

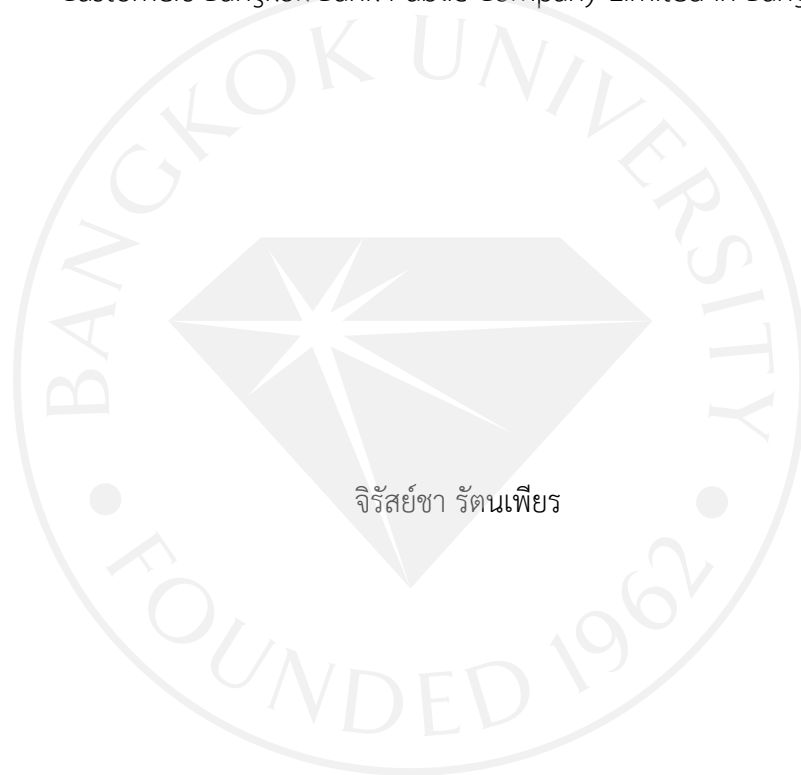
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว
(LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Investment Decision Making on Long Term Equity
Funds of Customers Bangkok Bank Public Company Limited in Bangkok.



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ
ลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting the Investment Decision Making on Long Term Equity Funds of
Customers Bangkok Bank Public Company Limited in Bangkok.



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2557



© 2558

จิรัชญา รัตนเพียร

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
ของลูกค้านับรวมจ. ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย จิรัชญา รัตนเพียร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.ชุติมาวดี ทองจีน)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.รวิพรรณ สุภาวรรณ)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรษา สิงห์สงบ)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ
รักษาการคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 สิงหาคม 2558

จิรัญญา รัตนเพียร. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สิงหาคม 2558, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ
ลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร (67 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ดร.ชุตินาถ ทองจีน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามาจากประชากรที่เป็นลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกจำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งตัวอย่างเป็น 8 กลุ่ม จำแนกตามรายชื่อเขต เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.947 และมีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-50,000 บาท ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) 5,000-20,000 บาท ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนคือพนักงานธนาคาร ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร, ส่วนประสมทางการตลาด, คุณภาพการให้บริการ, การตัดสินใจ, กองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

Rattanapian, J. M.B.A., August 2015, Graduated School, Bangkok University.

Factors Affecting the Investment Decision Making on Long Term Equity Funds of Customers Bangkok Bank Public Company Limited in Bangkok. (67 pp.)

Advisor: Chutimavadee Thongjeen, Ph.D.

ABSTRACT

This purpose of this study was to perception of information, attitude of investment, marketing mix and service quality affecting the investment decision making on long term equity funds of customers Bangkok Bank Public Company Limited in Bangkok.

Using a convenience sampling method. The samples were 400 people were divided into 8 groups by the district of Bangkok. The instruments used in the study were a questionnaire with the reliability of 0.947 and has checked the accuracy of the panel of experts. Statistics which used in this case study were Descriptive Statistics including percentage, and Standard Deviation Statistics which used in Statistical hypothesis testing is simple regression analysis.

The results have shown that the majority of respondents were female, in aged 31-40 years old, single, bachelor's degree, private company employees, the average income 20,001-50,000 THB/month, investment amount 5,000-20,000 THB/year, and the bankers are the ones who influence in investment decision. Opinion of the customers involves to perception factor, attitude of investment factor, marketing mix, and quality of service and investment decision long term equity funds has average in high level. The hypotheses testing results found that perception of information, attitude of investment, marketing mix and service quality affecting the investment decision making on long term equity funds of customers Bangkok Bank Public Company Limited in Bangkok. At the statistical significant level of 0.05.

Keywords: Perception factor, Marketing Mix, Quality of Service, Decision Making to Investment and Long Term Equity Funds

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเฉพาะบุคคลในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือเป็นอย่างดี
ยิ่งจาก ดร.ชุตินาถ ทองจีน อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาเฉพาะบุคคล ซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะ
แนวทางการศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็นประโยชน์
ในการวิจัยจนงานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน และสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่านอื่นๆ
ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัย
จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบงานวิจัย และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์
ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนกรุณาให้ความช่วยเหลือให้ข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นที่เป็น
ประโยชน์เพื่อให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบคุณทุกๆ ความเห็นของทุกท่านที่เสียสละเวลา
ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ทุกๆ ท่านได้สละเวลานั้นเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้
เป็นอย่างยิ่ง

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอกราบระลึกถึงพระคุณอันยิ่งใหญ่ของบิดา มารดา รวมทั้งครูบาอาจารย์ทุก
ท่านที่ได้คอยให้การช่วยเหลือ และช่วยอบรมสั่งสอนให้เป็นคนดีมีศีลธรรม รวมถึงประสิทธิ์ประสาท
วิชา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จิรัศย์ชา รัตนเพียร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามในการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา	5
1.5 กรอบแนวคิดของการวิจัย	6
1.6 สมมติฐานการวิจัย	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.8 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร	9
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติในการลงทุน	12
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	14
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	18
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน	19
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.4 การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล	34
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	39
4.2 ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	43
4.3 การทดสอบสมมติฐาน	49
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษา	52
5.2 การทดสอบสมมติฐานวิจัย	54
5.3 การอภิปรายผล	54
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	57
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	58
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	62
ประวัติผู้เขียน	67
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: ผลการดำเนินงานของกองทุน LTF	2
ตารางที่ 3.1: ค่าอัลฟ่าแสดงความเชื่อมั่น	32
ตารางที่ 3.2: การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลแต่ละตัวแปร	35
ตารางที่ 3.3: การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน	36
ตารางที่ 4.1: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเพศ	39
ตารางที่ 4.2: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอายุ	40
ตารางที่ 4.3: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามสถานภาพสมรส	40
ตารางที่ 4.4: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา	41
ตารางที่ 4.5: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอาชีพ	41
ตารางที่ 4.6: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายได้	42
ตารางที่ 4.7: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามจำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุน ประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ต่อปี	42
ตารางที่ 4.8: แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน	43
ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรับรู้ ข้อมูลข่าวสาร	43
ตารางที่ 4.10: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทัศนคติ ในการลงทุน	44
ตารางที่ 4.11: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาด	45
ตารางที่ 4.12: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพ การให้บริการ	47
ตารางที่ 4.13: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน	47
ตารางที่ 4.14: การศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติ ส่วนประสมทางการตลาด และ คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร	49
ตารางที่ 4.15: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	50

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวความคิด

หน้า

5



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรูปแบบการออมเงินของประชาชนได้พัฒนาจากอดีตไปมาก จากอดีตที่ออมเงินด้วยวิธีการฝากเงินในบัญชีธนาคารเป็นหลัก เพราะการเรียนรู้จากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่นว่าการฝากเงินในบัญชีธนาคารทำให้เงินต้นไม่หายและได้รับดอกเบี้ยตามที่ธนาคารกำหนด แต่หลังจากประเทศไทยผ่านวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งในปีพ.ศ.2540 ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากปรับตัวลงอยู่ในระดับต่ำเป็นเวลายาวนานถึงปัจจุบัน อีกทั้งอัตราเงินเฟ้อที่ทำให้ค่าของเงินออมลดลงจากการที่สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้นประชาชนจึงหันมาให้ความสนใจการออมเงินในรูปแบบอื่นๆที่สามารถสร้างผลตอบแทนดีกว่า โดยการนำเงินออมไปลงทุนในหุ้นหรือทองคำ เป็นต้น ซึ่งการลงทุนในหุ้นหรือทองคำนั้นมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่สูง สถาบันการเงินจึงได้เสนอช่องทางการลงทุนต่างๆ โดยสามารถสร้างผลตอบแทนที่ดีกว่าและมีความเสี่ยงอยู่ในระดับต่ำ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น กองทุนรวมประเภทต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือในการลงทุนสำหรับผู้ลงทุนรายย่อย ที่ประสงค์ลงทุนในตลาดทุน แต่มีเงินทุนจำนวนจำกัดไม่สามารถกระจายการลงทุนในหลักทรัพย์ประเภทต่างๆได้มากพอ ไม่มีประสบการณ์ ขาดความรู้และความชำนาญในการลงทุน การลงทุนผ่านกองทุนรวมที่บริหารกองทุนโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ที่เป็นมืออาชีพจึงเป็นเครื่องมือการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้กรอบความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนรับได้

ดังนั้นการลงทุนในกองทุนรวมจึงเป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มความมั่งคั่งของผู้ลงทุนรายย่อย เนื่องจากกองทุนรวมลงทุนได้ด้วยเงินเพียงหลักพันบาท สามารถเลือกลงทุนได้ตามระดับความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนรับได้ ซึ่งระดับความเสี่ยงจะสอดคล้องกับผลตอบแทนที่จะได้รับ ซึ่งลักษณะของกองทุนรวมคือ เป็นการรวบรวมเงินลงทุนจากนักลงทุนทั่วไป คนละเล็กคนละน้อย เพื่อรวมเป็นเงินก้อนขนาดใหญ่ แล้วนำเงินที่รวบรวมนั้นไปลงทุนตามที่ได้ตกลงกับนักลงทุน กองทุนที่รวบรวมเงินที่ได้นี้จะได้รับการบริหารจัดการจากบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนซึ่งมีหน้าที่ลงทุนแทนนักลงทุนหรือผู้ถือหน่วยลงทุน และมีการจัดตั้งผู้ดูแลผลประโยชน์เพิ่มขึ้นมาอีกซึ่งกฎหมายจะกำหนดเอาไว้ เพื่อคอยดูแลเงินกองทุนนั้นแทนนักลงทุนที่นำเงินมาลงทุนโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยออกกองทุนมา 2 ประเภทคือ กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพและกองทุนรวมหุ้นระยะยาว เพื่อส่งเสริมการออมเงินในระยะยาวและเป็นการวางแผนการออมเงินเพื่อใช้จ่ายยามเกษียณ และสามารถนำไปลดหย่อนภาษีประจำปีได้

1. กองทุนสำรองเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF: Retirement Mutual Fund) เป็นกองทุนที่รัฐบาลสนับสนุนให้มีการออมระยะยาว โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อจูงใจให้ออมเงินไว้ใช้ในวัย

