

RU



รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ
สาขาเศรษฐศาสตร์ ปี 2560



ความผันผวนของ เศรษฐกิจโลก

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1. รศ.ดร.โสเมศกาว เพชรานนท์ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 2. รศ.ดร.สุจินดา เจียมศรีพงษ์ | คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 3. รศ.ดร.สุธัญญา ทองรักษ์ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 4. ผศ.ดร.รสริน โอศถานันต์กุล | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 5. ผศ.ดร.ภัททา เกิดเรือง | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 6. ผศ.ดร.จุฑาทิพย์ จงวนิชย์ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 7. ผศ.ดร.ภูรี สิริสุนทร | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 8. ผศ.ดร.สุรัตน์ ทิรมาภิบาล | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 9. รศ.ดร.สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน | คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 10. ผศ.ดร.พิมพ์ สุนสวัสดิ์ | คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 11. ผศ.ดร.ศิวพงศ์ ชีระอำพน | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 12. ผศ.ดร.ภกพร วัฒนดำรงค์ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 13. ผศ.ดร.นงนุช สุนทรชวกานต์ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 14. ผศ.ดร.อรอนงค์ ลองพิชัย | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 15. ผศ.ดร.สิริรัตน์ เกียรติปฐมชัย | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| 16. ผศ.ดร.ณัฐพรพรรณ อุดมา | สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 17. ผศ.ดร.ชัยวุฒิ ตั้งสมชัย | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 18. ผศ.ดร.อดิศักดิ์ ชีรานุพัฒนา | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 19. ดร.วสิน ศิวสฤษดิ์ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 20. ดร.ชร ปัตติล | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 21. ดร.ชญาณี ชวะโนทัย | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ |
| 22. ดร.เนื่อแพร่ เล็กเฟื่องฟู | คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 23. ดร.ทองใหญ่ อัยยะวรากุล | คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ |

24. ดร.นิรมล อริยอากาศมล	คณะกรรมการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
25. ดร.มานิช โพธารมณ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
26. ดร.ณพล หงสกุลวุ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
27. ดร.จิราคม สิริศรีสกุลชัย	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
28. ดร.โรจนา ธรรมจินดา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
29. ดร.มานะ ลักขม็อรุโณทัย	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
30. ดร.ชิดตะวัน ชนะกุล	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
31. ดร.ธีรศักดิ์ ทรัพย์วโรบล	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
32. ดร.ณัฐพล พจนานประเสริฐ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
33. ดร.พิชญา บุญศรีรัตน์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
34. ดร.ธัญมัทธ บุญสร้งมี	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
35. ดร.กวิพจน์ สัตตวัฒนานนท์	สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง
36. ดร.ยศ อมรกิจวิภัย	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
37. ผศ.ดร.พรศิริ สืบพงษ์สังข์	คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
38. ดร.ธัญพร จันทร์กระจ่าง	คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

1. รศ.ดร.ถวิล นิลใบ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. รศ.ดร.ปริณภา จิตราภรณ์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. รศ.บุญธรรม ราชรักษ์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
4. รศ.ดร.นคร ยัมศิริวัฒนะ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
5. รศ.อติ ไทยานันท์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
6. รศ.ดร.ร่าจวน เบญจศิริ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
7. ดร.เบญจวรรณรี โชติช่วงนิรันดร์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
8. อาจารย์วัลลภ คุ้มประดิษฐ์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
9. อาจารย์ขวัญ เพชรสว่าง	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
10. อาจารย์วรรณพงษ์ คุรงควโรจน์	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
11. อาจารย์จินตนา เมืองเส้น	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
12. อาจารย์วันิดา พิมพ์โคตร	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
13. อาจารย์นงนุช อินทวิเศษ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

**กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม
ของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**
**Marketing Strategy Affecting the Inverted Decision in Mutual Fund of
Online Investor in Bangkok and Suburbs**

