

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y
ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

Factors influencing the decision to save money through the Gen Y
mutual fund model during the Covid-19 period in Bangkok area.

นางสาวพัชราภา เงินยวง

สาขาวิชาการจัดการการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

Patcharapa Ngeanyoung

E-mail : patcharapa.ngea@gmail.com

Finance and Banking, Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยการใช้วิธีการสำรวจ และมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 – 2543 จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าความถี่ ร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานโดยใช้การทดสอบ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษา พบว่า 1) กลุ่ม Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวม ช่วงโควิด-19 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และ 2) ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ (Sig = .001) ทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ (Sig = .000) ด้านราคา (Sig = .025) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig = .000) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Sig = .000) และด้านบุคลากร (Sig = .006) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และผู้ที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อกองทุนรวม

มากกว่า 1,000,000 บาท มีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 สูงกว่าผู้ที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อกองทุนรวม 1- 10,000 บาท

คำสำคัญ : การออมเงิน, กองทุนรวม, เจเนอเรชั่น วาย, โควิด-19, ทักษะคนดี

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the demographic factors influencing the decision to save money through the Gen Y mutual fund model during the COVID-19 period in Bangkok and 2) to study the attitude factors influencing it. towards the decision to save money through the Gen Y mutual fund model during the Covid-19 period in Bangkok. It is a quantitative research. By using survey methods and questionnaires. Is a tool used to collect information from people in Bangkok. 400 people were born between the years 1981 and 2000. Data were analyzed by descriptive statistics such as frequency, percentage, mean. and standard deviation Inferential statistics were analyzed using t-test, One-Way Analysis of Variance, and Multiple Regression Analysis. The statistical significance was determined at the .05 level.

The results of the study found that 1) Gen Y group in Bangkok area with occupation and the average monthly income differed, the decision to save money through mutual funds during the COVID-19 period differed at the level of statistical significance of .05 and 2) Cognitive Attitude (Sig = .001) Emotional Attitude feelings towards products (Sig = .000), price (Sig = .025), distribution channels (Sig = .000), marketing promotion (Sig = .000) and personnel (Sig = .006) It is a factor that influences the decision to save money through the Gen Y mutual fund model during the Covid-19 period in Bangkok. And those who have an average amount of money who buy mutual funds more than 1,000,000 baht have a decision to save money through the Gen Y mutual fund model during the Covid-19 period than those who have an average amount who bought a mutual fund of 1-10,000 baht.

Keyword : Behavior, Buying, Consumer, Covid-19

บทนำ

ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงวัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และจะเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aged Society) ในปี พ.ศ. 2564 โดยคาดว่า จะมีประชากรไทยอายุ 60 ปีขึ้นไปเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และในปี พ.ศ. 2574 สัดส่วนจะเพิ่มสูงถึงร้อยละ 28 เข้าสู่สังคมสูงอายุระดับสุดยอด (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) ดังนั้น คน Gen Y จึงเป็นกลุ่มคนที่มีสัดส่วนในวัยแรงงานมากที่สุดและเป็นกลุ่มประชากรที่ถูกคาดหวังให้เป็นกำลังขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศและดูแลผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในอนาคต ในปัจจุบันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นวิกฤตการณ์หนึ่งของโลก ไวรัสโควิด-19 ได้แพร่ระบาดตั้งแต่ปลายปี 2562 จนถึงปัจจุบัน และยังมีแนวโน้มที่จะยุติ ลงในเร็ว วิกฤตครั้งนี้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ธุรกิจหลายแห่งต้องปิดกิจการหรือหยุดดำเนินงานชั่วคราว เพราะขาดสภาพคล่องทำให้ต้องเลิกจ้างหรือพักงานพนักงานโดยไม่จ่ายค่าจ้าง โดยคน Gen Y เป็นกลุ่มประชากรในช่วงวัยทำงานซึ่งได้รับผลกระทบในครั้งนี้นับมากที่สุด (SCB EIC Article, 2563)

ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการเงินภายใต้โครงการนำร่องให้ความรู้ทางการเงินกับ Gen Y ที่เพิ่งทำงานโดยธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชียร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2560 พบว่า คน Gen Y รู้ ว่าเรื่องการออมเป็นสิ่งจำเป็นแต่ยังทำไม่ได้โดยขอจ่ายก่อนแล้วค่อยออมทีหลังและยังไม่ให้ความสำคัญต่อเรื่องการออมเท่าที่ควร นอกจากนี้ศูนย์วิจัยประสบการณ์และข้อมูลลูกค้าที่เอ็มบีเปิดเผยผลการศึกษาปี พ.ศ. 2561 ในหัวข้อ “คนไทยมีเงินเหลือใช้ไม่ถึง 6 เดือนเมื่อหยุดทำงาน” พบว่า คน Gen Y มีปัญหาเงินออมไม่พอโดยมีเงินออมพอใช้ไม่ถึง 6 เดือน และคนไทยร้อยละ 80 ประมาณ 28 ล้านคน ที่มีเงินออมพอใช้ไม่ถึง 6 เดือน มีพฤติกรรมใช้ก่อนแล้วออมทีหลังและยังไม่วางแผนการใช้จ่ายหลังเกษียณอีกด้วย (Thai PBS News, 2561) เช่นเดียวกับศูนย์วิเคราะห์ TMB Analytics ได้เผยผลการศึกษาพฤติกรรมการเงินจากข้อมูลโซเชียลมีเดียของคน Gen Y พบว่า คน Gen Y ส่วนใหญ่มีความฝันสร้างอนาคตที่ดีและมั่นคง ต้องการมีบ้านมีรถและเงินออมแต่ในความเป็นจริงยังห่างไกล ซึ่งมีสาเหตุมาจากการติดกับดักค่าใช้จ่าย “ของมันต้องมี” ทำให้ในแต่ละปี คน Gen Y ต้องเสียเงินในเรื่องดังกล่าวรวมกันสูงถึง 1.37 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 13 ของ GDP (The Standard, 2562) ในอดีตประชาชนมักจะมีรูปแบบการออมเงินด้วยการนำเงินสดไปฝากไว้กับธนาคารพาณิชย์ เนื่องจากรัฐบาลมีการรับประกันเงินฝากเต็มจำนวน แต่ปัจจุบันรัฐบาลมีการร่างพระราชบัญญัติสถาบันคุ้มครองเงินฝากโดยการลดการรับประกันการคุ้มครองเงินฝากเหลือ 1 ล้านบาทต่อคนต่อธนาคาร และอัตราดอกเบี้ยเงินฝากลดต่ำลง รวมถึงอัตราเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ประชาชนให้ความสนใจในการนำเงินไปลงทุนในเครื่องมือทางการเงินอื่น ๆ ที่สามารถสร้างผลตอบแทนสูงสุดให้กับตนเองได้ เช่น การลงทุนในทองคำ หรือการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันสถาบันการเงินต่าง ๆ ได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น การออกกองทุนรวมประเภทต่าง ๆ ทำให้นักลงทุนประเภทบุคคลธรรมดาสามารถเลือกลงทุนผ่านกองทุนเหล่านั้นได้ การลงทุน เพื่อการออมผ่านกองทุนรวมเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น เนื่องจากประชาชนเริ่มเข้าใจถึง

ประโยชน์ของการลงทุนผ่านตัวแทนที่เป็นมืออาชีพ ซึ่งจะลดความเสี่ยงจากการลงทุนด้วยตนเอง (พิมพ์นารา ต้านสกุล, 2563)

