

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร*

FACTORS INFLUENCING INVESTMENT DECISIONS IN LONG-TERM SAVINGS MUTUAL FUNDS OF KASIKORNBANK

ภาณุภัทท์ วีรณสกุ*, ชินโสณ วิสิฐนิธิกิจ

Panupat Weeratanasakun*, Chinnaso Visitnitikija

คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Graduate School, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: panupat.wee@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนรวมๆ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมๆ เปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการและมีกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย จำนวน 200 ราย เลือกแบบใช้โปรแกรมคำนวณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยการทดสอบสมมติฐานแบบ One-Way ANOVA และ Multiple Regression Analysis ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมๆ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมๆโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมๆ จำแนกตาม เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล, การตัดสินใจลงทุน, กองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว, ธนาคารกสิกรไทย



Abstract

The objective of this research is to study the marketing mix factors influencing investment in long-term mutual funds, investment decision-making in mutual funds, and to compare investment decisions based on personal demographics. It also aims to examine the influence of marketing mix factors on investment decisions in long-term mutual funds promoted by Kasikornbank. This study employs a quantitative research approach. The sample group consisted of 200 individuals who use services and invest in Kasikornbank's long-term mutual funds, selected using a statistical software program. The research instrument was a questionnaire. Data were collected through questionnaires and analyzed using percentage, mean, one-way ANOVA, and multiple regression analysis. The findings revealed that marketing mix factors related to mutual fund investment can be divided into two parts: general demographic data and marketing mix components. Most respondents were male, aged between 41 and 50 years, held a bachelor's degree, were self-employed or business owners, and had an average monthly income between 40,001 and 50,000 Baht. Overall, both the marketing mix factors and investment decisions were rated at a high level. The comparison of investment decisions in mutual funds across different gender, age, education level, occupation, and income groups showed no statistically significant differences at the 0.05 level. However, product, price, and promotion components of the marketing mix were found to have a statistically significant influence on investment decisions in Kasikornbank's long-term mutual funds at the 0.05 level.

Keywords: Influential Factors, Investment Decision-Making, Long-Term Mutual Funds, Kasikornbank

บทนำ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ ส่งผลให้รัฐบาลให้ความสำคัญกับการวางแผนการเงินระยะยาวของประชาชน โดยสนับสนุนการลงทุนผ่านกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมเพื่อการออม (SSF) ผ่านมาตรการลดหย่อนภาษี (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2564) แนวคิดด้านพฤติกรรมทางการเงิน (Behavioral Finance) ยังอธิบายว่า การตัดสินใจทางการเงินของบุคคลไม่ได้ตั้งอยู่บนเหตุผลล้วน ๆ แต่ยังได้รับอิทธิพลจากอารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ไม่เป็นเหตุเป็นผล เช่น อคติในการรับรู้หรือความกลัวความเสี่ยง (Thaler, R. H., 1985)

แม้การส่งเสริมความรู้ทางการเงินจะมีมากขึ้น แต่คนไทยยังคงมีพฤติกรรมการออมในรูปแบบดั้งเดิม โดยผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทยร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มีเพียง 2.6% ของประชาชนไทยเท่านั้นที่นำเงินไปลงทุน ขณะที่คนส่วนใหญ่ออมเงินผ่านบัญชีออมทรัพย์หรือเงินสด ซึ่งให้ผลตอบแทนต่ำในระยะยาว ท่ามกลางสภาพเศรษฐกิจที่ผันผวน ค่าครองชีพที่สูงขึ้น และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากที่อยู่ในระดับต่ำ (Bangkokbiznews, 2566)

