

ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง  
ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2 กรณีศึกษา ลูกค้ำของ  
บมจ.ธนาคารกรุงไทย จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
Factors Affecting The Purchase Of Government Savings Bond Model  
Wallet 2020 : A Case Of Krungthai Bank Bangkok

ชนกร พันชนะ (Tanakorn Phunchana)\* ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์ (Dr.Rungravee Veeraves)\*\*

**บทคัดย่อ**

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อ และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดระหว่างกลุ่มที่ซื้อและไม่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คน และทดสอบด้วยสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-square และ t-test ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ที่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31- 50 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือราชการ จำนวนสมาชิกครอบครัว 2 คน มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีรายจ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระยะเวลาการลงทุนน้อยกว่า 1 ปี มีรูปแบบการลงทุนในรูปแบบการฝากเงินธนาคาร มีการออมเงินผ่านช่องทางธนาคาร ระยะเวลาในการลงทุนปีละ 1 ครั้ง ด้านส่วนร่วมในการตัดสินใจลงทุนมากที่สุดคือเพื่อน สามารถยอมรับความเสี่ยงได้มาก ทราบเงื่อนไขในรูปแบบการออมเงินเป็นอย่างดี วงเงินขั้นต่ำในการลงทุนอยู่ที่ต่ำกว่า 50,000 บาท

**ABSTRACT**

Objectives to study personal factors Buying behavior and the level of significance of the market mix factor between the groups that buy and do not buy savings bonds, the Ministry of Finance's wallets. Primary data were collected from 400 questionnaires and hypothesized by Chi-square and t-test. The results of the general information study showed that those who bought the Ministry of Finance's Wallets SBM savings bond were females, aged between 31-50 years, and most of them had marital status. Have an education at the bachelor level Employment of state-owned enterprises or government officials Number of members who cook 2 people with income less than or equal to 25,000 baht and expenses less than or equal to 25,000 baht. The investment period is less than 1 year. There are forms of investment in the form of bank deposits. There is a savings through a bank channel. The duration of the investment is once a year. The most involved in investing decisions are friends. Can accept a lot of risks Know the terms of the money saving scheme very well. The minimum investment limit is less than 50,000 baht.

**คำสำคัญ:** พันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ยอมรับความเสี่ยง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