เกษียณกองทุนจะนำเงินไปลงทุนในตราสารหนี้หรือหุ้นตามนโยบายของแต่ละกองทุน ผู้ลงทุนต้องลงทุนต่อเนื่องจนอายุครบ 55 ปีบริบูรณ์

2. กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF: Long Term Equity Fund) เป็นกองทุนที่รัฐบาลสนับสนุนเพื่อสร้างความเสถียรตลาดหุ้นไทยในระยะยาว โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อจูงใจให้ลงทุนระยะยาวในตลาดหุ้น กองทุนจะนำเงินไปลงทุนในตลาดหุ้นโดยจะลงในหุ้นไม่ต่ำกว่า 65%

แต่ในปัจจุบันนักลงทุนทั่วไปส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มากกว่าเมื่อเทียบกับการลงทุนในกองทุนเพื่อการเลี้ยงชีพ(RMF) ณ สิ้นเดือน พ.ย. 2557 ทั้งอุตสาหกรรมมีกองทุนรวม 1,572 กองทุน มีจำนวนบัญชีผู้ลงทุน 4,039,928 บัญชี เพิ่มขึ้นจากสิ้นปี 2556 ประมาณ 6.02% รวมมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ ณ วันที่ 28 พ.ย.2557 เป็น 3.84 ล้านล้านบาทโดยเป็นกองทุนรวมLTF มูลค่ารวม 256,494 ล้านบาทและกองทุนรวมRMF มูลค่ารวม 159,869 ล้านบาท (<http://www.set.or.th>) โดยแต่ละบริษัทมีเงื่อนไขการลงทุนและสิทธิประโยชน์ทางภาษีเหมือนกัน แต่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการบริการ ราคา การส่งเสริมการขาย ช่องทางการให้บริการ

ทัศนคติของผู้ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาวก็เป็นส่วนสำคัญ เนื่องจากผู้ลงทุนมีความรู้ ความเข้าใจ และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งการสร้างความรู้เข้าใจเพื่อให้ผู้ลงทุนมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวจึงส่งผลต่อทัศนคติในการลงทุน

ตารางที่ 1.1: ผลการดำเนินงานของกองทุน LTF

ผลการดำเนินงานกองทุน LTF		ณ 25 กรกฎาคม 2557 (%)						
กองทุน	3 เดือน	6 เดือน	1 ปี	3 ปี	5 ปี	ตั้งแต่ต้นปี	ตั้งแต่เริ่มตั้งกองทุน	SET INDEX ตั้งแต่เริ่มตั้งกองทุน
B-LTF	11.38	22.51	12.06	78.81	219.87	18.63	276.39	146.71
BLTF75	9.55	18.55	10.75	58.24	158.92	15.45	165.64	113.13
SET INDEX	9.64	21.15	4.55	36.20	147.41	18.88		

หมายเหตุ : กองทุน B-LTF จัดตั้งเมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2547

กองทุน BLTF75 จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2550

ที่มา: เสกสรร ไตรวิวัฒน์ และวรวรรณ ธาราภูมิ. (2557). *Money Tips : ทำไมกองทุน LTF ของ บลจ.บัวหลวง จึงมีนโยบาย ไม่จ่ายเงินปันผล*. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000098182>.

นโยบายการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF

นโยบายการลงทุนของกองทุน LTF คือ เน้นลงทุนในหุ้นสามัญที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ ไม่น้อยกว่า 65% ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุน โดยกองทุน LTF แต่ละกองอาจมีรายละเอียดที่ แตกต่างกัน เช่น บางกองอาจเน้นลงทุนในหุ้นกลุ่ม SET50 หุ้นตามกลุ่มอุตสาหกรรม หรือลงทุนในหุ้นตามที่บริษัทจัดการเห็นควรก็ได้ ขึ้นอยู่กับรายละเอียดนโยบายการลงทุนของ LTF กองนั้นๆ โดยอาจมีการจ่ายเงินปันผลหรือไม่มีการจ่ายเงินปันผลคืนให้แก่ผู้ถือหน่วยลงทุนก็ได้สำหรับกรณีที่มีการจ่ายเงินปันผล ผู้ถือหน่วยลงทุนที่ได้รับเงินปันผลจะมีภาระภาษีที่ต้องจ่าย โดยสามารถเลือกหักภาษี ณ ที่จ่ายในอัตรา 10% หรือจะเลือกไม่หัก ณ ที่จ่ายในอัตรา 10% หรือจะเลือกไม่หัก ณ ที่จ่าย แต่นำเงินปันผลที่ได้รับนั้นมารวมคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้ประจำปีทีเดียวเลยก็ได้

เงื่อนไขการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว LTF (ธนาคารกรุงเทพ, 2558)

- 1) เงินลงทุนใน LTF ต้องมาจากการประกอบอาชีพและเป็นเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40 แห่งประมวลรัษฎากร
- 2) เงินลงทุนสูงสุดไม่เกิน 15% ของเงินได้และไม่เกิน 500,000 บาทต่อปี
- 3) ไม่กำหนดเงินลงทุนขั้นต่ำ
- 4) ไม่จำเป็นต้องลงทุนทุกปี เมื่อซื้อหน่วยลงทุนของ LTF ในปีใดแล้วก็สามารถหักลดหย่อนภาษีได้ทันทีในปีนั้น
- 5) ต้องถือหน่วยลงทุนไว้ไม่น้อยกว่า 5 ปีปฏิทินโดยเริ่มนับจากปีที่มีการลงทุนเป็นครั้งแรก
- 6) LTF ถูกกำหนดให้รับซื้อหน่วยลงทุนได้ไม่เกินปีละ 2 ครั้งแตกต่างจาก RMF ที่ไม่มีข้อจำกัดเรื่องการรับซื้อคืนหน่วยลงทุน

ข้อดีของ LTF (ธนาคารกรุงเทพ, 2558)

- 1) ลงทุนแล้วเสียภาษีน้อยลง(ประหยัดภาษี) เพราะสามารถนำเงินที่ลงทุนใน แต่ละปีไปหักเป็นค่าลดหย่อนภาษีได้ตามที่จ่ายจริง สูงสุดไม่เกิน 15% ของเงินได้ในปีภาษีนั้น แต่ต้องไม่เกิน 500,000 บาท
- 2) กำไรจากการขายหน่วยลงทุน ไม่เสียภาษี เมื่อลงทุนตามเงื่อนไข
- 3) รายได้สูง ฐานภาษีสูง ยิ่งประหยัดภาษีมาก / ลงทุนมาก ยิ่งประหยัดภาษีมาก
- 4) ไม่จำเป็นต้องลงทุนทุกปี ลงทุนปีไหนประหยัดภาษีปีนั้น
- 5) ไม่จำเป็นต้องลงทุนเท่ากันในแต่ละปี มีมากลงทุนมาก มีน้อยลงทุนน้อย ไม่มีไม่ต้องลงทุน
- 6) โอกาสได้รับผลตอบแทนสูงในระยะยาวจากการเพิ่มขึ้นของราคาหุ้น

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานครซึ่งบมจ.ธนาคารกรุงเทพ เน้นความสำคัญของการลงทุนในระยะยาว (3-5 ปีขึ้นไป เป็นอย่างต่ำ) เพื่อผลตอบแทนที่เป็นกอบเป็นกำ มากกว่ามุ่งซื้อขายเพื่อทำกำไรในช่วงสั้นๆ มีความโดดเด่นในเรื่องการเลือกหุ้นที่มีพื้นฐานดี แบบรายตัวหรือ Bottom Up Stock Picking Approach และมีการบริหารแบบเป็นทีม (Team Approach) โดยทีมผู้จัดการกองทุนและกลุ่มนักวิเคราะห์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในแต่ละกลุ่ม และได้รางวัล Morningstar Awards 2015 ประเภทบริษัทจัดการกองทุนยอดเยี่ยมประเภทการลงทุนหุ้นภายในประเทศ (Domestic Equity)จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยตั้งใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร

1.2 คำถามในการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานครคืออะไร
2. 1. ลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานครมีความเห็นต่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อยู่ในระดับใด

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานครมีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาทัศนคติในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร
- 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร
- 4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายกย.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานครโดยกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ายกย.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานครโดยทำการสอบถามข้อมูลทั้งเพศชายและเพศหญิงซึ่งจะทำการออกแบบสอบถามแจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุดเป็นการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งจำแนกเป็นเขตจำนวน 8 เขต ได้แก่ พระนคร สีลม จตุจักร คลองเตย พญาไท ราชเทวี ราชบุรีบูรณะ ลาดพร้าว โดยกระจายแบบสอบถามไปยังสาขาต่างๆของค้ายกย.ธนาคารกรุงเทพ

2. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

2.1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

2.2 ทักษะคิดในการลงทุน

2.3 ส่วนประสมทางการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

2.4 คุณภาพการบริการ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

3. ระยะเวลาในศึกษา เริ่มตั้งแต่ กุมภาพันธ์ 2558 ถึง สิงหาคม 2558

4. สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ ยกย.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร

5. สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการ

ถดถอยอย่างง่าย

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวความคิด



1.6 สมมติฐานของการศึกษาวิจัย

สมมติฐานที่1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่2 ทักษะคติในการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่3 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่4 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) เพื่อทราบถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงการให้ข้อมูลข่าวสารกับลูกค้า

2) เพื่อทราบถึงทักษะคติในการลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงในการสร้างความรู้ความเข้าใจและทักษะคติที่ดีของลูกค้าที่มีต่อบมจ.ธนาคารกรุงเทพ

3) เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด

4) เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปใช้ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของบมจ.ธนาคารกรุงเทพ

5) สามารถนำผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปฏิรูปคุณภาพการให้บริการในธุรกิจบริการด้านอื่นๆได้

1.8 นิยามคำศัพท์

กองทุนรวม (Mutual Fund) หมายถึง การระดมเงินจากนักลงทุน มารวมกันเป็นก้อนใหญ่ แล้วจดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ จากนั้นบริษัทจัดการจะบริหารกองทุนตามนโยบายการลงทุนที่กำหนดไว้ จึงเป็นเครื่องมือในการลงทุนที่มีประสิทธิภาพเสนอความเป็นมืออาชีพในการจัดการลงทุนอย่างเป็นระบบ

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) หมายถึง กองทุนรวมที่เน้นลงทุนในหุ้น โดยทางการสนับสนุนให้จัดตั้งขึ้นเพื่อเพิ่มสัดส่วนผู้ลงทุนสถาบันที่จะลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การเพิ่มผู้ลงทุนสถาบันดังกล่าวจะช่วยให้ตลาดหุ้นไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ที่เป็นบุคคลธรรมดาจะได้รับการยกเว้นภาษีไม่เกิน 15% ของรายได้ หรือไม่เกิน 500,000 บาท เพื่อเป็นแรงจูงใจในการลงทุน

กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) หมายถึง กองทุนรวมที่มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริม การออม และการลงทุนของบุคคล เพื่อการใช้จ่ายยามเกษียณอายุที่มีคุณภาพ ผู้ลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี โดยการยกเว้นภาษีไม่เกิน 15% ของรายได้ หรือไม่เกิน 500,000 บาท โดยต้องถือหน่วยลงทุนอย่างต่ำ 5 ปี หรือจนถึงอายุ 55 ปีบริบูรณ์ ทั้งนี้ ให้นำเงินลงทุนในกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ผู้ลงทุนจะได้รับประโยชน์จากการประหยัดภาษีเงินได้ทันที ตั้งแต่ปีแรกที่เริ่มลงทุน

เงื่อนไขการลงทุนหมายถึงระยะเวลาการถือครองหน่วยลงทุนและสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่นักลงทุนได้รับเมื่อลงทุนในกองทุนหุ้นระยะยาว (LTF)

นักลงทุน หมายถึง ประชาชนวัยทำงาน ซึ่งมีรายได้อยู่ในเกณฑ์ที่เสียภาษีเงินได้ส่วนบุคคล และเป็นลูกค้าของบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน หมายถึง บริษัทจัดการซึ่งต้องเป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตจัดการการลงทุนจากกระทรวงการคลัง เป็นผู้กำหนดโครงการกองทุนรวม นโยบายการลงทุน และวัตถุประสงค์ในการลงทุน

ความเสี่ยงในการลงทุน หมายถึง การที่ผู้ลงทุนได้รับผลตอบแทนจริงจากการลงทุน เบี่ยงเบนไปจากผลตอบแทนที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับเมื่อแรกเริ่มลงทุน ไม่ว่าจะผลตอบแทนที่ได้รับจริงจะมากกว่าหรือน้อยกว่าที่คาดหวังถือว่าเป็นความเสี่ยงทั้งสิ้น

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมระยะยาว (LTF) และการเข้าใจถึงเงื่อนไขในการลงทุน

ทัศนคติในการลงทุน หมายถึง ตัวตัดสินพฤติกรรมเป็นความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบเป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อ การตอบสนองของบุคคลนั้นๆ ต่อบุคคลอื่นๆ ต่อวัตถุ หรือต่อสถานการณ์โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์ (Gibson, 2000, p.102)

ส่วนประสมทางการตลาดหมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จำหน่าย และการส่งเสริมการขาย (Kotler, 1997, p. 98)

คุณภาพการบริการ หมายถึงระดับของการให้บริการซึ่งไม่มีตัวตนที่นำเสนอให้กับลูกค้าที่คาดหวังซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการ (Etzel, Walker & Stanton, 2001 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546, หน้า 437)

การตัดสินใจในการลงทุนหมายถึงการกำหนดทิศทางการตัดสินใจซึ่งเกิดจากความรู้สึกที่มีต่อการลงทุนเมื่อได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับกองทุนเพียงพอ (วิภา คิตเมตตากุล, 2549)

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งมีความเป็นมาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ต่าง ๆ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติในการลงทุน
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

Klapper (1960 อ้างใน กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย, 2550, หน้า 17 - 19) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ผู้รับข่าวสารจะมีการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ตามความรู้สึคนึกคิด และแรงจูงใจที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือการเปิดรับอย่างเลือกสรร (Selective Exposure) ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความสนใจเดิมที่มีอยู่ และพยายามที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นของตน เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้หรือทัศนคติที่มีอยู่จะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจ จึงเป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารที่จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน โดยทักษะและความชำนาญในการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป เช่น บางคนชอบฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจหรือการให้ความสนใจอย่างเลือกสรร (Selective Attention) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา ผู้เปิดรับข่าวสารจะเลือกรับข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งโดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจหรือที่เรียกว่าความ

ไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) และผู้รับข่าวสารอาจจะบิดเบือนข่าวสารให้เป็นไปตามที่ตนเองพอใจ เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความสนใจของตนเอง

3. การเลือกรับรู้และตีความหมายหรือการรับรู้ (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อความต้องการความคาดหวังแรงจูงใจสภาวะทางร่างกายหรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ดังนั้นผู้รับข่าวสารอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคล ทัศนคติของตน จึงทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปและมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของผู้รับข่าวสารด้วย

4. การเลือกจดจำหรือการจดจำอย่างเลือกสรร (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ความชอบและค่านิยมของตนเอง ผู้รับข่าวสารมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิดทัศนคติ ค่านิยมหรือความเชื่อที่มีอยู่ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ทอดด์ ฮันท์และเบรนท์ ดี รูเบน (Hunt & Ruben, 1993, p.65 อ้างในประม ๗๖๖, ๒๕๔๑, หน้า 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ ทั้งความต้องการทางกายและความต้องการทางใจ โดยความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำเป็นตัวกำหนดการเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของ เพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ต้องการ เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ เป็นต้น

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติคือความชอบและการมีใจโน้มเอียงต่อเรื่องต่างๆ ค่านิยมคือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร การให้ความสนใจ การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องการประกอบอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร การให้ความสนใจ การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป เช่น ความสามารถด้านภาษา จะมีอิทธิพลต่อบุคคลนั้นๆในการที่จะเลือกรับข่าวสาร และเลือกตีความหมาย

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) โดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจ พยายามเข้าใจและจดจำ ข้อมูลข่าวสารเฉพาะที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารนั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท เช่น บางคนชอบอ่าน หนังสือพิมพ์ บางคนชอบดูโทรทัศน์ หรือบางคนชอบฟังวิทยุ เป็นต้น

7. สถานะ (Context) ในที่นี้หมายถึงบุคคลอื่น เวลา และสถานที่ที่อยู่ในสถานการณ์การ สื่อสาร สิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การที่มีคนอื่นอยู่ด้วยจะมีอิทธิพลโดยตรง ต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร การให้ความสนใจ การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำข่าวสาร การ ที่ถูกจับตามองว่าเราจะคิดอย่างไร เราคิดว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่า เราอยู่ในสถานการณ์อะไรล้วนมีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผู้รับข่าวสารแต่ละคนมีการพัฒนานิสัย การรับข่าวสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารที่มีอยู่ ผู้รับข่าวสารจะพัฒนา ความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงให้สนใจในเรื่องใดเรื่อง หนึ่ง มีการตีความหมายและเลือกจดจำในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531, หน้า 23-26) ให้ความเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับ ข่าวสารที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าแต่ละคนมีความแตกต่าง เฉพาะตัวในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะ การอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน จะส่งผลกระทบต่อระดับ สติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้และการจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มเพื่อน กลุ่ม สังคมที่ตนสังกัด (Reference Group) ทำให้การตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ จึงมักจะ คล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะเหล่านี้ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับข่าวสาร รวมถึงการ ตอบสนองต่อข่าวสารที่คล้ายคลึงกันด้วย

สรุปการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หมายถึง กระบวนการเปิดรับความรู้และข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยแต่ละบุคคลมีความต้องการ ทักษะคิด ค่านิยม เป้าหมาย ความสามารถ ประสบการณ์ และลีลา การสื่อสารที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับรู้ข้อมูลข่าวสารมีการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามปัจจัย ต่างๆ คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม และปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติในการลงทุน

โรเจอร์ (Roger, 1978, pp. 208 – 209 อ้างใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 122) ให้ความเห็นว่า ทัศนคติเป็นตัวชี้วัดว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นอาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการประเมินว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับข่าวสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

ทัศนคติคือความรู้สึกและการประพฤติในแนวทางใดแนวทางหนึ่งโดยเฉพาะต่อวัตถุบางอย่าง อยู่เสมอทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อวัตถุบางอย่างจะมีทั้งความรู้สึกและความเชื่อถ้าหากคนๆ หนึ่งมีทัศนคติที่ไม่ดีแล้วย่อมแสดงให้เห็นโดยนัยว่าจะมีความรู้สึกและความเชื่อในทางลบ (สมยศ นาวิการ, 2521, หน้า 78)

(ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 144-146) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นความคิดเห็นที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกริยาตอบสนองต่อสถานการณ์ภายนอกซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่แสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ (Beliefs) ที่บุคคลมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการผสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูลความรู้และผลกระทบต่อ การรับรู้นี้จะกำหนดความเชื่อถือซึ่งหมายถึงสภาพด้านจิตใจที่สะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของบุคคลที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวก (Positive) หรือด้านลบ (Negative) ซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบต่อจิตใจวิธีปฏิบัติที่ใช้วัดการประเมินผลอาศัยเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจดีหรือไม่ดีเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมปฏิบัติหรือปฏิกริยาของบุคคลด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง

ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. ทัศนคติเชิงบวกหรือทัศนคติที่ดีเป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความรู้สึก อารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านตรงต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งรวมทั้งหน่วยงาน องค์การสถาบันการดำเนินงานขององค์การและอื่นๆ

2. ทัศนคติเชิงลบหรือทัศนคติที่ไม่ดีคือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางลบที่ไม่ได้ รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจอาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยรวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคล หนึ่งหรือเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือหน่วยงานองค์การสถาบันการดำเนินงานขององค์การ และอื่นๆ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคล หน่วยงานสถาบันองค์การและอื่นๆโดยสิ้นเชิง

การศึกษาเรื่องทัศนคติของบุคคลมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจในสถานการณ์ต่างๆใน องค์การความรู้สึกและแนวความคิดส่วนบุคคลแต่ละคนในการตอบสนองต่อองค์การทั้งในด้านบวก และด้านลบล้วนแต่สะท้อนทัศนคติของแต่ละคนออกมาแตกต่างกันทัศนคติของบุคคลประกอบด้วย องค์ประกอบ 3 ประการคือ (เนตร์พัฒนา ยาวีราช, 2546, หน้า 230 อ้างใน Heinz & Harold, 1993, p. 143)

1. การรู้และเข้าใจ (Cognitive) หมายถึงการรู้ในเรื่องต่างๆความเชื่อในเรื่องต่างๆของบุคคล เช่นมีการรู้เกี่ยวกับวิธีการทำงานประสบการณ์การทำงานรู้ปัญหา

2. เข้าใจปัญหาความรู้สึก (Affective) หมายถึงความรู้สึกทางบวกหรือทางลบในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจผู้บริหารหรือความรู้สึกพอใจเพื่อนร่วมงาน

3. พฤติกรรม (Behavior) หมายถึงความตั้งใจความปรารถนาที่จะแสดงออกในวิถีทาง ของแต่ละคนในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องเช่นพฤติกรรมในการทำงาน

สรุปทัศนคติในการลงทุน หมายถึง ตัดตัดสินพฤติกรรมเป็นความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ ที่ เป็นผลมาจากสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมที่มีต่อ บุคคล วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม และสถานการณ์ต่างๆไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ องค์ประกอบด้านความเข้าใจ องค์ประกอบด้านความรู้สึก และ องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 17) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์กร

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, หน้า 34) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่าหมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคาการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, หน้า 53-55) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายที่ประกอบด้วยสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัส (Etzel, Walker & Stanton, 2001, p. 9) ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีประโยชน์ (Utility) และมีคุณค่า (Value) สำหรับลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆสามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์คำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและมีความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า เป็นต้น

