

อิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ และปัจจัยด้านการลงทุน
ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงาน
ในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

Influence Marketing Mix Word of Mouth and Investment Factors Affect
Decision Making in Savings Funds (SSF) of Working-age People
in Bangkok After the COVID-19 Situation New Outbreak

ปรารธนา ศักดิ์พานิช

สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Prattana Sakpait

E-mail: 6514154009@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration Program in Accounting

Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ และปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ และปัจจัยด้านการลงทุน โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติการทดสอบแบบ t-test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.27$) การสื่อสารแบบบอกต่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) ปัจจัยด้านการลงทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านผลตอบแทน ($\bar{X} = 4.36$) และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า (1) คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยภาพรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (2) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน ด้านผลตอบแทน และพฤติกรรมการลงทุน รวมถึง การสื่อสารแบบบอกต่อ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การตัดสินใจลงทุน

Abstract

The purpose of this study is to examine influence, marketing mix word of mouth and investment factors affect investment decision making in savings funds (SSF) of working-age people in Bangkok after the COVID-19 situation new outbreak, factors include demographic factors, marketing mix, word of mouth and investment factors. The 400 sample were drawn from working-age people in Bangkok. Data were analyzed by using the frequency, percentage, mean, and standard deviation and collected data from questionnaires with T-Test, F-Test (One way ANOVA), and Multiple Regression Analysis.

The study indicated that the most working-age people in Bangkok after the COVID-19 situation new outbreak of the respondents were female, aged lower 30 years, single, received Bachelor's Degree, and received monthly income of 10,001 - 20,000 bath. Marketing mix were at high level ($\bar{X} = 4.13$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean were product ($\bar{X} = 4.27$). Word of mouth was at high level ($\bar{X} = 4.13$). Investment factors were at highest level ($\bar{X} = 4.33$). When each aspect, it was found that the aspect has the highest mean was return ($\bar{X} = 4.36$). Investment decision making in savings funds (SSF) of working-age people in Bangkok after the COVID-19 situation new outbreak was rated at a high level ($\bar{X} = 4.32$).

The results of hypothesis test show that (1) working-age people in bangkok with different age, status, and income had different overall investment decision making in savings funds (SSF) after the COVID-19 situation new outbreak at statistical significance of 0.05 levels. (2) Marketing mix; product, price, place, investment factors; tax and risk, return, investment behavior including, word of mouth had effect the investment decision making in savings funds (SSF) of working-age people in Bangkok after the COVID-19 situation new outbreak at significance of 0.05 levels.