การลงทุนในกองทุนรวม จึงเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับประชาชนที่มีเงินทุนไม่มาก และไม่มีเวลาชำนาญในการพิจารณาเลือกลงทุนในหลักทรัพย์แต่ละตัว เนื่องจากลักษณะของ กองทุนรวมเป็นการนำเงินของนักทุนรายย่อย ๆ ไปลงทุนร่วมกันเพื่อรวมเป็นเงินก้อนใหญ่ โดยมีตัวแทนที่เป็นมืออาชีพมาช่วยในการบริหารการลงทุน ประกอบกับรัฐบาลได้ส่งเสริมให้ประชาชนออมเงินระยะยาวมากขึ้น โดยในปี 2563 อุตสาหกรรมกองทุนรวมไทยมีมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ 5.18 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.6 จากปี 2562 โดยกลุ่มกองทุนที่มีผลตอบแทนเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ หุ้นกลุ่มเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 26.8 รองลงมาคือ หุ้นภูมิภาคยุโรป คิดเป็นร้อยละ 26.3 และกลุ่มกองทุนน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 23.7 (The Standard, 2563) จากการรวบรวมข้อมูลล่าสุดของสมาคมบริษัทจัดการลงทุน (AIMC) พบว่า เดือนมีนาคม 2564 มีบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ทั้งสิ้น 23 บริษัท มีจำนวน 2,117 กองทุน เพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปี 2563 มีจำนวน 2,051 กองทุน โดยบลจ. กสิกรไทย มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ บลจ. ไทยพาณิชย์ และ บลจ. บัวหลวง ตามลำดับ (กรุงเทพธุรกิจ, 2564)

เนื่องจากอุตสาหกรรม “กองทุนรวม” ในไทยเติบโตขึ้นต่อเนื่อง และจากผลงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า คน Gen Y มี เงินออมพอใช้ไม่ถึง 6 เดือน หากประเทศไทยคาดหวังให้คน Gen Y เป็นกำลังขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศและดูแลผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในอนาคตโดยให้เงินออมเป็นภูมิคุ้มกันเพื่อพึ่งตนเองได้ หากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันในอนาคตและรองรับการกินการใช้นายมที่ไม่ได้ทำงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวัยหลังเกษียณหรือวัยชราไม่ให้ เป็นภาระต่อลูกหลานและสังคม ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมหรือพัฒนาให้ประชาชนมีการวางแผนการออมที่เหมาะสม เพื่อควบคุมและระมัดระวังการใช้จ่ายให้มากขึ้น มองเห็นความสำคัญของการออมเงินและการมีเงินสำรองไว้เพื่อการใช้จ่ายและสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉินในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมการณ์การออมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. กลุ่ม Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวม ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. กลุ่ม Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการออมแตกต่างกันมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวม ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524–2543 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ W.G.Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 และยอมรับความคาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (ธีรฤทธิ เอกะกุล, 2553)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนเมษายน – สิงหาคม พ.ศ. 2565 เป็นระยะเวลา 5 เดือน

นิยามศัพท์

1. เจเนอเรชัน วาย (Gen Y) หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 – 2543
2. การออม (Saving) หมายถึง การแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเก็บสะสมไว้สำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อไว้ใช้ในอนาคต เพื่อเวลาฉุกเฉิน เพื่อใช้ในสิ่งที่อยากได้หรืออยากทำ การออมส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียเงินต้นต่ำ และได้รับผลตอบแทนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับการลงทุน เช่น การฝากออมทรัพย์ การฝากประจำ การซื้อสลากออมทรัพย์
3. กองทุนรวม (Mutual Fund) หมายถึง โครงการลงทุนที่ระดมเงินจากคนทั่วไป และนำเงินที่ได้ขึ้นไปลงทุนในหลักทรัพย์ หรือทรัพย์สินต่าง ๆ เช่น พันธบัตร หุ้น หรือทองคำ เป็นต้น ตามนโยบายการลงทุนที่ระบุไว้ โดยมีบริษัทจัดการกองทุนรวม (บลจ.) ทำหน้าที่บริหารกองทุนให้ได้ผลตอบแทน แล้วนำมาเฉลี่ยคืนให้กับผู้ลงทุนตามสัดส่วนที่ได้ลงทุนไว้

4. ทักษะคติ (Attitudes) หมายถึง สภาวะทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้ม พฤติกรรมของกลุ่ม Gen Y ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

4.1 ด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ความคิดเห็นความรู้ และความเข้าใจของกลุ่ม Gen Y ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม

4.2 ด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ/ไม่ชอบ ของกลุ่ม Gen Y ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม

4.3 ด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง ความตั้งใจของของกลุ่ม Gen Y ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมในอนาคต

5. การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมในการออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร/
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการกระตุ้นและส่งเสริมการออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

