พฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออม

Behaviors of Baby Boomer Group in Chiang Mai Province towards Choosing Investment from Savings

ปวริศรา บุญตันสา[*] และปิยพรรณ กลั่นกลิ่น[**]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออม โดยผู้ตอบแบบสอบถาม คือ กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 - 2507 อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย ใช้วิธีคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา โดยจำแนกตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 100 ราย ตามช่วงเวลาของการเกษียณ ได้แก่ 1) กลุ่มเตรียมเกษียณและพึ่งเกษียณใหม่ (อายุ 56-61 ปี) 2) กลุ่มเกษียณมาแล้วช่วงเวลาหนึ่ง (อายุ 62-67 ปี) และ 3) กลุ่มเกษียณ 8 ปี ขึ้นไป (อายุ 68-74 ปี) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ไคสแควร์ ANOVA และ Post-hoc Comparison

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ลงทุนโดยฝากเงินผ่านธนาคาร/สหกรณ์ออมทรัพย์ เหตุผลที่เลือกลงทุน คือ สภาพคล่องสูง ถอนใช้จ่ายฉุกเฉินหรือขายเมื่อใดก็ได้ วัตถุประสงค์หลักของการลงทุน คือ เพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน เริ่มลงทุนช่วงระหว่างทำงาน ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน คือ ตนเอง ติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการลงทุนโดยไปที่เคาน์เตอร์ธนาคาร/หน้าร้าน/บริษัทโดยตรง ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนจากคนใกล้ชิด เช่น ครอบครัว เพื่อน ที่มาของแหล่งเงินทุน คือ ได้รับรายได้พิเศษจากการประกอบอาชีพ ทำธุรกรรมโดยชำระเป็นเงินสด เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมในแต่ละกลุ่ม พบว่า ประเภทการลงทุน เหตุผลที่เลือกลงทุน ช่วงระยะเวลาในการลงทุน ที่มาของแหล่งเงินทุน รูปแบบการทำธุรกรรม ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน ช่องทางติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการลงทุน และช่องทางที่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุน มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุ

ในภาพรวมปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคคล มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออม ทั้ง 3 กลุ่ม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ปัจจัยด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออม ทั้ง 3 กลุ่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

[*] นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

[**] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Abstract

This independent study aimed to investigate behaviors of Baby Boomer group in Chiang Mai province towards choosing investment from savings. Respondents for the study's survey were specified, according to the Quota Sampling method, to 300 elderly people who were born between B.E. 2489-2507 and resided in Chiang Mai province. These respondents were divided into 3 groups of 100 people according to phases of retirement i.e. 1) pre-retirement and newly retirement group (56-61 years old), 2) middle retirement (62-67 years old), and 3) over 8 years of retirement (68-74 years old). Data obtained were analyzed by the statistics namely frequency, percentage, Chi-square, ANOVA and Post-hoc Comparison.

The findings presented that most respondents were married female with educational background in bachelor's degree. They were self-employed and averagely earned monthly income at over 50,000 Baht. They invested their money through bank/ cooperative savings because it had high liquidity enabling them to withdraw money for emergencies or trade it at any time. Their purpose of investment was to reserve for emergencies. They began to invest their money while they had been working and person influencing their investment decision was the respondents themselves. They made direct contact to bank counter service/ store front/ company to inquire about investment related information. They knew about the investment news from the intimate such as family member and friend. Source of investment fund was an extra income gained from their jobs and investment transaction was conducted by cash. The analysis on factors related to investment behavior of each studied group demonstrated that investment type; investment reason; investment period; source of investment fund; transaction mode; investment influencer; contact channel to inquire for investment information; and investment news channel correlated to the age range.

In an overall view, factors namely product, promotion, process, physical evidence, and people affected behaviors of all 3 groups of Baby Boomers in Chiang Mai province towards choosing investment from savings indifferently at the 0.05 levels of statistical significance. Price and promotion factors, however, affected behaviors of these 3 groups differently at the 0.05 levels of statistical significance.