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงความแตกต่างและมีคุณค่าในสายตาของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความใหม่และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอยู่เสมอ (New and Improved) โดยต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ขายมีความทันสมัยอยู่เสมอและสามารถทำกำไรให้ธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง จึงต้องคำนึงถึงส่วนประสมผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ (Etzel, Walker & Stanton, 2001, p. 7) ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) เป็นการพิจารณายอมรับคุณค่าผลิตภัณฑ์ โดยในสายตาของลูกค้าคุณค่าของผลิตภัณฑ์ต้องสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน การเป็นผู้นำในด้านราคา

2.4 ปัจจัยอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้าทางกายภาพหรือทางกรรมสิทธิ์จากผู้ผลิตไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้า คงคลังการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์หรือเป็นการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางธุรกิจหรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (Direct Channel) เป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยไม่มีคนกลาง หรือใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม (Indirect Channel) เป็นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมโดยผ่านคนกลาง ซึ่งจะสามารถกระจายสินค้าได้อย่างกว้างขวาง

3.2 การกระจายตัวสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical Distribution หรือ Market Logistics) หมายถึง การเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Armstrong & Kotler, 2003, p. 5) หรือหมายถึงการขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้าภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น การกระจายตัวสินค้านี้มี 5 ระบบที่สำคัญ คือ

3.2.1 ท่าเลที่ตั้งคลังสินค้าและการคลังสินค้า

3.2.2 การจัดการวัสดุ

3.2.3 การควบคุมสินค้าคงเหลือ

3.2.4 การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ

3.3.5 การขนส่ง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายและกลุ่มลูกค้า เป้าหมายโดยผ่านช่องทางการสื่อสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิด หรือต่อบุคคลโดยใช้เพื่อให้มีอิทธิพลจูงใจ (Persuade) เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมการซื้อ (Etzel, Walker & Stanton, 2001, p. 10) การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ อาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้ เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสม โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, หน้า 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซน์ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการ (ณัฐ อธิรณไพบุลย์, 2554) หรือแม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns) (ซีววรรณ เจริญสุข, 2547)

2. ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) (ณัฐ อธิรณไพบุลย์, 2554) หรือมูลค่าของสินค้าและบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดยุทธศาสตร์ราคา สินค้าและบริการประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms) (ซีววรรณ เจริญสุข, 2547)

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภครีหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร (ณัฐ อธิรณไพบูลย์, 2554) หรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์แน่นอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ (เชิวรรณ เจริญสุข, 2547) หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อการกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรตสินค้า (ภูตินันท์ อติพิทยางกูร, 2555) หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น (ชานนท์ รุ่งเรือง, 2555)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย และการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ตีน่าประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง (ณัฐ อธิรณไพบูลย์, 2554) หรือเป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย (ชานนท์ รุ่งเรือง, 2555) หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมการซื้อ (เชิวรรณ เจริญสุข, 2547)

สรุปส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้วิเคราะห์และวางแผนในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

2.4 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 อ้างในจิตติภา วิระเศรษฐ์, 2551, หน้า 8) ให้ความหมายว่าการบริการ คือ กระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนจากธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจ โดยสามารถพิจารณาความสำคัญของค่าต่างๆ ได้ดังนี้

1. กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ (Delivery Activity) หมายถึง การดำเนินการหรือการกระทำใดๆ ของธุรกิจให้บริการอันเป็นผลให้ผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการ
2. สินค้าไม่มีตัวตน (Intangible Goods) หมายถึง การบริการ ซึ่งเกิดจากกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบ
3. ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการตอบสนองความต้องการจากการรับบริการ

Hans, Piet & Wouter (1999 อ้างใน ผุดผ่อง ตรีบุบผา, 2547) ได้ให้ความคิดเห็นว่า สิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้นั้นเป็นสิ่งเฉพาะตัวของการบริการ เป็นสิ่งที่สูญสลายได้รวดเร็ว ไม่สามารถกักตุนได้และไม่สามารถครอบครองการบริการได้ เป้าหมายของการบริการก็คือการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

Cordupleski, Rust & Zahorik (1993) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นส่วนขยายของบริการ กระบวนการบริการ และองค์กรที่ให้บริการ ที่สามารถตอบสนองหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในความคาดหวังของบุคคลแนวคิดพื้นฐานที่มองคุณภาพการให้บริการผ่านกรอบการมองด้านความพึงพอใจต่อการให้บริการนี้

Gronroos (1990) ได้ให้ความเห็นว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะจับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายนปัญหาของลูกค้า

สรุปคุณภาพการให้บริการ หมายถึง การวัดความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อได้ใช้สินค้าหรือรับบริการ โดยสินค้าหรือบริการจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในการคาดหวังของแต่ละบุคคล ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจและคุณภาพที่ลูกค้ารับรู้

2.5 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการตัดสินใจ

สมพงษ์ เกษมสิน (2517) กล่าวว่า การตัดสินใจคือการเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลายทางเป็นแนวทางไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้

Friedman's Consumption Function (1994, p. 9) นิยามความหมายของการตัดสินใจคือความสามารถในการทำงานหรือการบริหารงาน นอกจากบุคคลจะต้องมีความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัติแล้วสิ่งสำคัญประการหนึ่งของผู้ปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหัวหน้างานหรือผู้บริหารก็คือ การตัดสินใจ (Decision Making) การตัดสินใจเปรียบเสมือนหัวใจของการปฏิบัติงานและบริหารงาน ทั้งนี้เพราะการตัดสินใจจะมีอยู่ในแทบทุกขั้นตอนและทุกกระบวนการของการทำงาน แม้แต่บุคคลทั่วไปก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงเรื่องการตัดสินใจได้ นับตั้งแต่บุคคลตื่นขึ้นมาก็จะมีการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการเลือกชุดที่จะใส่ เวลาที่จะออกจากบ้าน เส้นทางที่จะใช้เดินทาง เป็นต้น แต่ดูเหมือนว่าการตัดสินใจในเรื่องทั่ว ๆ ไปเหล่านี้เป็นเรื่องที่ไม่ต้องพิจารณาอะไรมากมายนัก แม้ตัดสินใจแล้วผิดพลาดก็สามารถแก้ไขได้ไม่ยาก แต่ถ้าเรื่องที่ตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องใหญ่ ซึ่งหมายถึง เรื่องที่หากตัดสินใจแล้วผิดพลาดจะเกิดความเสียหายมากหรือแก้ไขได้ยาก การตัดสินใจในเรื่องใหญ่ ๆ เหล่านี้ควรต้องพิจารณาให้รอบคอบก่อนที่จะตัดสินใจลงไป ทั้งนี้การตัดสินใจในบางเรื่องของบุคคลอาจหมายถึงชีวิตหรืออนาคตของบุคคลนั้น ทำนองเดียวกันกับการตัดสินใจในบางเรื่องของผู้บริหารอาจหมายถึงความอยู่รอดหรือไม่ของกลุ่ม ของหน่วยงาน หรือขององค์การ เป็นต้น

ถวัลย์ วรเทพพิพิงษ์ (2530) กล่าวว่า การตัดสินใจหมายถึงกระบวนการเลือกหนทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการโดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการการตัดสินใจมีองค์ประกอบได้แก่

1) การตัดสินใจต้องมีทางเลือกและทางเลือกที่จะกระทำกรอย่างใดอย่างหนึ่งได้นั้นต้องมีมากกว่าหนึ่งทางเลือกจึงต้องทำการตัดสินใจ

2) การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างที่ต้องการบรรลุและเราเองยังไม่แน่ใจว่าหนทางเลือกต่างๆที่จะทำได้นั้นทางเลือกใดที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีกว่ากัน

3) การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการการใช้ความคิดหรือใช้หลักเหตุผลเป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกหลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินทางเลือกที่สำคัญคือความสามารถของทางเลือกในการสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

วุฒิชัย จำนงค์ (2525) ได้แบ่งขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ

1. การกำหนดปัญหา (Problem Identification) เป็นการสร้างความเข้าใจโดยการค้นหาทำความเข้าใจกับตัวปัญหาที่แท้จริงที่สำคัญการตัดสินใจนั้นขึ้นอยู่กับที่การกำหนดตัวปัญหาที่แท้จริงออกมาให้ได้

2. การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น (Information Search) เป็นการแสวงหาสิ่งที่เป็นสาเหตุหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดตัวปัญหานั้นๆ การหาข่าวสารควรเป็นไปตามแนวคิดที่ว่าข่าวสารที่หามา นั้นจำเป็นจะต้องมีความเกี่ยวข้องและจำเป็นกับตัวปัญหาตลอดจนมีความเพียงพอในการแก้ปัญหา นั้น

3. การประเมินข่าวสาร (Evaluation of Information) เพื่อความถูกต้องเหมาะสมเพียงพอ และสามารถนำไปวิเคราะห์ปัญหาได้ซึ่งจะมีการแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมหลังจากการประเมินค่า ข่าวสารแล้วว่าไม่เพียงพอ

4. การกำหนดทางเลือก (Listing of Alternative) เป็นความพยายามที่จะครอบคลุมวิธีการแก้ปัญหาในหลายๆวิธีการทางเลือกทุกทางอาจจะช่วยแก้ปัญหาแต่อาจมีความสำคัญหรือความจำเป็น ในหลายๆระดับด้วยกันและสิ่งที่จำเป็นคือการกำหนดทางเลือกโดยการสรุปเพื่อในขั้นตอนการเลือก ทางเลือกต่อไป

5. การเลือกทางเลือก (Selection of Alternative) ในขั้นนี้เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็น การตัดสินใจที่แท้จริงโดยความจริงแล้วขั้นนี้เป็นเพียงขั้นหนึ่งของขั้นตอนตัดสินใจ

สรุปการตัดสินใจ หมายถึง การใช้ข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาเลือกปฏิบัติทางเลือกใด ทางเลือกหนึ่งจากหลายๆทางเลือก เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ การกำหนดปัญหา การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหานั้น การประเมินข่าวสาร การกำหนด ทางเลือก และการเลือกทางเลือก

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

พรธณวดี ขำจริง (2553) ศึกษาลักษณะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ศึกษาาระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง และเปรียบเทียบระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของ นักศึกษาเพศชายและเพศหญิง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี หลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี ชั้นปีที่ 3 ภาค เรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2552 จำนวน 376 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็น แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานะภาพผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง มีความเชื่อมั่น .77