หลักการ แนวคิด ทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ยังได้กล่าวว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ สถานภาพ ขนาดของครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรจะสามารถช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ประกอบด้วย

1. อายุ (Age) สินค้าหรือบริการแต่ละประเภท จะสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่ต่างกันออกไป
2. เพศ (Sex) สินค้าหรือบริการบางประเภท สามารถใช้เพศในแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้ เนื่องจากเพศที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติ การรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลให้มี พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

3. รายได้ (Income) รายได้ของผู้บริโภคจะเป็นตัวแปรที่กำหนดความสามารถในการซื้อสินค้าและบริการ ผู้บริโภคที่มีรายได้มากจะมีความสามารถในการซื้อที่สูงกว่าผู้บริโภครายได้น้อยกว่า จึงอาจใช้รายได้เป็นตัวแบ่งคร่าว ๆ ได้ว่าผู้บริโภคที่มีระดับรายได้ใกล้เคียงกันมักมี พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใกล้เคียงกัน

4. การศึกษา และอาชีพ (Education and Occupation) การศึกษา และอาชีพถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่ แตกต่างกันของผู้บริโภค

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

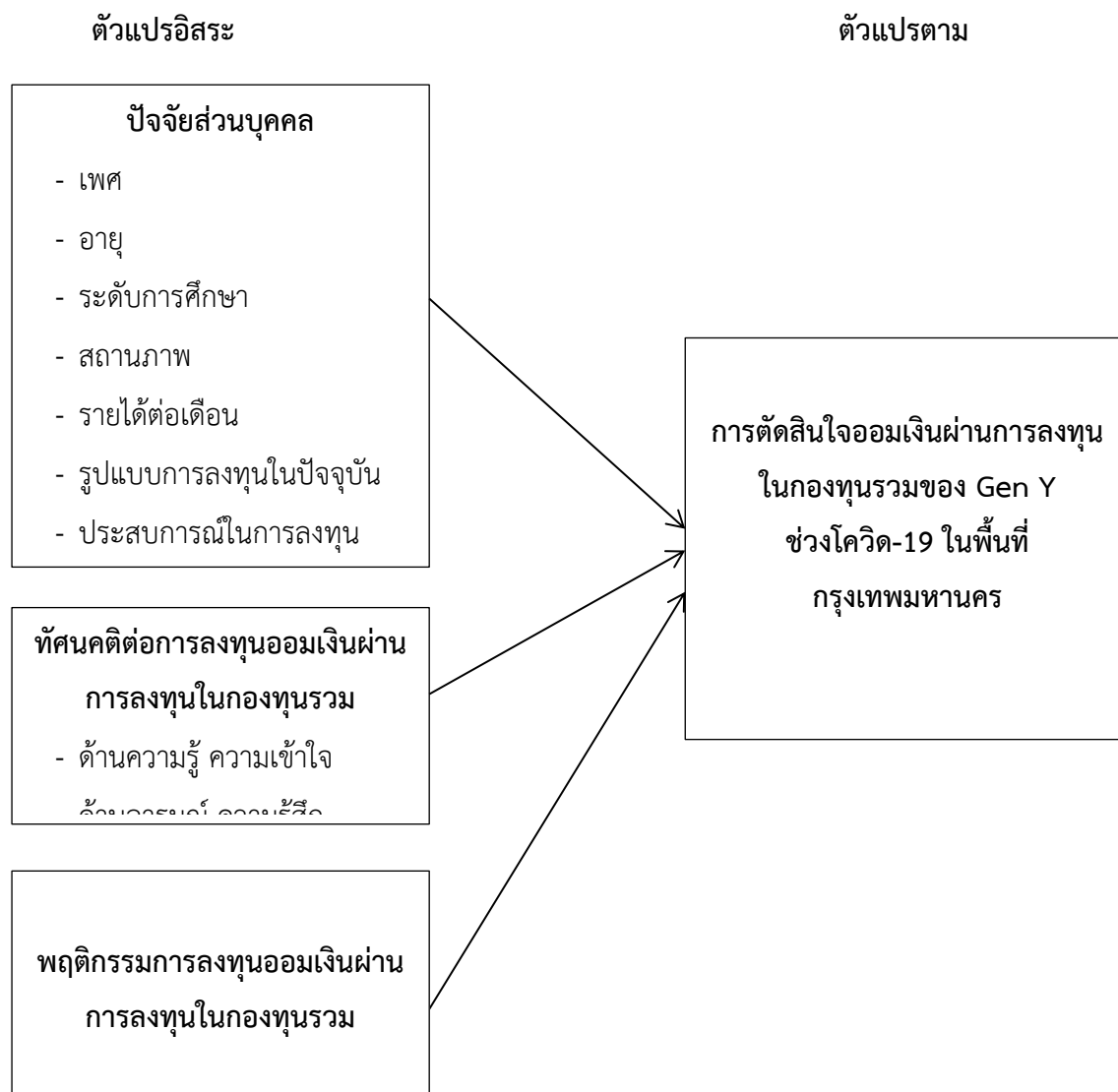
ทัศนคติหมายถึงความรู้สึก ความคิดหรือความ เชื่อและแนวโน้ม ที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมของบุคคลเป็นปฏิกริยาโต้ตอบ โดยการประมาณค่า ว่าชอบหรือไม่ชอบ ที่จะส่งผลกระทบต่อตอบสนองของบุคคลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อ บุคคล สิ่งของและสถานการณ์ ในสภาวะแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ โดยที่ทัศนคตินี้ สามารถ เรียนรู้ หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์ และทัศนคตินั้น สามารถที่จะรู้หรือถูกตีความได้จากสิ่ง ที่คนพูดออกมาอย่างไม่เป็นทางการ หรือจากการสำรวจที่เป็นทางการ หรือจากพฤติกรรมของ บุคคลเหล่านั้น โดย Gibson (2000) กล่าวว่า ทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้าน ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) หมายถึง ความเชื่อเชิงการประเมินเป้าหมาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อจินตนาการและการจำ