**Keywords:** Savings bonds, risks, investing

\*นักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

\*\*อาจารย์ สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

## บทนำ

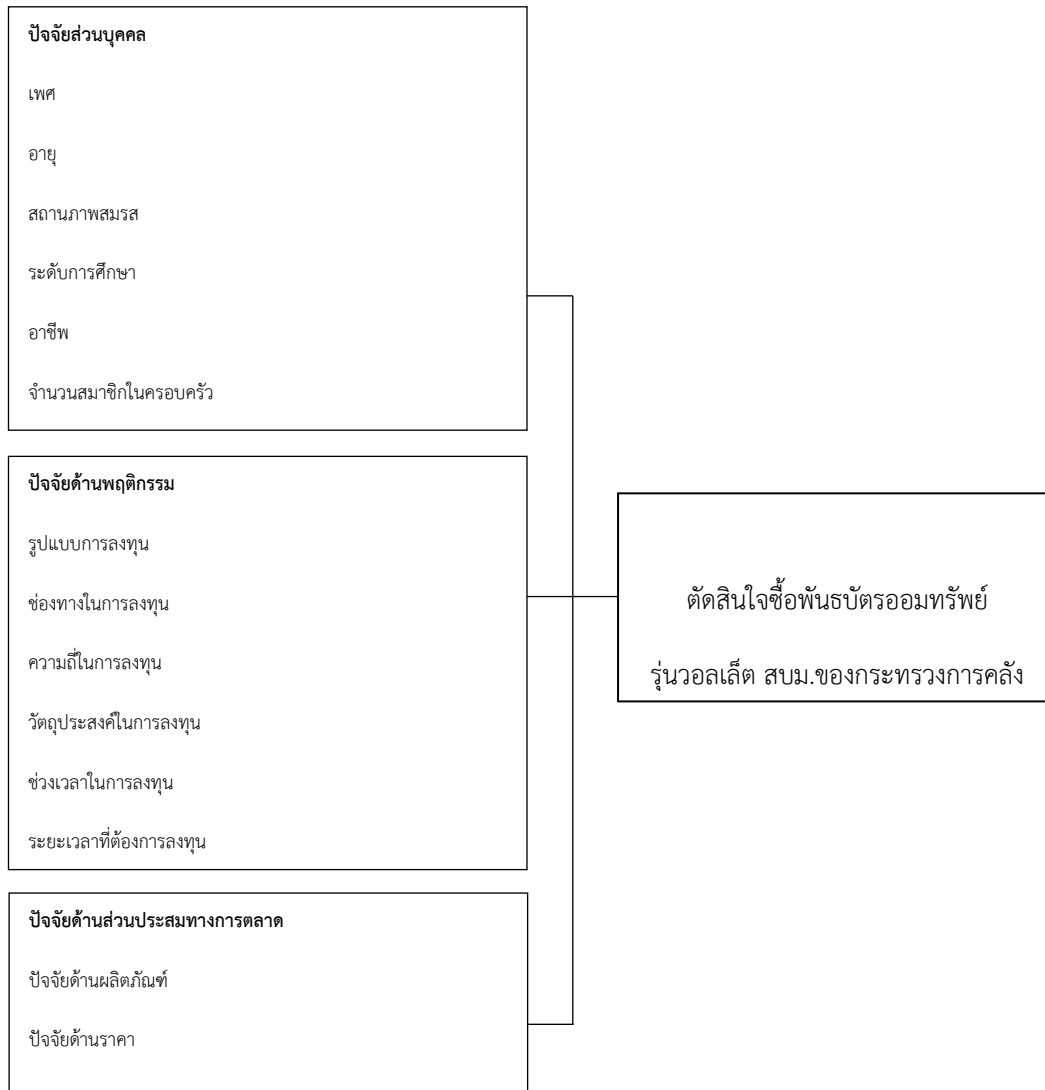
ปัจจุบันกระทรวงการคลังออกจำหน่ายพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2 มูลค่าหน่วยละ 1 บาท วงเงินรวม 5,000 ล้านบาท อายุ 4 ปี อัตราดอกเบี้ยแบบคงที่ ร้อยละ 1.70% ต่อปี โดยจำหน่ายผ่านวอลเล็ตสะสมบอนด์มั่งคั่ง (วอลเล็ต สบม.) ตั้งแต่ 25 สิงหาคม 2563 - 11 กันยายน 2563 โดยกำหนดวงเงินซื้อต่อรายดังนี้ วงเงินซื้อขั้นต่ำ 100 บาท ซื้อเพิ่มเป็นจำนวนเท่าของ 100 วงเงินซื้อขั้นสูง 5 ล้านบาท และไม่จำกัดจำนวนครั้งที่เข้าซื้อต่อรายซึ่งได้จำหน่ายเต็มวงเงินแล้ว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) โดย “วอลเล็ต สบม.” หรือวอลเล็ตสะสมบอนด์มั่งคั่ง มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนเข้าถึงบริการทางการเงิน (Financial Inclusion) และเข้าถึงพันธบัตรออมทรัพย์ได้ง่าย สะดวกสบาย และเท่าเทียมกัน โดยเป็นโครงการนำร่องที่นำเทคโนโลยีมาใช้จำหน่ายพันธบัตรออมทรัพย์ผ่านกระเป๋าตังค์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Wallet) ซึ่งเป็นการต่อยอดแอปพลิเคชัน เป๋าตัง ซึ่งได้ออกแบบโครงสร้างใหม่ให้เป็นระบบการเงินแบบเปิด สามารถรองรับวอลเล็ตได้หลายตัวพร้อมกัน และเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Blockchain ภายใต้โครงการ MOF Blockchain ที่ได้รับริเริ่มพัฒนาตั้งแต่ปี 2562 ที่ผ่านมา เพื่อสนับสนุนระบบการเงินในโลกแห่งอนาคตที่ต้องคงไว้ซึ่งประสิทธิภาพ ความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็ว ความโปร่งใส และลดโครงสร้างต้นทุน ผ่านการลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและไม่จำเป็นออกไป การเปิดตัวการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มทางการเงินร่วมกันของประเทศในครั้งนี้จึงเป็นก้าวสำคัญในการผลักดันให้พันธบัตรออมทรัพย์เป็นรูปแบบการลงทุนตามเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างแท้จริง (Technology-wise) ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพระบบงานของภาครัฐ ปรับลดกระบวนการภาครัฐ ลดความยุ่งยากในการติดต่อกับตัวแทนจำหน่าย รวมถึงการใช้ e-Document เพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับพันธบัตรออมทรัพย์ ซึ่งโครงการนี้ได้รับความร่วมมือจากธนาคารแห่งประเทศไทย และ TSD ที่สนับสนุนโครงการนำร่องนี้ และในอนาคตจะมีการต่อยอดกับการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Digital Infrastructure) ตลาดทุนไทยของ ก.ล.ต. ที่จะรองรับทุกกิจกรรมที่เกี่ยวกับหลักทรัพย์ทั้งในตลาดแรกและตลาดรองอีกด้วย “วอลเล็ต สบม.” ได้มีการลดหน่วยลงทุนให้มีขนาดเล็กลงจากเดิมที่ต้องซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ขั้นต่ำ 1,000 บาท เป็นการลงทุนขั้นต่ำเพียง 100 บาทเท่านั้น เพื่อสนับสนุนการเข้าถึงบริการทางการเงินของประชาชนทุกกลุ่ม ผู้ลงทุนสามารถดำเนินการได้เองอย่างสะดวกด้วยตนเองผ่าน e-Wallet ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่ลงทะเบียนและยืนยันตัวตนผ่านระบบ e-KYC โอนเงินเพื่อซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ได้จากทุกธนาคารเข้าวอลเล็ต สบม. เช็คประวัติการซื้อพันธบัตรได้ทันทีแบบ Real-time รวมถึงความโปร่งใส/แจ้งความจำนงเกี่ยวกับเอกสารต่าง ๆ เช่น หนังสือรับรองหักภาษี ณ ที่จ่าย การออกหนังสือค้ำประกันวงเงิน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ลงทุนจะไม่สามารถสมุดพันธบัตร (Bond Book) โดยจะสามารถเช็คประวัติการซื้อพันธบัตรในวอลเล็ต สบม. แทน