Keyword: Investment Decision Making

บทนำ

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ส่วนใหญ่ต้องการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับชีวิต ทำให้ประชาชนในประเทศรู้จักพึ่งพาตนเองและทำงานหารายได้มาเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ซึ่งบางเดือนมีรายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่ายหรือพอมีเหลือบ้างแต่ยังไม่เพียงพอต่อการเก็บเงินไว้ใช้ในอนาคต เนื่องจากประชาชนมีความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นมีการใช้จ่ายมากกว่าการรู้จักเก็บออม จึงทำให้มีการดำรงชีวิตอยู่บนความไม่มั่นคง ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นเหล่านี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการวางแผนทางการเงินและการมีวินัยในการออม (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) การวางแผนทางการเงินเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคน และยิ่งมีความจำเป็นมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากความไม่แน่นอนในการดำรงชีวิตมีเพิ่มมากขึ้น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและทางสังคม ทำให้มีระยะเวลาการทำงานเก็บเงินลดลง ในขณะที่วิทยาการแพทย์ที่ก้าวหน้าทำให้คนเรามีอายุยืนขึ้น ส่งผลให้ระยะเวลาการใช้เงินนานขึ้น มีผู้สูงอายุมากขึ้นมีค่าใช้จ่ายในการดูแลเพิ่มขึ้น จากปัจจัยความไม่แน่นอนดังกล่าว ทำให้ทุกคนต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนทางการเงินมากขึ้น (ก่าพล สุทธิพิเชษฐ์, ม.ป.ป.) โดยการลงทุน คือการออมประเภทหนึ่งเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่มากขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องตระหนักว่าในการลงทุนมีความเสี่ยง ดังนั้น ในการตัดสินใจนำเงินออมมาลงทุน จึงต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ และศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนตามที่คาดหวังไว้ และลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการลงทุน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563) การออมมีความสัมพันธ์กับหนี้ ซึ่งต้องผ่านการปรับรายรับและรายจ่ายว่าอย่างไรจะสูงกว่ากัน จากรายงานสถิติเงินฝากที่ได้รับการคุ้มครองจาก DPA ประจำเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2566 พบว่าจำนวนผู้ฝากเงินที่ได้รับความคุ้มครองเพิ่มขึ้นจากเดือนตุลาคม โดยมีจำนวนผู้ได้รับความคุ้มครองทั้งสิ้น 94.35 ล้านราย เกือบทั้งหมดเป็นการเพิ่มขึ้นของผู้ฝากที่มีเงินฝากไม่เกิน 1 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 98.11 ของผู้ฝากที่ได้รับความคุ้มครองทั้งหมด ซึ่งเงินฝากที่ได้รับความคุ้มครองมีจำนวนทั้งสิ้น 16.06 ล้านล้านบาท โดยเงินฝากลดลงเกือบทุกระดับ (สถาบันคุ้มครองเงินฝาก, 2566) ซึ่งการออมมีอยู่หลายรูปแบบและมีความสำคัญแตกต่างกันไป โดยในปัจจุบันมีรูปแบบการออมเงินในกองทุนรวมที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากนักลงทุน เนื่องจากอัตราเงินฝากในปัจจุบันให้ผลตอบแทนค่อนข้างน้อยจนไม่สามารถสู้กับระดับอัตราเงินเฟ้อที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมต่าง ๆ จึงนำเสนอกองทุนรวมที่มีกลยุทธ์และนโยบายที่หลากหลาย เพื่อครอบคลุมและตอบสนองความต้องการของนักลงทุนให้ได้มากที่สุด โดยกองทุนแต่ละประเภทจะมีความเหมาะสมกับนักลงทุนขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลและความเสี่ยงที่ยอมรับได้ (อติวัฒน์ อยู่วิทยา, 2561) ซึ่งการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการออมแบบผูกพันระยะยาวเพื่อความมั่นคงทางการเงิน รวมถึงยังได้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ซึ่งจะมุ่งเน้นให้ประโยชน์กับกลุ่มผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลางถึงน้อยและผู้ที่ยุติการทำงานเพื่อจูงใจให้ประชาชนกลุ่มดังกล่าวเริ่มต้นการออมระยะยาวมากขึ้น ซึ่งยังสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับเงินที่จ่ายเป็นค่าซื้อหน่วยลงทุนไม่เกินร้อยละ 30 ของเงินได้พึงประเมินแต่ไม่เกิน 200,000 บาท และการซื้อหน่วยลงทุนในแต่ละครั้งสามารถซื้อได้ไม่จำกัดการซื้อขั้นต่ำและไม่จำเป็นต้องซื้อต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัย มีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ และปัจจัยด้านการลงทุนส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ และจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ และ ปัจจัยด้านการลงทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

ขอบเขตงานวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% จะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน

2. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องอิทธิพลที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยทางผู้วิจัย จะทำการศึกษาถึงตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ และปัจจัยด้านการลงทุน ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

สมมติฐานที่ 3 การสื่อสารแบบบอกต่อ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ และอิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ และปัจจัยด้านการลงทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

2. นำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานให้แก่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์และปรับปรุงการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ให้สอดคล้องกับความต้องการของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครในปัจจุบันมากขึ้น

แนวคิดและทฤษฎี

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน

การตัดสินใจเป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยผ่าน 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังซื้อ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อ (Kotler, 2006) สำหรับแต่ละครั้งในการตัดสินใจโดยเฉพาะการลงทุนต้องวิเคราะห์

ระยะเวลาและขีดความสามารถ ก่อนการตัดสินใจ ในกำหนดระยะเวลาและระดับความสามารถ (Kuno, et al., 2015) โดยที่การลงทุน คือ การใช้จ่ายเงินสดรูปแบบหนึ่งในปัจจุบัน โดยมุ่งหวังจะได้รับผลตอบแทนจากการใช้จ่ายนั้นในอนาคต ซึ่งผู้ลงทุนเชื่อว่าเงินสดหรือผลตอบแทนส่วนเพิ่มที่จะได้รับคืนนั้นจะสามารถชดเชยระยะเวลาอัตราเงินเฟ้อและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างคุ้มค่า (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2563)