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกใน ทางบวกหรือลบ หรือทั้งบวกและลบต่อเป้าหมาย

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มของพฤติกรรม หรือแนวโน้มของการแสดงออกต่อเป้าหมาย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 – 2543

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524 – 2543 ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

จากสูตรของ W.G.Cochran (1977) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม เท่ากับ 385 ตัวอย่าง อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการป้องกันความคลาดเคลื่อน และผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการตอบแบบสอบถามที่ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแบบสอบถามทั้งหมดเป็น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) และมีแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นมาจากแนวความคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมี 5 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน รูปแบบการลงทุนในปัจจุบัน และประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวม มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Ended Question) โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความรู้ ความเข้าใจ ต่อการลงทุนในกองทุนรวม ใช้การวัดแบบอันตรภาค (Interval scale) หรือแบบ Likert-Scale (มาตรวัดระดับความคิดเห็น) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวม ใช้การวัดแบบอันตรภาค (Interval scale) หรือแบบ Likert-Scale (มาตรวัดระดับความรู้สึก) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในอนาคต มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Ended Question) โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ใช้การวัดแบบอันตรภาค (Interval scale) หรือแบบ Likert-Scale (มาตรวัดระดับความคิดเห็น) 5 ระดับ

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 5 ใช้การวัดแบบอันตรภาค (Interval scale) หรือแบบ Likert-Scale (มาตรวัดระดับความคิดเห็น) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert (1932, อ้างถึงในเกียรติสุดา ศรีสุข, 2552) มาเป็นแนวทาง เพื่อให้สามารถแบ่งข้อมูลเป็นลำดับขั้นตอนและอธิบายถึงความแตกต่างของตัวแปรได้ จึงใช้มาตรวัดระดับความรู้สึก 5 ระดับ

เกณฑ์การให้คะแนนมาตรวัดระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ดังนี้

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	1 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	=	2 คะแนน
เฉย ๆ	=	3 คะแนน
เห็นด้วย	=	4 คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	=	5 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายจากค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนที่ได้ในแต่ละระดับ ความเห็น (เกียรติ สุธา ศรีสุข, 2552) ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	เฉย ๆ
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ วรรณกรรม ผลงานวิจัยต่าง ๆ แนวคิดและทฤษฎี เพื่อกำหนดขอบเขตหรือนิยามตัวแปรที่จะนำมาใช้ประกอบในงานวิจัย และนำ ข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาประยุกต์สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาและขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้