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และคาดว่าจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ภายในปี พ.ศ. 2573 (Smart SME, 2557) ประชากรกลุ่มนี้ คือ คนที่อยู่ในกลุ่มที่เรียกว่า "เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer)" เป็นผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 - 2507 (เดชา เดชะวัฒนไพศาล, 2552) เป็นวัยที่มีศักยภาพทางการเงินมากกว่ากลุ่มวัยอื่นๆ เนื่องจากไม่มีภาระในการเลี้ยงดูบุตร และไม่ค่อยมีปัญหาด้านการเงิน (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557)

ในอดีตคนมักเข้าใจว่าการออมเงินด้วยการฝากเงินธนาคารเป็นช่องทางที่ดีที่สุดที่ทำให้เงินที่มีเพิ่มพูนขึ้น แต่ปัจจุบันวิธีการที่จะทำให้ได้ผลตอบแทนมากกว่าการออมเงิน คือ การนำเงินออมที่มีไปลงทุน โดยการลงทุนสามารถแบ่งออกได้

3 ประเภท คือ 1) การลงทุนในสินทรัพย์ที่จับต้องได้ (Money Mart, 2556) 2) การซื้ออสังหาริมทรัพย์ และ 3) การลงทุนในสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคเหนือ ในปี พ.ศ. 2560 มีประชากรทั้งสิ้น 1,746,840 คน มีประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์อาศัยอยู่ 371,424 คน หรือคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 21 ของประชากรทั้งจังหวัด (สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง, 2560) หากมองในแง่ของโอกาสทางธุรกิจ จะพบว่าคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เริ่มหันมาสนใจเรื่องของการลงทุนกันมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งพาตนเองได้โดยไม่เป็นภาระผู้อื่น และสามารถดำเนินชีวิตในบั้นปลายอย่างมีความสุข

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออม

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออม
2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออมและการลงทุน สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการปรับรูปแบบข้อเสนอทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์มากขึ้นต่อไปได้

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ ได้แก่ 1) แนวคิดการวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค (6Ws1H) โดยใช้คำถาม 7 คำถาม ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร และ 2) แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และบุคคล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี (2561) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้สูงอายุมีการออมในรูปแบบทรัพย์สินถาวร ได้แก่ บ้านหรือที่ดิน และมีทรัพย์สินทางการเงิน เช่น เงินฝากธนาคาร อีกทั้งยังซื้อสลากออมสิน ทำประกันชีวิตและออมผ่านสหกรณ์ออมทรัพย์ ออมเพราะสถาบันการเงินมีความมั่นคง เชื่อถือได้ และออมไว้ใช้ยามฉุกเฉินหรือเจ็บป่วย

สุมนา บุปผา และคณะ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60 - 69 ปี การศึกษาต่ำกว่าปริญญา อาชีพธุรกิจส่วนตัวหรือพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ลงทุนทางการเงินด้วยการฝากธนาคาร แหล่งที่มาของเงินทุน คือ เงินออม ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด คือ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ปัจจัยด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินมากที่สุด

นครินทร์ เจียวสว่าง (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อวัยเกษียณ: กรณีศึกษาข้าราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 40 - 49 ปี สถานภาพสมรส การศึกษา

ปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีการออมในรูปของหุ้นสหกรณ์ ปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับจากการออม และปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออมและการลงทุน มีผลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อวัยเกษียณ

วันดี หิรัญสถาพร และคณะ (2556) ได้ศึกษาการออมที่มีประสิทธิภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 71 - 80 ปี สถานภาพสมรส อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีการออมโดยฝากธนาคารมากที่สุด

วิธีการดำเนินการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา โดยประชากร คือ ผู้สูงอายุที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 - 2507 อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2563 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 ราย ตามตารางของ Seymour Sudman (กุณฑลี รื่นรมย์, 2551) และคัดเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เก็บแบบสอบถามโดยจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 100 ราย ตามช่วงเวลาของการเกษียณ (ช่วงอายุ) ได้แก่ 1) กลุ่มเตรียมเกษียณและพึ่งเกษียณใหม่ (อายุ 56 - 61 ปี) 2) กลุ่มเกษียณมาแล้วช่วงเวลาหนึ่ง (อายุ 62 - 67 ปี) และ 3) กลุ่มเกษียณ 8 ปี ขึ้นไป (อายุ 68 - 74 ปี) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ไคสแควร์ ANOVA และ Post-hoc Comparison

ผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 53.33) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 71.67) การศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี (ร้อยละ 33.67) อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 20.33) และรายรับเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 23.33) ลงทุนโดยฝากเงินผ่านธนาคาร/สหกรณ์ออมทรัพย์ (ร้อยละ 40.00) เหตุผลที่เลือกลงทุน คือ สภาพคล่องสูง ถอนใช้จ่ายฉุกเฉินหรือขายเมื่อใดก็ได้ (ร้อยละ 26.67) วัตถุประสงค์หลักของการลงทุน คือ เพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน (ร้อยละ 32.67) เริ่มลงทุนในช่วงระหว่างทำงาน (ร้อยละ 63.67) ติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการลงทุนโดยไปที่เคาน์เตอร์ธนาคาร/หน้าร้าน/บริษัท โดยตรง (ร้อยละ 70.00) รูปแบบการทำธุรกรรมจะชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 52.33) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน คือ ตนเอง (ร้อยละ 58.33) ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนจากคนใกล้ชิด เช่น ครอบครัว เพื่อน (ร้อยละ 45.67) ที่มาของแหล่งเงินทุน คือ ได้รับรายได้พิเศษจากการประกอบอาชีพ (ร้อยละ 40.00)

ตารางที่ 1 สรุปปัจจัยย่อย 10 อันดับ และปัจจัยหลักของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออม

อันดับที่	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
1	แหล่งที่ต้องการลงทุนมีความน่าเชื่อถือ	ผลิตภัณฑ์	4.66 (มากที่สุด)
2	มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ	กระบวนการ	4.47 (มาก)
3	มีระบบรักษาความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า เช่น การยืนยันตัวตนโดยใช้บัตรประชาชน	กระบวนการ	4.42 (มาก)
4	ขั้นตอนการทำธุรกรรมไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	กระบวนการ	4.33 (มาก)
5	พนักงาน/ผู้ขาย มีความรู้ ความสามารถ และตอบคำถามของลูกค้าได้ตรงประเด็น	บุคคล	4.20 (มาก)
6	มีความสะดวกในการติดต่อ เช่น สอบถามได้ 24 ชั่วโมง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.17 (มาก)

7	อัตราค่าธรรมเนียมต่ำ	ราคา	4.16 (มาก)
8	พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ	บุคคล	4.15 (มาก)
9	มีสำนักงาน/สาขาจำนวนมาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13 (มาก)
9	ระยะเวลาดำเนินการไม่นาน	กระบวนการ	4.13 (มาก)
10	อัตราดอกเบี้ยหรือผลตอบแทนแน่นอน	ราคา	4.11 (มาก)

สรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยไคสแควร์กับพฤติกรรมการเลือกลงทุนของช่วงอายุทั้ง 3 กลุ่ม

พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ประเภทการลงทุน เหตุผลที่เลือกลงทุน ช่วงระยะเวลาในการลงทุน ที่มาของแหล่งเงินทุน รูปแบบการทำธุรกรรม ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน ช่องทางติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการลงทุน และช่องทางที่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุน มีความสัมพันธ์กับช่วงอายุ

สรุปการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออม จำแนกตามช่วงอายุ 3 กลุ่ม ด้วย ANOVA