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (2012) ได้อธิบายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) เป็นกลุ่มของเครื่องมือที่ฝ่ายจัดการใช้ในการผลักดันยอดขาย โดยมีสูตรดั้งเดิมที่เรียกว่า 4Ps – product, price, place และ promotion และครั้งหนึ่งเขาได้เสนอคำใหม่ที่จะมาทดแทน 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และส่งเสริมการตลาด (Promotion)

3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ

การสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อกันไปเรื่อย ๆ จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง ถือได้ว่าเป็นการกระจายข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ โดยสามารถจำกัดความออกเป็น 2 ประเภทตามสื่อที่ใช้ในการส่งข่าวสาร ได้แก่ (1) การส่งต่อข่าวสารโดยวิธีการพูดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) จากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งจนกลายเป็นสิ่งที่ทุกคนกล่าวถึง (Talk of the town) และ (2) การส่งข่าวสารต่อ ๆ กัน ผ่านสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ (Viral Marketing) ได้แก่ E-mail ทำให้เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสารเป็นวงกว้างโดยใช้เวลาอันสั้น ซึ่งวิธีการส่งข่าวสารต่อ ๆ กัน ผ่านสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์นี้เป็นที่นิยมกันอย่างมาก ส่งผลให้รูปแบบที่ใช้การติดต่อสื่อสารไม่ได้มีแค่เพียงการบอกต่อดังวิธีแบบตัวต่อตัวเพียงอย่างเดียว ซึ่งมีวิธีการบอกต่อแบบใหม่ ๆ ที่ผ่านเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารที่มีความก้าวหน้า เช่น โทรศัพท์มือถือและสื่อทางอินเทอร์เน็ต (Rosen, 2000)

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในความต้องการสินทรัพย์ ประกอบด้วย ผลตอบแทน ความมั่งคั่ง ความเสี่ยง และสภาพคล่อง ซึ่งเป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุมและกำหนดได้ด้วยตนเองได้ (สิปปภาส พรสุขสว่าง, 2555) สำหรับปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนได้ใช้แนวคิดของ Kotler (1997) ที่กล่าวถึงสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ประกอบด้วย เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีการเมืองและวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้เลือกด้านเศรษฐกิจและการเมือง เนื่องจากทั้งสองปัจจัยมีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนมากที่สุด โดยที่ความต้องการถือเงิน หมายถึง เงินเป็นสินทรัพย์ชนิดหนึ่งที่มีอรรถประโยชน์มากในฐานะที่เป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูงที่สุดในบรรดาสินทรัพย์ต่าง ๆ ดังนั้น ในขณะที่ขณะหนึ่ง คนเราจึงอาจต้องการถือเงินไว้เพื่อจุดมุ่งหมายอื่น ๆ นอกเหนือจากการถือเงินเพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนประกอบด้วย 3 ความต้องการ คือ (1) ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน (2) ความต้องการถือเงินเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน และ (3) ความต้องการถือเงินเพื่อแสวงหากำไรในการซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง (Keynes, 1936) โดยที่ความคาดหวังของผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบ ความเสี่ยงเหมาะสมของสมการสร้างคุณค่าทางธุรกิจซึ่งที่มาของแนวคิดเรื่องความเสี่ยงเหมาะสมนั้นมาจากหลักการทางเศรษฐศาสตร์สองเรื่อง ได้แก่เรื่อง ค่าเสียโอกาสและพฤติกรรมของคนที่ไม่ชอบความเสี่ยง (Risk Aversion) ที่ถูกนำมาปรับใช้กับเรื่องการลงทุน (คณิสร์ แสงโชติ, ม.ป.ป.) ซึ่งความเสี่ยงในการลงทุน คือ ความไม่แน่นอนหรือโอกาสที่จะไม่ได้รับผลตอบแทนที่คาดหวังไว้จากการลงทุนนั้น ๆ โดยแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงจากตลาด ความเสี่ยงทางธุรกิจ ความเสี่ยงด้านสภาพคล่อง ความเสี่ยงด้านอัตราดอกเบี้ย ความเสี่ยงจากอัตราเงินเฟ้อ และความเสี่ยงจากเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2565) นอกเหนือจากนั้นปัจจัยด้านการลงทุนอีกประการหนึ่งที่ต้องพิจารณาคือความพอใจในด้านภาษี โดยมองว่าฐานะ