2. กำหนดขอบเขตหรือนิยามตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหา ขอบเขตงานวิจัยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และให้คำแนะนำ จากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Content validity) แล้ววิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of Item Objective Congruency) เพื่อตรวจสอบถึงความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของภาษาจากนั้นนำไปปรับปรุงและทำการแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องเหมาะสม โดยการหาความตรงเชิงในเนื้อหา ซึ่งสามารถคำนวณได้จากความสอดคล้อง คือค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence : IOC) โดยผล IOC ที่ได้ในงานวิจัยครั้งนี้ มีค่า IOC ในทุกข้อตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไป การศึกษาครั้งนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.75 – 1.00

3. นำแบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ในกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อจะได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha (Cronbach's α) 0.7 ขึ้นไป การศึกษาครั้งนี้ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.899

4. นำแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบกลับมาเรียบร้อยแล้วมาทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

5. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่ได้มาจากอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้จริง
6. จัดทำแบบสอบถามในฉบับสมบูรณ์ แล้วนำแบบสอบถามนั้นไปดำเนินการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่ม Gen Y ที่อาศัยในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้อยู่ในช่วงที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ดังนั้นเพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทำแบบสอบถามออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามที่ได้จากการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปด้านสังคมศาสตร์ ซึ่งในการวิเคราะห์ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1.1 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุน โดยใช้การหาค่าความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

1.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยทัศนคติ ด้านความรู้ ความเข้าใจ และด้านอารมณ์ ความรู้สึกโดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการใช้วิธีการทดสอบ t-test สำหรับข้อมูลที่จำแนกเป็น 2 กลุ่ม และวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

2.2 วิเคราะห์ปัจจัยทัศนคติ ด้านความรู้ ความเข้าใจ และด้านอารมณ์ ความรู้สึก ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครโดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 วิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) สำหรับข้อมูลที่จำแนกมากกว่า 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 27 - 31 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีลงทุนในรูปแบบกองทุนรวม โดยเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ และปัจจุบันก็ยังลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งมีเหตุผลในการลงทุนในกองทุนรวม คือ เชื่อมั่นในการบริหารงานของกองทุน ส่วนผู้ที่ปัจจุบันเลิกลงทุนแล้ว มีเหตุผลเพราะไม่มีเวลาดูตามผลการดำเนินงาน และผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ลงทุนในกองทุนรวมเลย เพราะกลัวการขาดทุนและรอจังหวะตลาด

การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ ต่อการลงทุนในกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ ต่อการลงทุนในกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นต่อทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ ต่อการลงทุนในกองทุนรวมโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยมีความเห็นว่าข้าพเจ้ารับทราบถึงขั้นตอนและวิธีการในการซื้อ / ขาย หรือ ติดตามกองทุนรวมที่ข้าพเจ้าสนใจได้เป็นอย่างดี เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ ข้าพเจ้าทราบนโยบายการลงทุนของกองทุนรวมเป็นอย่างดี และข้าพเจ้ามั่นใจว่ามาตรการคุ้มครองของภาครัฐ จะควบคุมบริษัทจัดการกองทุนรวม ไม่ให้เอารัดเอาเปรียบผู้ลงทุนได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และข้าพเจ้าเชื่อมั่นว่าผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวมดีกว่าการลงทุนประเภทอื่นๆในระยะยาว เป็นลำดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

