

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัย  
ทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING INVESTMENT IN RETIREMENT MUTUAL  
FUNDS OF WORKING AGE PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN REGION

เสาวลักษณ์ แถวลีลา

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

Saowalak Thaewleela

E-mail: [saowalak.taewleela180329@gmail.com](mailto:saowalak.taewleela180329@gmail.com)

Department of Finance and Banking, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ให้ผู้ลงทุนในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและ  
ปริมณฑลออมเงินผ่านกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพไว้ใช้สอยในยามเกษียณ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการเงินที่  
เข้ามาช่วยประชากรกลุ่มวัยทำงานวางแผนในการลงทุนได้ง่ายขึ้น อีกทั้งลักษณะของกองทุนรวมเพื่อ  
การเลี้ยงชีพมีนโยบายการลงทุนที่หลากหลาย มีขั้นตอนในการลงทุนที่ไม่ซับซ้อน และใช้เงินลงทุน  
ไม่มาก รวมทั้งทำการศึกษาเปรียบเทียบประชากรศาสตร์กับส่วนประสมทางการตลาด และสำรวจ  
ปัจจัยพฤติกรรมการออมเงินและการลงทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล  
กับส่วนประสมทางการตลาด รวมไปถึงศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนใน  
กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยขอบเขต  
ของงานวิจัยและกลุ่มตัวอย่าง คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อ  
การเลี้ยงชีพของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วย  
แบบสอบถามตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2568 จำนวน 400 ชุด ใช้ตัวอย่างสุตรของ

W.G.Cochran (1953) โดยผู้จัดทำวิจัยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ 0.05 ทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน เพศมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดแตกต่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบางด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสะท้อนว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูล และทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ส่งผลให้การรับรู้และการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน และพฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน จำนวนบริษัทจัดการกองทุนที่ลงทุน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแสดงให้เห็นว่าผู้ลงทุนที่มีการกระจายการลงทุนมาก (ลงทุนหลาย บลจ.) วัตถุประสงค์ในการลงทุน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่น ผู้ที่มุ่งเน้นรายได้สม่ำเสมออาจให้ความสำคัญกับความเสถียรและความมั่นคง ขณะที่ผู้ที่ต้องการผลตอบแทนสูงอาจให้ความสำคัญกับศักยภาพการเติบโตของกองทุน จำนวนเงินลงทุนต่อปี มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญสะท้อนว่าผู้ที่ลงทุนในระดับที่แตกต่าง

**คำสำคัญ :** ปัจจัยการตลาดการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ

## ABSTRACT

This research aims to encourage the working-age population in Bangkok Metropolitan Region to save through retirement funds as a financial tool to simplify investment planning. RMFs are characterized by diverse investment policies, uncomplicated procedures, and low entry requirements. This study compares demographic factors with the marketing mix, surveys the saving and investment behaviors of working people in the Bangkok metropolitan area, and examines the marketing mix factors influencing their RMF investment decisions. The scope of the research focuses on the marketing mix factors affecting RMF investments among the working-age population in Bangkok Metropolitan Region. Primary data was collected via questionnaires from February to March 2025, with a sample size of 400

respondents determined by Cochran's formula (1953) at a 95% confidence level (0.05 margin of error).

The hypothesis testing revealed that: Personal Factors: Different personal backgrounds lead to different levels of importance placed on marketing mix factors. Gender significantly influenced marketing mix perceptions. Educational attainment also showed a statistically significant impact on certain marketing aspects, reflecting that education levels relate to the ability to analyze financial data and understand products. Investment Behavior: Variations in investment behavior resulted in different marketing mix priorities. The number of Asset Management Companies (AMCs) used by an investor significantly influenced their focus, particularly for those with diversified portfolios. Investment objectives (e.g., seeking steady income vs. high growth) and the annual investment amount also significantly affected the importance assigned to different marketing mix factors.