ดังนั้นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังในปีงบประมาณ 2563 ยังคงต้องเผชิญกับความผันผวนของอัตราผลตอบแทนที่ผู้ลงทุนจะได้รับ อันเนื่องมาจากหลายปัจจัยจากความสำคัญของตลาดตราสารหนี้ต่อระบบเศรษฐกิจไทย และความผันผวนของตราสารหนี้ต่อระบบเศรษฐกิจที่ได้กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาถึงตัวแปรทางเศรษฐกิจที่มีต่ออัตราผลตอบแทนของตราสารหนี้ โดยทำการศึกษาค้นคว้าปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังในปีงบประมาณ 2563 กรณีศึกษา ลูกค้ำที่ซื้อพันธบัตรรัฐบาล ของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนได้ใช้เป็นปัจจัยประกอบในการตัดสินใจลงทุนในการเลือกซื้อพันธบัตรออมทรัพย์และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยทางเศรษฐกิจได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2 และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ซื้อและผู้ที่ไม่ซื้อซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2

### กรอบแนวคิด



### ประชากร

กลุ่มประชากร คือ ลูกค้ำของ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่ซื้อและไม่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2

### จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากร คือ ลูกค้ำที่ซื้อและไม่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น เนื่องจากไม่ทราบประชากรที่แน่นอนจึง

ใช้สูตร ของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$

$$= \frac{0.5(1 - 0.5)1.96^2}{0.0025}$$

$$= \frac{0.25(3.8416)}{0.0025}$$

n = 384.16

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P = สัดส่วนของผู้ที่ตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. = 0.5

E = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ = 0.05

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีค่า Z = 1.96

เพื่อให้เกิดความแม่นยำมากขึ้นและสะดวกในการวิเคราะห์ผล ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

### วิธีการวิจัย

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้ในการศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของผู้ที่ตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2 โดยใช้ค่าเฉลี่ยพรรณนาตัวแปรเชิงปริมาณ เช่น อายุเฉลี่ย รายได้เฉลี่ยจำนวนสมาชิกในครอบครัวและรายจ่ายเฉลี่ย ส่วนตัวแปรเชิงคุณภาพ เช่น เพศ การศึกษา อาชีพ และสถานภาพ จะใช้ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการพรรณนา

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่มคือกลุ่มผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังด้วย t-test

### ผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการต่อการซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง เพื่อต่อบัณฑิตผู้ประสงค์ซื้อที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ และระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ และผู้ที่ไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จำแนกเป็นผู้ที่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 15.8 และผู้ที่ไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ จำนวน 337 คนคิดเป็นร้อยละ 84.2 สามารถอธิบายลักษณะทั่วไปทางประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลจากการเก็บแบบสอบถามของตัวแปรเชิงคุณภาพด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ รายจ่าย ระยะเวลาที่ลงทุนในพันธบัตรหรือตราสารหนี้อื่นๆ

ตัวแปร	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		Total		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
เพศ	ชาย	17	4.25	108	27.00	125	31.25
	หญิง	46	11.50	229	57.25	275	68.75
อายุ	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	9	2.25	50	12.50	59	14.75
	31 – 50 ปี	40	10.00	223	55.75	263	65.75
	มากกว่า 50 ปี	14	3.50	64	16.00	78	19.50
สถานภาพ	โสด	12	3.00	87	21.75	99	24.75
	สมรส	46	11.50	214	53.50	260	65.00
	หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	5	1.25	36	9.00	41	10.25
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	13	3.25	74	18.50	87	21.75
	ปริญญาตรี	43	10.75	229	57.25	272	68.00
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	7	1.75	34	8.50	41	10.25
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	-	-	-	-	-	-
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ราชการ	39	9.75	177	44.25	216	54.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	6	1.50	44	11.00	50	12.50
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	14	3.50	101	25.25	115	28.75
	อื่นๆ	4	1.00	15	3.75	19	4.75
	เกษียณอายุ	4	1.00	10	2.50	14	3.50
	รับจ้างทั่วไป	-	-	2	0.50	2	0.50
	ว่างงาน	-	-	1	0.25	1	0.25
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	สอนภาษา	-	-	2	0.50	2	0.50
	1 คน	4	1.00	25	6.25	29	7.25
	2 คน	34	8.50	160	40.00	194	48.50
	3 คน	1	0.25	20	5.00	21	5.25
รายได้ต่อเดือน	4 คน	8	2.00	49	12.25	57	14.25
	5 คน	8	2.00	44	11.00	52	13.00
	7 คน	4	1.00	15	3.75	19	4.75
	8 คน	4	1.00	24	6.00	28	7.00
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	26	6.50	149	37.25	175	43.75
รายได้ต่อเดือน	25,001-50,000 บาท	30	7.50	136	34.00	166	41.50
	50,001-100,000 บาท	7	1.75	52	13.00	59	14.75
	มากกว่า 100,000 บาท	-	-	-	-	-	-

รายจ่ายต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท	29	7.25	177	44.25	206	51.50
	25,001-50,000 บาท	30	7.50	142	35.50	172	43.00
	50,001-100,000 บาท	4	1.00	18	4.50	22	5.50
	มากกว่า 100,000 บาท	-	-	-	-	-	-
ระยะเวลาที่ลงทุน	น้อยกว่า 1 ปี	36	9.00	229	57.25	265	66.25
	1-5 ปี	27	6.75	108	27.00	135	33.75
	มากกว่า 5 ปี	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 2 ผลจากการเก็บแบบสอบถามของตัวแปรเชิงคุณภาพด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ตัวแปร	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		Total		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
Who1	ฝากเงินธนาคาร	48	12.00	238	59.50	286	71.50
Who2	พันธบัตร	5	1.25	29	7.25	34	8.50
Who3	กองทุนรวมต่างๆ / หุ้นกู้	10	2.50	70	17.50	80	20.00
Who4	หุ้นสามัญ	-	-	-	-	-	-
Where	ช่องทางธนาคาร	46	11.50	251	62.75	297	74.25
	บริษัทหลักทรัพย์	16	4.00	75	18.75	91	22.75
	อื่นๆ ตัวแทน/นายหน้า	1	0.25	11	2.75	12	3.00
What1	ปีละ 1 ครั้ง	43	10.75	227	56.75	270	67.50
	ปีละ 2 ครั้ง	10	2.50	70	17.50	80	20.00
	มากกว่า ปีละ 2 ครั้ง	10	2.50	40	10.00	50	12.50
Why1	ออมเงิน	44	11.00	214	53.50	258	64.50
Why2	ดอกเบี้ย	1	0.25	11	2.75	12	3.00
Why3	เงินปันผล	18	4.50	112	28.00	130	32.50
Why4	ลดหย่อนภาษี	-	-	-	-	-	-
When1	เมื่อเริ่มมีรายได้	40	10.00	203	50.75	243	60.75
	เห็นถึงผลตอบแทน	17	4.25	109	27.25	126	31.50
	จัดกิจกรรม/ส่งเสริมการตลาด	6	1.50	25	6.25	31	7.75
	อื่นๆ	-	-	-	-	-	-
When2	ต่ำกว่า 1 ปี	39	9.75	187	46.75	226	56.50
	1-5 ปี	23	5.75	139	34.75	162	40.50
	6-10 ปี	1	0.25	11	2.75	12	3.00
	มากกว่า 10 ปี	-	-	-	-	-	-
Whom	เพื่อน	59	14.75	298	74.50	357	89.25
	บุคคลในครอบครัว	3	0.75	28	7.00	31	7.75
	พนักงาน/ตัวแทน	1	0.25	11	2.75	12	3.00
How1	ยอมรับได้มาก	60	15.00	312	78.00	372	93.00
	ยอมรับได้ปานกลาง	3	0.75	25	6.25	28	7.00