การจ่ายภาษีของผู้ลงทุนเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารลงทุนต้องให้ความสนใจ ปัญหาคือว่าจะทำอย่างไรจึงจะรักษารายได้และกำไรจากการขายหลักทรัพย์ (Capital Gain) ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ การจ่ายภาษีในอัตราก้าวหน้าจากเงินได้พึงประเมินทำให้ยากแก่การรักษาจำนวนรายได้นั้นไว้ ผู้ลงทุนอาจเลี่ยงการเสียภาษีเงินได้จากเงินได้พึงประเมินดังกล่าว โดยการลงทุนในพันธบัตรที่ได้รับยกเว้นภาษีหรือซื้อหลักทรัพย์ที่ไม่มีการจ่ายเงินปันผลในเวลานี้แต่จะได้ในรูปกำไรจากการขายหลักทรัพย์ในอนาคต (กนกวรรณ ศรีนวล, 2558)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำ หรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม แบบวิจัยตัดขวาง (Cross Sectional Studies) คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

2. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ซึ่งไม่สามารถรู้จำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงได้จากสูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษาโดยเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. เครื่องมือใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามนั้นเป็นเครื่องมือหลักที่นำมาเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทางผู้วิจัยก็ได้มีการศึกษาหาความรู้ ค้นคว้าทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เอกสารทางวิชาการ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้มานั้นไปกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษา ซึ่งแสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยตัวแปรที่ได้มานั้นจะช่วยพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีคำถามทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีคำถามทั้งหมด 19 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารแบบบอกต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบบบอกต่อ มีคำถามทั้งหมด 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการลงทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัย

ด้านการลงทุน ซึ่งประกอบด้วย ด้านพฤติกรรมการลงทุน ด้านผลตอบแทน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน มีคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) มีคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิดทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ ปัจจัยด้านการลงทุน และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

2. นิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ทำขึ้นเพื่อทำให้ความหมาย ของตัวแปรต่าง ๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์ กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมดที่จะใช้ในการดำเนินการวัดผล

4. จัดทำร่างแบบสอบถาม ประกอบด้วยโครงสร้าง 5 ส่วน

5. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความน่าเชื่อถือ ก่อนนำแบบสอบถามไปดำเนินการวิจัยใช้งานจริง โดยนำร่างแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการทำการตรวจสอบคุณภาพของความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence-IOC) ในการพิจารณาความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถามมีการนำเกณฑ์การแปลความหมายของ Rovinelli and Hambleton (1977) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ที่ 0.96 โดยถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ 0.50

2. ผู้วิจัยได้มีการจัดทำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ทางผู้วิจัยใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อทำการตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) ส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม 0.921 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ 0.866 ด้านราคา 0.902 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 0.838 และด้านการส่งเสริมการตลาด 0.939 การสื่อสารแบบบอกต่อโดยภาพรวม 0.888 ปัจจัยด้านการลงทุนโดยภาพรวม 0.912 แสดงเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านพฤติกรรมการลงทุน 0.825 ด้านผลตอบแทน 0.900 และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน 0.798 และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่โดยภาพรวม 0.801

3. เมื่อผู้วิจัยนำข้อบกพร่องมาปรับปรุง แก้ไข โดยขอคำปรึกษาและผ่านความคิดเห็นและความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง จนได้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ จึงนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กำหนดไว้ในงานวิจัย

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการแก้ไขและผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษามา ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยการสุ่มแบบบังเอิญ หรือแบบสะดวก ซึ่งหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลครบ 400 ชุด จะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผ่านโปรแกรมสถิติ SPSS

7. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการประมวลผลด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ ปัจจัยด้านการลงทุน และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จำแนกตามเพศ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการทดสอบ t-test

2.2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร หลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD

2.3 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ ปัจจัยด้านการลงทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์การสื่อสารแบบบอกต่อของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการลงทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านผลตอบแทน ด้านพฤติกรรมการลงทุน และด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน

ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ โดยภาพรวม อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ที่มีเพศ และระดับการศึกษา ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน และคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ และส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

ผลการวิเคราะห์การสื่อสารแบบบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ การสื่อสารแบบบอกต่อ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปการวิจัย ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน ด้านผลตอบแทน และด้านพฤติกรรมการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่