ธนาคารกสิกรไทยเป็นธนาคารพาณิชย์ที่ให้บริการกองทุนรวมที่ครอบคลุมทั้ง RMF และ SSF ซึ่งมีความเหมาะสมกับการออมระยะยาว อย่างไรก็ตาม แม้ธนาคารกสิกรไทยจะมีการส่งเสริมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น K PLUS และ K-My Funds โดยมีโปรโมชั่นจูงใจต่าง ๆ เช่น การให้คะแนนสะสม K Point สูงสุด 20,000 คะแนน สำหรับผู้ที่ตั้งแผนการลงทุนรายเดือน (DCA) ในกองทุนที่ร่วมรายการ (ธนาคารกสิกรไทย, 2568ก) และการให้เครดิตเงินคืนสำหรับลูกค้าที่ลงทุนในกองทุนกลุ่ม K-WealthPLUS Series เป็นครั้งแรก (ธนาคารกสิกรไทย, 2568ข) แต่ยังคงพบว่าลูกค้าจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงาน ยังลังเลในการตัดสินใจลงทุนระยะยาว ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความลังเลนี้อาจรวมถึงความรู้ทางการเงินที่ยังไม่เพียงพอ ความไม่มั่นใจในความเสียหายของการลงทุน และการขาดความเข้าใจในผลิตภัณฑ์การลงทุนต่าง ๆ แม้ว่าธนาคารจะมีการให้ข้อมูลและคำแนะนำผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การจัดสัมมนาและการให้คำปรึกษาทางการเงิน แต่การเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ยังไม่ทั่วถึงทุกกลุ่มลูกค้า จึงสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างขององค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ลงทุน โดยเฉพาะในกลุ่มคนวัยทำงานในเขตเมืองของประเทศไทย ที่แม้จะเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการลงทุน แต่กลับยังขาดการศึกษาอย่างลึกซึ้งถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน งานวิจัยนี้จึงมีความจำเป็นในการเติมเต็มความเข้าใจเชิงลึกในบริบทดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์หรือผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น จึงสนใจในการทำวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะทำการศึกษาวิจัยลักษณะส่วนบุคคลของนักลงทุน ความรู้ทางการเงินของนักลงทุน ความรู้ความเข้าใจด้านการลงทุนของนักลงทุน พฤติกรรมผู้บริโภคบริการทางการเงิน รวมถึงปัจจัยที่นักลงทุนใช้ในการตัดสินใจลงทุน เช่น ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในบริบทบริการการเงิน เป็นต้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญรวมทั้งเป็นตัวแปรที่นักลงทุนใช้ในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวิธีการดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอนดังนี้



รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ ผู้ที่ตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่ตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) ตามแนวคิดของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, T., 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 ราย ใช้สูตร $n = N / (1 + Ne^2)$ เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง N = จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยในที่นี้กำหนดเท่ากับ 0.05) $n = 400 / (1 + 400(0.05^2)) = 200$ ตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, T., 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ราย

การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารตำราและผลงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. จัดทำร่างแบบสอบถามนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่งถ้ามีข้อแก้ไขดำเนินการตามคำแนะนำหลังจากนั้นดำเนินการจัดทำเป็นแบบสอบถาม
5. ตรวจสอบความเที่ยงตรงและนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบใช้ (Try out) กับลูกค้าไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน แล้วนำไปวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, J., 1984) ได้ค่าเท่ากับ 0.861 ถือว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองระหว่างเดือนธันวาคม 2567 ถึงเดือนมีนาคม 2568 จากลูกค้าของธนาคารกสิกรไทย ที่เคยลงทุนในกองทุนรวมและการรับกลับคืนมาด้วยตนเอง ดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อย เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ ครบถ้วน และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อได้
2. นำข้อมูลของแบบสอบถาม ไปลงตารางที่โปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานแบบ t-test, F-test (One - Way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis กำหนด ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ 2 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามส่วนบุคคล แสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไป จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