	ไม่สามารถยอมรับได้	-	-	-	-	-	-
How2	ทราบอย่างดี	58	14.50	301	75.25	359	89.75
	ทราบบางเงื่อนไข	5	1.25	36	9.00	41	10.25
	ไม่ทราบ	-	-	-	-	-	-
How3	ต่ำกว่า 50,000 บาท	60	15.00	309	77.25	369	92.25
	50,001-100,000	1	0.25	11	2.75	12	3.00
	100,001-500,000	2	0.50	17	4.25	19	4.75
	มากกว่า 500,001 บาทขึ้นไป	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 3 ผลการเก็บแบบสอบถามของปัจจัยด้านการตลาดในมุมมองของผู้บริโภค

ตัวแปร	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		Total	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
มีความหลากหลายของพันธมิตรให้เลือกซื้อ	4.19	0.84	4.19	0.83	4.19	0.83
มีระยะเวลาการลงทุนอย่างเหมาะสม	4.08	1.00	4.23	0.89	4.20	0.91
ผู้ลงทุนสามารถเลือกลงทุนได้อย่างอิสระ	4.10	0.93	4.07	0.92	4.07	0.92
ไม่มีข้อจำกัด วงเงินขั้นต่ำ-ขั้นสูงในการซื้อ						
รูปแบบของตราสารมี/ไม่มีการออกใบพันธบัตร	4.71	0.52	4.74	0.54	4.73	0.54
อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมกับระยะเวลา	4.68	0.53	4.63	0.58	4.64	0.57
การลงทุน						
นโยบายการจ่ายดอกเบี้ยมีความเหมาะสม	4.24	1.01	4.39	0.94	4.37	0.95
มีหลากหลายช่องทางในการเลือกซื้อ ได้แก่	4.46	0.69	4.47	0.70	4.47	0.70
ช่องทางธนาคารและแอปพลิเคชัน						
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความ	4.25	0.82	4.22	0.84	4.22	0.83
สะดวกรวดเร็ว						
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความ	4.32	0.64	4.31	0.68	4.31	0.67
ปลอดภัย						
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความ	4.44	0.56	4.46	0.59	4.45	0.58
แม่นยำ ตรวจสอบประวัติการซื้อได้						
มีการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสัมพันธ์ภายในกลุ่ม	4.30	0.56	4.25	0.64	4.26	0.62
ผู้ลงทุน						
มีของแถมต่างๆให้เหมาะสม	4.37	0.58	4.33	0.66	4.33	0.65
การจัดกิจกรรมสร้างเสริมการตลาด	4.37	0.77	4.35	0.67	4.35	0.69

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการต่อการซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ประกอบด้วยสถิติเชิงอนุมาน

1. ผลการทดสอบข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่มคือกลุ่มผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังด้วย t-test สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1.1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มของผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังด้วย Chi-square ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตัวแปร	Chi-square	P-value
เพศ	0.633	0.426
อายุ	0.353	0.838
สถานภาพสมรส	2.112	0.348
ระดับการศึกษา	0.098	0.952
อาชีพ	5.173	0.522
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	3.035	0.804
รายได้	1.451	0.484
รายจ่าย	0.903	0.637
ระยะเวลาในการลงทุน	2.774	0.096

