



ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี Factors Affecting Financial Investment of Older People In Sriracha Municipality, Chon Buri Province

สุมนา บุปผา¹ ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์² และ พัฒน์ พัฒนรังสรรค์³
Sumana Buppha,¹ Sri-on Somboonsup² and Pat Pattanarangsun³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ และ 3) ความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุนทางการเงิน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี จำนวน 342 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 60-69 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว ก่อนเกษียณส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,000-50,000 บาท มีการรับผิดชอบรายจ่ายของครอบครัว มีความคิดเห็นเห็นด้วยกับการลงทุนทางการเงิน มีความพึงพอใจในชีวิตอยู่ในระดับมาก และคิดว่าประสบความสำเร็จในชีวิตระดับมาก ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ลงทุนทางการเงินด้วยการนำเงินฝากธนาคาร แหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ใช้เงินออม ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจลงทุนทางการเงินมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุมากที่สุดคือด้านบุคลากรในการให้บริการ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุนทางการเงิน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุด้วยแบบจำลองโลจิสต์พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ โรคประจำตัว ความรับผิดชอบต่อรายจ่ายในครอบครัว ความพึงพอใจในชีวิต และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ : แหล่งลงทุนมีความน่าเชื่อถือ สามารถอธิบายโอกาสในการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ : การลงทุนทางการเงิน ; ผู้สูงอายุ ; พฤติกรรม ; ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา, Graduate Student in Business Economics, Faculty of Economics at Sriracha, Kasetsart University, Sriracha Campus

² รองศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Associate Professor, Faculty of Economics, Kasetsart University

³ อาจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, Lecturer, Faculty of Economics, Kasetsart University



ABSTRACT

The purpose of this study were: 1) to investigate personal characteristics and financial investment behavior of older people, 2) to examined marketing mix factors influencing the financial investment of older people, and 3) to inquire into the relationship between personal characteristics, financial investment behavior, and marketing mix factors influencing the financial investment decision of older people. A sample was 342 older people in the Mueang Sriracha Municipality area, Chon Buri province. The instrument used was a questionnaire. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and logit model.

The results revealed as follows: 1) Most of older people were female; had their age in the 60-69 age range; had underlying disease; had their career before retirement as a business owner or an employee of private company; had a personal income lower than 10,000 baht per month; had a family income per month in the 10,000-50,000 baht range; had responsibility for their household expense, had an agreement with financial investment, had satisfaction of their life, and thought that they were successful in their life at high level. Most of the older people invested their money by depositing it into the bank. Most sources of funds came from savings. Those who had most influence on their decision to make an investment were family or relatives. 2) One of the marketing mix factors most influencing the financial investment of older people was that of service personnel. 3) The relationship between personal characteristics, financial investment behavior, and marketing mix factors influencing the financial investment of older people according to the logit model was found that the personal factors: age, underlying disease, responsibility for their household expense as well as satisfaction of their life, and the marketing mix factors: the aspect of product (credibility of the investing sources) could significantly explain the opportunity of older people to invest their finance at the .01 level.

Keywords : Financial Investment ; Older People ; Behavior ; Marketing Mix Factors

บทนำ

องค์การสหประชาชาติให้นิยามเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ในสัดส่วนเกินร้อยละ 10 หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศถือว่าประเทศนั้นก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14 ปัจจุบันประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไป ของประเทศไทยมีประมาณ 10.90 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.68 ของประชากรทั้งหมดที่มีประมาณ 65.38 ล้านคน (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2559) ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้วตั้งแต่ปี 2548 เนื่องจากมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10.40 และยังคงคาดการณ์ว่า ในอีก 20 ปีข้างหน้าจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ในปี 2571

จากการที่คาดว่าประชากรผู้สูงอายุเกิน 60 ปี จะมีถึงร้อยละ 23.50 (ชมพูนุช พรหมภักดี, 2556) ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับพหุมิติประชากรประเทศไทย แสดงแนวโน้มจำนวนประชากรไทยทุก 20 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2503 ถึง พ.ศ. 2583 พบว่า ประชากรวัยเด็กและวัยแรงงาน มีแนวโน้มลดลง ขณะที่ประชากรวัยสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2558) การที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้ภาครัฐจำเป็นต้องจัดสรรงบประมาณเพิ่มขึ้น ดังจะเห็นได้จากงบประมาณรายจ่ายสวัสดิการผู้สูงอายุ ในปี พ.ศ.2558 อยู่ที่ 2.07 แสนล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 2.39 แสนล้านบาท ในปี พ.ศ.2559 (สำนักงบประมาณ, 2558) ซึ่งมีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อยๆ เห็นได้จากการวิจัยเรื่องการประมาณการงบประมาณสำหรับผู้สูงอายุ และแหล่งที่มาของเงิน โดยชี้ให้เห็นว่าต้องใช้งบประมาณเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัวจาก ปี พ.ศ.2555 ถึงปี พ.ศ.2564 (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2555)

การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรผู้สูงอายุส่งผลต่อสภาวะทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ และถูกหยิบยกเป็นวาระแห่งชาติเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) กล่าวถึงการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ คือ ทำให้ภาครัฐและครัวเรือนมีภาระค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการดูแลและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ส่งผลต่อการงบประมาณของภาครัฐ และค่าใช้จ่ายของครัวเรือนในการดูแลสุขภาพอนามัย และการจัดสวัสดิการทางสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ตามปกติผู้สูงอายุจะมีสุขภาพร่างกายเสื่อมโทรม ไม่แข็งแรง ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จึงไม่สามารถทำงานหาเลี้ยงชีพได้ และจำเป็นต้องมีผู้ดูแลเอาใจใส่ และมีค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลทำให้มีรายจ่ายเพิ่มขึ้นขณะที่ไม่มีรายได้ จึงทำให้ผู้สูงอายุมีความเป็นอยู่ที่ลำบาก หากไม่มีการสะสมเงินออมเพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายในวัยชราหรือเตรียมพร้อมรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมาก่อน ซึ่งพฤติกรรมหารายได้ การบริโภค การออม และการสะสมทรัพย์สินในแต่ละช่วงวัยจะแตกต่างกัน ตามทฤษฎีวงจรชีวิต (Life-cycle Theory) คือ วัยเด็กเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ วัยทำงาน และวัยผู้สูงอายุ โดยเงินออมและความมั่งคั่งเพิ่มขึ้นตามรายได้และตามอายุและสูงที่สุดเมื่อเกษียณจากการทำงาน ในช่วงปลายของชีวิตคนจะดึงเงินออมหรือขายทรัพย์สินมาใช้จ่ายดำรงชีวิตทำให้เงินออมและความมั่งคั่งลดลงเมื่อหลังอายุ 60 ปี หรือเลิกจากการทำงาน (ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, 2557) ดังนั้นการออม การสะสมทรัพย์สิน หรือการลงทุนในวัยสูงอายุ โดยเฉพาะการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งจำเป็น นอกจากเพื่อจะได้มีรายได้หรือเงินสะสมเพิ่มพูนขึ้นจากดอกเบี้ยปันผล หรือกำไรเพื่อไว้ใช้ในวัยสูงอายุ หรือในช่วงบั้นปลายชีวิตแล้ว ยังเป็นการแบ่งเบาภาระจากทางภาครัฐ เป็นการพึ่งพาตนเอง ตามแนวทางแผนพัฒนาผู้สูงอายุของแผนพัฒนาฯ ปัจจุบันมีผู้สูงอายุจำนวนไม่น้อยที่ยังต้องการหารายได้ และทำให้เงินกองงยโดยการลงทุนทางการเงินในสถาบันการเงินต่างๆ

สถาบันการเงิน มีหน้าที่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงิน ต่างแข่งขันกันดึงดูดให้เงินลงทุนเข้ามาลงทุนโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ซึ่ง Philip Kotler เสนอแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix หรือ 7Ps) ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นเครื่องมือในการสร้างกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด จนเกิดการใช้บริการซ้ำหรือบอกต่อ ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจขององค์กรประสบความสำเร็จ และอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจะมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้สูงอายุหรือไม่ ผู้สูงอายุจะลงทุนทางการเงิน

ขึ้นอยู่กับปัจจัยใด และพฤติกรรมการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุจะเป็นอย่างไร ข้อมูลจากการศึกษานี้จะเกิดประโยชน์ และเป็นแนวทางให้สถาบันการเงินต่างๆ นำเสนอทางเลือกผลิตภัณฑ์ด้านการลงทุนทางการเงินที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี รวมทั้งสามารถบูรณาการการวางแผนการลงทุนทางการเงินให้สอดคล้องกับเป้าหมายของลูกค้านเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดความมั่นคงอย่างยั่งยืน และบรรลุเป้าหมายการลงทุนทางการเงินที่กำหนดไว้ ตลอดจนรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวทางที่จะส่งเสริมการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุต่อไป

จากปัญหาข้างต้นนำมาสู่การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ โดยผู้ศึกษาเลือกเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี เป็นพื้นที่เป้าหมายในการศึกษา เนื่องจากเขตพื้นที่ดังกล่าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว มีผู้สูงอายุ อายุเกิน 60 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 10.83 ของประชากร (เทศบาลเมืองศรีราชา, 2557) และมีความหลากหลายด้านปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจทั้งภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม จึงเป็นกลุ่มตัวแทนที่เหมาะสมด้านภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุนทางการเงิน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัย

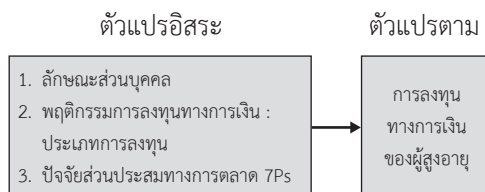
ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุนทางการเงิน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สะท้อนถึงลักษณะของผู้บริโภคและความต้องการด้านต่างๆ นำไปสู่การจัดส่วนประสมทางการตลาด