ตอนที่ 3 เป็นแบบวัดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมีค่าความเชื่อมั่น .98 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1. ลักษณะการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน พบว่า แหล่งข้อมูลที่นักศึกษาใช้ในการติดตามข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดลำดับความสำคัญของแหล่งข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในชีวิตประจำวัน นักศึกษาจัดลำดับให้สื่อโทรทัศน์เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในชีวิตประจำวันเป็นอันดับที่ 1 อันดับที่ 2 คือ หนังสือพิมพ์ และ อันดับที่ 3 คือ วิทยุ ตามลำดับ ความถี่ในการติดตามข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวสารทางการเมืองเป็นประจำทุกวัน ส่วนเรื่องความเพียงพอของแหล่งข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ในสถานศึกษาพบว่ามีความเพียงพออยู่ในระดับปานกลาง ($= 2.98$) นักศึกษามีการใช้แหล่งข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในสถานศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง ($= 2.80$) นักศึกษามีความต้องการแหล่งข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในรูปแบบอื่นๆ ได้แก่ การจัดรายการวิทยุหรือเสียงตามสาย ($= 3.22$) เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ การจัดป้ายนิเทศ ($= 3.15$) และการจัดเสวนาพูดคุย ($= 3.13$) 2. ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในระดับที่ถือว่าผ่านเกณฑ์มีจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในระดับที่ถือว่าไม่ผ่านเกณฑ์จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 และนักศึกษามีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในระดับดีมีเพียง 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 3. เปรียบเทียบระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน โดยจำแนกตามเพศ พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษาชายกับนักศึกษาหญิงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ภัทรพันธ์ หรุ่นรักวิทย์ (2556) ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารการรับรู้และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมหาวิทยาลัยศิลปากรภายหลังภาวะวิกฤตการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้งรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบตัดขวาง (Cross -Sectional Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิตคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมหาวิทยาลัยศิลปากรปีการศึกษา 2556 จำนวน 300 คน

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท เข้าศึกษาโดยวิธีการแอดมิชชันกลางศึกษาในสายวิชาเอกวิทยุโทรทัศน์ มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑล และมีผู้ประกอบการอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งกลุ่ม

ตัวอย่างเปิดรับ Facebook เป็นสื่ออันดับแรก มีการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิตในระดับที่ดีมาก ในด้านอาจารย์และสถานที่และมีความเข้าใจที่ดีในด้านหลักสูตรสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา นักศึกษาและการบริหารมีทัศนคติที่ดีมากในด้านหลักสูตรอาจารย์และนักศึกษา และมีทัศนคติที่ดีในด้านสถานที่สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาและการบริหารและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิตพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะศึกษาต่อจนจบหลักสูตรในระดับมากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมมติฐานการวิจัยที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศวิธีการเข้าศึกษารายได้ภูมิฐานะและอาชีพของผู้ปกครองต่างก็มีการรับรู้ไม่แตกต่างกันในทุกด้านในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกันใน 3 ด้านได้แก่สถานที่สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาและบริหารส่วนสายวิชาเอกที่ต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกันใน 3 ด้านได้แก่สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาการบริหารและนักศึกษา สมมติฐานการวิจัยที่ 2 พบว่านักศึกษาที่มีเพศรายได้ภูมิฐานะอาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกันมีทัศนคติไม่แตกต่างกันในทุกด้านส่วนระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันใน 3 ด้านได้แก่สถานที่สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาและการบริหารวิธีการเข้าศึกษาของนักศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันในด้านสถานที่สายวิชาเอกที่ต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันใน 2 ด้านได้แก่สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาและการบริหาร สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พบว่าความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาจาก Facebook และ Website ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในทุกด้าน สมมติฐานการวิจัยที่ 4 พบว่าการรับรู้โดยรวมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวมทุกด้าน สมมติฐานการวิจัยที่ 5 พบว่าทัศนคติโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมทุกด้านและปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษาพบว่าองค์ประกอบด้านงบประมาณและค่าใช้จ่ายมีความสำคัญมากที่สุดรองลงมาคือองค์ประกอบด้านความน่าสนใจของหลักสูตรองค์ประกอบด้านทุนการศึกษาและองค์ประกอบด้านห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ

ทัศนคติในการลงทุน

ดารุณณี อินดาวง (2555) ศึกษาทัศนคติของประชาชนอำเภอเมืองหลวงพระบางจังหวัดหลวงพระบางที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ลาวโดยใช้ทฤษฎีแนวคิดทัศนคติได้แก่องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจองค์ประกอบด้านความคิดเห็นและองค์ประกอบด้านพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ลาวเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับประชาชนอำเภอเมืองหลวงพระบางจังหวัดหลวงพระบางที่มีอายุตั้งแต่ 22 ปีถึง 60 ปีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่ต่ำกว่า 8,000,000 กีบหรือ 1,000 ดอลลาร์สหรัฐจำนวน 200 คนทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ร้อยละ ความถี่และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 31-40 ปีสถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่าปริญญาตรีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 8,000,000-10,500,000 กีบ

องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ลาวโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากร้อยละ 64.0 หัวข้อที่ ตอบได้ถูกต้องมากที่สุดคือประเทศลาวมีตลาดหลักทรัพย์ตั้งอยู่ที่นครหลวงเวียงจันทน์ร้อยละ 98.5 และหัวข้อที่ตอบถูกน้อยที่สุดคือค่าธรรมเนียมการซื้อขายหลักทรัพย์เท่ากับ 0.15% ของมูลค่าการซื้อขายโดยมีอัตราขั้นต่ำเท่ากับ 750,000 กีบร้อยละ 18.5

องค์ประกอบด้านความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ลาวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในด้านวัตถุประสงค์และบทบาทในการจัดตั้งตลาด หลักทรัพย์ลาวอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ด้านความเสี่ยงและผลตอบแทนอยู่ใน ระดับที่เห็นด้วยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และด้านการดำเนินการซื้อขายหลักทรัพย์อยู่ในระดับที่เห็น ด้วยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 สำหรับด้านการกำกับดูแลมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยระดับเฉยๆมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.32

องค์ประกอบด้านพฤติกรรมการลงทุนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการออมใน รูปแบบเงินฝากธนาคารพิจารณาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุนจากผลตอบแทนจากการลงทุน ความคาดหวังผลตอบแทนจากการลงทุนในร้อยละ 21-30 ในปัจจุบันมีความพึงพอใจต่อผลตอบแทน จากการลงทุนในระดับปานกลางมีความสนใจเข้าไปลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ลาวที่จะเปิดให้บริการใน จังหวัดหลวงพระบางในอนาคตความสามารถในการยอมรับความเสี่ยงได้สูงในปัจจุบันลงทุนในเงิน ฝากธนาคาร

นิวัฒน์ ภูมิขัติสุวรรณ์ (2553) ศึกษาทัศนคติของนักลงทุนในบริษัท เอ็มทีเอสเซลลิงเอเยน จำกัด สาขาเชียงใหม่ที่มีต่อสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในตลาดอนุพันธ์แห่งประเทศไทยโดยใช้ ทฤษฎีแนวคิดของทัศนคติได้แก่องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจองค์ประกอบด้านความคิดเห็น และองค์ประกอบด้านพฤติกรรมการลงทุนวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากการใช้แบบสอบถามนัก ลงทุนที่เปิดบัญชีซื้อขายในบริษัท เอ็มทีเอสเซลลิงเอเยน จำกัดสาขาเชียงใหม่จำนวน 142 คนทำการ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่อัตราส่วนความถี่และค่าเฉลี่ยผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ใกล้เคียงกันทั้งเพศชายและเพศหญิงอายุระหว่าง 35-44 ปีสถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000-50,000 บาท

องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจของนัก ลงทุนต่อการซื้อขายทองคำล่วงหน้าในตลาดอนุพันธ์แห่งประเทศไทยโดยเฉลี่ยแล้วมีความรู้ความ

เข้าใจในระดับมากเรื่องที่ต้องตอบได้ถูกต้องมากที่สุดคือขนาดของสัญญาของสัญญาซื้อขายทองคำ ล่วงหน้าซึ่งเทียบเท่ากับทองคำแท่งน้ำหนัก 50 บาท (762.2 กรัม) มีความบริสุทธิ์ 96.5% และเรื่องที่ต้องตอบถูกต้องน้อยที่สุดคือช่วงเวลาซื้อขายก่อนเปิดตลาดช่วงเช้า (Morning Pre-Open) คือเวลา 09.15-10.00 น.

องค์ประกอบด้านความคิดเห็นพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในการลงทุนอยู่ในระดับมากโดยเรื่องที่เห็นด้วยมากที่สุด 3 ลำดับคือโบรกเกอร์ควรให้คำแนะนำและข่าวสารต่างๆให้กับนักลงทุนทุกครั้งก่อนตัดสินใจลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าเป็นการลงทุนที่มีความเสี่ยงสูงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และก่อนตัดสินใจลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้านักลงทุนควรมีข้อมูลข่าวสารในการวิเคราะห์แนวโน้มการขึ้นลงของราคาทองคำเพียงพอแล้วมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 และเรื่องที่เห็นด้วยน้อยที่สุด 3 ลำดับคือค่าธรรมเนียมในการซื้อขายหรือสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้ามีค่าใช้จ่ายสัญญาละ 500 บาท (ไม่รวมภาษี 7%) เป็นค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมระยะเวลาหมดอายุของสัญญาคือ 2 เดือนเป็นระยะเวลาที่เหมาะสมและนักลงทุนจะซื้อขายสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าด้วยตัวเองผ่านทางอินเทอร์เน็ตแทนที่ซื้อขายผ่านโบรกเกอร์

องค์ประกอบด้านพฤติกรรมการลงทุนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในการลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าโดยปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุนคือผลตอบแทนที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในทองคำแท่งและจะถือสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าจำนวน 1 สัญญาโดยมีระยะเวลาในการถือสัญญา 1-2 สัปดาห์ความถี่ในการซื้อขายสัญญา 1-2 ครั้งต่อเดือนเงินลงทุนที่ใช้ในการลงทุนมากจากเงินทุนส่วนตัวสำหรับผู้ที่ไม่เลือกลงทุนในสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าแล้วส่วนใหญ่มีเหตุผลคือไม่มีความรู้เพียงพอ

ส่วนประสมทางการตลาด

บัณฑิตา วจนานนท์ (2553) ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์การศึกษาครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามถามบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่จำนวน 361 คน

ข้อมูลที่ได้นำมาประมวลผลโดยใช้สถิติค่าความถี่ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีระดับความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47) ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ในระดับมากคือด้านอาหารปลอดภัย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) ด้านรสชาติ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35) และด้านคุณค่าอาหาร (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90) ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ในระดับมากคือมีมาตรฐานของราคา (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01) รองลงมาคือการมีป้ายบอกราคาที่

ชัดเจน(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00) ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ในระดับมากคือความสะอาดภายในสถานที่ซื้อ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29) รองลงมาคือมีความหลากหลายของชนิดผักให้เลือกซื้อ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12) ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์ในระดับมากคือความรวดเร็วในการบริการของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22) รองลงมาคือการเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98)