**Keywords:** Marketing factors for investment in retirement mutual funds

## บทนำ

หนึ่งในการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่สุดที่หลายคนต้องเผชิญเหมือนกันคือการเกษียณอายุ แต่ทว่าสถานะการเงิน ข้อจำกัด รวมถึงเป้าหมายหลังเกษียณที่แตกต่างกันไป ทำให้การวางแผนสำหรับช่วงชีวิตนี้ต้องอาศัยการคิดอย่างรอบคอบและเตรียมพร้อมแต่เนิ่น ๆ ตั้งแต่ก่อนเกษียณไปจนแผนการเงินหลังจากเกษียณแล้ว จึงจะช่วยให้สามารถใช้ชีวิตในช่วงวัยดังกล่าวได้อย่างมั่นใจจากประสบการณ์ในการทำงานวางแผนการเกษียณให้แก่ลูกค้ามากกว่า 10 ปี และได้มีโอกาสทำงานวิจัยเกี่ยวกับเงินออมหลังเกษียณของมนุษย์เงินเดือนพบว่า มีผู้รับปรึกษาจำนวนมาก ยังไม่พร้อมเกษียณอายุ เงินออมที่เก็บไว้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายหลังเกษียณ ที่นอกจากค่าใช้จ่ายสูงขึ้นกว่าที่คาดการณ์โดยเฉพาะค่ารักษาพยาบาล ลูกค้าในกลุ่ม Gen Y และ Gen X หลายคนมีบุตรช้า ทำให้หลังเกษียณ มีแนวโน้มจะต้องทำงานต่อ เนื่องจากในวัยเกษียณ บุตรยังไม่จบการศึกษา กลายเป็นภาระค่าใช้จ่ายก้อนใหญ่ต่อเนื่องหลังเกษียณ และมีอีกหลายรายยังคงมี ภาระหนี้สินที่ยังชำระคืนไม่หมด ปัญหาข้างต้นนี้กวางแผนการเงินจึงต้องจัดทำประมาณการกระแสเงินสดล่วงหน้าเพื่อประเมินความสามารถในการชำระหนี้และพิจารณาว่าควรโปะหรือปิดหนี้ก่อนดังกล่าวหรือไม่ ไปจนกระทั่งหาทางเพิ่มรายได้หรือลดรายจ่ายบางอย่างลง บางเคสเมื่อประเมินค่าใช้จ่ายทั้งหมดเทียบกับ

ทรัพย์สินที่มีแล้ว จำเป็นต้องเปลี่ยนแผนเกี่ยวกับการศึกษาของบุตรเพื่อไม่ให้กระทบกับแผนการเกษียณของตนเองก็มีผู้เกษียณอายุแล้วจำนวนมาก ไม่กล้าลงทุนในสินทรัพย์เสี่ยง โดยพบว่าอัตราส่วนการลงทุนของผู้รับคำปรึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าร้อยละ 50 โดยสินทรัพย์ส่วนใหญ่อยู่ในสินทรัพย์เสี่ยงต่ำเป็นสินทรัพย์สภาพคล่อง อย่างเงินฝาก สลากออมทรัพย์ หลายคนหันไปซื้อพันธบัตร หุ้นกู้ เพื่อให้ได้ดอกเบี้ยสูงกว่าเงินฝาก แต่ยังคงมีสัดส่วนไม่มากนักเมื่อเทียบกับเงินออมทั้งหมด ลูกค้ายกกลุ่มมีประสบการณ์การลงทุนและเคยผ่านช่วงตลาดผันผวนรุนแรงอย่างหลายปีที่ผ่านมา หลายคน ได้รับความเสี่ยงได้น้อยลง ต้องการเปลี่ยนสินทรัพย์ลงทุนในพอร์ตมาเป็นสินทรัพย์เสี่ยงต่ำ เน้นผลตอบแทนสม่ำเสมออย่างดอกเบี้ยมากขึ้น ทำให้ผลตอบแทนที่คาดหวังของพอร์ตโดยรวมปรับลดลง ซึ่งถ้าหากเงินต้นมีไม่เพียงพอ เงินออมก้อนดังกล่าวอาจจะไม่สามารถดำรงไปตลอดช่วงหลังเกษียณ