เพื่อกระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้องและเหมาะสม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) และแนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน โดยเฉพาะจุดมุ่งหมาย และปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดจุดมุ่งหมายของ ผู้ลงทุน (เพชร ชุมทรัพย์, 2550) จากแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องนำมาพิจารณาและกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

การลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ หมายถึง การที่ผู้สูงอายุ นำเงินไปลงทุนให้เกิดรายได้หรือผลตอบแทนจากการลงทุน ในรูปแบบของดอกเบี้ย เงินปันผล กำไร และสิทธิพิเศษอื่นๆ ได้แก่ การฝากเงินกับธนาคาร สหกรณ์ออมทรัพย์ การซื้อสลากออมสิน พันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้ การซื้อหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ การส่งเบี้ยประกันชีวิต การลงทุนกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) การลงทุนกับกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) การซื้อทองคำ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุ อายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป และอาศัยในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี ณ 31 ธันวาคม พ.ศ.2556 เทศบาลเมือง ศรีราชามีผู้ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 2,367 คน (เทศบาลเมืองศรีราชา, 2557)

2. กลุ่มตัวอย่าง ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง กรณิทราบ จำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้สูตรของ Taro Yamane สุ่มตัวอย่าง ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 คำนวณขนาดของ กลุ่มตัวอย่างได้ 342 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม มีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 ท่าน ทดสอบความความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence) ในแต่ละข้อคำถาม ได้ค่า IOC 0.89 และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ฉบับ ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) หรือสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ คำนวณจากสูตรของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 เนื้อหาของแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ให้เลือกเติมเครื่องหมาย/ หรือเติมข้อความตามจริงจำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการลงทุนทางการเงิน ให้เลือกสำรวจรายการ(Check List) 3 หัวข้อ ได้แก่ ประเภทการลงทุนทางการเงิน แหล่งที่มาของเงินลงทุน (เลือกตอบได้หลายข้อ) และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินมากที่สุด (เลือกตอบได้เพียงข้อเดียว)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงิน ใช้คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert คือ มากที่สุด (5 คะแนน) มาก (4 คะแนน) ปานกลาง (3 คะแนน) น้อย (2 คะแนน) และน้อยที่สุด (1 คะแนน) จำนวน 22 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 342 ชุด ระหว่างเดือน มกราคม-ธันวาคม 2557 ได้รับกลับคืนร้อยละ 100

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล และพฤติกรรมการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

2. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยรวมและรายด้าน แปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ ค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น 0.8 แปลความหมายคะแนนเฉลี่ย คือ 1.00 ถึง 1.80 มีผลน้อยที่สุด 1.81

ถึง 2.60 มีผลน้อย 2.61 ถึง 3.40 มีผลปานกลาง 3.41 ถึง 4.20 มีผลมาก และ 4.21 ถึง 5.00 มีผลมากที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

3. ศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุนทางการเงิน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ คือ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุด้วยแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยแบบโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

$$\ln \left(\frac{P}{1-P} \right) = \beta_0 + \beta_1 \text{GEN} + \sum_i \beta_2 \text{iAGE}_i + \sum_j \beta_3 \text{EDU}_j + \beta_4 \text{MAR} + \beta_5 \text{HEA} + \sum_k \beta_6 \text{INC}_k + \beta_7 \text{RES} + \beta_8 \text{LIS} + \beta_9 \text{SAVS} + \beta_{10} \text{SAVL} + \beta_{11} \text{SAVG} + \beta_{12} \text{PROD} + \beta_{13} \text{PRIC} + \beta_{14} \text{PLAC} + \beta_{15} \text{PROM} + \beta_{16} \text{PEOP} + \beta_{17} \text{PROC} + \beta_{18} \text{PHYS} + \varepsilon$$

ตารางที่ 1 ความหมาย และการกำหนดค่าของตัวแปร

ตัวแปร	ความหมาย	การกำหนดค่า
FIN	การลงทุนทางการเงิน	0 = การไม่ลงทุน 1 = การลงทุน
P	Prob (FIN=1) หมายถึง โอกาสที่ผู้สูงอายุมีการลงทุนทางการเงิน	
GEN	เพศ	0 = หญิง 1 = ชาย
AGE _i	อายุ (เมื่อ i = 2, 3)	Base Group = 60 – 69 ปี 2 = 70 – 79 ปี 3 = 80 ปี ขึ้นไป
EDU _j	ระดับการศึกษา (เมื่อ j = 2, 3)	Base Group=ต่ำกว่าปริญญาตรี 2 = ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า 3 = สูงกว่าปริญญาตรี
MAR	สถานภาพสมรส	0 = โสด/หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่ 1 = แต่งงานอยู่ด้วยกัน
HEA	โรคประจำตัว	0 = ไม่มีโรคประจำตัว 1 = โรคประจำตัว
INC _k	รายได้ส่วนตัวเฉลี่ย ต่อเดือน (เมื่อ k = 2, 3)	Base Group=น้อยกว่า 10,000 บาท 2 = 10,000 – 50,000 บาท 3 = มากกว่า 50,000 บาท
RES	ความรับผิดชอบต่อ รายจ่ายของครอบครัว	0 = ไม่ต้องรับผิดชอบ 1 = รับผิดชอบ
LIS	ความพึงพอใจในชีวิต	0 = พอใจปานกลาง/พอใจน้อย 1 = พอใจมาก
SAVS	เงินฝากธนาคาร	0 = ไม่ลงทุน 1 = ลงทุน
SAVL	ซื้อสลากออมสิน, สลาก ธ.ก.ส.	0 = ไม่ลงทุน 1 = ลงทุน

อิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประเภท Binary Logistic ซึ่งจะใช้เมื่อตัวแปรตาม Y เป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีค่าได้เพียง 2 ค่า (Dichotomous Variable) (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2554) คือ การลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุมีค่า 1 เมื่อลงทุน และมีค่า 0 เมื่อไม่ลงทุน อธิบายแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) ที่ประมาณได้ร่วมกับค่า Marginal Effect ด้วยโอกาสหรือความน่าจะเป็นในการลงทุนทางการเงินแบบจำลองเขียนในรูปแบบสมการ ดังนี้

ตารางที่ 1 (ต่อ)

SAVG	ซื้อทองคำ	0 = ไม่ลงทุน 1 = ลงทุน
PROD	ด้านผลิตภัณฑ์: แหล่งลงทุนมีความน่าเชื่อถือ	ตามคะแนนความคิดเห็น
PRIC	ด้านราคา: มีอัตราดอกเบี้ย หรือผลตอบแทนสูง	ตามคะแนนความคิดเห็น
PLAC	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : มีสำนักงาน/สาขาจำนวนมาก	ตามคะแนนความคิดเห็น
PROM	ด้านการส่งเสริมการขาย: มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	ตามคะแนนความคิดเห็น
PEOP	ด้านบุคลากร: พนักงานมีทักษะ มีประสิทธิภาพในการทำงานและการให้ข้อมูล	ตามคะแนนความคิดเห็น
PROC	ด้านกระบวนการให้บริการ: ระยะเวลาในการดำเนินการไม่นาน	ตามคะแนนความคิดเห็น
PHYS	ด้านลักษณะทางกายภาพ: มีสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องใช้ อุปกรณ์เหมาะสม	ตามคะแนนความคิดเห็น
ε	ค่าความคลาดเคลื่อน (Error Term)	



สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.63 อายุ 60-69 ปี ร้อยละ 68.42 จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 65.79 แต่งงานหรืออยู่ร่วมกัน ร้อยละ 72.51 มีโรคประจำตัว ร้อยละ 64.33 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 86.55 รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 52.92 รายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-50,000 บาท ร้อยละ 57.89 ค่าใช้จ่ายของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 62.28 มีภาระที่ต้องรับผิดชอบรายจ่ายของครอบครัว ร้อยละ 50.58 เห็นด้วยเกี่ยวกับการลงทุนทางการเงิน ร้อยละ 74.56 มีความพึงพอใจในชีวิตของตนเองอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 68.71 และคิดว่าประสบความสำเร็จในชีวิตในระดับมาก ร้อยละ 59.36 ด้านพฤติกรรมการลงทุนทางการเงิน ผู้สูงอายุลงทุนด้วยการนำเงินฝากธนาคาร ร้อยละ 82.46 รองลงมาคือ ซื้อทองคำ ร้อยละ 16.08 ซื้อสลากออมสิน/สลากธ.ก.ส. และซื้อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ในอัตราส่วนเท่ากันคือร้อยละ 11.70 แหล่งที่มาของเงินทุน ส่วนใหญ่ใช้เงินออมเป็นที่มาของแหล่งเงินลงทุน ร้อยละ 81.58 รองลงมาคือ เงินจากลูกหลาน ร้อยละ 55.56 และใช้เงินกู้เพื่อการลงทุนทางการเงิน ร้อยละ 2.05 ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกการลงทุนทางการเงินมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ร้อยละ 63.74 รองลงมาคือ พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ของแหล่งลงทุน ร้อยละ 16.37 ตนเอง ร้อยละ 11.70 และเพื่อนหรือคนรู้จัก ร้อยละ 8.19

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาทางด้านผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรในการให้บริการระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38) ลำดับสุดท้าย คือ ด้านกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.79) ระดับมาก ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 อันดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุเฉลี่ยรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.12	0.79	มาก	3
ด้านราคา	4.12	0.86	มาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.93	0.99	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.08	0.92	มาก	5

