

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่  
ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่

**Factors Affecting Investment Decisions in Stocks of the New Generation  
Aged 18-40 Years in Hatyai District**

ธำปนา อรัญธร Thapanee Arundorn

**บทคัดย่อ**

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ 2) ศึกษาพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และ 3) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น และอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าที่ ทดสอบค่าเอฟด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการลงทุนมากกว่า 1 ปี โดยมีปริมาณเงินที่ใช้ลงทุนน้อยกว่า 50,000 บาท มีที่มาของเงินทุนจากเงินออม และส่วนใหญ่เลือกกลุ่มหลักทรัพย์ประเภทกลุ่มธุรกิจการเงิน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการลงทุน ที่มาของเงินทุน และการเลือกประเภทหลักทรัพย์ต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นอกจากนี้ยังพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 36.2

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจ, การลงทุนในหุ้น, คนรุ่นใหม่

**Abstract**

This research aimed to 1) study the condominiums buying behavior in Songkhla province, 2) observe the purchase decision on condominiums in Songkhla province, 3) compare the condominium purchase decision among the demographic factors, and investigate the 7Ps

marketing mix which affect the purchase decision on a condominium in Songkhla province. The samples were 400 over 20-year-old population who residing in Songkhla and intend to buy condominium(s) in Songkhla. The statistical tools used in the analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test and F-test with ANOVA, and multiple linear regression.

The finding revealed that most of the samples intend to purchase condominiums for a private accommodation with a budget of approximately one to two million baht. They relied considerably on themselves in making purchase decisions by looking up the online platforms and online media for information on the condominiums. On the other hand, the samples had a thoughtful consideration on the overall decision-making process, particularly in terms of estimation of the options followed by after purchase behavior, the purchase decision, the research for information, and the awareness of the problems, respectively. Moreover, the samples with different age ranges, status, occupations, and monthly incomes reflected a diverse purchase decision on the condominiums as the statistically significant level of .05. In addition, the purchase decision on the condominium in Songkhla province was 51.1% impacted by the process, the promotion, and the price of the 7Ps marketing mix factors.

**Key Words** : Decision making, Stock investment, New generation

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การลงทุนในตลาดหุ้นถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่จะสนับสนุนการพัฒนาตลาดทุนและระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ แต่อย่างไรก็ตามการลงทุนย่อมมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนอย่างละเอียด จะช่วยให้ผู้ลงทุนสามารถบริหารจัดการความเสี่ยงจากการลงทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และสามารถได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในระดับที่น่าพึงพอใจตามที่คาดหวังได้ (กนกดล สิริวัฒนชัย, 2557) ซึ่งตลาดหุ้นไทยมองได้ว่าเป็นภาพสะท้อนของระบบเศรษฐกิจจริงในประเทศไทย เวลาที่เศรษฐกิจเติบโตดีมักจะควบคู่ไปกับการเติบโตและปรับตัวสูงขึ้นของดัชนีหลักทรัพย์ อันเนื่องมาจากการออมและการลงทุนที่มากขึ้น เช่นเดียวกับเมื่อเศรษฐกิจชะลอตัวดัชนีในตลาดหลักทรัพย์ก็มักจะเข้าสู่โหมดปรับฐาน แต่แม้ว่าเศรษฐกิจไทยจะเติบโตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 3-5 เปอร์เซ็นต์ต่อปี แต่ตลาดหลักทรัพย์กลับให้ผลตอบแทนเฉลี่ยสิบปี ย้อนหลังมากกว่านั้น คือ อยู่ที่ราว ๆ 8-12% (รวมทั้ง Capital Gain และผลตอบแทนในรูปของเงินปันผล) ซึ่งเป็นตัวเลขที่น่าดึงดูดมาก หากเทียบกบอัตราดอกเบี้ยนโยบายที่อยู่ในระดับหนึ่งหลักต้นๆ มานาน ซึ่งหมายความว่าหากนักลงทุนนำเงินมาเฉลี่ยซื้อหุ้นทุกตัวในตลาดเท่าๆ กันเป็นเวลาสิบปี จะได้ผลตอบแทนเฉลี่ยถึงปีละ 8-12% และจะกลายเป็นผลตอบแทน 100% ทบตันเมื่อลงทุนไปแล้ว 6-9 ปี แต่ภายใต้ผลตอบแทนที่เติบโตระดับสูงแบบนี้ ยังคง

มีเทคนิคเพิ่มผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่าเฉลี่ยเงินซื้อหุ้นทุกตัวในตลาด เนื่องจากในตลาดหุ้นจะมี ส่วนที่ให้ผลตอบแทนน้อยกว่าหรือมากกว่าค่าเฉลี่ยอยู่เสมอตามภาวะเศรษฐกิจและการเติบโตของอุตสาหกรรม และตลาดหลักทรัพย์ก็แบ่งหุ้นออกเป็นหมวดอุตสาหกรรม 8 หมวด ได้แก่ เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร, สินค้าอุปโภคบริโภค, ธุรกิจการเงิน, สินค้าอุตสาหกรรม, อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง, ทรัพยากร, บริการ, เทคโนโลยี ซึ่งหากนักลงทุนสามารถประเมินสถานการณ์ทางเศรษฐกิจได้ถูกต้อง และเลือกวางเงินลงทุน ตามหมวดอุตสาหกรรมที่เหมาะสม ก็สามารถทำผลตอบแทนเหนือค่าเฉลี่ยที่ 8-12% ต่อปีนั้นได้ (Yang Mo, 2563)

กลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี เป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของธุรกิจและแบรนด์ในปัจจุบัน จุดเด่น ก็คือ ความอยากรู้อยากเห็นและกล้าเปิดใจลองสิ่งใหม่ๆ นอกจากนี้ยังใช้ชีวิตประจำวันคุ้นเคยกับเทคโนโลยี, แอปพลิเคชัน, การสื่อสารในสังคมออนไลน์มากกว่า ก่อนหน้านั้น กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มองหาความมั่นคง มากที่สุด พวกเขาให้ความสำคัญและทุ่มเทไปกับการสร้างอนาคตที่ดี มุ่งมั่นที่จะสร้างครอบครัว ต้องการ ประสบความสำเร็จในชีวิต เพราะมองว่าความมั่นคงของชีวิต = สิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้น วิถีชีวิตของนัก เดินทางหาอนาคตจึงมักจะวางแผนชีวิตอยู่เสมอ เช่น การออมเงิน การสร้างรายได้เสริม การลงทุน การ ทำประกันชีวิต หรือประกันสุขภาพ แม้แต่ให้ความสนใจในการเป็นเจ้าของธุรกิจที่มีความมั่นคงมากกว่า การเป็นพนักงานประจำ นอกจากนี้พวกเขายังเป็นพวกติดบ้าน เพราะมีความสุขไปกับการได้อยู่บ้าน อยู่ กับครอบครัว รักการทำบุญเข้าวัด และชอบทำสิ่งดีๆ เพื่อสังคม ชอบช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส และชอบทำ กิจกรรมอาสา ดังนั้น สิ่งที่จะเกี่ยวโยงในชีวิต ประจำวันก็จะเป็นการใช้แพคเกจผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมชาติ (สายอนุรักษ์) ใช้รถสาธารณะมากกว่ารถส่วนตัว วิถีชีวิตการใช้สื่อออนไลน์ในแต่ละวันของพวกเขา ส่วนมากจะเน้นไปที่การสร้างความน่าเชื่อถือ หรือความมั่นใจของตัวเอง รวมไปถึงอัปเดตเทรนด์สุขภาพ ศาสนา หรือกิจกรรมช่วยเหลือสังคมมาก

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ ระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มี อายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มี อายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผล ต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ระยะเวลาในการลงทุน ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่มาของเงินทุน และการเลือกประเภทกลุ่มหลักทรัพย์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ แตกต่างกัน

3. ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่

### ขอบเขตของการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ผู้วิจัยศึกษาตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

2) พฤติกรรมการลงทุน ประกอบด้วย ระยะเวลาในการลงทุน ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่มาของเงินทุน และการเลือกประเภทกลุ่มหลักทรัพย์

3) ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

#### 2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี โดยอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และมีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

#### 3. ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนสิงหาคม – ธันวาคม 2564 รวมระยะเวลา 5 เดือน

#### 4. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ใช้ในการศึกษา คือ ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน

SET investnow (2564) กล่าวว่า ปัจจุบันการลงทุนในหุ้น เป็นเรื่องใกล้ตัวมากขึ้น เพราะผลตอบแทนที่เกิดจากสินทรัพย์อื่นๆ เช่น เงินฝาก สลากออมสิน หรือพันธบัตรรัฐบาล อยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ อย่างไรก็ตาม การลงทุนในหุ้นต้องศึกษาข้อมูลให้ละเอียดถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจลงทุน และแม้ว่าตลาดหุ้น

จะเป็นทางเลือกในการลงทุนที่น่าสนใจ แต่หลายคนอาจยังมีคำถามว่า จะทำอย่างไรให้เงินได้ทำงานแทนเราและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ประกอบด้วย 1) ระยะเวลาในการลงทุน 1.1) ลงทุนระยะยาว (10 - 15 ปี) 1.2) ลงทุนเพื่อทำกำไรระยะสั้น 1.3) ลงทุนเพื่อรับเงินปันผล 2) ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน 3) ที่มาของเงินทุนของนักลงทุน

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (2003 อ้างถึงใน ฅตา ทับทิมจรรยา, 2558) ได้กล่าวถึงการตลาดเป็นกิจกรรมที่ทำให้สินค้าหรือบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ และเป็นกิจกรรมที่มนุษย์กระทำขึ้น เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ด้วยกัน เพื่อให้ได้รับความพอใจโดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยน ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการทางการบริหาร ให้บุคคลและกลุ่มได้รับสิ่งที่สนองความจำเป็นความต้องการจากการสร้างและแลกเปลี่ยนระหว่างผลิตภัณฑ์และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix หรือ 4P) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งองค์กรใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

Kotler & Keller (2006 อ้างถึงใน สุรพันธ์ ใจมา, 2559) ได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคไว้เป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับรู้ถึงความต้องการ พฤติกรรมการซื้อเริ่มต้นจากการที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่อาจได้รับจากการกระตุ้นจากภายนอก 2) การค้นหาข้อมูล หลังจากผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้ว การค้นหา เสาะหา ศึกษาข้อมูลของสินค้านั้นๆ เป็นขั้นตอนที่จะเกิดต่อมา 3) การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ เมื่อผู้บริโภคได้มีการเสาะหาข้อมูลแล้ว จากนั้นผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจ และประเมินผลทางเลือกต่างๆ 4) การตัดสินใจซื้อ จากการประเมินทางเลือกในการตัดสินใจ ทำให้ผู้บริโภคสามารถจัดลำดับความสำคัญของการเลือกซื้อ 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ถ้าพอใจ ผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของสินค้าก็ทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปาริชาติ โสภรัตน์ (2560) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุขสวัสดิ์ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26 – 35 ปีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุขสวัสดิ์มากที่สุดดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อันดับที่ 2 ด้านบุคคล อันดับที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อันดับที่ 4 ด้านกระบวนการ อันดับที่ 5 ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อันดับที่ 6 ด้านการส่งเสริมการตลาด และอันดับที่ 7 ด้าน ราคา ตามลำดับ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุขสวัสดิ์มากที่สุด ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านการรับรู้ปัญหา

อันดับที่ 2 ด้านการประเมินทางเลือก และอันดับที่ 3 ด้านการค้นหาแหล่งข้อมูล ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านบุคคล และด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบิ๊กซีสุขสวัสดิ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรชา ตานานูวัฒน์ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า 1) นักลงทุนที่มีอายุ สถานภาพ และแหล่งที่มาของเงินทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อหุ้นสามัญ (การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ด้านสถานการณ์ ด้านจิตวิทยา ด้านข่าวสาร ด้านสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหุ้นสามัญ (การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน) โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 22.7 3) ด้านสถานการณ์ ด้านข่าวสาร ด้านจิตวิทยา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจขายหุ้นสามัญ (การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐาน) โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 19.4 4) ด้านข่าวสาร ด้านสถานการณ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อขายหุ้นสามัญ (การวิเคราะห์ปัจจัยเทคนิค) โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 9.6

อภิรักษ์ พัทธโรภาสวัฒนกุล (2563) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนทาลิส จำกัด ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม มากที่สุดดังนี้ อันดับ 1 ด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับ 2 ด้านราคา อันดับ 3 ด้านผลิตภัณฑ์ และอันดับที่ 4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนทาลิส จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี โดยอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และมีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับประชาชนคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และมีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการประมาณค่าร้อยละ กรณีไม่ทราบประชากร โดยใช้สูตรของ Cochran (1977 กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ในการสำรวจเพื่อป้องกันการไม่ได้รับคำตอบกลับของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีก 15 คน ซึ่งรวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) โดยเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น และอาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ เท่านั้น

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุน จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามมาตรวัดและให้คะแนนแบบ (Rating Scale) โดยเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (4Ps) จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามมาตรวัดและให้คะแนนแบบ (Rating Scale) โดยเกี่ยวกับการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ จำนวน 15 ข้อ

**การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ**

1. ศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องพฤติกรรมการลงทุน ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ในการลงทุน และการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของกลุ่มประชาชน จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

2. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดและรูปแบบที่กำหนดไว้ แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสม

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่พัฒนาแล้วไปเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านบริหารธุรกิจหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

3.1 อาจารย์ ผศ.กิจจา ฉลาดพจนพร ตำแหน่งงาน หัวหน้าภาควิชาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

3.2 รองศาสตราจารย์ ชนบทพันธ์ เอี่ยมโอภาส ตำแหน่งงาน รองคณบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

3.3 อาจารย์ปวีรศร ประดิษฐ์สร ตำแหน่งงาน อาจารย์ประจำสาขาวิชาการศึกษาศึกษาทั่วไป สำนักวิชาพหุภาษาและการศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

4. ผู้วิจัยนำผลการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้ง 3 ท่าน มาวิเคราะห์หาค่า IOC หรือค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้อง ในแต่ละข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องโดยรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.941

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง เพื่อพิจารณาความถูกต้องและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชาชนที่มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น โดยต้องมีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งจากผลการทดสอบแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (4Ps) ได้ค่า  $\alpha$ -Coefficient เท่ากับ 0.910 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ ได้ค่า  $\alpha$ -Coefficient เท่ากับ 0.801 และโดยรวมทั้งฉบับ ได้ค่า  $\alpha$ -Coefficient เท่ากับ 0.895 ดังนั้นถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของ Covid-19 ในปัจจุบัน ซึ่งสร้างแบบสอบถามมีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก และทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลสะดวกรวดเร็ว และไม่จำเป็นต้องออกไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อหากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยได้กระจายผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยการโพสต์ลิงค์แบบสอบถามในกลุ่มการลงทุนในหุ้นผ่าน Facebook หรือส่งลิงค์แบบสอบถามทาง Line Messenger จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 สัปดาห์

## การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. บัญชีส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
2. ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. บัญชีส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยการทดสอบความแตกต่างของค่าที (t-Test) และทดสอบค่าเอฟ (F-Test) ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-Way ANOVA) และหากมีความแตกต่างให้ใช้การเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการแบบ LSD
4. ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

## ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.75 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.75 โดยมีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.50 ซึ่งมีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 41.75 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 41.25
2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการลงทุนมากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.75 โดยมีปริมาณเงินที่ใช้ลงทุนน้อยกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.00 ซึ่งมีที่มาของเงินทุนจากเงินออม คิดเป็นร้อยละ 54.75 และส่วนใหญ่เลือกกลุ่มหลักทรัพย์ประเภทกลุ่มธุรกิจการเงิน คิดเป็นร้อยละ 30.25
3. กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.41$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.56$ ) รองลงมา คือ ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.38$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.35$ ) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 4.33$ )



4. กลุ่มตัวอย่าง มีระดับการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.25$ ) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการประเมินทางเลือก ( $\bar{X} = 4.28$ ) รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ( $\bar{X} = 4.26$ ) ด้านการตัดสินใจซื้อ ( $\bar{X} = 4.24$ ) ด้านการค้นหาข้อมูล ( $\bar{X} = 4.23$ ) และด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ( $\bar{X} = 4.22$ )

5. ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ดังตาราง 1

ตาราง 1

ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ (n=400)

ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรม การลงทุน	การตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น					โดยรวม
	ด้านการ ประเมิน ทางเลือก	ด้าน พฤติกรรม หลังการซื้อ	ด้านการ ตัดสินใจ ซื้อ	ด้าน ค้นหา ข้อมูล	ด้านการรับรู้ ถึง ความต้องการ	
เพศ	.353	2.035	.696	.236	.260	.773
อายุ	1.385	1.121	1.305	.517	.255	1.134
การศึกษา	2.872	1.433	.969	.112	.200	.988
อาชีพ	1.744	.634	1.357	.928	1.080	.993
รายได้ต่อเดือน	1.418	1.813	1.545	.744	.543	.993
ระยะเวลาในการลงทุน	<b>3.346**</b>	1.875	<b>2.353*</b>	<b>3.972**</b>	1.833	<b>3.509**</b>
ปริมาณเงินที่ลงทุน ที่มาของเงินทุน	2.409	1.927	1.929	.674	.594	1.572
การเลือกประเภทกลุ่มหลักทรัพย์	<b>3.298**</b>	<b>3.389**</b>	<b>2.260*</b>	1.326	<b>2.510*</b>	<b>3.327**</b>

\* $p < .05$ , \*\* $p < .01$

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการลงทุนต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มีที่มาของเงินทุนต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

กลุ่มตัวอย่างที่มีการเลือกประเภทกลุ่มหลักทรัพย์ต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของ  
 คนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง  
 สถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล  
 ด้านการประเมินทางเลือก และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุ  
 ระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ ดังตาราง 2

ตาราง 2

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ (n=400)

ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps)	การตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น					โดยรวม
	ด้านการ ประเมิน ทางเลือก	ด้าน พฤติกรรม หลังการซื้อ	ด้านการ ตัดสินใจ ซื้อ	ด้าน การค้นหา ข้อมูล	ด้านการรับรู้ ถึงความ ต้องการ	
Constant	1.357	1.928	1.909	1.381	1.644	1.644
ด้านผลิตภัณฑ์ (X <sub>1</sub> )	.125	.013	.072	.131	.031	.069
ด้านราคา (X <sub>2</sub> )	<b>.174*</b>	<b>.185*</b>	.117	<b>.198*</b>	<b>.189*</b>	<b>.173**</b>
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X <sub>3</sub> )	.040	<b>.218**</b>	<b>.272**</b>	<b>.142*</b>	.088	<b>.152**</b>
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X <sub>4</sub> )	<b>.314**</b>	<b>.138*</b>	.080	<b>.181**</b>	<b>.291**</b>	<b>.201**</b>
<b>F Test</b>	40.329	22.981	26.109	37.072	33.774	56.043
<b>R<sup>2</sup></b>	.290	.189	.209	.273	.255	.362
<b>Adjusted R<sup>2</sup></b>	.283	.181	.201	.266	.247	.356

\*p < .05, \*\*p < .01 (ตัวเลขที่เห็นคือค่า B ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ)

จากตาราง 2 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้าน  
 ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี  
 ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 36.2 ซึ่งสามารถเขียนสมการ  
 ได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = 1.644 + .201X_4 + .173X_2 + .152X_3$$

หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจ  
 ในการลงทุนในหุ้นด้านการรับรู้ถึงความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอ  
 หาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 20.9 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = 1.357 + .314X_4 + .174X_2$$

2) ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริม  
 การตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านการค้นหาข้อมูลของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง

18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 18.9 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = 1.928 + .218X_3 + .185X_2 + .138X_4$$

3) ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านการประเมินทางเลือกของคอนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 20.9 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = 1.909 + .272X_3$$

4) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านการตัดสินใจซื้อของคอนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 27.3 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = 1.381 + .181X_4 + .198X_2 + .142X_3$$

5) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านพฤติกรรมหลังการซื้อของคอนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 25.5 ซึ่งสามารถเขียนสมการได้ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ} = 1.644 + .291X_4 + .189X_2$$

## อภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคอนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคอนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับการศึกษาของธนพล จันทร์แก้วเดช (2562) ศึกษาพฤติกรรมการลงทุนตราสารหุ้นของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า นักลงทุนรายย่อย ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการลงทุนตราสารหุ้น ของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร และนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมไม่ต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาในการลงทุนต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคอนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินทางเลือก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากระยะเวลาการลงทุนหรือช่วงเวลาการลงทุน คือ ระยะเวลาที่นักลงทุนต้องถือครองหลักทรัพย์ การกำหนดระยะเวลาสำหรับการลงทุน มักจะเกี่ยวข้องกับเป้าหมายและจุดมุ่งหมายของนักลงทุน ประเภทของระยะเวลาการลงทุน นั้นแตกต่างกันไปทั้งระยะสั้นไปเป็นระยะยาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีที่มาของเงินทุนต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับการศึกษาของสรชา ตนานุวัฒน์ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า นักลงทุนที่มีแหล่งที่มาของเงินทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อหุ้นสามัญ แตกต่างกัน

กลุ่มตัวอย่างที่มีการเลือกประเภทกลุ่มหลักทรัพย์ต่างกัน มีการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากทางเลือกการลงทุนมีทางเลือกการลงทุนหลากหลายประเภทที่มีต่อทิศทางการลงทุน ทำให้การเลือกกลุ่มหลักทรัพย์สามารถกำหนดกลยุทธ์การลงทุนในภาวะตลาดที่แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการลงทุน ได้แก่ ระยะเวลาในการลงทุน ปริมาณเงินที่ใช้ลงทุน ที่มาของเงินทุน และการเลือกประเภทกลุ่มหลักทรัพย์ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของจตุพร อินทร์อักษร (2560) ศึกษาการตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF เพื่อลดหย่อนภาษีของนักศึกษาโครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาโครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีจำนวนเงินลงทุนเฉลี่ยต่อปี ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF เพื่อลดหย่อนภาษี โดยรวมแตกต่างกัน และสอดคล้องกับการศึกษาของสรชา ตนานุวัฒน์ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า 1) นักลงทุนที่มีอายุ สถานภาพ และแหล่งที่มาของเงินทุน แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อหุ้นสามัญ แตกต่างกัน

3. ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่

ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 36.2

หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านการรับรู้ถึงความต้องการของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 20.9 สอดคล้องกับการศึกษาของ Yang Mo (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงาน

บริษัทเอกชน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

2) ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านการค้นหาข้อมูลของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 18.9 สอดคล้องกับการศึกษาของนิวิญณ์มัทรา กรรณะตันตระเวท (2561) ศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด (4P) มีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจลงทุน

3) ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านการประเมินทางเลือกของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 20.9 สอดคล้องกับการศึกษาของทรรศวรรณ จันทร์สาย (2557) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับ บลจ. บัวหลวง: กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF

4) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านการตัดสินใจซื้อของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 27.3 สอดคล้องกับการศึกษาของปาริชาติ โสภารัตน์ (2560) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุขสวัสดิ์ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุขสวัสดิ์

5) ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นด้านพฤติกรรมหลังการซื้อของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ โดยสามารถอธิบายระดับการมีอิทธิพล ได้ร้อยละ 25.5 สอดคล้องกับการศึกษาของอภินันท์ พัชรโรภาสวัฒนกุล (2563) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนทาลิส จำกัด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนทาลิส จำกัด

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ เมื่อจะต้องซื้อหุ้น ต้องเลือกหุ้นที่มีเสถียรภาพ หุ้นที่มีอันดับความน่าเชื่อถือของตราสารในระดับที่ลงทุนได้ จะถือว่าเป็นสินทรัพย์ที่ค่อนข้างปลอดภัย ควรเลือกลงทุนใน

ระยะยาว เพื่อลดความเสี่ยงจากการผันผวนมากเกินไป เพิ่มช่องทางสำหรับการซื้อขายหน่วยลงทุนให้มีทางเลือกที่หลากหลาย เพื่อเป็นตัวเลือกสำหรับนักลงทุน สร้างแรงจูงใจสำหรับนักลงทุนครั้งแรก โดยการแจกของที่ระลึก หรือรางวัล เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ

การตัดสินใจในการลงทุนในหุ้นของคนรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-40 ปี ในพื้นที่อำเภอขนาดใหญ่ การลงทุนมีความเสี่ยง แต่สามารถลดความเสี่ยงบางส่วนได้ด้วยการศึกษาและทำความเข้าใจปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ลักษณะของดัชนีอ้างอิง ผลตอบแทนและความเสี่ยง นักลงทุนควรตัดสินใจถือต่อโดยไม่มีจุดขายขาดทุน แต่ถ้าอะไรจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการขายหุ้นออกไป เพื่อเป้าหมายเกษียณสุขในอนาคต ควรออมเงินในธนาคาร หรือลงทุนในกองทุนรวมตลาดเงินหรือกองทุนรวมตราสารหนี้ที่ให้ผลตอบแทนประมาณ 2% ต่อปี การลงทุนมีความเสี่ยง แต่สามารถลดความเสี่ยงบางส่วนได้ด้วยการศึกษาและทำความเข้าใจปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ลักษณะของดัชนีอ้างอิง ผลตอบแทนและความเสี่ยง เริ่มวางแผนการเงินเพื่อการเกษียณเสียตั้งแต่เนิ่นๆ ลงมือออมให้เร็วที่สุด เพื่อที่จะได้มีช่วงระยะเวลาพอสมควรให้เงินงอกเงย ตามแนวคิดที่ว่า ออมก่อนรวยกว่า เพื่อความมั่งคั่งและมั่นคงของตัวเอง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา เพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นและการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น
2. การศึกษากลุ่มตัวอย่าง สามารถศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นๆ นอกเหนือจากกลุ่มตัวอย่าง 18-40 ปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมสำหรับเลือกการทำวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง และครอบคลุมที่สุด

### เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสถิติศาสตร์วิจัย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : สามลดา.
- จตุพร อินทร์อักษร. (2560). การตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF เพื่อลดหย่อนภาษีของนักศึกษาโครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12 ปี การศึกษา 2560. หน้า 469-481.
- ณดา ทับทิมจรรยา. (2558). ความสามารถตอบสนองปัจจัยส่วนประสมการตลาดของมหาวิทยาลัยแห่งองค์การธุรกิจ. วารสารปัญญาภิวัฒน์, 8(1), 1-22.
- ชนพล จันท์แก้วเดช. (2562). พฤติกรรมการลงทุนตราสารหุ้นของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทรรศวรรณ จันท์สาย. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับบลจ.บัวหลวง:กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.

- นวิษณ์มีตรา กระมระดับต้นระเวท. (2561). พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. *การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 56 สาขาเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ*. วันที่ 6 - 9 กุมภาพันธ์ 2561 ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน. หน้า 381-392.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). *การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 10)*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปาริชาติ โสภารัตน์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของธนาคารกรุงเทพ สาขาบิ่กซีสุขสวัสดิ์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- สรชา ตานานวัฒน์ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนหุ้นสามัญในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ.ตรังวิจัย ประจำปี 2560*. หน้า 391-401.
- สุรพันธ์ ใจมา (2563). รูปแบบกลยุทธ์การตลาดบริการของศูนย์การแพทย์แผนไทย และการแพทย์ทางเลือกของโรงพยาบาลภาครัฐในประเทศไทย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 6(1), 42-62.
- อภิรักษ์ พัชรโรภาสวัฒนกุล. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนทาลิส จำกัด. *การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 4*. ระหว่างวันที่ 15-16 กรกฎาคม 2563 ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์พระนครศรีอยุธยา หันตรา. หน้า 887-895.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice- Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- SET investnow. (2564). ลงทุนหุ้น หนทางสู่ความมั่งคั่งอย่างมั่นคง. ค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2564, จาก <https://www.setinvestnow.com/th/knowledge/article/160-creating-continuing-wealth-through-investing-in-stock>
- Yang Mo. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานบริษัทเอกชน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.