การวิเคราะห์ความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวมโดยภาพรวมในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยมีความรู้สึกต่อการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.00 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวม ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยมีความรู้สึกต่อการลงทุนในกองทุนรวมมีหลากหลายประเภทให้เลือกตามความต้องการ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมาคือ ความมั่นคงของการลงทุน เช่น มีกฎหมายหรือมาตรการความคุ้มครองในการลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 และผลตอบแทนที่ได้รับจากกองทุนรวมเมื่อเทียบกับการลงทุนประเภทอื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวม ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 โดยมีความรู้สึกต่อความเหมาะสมในการเก็บค่าธรรมเนียมและค่าบริการจัดการการลงทุน และความเหมาะสมของค่าธรรมเนียมในการโอนเงินเพื่อซื้อหน่วยลงทุน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และใช้เงินลงทุนขั้นต่ำในการซื้อหน่วยลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยมีความรู้สึกต่อความหลากหลายในการเลือกลงทุนผ่านแต่ละช่องทางของกองทุนรวม เช่น การลงทุนผ่านธนาคารได้ ทางอินเทอร์เน็ต ผ่านตัวแทน นายหน้า ATM เป็นต้น เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือ ความหลากหลายในการชำระ ค่าซื้อหรือรับเงินค่าขายหน่วยลงทุน เช่น ผ่านบัญชีธนาคาร เช็ค บัตรเครดิต ATM เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และความน่าเชื่อถือในการลงทุนกองทุนรวมผ่านแต่ละช่องทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวม ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยมีความรู้สึกต่อการออกบูธ หรืองาน Event เพื่อให้ความรู้ด้านการลงทุน เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 รองลงมาคือ ความน่าสนใจของการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการลงทุนในกองทุนรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และการส่งเสริมการลงทุนกองทุนรวมจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวม ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีความรู้สึกต่อความน่าเชื่อถือของบุคลากรผู้ให้บริการ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาคือ ความรู้ความเข้าใจของบุคลากรผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และความพร้อมด้านบุคลากรของผู้ให้บริการลงทุนกองทุนรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ

ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวม ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 โดยมีความรู้สึกต่อความชัดเจนในการนำเสนอข้อมูลของกองทุนรวม เช่น นโยบายการลงทุน สัดส่วนการลงทุน ค่าธรรมเนียม ผู้ดูแลผลประโยชน์ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 รองลงมาคือ รูปแบบในการนำเสนอข้อมูลง่ายต่อความเข้าใจ เช่น นำเสนอเป็นกราฟ เปรียบเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ และความถูกต้องและรวดเร็วของวิเคราะห์ข้อมูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้สึกต่อทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกต่อส่วนประสมทางการตลาดของกองทุนรวม ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 โดยมีความรู้สึกต่อความน่าเชื่อถือของกระบวนการตรวจสอบ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือ กลไกการควบคุมและตรวจสอบจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และขั้นตอนและกระบวนการในการลงทุน ง่าย / ไม่ซับซ้อน ในการติดตาม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ตามลำดับ

การวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในอนาคต

ผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในอนาคต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อกองทุนรวม 10,001 – 100,000 บาท ส่วนใหญ่ลงทุนกองทุนรวมมากกว่าประเภทอื่น โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ลงทุนหรือเลิกลงทุนในกองทุนรวมแล้วส่วนใหญ่ค่อนข้างสนใจ และเฉยๆ ที่อยากลงทุนกองทุนรวมในอนาคต และผู้ตอบแบบสอบถามที่ลงทุนในกองทุนรวมอยู่ในปัจจุบันส่วนใหญ่เลือกที่จะลงทุนเท่าเดิมในอนาคต