ตารางที่ 2 ต่อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	อันดับ
ด้านบุคลากรในการให้บริการ	4.38	0.89	มากที่สุด	1
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.10	0.94	มาก	4
ด้านกายภาพ	3.79	0.98	มาก	7
รวม	4.07	0.91	มาก	-

รายละเอียดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ			
1. มีความปลอดภัยในการลงทุน	4.24	0.72	มากที่สุด
2. มีสภาพคล่องในการเปลี่ยนเป็นเงินสด	4.06	0.73	มาก
3. มีสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี	3.98	0.85	มาก
4. แหล่งลงทุนมีความน่าเชื่อถือ	4.18	0.84	มาก
ด้านราคา			
5. มีอัตราดอกเบี้ยหรือผลตอบแทนสูง	4.14	0.86	มาก
6. มีรายได้/ผลตอบแทนแน่นอน	4.20	0.80	มาก
7. มีอัตราค่าธรรมเนียมต่ำ	4.01	0.91	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
8. มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งลงทุน	4.15	0.86	มาก
9. มีสำนักงาน/สาขาจำนวนมาก	4.17	0.87	มาก
10. มีช่องทางการทำธุรกรรมโดยระบบออนไลน์	3.47	1.07	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
11. มีสิทธิพิเศษต่างๆ มีส่วนลด/ของแถม	4.08	0.92	มาก
12. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ	4.12	0.89	มาก
13. มีพนักงานเชิญชวน เข้าถึงผู้ลงทุนโดยตรง	4.04	0.96	มาก
ด้านบุคลากรในการให้บริการ			
14. พนักงานแต่งกายเหมาะสม บุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาติ	4.39	0.87	มากที่สุด
15. พนักงานพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ	4.42	0.87	มากที่สุด
16. พนักงานมีทักษะและมีประสิทธิภาพในการทำงานและการให้ข้อมูล	4.35	0.94	มากที่สุด
ด้านกระบวนการให้บริการ			
17. ขั้นตอนการลงทุนไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน	4.12	0.91	มาก



ตารางที่ 3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
18. ระยะเวลาในการดำเนินการไม่นาน	4.08	0.93	มาก
19. มีระบบการทำงานที่ถูกต้องแม่นยำเชื่อถือ	4.10	0.98	มาก
ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ			
20. อาคารสถานที่ลงทุนมีความสวยงาม ทันสมัย	3.66	0.95	มาก
21. จุดให้บริการติดต่อ/ลงทุนมีเพียงพอเหมาะสม	3.89	0.96	มาก
22. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องใช้ อุปกรณ์เหมาะสม	3.83	1.02	มาก

3. จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ด้วยแบบจำลองโลจิสต์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ ดังนี้

อายุ: สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในทิศทางตรงกันข้าม ผู้ที่มีอายุ 70-79 ปี มีโอกาสที่จะลงทุนทางการเงินน้อยกว่าอายุ 60-69 ปี ร้อยละ 17.50 ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไปมีโอกาสที่จะลงทุนทางการเงินน้อยกว่าอายุ 60-69 ปี ร้อยละ 17.59

โรคประจำตัว: สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 ในทิศทางตรงกันข้ามผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว มีโอกาสที่จะลงทุนทางการเงินน้อยกว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัวร้อยละ 17.25

ความรับผิดชอบต่อรายจ่ายของครอบครัว: สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในทิศทางตรงกันข้าม ผู้สูงอายุที่มีความรับผิดชอบต่อรายจ่ายของครอบครัว มีโอกาสที่จะลงทุนทางการเงินน้อยกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ต้องรับผิดชอบต่อรายจ่ายของครอบครัว ร้อยละ 15.75

ความพึงพอใจในชีวิต: สามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในทิศทางเดียวกัน ผู้สูงอายุที่มีความพึงพอใจในชีวิตมาก มีโอกาสที่จะลงทุนทางการเงินมากกว่าผู้สูงอายุ ที่มีความพึงพอใจในชีวิตระดับปานกลางหรือน้อย ร้อยละ 15.66

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด: ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 หากเป็นผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์: แหล่งลงทุนมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้น 1 มีโอกาสที่จะลงทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.08

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุด้วยแบบจำลองโลจิสต์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุข้างต้น แสดงผลหรือค่าทางสถิติ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ด้วยแบบจำลองโลจิสต์