นราภรณ์ จันทร์รักษา^{1*} และ สันติธร ภูริภักดี²

Naraporn Janraksa^{1*} and Santidhorn Pooripakdee²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม 3) กำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมในประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ลงทุนในกองทุนรวมทางออนไลน์ จำนวน 400 คน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบผลโดยใช้ค่าสถิติแบบไคสแควร์ และสถิติการจรณ์ สรุปผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า 1) เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 29 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 50,000 บาท ประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม 1 - 5 ปี 2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจการลงทุนในกองทุนรวมในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาดบริการ, กองทุนรวม, นักลงทุนออนไลน์

¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² อาจารย์ ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*Corresponding author E-mail address: naraporn.jrs@gmail.com

Abstract

The objectives of this research were to study demographic factors affecting decision making behavior of online investors in mutual fund investment, to examine marketing mix factors affecting decision making behavior of online investors in mutual fund investment, and to suggest marketing strategy for the entrepreneur of mutual fund in Thailand. This quantitative research used the questionnaire as a tool to collect data. Sample group was 400 online investors. Descriptive statistics was used to analyze collected data applying percentage, mean, standard deviation and Chi-Square. Contingency Coefficient (C) at 0.05 statistical significance was utilized to verify relation concentration. Statistical Package was used to conclude the results.

Findings showed that most of the respondents were female aged between 20-29 years old who were single and graduated with Bachelor's degree or equivalent. They were employee in private company and 20,001-50,000 per month. They had 1-5 years of experience in mutual fund investment. Marketing mix factors, in overall, affected the decision making on mutual fund investment at a high level for all aspects. The highest mean was process, followed by place and service, physical and presentation, product, people, price and promotion respectively.

Keywords: Marketing Mix, Mutual Fund, Online Investor

บทนำ

ปัจจุบันการออมโดยวิธีการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ แม้ว่าจะมีความเสี่ยงต่ำ มีความปลอดภัย สภาพคล่องสูง แต่ในสถานการณ์ที่อัตราดอกเบี้ยลดต่ำลง อัตราเงินเฟ้อเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ที่ออมเงินกับธนาคารพาณิชย์แทบไม่ได้รับประโยชน์จากอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง และการหักภาษี ณ ที่จ่ายในอัตราร้อยละ 15 ของดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร ทำให้ผลตอบแทนจากการฝากเงินธนาคารมีมูลค่าน้อย ซึ่งไม่ทำให้มูลค่าของเงินเพิ่มขึ้น เป็นเพียงการรักษาเงินให้มีมูลค่าเท่าเดิมเท่านั้น ด้วยปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้ที่ต้องการออมเงินหันมาสนใจที่จะนำเงินที่ฝากกับธนาคารพาณิชย์มาลงทุนในรูปแบบอื่น ๆ เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนที่คาดหวังและลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการลงทุน ในตลาดการเงินมีทางเลือกสำหรับการลงทุนให้เลือกทั้งสินทรัพย์ทางการเงิน ประเภทพันธบัตร หุ้นกู้ หุ้นทุน กองทุนรวมประเภทต่าง ๆ หรือทรัพย์สินที่จับต้องได้ เช่น ทองคำ ที่ดิน อาคาร เครื่องประดับ ทางเลือกการลงทุนแต่ละทางจะมีวิธีการลงทุน

ที่ซับซ้อน รวมถึงความเสี่ยงที่ต่างกันออกไป โดยนักลงทุนสามารถเลือกลงทุนด้วยตนเองในสินทรัพย์หรือหลักทรัพย์นั้นด้วยตนเอง หรือจะเป็นการเลือกลงทุนผ่านกองทุนรวมที่มีมืออาชีพคอยบริหารจัดการการลงทุนให้ ซึ่งกองทุนรวมถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการลงทุนที่เหมาะสมสำหรับนักลงทุนที่เพิ่งเริ่มต้นและยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับตลาดทุน (นิตยา ฐานิตธนกร และ บุญราศม์ คงจินดา, 2555: 171)