ในภาพรวม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคคล มีผลต่อพฤติกรรมโดยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value = 0.475, 0.103, 0.168, 0.159 และ 0.093 ตามลำดับ) ในขณะที่ปัจจัยด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมโดยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (p-value = 0.015 และ 0.021 ตามลำดับ)

การอภิปรายผลการศึกษา

1. พฤติกรรมผู้บริโภค

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายรับเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี ซึ่งพบว่าเป็นเพศหญิง อาชีพธุรกิจส่วนตัว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวันดี หิรัญสถาพร และคณะ (2556) ที่ศึกษาเรื่องการออมที่มีประสิทธิภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าเป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย เช่นเดียวกัน

ผู้บริโภคลงทุนอะไร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงทุนโดยฝากเงินผ่านธนาคาร/สหกรณ์ออมทรัพย์ รองลงมา คือ ซื้ออสังหาริมทรัพย์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี (2561) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่า ผู้สูงอายุมีการออมในรูปแบบทรัพย์สินถาวร ได้แก่ บ้านหรือที่ดิน และมีทรัพย์สินทางการเงิน เช่น เงินฝากธนาคาร อีกทั้งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ลงทุนทางการเงินด้วยการนำเงินฝากธนาคาร สอดคล้องกับผลการศึกษาของนครินทร์ เจียวสว่าง (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อวัยเกษียณ: กรณีศึกษาข้าราชการกรมโยธาธิการและผังเมือง ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกการออมและการลงทุนในรูปของหุ้นสหกรณ์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของวันดี หิรัญสถาพร และคณะ (2556) ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการออมโดยฝากธนาคาร เช่นเดียวกัน

ทำไมผู้บริโภคจึงลงทุน จากการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกลงทุน คือ สภาพคล่องสูง ถอนใช้จ่ายฉุกเฉิน หรือขายเมื่อใดก็ได้ และมีวัตถุประสงค์หลักของการลงทุน คือ เพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี (2561) ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุออมไว้ใช้ยามฉุกเฉินหรือเจ็บป่วย แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนครินทร์ เจียวสว่าง (2558) ซึ่งพบว่ามีวัตถุประสงค์การออม คือ เพื่อใช้ยามเกษียณอายุ สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเป็นเพราะการศึกษาของนครินทร์ เจียวสว่าง (2558) มุ่งศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มข้าราชการ ซึ่งยังไม่เกษียณอายุ

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจลงทุน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตนเอง แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด คือ ครอบครัวหรือญาติพี่น้อง

ผู้บริโภคลงทุนเมื่อใด ผู้ตอบแบบสอบถามเริ่มลงทุนในช่วงระยะเวลา ระหว่างทำงานมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี (2561) ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการออมตั้งแต่เริ่มทำงานเก็บมาทีละเล็กละน้อย

ผู้บริโภคลงทุนที่ไหน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ติดต่อสอบถามเกี่ยวกับการลงทุน โดยไปที่เคาน์เตอร์ธนาคาร/หน้าร้าน/บริษัทโดยตรง และจะได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนจากคนใกล้ชิด เช่น ครอบครัว เพื่อน

ผู้บริโภคลงทุนอย่างไร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีที่มาของแหล่งเงินทุน คือ ได้รับรายได้พิเศษจากการประกอบอาชีพ และทำธุรกรรมโดยชำระเป็นเงินสด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี (2561) ซึ่งพบว่าเงินออมได้มาจากการเคยประกอบอาชีพต่างๆ แล้วแต่บุคคล ทั้งนี้ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ใช้เงินออมเป็นที่มาของแหล่งเงินทุน สาเหตุที่ไม่สอดคล้องอาจเป็นเพราะลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ แหล่งที่ต้องการลงทุนมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และธนภรณ์ เนื่องพลี (2561) ซึ่งพบว่าผู้สูงอายุออมเพราะสถาบันการเงินมีความมั่นคง เชื่อถือได้ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ สุมนา บุปผา และคณะ (2560) ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ มีความปลอดภัยในการลงทุน