ตัวแปร	β	S.D.	z-stat	Sig	mfx
เพศ	0.54	0.30	1.81	.07	0.08
อายุ	Base Group: ระหว่าง 60 – 69 ปี				
ระหว่าง 70 – 79 ปี	-0.97	0.35	-2.80*	.01	-0.17
ตั้งแต่ 80 ปี ขึ้นไป	-0.91	0.59	-1.54	.12	-0.18
ระดับการศึกษา	Base Group: ต่ำกว่าปริญญาตรี				
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	-0.28	0.37	-0.70	.46	-0.05
สูงกว่าปริญญาตรี	0.42	0.72	0.59	.56	0.06
สถานภาพสมรส	-0.42	0.35	-1.19	.23	-0.06
โรคประจำตัว	-1.21	0.38	-3.18*	.00	-0.17
รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน	Base Group: น้อยกว่า 10,000 บาท				
10,000 - 50,000 บาท	0.13	0.43	0.32	.75	0.02
มากกว่า 50,000 บาท	-0.48	0.68	-0.70	.49	-0.08
ความรับผิดชอบต่อรายจ่ายครอบครัว	-1	0.38	-2.7*	.01	-0.16
ความพึงพอใจในชีวิต	0.9	0.34	2.63*	.01	0.16
เงินฝากธนาคาร	0.66	0.4	1.72	.09	0.12
ซื้อสลากออมสิน/ธ.ก.ส.	0.52	0.5	0.96	.34	0.07
ซื้อทองคำ	0.73	0.4	1.78	.08	0.13
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ: แหล่งลงทุนมีความน่าเชื่อถือ	0.64	0.23	2.85*	.00	0.10
ด้านราคา: ดอกเบี้ย/ผลตอบแทนสูง	0.05	0.22	0.24	.81	0.01
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย: มีสำนักงาน/สาขาจำนวนมาก	0.15	0.22	0.37	.72	0.01
การส่งเสริมการตลาด: มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ	0.15	0.2	0.75	.46	0.02
บุคลากรในการให้บริการ: พนักงานมีทักษะ/ประสิทธิภาพในการทำงานและการให้ข้อมูล	-0.22	0.2	-1.08	.28	-0.03
กระบวนการให้บริการ: ระยะเวลาในการดำเนินการใช้เวลาไม่นาน	0.37	0.2	1.88	.06	0.06
หลักฐานทางกายภาพ: มีสิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องใช้ อุปกรณ์เหมาะสม	-0.23	0.18	-1.23	.22	-0.04
Number of obs = 342, Prob > Chi-Square = 0.000, LR Chi-Square = 70.96, Pseudo R2 = 0.185, Correctly classified = 80.41%					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



อภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60-69 ปี จบการศึกษต่ำกว่าปริญญาตรี มีโรคประจำตัว ก่อนเกษียณส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว หรือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-50,000 บาท ส่วนใหญ่มีภาระที่ต้องรับผิดชอบรายจ่ายของครอบครัว มีความคิดเห็น เห็นด้วยเกี่ยวกับการลงทุนทางการเงิน มีความพึงพอใจในชีวิตของตนเองอยู่ในระดับมาก และคิดว่าประสบความสำเร็จในชีวิตระดับมาก ด้านพฤติกรรมการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี แหล่งที่มาของเงินทุนส่วนใหญ่ใช้เงินออม ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกการลงทุนทางการเงินมากที่สุด คือ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ประเภทการลงทุน มีทั้งการฝากธนาคาร ซื้อสลากออมสิน ซื้อประกัน หรือการถือครองสินทรัพย์ เช่น ทองคำ เป็นต้น สอดคล้องกับ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) ได้ศึกษารายงานผลการสำรวจประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย ปี พ.ศ.2557 พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.8) มีเงินฝาก มีการสะสมทรัพย์สินที่มีมูลค่า และการประกันชีวิต

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ในการให้บริการเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งผู้สูงอายุให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ วรณจรรย์ศรีงาม และศศิธร จัวนพันธ์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารออมสิน ในจังหวัดชัยนาท พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยรวมดีทุกด้าน หากลำดับด้านพนักงานบริการ อยู่ลำดับสูงสุด ดังนั้น การตัดสินใจลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ สิ่งที่สำคัญที่สุดในการเงิน หรือแหล่งลงทุนทางการเงิน จะดึงดูดใจให้ผู้สูงอายุมาเลือกลงทุนทางการเงิน ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งจึงไม่ใช่เพียงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือเครื่องมือในการลงทุนทางการเงินที่น่าสนใจ ให้ผลตอบแทนสูงแต่ต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านบุคลากรในการให้บริการด้วย

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ปัจจัยส่วนบุคคล อายุ โรคประจำตัว ความรับผิดชอบต่อรายจ่ายของครอบครัว ความพึงพอใจในชีวิต และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์: แหล่งลงทุนมีความน่าเชื่อถือ จากผลการวิจัยเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ อัจฉรวรรณ งามญาณ และ ณัฐวัชร เผ่าภู (2555) ได้ศึกษาผู้สูงอายุไทย