บทสรุปและอภิปรายผล

1. *ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่* โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยน้อยสุดคือ การได้รับข้อมูลและข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ มีการได้รับข้อมูลข่าวสารจากหลากหลายช่องทาง ซึ่งอาจได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและไม่มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้น จึงต้องเลือกแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) เช่น แหล่งข้อมูลจากสถาบันการเงิน หรือจากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เป็นต้น ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความเห็นว่า ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวม

เพื่อการออม (SSF) ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากจากสถาบันการเงินในปัจจุบันเมื่อนำผลตอบแทนที่ได้มาเปรียบเทียบกัน และสามารถนำไปลดหย่อนภาษี จึงเป็นเหตุผลอันดับแรกที่คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครจะนึกถึง และใช้เวลาไม่นานในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา อนุชานนท์ (2564) ที่ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (Super Savings Fund) ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (Super Savings Fund) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยภาพรวมไม่ต่างกัน แสดงว่าเพศและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น ไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิง และระดับการศึกษาได้มีการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยภาพรวมคล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปานระวี ขาวสังข์ (2565) ที่ได้ทำการศึกษา การตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า เพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2.2 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ที่มีอายุ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่า อายุและรายได้ต่อเดือนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยอายุและรายได้ต่อเดือนต่างกันสามารถบอกถึงระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา อนุชานนท์ (2564) ที่ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (Super Savings Fund) โดยพบว่า อายุ และรายได้ต่อเดือนที่ แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (Super Savings Fund) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ที่มีสถานภาพต่างกัน ทำให้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยภาพรวมต่างกัน แสดงว่าสถานภาพต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติศร กิจบำรุง (2564) ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า สถานภาพที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ เงื่อนไขการลงทุนที่ชัดเจน รวมถึง

ชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนที่มีผลงานด้านการให้ผลตอบแทนที่ดีแก่นักลงทุน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติวัฒน์ อยู่วิทยา (2561) ที่ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนในประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า ราคาของหน่วยลงทุนที่มีความน่าเชื่อถือ มีความเหมาะสมที่สามารถลงทุนได้และมีราคาที่ไม่ผันผวน เป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจและคาดหวังว่าจะได้ผลตอบแทนที่เหมาะสมกับราคาที่ลงทุนไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อติวัฒน์ อยู่วิทยา (2561) ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนในประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า แอปพลิเคชันในการตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับกองทุนมีความง่ายต่อการใช้งานไม่ซับซ้อน ซึ่งสามารถซื้อขายหน่วยลงทุนได้จากหลากหลาย เพื่อง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mo (2563) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า การแถมสินค้าหรือของที่ระลึกเมื่อซื้อหน่วยลงทุนในครั้งแรกเป็นเรื่องปกติที่ผู้จัดการกองทุนมักจะปฏิบัติกันเป็นประจำจากการบอกข่าวและประชาสัมพันธ์เพื่อเสนอขายหน่วยลงทุน ทำให้นักลงทุนที่เป็นคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครให้ระดับความเห็นไม่ถึงขั้นการตัดสินใจ ถึงแม้ไม่ได้รับส่วนลดก็จะซื้อหน่วยลงทุน โดยมองเรื่องผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนมากกว่าส่วนลดที่ได้รับ ส่งผลให้การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศันสนีย์ ศอศันสนีย์ (2562) ที่ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการศึกษาการสื่อสารแบบบอกต่อ ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 การสื่อสารแบบบอกต่อ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความสำคัญต่อการสื่อสารแบบบอกต่อ ในระดับมาก มีความเห็นว่า การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) หากต้องการศึกษาข้อมูลการลงทุน จึงมีการสอบถามข้อมูลหรือขอคำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลและการซื้อกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) จากเพื่อนหรือผู้มีประสบการณ์ที่เคยมีการลงทุนมาก่อน เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรอนงค์ ทองกระจ่าง (2560) ที่ศึกษา ส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยี และการสื่อสารแบบบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee โดยพบว่า การสื่อสารแบบบอกต่อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชาภา จงประกายทอง (2563) ที่ศึกษา การบอกต่อแบบปากต่อปากและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมแคลเซียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปาก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมแคลเซียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