หมายเหตุ \* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.10$

\*\* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$

\*\*\* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.01$

จากตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและไม่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังกับปัจจัยส่วนบุคคลด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-square) พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ รายจ่ายระยะเวลาในการลงทุน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้า ระหว่างที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง

ตัวแปร	Chi-Square	P-value
มีความหลากหลายของพันธบัตรให้เลือกซื้อ	0.022	0.989
มีระยะเวลาการลงทุนที่เหมาะสม	2.579	0.461
ผู้ลงทุนสามารถเลือกลงทุนได้อย่างอิสระ ไม่มีข้อจำกัด วงเงินขั้นต่ำ-ขั้นสูงในการซื้อ	0.079	0.961



รูปแบบของตราสารมี/ไม่มีการออกใบ พันธบัตร	1.573	0.455
อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมกับระยะเวลา การลงทุน	0.503	0.778
นโยบายการจ่ายดอกเบี้ยมีความเหมาะสม	3.108	0.375
มีหลากหลายช่องทางในการเลือกซื้อ ได้แก่ ช่องทางธนาคารและแอปพลิเคชัน	0.287	0.866
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความ สะดวกรวดเร็ว	0.291	0.865
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความ ปลอดภัย	0.728	0.695
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความ แม่นยำ ตรวจสอบประวัติการซื้อได้	0.845	0.655
มีการจัดกิจกรรมสร้างเสริมสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ผู้ลงทุน	2.629	0.269
มีของแถมต่างๆให้เหมาะสม	2.953	0.228
การจัดกิจกรรมสร้างเสริมการตลาด	5.144	0.076

หมายเหตุ \* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.10$

\*\* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$

\*\*\* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.01$

จากตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุนวอลเล่ต สบม. ของกระทรวงการคลังกับปัจจัยด้านพฤติกรรม พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของพันธบัตรให้ เลือกซื้อ ระยะเวลาการลงทุนที่เหมาะสม ผู้ลงทุนสามารถเลือกลงทุนได้อย่างอิสระไม่มีข้อจำกัด วงเงินขั้นต่ำ-ขั้นสูงใน การซื้อ และรูปแบบของตราสาร มี/ไม่มีการออกใบพันธบัตร โดยผลการทดสอบมีไม่เพียงพอในระดับที่จะสรุปได้ว่าปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กัน ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมกับระยะเวลาการลงทุน และ นโยบายการจ่ายดอกเบี้ยมีความเหมาะสม โดยผลการทดสอบมีไม่เพียงพอในระดับที่จะสรุปได้ว่าปัจจัยด้านราคามี ความสัมพันธ์กัน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความหลากหลายช่องทางในการเลือกซื้อ ได้แก่ ช่องทางธนาคาร และแอปพลิเคชัน การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความ สะดวกรวดเร็ว การเลือกซื้อพันธบัตรผ่าน แอปพลิเคชันมีความปลอดภัย และการเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความแม่นยำ ตรวจสอบประวัติการซื้อได้ โดย ผลการทดสอบมีไม่เพียงพอในระดับที่จะสรุปได้ว่าปัจจัยด้านช่องทางการเลือกซื้อมีความสัมพันธ์กัน และปัจจัยด้าน

ส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดกิจกรรมสร้างเสริมสัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้ลงทุน มีของแถมต่างๆ ให้เหมาะสม และมีของแถมต่างๆ ให้เหมาะสม เช่น สติกเกอร์ Line เป็นต้น โดยผลการทดสอบมีไม่เพียงพอในระดับที่จะสรุปได้ว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กัน

1.2 การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลังด้วย t-test ได้ผลการทดสอบดังนี้

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้านปัจจัยส่วนบุคคลระหว่างผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง

ตัวแปร	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		t-test	P-Value
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
เพศ	1.73	0.45	1.68	0.47	0.794	0.427
อายุ	2.08	0.60	2.04	0.58	0.471	0.638
สถานภาพสมรส	1.89	0.51	1.85	0.59	0.510	0.610
ระดับการศึกษาสูงสุด	1.90	0.56	1.88	0.55	0.308	0.758
อาชีพ	2.73	1.02	2.89	1.09	-1.102	0.271
จำนวนสมาชิก	3.29	2.00	3.32	1.96	-0.118	0.906
รายได้ต่อเดือน	1.70	0.66	1.71	0.72	-0.141	0.888
รายจ่ายต่อเดือน	1.60	0.61	1.53	0.60	0.911	0.363
ระยะเวลาการลงทุน	1.43	0.50	1.32	0.47	1.667	0.096