แสดงข้อมูลทั่วไป จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	119	59.50
	หญิง	81	40.50
	รวม	200	100
อายุ	อายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี	1	0.5
	21-30 ปี	31	15.50
	31-40 ปี	72	36
	41-50 ปี	91	45.50
	50 ปี ขึ้นไป	5	2.50
	รวม	200	100
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	27	13.50
	ปริญญาตรี	110	55
	สูงกว่าปริญญาตรี	63	31.50
	รวม	200	100
อาชีพ	อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	83	41.50
	นักศึกษา	6	3
	พนักงานบริษัทเอกชน	63	31.50
	รับจ้าง	30	15
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	9
	รวม	200	100
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	9	4.50
	20,001-30,000 บาท	6	3
	30,001-40,000 บาท	18	9
	40,001-50,000 บาท	83	43.50
	50,000 บาทขึ้นไป	80	40
	รวม	200	100

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกได้เป็นเพศชายจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 และเพศหญิงจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 จำแนกได้เป็นผู้ที่มีอายุ 41 - 50 ปีมากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาอายุ 31 - 40 ปีขึ้นไป จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36 อายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 อายุระหว่าง 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และอายุต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 จำแนกได้เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 จำแนกได้เป็นผู้ที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ มากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 เป็นผู้ที่มี



มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15 เป็นผู้ที่มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และเป็นผู้ที่มีอาชีพนักศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3 จำแนกได้เป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001-50,000 บาท มากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาเป็นผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.52	0.23	มากที่สุด
ด้านราคา	4.54	0.32	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.53	0.25	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.52	0.28	มากที่สุด
รวม	4.52	0.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาารายด้าน มีระดับความสำคัญมากที่สุดทุกด้าน สามารถเรียงจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ผลการศึกษาการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	4.52	0.33	มากที่สุด
ด้านการค้นหาข้อมูล	4.52	0.28	มากที่สุด
ด้านการประเมินทางเลือก	4.53	0.28	มากที่สุด
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.53	0.35	มากที่สุด
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.53	0.30	มากที่สุด
รวม	4.52	0.30	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นได้ว่า การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาข้อมูล มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจลงทุนใน

กองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	การตัดสินใจ		Sig	ผลการทดสอบ
	t	F		
เพศ	.383		.702	ไม่แตกต่าง
อายุ		2.275	.063	ไม่แตกต่าง
ระดับการศึกษา		1.696	.186	ไม่แตกต่าง
อาชีพ		0.438	.781	ไม่แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		1.114	.351	ไม่แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า การเปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	ผลการทดสอบ
(Constant)	.197	.135		1.459	.146	
ด้านผลิตภัณฑ์	.458	.042	.394	10.942	.001*	มี
ด้านราคา	.239	.048	.283	4.959	.001*	มี
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-.093	.064	-.087	-1.456	.147	ไม่มี
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.442	.048	.462	9.153	.001*	มี

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา



และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาทางด้าน มีระดับความสำคัญมากที่สุดทุกด้าน สามารถเรียงจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรหม แท่นศิลา ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และ ด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจ มีความคิดเห็นสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน (พรพรหม แท่นศิลา และคณะ, 2565) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรัสวดี มนตรีภักดิ์ ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ ((สุรัสวดี มนตรีภักดิ์, 2560) RMF) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒนะพงศ์ พงศ์คินทร์ ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน (พัฒนะพงศ์ พงศ์คินทร์, 2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา ช้างทอง ที่พบว่าปัจจัยด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (Super Saving Funds: SSF) ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ปัญญา ช้างทอง, 2565)

การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ และด้านการตัดสินใจซื้อในภาพรวมของกระบวนการตัดสินใจอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริโสภา ฤกษ์คำแก้ว ที่พบว่าการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ศิริโสภา ฤกษ์คำแก้ว, 2561) จากผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน

ในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัฒนะพงศ์ พงศ์นรินทร์ ที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา มีระดับการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวไม่แตกต่างกัน (พัฒนะพงศ์ พงศ์นรินทร์, 2564) และข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจมาศ ละมุล และบุญกา ปันทุรอมพร ที่พบว่าประชากรวัยทำงานในช่วงสถานการณ์โควิดที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมที่ลงทุนในต่างประเทศ (เบญจมาศ ละมุล และบุญกา ปันทุรอมพร, 2563) และข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของสาลินี ชัยวัฒน์พร และคณะ ที่พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่แตกต่างกัน (สาลินี ชัยวัฒน์พร และคณะ, 2562)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ 2 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท และ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว ของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน มีระดับความสำคัญมากที่สุดทุกด้าน สามารถเรียงจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด การเปรียบเทียบการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มี อิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาวของธนาคารกสิกรไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร



อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารควรจัดทำข้อมูลที่เข้าใจง่าย และเข้าถึงได้สะดวก เช่น คู่มือการลงทุน กราฟแสดงผลตอบแทนย้อนหลัง และสรุปจุดเด่นของกองทุน เพื่อช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถเปรียบเทียบและตัดสินใจได้ง่ายขึ้นมากขึ้น อีกทั้งควรเพิ่มประเภทกองทุนรวมให้ตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุนแต่ละกลุ่ม เช่น กองทุนที่มีความเสี่ยงต่ำสำหรับผู้เริ่มต้น และกองทุนที่เน้นการเติบโตระยะยาวสำหรับผู้ที่ยอมรับความเสี่ยงได้มากขึ้น 2) ด้านราคา ธนาคารควรดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวกับราคาและค่าธรรมเนียมอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธนาคารควรเพิ่มช่องทางการให้บริการทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลและทำธุรกรรมได้สะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้งานง่ายและให้บริการคำปรึกษาด้านการลงทุนแบบเรียลไทม์ รวมไปถึงการจัดอบรมและพัฒนาทักษะของเจ้าหน้าที่ในช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้ลงทุนมากขึ้น 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนรวมผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ธนาคาร และสื่อดิจิทัล เพื่อเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารกสิกรไทย. (2568ก). บ K Point สูงสุด 20,000 คะแนน* เมื่อตั้งแผน (DCA) ผ่านกองทุนรวม กับธนาคารกสิกรไทย. เรียกใช้เมื่อ 10 มกราคม 2568 จาก <https://www.kasikornbank.com/th/promotion/pages/mutual-fund-dca-kpoint.aspx>
- _____. (2568ข). ลูกค้าที่รับเงินเดือนผ่าน Kbank ลงทุนกองทุนที่กำหนดเป็นครั้งแรก รับเครดิตเงินคืน. เรียกใช้เมื่อ 10 มกราคม 2568 จาก <https://www.kasikornbank.com/th/promotion/pages/mutual-fund-dca-kpoint.aspx>
- เบญจมาศ ละมุล และบุญภา ปันฑูรอำพร. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมที่ลงทุนในต่างประเทศของกลุ่มวัยทำงาน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี, 17(3), 103-114.
- ปัญญา ช่างทอง. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการออม (Super Saving Funds: SSF) ในสภาวะการแพร่ระบาดไวรัสโควิด-19 ของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พรพรหม แท่นศิลา และคณะ. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสยาม.
- พัฒนพงษ์ พงศ์นรินทร์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อส่งเสริมการออมระยะยาว (Super Saving Funds) ของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรในจังหวัดปราจีนบุรี. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ศิริโสภา ฤกษ์คำแก้ว. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาลินี ชัยวัฒนพร และคณะ. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการวางแผนการลงทุนที่เหมาะสมสำหรับคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 5(1), 105-119.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2564). แนวทางส่งเสริมการออมเพื่อวัยเกษียณ. เรียกใช้เมื่อ 10 มกราคม 2568 จาก <https://www.fpo.go.th>
- สุรัสวดี มนตรีภักดี. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของนักลงทุน Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bangkokbiznews. (2566). Only 2.7% of Thai people “save by investing”, the rest just keep their money. Retrieved January 10, 2025, from <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1140326>
- Cronbach, J. (1984). *Essentials of Psychological Testing*. (4th ed.). New York: Macmillan.
- Thaler, R. H. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199-214.
- Yamane, T. (1973). *Statistics an introductory analysis*. New York: Harper & Row.