆ

4.4 การเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ในปัจจุบันธุรกิจมักสนใจภาพพจน์ของกิจการ ธุรกิจได้ใช้เงินจำนวนมากเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพพจน์ของกิจการ ปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากาไร (Maximize Profit) เพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย (Social Objective) เพราะความอยู่รอดขององค์การธุรกิจจะขึ้นอยู่กับการยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคิด ว่าองค์การธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคมหรือผู้บริโภค เช่น การผลิตสินค้า แล้ว ปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำ หรือทำให้อากาศเป็นพิษก่อให้เกิดผลเสียแก่ส่วนรวม โดยมิได้หาวิธีแก้ไขจะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์การธุรกิจ
ดังนั้นผู้วิจัยให้ความหมายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การได้สิทธิพิเศษต่างๆที่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน จัดให้ลูกค้าที่ซื้อหน่วยลงทุนของกองทุนรวม หรือในโอกาส

5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) บุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการติดต่อแสวงหาลูกค้าการเสนอขายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความตั้งใจและตัดสินใจซื้อ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการเสนอขายหน่วยลงทุนกองทุนรวม ล้วนแต่มีความสำคัญทั้งนั้นไม่ว่าจะเป็นผู้จัดการกองทุนที่มีหน้าที่ในการบริหารเงินลงทุนให้งอกเงย เจ้าหน้าที่ทางการตลาด ตัวแทนในการจัดจำหน่ายที่มีความรู้ เหมาะสม ให้คำแนะนำการลงทุนที่ถูกต้อง ไม่บิดเบือนจากความจริง

6. สร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) หรือต้องแสดงให้เห็นคุณภาพของบริการสำหรับการให้บริการทางการเงินจะต้องมีภาพลักษณ์ที่มีความน่าเชื่อถือสูง มีที่ตั้งที่เป็นหลักแหล่ง ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้ เช่น ธุรกิจโรงภาพยนตร์ ต้องพัฒนาลักษณะทาง กายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value Proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาดความรวดเร็วในการจำน่ายตั๋ว หรือคุณประโยชน์อื่น

7. กระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ วิธีการและงานที่ปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอกับลูกค้าเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ กระบวนการ (Process) เป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของ ผลิตภัณฑ์โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี กลยุทธ์ที่สำคัญสาหรับการบริการ คือเวลาและ ประสิทธิภาพในการบริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในกาส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติการเพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีแบบแผนเดียวกันและงานที่ได้ต้องดีมีประสิทธิภาพและคุณภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วศิน อินทรผูก (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ผลการศึกษาพบว่า ด้านพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ หรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว มีระดับความรู้ความเข้าใจน้อยด้านการลงทุน โดยมีประสบการณ์การลงทุนในหลักทรัพย์ 1-5 ปี ส่วนใหญ่ประเภทกองทุนที่ลงทุนคือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)เท่านั้น โดยเน้นลงทุนตราสารหนี้ผสมตราสารทุน วัตถุประสงค์ที่ลงทุนเพื่อผลประโยชน์ที่จะได้รับทางภาษีอากร และสามารถยอมรับความเสี่ยงได้ในระดับหนึ่งเพื่อเพิ่มโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้นในระยะยาวจากการลงทุน โดยมูลค่าการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ต่อปี ไม่เกิน 50,000 บาท การหาข้อมูลก่อนการลงทุนจากคาแนะนำจากเจ้าหน้าที่ของสถาบันการเงิน เช่น เจ้าหน้าที่ของธนาคาร โดยมีเพื่อน/คนรู้จัก และพนักงานธนาคาร เป็นผู้ที่ชักชวนลงทุน ส่วนใหญ่ลักษณะการลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ หรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาวจะซื้อช่วงสิ้นปี และธนาคารที่เลือกลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ หรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาวมากที่สุด คือธนาคารไทยพาณิชย์ผลการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพและกองทุนรวมหุ้นระยะยาว มีดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากลำดับแรกคือ ผลการดำเนินงานของกองทุน รองลงมา สับเปลี่ยนกองทุนได้โดยไม่มีค่าธรรมเนียม ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ราคาหน่วยลงทุนมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือความเหมาะสมของการเรียกเก็บอัตราค่าธรรมเนียมในการบริหารกองทุน ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือ ซื้อ ขาย ผ่านสาขาธนาคาร รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือ ซื้อ ขาย ผ่าน ATM ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือโฆษณาผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หน้าจอ ATM รองลงมาให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมากคือส่งเสริมการขายโดยแจกของสมนาคุณเช่น Cash Back ตั๋วเครื่องบิน ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือพนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำเป็นอย่างดีสามารถแก้ไขปัญหาจนเป็นที่น่าพอใจ และยินดีและเต็มใจในการให้บริการ เท่ากัน รองลงมาคือมีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรกคือแยกเคาน์เตอร์ให้บริการการลงทุนเห็นได้ชัดเจน ง่ายต่อการติดต่อ รองลงมาคือ มีคู่มือการลงทุนในกองทุนรวมแจก ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดลำดับแรก

คือขั้นตอนในการสั่งซื้อขายไม่สลับซับซ้อน และสะดวกรวดเร็ว รองลงมาคือ มีบริการหลังการขายที่ดี เช่น มี Call Center คอยทำหน้าที่แก้ไขปัญหาให้แก่ ลูกค้าได้อย่างทันท่วงที

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือ เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลสถิติ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เป็นการสุ่มหน่วยตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงทำให้ไม่สามารถใช้การสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็นได้และการสุ่มแต่ละครั้งนั้น ทุกๆหน่วยของประชากรมีโอกาสถูกสุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง ไม่เท่าเทียมกัน

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการใช้การคำนวณสูตรของ Yamane (1967) วิธีที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่าง คือ การเลือกตัวอย่างที่ผู้ตอบให้ความร่วมมือ(Accidental Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก โดยกลุ่มตัวอย่างจะเป็นประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ที่ผู้วิจัยเห็นว่าจะให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1.ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ ประสบการณ์ทำงาน ระดับรายได้ สถานภาพ การศึกษา จำนวนเงินออม ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Checklist)

2.ข้อมูลด้านการออมของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยการวางแผนการใช้จ่าย เป้าหมายการออม ประสบการณ์การออม วิธีการออม ความถี่ในการออม ระยะเวลาในการออม และจำนวนเงินที่ออมต่อเดือน ซึ่งมีลักษณะแบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check list)

3.ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

4.ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการลงทุน ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 5 ด้าน คือ ด้านนโยบายการลทุน ด้านความเสี่ยง ด้านผลตอบแทน และด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษี และให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการแก้ไขข้อจำกัดของกองทุนรวมในเรื่องใดบ้าง และคำถามปลายเปิดปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.2 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage)) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและข้อมูลการออม

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปร ที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรหรือพนักงาน การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ กระบวนการ

1.3 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปร ที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

1.4 ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ปัจจัยด้านการลงทุน ที่ประกอบด้วย นโยบายการลงทุน ความเสี่ยง ผลตอบแทน สิทธิประโยชน์ทางภาษี

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครด้วยวิธีการคำนวณ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครจำแนกตามนโยบายการลงทุน ความเสี่ยง ผลตอบแทน และสิทธิประโยชน์ทางภาษีโดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD

ผลการวิจัย

1.ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร โดยรวม ระดับการตัดสินใจการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านผลประโยชน์ที่ได้จากการลงทุนในกองทุนรวมตรงตามความต้องการ ด้านกองทุนรวมเป็นทางเลือกหนึ่งในการออมเงิน ด้านท่านมีแผนจะออมเงินไว้ในกองทุนรวม

2.ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

3. ประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยการลงทุน ด้านนโยบายการลงทุนด้านความเสี่ยง ด้านผลตอบแทน และด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่างกัน ทำให้การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครต่างกัน