การวิเคราะห์การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวมโดยภาพรวมในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 โดยมีความเห็นว่าท่านมีการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนรวม เป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ ท่านจะชักชวน / แนะนำ คนรู้จักให้หันมาลงทุนในกองทุนรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ท่านตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อต้องการออมเงินท่านจะนึกถึงการลงทุนในกองทุนรวมเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และท่านตัดสินใจออมเงินผ่านการลงทุนในกองทุนโดยเปรียบเทียบกับผลตอบแทนที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 กลุ่ม Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวม ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า กลุ่ม Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีอาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวม ช่วงโควิด-19 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยผู้ที่มีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชนมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 สูงกว่าผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป มีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 สูงกว่าผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจ (Sig = .001) ทัศนคติด้านอารมณ์ ความรู้สึกที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ (Sig = .000) ด้านราคา (Sig = .025) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Sig = .000) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Sig = .000) และด้านบุคลากร (Sig = .006) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และผู้ที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อกองทุนรวมมากกว่า 1,000,000 บาท มีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 สูงกว่าผู้ที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อกองทุนรวม 1- 10,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 กลุ่ม Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมการออมแตกต่างกันมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวม ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า กลุ่ม Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อกองทุนรวมแตกต่างกันมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวม ช่วงโควิด-19 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยผู้ที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อกองทุนรวมมากกว่า 1,000,000 บาท มีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 สูงกว่าผู้ที่มีจำนวนเงินเฉลี่ยที่ซื้อกองทุนรวม 1- 10,000 บาท และกลุ่ม Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่มีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มในอนาคตของผู้ที่ลงทุนในกองทุนรวมอยู่ในปัจจุบันแตกต่างกันมีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวม ช่วงโควิด-19 แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยผู้ที่มีแนวโน้มการลงทุนเพิ่มมากขึ้น มีแนวโน้มการลงทุนเท่าเดิม มีแนวโน้มเฉย ๆ และมีแนวโน้มไม่แน่ใจ มีการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 สูงกว่าผู้ที่ไม่ต้องการลงทุนแล้ว

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เนื่องจากอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีผลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ดังนั้นสถาบันการเงิน และหน่วยงานเอกชนควรมีการจัดทำโครงการส่งเสริมการออมภายในหน่วยงาน เพื่อเป็นการสร้างวินัยในการออมให้กับพนักงาน

2. ด้านส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์กองทุนรวม สถาบันการเงินควรมีการออกผลิตภัณฑ์ที่มีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้นเพื่อให้เข้ากับกลุ่มคนทำงาน Gen Y ที่กำลังมองหาผลตอบแทนจากการลงทุนในระยะสั้น และมีค่าธรรมเนียมและค่าบริหารจัดการการลงทุนที่มีความเหมาะสมกับเงินลงทุน โดยมีช่องทางการลงทุนให้เลือกหลากหลาย เช่น การลงทุนผ่านธนาคารได้ ทางอินเทอร์เน็ต ผ่านตัวแทน นายหน้า ATM เป็นต้น เพื่อความสะดวกสบายของผู้บริโภคมากขึ้น

ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของ Gen Y ช่วงโควิด-19 ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ควรจะเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพิ่มเติมจากการใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ผู้วิจัยจะได้รับข้อมูลในเชิงลึก ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาวิจัยนำไปใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

2. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะ Gen Y ในพื้นที่กรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่น ๆ ให้กระจายทั่วประเทศ เพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจออมเงินผ่านรูปแบบกองทุนรวมของแต่ละพื้นที่ได้ชัดเจนมากขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการส่งเสริมการลงทุนและการออมของ Gen Y ที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

เกียรติสุตา ศรีสุข. (2552). ระเบียบวิธีวิจัย. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ครองช่าง.

กรุงเทพธุรกิจ. (2564). เปิด 10 อันดับ บลจ. ใหญ่สุดในอุตสาหกรรมกองทุน. เข้าถึงได้จาก:

<https://www.bangkokbiznews.com/business/936710>

ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2553). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

พิมพ์นารา ด้านสกุล. (2563). ทัศนคติของคนวัยทำงาน ต่อการลงทุนกองทุนรวม ในอำเภอเมืองเชียงใหม่.
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: อีระฟิล์ม และไซ
เท็กซ์.

Cochran, W.G. (1977). Sampling Techniques. New York : John Wiley and Sons Inc.

Gibson, J. (2000). Organizations, Behavior, Structure, Processes (9th ed.). New York: Mc Graw -
Hill

SCB EIC Article. (2563). เมื่อ Gen Y ครองตลาดแรงงาน บริษัทต้องปรับตัวอย่างไร. เข้าถึงได้จาก:
<https://www.scbeic.com/th/detail/product/472>

Thai PBS News. (2561). ผลสำรวจพบ Gen Y – Gen X มีเงินออมพอใช้ไม่ถึง 6 เดือน. เข้าถึงได้จาก:
<https://news.thaipbs.or.th/content/272923>