ส่วนเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพก่อนออกจากงานต้องอัปเดตหน้าวางแผนการเงิน เพราะบางบริษัท อาจไม่ได้ช่วยดำเนินการเรื่องเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพของสมาชิกให้ และกลายเป็นว่าถูกให้ลาออกจากกองทุนพร้อมออกจากงาน ซึ่งทำให้ต้องนำรายได้ไปคำนวณภาษี ทั้ง ๆ ที่หากมีการวางแผนล่วงหน้าเราสามารถโอนย้ายไปยังกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพที่รับโอนเงินจากกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (RMF for PVD) ได้ เพื่อคงไว้จนครบตามเงื่อนไขและรับสิทธิ์ประโยชน์ทางภาษีได้

การวางแผนการเงินสำหรับอนาคตเป็นสิ่งสำคัญไม่ว่าจะเป็นการเก็บออมเงินเพื่อเป้าหมายส่วนตัว หรือเพื่อสร้างความมั่นคงให้ชีวิตหลังเกษียณ ซึ่งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หรือ Provident Fund คือหนึ่งในเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับการเตรียมความพร้อมด้านการเงินในระยะยาว การก้าวไปสู่เป้าหมายเกษียณอายุที่มีคุณภาพ นอกจากจะต้องวางแผนการเงินให้รอบคอบพร้อมหาวิธีเก็บเงินที่มีประสิทธิภาพแล้ว การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือ “กองทุน RMF” ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการลงทุนที่สามารถช่วยให้คุณต่อยอดเงินเก็บไปอีกชั้น ตลอดจนวางแผนเกษียณอายุในแบบที่ต้องการได้ตั้งแต่เนิ่น ๆ อีกทั้งการซื้อกองทุน RMF ยังนำมาลดหย่อนภาษีได้ ซึ่งถือเป็นการช่วยบริหารจัดการเงินและค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประชากรศาสตร์กับส่วนประสมทางการตลาด
2. เพื่อสำรวจปัจจัยพฤติกรรมกรรมการออมเงินและการลงทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลกับส่วนประสมทางการตลาด

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

### ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยปัจจัยที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการกำหนดกรอบงานวิจัยนี้ ได้แก่

1. ขอบเขตของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา

ผู้ทำวิจัยทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ – เมษายน 2569

### สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการออมการลงทุนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1. เพื่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนจะได้นำข้อมูล ผลจากการวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพในปัจจุบัน ให้สอดคล้องกับความต้องการนักลงทุนมากขึ้น

2. เพื่อให้บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ทราบแนวโน้ม ทิศทางของการลงทุนของนักลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพให้เหมาะสมกับนักลงทุนกลุ่มเป้าหมาย

3. ประชาชนทั่วไปที่สนใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการลงทุนได้ในอนาคต

4. เพื่อเป็นประโยชน์กับนักวิจัยท่านอื่นในด้านฐานข้อมูล หรือการนำข้อมูลไปต่อยอดการทำวิจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพในอนาคต

## **วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง**

### **แนวและทฤษฎี**

**การออม** เป็นการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเก็บสะสมไว้สำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อไว้ใช้ในอนาคต เพื่อเวลาฉุกเฉิน เพื่อใช้ในสิ่งที่อยากได้หรืออยากทำซึ่งการออมส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียเงินต้นต่ำ และได้รับผลตอบแทนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับการลงทุน เช่น การฝากออมทรัพย์ การฝากประจำ การซื้อสลากออมทรัพย์

สัดส่วนที่เหมาะสมในการออมควรออมเงินประมาณ 1 ใน 4 ของรายได้แต่ละเดือน อย่างไรก็ตามอัตราส่วนนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบันและแผนทางการเงินที่วางไว้ เช่น หากเรามีแผนที่จะใช้เงินก้อนใหญ่ในระยะเวลาอันใกล้ อาจจำเป็นต้องออมเงินมากกว่า 1 ใน 4 เพื่อให้เราถึงเป้าหมายทางการเงินเร็วขึ้น แต่ถ้าเรามีรายได้น้อยและหนี้สินเยอะก็อาจลดการออมลง เพื่อนำเงินจำนวนนี้ไปทยอยผ่อนชำระหนี้สินที่มีให้หมดก่อน แล้วค่อยออมเพิ่มขึ้น เป็นต้น

**แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ** กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ถือเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับคนที่ต้องการออมเงินระยะยาว กองทุนนี้ช่วยให้เราสามารถสร้างวินัยในการออมเงินได้ง่ายขึ้น และยังให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีอีกด้วย ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินในวัยเกษียณได้เป็นอย่างดี การลงทุนใน RMF จึงเป็นตัวเลือกที่คุ้มค่าและน่าพิจารณาสำหรับคนที่กำลังวางแผนเกษียณอายุ

**กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ** กองทุนรวมที่รัฐบาลไทยส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามาลงทุนเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับวัยเกษียณ โดยมอบสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อจูงใจให้แก่ผู้ลงทุน อย่างไรก็ตาม การเข้าร่วมลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ก็มีเงื่อนไขและข้อกำหนดบางอย่างที่ผู้ลงทุนจะต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้มั่นใจได้ว่าเงินออมที่สะสมไว้จะคงอยู่กับเราจนถึงวัยเกษียณอย่างแน่นอน การลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ จึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับคนที่ต้องการเตรียมพร้อมด้านการเงินในอนาคต

**แนวคิดเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์** ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่างๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมที่แสดงออกที่แตกต่างกันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคล

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพียรใจ โพธิ์ถาวร และ พรทิพย์ ตันตวิเศษศักดิ์(2567) ได้การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และสังคมที่ส่งผลต่อรูปแบบพฤติกรรมการใช้จ่ายเปรียบเทียบระหว่างผู้สูงวัยชาวไทยและชาวจีน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ รายได้ และระดับการศึกษา มีผลต่อรูปแบบพฤติกรรมการใช้จ่ายของบุคคลอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มที่มีรายได้สูงและมีระดับการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มวางแผนการใช้จ่ายอย่างมีเหตุผลมากกว่า

รวีกร สยามิภักดี, Ravikorn Sayamipakdi (2559) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกน้ำแร่บรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จากผลการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยเฉพาะในด้านการเงินและการลงทุน เนื่องจากบุคคลในแต่ละช่วงอายุ ระดับรายได้ และอาชีพ จะมีระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้และวัตถุประสงค์ทางการเงินที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพได้ของราคา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ

กิตติพงษ์ พิชญ์กุล (2562) ที่ทำวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดโดยเฉพาะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