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ถือว่าเป็นการสื่อสารไร้พรมแดนที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนในสังคม (ธนธร โลจิงดา, 2556) อินเทอร์เน็ตช่วยให้ผู้ใช้บริการได้รับความรวดเร็ว สะดวกสบาย และประหยัดค่าใช้จ่าย การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ หรือการประชาสัมพันธ์ ทั้งในรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง ข้อความ และเสียง อีกทั้งยังเป็นศูนย์รวมการแลกเปลี่ยนหรือการแสดงความคิดเห็นจากผู้ให้บริการทั่วทุกมุมโลกที่มีขนาดใหญ่ที่สุดและมีบทบาทในสังคมเป็นอย่างมาก สามารถตอบสนองการใช้งานได้ในทุกรูปแบบ รวมไปถึงการสร้างโอกาสและการแข่งขันทางธุรกิจด้วย ในขณะที่เดียวกันเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้นำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการค้า สังเกตได้จากการใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการให้คำปรึกษาเชิงธุรกิจ การสั่งซื้อและขายสินค้า การให้บริการต่าง ๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี (จิวิธ อินทร์บังอร, 2553)

จากที่ได้กล่าวข้างต้น รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน เป็นการผสมผสานระหว่างวิถีชีวิตแบบเดิม กับวิถีชีวิตแบบใหม่เข้าด้วยกันโดยได้รับอิทธิพลของเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต อินเทอร์เน็ตมีความสำคัญอย่างมากในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งมาพร้อมกับความก้าวหน้าที่รวดเร็ว สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทำให้การใช้ชีวิตง่ายขึ้น สามารถเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ได้ทุกที่ ทุกเวลา และจากเหตุการณ์ในช่วงปลายปีจะเป็นช่วงที่คนนิยมซื้อกองทุนรวมประเภท กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และ กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) เพื่อใช้ลดหย่อนภาษีในปีนั้น ๆ เมื่อไปทำธุรกรรมที่สาขาธนาคารที่เป็นตัวแทนขายก็อาจทำให้ต้องรอคิวนาน หรือบางครั้งอาจทำให้ไม่สามารถซื้อได้ตามใจด้านเวลาที่ บลจ. กำหนด และในด้านความคุ้มค่าของการลงทุน ซึ่งตลาดหุ้นในช่วงเวลานั้นอาจปรับตัวสูงขึ้นจากความนิยมที่ผู้คนมักจะซื้อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) หรือกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ในช่วงโค้งสุดท้ายปลายปี ก็จะทำให้ต้นทุนในการซื้อสูงขึ้นไปด้วย จึงทำให้การทำธุรกรรมกองทุนรวมผ่านทางออนไลน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของนักลงทุนมากขึ้น ซึ่งเป็นตัวช่วยที่จะทำให้การลงทุนสะดวก และง่ายขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมการตัดสินใจ ปัจจัยที่นักลงทุนคำนึงถึงในการตัดสินใจ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงพัฒนา และกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ได้ และสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ลงทุนในกองทุนรวมทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้ เนื่องจากไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนผู้ลงทุนกองทุนรวมทางออนไลน์ ผู้วิจัยจึงได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรภายในประเทศไทย 5,220,626 ราย ที่ลงทุนในกองทุนรวม ข้อมูล ณ ธ.ค. 2559 (สมาคมบริษัทจัดการลงทุน) จากวิธีของ Taro Yamane (1973, อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์ 2555: 187) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง 399.96 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกผู้วิจัยจะกำหนดขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นโดยการประยุกต์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยลักษณะของแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามชนิดปลายปิด (Close ended question) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

คำถามคัดกรอง แบบสอบถามเพื่อคัดกรองผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยจะระบุว่าเป็นผู้ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเป็นผู้ที่เคยลงทุนกองทุนรวมโดยใช้ช่องทางออนไลน์ หากผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณสมบัติครบถ้วนจะสามารถทำแบบสอบถามในส่วนถัดไปได้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามลักษณะซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ

ประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด คำถามแบบมาตราส่วนบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งเป็นลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวเท่านั้น