สิริพร ปวนคำมา (2555) ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อของบริษัทสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับธนาคารแห่งประเทศไทยในอำเภอเมืองลำพูนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการสินเชื่อของบริษัทสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับธนาคารแห่งประเทศไทยในอำเภอเมืองลำพูนจำนวน 300 รายข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 26-30 ปีสถานภาพโสดอาชีพพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมการศึกษาระดับปริญญาตรีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาทรายได้สุทธิต่อเดือน (รายได้คงเหลือหลังจากหักค่าใช้จ่ายประจำแล้ว) อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาทส่วนใหญ่มีบัตรสมาชิกหรือใช้บริการสินเชื่อของบริษัทสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับธนาคารแห่งประเทศไทยในอำเภอเมืองลำพูนคือบัตรหรือบริการของบมจ.อีออนธนสินทรัพย์ (ไทยแลนด์) โดยลักษณะการใช้มากที่สุดคือใช้เป็นประจำส่วนใหญ่จะนำวงเงินสินเชื่อที่ได้รับไปซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านเช่นตู้เย็นโทรทัศน์เครื่องเสียงเครื่องเล่นดีวีดีและเหตุผลที่เลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลมากที่สุดคือใช้ซื้อสินค้าในกรณีที่มีเงินสดไม่เพียงพอ

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการมีดังนี้ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือสามารถเลือกผ่อนชำระขั้นต่ำได้และสามารถขอเพิ่มวงเงินสินเชื่อได้ ปัจจัยด้านราคาคืออัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าผู้ให้บริการรายอื่นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือมีพนักงานหรือตัวแทนขายไปรับสมัครให้ลูกค้าโดยตรงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือมีแผ่นป้ายบอกราคาและรายละเอียดของการผ่อนชำระ ณ จุดวางสินค้าปัจจัยด้านบุคลากรคือพนักงานสินเชื่อ/พนักงานรับชำระเงินมีความรวดเร็วในการให้บริการปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการคือขั้นตอนการสมัครไม่ยุ่งยากอนุมัติง่ายปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางภาพคือพื้นที่ของจุดบริการมีขนาดเหมาะสมกับจำนวนผู้มาใช้บริการ

คุณภาพการให้บริการ

ธัญลักษณ์ ประกอบกิจ (2555) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบุคคลธรรมดาของธนาคารธนาชาตจำกัด (มหาชน) สาขาช่วงสิงห์จังหวัดเชียงใหม่โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 254 ตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยและใช้สถิติอ้างอิง t-test เปรียบเทียบ

ค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังกับการรับรู้บริการต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบุคคลธรรมดาของ
ธนาคารธนชาตจำกัด (มหาชน) สาขาช่วงสิงห์จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพ
การให้บริการสินเชื่อบุคคลธรรมดาของธนาคารธนชาตจำกัด (มหาชน) สาขาช่วงสิงห์จังหวัดเชียงใหม่
ปรากฏดังนี้ปัจจัยด้านความเชื่อถือได้พบว่ามี ความพึงพอใจมากในทุกปัจจัยย่อยปัจจัยด้านการทำให้
ลูกค้ามั่นใจพบว่ามี ความพึงพอใจมากในทุกปัจจัยย่อยปัจจัยด้านการเสนอสิ่งที่เป็นรูปธรรมพบว่ามี
ปัจจัยย่อยที่ความพึงพอใจมากคือเอกสารแผ่นพับประกาศมีความง่ายต่อการเข้าใจพนักงานแต่งกาย
สุภาพเรียบร้อยอุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานสภาพพร้อมใช้งานได้เป็นอย่างดีและพนักงานมี
บุคลิกภาพที่ดียิ้มแย้มแจ่มใสมีปัจจัยย่อยที่ไม่พึงพอใจคือธนาคารมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในการ
การให้บริการและธนาคารออกแบบตกแต่งสถานที่สะดวกสบายในการใช้บริการปัจจัยด้านการเข้าใจ
ลูกค้าพบว่ามี ความพึงพอใจมากในทุกปัจจัยย่อยปัจจัยด้านการตอบสนองลูกค้าพบว่ามีปัจจัยย่อยที่มี
ความพึงพอใจมากคือพนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการทันทีตามเวลาที่ลูกค้า
ต้องการพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าพนักงานเอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า
ช่วยเหลือลูกค้าอย่างทันทีทันใดพนักงานส่งเอกสารหรือโทรศัพท์กลับไปยังลูกค้าโดยเร็วมีการยืดหยุ่น
ความสามารถในการปรับบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่แตกต่างกันได้และ
พนักงานมีความพร้อมที่จะทำตามคำขอรับฟังข้อร้องเรียนและแก้ปัญหาให้ลูกค้ามี
ปัจจัยย่อยที่ไม่พึงพอใจคือธนาคารมีระบบการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ศราวุธ พันธุ์ยง (2556) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการจากร้านคัล
เลอร์แมนเนจเม้นท์โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการร้านคัลเลอร์
แมนเนจเม้นท์จำนวน 290 คนซึ่งเก็บข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2555 ถึงสิงหาคม 2556 แล้วนำ
ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับแนวคิดในการศึกษาได้แก่แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ
ลูกค้าและแนวความคิดของคุณภาพการบริการ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของร้านคัลเลอร์แมน
เนจเม้นท์โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดและระดับมากซึ่งความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมี 5 ด้าน
ด้วยกันได้แก่ 1) ด้านความเชื่อมั่นวางใจได้บริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือรู้สึกปลอดภัยใน
ทรัพย์สินและรถยนต์เมื่อมาใช้บริการที่ร้าน 2) รองลงมาเป็นคุณภาพบริการด้านความมั่นคงปลอดภัย
ของร้านบริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือมีการรักษาความปลอดภัยต่อรถยนต์และทรัพย์สินของ
ลูกค้า 3) ด้านความน่าเชื่อถือบริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน
เดียวกัน 4) ด้านสมรรถภาพหรือความสามารถในการให้บริการความชำนาญในการปฏิบัติงานบริการ
ที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือพนักงานมีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้าและ 5) ด้านความสามารถในการ

ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการบริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือพนักงานมีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าโดยเร็ว

สำหรับ 5 ด้านของคุณภาพการให้บริการของร้านผู้ให้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ 1) ด้านการเข้าถึงบริการการอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้าบริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือลูกค้าสามารถเลือกชำระค่าบริการและค่าอะไหล่ด้วยเงินสดหรือบัตรเครดิตได้ตามความต้องการ 2) รองลงมาด้านการติดต่อสื่อสารบริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือเว็บไซต์ของร้านมีข้อมูลครบถ้วนค้นหาได้ง่าย 3) ด้านความมีอัธยาศัยไมตรีหรือความสุภาพและความเป็นมิตรบริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเองกับลูกค้า 4) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการของร้านบริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคืออะไหล่และสินค้าที่จำหน่ายในร้านมีความหลากหลายเพียงพอกับความต้องการของลูกค้าและ 5) ด้านความเข้าใจและรู้จักบริการของร้านบริการที่พึงพอใจเป็นอันดับแรกคือร้านประกอบกิจการด้วยความเป็นธรรมไม่เอาเปรียบลูกค้า

การตัดสินใจลงทุน

อรรถกร ไส้ไทย (2556) ศึกษาถึงแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการลงทุนในหุ้น IPO ในการศึกษาครั้งนี้เลือกศึกษานักลงทุนที่เคยลงทุนในหุ้น IPO โดยเครื่องมือที่ใช้ในครั้งนี้คือการใช้แบบสอบถามและนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์เชิงสถิติ SPSS โดยการหาร้อยละและการทดสอบความแปรปรวน (ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่าการศึกษารายได้มูลค่าการลงทุนของกลุ่มตัวอย่างมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยดังนี้ปัจจัยการวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทและธุรกิจในอดีตและปัจจุบันปัจจัยทางด้าน Earnings per Share (EPS) ในอดีตปัจจัยสภาพการตลาดและการแข่งขันระดับการศึกษาเมื่อสูงขึ้นจะมีการพิจารณาปัจจัยเหล่านี้มากขึ้นรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยดังนี้ปัจจัยสภาพการตลาดและการแข่งขันปัจจัยด้านนโยบายของรัฐบาลให้การสนับสนุนหรือเป็นอุปสรรคปัจจัยด้านศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงานของบริษัทประเภทของหลักทรัพย์โดยวิเคราะห์เชิงคุณภาพปัจจัยด้านประสิทธิภาพการบริหารงานปัจจัยด้านส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทเมื่อระดับรายได้สูงขึ้นจะมีการพิจารณาปัจจัยเหล่านี้ลดลงมูลค่าการลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาลเช่นนโยบายการเงินและนโยบายการคลังนักลงทุนที่ลงทุนเป็นจำนวนเงินที่มากขึ้นจะพิจารณาปัจจัยนี้มากขึ้น

ส่วนด้านปัจจัยที่นักลงทุนพิจารณาก่อนตัดสินใจลงทุนในหุ้น IPO ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พิจารณาปัจจัยการวิเคราะห์งบการเงินของบริษัทและธุรกิจในอดีตและปัจจุบัน รองลงมาปัจจัยแนวโน้มอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมและปัจจัยการวิเคราะห์ภาวะและวงจรอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริษัท

ส่วนด้านแรงจูงใจที่นักลงทุนตัดสินใจลงทุนในหุ้น IPO ที่นักลงทุนให้ความสำคัญมากที่สุดคือสถานะตลาดรองลงมาราคา IPO บริษัทผลประกอบการในอดีตและในปัจจุบันและให้ความสำคัญน้อยที่สุดคือการแนะนำจากเจ้าหน้าที่การตลาด

ศติยา ตาแก้ว (2556) ศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อกรรมธรรม์ประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือลูกค้าธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ที่ซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) จำนวนทั้งหมด 25 สาขาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 300 รายโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ความถี่ร้อยละและค่าเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 31-40 ปีสถานภาพสมรสไม่มีบุตรในความดูแลระดับการศึกษาปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมีงานอดิเรกหลักคือการดูหนังส่วนใหญ่เป็นลูกค้าเงินฝากและผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ 245 แบบ 7 ปีของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน)

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดดังนี้ด้านเหตุผลใจในการซื้อประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ได้แก่ต้องการสร้างหลักประกันความมั่นคงแก่ตนเองและครอบครัวในอนาคตรองลงมาคือต้องการมีเงินสะสมไว้ใช้เมื่อเกษียณอายุ/เมื่อยามแก่มีการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์จากจากเพื่อนหรือญาติที่เคยซื้อประกันแล้วเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกซื้อประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์คืออัตราเบี้ยประกันอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถจ่ายได้ด้านเหตุผลในการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์คือต้องการความมั่นคงให้ครอบครัว ซึ่งครอบครัวเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อคือต้องการซื้อเพิ่มเติมเมื่อมีรายได้มากขึ้นและปัจจัยที่ทำให้กลับมาใช้บริการซื้อประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์อีกครั้งคือต้องการความมั่นคงในชีวิตแก่ตนเองและครอบครัวในอนาคตเพิ่มขึ้นผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อกรรมธรรม์ประกันชีวิตสะสมทรัพย์เกินเฟิสต์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือการใช้ความคุ้มครองชีวิตที่สูงปัจจัยด้านราคาให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องอัตราเบี้ยประกันมีความเหมาะสมสามารถชำระเบี้ยเป็นรายปีและ 6 เดือนเท่ากันปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องเวลาเปิดทำการของธนาคารกรุงเทพให้บริการสะดวกแก่การติดต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องมีพนักงานคอยให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ปัจจัยด้านพนักงานให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องให้คำแนะนำช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องความน่าเชื่อถือขององค์กร ธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) ปัจจัยด้านกระบวนการให้ความสำคัญ