5. ผลการศึกษาปัจจัยด้านการลงทุน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านพฤติกรรมการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการลงทุน ด้านพฤติกรรมการลงทุน ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ มีพฤติกรรมการลงทุนที่หลากหลาย เพื่อต้องการมีเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคต มีการประเมินสถานะทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและนอกประเทศเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน และยังมีการลงทุนในสินทรัพย์อื่นหรือสินทรัพย์เดิมที่เคยซื้อเป็นประจำเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีริศา พลวงศ์สกุล และพรพรรณ นันทแพทย์ (2566) ทำการศึกษา อิทธิพลของคุณลักษณะบุคลิกภาพ การยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมการลงทุน ที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนสกุลเงินดิจิทัล โดยพบว่า พฤติกรรมการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในสกุลเงินดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านผลตอบแทน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการลงทุน ด้านผลตอบแทน ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ มีความต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ได้แก่ การได้รับเงินปันผล ดอกเบี้ย หรือการได้รับกำไรส่วนเกินจากการขายหน่วยลงทุนที่เพิ่มขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิตา รักษ์ถาวรนนท์ (2562) ที่ศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF) โดยพบว่า ผลตอบแทน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 ปัจจัยด้านการลงทุน ด้านภาษีและความเสี่ยง มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการลงทุน ด้าน

ภาษีและความเสี่ยง ในระดับมากที่สุด มีความเห็นว่า คนวัยทำงานมีการลงทุนในหลักทรัพย์ที่หลากหลายเพื่อกระจายความเสี่ยงในการลงทุน โดยมีการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) มากขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ลดความเสี่ยงจากภาวะเศรษฐกิจและการลงทุนในกองทุนรวมมีความเสี่ยงที่น้อยกว่าการลงทุนในรูปแบบอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิตา รักษ์ถาวรนนท์ (2562) ทำการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF) โดยพบว่า ผลตอบแทนในการลงทุนด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 3 ด้าน มีผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น บริษัทหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาข้อมูลผลิตภัณฑ์ มีการสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนให้มีข้อมูลที่สามารถตรวจสอบได้และโปร่งใสอยู่เสมอ พัฒนาข้อมูลราคาของหน่วยลงทุนที่มีความน่าเชื่อถือ ราคามีความเหมาะสมที่สามารถลงทุนได้ พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย สามารถตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับกองทุนและซื้อขายหน่วยลงทุนได้หลายช่องทาง รวมไปถึงให้คำปรึกษาด้านการลงทุนที่เป็นความรู้เพื่อให้คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครสามารถมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารแบบบอกต่อ

การสื่อสารแบบบอกต่อ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การสื่อสารแบบบอกต่อ มีผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น บริษัทหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญด้านการสื่อสารแบบบอกต่อเป็นอย่างมากในเรื่องการให้คำแนะนำเกี่ยวกับกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ข้อมูลการซื้อ - ขายกองทุนที่รวดเร็วและมีความน่าเชื่อถือ โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้มีประสบการณ์ในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) เพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้อง มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจลงทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมากขึ้น

ปัจจัยด้านการลงทุน

ด้านพฤติกรรมการลงทุน ด้านผลตอบแทน ด้านภาษีและความเสี่ยงจากการลงทุน จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 3 ด้าน มีผลต่อระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครหลังสถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกใหม่ ดังนั้น บริษัทหลักทรัพย์ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันออกไป เช่น ลงทุนเพื่อเก็บเป็นเงินออมในอนาคต ลงทุนเพื่อต้องการผลตอบแทนและต้องการกระจายความเสี่ยง บริษัทหลักทรัพย์จึงต้องมีการให้ความรู้ความเข้าใจกับการวางแผนทางการเงินที่ถูกต้อง ติดตามสถานการณ์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างสม่ำเสมอ มุ่งเน้นการให้คำแนะนำในการให้ความรู้เรื่องกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) เพิ่มมากขึ้น ในเรื่องผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้น่าสนใจ เพื่อรักษาผลประโยชน์และผลตอบแทนตลอดระยะเวลาการลงทุนมากขึ้น รวมไปถึงต้องสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นคงและอธิบายถึงสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้ชัดเจน การให้ข้อมูล ความรู้ความเข้าใจถึงความเสี่ยงของกองทุน เพื่อสร้างความมั่นใจและกระตุ้นให้คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครต้องการจะลงทุนเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด การสื่อสารแบบบอกต่อ รวมถึงปัจจัยด้านการลงทุน มิใช่เป็นสิ่งที่ถาวรและสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสภาพแวดล้อมและกาลเวลา ดังนั้นควรทำการวิจัยซ้ำในเรื่องนี้ โดยมีระยะห่างกันพอสมควร เพื่อประโยชน์ต่อการจัดการบริหารการเงินของคนวัยทำงาน ทำให้เกิดประสิทธิภาพ ในการบริหารงานของหลักทรัพย์