อภิปรายผล

1.ผลการศึกษาการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านผลประโยชน์ที่ได้จากการลงทุนในกองทุนรวมตรงตามความต้องการผลการศึกษาต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรผู้มีเงินออมส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายในการลงทุนคือหวังผลตอบแทนที่เพิ่มพูนขึ้นจากเงินต้นไม่ว่าจะเป็นส่วนต่างของกำไรหรือเงินผลปันเมื่อลงทุนแล้วย่อมต้องการที่จะได้รับผลตอบแทนที่ตรงความต้องการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ เอกสิทธิ์ หัสรังสี (2550) การลงทุน คือ การใช้สอยทรัพยากรในลัการะต่างๆ โดยหวังจะได้รับผลตอบแทนกลับมา มากกว่าที่ลงไปในอัตรที่พอใจภายใต้ความเสี่ยงที่เหมาะสม

1.2 ด้านกองทุนรวมเป็นทางเลือกหนึ่งในการออมเงิน ผลการศึกษาต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรผู้มีเงินออมส่วนใหญ่ต้องการมืออาชีพดูแลและตัดสินใจลงทุนแทน ประโยชน์ข้อนี้ผู้วิจัยคิดว่าเป็นข้อที่สำคัญที่สุดในการเลือกลงทุนในกองทุนรวม เพราะคนส่วนใหญ่ไม่มีเวลาติดตามข่าวสารทางการเงินอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่องเหมือนคนที่ทำงานในแวดวงการลงทุน เนื่องจากบริษัทจัดการกองทุนต่างๆ จะมีทีมงานที่มีความรู้ความชำนาญในการลงทุน ทำหน้าที่ติดตามข่าวสารและตัดสินใจลงทุนแทน ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันวิจัยเพื่อตลาดทุน (2551) โครงการวิจัยนักลงทุน เหตุผลสำคัญที่ทำให้นักลงทุนยังคงลงทุนในกองทุนรวมเกิดจากการลงทุนให้ผลตอบแทนที่ดีทั้งในระยะสั้นและระยาว

1.3 ด้านท่านมีแผนจะออมเงินไว้ในกองทุนรวม ผลการศึกษาต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ประชากรผู้มีเงินออมส่วนใหญ่มีแผนที่จะออมเงินไว้ในกองทุนรวม ซึ่งข้อดีของการออมในกองทุนรวมนั้นคือ ในกองทุนประเภท RMF และ SSF นั้นสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ตามเงื่อนไขของกรมสรรพากร ซึ่งสอดคล้องกับ ปิยพร อำมสุทธิ์ (2558) วิจัยเรื่อง การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานเงินเดือนประจำในกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระระยาวโดยคาดหวังในเรื่องของผลตอบแทนและการลดหย่อนภาษี

2.ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร

2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอธิบายได้ว่า การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ลูกค้าจะคำนึงถึงความหลากหลายของกองทุนที่มีให้เลือกหลายแบบ เพื่อให้ตรงกับความต้องการสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับมุกดา ตติยศภกรกุล (2559) วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกนโยบายการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ รูปแบบ Employee's Choice

2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอธิบายได้ว่า ลูกค้าไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านราคา ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ความเหมาะสมของการคิดค่าธรรมเนียมในการ ซื้อ ขาย สับเปลี่ยน หน่วยลงทุนและค่าธรรมเนียมในการบริการ ซึ่งแต่ละบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมีการคิดค่าธรรมเนียมดังกล่าวที่เท่ากัน ไม่แตกต่างกันมาก ทำให้ลูกค้าไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งสอดคล้องกับสันติสุข อนามพงษ์ (2562) วิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ที่มีอิธิพลต่อการซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของพนักงานในตำแหน่งสายงาน IT ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอธิบายได้ว่า การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ลูกค้าจะคำนึงถึง การซื้อขายผ่านตัวแทนจำหน่าย/สาขา ที่มีความครอบคลุมหลายพื้นที่ รวมถึงการซื้อขายผ่าน Internet เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ อดุลย์สาลิฟา (2559) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Fund: LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

2.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอธิบายได้ว่า ลูกค้าไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ของแถมที่ระลึกเมื่อซื้อกองทุน และของขวัญสัมมนาคุณให้ลูกค้าในวาระต่างๆ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาที่หลากหลาย การออกบูธจัดกิจกรรม ในการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม เนื่องจากบริการเสริมเหล่านี้ มีหรือไม่ก็ได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ ทรรศวรรณ จันทร์สาย(2557) วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับ บลจ. บัวหลวง:กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร

2.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอธิบายได้ว่าการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ลูกค้าจะคำนึงถึง ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่การตลาดในการให้บริการกับ

ลูกค้า รวมถึงการใช้ใช้คำพูดที่สุภาพกับลูกค้าและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการอย่างจริงใจ ในการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งสอดคล้องกับ วศิน อิทรผูก (2555) วิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปาง

2.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอธิบายได้ว่า การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ลูกค้าจะคำนึงถึง บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่ได้รับรางวัลและการจัดอันดับ รวมถึงผู้บริหารกองทุนมีความเชี่ยวชาญในด้านการลงทุน ในการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม

2.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอธิบายได้ว่า การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ลูกค้าจะคำนึงถึงขั้นตอนการซื้อขายที่ง่ายและรวดเร็ว มีระบบการชำระเงินง่ายและสะดวก การให้บริการหลังการขายที่ดี รวมถึงมีการจัดส่งรายงานของกองทุนอย่างสม่ำเสมอ ในการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งสอดคล้องกับ เก็จวลัย พลรักษ์, อุษา บุญถือ (2561) วิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในนกองทุนรวมของนักลงทุน อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ผลการศึกษาการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยการลงทุน สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยการลงทุน ด้านนโยบายการลงทุนของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครต่างกันทำให้การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครโดยรวมต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งอธิบายได้ว่า ประชากรผู้มีเงินออมส่วนใหญ่ มีความต้องการเลือกกองทุนที่มีนโยบายการลงทุนที่ตรงกับจุดประสงค์และตรงกับความต้องการของตนเองสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งปงประเทศไทย (2549) ทฤษฎีการลงทุน จุดมุ่งหมายในการลงทุนของผู้ลงทุนแตกต่างกันไประหว่างผู้ลงทุนแต่ละท่าน ผู้ลงทุนบางท่านลงทุนเพื่อหวังรายได้ บางท่านหวังได้กำไร และบางท่านอาจต้องการได้ทั้งสองอย่าง ดังนั้นผู้ลงทุนแต่ละท่านต้องมีวัตถุประสงค์ในการลงทุนของตนเองตามความต้องการและภาวะแวดล้อมของผู้ที่ลงทุน

3.2 ปัจจัยการลงทุน ด้านความเสี่ยงของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครต่างกันทำให้การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกันเป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งอธิบายได้ว่า ในการตัดสินใจลุงทุนในกองทุนรวมลูกค้าแต่ละรายยอมรับความเสี่ยงได้แตกต่างกัน กองทุนควรมีความหลากหลายของความเสี่ยงตั้งแต่ความเสี่ยงต่ำ ผลตอบแทนต่ำ ถึงความเสี่ยงสูงผลตอบแทนสูง และมีแบบประเมินความเสี่ยงที่เชื่อถือได้ สำหรับใช้เป็นแนวทางในการเลือกนโยบายการลงทุน

ซึ่งสอดคล้องกับ อธิวัฒฯ โตสันติกุล,ณักษ์ กุลิสร์ (2556) วิจัยเรื่องแนวโน้มและพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 ปัจจัยการลงทุน ด้านผลตอบแทนของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครต่างกันทำให้การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร โดยรวมต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งอธิบายได้ว่า การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ลูกค้าแต่ละท่านจะคำนึงถึง กองทุนที่มีอัตราผลตอบแทนชนะดัชนีตลาดเปรียบเทียบและคาดหวังผลตอบแทนจากส่วนต่างของกำไรและเงินปันผลในการลงทุนแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆที่นำมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์ (2558) วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