ด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ อัตราค่าธรรมเนียมต่ำ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของนครินทร์ เจียวสว่าง (2558) ซึ่งพบว่าเป็นปัจจัยด้านผลตอบแทนที่จะได้รับจากการออม และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) ซึ่งพบว่าเป็นปัจจัยด้านมีรายได้/ผลตอบแทนแน่นอน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการติดต่อ เช่น สอบถามได้ 24 ชั่วโมง ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) คือ มีสำนักงาน/สาขาจำนวนมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ดอกเบี้ยพิเศษ ส่วนลดพิเศษ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ

ด้านกระบวนการ มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) คือ ขั้นตอนการลงทุนไม่ยุ่งยาก/ซับซ้อน

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ที่ทันสมัยในการให้บริการ เช่น แท็บเล็ต ตู้เอทีเอ็ม ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) คือ จุดให้บริการติดต่อ/ลงทุนมีเพียงพอเหมาะสม

ด้านบุคคล มีผลต่อพฤติกรรมของคนกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการเลือกลงทุนจากเงินออมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ พนักงาน/ผู้ขาย มีความรู้ ความสามารถ และตอบคำถามของลูกค้าได้ตรงประเด็น สอดคล้องกับผลการศึกษาของนครินทร์ เจียวสว่าง (2558) ซึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออม คือ ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการออมและการลงทุน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของสุมนา บุปผา และคณะ (2560) ซึ่งพบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อพฤติกรรมอันดับแรก ได้แก่ พนักงานพร้อม และเต็มใจที่จะให้บริการ

ข้อเสนอแนะในภาพรวม

ด้านผลิตภัณฑ์ ธุรกิจควรสร้างแบรนด์ให้มีความน่าเชื่อถือ เช่น ธนาคาร/สหกรณ์ออมทรัพย์ ควรมีการประกาศหรือแจ้งเตือนข่าวสารใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควรมีการจดทะเบียนพาณิชย์

ด้านราคา ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับอัตราค่าธรรมเนียมและอัตราดอกเบี้ยหรือผลตอบแทนเป็นหลัก เช่น ธนาคาร/สหกรณ์ออมทรัพย์ ควรมีนโยบายที่ให้ลูกค้าสามารถต่อรองอัตราค่าธรรมเนียมได้ หรือสามารถยกเว้นอัตราค่าธรรมเนียมได้ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควรปรับลดค่าธรรมเนียมการจดจำนอง และค่าโอนกรรมสิทธิ์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการให้บริการหน้าเคาน์เตอร์ หรือหน้าร้านเป็นหลัก เช่น การออกแบบอาคารสถานที่ให้ดูกว้างขวาง มีพนักงานต้อนรับ มีมุมพื้นที่สำหรับให้คำปรึกษาหรือให้คำแนะนำ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ธุรกิจควรเน้นการจัดโปรโมชั่นพิเศษ หรือให้ส่วนลดแก่ลูกค้าในโอกาสต่างๆ เช่น จัดโปรโมชั่นเงินฝากดอกเบี้ยพิเศษ โปรโมชั่นส่วนลดวันปีใหม่ ส่วนลดวันเกิด โปรโมชั่นฟรีค่าประเมิน ค่าโอน เป็นต้น

ด้านกระบวนการ ธุรกิจควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ เช่น บันทึกข้อมูลลูกค้าผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ใช้ระบบไบโอเมตริกซ์ (Biometric) เข้ามาช่วยในการยืนยันตัวตนลูกค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ ธุรกิจควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกเบื้องต้นให้แก่ลูกค้า เช่น มีห้องรับรองลูกค้า มีโทรทัศน์ น้ำดื่ม ชา กาแฟ คอยให้บริการ มี Wi-Fi ฟรี นำเครื่องบริการธุรกรรมทางการเงินอัตโนมัติเข้ามาใช้