: การเตรียมการทางการเงิน และลักษณะบ้านพักหลังเกษียณ ที่ต้องการพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยสถานการณ์สมรส การศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ และขนาดของครอบครัว มีผลต่อการเตรียมการทางการเงินในด้านการออม การลงทุนของผู้สูงอายุ ซึ่งผลวิจัยที่แตกต่างกัน อาจเนื่องมาจากวิธีการศึกษาแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ซึ่งแบบจำลองแบบสมการถดถอย นอกจากจะสามารถอธิบายทิศทาง ยังสามารถอธิบายขนาดได้อีกหนึ่งความแตกต่างได้แก่ ตัวแปรที่ศึกษาจากลักษณะส่วนบุคคล ยังมีปัจจัยด้านพฤติกรรม และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดอีกด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการศึกษาพบว่า ลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุ ทั้งประเภทการลงทุน ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกการลงทุนและในด้านแหล่งเงินทุน เป็นประโยชน์ต่อสถาบันการเงิน หรือแหล่งลงทุนทางการเงิน ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายลูกค้า และควรนำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือเครื่องมือการลงทุนที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการลงทุนของผู้สูงอายุ โดยอาจแยกกลุ่มเป้าหมาย หรือลูกค้าออกเป็นกลุ่มเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อดึงดูดให้ผู้สูงอายุตัดสินใจลงทุนทางการเงิน

2. จากผลการศึกษาพบว่า แหล่งเงินทุนของผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่มาจากการออม รัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมและกระตุ้นการออมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องตั้งแต่วัยทำงาน และปลูกฝังให้ประชาชนในตระหนักถึงความสำคัญในการเก็บออมตั้งแต่ยังเด็ก เพื่อเป็นรากฐานในการดำรงชีวิตและต่อยอดเป็นการลงทุนทางการเงินได้ทั้งในวัยทำงานและในวัยสูงอายุ และควรมีการให้ความรู้ด้านการลงทุนทางการเงินกับผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุได้มีการเตรียมความพร้อมก่อนการการลงทุน และสามารถตัดสินใจลงทุนได้ด้วยตนเอง

3. สถาบันการเงิน หรือแหล่งลงทุนทางการเงิน ควรใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3.1.1 สถาบันการเงินต่างๆ ต้องแสดงและ เน้นย้ำให้ลูกค้าเห็นถึงความน่าเชื่อถือ เช่น แสดงผลอันเป็นที่ประจักษ์ผ่านการจัดอันดับของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือ เช่น Moody's S&P Fitch หรือ แสดงความมั่นคงและประสิทธิภาพของสถาบันการเงินผ่านผลการดำเนินงาน หรือฐานะทางการเงิน เป็นต้น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุใน

การเลือกที่จะลงทุนหรือไม่ลงทุนจากปัจจัยแหล่งลงทุน มีความน่าเชื่อถือตามผลการศึกษาของแบบจำลองโลจิสต์

3.1.2 สถาบันการเงินต้องนำเสนอผลิตภัณฑ์ด้านการเงินที่มีความปลอดภัยในการลงทุน ให้ผู้สูงอายุสามารถวางใจในการลงทุน เช่น นำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่รักษาเงินลงทุนเริ่มแรกให้คงไว้ หรือมีการป้องกันความเสี่ยงจากเงินเฟ้อที่ทำให้อำนาจซื้อลดลง เป็นต้น เนื่องจากความปลอดภัยในการลงทุน เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุดในกลุ่มปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ

3.2 ด้านบุคลากรในการให้บริการ สถาบันการเงินต่างๆ ต้องให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่หรือบุคลากร ผู้ให้บริการเนื่องจากเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดทั้งโดยรวมและรายด้าน โดยอาจมีแผนหรือกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนี้

3.2.1 มีกระบวนการเกี่ยวกับคนในองค์กร ตั้งแต่การคัดเลือกพนักงาน การอบรมพัฒนา และกระตุ้นศักยภาพพนักงานในการให้บริการให้ลูกค้าพึงพอใจ โดยเฉพาะผู้ที่ต้องพบปะหรือให้บริการลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุให้มีทักษะ และมีประสิทธิภาพในการทำงานและการให้ข้อมูล

3.2.2 เครื่องแต่งกายของพนักงานต้องจัดให้เหมาะสม และมีการเสริมสร้างและพัฒนาบุคลิกภาพร่างกายและหัวใจในการให้บริการให้พนักงานมีบุคลิกดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาดี มีความพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาจากกลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี อาจเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างประชากรที่หลากหลาย รวมทั้งระยะเวลาที่เหมาะสม นอกจากนี้ อาจใช้เครื่องมือฟังก์ชันอรรถประโยชน์ เพื่อให้บุคคลสามารถนำไปประยุกต์ใช้เชื่อมโยงกับงานและวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมด้านอื่นๆ ได้อีก

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการลงทุนทางการเงินของกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น ผลตอบแทน ความเสี่ยง ความมั่นคงต่อสถาบันการเงิน เพื่อหาแนวทางมาพัฒนาและปรับปรุงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการลงทุนทางการเงินของกลุ่มผู้สูงอายุในอนาคตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชมพูนุช พรหมภักดี. (2556). *การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2558, จาก <http://i-likeweb.com/demo/ebook/uploads/ebooks/file/bec12fa3e178c592e6c4686f054074f1.PDF>.
- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2557). *การออม ความมั่นคง และบำนาญผู้สูงอายุสำหรับครัวเรือนไทย*. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2559, จาก <http://rc.nida.ac.th/th/research/44--2557/199-2014-10-08-02-45-43>.
- เทศบาลเมืองศรีราชา. (2557). *แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ.2558 – 2560) ประจำปี 2558*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2558, จาก http://srirachamunicipality.go.th/public/plan/data/plan/plan_category_id/1/menu/58.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- เพชร ชุมทรัพย์. (2550). *หลักการลงทุน*. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณจำริญ ศรีงาม และศศิธร จัวนพันธ์. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการธุรกรรมทางการเงินของลูกค้าธนาคารออมสิน ในจังหวัดชัยนาท*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2558, จาก http://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14458/RSU.res.2015.48.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2558). *การสูงวัยของประชากรไทย พ.ศ. 2557*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2558, จาก <http://www.pr.mahidol.ac.th/ipsr/Contents/Books/FullText/2014/2014-Population-Aging-Poster.pdf>.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2559). *ประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2559. สารประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล*. 25(25) ; 1.



- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2555). *การประมาณการงบประมาณสำหรับผู้สูงอายุและแหล่งที่มาของเงิน*. สืบค้นเมื่อ กุมภาพันธ์ 2556, จาก <http://www.tdri.or.th>.
- สำนักงบประมาณ. (2558). *งบประมาณโดยสังเขป ฉบับปรับปรุง ตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559*. กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ.2555 - 2559*. สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม 2556, จาก <http://www.nesdb.go.th>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *รายงานผลเบื้องต้น สํารวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ.2557*. กรุงเทพฯ : สำนักสถิติพยากรณ์.
- อัจฉราวรรณ งามญาณ และณัฐวัชร เผ่าภู. (2555). ผู้สูงอายุไทย : การเตรียมการทางการเงิน และลักษณะบ้านพักหลังเกษียณที่ต้องการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*. 35(136) ; 62-87.

Translated Thai References

- Bureau of the Budget. (2015). *Thailand's budget in brief under the Budget Expenditure Act, BE 2016* (Rev. Ed.). Bangkok : Aroonkarnpim Limited Partnership. [in Thai]
- Institute for Population and Social Research, Mahidol University. (2015). *Aging of Thailand Population. 2014*. Retrieved on June 2015, from <http://www.pr.mahidol.ac.th/ipsr/Contents/Books/FullText/2014/2014-Population-Aging-Poster.pdf>. [in Thai]
- Institute for Population and Social Research, Mahidol University. (2016). Population of Thailand, 2016. *Mahidol Population Gazette*, 25(25), 1. [in Thai]
- Khumsap, P. (2007). *Principles of investment* (13th Ed.). Bangkok :Thammasat University Press. [in Thai]
- National Statistical Office. (2014). *Preliminary report: A survey of aging population in Thailand, 2014*. Bangkok : Statistical Forecasting Bureau, National Statistical Office. [in Thai]
- Ngamyan, A. & Phowphu, N. (2012). Thai aging citizens: Financial preparation for retirement and required retirement housing features. *Journal of Business Administration*, 35(136), 62 – 87. [in Thai]
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2011). *The National Economic and Social Development Plan No. 11 (2012-2016)*. Retrieved May, 2013 from <http://www.nesdb.go.th>. [in Thai]
- Patthamasiriwat, D. (2014). *Savings, Security and Pension of Aging People for Thai Households*. Retrieved July, 2015 from <http://rc.nida.ac.th/th/research/44--2557/199-2014-10-08-02-45-43>. [in Thai]
- Phromphak, C. (2013). *Approaching to an Aging Society of Thailand*. Retrieved December, 2015 from <http://i-likeweb.com/demo/ebook/uploads/ebooks/file/bec12fa3e178c592e6c4686f054074f1.PDF>. [in Thai]
- Sereerat, S. (2007). *Consumer behavior*. Bangkok : Pattanasuksa, Institute for Population and Social Research, Mahidol University. [in Thai]
- Sriracha Municipality. (2016). *The Three-Year Development Plan (2015-2017)*. Retrieved June, 2015 from http://srirachamunicipality.go.th/public/plan/data/plan/plan_category_id/1/menu/58. [in Thai]
- Srisa-aad, B. (2013). *Statistical methods for research* (5th Ed.). Bangkok : Suwiriyasan Publisher. [in Thai]
- Sri-ngam, W. & Nguanphan, S. (2015). *Service Marketing Mix Factors Effecting Consumer Alternative Behavior in Using Financial Transaction Service of the Government Savings Bank in Chainat Province*. Retrieved May, 2013, from http://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=10.14458/RSU.res.2015.48. [in Thai]
- Thailand Development Research Institute. (2012). *The Budget Estimates for the Elderly and the Source of the Money*. Retrieved February, 2013 from <http://www.tdri.or.th>. [in Thai]
- Vanichbuncha, K (2011). *Advanced statistics analysis using SPSS for Windows* (9th Ed.). Bangkok : Chulalongkorn University Printing House. [in Thai]