จากตารางที่ 6 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้านปัจจัยส่วนบุคคลระหว่างผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ จำนวนสมาชิก รายได้ต่อเดือน รายจ่ายต่อเดือน และระยะเวลาการลงทุน โดยผลการทดสอบมีไม่เพียงพอในระดับที่จะสรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้าระหว่างผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ต สบม. ของกระทรวงการคลัง

ตัวแปร	เคยซื้อ		ไม่เคยซื้อ		t-test	P-Value
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
มีความหลากหลายของพันธบัตรให้เลือกซื้อ	4.19	0.84	4.19	0.83	0.31	0.975
มีระยะเวลาการลงทุนอย่างเหมาะสม	4.08	1.00	4.23	0.89	-1.193	0.234
ผู้ลงทุนสามารถเลือกลงทุนได้อย่างอิสระ	4.10	0.93	4.07	0.92	0.167	0.868
ไม่มีข้อจำกัด วงเงินขั้นต่ำ-ขั้นสูงในการซื้อ	4.71	0.52	4.74	0.54	-0.291	0.771
รูปแบบของตราสารมี/ไม่มีกรอกใบพันธบัตร						

อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสม	4.68	0.53	4.63	0.58	0.644	0.520
กับระยะเวลาการลงทุน						
นโยบายการจ่ายดอกเบี้ย	4.24	1.01	4.39	0.94	-1.158	0.248
ความเหมาะสม						
มีหลากหลายช่องทางในการ	4.46	0.69	4.47	0.70	-0.119	0.905
เลือกซื้อ ได้แก่ ช่องทาง						
ธนาคารและแอปพลิเคชัน						
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอป	4.25	0.82	4.22	0.84	0.299	0.765
พลิเคชันมีความสะดวกรวดเร็ว						
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอป	4.32	0.64	4.31	0.68	0.096	0.924
พลิเคชันมีความปลอดภัย						
การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอป	4.44	0.56	4.46	0.59	-0.192	0.848
พลิเคชันมีความแม่นยำ						
ตรวจสอบประวัติการซื้อได้						
มีการจัดกิจกรรมส่งเสริม	4.30	0.56	4.25	0.64	0.573	0.567
สัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้ลงทุน						
มีของแถมต่างๆให้อย่าง	4.37	0.58	4.33	0.66	0.433	0.665
เหมาะสม						
การจัดกิจกรรมส่งเสริม	4.37	0.77	4.35	0.67	0.127	0.899
การตลาด						

หมายเหตุ \* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.10$

\*\* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.05$

\*\*\* คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่  $\alpha = 0.01$

จากตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้านปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้าระหว่างผู้ที่เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ท สบม. ของกระทรวงการคลัง พบว่า ที่ซื้อและผู้ที่ไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ท สบม. ของกระทรวงการคลัง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของพันธบัตรให้เลือกซื้อ ระยะเวลาการลงทุนที่เหมาะสม ผู้ลงทุนสามารถเลือกลงทุนได้อย่างอิสระไม่มีข้อจำกัด วงเงินขั้นต่ำ-ขั้นสูงในการซื้อ และรูปแบบของตราสาร มี/ไม่มีการออกไปพันธบัตร ไม่มีความแตกต่างกัน ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยมีความเหมาะสมกับระยะเวลาการลงทุน และนโยบายการจ่ายดอกเบี้ยมีความเหมาะสม ไม่มีความแตกต่างกัน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความหลากหลายช่องทางในการเลือกซื้อ ได้แก่ ช่องทางธนาคารและแอปพลิเคชัน การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความสะดวกรวดเร็ว การเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความปลอดภัย และการเลือกซื้อพันธบัตรผ่านแอปพลิเคชันมีความแม่นยำ ตรวจสอบประวัติการซื้อได้ ไม่มีความแตกต่างกัน และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมสัมพันธ์ภายในกลุ่มผู้ลงทุน มีของแถมต่างๆให้อย่างเหมาะสม และมีของแถมต่างๆให้อย่างเหมาะสม เช่น สติกเกอร์ Line เป็นต้น โดยผลการทดสอบมีไม่เพียงพอในระดับที่จะสรุปได้ว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองลูกค้ามีความสัมพันธ์กัน

### อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของลูกค้ายกกลุ่มเป้าหมาย พบว่า ผู้ที่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ท สบม. ของกระทรวงการคลัง เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31- 50 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือราชการ จำนวนสมาชิกครอบครัว 2 คน มีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีรายจ่ายน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 บาท มีระยะเวลาการลงทุนน้อยกว่า 1 ปี อีกทั้งมีรูปแบบการลงทุนในรูปแบบการฝากเงินธนาคาร มีการออมเงินผ่านช่องทางธนาคาร ระยะเวลาในการลงทุนปีละ 1 ครั้ง ด้านส่วนร่วมในการตัดสินใจลงทุน พบว่า เพื่อนคือที่ส่วนร่วมในการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด ด้านการยอมรับความเสี่ยง คือ สามารถยอมรับความเสี่ยงได้มาก ทราบเงื่อนไขในรูปแบบการออมเงินเป็นอย่างดี วงเงินขั้นต่ำในการลงทุนอยู่ที่ต่ำกว่า 50,000 บาท

ผลการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อผู้เคยและไม่เคยซื้อพันธบัตรออมทรัพย์รุ่นวอลเล็ท สบม. ของกระทรวงการคลัง ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ครั้งที่ 2 พบว่า โดยผลการทดสอบมีไม่เพียงพอในระดับที่จะสรุปได้ว่าปัจจัยด้านส่วนบุคคลทั่วไป ปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กัน น่าจะเป็นเพราะว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่เพียงพอ

ดังนั้น การซื้อพันธบัตรรัฐบาลถือว่าการลงทุนอย่างหนึ่งที่มีความเสี่ยงน้อย ซึ่งผู้ลงทุนสามารถยอมรับความเสี่ยงนี้ได้ รวมทั้งมีผู้ออกพันธบัตรมีความน่าเชื่อถือและมั่นคงว่าจะสามารถให้ผลตอบแทนได้ตามที่ได้กำหนดไว้ในพันธบัตรนั้นๆ ส่งผลให้ผู้ลงทุนสามารถตัดสินใจเลือกลงทุนได้ง่ายและมีความปลอดภัย ดังนั้น หากทราบว่าอะไรที่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ท สบม. ของกระทรวงการคลังในปีงบประมาณ 2563 ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จะนำไปสู่ความเข้าใจในลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการตัดสินใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ท สบม. ของกระทรวงการคลังในปีงบประมาณ 2563 ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายหรือวางแผนการออกผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคและจะส่งผลให้ยอดขายพันธบัตรออมทรัพย์ รุ่นวอลเล็ท สบม. ของกระทรวงการคลังในปีงบประมาณ 2563 ผ่านธนาคารกรุงไทยเพิ่มขึ้น

### กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งระวี วีระเวสส์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในด้านให้คำปรึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้

### เอกสารอ้างอิง

ชลธาร ขอบเสียง. ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และอุปทานการลงทุน ในพันธบัตรรัฐบาล ของกองทุนตราสารหนี้. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550. Print.

กอบกุล สิ้นธวัชวงศ์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายตราสารหนี้ระยะสั้นในประเทศไทย. . กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.

มัชวาน เวียงเกตุ. ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยพื้นฐานที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อพันธบัตรออมทรัพย์. . กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2556.

อรรถเดช เทพชัยธนะวงศ์ และผู้แต่งคนอื่นๆ. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุน

ต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. ม.ป.ท.:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.

Print.



สุพินประภา พลชนะ. ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่ออัตราผลตอบแทนของตราสารหนี้ในประเทศไทย กรณีศึกษา

: พันธบัตรรัฐบาลและหุ้นกู้เอกชน. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2559.

อดุลย์ สาลีฟา และผู้แต่งคนอื่นๆ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term

Fund: LTF) ของนักลงทุนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล. ม.ป.ท.:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559. Print.

Philip Kotler and Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Management. Malaysia: Pearson.

Reilly, Brown and Leeds. 2018. Investment Analysis and Portfolio Management. Singapore:

CengageLearning Asia