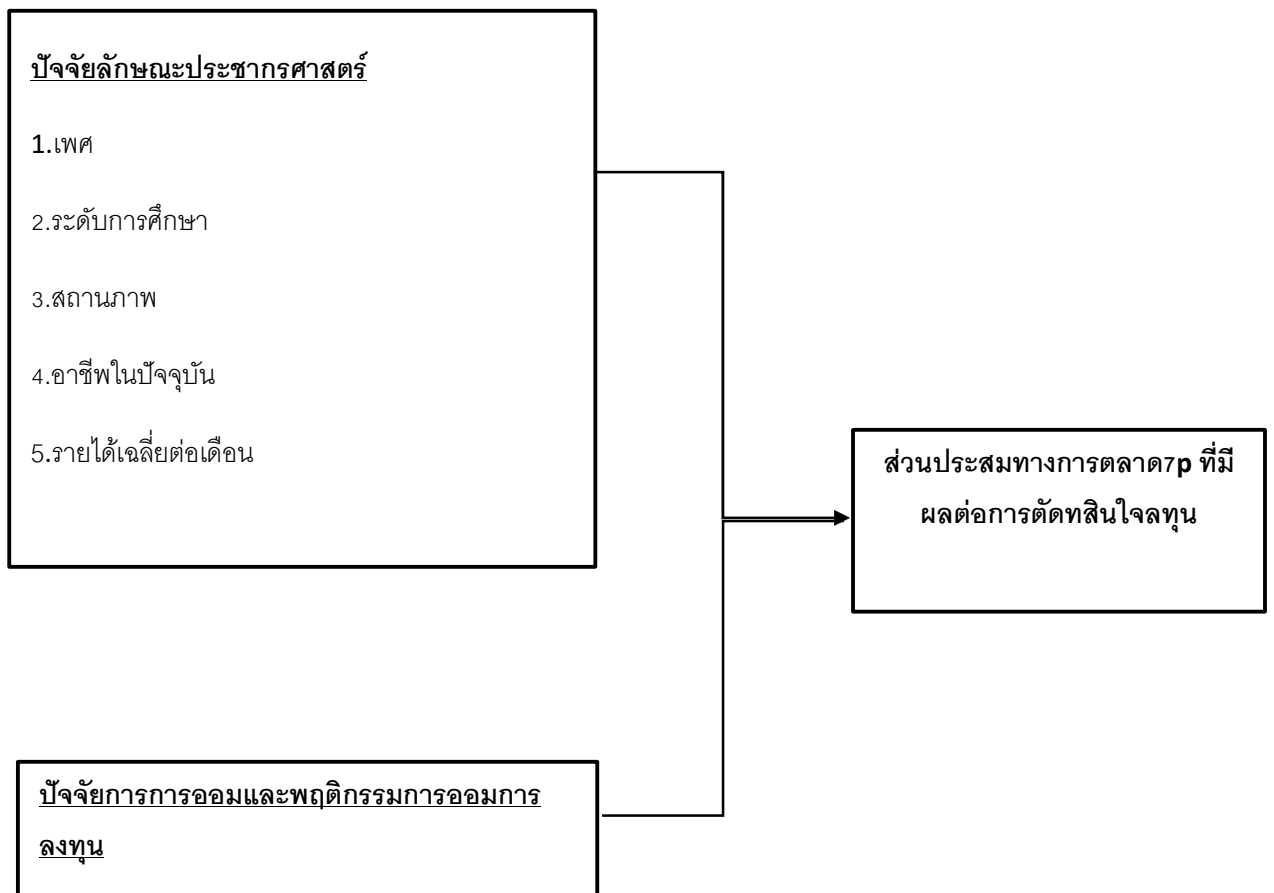
ชุตินา ทองดี (2564) ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธุรกิจบริการ พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรและกระบวนการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจการเงินที่ต้องอาศัยความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือสูง สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการเงิน

พัชรี จันทร์หอม (2561) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ผลตอบแทน ความเสี่ยง และความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุน เป็น

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุน ขณะที่ปัจจัยด้านราคา เช่น ค่าธรรมเนียมการจัดการกองทุน และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ มีผลต่อการเปรียบเทียบและการเลือกลงทุน

ธนวัฒน์ ศรีสุข (2563) ที่ศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงบริการผ่านแอปพลิเคชันหรือธนาคารออนไลน์ รวมถึงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การให้ข้อมูลข่าวสารและสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาในบริบทของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ซึ่งเป็นการลงทุนระยะยาวเพื่อการเกษียณอายุ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นการตัดสินใจลงทุน โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น ผลตอบแทนและความเสี่ยงของกองทุน เป็นปัจจัยหลักที่นักลงทุนใช้พิจารณา ขณะที่ปัจจัยด้านราคา เช่น ค่าธรรมเนียม มีผลต่อความคุ้มค่าในการลงทุนในขณะเดียวกัน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษีของกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพถือเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ให้นักลงทุนตัดสินใจลงทุน ขณะที่ปัจจัยด้านช่องทาง บุคลากร และกระบวนการมีบทบาทในการสนับสนุนให้เกิดความสะดวก ความเข้าใจ และความเชื่อมั่นในการลงทุน

#### กรอบแนวคิดในการวิจัย



## วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนทำงานในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เมื่อรวบรวมแบบสอบถามคืนครบถ้วนแล้ว ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัส ตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for the Social Sciences หรือ SPSS)

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นั้น ทางผู้วิจัยจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในการวิจัย โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์ได้ เป็น 2 ส่วน ดังนี้

**สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)** ใช้อธิบายลักษณะทั่วไปจากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

- ความถี่ (Frequency) จำนวนครั้งที่ข้อมูลหรือคำตอบในแต่ละตัวเลือกปรากฏขึ้นในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง
- ค่าร้อยละ (Percentage) สัดส่วนของข้อมูลเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงผลในรูปของเปอร์เซ็นต์
- ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่ากลางของข้อมูลที่ได้จากการนำคะแนนทั้งหมดมารวมกันแล้วหารด้วยจำนวนข้อมูล
- ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าที่แสดงระดับการกระจายตัวของข้อมูล จากค่าเฉลี่ย

**สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)** ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

- การเปรียบเทียบพฤติกรรมการลงทุนเพื่อการเลี้ยงชีพจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางสังคมศาสตร์ ใช้สถิติ Independent Samples t-test
- การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ใช้สถิติ One-Way ANOVA

- การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ใช้สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หลังจากศึกษาความสัมพันธ์หรือของตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม

### ผลการวิจัย

**ผลการวิเคราะห์ประชากรศาสตร์** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 89.8 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 61.8 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 79.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,000 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5

**ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการออมเงินและการลงทุนของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนจำนวน 1–2 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาคือ 3–4 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.5 โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการลงทุนเพื่อให้มีรายได้สม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 44.5 และมีการลงทุนเฉลี่ยต่อปีอยู่ในช่วง 10,000 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.5

**ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด** พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.44, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

**ผลการทดสอบสมมติฐาน** การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนทางประชากรศาสตร์ สามารถสรุปได้ ดังนี้

**ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน** ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

- เพศ มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งอาจสะท้อนถึงความแตกต่างด้านพฤติกรรมที่ยอมรับความเสี่ยง ทักษะคติทางการเงิน และรูปแบบการตัดสินใจลงทุน

- ระดับการศึกษา มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบางด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลและทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ส่งผลให้การรับรู้และการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกัน

- อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยดังกล่าวอาจไม่ได้เป็นตัวกำหนดหลักในการรับรู้ปัจจัยทางการตลาด หรือกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะค่อนข้างคล้ายคลึงกันในเชิงโครงสร้าง

**พฤติกรรมการลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า**

- จำนวนบริษัทจัดการกองทุนที่ลงทุน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าผู้ลงทุนที่มีการกระจายการลงทุนมาก (ลงทุนหลายบลจ.) มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดแตกต่างจากผู้ลงทุนในจำนวนน้อย ซึ่งอาจสะท้อนถึงระดับประสบการณ์และความรู้ในการลงทุน

- วัตถุประสงค์ในการลงทุน มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่น ผู้ที่มุ่งเน้นรายได้สม่ำเสมออาจให้ความสำคัญกับความเสถียรและความมั่นคง ขณะที่ผู้ที่ต้องการผลตอบแทนสูงอาจให้ความสำคัญกับศักยภาพการเติบโตของกองทุน

- จำนวนเงินลงทุนต่อปี มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนว่าผู้ลงทุนในระดับที่แตกต่างกันมีระดับการพิจารณาข้อมูลและปัจจัยทางการตลาดไม่เท่ากัน โดยผู้ลงทุนสูงมักมีการวิเคราะห์เชิงลึกมากกว่า

ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการลงทุนมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้และการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากกว่าปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของผู้ลงทุนที่มีการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและอาศัยข้อมูลเป็นหลัก อันเป็นแนวโน้มสำคัญของการลงทุนในยุคปัจจุบัน

## อภิปรายผล

**ผลการศึกษาร่วมประสมทางตลาดด้านผลิตภัณฑ์** ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้ลงทุนให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ได้แก่ ผลตอบแทน ความเสี่ยง และความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ สาลินี ชัยวัฒน์พร, รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร2, ภาคภูมิ ภัควิภาส (2561) ได้ทำเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการวางแผนการลงทุนที่เหมาะสมสำหรับคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระบุว่าปัจจัยด้านผลตอบแทนและความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการตัดสินใจลงทุน

**ผลการศึกษาร่วมประสมทางตลาดด้านราคา** ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะค่าธรรมเนียมการจัดการกองทุนและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาลินี ชัยวัฒน์พร, รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร2, ภาคภูมิ ภัควิภาส(2561) ส่วน

ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการวางแผนการลงทุนที่เหมาะสมสำหรับคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทำเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนไทย ที่พบว่าค่าธรรมเนียมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุน

**ผลการศึกษาร่วมประสมทางตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนว่าผู้ลงทุนให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงการลงทุน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ญัฐวรรณ ศรีสุข (2563) ได้ทำเรื่อง นวัตกรรมการวัดกรรมกรวัดการมีส่วนร่วมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า และสอดคล้องกับแนวคิด 7Ps ที่ระบุว่าช่องทางเป็นปัจจัยสำคัญในการเชื่อมต่อระหว่างผู้บริโภคกับบริการ 7P (Marketing Mix)

**ผลการศึกษาร่วมประสมทางตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด** ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญน้อยที่สุด ผลดังกล่าวไม่สอดคล้องบางส่วนกับการศึกษาของ ญัฐวรรณ ศรีสุข (2563) ได้ทำเรื่อง นวัตกรรมการวัดกรรมกรวัดการมีส่วนร่วมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า อย่างไรก็ตาม ในเชิงลึกสามารถอธิบายได้ว่า การลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ เป็นการตัดสินใจระยะยาวที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงทางการเงิน ผู้ลงทุนจึงมีแนวโน้มใช้ “เหตุผล” มากกว่าการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในระยะสั้น เช่น โปรโมชั่นหรือการโฆษณา

**ผลการศึกษาร่วมประสมทางตลาดด้านบุคลากร** ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก แสดงถึงความสำคัญของพนักงานในการให้คำแนะนำและสร้างความเชื่อมั่น ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ชุตินา ดวงจันทร์ (2557) ได้ทำเรื่อง การศึกษากระบวนการให้บริการ คุณภาพการบริการ และส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทย ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เขตจตุจักร ที่พบว่าบุคลากรมีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้า ในเชิงลึก บุคลากรทำหน้าที่เป็นผู้สร้างความน่าเชื่อถือโดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีความซับซ้อน ผู้ลงทุนต้องอาศัยข้อมูลและคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในการลดความไม่แน่นอนดังนั้นคุณภาพของบุคลากรจึงส่งผลโดยตรงต่อการตัดสินใจ

**ผลการศึกษาร่วมประสมทางตลาดด้านกระบวนการ** ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะขั้นตอนที่สะดวกและรวดเร็วผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ชุตินา ดวงจันทร์ (2557) ได้ทำเรื่อง การศึกษากระบวนการให้บริการ คุณภาพการบริการ และส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์

ไทย ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เขตจตุจักร ที่พบว่ากระบวนการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

**ผลการศึกษาส่วนประสมทางตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ** ที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กรผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดที่ระบุไว้ว่า ลักษณะทางกายภาพช่วยสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ให้กับองค์กร 7P (Marketing Mix) ในเชิงลึก สำหรับธุรกิจการเงินที่ไม่สามารถจับต้องสินค้าได้โดยตรง ผู้ลงทุนจึงใช้ “สัญญาณแทนคุณภาพ” เช่น ชื่อเสียงองค์กร เว็บไซต์ หรือสำนักงาน เป็นตัวแทนในการประเมินความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีผลต่อการลดความเสี่ยงเชิงรับรู้

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา ผลลัพธ์ และบุคลากรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับสูง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ธนาคารพาณิชย์ และผู้ให้บริการด้านการลงทุน ควรนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ดังนี้

#### 1. การพัฒนาช่องทางการให้บริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมดิจิทัล

หน่วยงานควรพัฒนาแพลตฟอร์มการลงทุน ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และใช้งานง่าย โดยลดขั้นตอนการทำธุรกรรมให้เหลือน้อยที่สุด รวมถึงควรมีระบบสนับสนุนการตัดสินใจ เช่น การแนะนำกองทุน และการจำลองแผนการลงทุน

#### 2. การกำหนดโครงสร้างค่าธรรมเนียม ที่เหมาะสมและโปร่งใสหน่วยงานควรกำหนด

ค่าธรรมเนียมให้อยู่ในระดับที่แข่งขันได้ และมีการเปิดเผยข้อมูลค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน เช่น ค่าธรรมเนียมการจัดการ