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยให้เลือกตอบ 5 ระดับการตัดสินใจ ของลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) ซึ่งกำหนดไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นคำถามลักษณะปลายปิด ประกอบด้วย แหล่งที่มาของเงินลงทุน วัตถุประสงค์การลงทุน ประเภทของกองทุนรวมที่นำเงินไปลงทุน จำนวนเงินลงทุน ความถี่ ช่วงเวลา บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ โดยมีคำตอบให้เลือกซึ่งคำถามมี 2 ลักษณะ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบและผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะเป็นการนำมาวิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows โดยใช้เทคนิคทางสถิติดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นหลักการที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลและหาค่าสถิติเบื้องต้น ซึ่งเป็นการอธิบายหรือบรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวม แต่ไม่สามารถอ้างอิงลักษณะประชากรได้ จึงเป็นการสรุปถึงลักษณะของข้อมูลกลุ่มที่ศึกษา ประกอบด้วย การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ย (Mean) การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 กลุ่ม ที่เป็นการวัดค่าแบบนามบัญญัติโดยใช้สถิติ Chi – Square Test และทดสอบค่าความเข้มข้นความสัมพันธ์โดยใช้สถิติ Contingency Coefficient (C) และเมื่อทดสอบค่าสถิติที่ใช้วัดความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยทดสอบค่าความเข้มข้นความสัมพันธ์ใช้สถิติ Contingency Coefficient (C) และ $0 < C < 1$

ถ้า $C = 0$ แสดงว่าตัวแปร 2 ตัวเป็นอิสระต่อกัน หรือ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ถ้า C เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปร 2 ตัว มีความสัมพันธ์กันมาก

3. การทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 มีอายุ 20 – 29 ปี ร้อยละ 56.50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 81.50 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 69.50 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 70.80 เป็นส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 61.80 และมีประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวม 1 -5 ปี ร้อยละ 43.00

2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพและการนำเสนอ และด้านกระบวนการ จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ในภาพรวมปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อการตัดสินใจการลงทุนในกองทุนรวมในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.25$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ($\bar{x} = 4.10$) ด้านกายภาพและการนำเสนอ ($\bar{x} = 4.05$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.01$) ด้านบุคคล ($\bar{x} = 3.97$) ด้านราคา ($\bar{x} = 3.68$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.65$) ตามลำดับ

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมากที่สุด คือ สามารถดูพอร์ตการลงทุน รายการความเคลื่อนไหวย้อนหลังได้ ตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ ข้อมูลกองทุนและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ครบในที่เดียว รองลงมา กองทุนมีความหลากหลายในการเลือกลงทุน ผลประกอบการกองทุนที่ผ่านมา และ มีบริการหลังการทำธุรกรรม เช่น เอกสารยืนยันหน่วยลงทุน Fund Book เป็นต้น

2.2 ด้านราคา ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ การคิดค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนในอัตราที่เหมาะสม รองลงมา ราคาหน่วยลงทุน (NAV) ของกองทุนมีความเหมาะสม การลดหย่อนค่าธรรมเนียมเมื่อทำธุรกรรมทางออนไลน์ อัตราการเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้บริการทางออนไลน์ และ เงินลงทุนขั้นต่ำในการทำธุรกรรม

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมากที่สุด คือ สามารถชำระเงินการซื้อหน่วยลงทุนด้วยการหักบัญชีธนาคารอัตโนมัติได้ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ มีช่องทางการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น Internet Banking, Mobile application เป็นต้น รองลงมา สามารถส่งคำสั่งซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง บริการ

ธุรกรรมการลงทุนกองทุนรวมผ่านทางออนไลน์ที่สามารถรองรับการใช้งานทุกเว็บเบราว์เซอร์ และสามารถชำระเงินการซื้อหน่วยลงทุนด้วยการหักเงินผ่านบัตรเครดิตได้

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน ทันสมัย อย่างสม่ำเสมอ รองลงมา การจัดรายการส่งเสริมการขาย โดยคิดค่าธรรมเนียมในอัตราพิเศษ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น เสนอสิทธิการเข้าร่วมสัมมนาเรื่องการลงทุนต่าง ๆ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน และ การร่วมออกร้านตามงานมหกรรมการเงินต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย

2.5 ด้านบุคคล ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ พนักงานมีความสุภาพ และเต็มใจให้ข้อมูลการใช้บริการ รองลงมา พนักงานดูแลลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จสิ้นกระบวนการ และ พนักงานให้คำแนะนำมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ

2.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลง่ายต่อการตัดสินใจ เช่น เปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์ หรือนำเสนอในรูปแบบกราฟ โครงสร้างของเมนูในเว็บไซต์มีลำดับขั้นตอนการทำรายการเหมาะสมและง่ายต่อการเข้าถึง และ เว็บไซต์มีความสวยงาม และทันสมัย

2.7 ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมากที่สุด คือ ระบบป้องกันความปลอดภัยและมีกระบวนการรักษาความลับที่ปลอดภัย รองลงมา ระบบปฏิบัติมีความรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ มีการแจ้งผลการทำธุรกรรมทุกครั้งโดยส่งข้อความผ่านทางอีเมล เพื่อเป็นการยืนยันการทำรายการ ขั้นตอนในการทำธุรกรรมการลงทุนทางออนไลน์ง่าย ไม่ซับซ้อน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ มีการแจ้งผลการทำธุรกรรมทุกครั้งโดยส่งข้อความทางโทรศัพท์ เพื่อเป็นการยืนยันการทำรายการ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า

3.1 แหล่งที่มาของเงินที่นำมาลงทุน คือ เงินเดือน, โบนัส ร้อยละ 92.50 รายได้จากการประกอบกิจการร้อยละ 14.30 ค่าคอมมิชชั่น ค่านายหน้า ร้อยละ 7.00 เงินจากการขายทรัพย์สิน เช่น บ้าน ที่ดิน ร้อยละ 4.30 และ อื่น ๆ ร้อยละ 3.50

3.2 วัตถุประสงค์ในการลงทุนกองทุนรวม เพื่อการออม ร้อยละ 88.30 รองลงมาเป็นการลงทุนเพื่อลดหย่อนภาษี ร้อยละ 57.80 เพื่อการวางแผนหลังเกษียณ ร้อยละ 30.80 เพื่อเก็งกำไร ร้อยละ 42.80 เพื่อหาช่องทางการลงทุนใหม่ ร้อยละ 30.50 เพื่อกระจายความเสี่ยง ร้อยละ 25.80 และ อื่น ๆ ร้อยละ 0.50

3.3 ประเภทกองทุนรวมที่สนใจนำเงินไปลงทุน คือ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ร้อยละ 59.80 รองลงมากองทุนรวมตราสารทุน ร้อยละ 54.50 กองทุนรวมตราสารหนี้ ร้อยละ 46.30 กองทุนรวม

ตลาดเงิน ร้อยละ 38.00 กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ร้อยละ 34.30 กองทุนรวมผสม ร้อยละ 27.80 กองทุนรวมที่ลงทุนในต่างประเทศ ร้อยละ 24.50 และ อื่น ๆ ร้อยละ 0.50

3.4 ระดับความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้ในการลงทุนกองทุนรวม อยู่ในระดับความเสี่ยงปานกลาง ร้อยละ 60.50 สามารถยอมรับความเสี่ยงได้ในระดับความเสี่ยงสูง ร้อยละ 25.30 และ สามารถยอมรับความเสี่ยงได้ในระดับความเสี่ยงต่ำ ร้อยละ 14.30

3.5 จำนวนเงินลงทุนเฉลี่ยที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านช่องทางออนไลน์ต่อครั้ง 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 37.80 เงินลงทุนน้อยกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 31.80 เงินลงทุนมากกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 9.80 เงินลงทุน 15,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 8.00 และเงินลงทุน 10,001 - 15,000 บาท ร้อยละ 7.30 เงินลงทุน 20,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 5.50

3.6 ความถี่ในการลงทุนในกองทุนรวมโดยเฉลี่ย 1 - 5 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 92.30 ลงทุน 6 - 10 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 7.00 ลงทุน 16 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน ร้อยละ 0.50 และลงทุน 11 - 15 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 0.30

3.7 ช่วงเวลาทำรายการซื้อ ขาย สับเปลี่ยน กองทุนรวมผ่านช่องทางออนไลน์ (กรณีการทำรายการล่วงหน้า) ช่วงเวลา 12.00 - 17.59 น. ร้อยละ 53.50 ทำรายการ ช่วงเวลา 18.01 - 23.59 น. ร้อยละ 26.80 ทำรายการ ช่วงเวลา 06.00 - 11.59 น. ร้อยละ 19.80 และทำรายการ เวลา 00.00 - 05.59 น. ร้อยละ 0