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างและครอบคลุมในจังหวัดอื่นมากขึ้น เช่น ศึกษาคนวัยทำงานทั้งหมดในจังหวัดอื่น เพื่อให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ในภาพรวมว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรระหว่างคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร คนวัยทำงานต่างจังหวัดหรือปริมณฑล

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ ศรีนวล. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุน ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กำพล สุทธิพิเชษฐ์. (ม.ป.ป.). ตลาดนัดการเงิน ชีวิตที่ออกแบบได้. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2567, จาก http://www.khomesmilesclub.com/KHSC_Article_29.aps
- คณิสร์ แสงโชติ. (ม.ป.ป.). สมการสร้างความคุ้มค่าทางธุรกิจ (ตอนที่ 4). ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2567, จาก https://weblink.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1616553076573.pdf.
- ชนิตา อนุชานนท์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (Super Savings Fund) ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณิชภา จงประกายทอง. (2563). การบอกต่อแบบปากต่อปากและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมแคลเซียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). การวางแผนการเงิน. ค้นเมื่อ 30 เมษายน 2567, จาก <https://www.set.or.th/set/publicpaper.do?topicId=50&language=th&country=TH>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2563). ออมผ่าน “SSF” กองทุนน้องใหม่ และ “RMF” กับเกณฑ์ภาษีฉบับปรับปรุง. ค้นเมื่อ 12 เมษายน 2567, จาก <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/80-invest-in-ssf-the-new-mutual-fund-and-rmf-with-updated-tax-benefits>
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). รู้ทัน... ความเสี่ยงในการลงทุน. ค้นเมื่อ 14 เมษายน 2567, จาก <http://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/92-tsi-know-your-investment-risks>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). การออม. ค้นเมื่อ 8 เมษายน 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-Story/money-plan/saving.html>
- ปานระวี ขาวสังข์. (2565). การตัดสินใจลงทุนในหุ้นสามัญ ของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- ปวีริศา พลวงค์สกุล และพรพรรณ นันทแพทย์. (กรกฎาคม, 2566). *อิทธิพลของคุณลักษณะบุคลิกภาพ การยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมการลงทุน ที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนสกุลเงินดิจิทัล*. เอกสารนำเสนอในที่ประชุมวิชาการประจำปี 2566, มหาวิทยาลัยศรีปทุม, บทความคัดย่อค้นจาก <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/2714>
- วนิดา รักษ์ถาวรนนท์. (2562). *ส่วนประสมการตลาดและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ส่งผลต่อการลงทุนกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF)*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- คันสนีนญา คอคันสนีย์. (2562). *ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สิปปภาส พรสุขสว่าง. (2555). *เศรษฐศาสตร์ตลาดการเงิน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันคุ้มครองเงินฝาก. (2566). *รายงานสถิติเงินฝากที่ได้รับการคุ้มครองจาก DPA ประจำเดือน พ.ย. 2566*. ค้นเมื่อ 9 เมษายน 2567, จาก <https://www.dpa.or.th/protected-deposits-report/deposit-protection-report-now2023>
- อดิวัฒน์ อยู่วิทยา. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนในประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรอนงค์ ทองกระจ่าง. (2560). *การศึกษาส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยี และการสื่อสารแบบบอกต่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชัน Shopee*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อดิศร กิจบำรุง. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper & Row.
- Keynes, J. M. (1936). *The general Theory of Employment, Interest and Money*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. (9th ed.), Prentice Hall: Upper Saddle River.
- Kotler, P. (2006). *Marketing Management*, London: Pearson.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management (The Millennium edition)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kuno, J. M., Huisman, & Peter, M. Kort. (2015). Strategic capacity investment under uncertainty. *The RAND Journal of Economics* Vol. 46, No. 2 (Summer 2015), pp. 346-408.
- Rovenelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use content specialists in the assessment of criterion-reference test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Rosen, E. (2000). *The Anatomy of Buzz: How to create Word-of-Mouth Marketing*. USA: Doubleday.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis (3rd Ed)*. New York: Harper and Row Publications.
- Yang Mo. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.