ด้านบุคคล ธุรกิจควรจัดอบรมพนักงานเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะด้านการบริการ หรืออาจจัดทำบทเรียนออนไลน์ หรือสนับสนุนให้พนักงานเข้าคอร์สอบรมเฉพาะด้าน อาจให้รางวัลจูงใจเป็นค่าตอบแทนพิเศษ

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). *พฤติกรรมและแนวความคิดของ BabyBoomers ประชากรกลุ่มใหญ่ที่สุดในสหรัฐ.* สืบค้นจาก http://www.ditp.go.th/contents_attach/89588/89588.pdf

กุณฑลี รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยตลาด* (พิมพ์ครั้งที่6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉัตรคญาพัฒน์ เจริญพงศ์. (2556). การออม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 7*(2), 147-159.

เดชา เดชะวัฒนไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเจนเนอเรชั่นวายและแรงจูงใจในการทำงาน: มุมมองระหว่างเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ ในองค์กร. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 31*(121), 1-15.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *ทางเลือกลงทุน.* สืบค้นจาก https://www.set.or.th/set/education/html.do?name=stock&showTitle=F

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด มหาชน. (ม.ป.ป.). *8 วิธีง่ายๆรวยด้วยอสังหาริมทรัพย์.* สืบค้นจาก https://www.krungsri.com

นครินทร์ เจียวสว่าง. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมเพื่อวัยเกษียณ: กรณีศึกษาข้าราชการกรมโยธาธิการและผัง เมือง.* (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).

พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). *การตลาดบริการ.* กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ.ลีฟวิ่ง จำกัด.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (ม.ป.ป.). *การจัดการการเงินสำหรับผู้สูงอายุ.* สืบค้นจาก http://www.stou.ac.th/stoukc/elder/main5_11.html

วันดี หิรัญสถาพร, สุรัชฎา เมฆขลา, กฤติกา มาอินทร์, และวุทธิชัย ลิ้มอรุโณทัย. (2556). *การออมที่มีประสิทธิภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าแบบอิสระมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์).

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, และธนภรณ์ เนื่องพลี. (2561). *พฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการออมของผู้สูงอายุในอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี. วารสารอิเล็กทรอนิกส์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 11*(1), 3061-3074.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์, และองอาจ ปทะวานิช. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *ผลิตภัณฑ์ที่คล้ายเงินฝาก.* สืบค้นจาก https://www.1213.or.th

สำนักบริหารการทะเบียนกรมการปกครอง. (2560). *จำนวนประชากรแยกรายอายุ จังหวัดเชียงใหม่.* ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2561, จาก https://stat.bora.dopa.go.th/

สุมนา บุปผา, ศรีอร สมบูรณ์ทรัพย์, และพัฒน์ พัฒนรังสรรค์. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 7*(3), 115-124.

Chaddha. (2558). *ออมแบบมดรวยแบบช้าง.* กรุงเทพฯ: อินส์พัล.

Kaylene, C. W., & Robert, A. P. (2011). *Marketing to the Generations. Journal of Behavioral Studies in Business.* (3), 1-17.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing* (3rd ed). The United States of America: Courier Kendallville.

Millionaire Academy. (ม.ป.ป.). *การออมเงินคืออะไร.* สืบค้นจาก http://millionaire-academy.com

Money Mart. (2556). *ความหมายของการลงทุน.* สืบค้นจาก http://www.moneymartthai.com

Money2know. (2561). *เปิดสูตรเพิ่มเงินออมพร้อมรับวัยเกษียณ-สังคมสูงอายุ.* สืบค้นจาก http://money2know.com/ออมเงินรับเกษียณ

Smart SME. (2557). ตลาดผู้สูงอายุ โอกาสและอนาคตของ SMEs ไทย. สืบค้นจาก https://www.smartsme.co.th/content/11680