3.4 ปัจจัยการลงทุน ด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษีของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครต่างกันทำให้การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานครโดยรวมต่างกัน เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งอธิบายได้ว่า การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ลูกค้าจะคำนึงถึงสิทธิพิเศษในการลงทุนเพื่อสามารถนำไปลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา หรือเก็บออมไว้ใช้ยามเกษียณ ซึ่งสอดคล้องกับ วศิน อิทรผูก (2555) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปาง ในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว พบว่าวัตถุประสงค์ที่ลงทุนเพื่อผลประโยชน์ที่จะได้รับทางภาษีอากร

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรในกรุงเทพมหานคร จากผลวิจัยการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออม ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากข้อคำถามในแบบสอบถาม ในเรื่องข้อจำกัดของกองทุนรวมที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการแก้ไขในการตัดสินใจลงออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม รวมถึงปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ มีดังต่อไปนี้

1. ด้านผลประโยชน์ที่ได้จากการลงทุนในกองทุนรวมตรงตามความต้องการ ซึ่งข้อคิดเห็นที่ได้จากการวิจัยส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสนใจในเรื่องของผลตอบแทน และผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุดที่จะได้รับ ในการตัดสินออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม

2. ด้านกองทุนรวมเป็นทางเลือกหนึ่งในการลงทุน เพราะคนส่วนใหญ่ไม่มีเวลาติดตามข่าวสารทางการเงินอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง ทั้งยังไม่มีความรู้ความชำนาญในการลงทุนดีพอ ซึ่งข้อคิดเห็นที่ได้จากการวิจัยส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการลงทุนในกองทุนรวมที่มากพอ และไม่ได้รับคำแนะนำอย่างทั่วถึง ในการออมเงินผ่านการลงทุนไว้กับกองทุนรวม เมื่อไม่มีความเข้าใจจึงทำให้ไม่มีความ

สนใจที่จะลงทุน อีกทั้งการเปิดบัญชียังมีความยุ่งยาก ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ หรือแนะนำเรื่องการออมเงินรูปแบบอื่นๆที่นอกเหนือจากการฝากเงินไว้กับธนาคารให้มีความรู้โดยทั่วกัน เพื่อสร้างความเข้าใจที่เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาตัวแปรปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติม ที่อาจจะส่งผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของประชากรผู้มีเงินออมในกรุงเทพมหานคร เช่น ด้านความพึงพอใจ ด้านแรงจูงใจ ด้านการรับรู้ถึงแบรนด์ ความไว้วางใจ และความจงรักภักดี เป็นต้น

2. ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นเพียงประชากรผู้มีเงินออมที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งหากต้องการข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นจึงควรเลือกกลุ่มประชากรในการศึกษาครั้งต่อไปที่แตกต่างจากเดิม หรือแยกกลุ่มประชากรที่เคยลงทุนในกองทุนรวมกับไม่เคยลงทุนในกองทุนรวม เพื่อจะวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลในการลงทุนได้ชัดเจนมากขึ้น หรืออาจจะเปลี่ยนขนาดของกลุ่มประชากร จากเดิมที่เป็นเพียงในกรุงเทพมหานคร อาจจะเพิ่มเป็นประชากรในระดับภาค เพื่อให้ได้รับข้อมูลที่มีความแตกต่างกัน และหลากหลายมากขึ้น

3. การเลือกใช้เทคนิคในการวิจัย อาจจะนำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยวิธีการอื่นเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นหรือเลือกวิธีการในการสุ่มตัวอย่างจากเดิมเป็นการสุ่มแบบสะดวก อาจจะเปลี่ยนเป็นการสุ่มแบบเจาะจง เพื่อห้ได้ผลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ทรรศวรรณ จันทร์สาย. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับ บลจ. บัวหลวง:กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร**

เบญญาภา สุขนึก . (2562). **พฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของพนักงานธนาคารในกรุงเทพมหานคร**

มุกดา ตติยศภกรกุล. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกนโยบายการลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพรูปแบบ Employee's Choice**

วศิน อิทรผูก. (2555). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปาง ในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว**

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.2ตุลาคม. (2558). **บัญชีประชาชาติ**.

สิริน เจริญพานิชย์. (2556). **รูปแบบการออมของแรงงานนอกระบบในเขตตำบลแม่เหียะ อำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่**

อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล**