

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรใน ศาลากลางจังหวัดตรัง

จิตราหนู วิสุทธิฐานนท์¹ ภิรภัทร ภักดิ์ศรี²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 275 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่แตกต่างกัน ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการใช้บริการ, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจใช้บริการ

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ อีเมล : 6524104420@rumail.ru.ac.th

²อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

FACTORS THAT AFFECTS EQUITY INVESTMENT DECISIONS OF EMPLOYEE IN TRANG CITY HALL

Jittranuch Wisuttichanon¹ Peerapat Pukkeeree ²

ABSTRACT

This research aims to study equity investment decisions. Study the factors affecting the decision to invest in equity instruments and study the 7P's marketing mix factors that affect equity investment decisions of employee in Trang City Hall. The sample consisted of 275 people. Data were collected by using a questionnaire. Analytical statistics include percentage, mean, standard deviation. and multiple regression analysis

The research results found that personal factors in terms of gender, age, status, education level, occupation, and monthly income are different affecting the decision to invest in equity instruments of employee in Trang City Hall is significantly different at the 0.05 level. The 7P's marketing mix factors are different in product factors Price factor Distribution channel factors Marketing promotion factors Personnel factors Physical factors and service process factors that affecting the decision to invest in equity instruments of employee in Trang City Hall is significantly different at the 0.05 level.

Keyword : Marketing mix factors, Investment decisions, Equity

¹Student, Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University

Corresponding Author Email: 6524104420@rumail.ru.ac.th

²Advisor, Master of Business Administration, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ประสบปัญหาทางด้านการบริหารการเงินส่วนบุคคลเนื่องจากไม่ได้มีการวางแผนการออมเงินไว้อีกทั้งการดำเนินชีวิตมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจากผลกระทบทั้งภายในภายนอกไม่ว่าจะเป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อวางแผนการออมเงิน เพราะฉะนั้นการวางแผนการบริหารการเงินส่วนบุคคลจึงเป็นสิ่งสำคัญ

การวางแผนเพื่อบริหารเงินออมที่มีอยู่ให้งอกเงยตามวัตถุประสงค์ โดยการตัดสินใจลงทุน ผู้ออมเงินสามารถเลือกการตัดสินใจลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินตามระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และตามผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนต้องการ โดยสินทรัพย์ทางการเงิน ในที่นี้ คือ ตราสารทุน โดยตราสารทุน เป็นตราสารที่กิจการหรือผู้ออกตราสารต้องการระดมทุนไปใช้ในกิจการการ โดยที่ผู้ซื้อหรือผู้ถือตราสารมีสิทธิในการเป็นเจ้าของร่วมกับกิจการนั้นๆ มีส่วนได้เสียเมื่อกิจการได้ประโยชน์หรือเสียประโยชน์ และได้รับผลตอบแทนเป็นเงินปันผล โดยตราสารทุนมีด้วยกัน 4 ประเภท ได้แก่ หุ้นสามัญ (Common Stock) หุ้นบุริมสิทธิ (Preferred Stock) ใบสำคัญแสดงสิทธิ (Warrant) และใบสำคัญแสดงสิทธิอนุพันธ์ (Derivative Warrant : DW) โดยนักลงทุนสามารถซื้อขายตราสารทุนได้ในตลาดหลักทรัพย์ 2 แห่ง คือ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (The Stock Exchange of Thailand – SET) และตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Market of Alternative Investment – mai)

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจแก่ผู้ที่สนใจลงทุน และเป็นประโยชน์ในการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินและการบริการของบริษัทหลักทรัพย์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง

สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน

3. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน

4. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน

5. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน

6. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน

7. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1.1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ บุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง จำนวน 878 คน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 275 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ระยะเวลาตั้งแต่ เดือนกันยายน - เดือนตุลาคม พ.ศ.2566

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ทราบถึงการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง
- 2.ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง
- 3.ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง
- 4.ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดเตรียมความรู้และความพร้อมเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจลงทุนของผู้ที่สนใจลงทุนในตราสารทางการเงินในศาลากลางจังหวัดตรัง

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

สืบทาติ อันทะไชย (2556) ได้กล่าวไว้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทางประชากรของตลาด ผู้บริโภคที่สำคัญประกอบไปด้วย จำนวนประชากร อัตราการเกิด ช่วงอายุ แหล่งที่พักอาศัย การเคลื่อนย้ายรายได้ และรายจ่าย อาชีพ การศึกษา และสถานการณการแต่งงาน

วรวิรัช งามละม่อม (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ หมายถึงความหลากหลายและความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพการสมรส กายภาพด้านร่างกาย ประสบการณ์ในการทำงานและการดำเนินชีวิต โดยจะมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลที่สามารถบ่งชี้ลักษณะและพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มีสภาวะการตัดสินใจแตกต่างกัน

2. แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน

การลงทุน หมายถึง กระบวนการที่ผู้ลงทุนเลือกที่จะชะลอการใช้จ่ายในวันนี้เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้เพิ่มขึ้นในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการซื้อหลักทรัพย์หรือตราสารการเงินประเภทต่างๆ เช่น ตราสารทุน ตราสารหนี้ หรือด้วยวิธีการอื่นๆ โดยมุ่งหวังเพื่อให้ได้รับกระแสเงินสดจากการลงทุนนั้นๆ และมุ่งหวังในหลักทรัพย์หรือตราสารการเงินที่ได้ลงทุนไปมีมูลค่าสูงขึ้นเพื่อให้อัดกุมกับต้นทุนค่าเสียโอกาสที่สูญหายไป อันเนื่องมาจากภาวะเงินเฟ้อ รวมทั้งชดเชยความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการลงทุนในหลักทรัพย์หรือตราสารทางการเงินตลอดช่วงระยะเวลาลงทุน (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2552 : 2)

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

Kotler (1997 : 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่บริษัทนำเสนอออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการของกิจการ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) หมายถึง ช่องทางการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ รวมถึงวิธีการที่จะนำสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ไปยังผู้บริโภคเพื่อให้ทันต่อความต้องการ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้างความสนใจ ความคิด ความรู้สึก ความต้องการ และความพึงพอใจ ในสินค้าหรือบริการ
5. ด้านบุคคล (People) หรือบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ทำงานเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่องค์กร
6. ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและวิธีการดำเนินงานขององค์กร
7. ด้านกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ถูกลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าหรือบริการ

4. ทฤษฎีการตัดสินใจ

วารุณี ตันติวงศ์วานิชและคณะ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer Decision Process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

- 1.การตระหนักถึงความต้องการ คือการที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการของตนเอง
- 2.การเสาะหาข้อมูล คือการที่ผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นโดยอาจเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่หาเพิ่มก็ได้
- 3.การประเมินทางเลือก คือการที่ผู้บริโภคใช้ข้อมูลที่มีนำมาประเมินเลือก ผลลัพธ์ที่อยู่ในกลุ่มสินค้า
- 4.การตัดสินใจซื้อ คือการที่ผู้บริโภคจัดลำดับตามผลลัพธ์ที่ผู้บริโภคตั้งใจซื้อ
- 5.พฤติกรรมหลังการซื้อ คือหลังจากการซื้อสินค้าอาจมีผลลัพธ์ที่เป็นความพอใจและความไม่พอใจ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุลีพร สีสนิท (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้าในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้ศึกษาข้อมูลจากลักษณะประชากรศาสตร์ ประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลดหย่อนภาษีและศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบในการตัดสินใจลงทุน ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 40 – 49 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 40,000 บาท อาชีพเป็นเจ้าของกิจการและธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัทเอกชน ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10% ประสบการณ์ลงทุน 1-5 ปี จากผลการสำรวจพบว่ามีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก และส่งผลกระทบต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน คือปัจจัยภายในและภายนอกอยู่ในระดับมาก ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา ซึ่งพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ในด้านการประเมินทางเลือกอยู่ในระดับดี ส่วนแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว จากการประเมินพบว่าในอนาคตจะมีการลงทุนเพิ่มขึ้น มีแนวโน้มลงทุนในช่องทางการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ต

วสิน อินทรผูก (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าแตกต่างกัน โดยนักลงทุนรายย่อยให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานของกองทุน รองลงมา ให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมในการสับเปลี่ยนกองทุนและการซื้อขายกองทุนต้องมีสมุดให้เป็นหลักฐานในการซื้อขาย รองลงมาให้ความสำคัญกับเรื่องนโยบายการจ่ายปันผลของกองทุน และการให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของกองทุน ปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าแตกต่างกัน โดยนักลงทุนในเขตตัวเมืองของจังหวัดลำปางให้ความสำคัญกับราคาของหน่วยลงทุนที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญกับความเหมาะสมในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการบริหารกองทุน และแตกต่างกัน และยังพบอีกว่า ขั้นตอนที่ไม่สลับซับซ้อนและความสะดวกรวดเร็ว รวมถึงการมีบริการหลังการขายที่ดีของด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรใช้ในการศึกษานี้ คือบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง จำนวน 878 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 275 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปในการลงทุนในตราสารทุน โดยเป็นคำถามเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน

โดยในแบบสอบถามส่วนที่ 3 และ 4 เป็นการถามระดับความคิดเห็น โดยใช้เครื่องมือประเภทประมาณค่า

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1.การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) จำแนกตามเพศ วิเคราะห์โดยการหาค่า t-test และจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ วิเคราะห์โดยการหาค่า F-test : ANOVA (Analysis of Variance) และหากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD)

2.การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับตัวแปรตาม คือการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 95 ว่า มีอิทธิพลต่อกันหรือไม่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 56.40 เพศชาย จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60

อายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุสูงสุดระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาจะมีอายุในช่วงระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60 และอายุในช่วงระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 77.80 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 78.20 รองลงมา มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 และมีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นข้าราชการ จำนวน 224 คนคิดเป็นร้อยละ 81.50 รองลงมาอาชีพลูกจ้าง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.10 พนักงานราชการ จำนวน 20 คิดเป็นร้อยละ 7.30 และรัฐวิสาหกิจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 และรายได้ต่อเดือน 40,001 – 50,000 บาทจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 13.10 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในการลงทุนในตราสารทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อตราสารทุนผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุด จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 86.20 รองลงมาซื้อผ่านช่องทางบริษัทหลักทรัพย์ จำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 12.40 และซื้อผ่านช่องทางธนาคาร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ลงทุนในตราสารทุนระยะเวลา 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 86.20 รองลงมา มีประสบการณ์ลงทุนระยะเวลา 1 – 5 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 12.40 และมีประสบการณ์ลงทุนระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสัดส่วนการลงทุนในตราสารทุนเมื่อเทียบกับสินทรัพย์ทั้งหมด ร้อยละ 10 – 30 จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 87.60 รองลงมา สัดส่วนการลงทุนน้อยกว่าร้อยละ 10 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และสัดส่วนการลงทุน ร้อยละ 31 – 50 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับ พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านราคา รองลงมา คือด้านสภาพภาพ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์การตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน 5 ขั้นตอน วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับขั้นประเมินผลหลังการลงทุน มากที่สุดรองลงมาให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนการรับรู้ปัญหา และขั้นตอนการตัดสินใจลงทุน ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรัง สามารถนำมาอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ผลการทดสอบพบว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริโสภา ถุงคำแก้ว (2562) ที่ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่าคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัทราวลัย ทับทอง (2560) ที่ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยด้านความรู้ในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของพนักงานบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด มหาชน โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุน LTF แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริโสภา ถุงคำแก้ว (2562) ที่ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่าคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริโสภา ถุงคำแก้ว (2562) ที่ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่าคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกร เลาสงคราม (2555) ที่ได้ศึกษา เรื่องพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคณวิทำงาน โดยผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริโสภา ถุงคำแก้ว (2562) ที่ได้ศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผล

การศึกษาพบว่าคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม หุนระยะยาวแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกันในปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยผลิตภัณฑ์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านปัจจัยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน อินทรผูก (2555) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายในเขตอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุนระยะยาว พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านราคา ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวศิน อินทรผูก (2555) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายในเขตอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุนระยะยาว พบว่าปัจจัยด้านราคาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร จิรายาญ (2550) ที่ได้ศึกษาประเด็นที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการซื้อขายกองทุนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนักลงทุน พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันส่งผลต่อการใช้บริการซื้อขายกองทุนแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุวดี อริยานนท์ (2552) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนทั่วไป กรณีการเปิดเสรีค่าคอมมิชชั่น พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านบุคลากร ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านปัจจัยด้านบุคลากรที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดตรังแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศริย์ จุลจิราภรณ์ (2550) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านกายภาพ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านด้านกายภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศริย์ จุฬจิราภรณ์ (2550) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์ของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการบริษัทหลักทรัพย์แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน อินทรผูก (2555) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้านายหน้าในเมืองลำปางในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้านายหน้าในเมืองลำปางแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนของบุคลากรในศาลากลางจังหวัดต่าง ๆ ผู้วิจัยเสนอแนะได้ว่า ปัจจัยส่วนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุนแตกต่างกัน ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์ ธนาคาร และช่องทางออนไลน์ ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนบริหารปัจจัยในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายนอก ความเสี่ยง อัตราผลตอบแทนให้มีความเหมาะสมและหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจลงทุนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน เช่น มีการออกแบบกลยุทธ์การลงทุนในตราสารทุนให้มีความเหมาะสมสำหรับผู้ลงทุน รวมถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ต้องตระหนักและให้ความสำคัญอย่างครบถ้วนเพื่อการดำเนินธุรกิจอย่างลุล่วงและประสบความสำเร็จ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาร้อยต่อไปควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน ให้หลากหลายกลุ่มประชากรมากขึ้น เนื่องจากประชากรในศาลากลางจังหวัดต่าง ๆ ที่สนใจหรือมีการลงทุนในตราสารทุนอาจไม่มากเพียงพอจึงต้องเพิ่มกลุ่มประชากรให้มีความหลากหลายเพื่อที่จะได้กลุ่มประชากร และความสนใจในการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกันออกไปมากขึ้น อีกทั้งควรศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทุน ว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลให้การตัดสินใจลงทุนเกิดความแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถนำผลการวิจัยไปศึกษาเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักลงทุนในอนาคตได้

บรรณานุกรม

Kotler, P. (2003). ใน Marketing Management (11th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

ชวลีพร สีสนิท. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2565). การวางแผนการเงินส่วนบุคคล: เมื่อประชาชนมั่งคั่ง ประเทศชาติก็มั่นคง. เข้าถึงได้จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย:

<https://member.set.or.th/set/education/knowledgedetail.do?contentId=535&type=article>

วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). ทฤษฎีการมีส่วนร่วม. ปทุมธานี: สถาบันวิชาการไทยวิจัยพัฒนาการจัดการ.

วศิน อินทรภูง. (2555). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในเขตอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วารุณี ตันติวงศ์วานิช และคณะ. (2554). หลักการตลาด *Principle of Marketing* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น

ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566). การลงทุนในตราสารทุน. เข้าถึงได้จาก ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: <https://weblink.set.or.th/dat/setbooks/e-book/80.pdf>

ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาความรู้ตลาดทุน. (2556). การประเมินมูลค่าสินทรัพย์ การลงทุนในตราสารทุน. จาก ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาความรู้ตลาดทุน: <https://weblink.set.or.th/dat/setbooks/e-book/80.pdf>

สืปชาติ อันทะไชย. (2556). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.