มากที่สุดในเรื่องระบบการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็ว

จากแนวคิดและผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องทั้งหมดผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางศึกษาในการกำหนดชื่อเรื่องกรอบแนวคิดตัวแปรในการศึกษาวิจัยสมมติฐานสร้างแบบสอบถามอภิปรายผล และกำหนดข้อเสนอแนะในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ บมจ.ธนาคารกรุงเทพ จำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตามวิธีการดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการศึกษานี้ คือ ประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,691,657 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยด้วยสูตรของ Yamane (1973, 727) โดยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างอยู่ที่ร้อยละ 5 โดยใช้สูตรดังนี้

$$n = N / 1 + N e^2$$

โดย n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าคลาดเคลื่อนที่สามารถยอมรับได้

N = จำนวนรวมทั้งหมดของกลุ่มประชากรที่ใช้ศึกษา

แทนค่า

$$n = 5,691,657 / 1 + 5,691,657(0.05)^2$$

$$n = 396$$

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรับกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 คน
ผู้ทำวิจัยได้ดำเนินการเกี่ยวกับการเลือกตัวอย่าง ดังนี้

1. กำหนดคุณสมบัติและจำนวนของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งได้แก่ลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีจำนวนทั้งหมด 400 คน

2. กำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปและได้จำนวน 400 คน
3. จัดแบ่งตัวอย่างเป็นกลุ่มย่อยโดยใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งแบ่งได้เป็น 8 กลุ่ม ตามจำนวนเขต
4. จัดสัดส่วนของจำนวนตัวอย่างแต่ละกลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่ม 1 พระนคร	จำนวน 50 คน
กลุ่ม 2 สีลม	จำนวน 50 คน
กลุ่ม 3 จตุจักร	จำนวน 50 คน
กลุ่ม 4 คลองเตย	จำนวน 50 คน
กลุ่ม 5 พญาไท	จำนวน 50 คน
กลุ่ม 6 ราชเทวี	จำนวน 50 คน
กลุ่ม 7 ราชบุรีบูรณะ	จำนวน 50 คน
กลุ่ม 8 ลาดพร้าว	จำนวน 50 คน

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ทำการศึกษาการออกแบบแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. ทำการออกแบบแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นประเด็นต่างๆ 5 ประเด็นคือ (1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (3) ข้อมูลด้านทัศนคติ (4) ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาด (5) ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ
3. นำแบบสอบถามที่ออกแบบมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อแก้ไข
4. เมื่อทำการปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาทำการอนุมัติแบบสอบถามก่อนดำเนินการแจกแบบสอบถาม
5. ทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบก่อน (Pre-test) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำไปใช้วิธีหาค่าความเชื่อมั่นจาก โปรแกรมสำเร็จรูปจำนวน 40 คนนำผลที่ได้มาตรวจสอบและปรับปรุงให้มีความเหมาะสมให้ตรงตามหัวข้อวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ก่อนการนำไปใช้จริงและนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างให้ครบตามจำนวนวัตถุประสงค์
6. ทำการปรับปรุงและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
7. ทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมดไปยังกลุ่มตัวอย่าง

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1: ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น	
	กลุ่มทดลอง n=40	กลุ่มตัวอย่าง n=400
ตัวแปรอิสระ		
1.การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	0.796	0.815
2.ทัศนคติในการลงทุน	0.748	0.875
3.ส่วนประสมการตลาด	0.815	0.911
4.คุณภาพการให้บริการ	0.851	0.851
ตัวแปรตาม		
1. การตัดสินใจลงทุน	0.878	0.805
ค่าความเชื่อมั่นรวม	0.960	0.947

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ผู้ทำวิจัยได้ออกแบบสอบถาม ประกอบด้วย 5 ส่วนพร้อมกับวิธีการตอบคำถามดังต่อไปนี้ คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิดแบบให้เลือกตอบมีทั้งหมด 9 ข้อ

1. เพศ ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
2. อายุ ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
4. ระดับการศึกษา ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. อาชีพ ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
7. จำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
8. ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทมาตราเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุด คำถามมีทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุนที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุด คำถามมีทั้งหมด 8 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ (4P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดโดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุดคำถามมีทั้งหมด 11 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดโดยคำถามแบ่งเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุดคำถามมีทั้งหมด 5 ข้อ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ คือ

1. ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาภายในแบบสอบถามและวิธีการตอบแก่ตัวแทนและทีมงาน
2. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน เข้าไปใน บมจ.ธนาคารกรุงเทพสาขาต่างๆ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)
3. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน ได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมายและรอจนกระทั่งตอบคำถามครบถ้วน ซึ่งในระหว่างนั้นถ้าผู้ตอบมีข้อสงสัยเกี่ยวกับคำถาม ผู้วิจัยหรือทีมงานจะตอบข้อสงสัยนั้น

การแปลผลข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณมาตราวัดแบบ Likert ใช้มาตราวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบ่งความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง น้อยที่สุด หรือ ท่านไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความดังกล่าว
- 2 หมายถึง น้อย หรือ ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว
- 3 หมายถึง ปานกลาง หรือ ท่านเฉยๆ ไม่แน่ใจ
- 4 หมายถึง มาก หรือ ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว
- 5 หมายถึง มากที่สุด หรือ ท่านเห็นด้วยอย่างยิ่งกับข้อความดังกล่าว

การให้คะแนนผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น 5 ระดับตามเกณฑ์คะแนนดังนี้ (วิชิต อุ๋อัน, 2546, หน้า 126)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากนั้น ได้เกณฑ์การประเมินผลดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง มีความคิดเห็นเชิงบวกน้อยที่สุด

3.4 การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1. รวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้วผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ลงรหัส (Coding) แล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆของแบบสอบถามและเพื่อทดสอบสมมติฐานในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์มาตราวัดของข้อมูลแต่ละประเภทและแต่ละประเด็นที่ครอบคลุมอยู่ในการศึกษานี้ทั้งหมดก่อนที่จะกำหนดค่าสถิติที่เหมาะสมสำหรับการใช้ประมวลผลและตีความข้อมูลทางสถิติเพื่อนำมาวิเคราะห์แปลผลก่อนที่จะสรุปเป็นผลการทดสอบสมมติฐานหรือผลการศึกษาใน

ตอนท้ายของงานวิจัย การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลซึ่งแบ่งเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรแต่ละประเภทดังนี้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2553)

ตารางที่ 3.2 : การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลแต่ละตัวแปร

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	ประเภทของมาตรวัด	ลักษณะของการวัด
1.เพศ	นามบัญญัติ	1.หญิง 2. ชาย
2.อายุ	นามบัญญัติ	1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ25ปี 2. 26-30 ปี 3. 31-35 ปี 4. 36-40 ปี 5. 41-45 ปี 6. 46 ปีขึ้นไป
3.สถานภาพสมรส	นามบัญญัติ	1. โสด 2. สมรส 3. หม้าย/หย่าร้าง
4.ระดับการศึกษาสูงสุด	นามบัญญัติ	1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรี 3. ปริญญาโท 4. ปริญญาเอก
5.อาชีพ	นามบัญญัติ	1. เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ 2. พนักงานบริษัทเอกชน 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ 4. อื่นๆ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) : การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลแต่ละตัวแปร

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม	ประเภทของมาตรวัด	ลักษณะของการวัด
6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	นามบัญญัติ	1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 2. 20,001 - 50,000 บาท 3. 50,001 - 80,000 บาท 4. 80,001 - 100,000 บาท 5. 100,001 บาทขึ้นไป
7.จำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุน รวมประเภทกองทุนรวมหุ้น ระยะยาว (LTF) ต่อปี	นามบัญญัติ	1. 5,000 - 20,000 บาท 2. 20,001 - 30,000 บาท 3. 30,001 - 40,000 บาท 4. 40,001 - 50,000 บาท 5. 50,001 บาทขึ้นไป
8.ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ลงทุน	นามบัญญัติ	1. ตนเอง 2. เพื่อน /ญาติพี่น้อง 3. พนักงานธนาคาร 4. อื่นๆ

ตารางที่ 3.3: การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจลงทุน	ประเภทของมาตรวัด	ลักษณะของการวัด
1. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	อันตรภาค	1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด

ตารางที่ 3.3 (ต่อ) : การวิเคราะห์มาตรวัดของข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุน	ประเภทของมาตรวัด	ลักษณะของการวัด
2. ด้านทัศนคติในการลงทุน	อันตรภาค	1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านส่วนประสมการตลาด	อันตรภาค	1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด
4. ด้านคุณภาพการให้บริการ	อันตรภาค	1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด
5. ด้านการตัดสินใจลงทุน	อันตรภาค	1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด 2 = เห็นด้วยน้อย 3 = เห็นด้วยปานกลาง 4 = เห็นด้วยมาก 5 = เห็นด้วยมากที่สุด

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและวัตถุประสงค์ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้ คือ

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ต่อปี และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดแบบนามบัญญัติ เนื่องจากไม่สามารถวัดเป็นมูลค่าได้ และผู้วิจัยต้องการบรรยายเพื่อให้ทราบถึงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคุณสมบัติเท่านั้น ดังนั้น สถิติที่เหมาะสม คือ ค่าความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ได้แก่ ข้อมูลด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลด้านทัศนคติในการลงทุน ข้อมูลด้านส่วนประสมการตลาด ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ และข้อมูลด้านการตัดสินใจลงทุน เป็นข้อมูลที่ใช้มาตรวจวัดอันตรายเนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดค่าคะแนนให้แต่ละระดับ และผู้วิจัยต้องการทราบจำนวนตัวอย่างและค่าเฉลี่ยคะแนนของแต่ละระดับความคิดเห็นของตัวอย่าง สถิติที่ใช้จึงได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency Distribution) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอ้างอิง ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงอ้างอิง สำหรับการอธิบายผลการศึกษาของตัวอย่างในเรื่องต่อไปนี้