#### 3. การพัฒนาผลลัพธ์ให้หลากหลายและตรงกับระดับความเสี่ยงของผู้ลงทุนหน่วยงาน

ควรออกแบบกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพที่มีความหลากหลาย เช่น กองทุนตราสารหนี้ กองทุนผสม และกองทุนหุ้น เพื่อรองรับนักลงทุนที่มีระดับความเสี่ยงแตกต่างกัน รวมถึงควรมีการนำเสนอข้อมูลผลตอบแทนย้อนหลัง ความเสี่ยง และนโยบายการลงทุนอย่างชัดเจน

#### 4. การออกแบบกระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพและลดความซับซ้อนหน่วยงาน

ควรปรับปรุงขั้นตอนการสมัคร การซื้อขาย และการติดตามผลการลงทุนให้มีความชัดเจนและรวดเร็ว เช่น การใช้ระบบยืนยันตัวตนอิเล็กทรอนิกส์และระบบอัตโนมัติ

#### 5. การพัฒนาศักยภาพให้เป็นที่ปรึกษาทางการเงินอย่างแท้จริงหน่วยงานควรพัฒนา

ทักษะของพนักงานให้มีความรู้ด้านการลงทุน การวางแผนการเงิน และการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำที่เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละราย

6. การสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ หน่วยงานควรให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์องค์กร เช่น ความโปร่งใสในการดำเนินงาน การเปิดเผยข้อมูล และการสื่อสารแบรนด์ที่ชัดเจน

7. การปรับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเน้นการให้ความรู้มากกว่าการจูงใจ แม้ว่าผลการวิจัยจะพบว่าการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลน้อย แต่หน่วยงานไม่ควรละเลย โดยควรปรับรูปแบบจาก “การกระตุ้นยอดขาย” เป็น “การให้ความรู้” เช่น การจัดสัมมนาออนไลน์ บทความ หรือวิดีโอให้ความรู้เกี่ยวกับการวางแผนเกษียณ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การขยายขอบเขตประชากรและพื้นที่ศึกษาควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังภูมิภาคอื่น เช่น ต่างจังหวัดหรือเมืองรอง เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านพฤติกรรมการลงทุน ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากบริบททางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน

2. การเพิ่มตัวแปรด้านพฤติกรรมและจิตวิทยาการเงินควรนำตัวแปรเพิ่มเติม เช่น ความรู้ทางการเงิน การรับรู้ความเสี่ยง และอคติทางพฤติกรรม เข้ามาศึกษา

### แหล่งอ้างอิง

เพียรใจ โพธิ์ถาวร และ พรทิพย์ ต้นติวีเศษศักดิ์ (2024) หลักสูตรธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และสังคมที่ส่งผลต่อรูปแบบพฤติกรรมการใช้จ่ายเปรียบเทียบระหว่างผู้สูงวัยชาวไทยและชาวจีน

พีรพัฒน์ เงินสีเหม และ ศิริรัตน์ โกศการิกา (2560) วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ : ความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ชุตินา ดวงจันทร์ (2557). บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ : การศึกษากระบวนการให้บริการ คุณภาพการบริการ และส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์ไทย ในห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว เขตจตุจักร

สาลินี ชัยวัฒนพร, รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร2, ภาควิภาส(2561). วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ : ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการวางแผนการลงทุนที่เหมาะสมสำหรับคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ณัฐวรรณ ศรีสุข (2563). สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขาวิชา) สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม : นวัตกรรมกรรมการนวัตกรรมการวัดการมีส่วนร่วมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อคุณค่าตราสินค้า

วารสาร TFPA Magazine ฉบับที่ 1 เดือนมีนาคม 2568 สมาคมนักวางแผนการเงินไทย

สารจากนายกสมาคม : <https://www.tfpa.or.th/Resources/TFPAMagazine?dtsId=1237>

DAOL บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ดาโอ จำกัด: กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ก้าวแรกสู่การเกษียณอย่างมีคุณภาพ: <https://www.daolinvestment.co.th/mutual-fund/info/recommended-fund/rmf-fund-recommended>

7P (Marketing Mix) : <https://thedigitaltips.com/blog/marketing/7p/>

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ :เรียบเรียงโดย วชิรวีชร งามละม่อม Wachirawachr Ngamlamom : [https://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post\\_11.html](https://learningofpublic.blogspot.com/2015/09/blog-post_11.html)