3.8 บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อกองทุนรวมผ่านช่องทางออนไลน์ คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 78.80 เพื่อน ร้อยละ 11.30 ครอบครัว ร้อยละ 6.30 พนักงานขาย ร้อยละ 2.50 และ อื่น ๆ ร้อยละ 1.30

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

4.1.1. ด้านแหล่งที่มาของเงินลงทุน พบว่า ปัจจัยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสิทธิภาพการลงทุนในกองทุนรวมที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ แตกต่างกัน โดยอาชีพมีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในขณะที่ ปัจจัยสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านแหล่งที่มาของเงินลงทุน

4.1.2. ด้านวัตถุประสงค์ของการลงทุน พบว่า ปัจจัยเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านวัตถุประสงค์ของการลงทุนแตกต่างกัน โดยรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยอายุ สถานภาพ และประสิทธิภาพการลงทุนในกองทุนรวม ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านวัตถุประสงค์ของการลงทุน

4.1.3. ด้านประเภทกองทุนรวมที่นำเงินไปลงทุน พบว่า ปัจจัยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสิทธิภาพลงทุนในกองทุนรวม ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านประเภทกองทุนรวมที่นำเงินไปลงทุนแตกต่างกัน โดยอาชีพ มีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.1.4. ด้านระดับความเสี่ยง พบว่า ปัจจัยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสิทธิภาพลงทุนในกองทุนรวม ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านระดับความเสี่ยงแตกต่างกัน โดยประสิทธิภาพลงทุนในกองทุนรวม มีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.1.5. ด้านจำนวนเงินลงทุน พบว่า ปัจจัยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสิทธิภาพลงทุนในกองทุนรวม ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านจำนวนเงินลงทุนแตกต่างกัน โดยรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4.1.6. ด้านความถี่ในการลงทุน พบว่า ปัจจัยระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสิทธิภาพลงทุนในกองทุนรวม ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านความถี่ แตกต่าง โดยอาชีพ มีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยเพศ อายุ และสถานภาพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านความถี่ในการลงทุน

4.1.7. ด้านช่วงเวลา พบว่า ปัจจัยสถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประสิทธิภาพลงทุนในกองทุนรวม ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านช่วงเวลา แตกต่างกัน โดยระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยเพศ อายุ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านช่วงเวลา

4.1.8. ด้านบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ พบว่า ปัจจัยอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสิทธิภาพลงทุนในกองทุนรวม ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ ด้านบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ แตกต่างกัน โดยรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยเพศ สถานภาพ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ด้านบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนกลุ่มออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.2.8 ด้านบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการภาพและการนำเสนอ ด้านกระบวนการ มีผลต่อกับพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม โดยด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์สูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะความคิดเห็นเพิ่มเติม ดังนี้

5.1 ผู้ลงทุนต้องการให้มีรายละเอียดกองทุนมากกว่านี้ในแต่ละกองทุน

5.2 ผู้ลงทุนต้องการคำแนะนำจากฝ่ายบริการลูกค้าหรือเจ้าหน้าที่การตลาดเมื่อจำเป็น

5.3 ควรมีแหล่งรวบรวมข้อมูลที่สะสมสถิติ และมีมุมมองเชิงวิเคราะห์ บอกเป็นเปอร์เซ็นต์ในเรื่องต่าง ๆ

5.4 ผู้ลงทุนต้องการให้เสนอวิธีการลงทุนแบบใหม่ ๆ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 50,000 บาท อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระศักดิ์ เหล่าศิริไพศาล (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้านักบริหารทรัพยากรจัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด ในกรุงเทพมหานครในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 50,000 บาท อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร วาริศรี (2555) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในประเทศไทย พบว่า นักลงทุนรายย่อยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจการลงทุนในกองทุนรวมในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ด้านกายภาพและการนำเสนอ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมบุญ คงสอน (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม LTF ของพนักงาน บมจ.ธนาคารเกียรตินาคิน สำนักงานใหญ่ พบว่าปัจจัยส่วนประสม

การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามมีความสำคัญระดับมากในทุกด้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ งามดี เลหาพิชิตชัย (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญต่อการซื้อมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิทธิเชษฐ วงษ์สวัสดิ์ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนใหม่ที่ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมากที่สุด คือ สามารถดูพอร์ตการลงทุน รายการความเคลื่อนไหวย้อนหลังได้ ตลอด 24 ชั่วโมง และมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ ข้อมูลกองทุนและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ครบในที่เดียว รองลงมา กองทุนมีความหลากหลายในการเลือกลงทุน ผลประกอบการกองทุนที่ผ่านมา และมีบริการหลังการทำการธุรกรรม เช่น เอกสารยืนยันหน่วยลงทุน Fund Book เป็นต้น

2.2 ด้านราคา ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ การคิดค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนในอัตราที่เหมาะสม รองลงมา ราคาหน่วยลงทุน (NAV) ของกองทุนมีความเหมาะสม การลดหย่อนค่าธรรมเนียมเมื่อทำการธุรกรรมทางออนไลน์ อัตราการเก็บค่าธรรมเนียมในการใช้บริการทางออนไลน์ และ เงินลงทุนขั้นต่ำในการทำธุรกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน อินทรสุก (2555) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ายในอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว พบว่า ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความเหมาะสมของการเรียกเก็บอัตราค่าธรรมเนียมในการบริหารกองทุน

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมากที่สุด คือ สามารถชำระเงินการซื้อหน่วยลงทุนด้วยการหักบัญชีธนาคารอัตโนมัติได้ และมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ มีช่องทางการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น Internet Banking, Mobile application เป็นต้น รองลงมา สามารถส่งคำสั่งซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง บริการธุรกรรมการลงทุนกองทุนรวมผ่านทางออนไลน์ที่สามารถรองรับการใช้งานทุกเว็บเบราว์เซอร์ และสามารถชำระเงินการซื้อหน่วยลงทุนด้วยการหักเงินผ่านบัตรเครดิตได้

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน ทันสมัย อย่างสม่ำเสมอ รองลงมา การจัดรายการส่งเสริมการขายโดยคิดค่าธรรมเนียมในอัตราพิเศษ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น เสนอสิทธิการเข้าร่วมสัมมนาเรื่องการลงทุนต่าง ๆ ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน และการร่วมออกร้านตามงานมหกรรมการเงินต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขาย

2.5 ด้านบุคคล ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ พนักงานมีความสุภาพ และเต็มใจให้ข้อมูลการใช้บริการ รองลงมา พนักงานดูแลลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ตั้งแต่เริ่มติดต่อจนเสร็จ

สิ้นกระบวนการ และ พนักงานให้คำแนะนำมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ ใจสม (2557) ได้ศึกษากระบวนการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเชียงใหม่ต่อการซื้อกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทย (มหาชน) จำกัด พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านบุคคล คือ พนักงานของธนาคารมีความเต็มใจและยินดีในการให้บริการ

2.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลง่ายต่อการตัดสินใจ เช่น เปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์ หรือนำเสนอในรูปแบบกราฟ โครงสร้างของเมนูในเว็บไซต์มีลำดับขั้นตอนการทำรายการเหมาะสมและง่ายต่อการเข้าถึง และ เว็บไซต์มีความสวยงาม และทันสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วราภรณ์ ยิ่งยวด (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกรรมการเงินทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความง่ายในการใช้บริการเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกใช้บริการดำเนินธุรกรรมการเงิน

2.7 ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมากที่สุด คือ ระบบป้องกันความปลอดภัยและมีกระบวนการรักษาความปลอดภัย รองลงมา ระบบปฏิบัติมีความรวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำ มีการแจ้งผลการทำธุรกรรมทุกครั้งโดยส่งข้อความผ่านทางอีเมล เพื่อเป็นการยืนยันการทำรายการ ขั้นตอนในการทำธุรกรรมการลงทุนทางออนไลน์ง่าย ไม่ซับซ้อน และมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ มีการแจ้งผลการทำธุรกรรมทุกครั้งโดยส่งข้อความผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อเป็นการยืนยันการทำรายการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศวิฑู ทิพย์ศ (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า พฤติกรรมการใช้ธุรกรรมทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ คือ การทำธุรกรรมของลูกค้าผ่านทางออนไลน์ได้รับการดำเนินการอย่างถูกต้องแม่นยำ ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยเมื่อทำธุรกรรมออนไลน์กับเว็บไซต์ของธนาคาร ลูกค้าสามารถเข้าถึงเว็บเพจของธนาคารได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม มีแหล่งที่มาของเงินที่นำมาลงทุน คือ เงินเดือน โบนัส วัตถุประสงค์ในการลงทุนกองทุนรวม เพื่อการออม ประเภทกองทุนรวมที่สนใจนำเงินไปลงทุน คือ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ระดับความเสี่ยงที่สามารถยอมรับได้ในการลงทุนกองทุนรวม อยู่ในระดับความเสี่ยงปานกลาง จำนวนเงินลงทุนเฉลี่ยที่ลงทุนในกองทุนรวมผ่านช่องทางออนไลน์ต่อครั้ง 5,001 - 10,000 บาท ความถี่ในการลงทุนในกองทุนรวมโดยเฉลี่ย 1 - 5 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาทำการซื้อขาย สับเปลี่ยน กองทุนรวมผ่านช่องทางออนไลน์ (กรณีการทำรายการล่วงหน้า) ช่วงเวลา 12.00 - 17.59 น. และบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อกองทุนรวมผ่านช่องทางออนไลน์ คือ ตัวผู้ลงทุนเอง ซึ่งไม่สอดคล้องกับ นันทรัตน์ สิงห์เดช (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด คือ พนักงานขาย

เอกสารอ้างอิง

- เกษวิฑู ทิพยศ. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อออนไลน์ กรณีศึกษา ธนาคาร ซีไอเอ็มบีไทย จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- งามดี เลหาพิชิตชัย. (2552). พฤติกรรมการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิระศักดิ์ เหล่าศิริไพศาล. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้านักบริหารจัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด ในกรุงเทพมหานครในการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิวิธ อินทร์บำรุง. (2553). ส่วนประสมทางการตลาดและทัศนคติของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้ง บมจ. ธนาคารกรุงไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนธร โลจจินดา. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำธุรกรรมในการซื้อขายออนไลน์ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตจังหวัดนครปฐม ด้วยเทคนิคการวัดพฤติกรรมเชิงเส้นแบบหลายกลุ่ม. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นันทรัตน์ สิงห์เดช. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนและความพึงพอใจของลูกค้า. ปริญญา นิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตยา ฐานิตธนกร และบุษราคัม คงจินดา. (2555). ความพึงพอใจในการซื้อหน่วยลงทุนของ บลจ. กสิกรไทย. วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดูแล GMTT Global Business and Economic Review, ปีที่25, ฉบับที่3 (มีนาคม), 141.
- ประภัสสร วาริศรี และ สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประสพชัย พูลนนท์. (2555). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ท็อป
- วราภรณ์ ยิ่งยวด. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกรรมการเงินทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วสิน อินทรสุก. (2555). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สมบุญ คงสอน. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม LTF ของพนักงาน บมจ.ธนาคารเกียรตินาคิน สำนักงานใหญ่. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมาคมบริษัทจัดการลงทุน. (2560). จำนวนกองทุนรวม. สืบค้นเมื่อ 6 มกราคม 2560, จาก http://oldweb.aimc.or.th/21_overview_detail.php?nid=11&subid=0&ntype=2.
- เสาวลักษณ์ ใจสม. (2557). กระบวนการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเชียงใหม่ต่อการซื้อกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงไทย (มหาชน) จำกัด. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อิทธิเชษฐ วงษ์สวัสดิ์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ตของนักลงทุนใหม่ที่ต้องการลงทุนในหลักทรัพย์. งานวิจัยเฉพาะเรื่องสาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.