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์หรือการส่งผลกระทบต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติในการลงทุน ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ และการตัดสินใจลงทุน ซึ่งใช้มาตรวจวัดอันตรายกับตัวแปรตามหนึ่งตัวคือ การตัดสินใจซื้อ ซึ่งใช้มาตรวจวัดอันตราย และเพื่อทดสอบถึงความแตกต่างที่ตัวแปรอิสระดังกล่าวแต่ละตัวมีต่อตัวแปรตาม ดังนั้นสถิติที่ใช้คือการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) โดยกำหนดนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานครมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ (1) เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร และผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามส่วนต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 : แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	164	41.00
หญิง	236	59.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 : แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	33	8.25
26-30 ปี	57	14.25
31-40 ปี	155	38.75
41-50 ปี	98	24.50
50 ปีขึ้นไป	57	14.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นลำดับแรก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 ต่อมา คือ อายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ต่อมา คือ อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 และอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 : แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	89	22.25
สมรส	284	71.00
หม้าย / หย่าร้าง	27	6.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ คือ สมรส มากที่สุด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมา คือ โสด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และหม้าย / หย่าร้าง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 : แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	33	8.25
ปริญญาตรี	296	74.00
ปริญญาโท	67	16.75
ปริญญาเอก	4	1.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ต่อมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 : แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ	29	7.25
พนักงานบริษัทเอกชน	250	62.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	121	30.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 : แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
20,001 - 50,000 บาท	223	55.75
50,001 - 80,000 บาท	139	34.75
80,001 – 100,000 บาท	32	8.00
100,001 บาทขึ้นไป	6	1.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ย คือ 20,001 - 50,000 บาท จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมา คือ 50,001 - 80,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ต่อมา คือ 80,001 – 100,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 และรายได้ 100,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 : แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามจำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ต่อปีอยู่ที่ประมาณเท่าใด

จำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุนรวม	จำนวน	ร้อยละ
5,000 - 20,000 บาท	203	50.75
20,001 - 30,000 บาท	97	24.25
30,001 - 40,000 บาท	51	12.75
40,001 – 50,000 บาท	26	6.50
50,001 บาทขึ้นไป	23	5.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุนรวมฯ 5,000 - 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมา คือ ลงทุน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 ต่อมา คือ ลงทุน 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 ต่อมา คือ ลงทุน 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และลงทุน 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 : แสดงค่าความถี่ ร้อยละ จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของท่านมากที่สุด

ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของท่านมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	99	24.75
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	45	11.25
พนักงานธนาคาร	256	64.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ พนักงานธนาคาร จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา คือ ตนเอง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 และเพื่อน /ญาติพี่น้อง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

ตารางที่ 4.9: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านมีความสนใจในการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจและทิศทางของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET INDEX)	3.250	0.806	ปานกลาง
2. ท่านสามารถดูรายละเอียดเกี่ยวกับหนังสือชี้ชวนและผลดำเนินงานของกองทุนในอดีตได้ทางWebsiteหรือสามารถสอบถามจากตัวแทนขายของบลจ.ได้	3.393	0.809	ปานกลาง
3. ท่านมีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	3.640	0.676	มาก
4. ท่านมีเป้าหมายจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	3.823	0.723	มาก
5. ท่านสามารถศึกษาข้อมูลของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ได้ด้วยตนเอง	3.768	0.674	มาก
6. ท่านสามารถนำประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆ ได้	3.855	0.632	มาก
รวม	3.621	0.521	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.621$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ท่านสามารถนำประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆ ได้ ($\bar{x} = 3.855$) รองลงมา คือ ท่านมีเป้าหมายจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ($\bar{x} = 3.823$) ต่อมา คือ ท่านสามารถศึกษาข้อมูลของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ได้ด้วยตนเอง ($\bar{x} = 3.768$) ต่อมา คือ ท่านมีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ($\bar{x} = 3.640$) ต่อมา คือ ท่านสามารถดูรายละเอียดเกี่ยวกับหนังสือชี้ชวนและผลดำเนินงานของกองทุนในอดีตได้ทางWebsiteหรือสามารถสอบถามจากตัวแทนขายของบลจ.ได้ ($\bar{x} = 3.393$) และท่านมีความสนใจในการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจและทิศทางของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET INDEX) ($\bar{x} = 3.250$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 : แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน

ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านเข้าใจเงื่อนไขการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	3.498	0.736	มาก
2. ท่านคิดว่าการที่เงินออมในรูปของกองทุนมีความมั่นคงกว่าการออมในรูปแบบอื่น	3.623	0.697	มาก
3. ท่านเปรียบเทียบผลประโยชน์ของการย้อนหลังของบริษัทหลักทรัพย์ที่ท่านจะลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ	3.675	0.725	มาก
4. ท่านรู้สึกว่ามีบมจ.ธนาคารกรุงเทพมีความน่าเชื่อถือ	3.573	0.686	มาก
5. ท่านเชื่อมั่นในการบริหารกองทุนของผู้จัดการกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	3.385	0.688	มาก
6. ท่านพึงพอใจในการให้บริการของบมจ.ธนาคารกรุงเทพ	3.410	0.910	มาก
7. ท่านต้องลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ต่อไป	3.535	0.758	มาก
8. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นที่ท่านรู้จักลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	3.533	0.700	มาก
รวม	3.529	0.541	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.529$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ

โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ท่านเปรียบเทียบผลประกอบการย้อนหลังของบริษัทหลักทรัพย์ที่ท่านจะลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ ($\bar{x} = 3.675$) รองลงมา คือ ท่านคิดว่า การที่เงินออมในรูปแบบของกองทุนมีความมั่นคงกว่าการออมในรูปแบบอื่น ($\bar{x} = 3.623$) ต่อมา คือ ท่านรู้สึกว่าการลงทุนในกองทุนรวมในประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 3.573$) ต่อมา คือ ท่านต้องลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ต่อไป ($\bar{x} = 3.535$) ต่อมา คือ ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นที่ท่านรู้จักลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ($\bar{x} = 3.533$) ต่อมา คือ ท่านเข้าใจเงื่อนไขการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ($\bar{x} = 3.498$) ต่อมา คือ ท่านพึงพอใจในการให้บริการของบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ($\bar{x} = 3.410$) และท่านเชื่อมั่นในการบริหารกองทุนของผู้จัดการกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ($\bar{x} = 3.385$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 : แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. เงื่อนไขและนโยบายในการลงทุนเช่นกองทุนจะเน้นลงทุนในหุ้นที่มีปัจจัยพื้นฐานดีและศักยภาพในการเติบโตสูง	3.515	0.752	มาก
2. ผลการดำเนินงานของกองทุนรวม LTF มีผลประกอบการดีติดอันดับ TOP 5	3.348	0.827	ปานกลาง
3. ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุนหลักทรัพย์	3.295	0.806	ปานกลาง
4. มีความหลากหลายของกองทุนให้เลือกลงทุนซึ่งแต่ละกองทุนแบ่งตามนโยบายการลงทุนหรือตามความเสี่ยงของการลงทุน	3.355	0.791	ปานกลาง
5. ท่านจะลงทุนในช่วงที่ทิศทางของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET INDEX) ปรับตัวลง เพื่อสามารถซื้อหน่วยลงทุนได้ในราคาถูก	3.655	0.783	มาก
6. มีการคิดค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม	3.320	0.806	ปานกลาง
7. มีช่องทางในการซื้อที่หลากหลายเช่น ATM, Internet Banking, MBanking	3.448	0.799	มาก
8. สามารถชำระค่าจองซื้อหน่วยลงทุนด้วยบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพ	3.748	0.745	มาก
9. ธนาคารกรุงเทพมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ	3.960	0.703	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ) : แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
10. สื่อโฆษณาต่างๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เชิญชวนให้ตัดสินใจลงทุน	3.668	0.658	มาก
11. มีการร่วมออกบูธตามงานมหกรรมการเงินต่างๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย	3.793	0.652	มาก
รวม	3.555	0.552	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.555$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ ธนาคารกรุงเทพมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ ($\bar{x} = 3.960$) รองลงมา คือ มีการร่วมออกบูธตามงานมหกรรมการเงินต่างๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ($\bar{x} = 3.793$) ต่อมา คือ สามารถชำระค่าจองซื้อหน่วยลงทุนด้วยบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพได้ ($\bar{x} = 3.748$) ต่อมา คือ สื่อโฆษณาต่างๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เชิญชวนให้ตัดสินใจลงทุน ($\bar{x} = 3.668$) ต่อมา คือ ท่านจะลงทุนในช่วงที่ทิศทางของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET INDEX) ปรับตัวลง เพื่อสามารถซื้อหน่วยลงทุนได้ในราคาถูกลง ($\bar{x} = 3.655$) ต่อมา คือ เงื่อนไขและนโยบายในการลงทุนเช่นกองทุนจะเน้นลงทุนในหุ้นที่มีปัจจัยพื้นฐานดีและศักยภาพในการเติบโตสูง ($\bar{x} = 3.515$) ต่อมา คือ มีช่องทางในการซื้อที่หลากหลายเช่น ATM, Internet Banking, MBanking ($\bar{x} = 3.448$) ต่อมา คือ มีความหลากหลายของกองทุนให้เลือกลงทุนซึ่งแต่ละกองทุนแบ่งตามนโยบายการลงทุนหรือตามความเสี่ยงของการลงทุน ($\bar{x} = 3.355$) ต่อมา คือ ผลการดำเนินงานของกองทุนรวม LTF มีผลประกอบการดีติดอันดับ TOP 5 ($\bar{x} = 3.348$) ต่อมา คือ มีการคิดค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม ($\bar{x} = 3.320$) ต่อมา คือ ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุนหลักทรัพย์ ($\bar{x} = 3.295$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 : แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการลงทุนที่ชัดเจน	3.623	0.668	มาก
2. พนักงานสามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการลงทุนได้เป็นอย่างดี	3.818	0.735	มาก
3. พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะได้ดีสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้	3.983	0.706	มาก
4. มีจดหมายหรือพนักงานติดต่อไปยังท่านเพื่อเชิญชวนให้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	4.070	0.715	มาก
5. มีการบริการหลังการขายที่ดี	3.790	0.657	มาก
รวม	3.857	0.552	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.857$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ มีจดหมายหรือพนักงานติดต่อไปยังท่านเพื่อเชิญชวนให้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ($\bar{x} = 4.070$) รองลงมา คือ พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะได้ดีสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้ ($\bar{x} = 3.983$) ต่อมา คือ พนักงานสามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการลงทุนได้เป็นอย่างดี ($\bar{x} = 3.818$) ต่อมา คือ มีการบริการหลังการขายที่ดี ($\bar{x} = 3.790$) ต่อมา คือ พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการลงทุนที่ชัดเจน ($\bar{x} = 3.623$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านมีการเปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ของกองทุนรวม LTF ผลการดำเนินงานและนโยบายการลงทุนของแต่ละบลจ. ก่อนการเลือกลงทุนแต่ละครั้ง	3.803	0.784	มาก
2. ท่านลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพื่อกระจายความเสี่ยงในการลงทุน	3.570	0.792	มาก

ตารางที่ 4.13: แสดงค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
3. การกำหนดอัตราภาษีมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน	3.775	0.693	มาก
4. การส่งเสริมการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน	3.873	0.730	มาก
5. การกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน	3.878	0.717	มาก
6. เพื่อเก็บเป็นเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคต	3.350	0.774	มาก
7. เพื่อใช้ชีวิตหลังเกษียณงานอย่างมีคุณภาพ	3.508	0.835	มาก
8. การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานสาขานาการ	3.690	0.725	มาก
9. ท่านสอบถามบุคคลรอบข้างก่อนตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	3.858	0.767	มาก
10. ท่านจะแนะนำให้ผู้รอบข้างลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	3.725	0.765	มาก
รวม	3.703	0.458	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.703$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ การกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน ($\bar{x} = 3.878$) รองลงมา คือ การส่งเสริมการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน ($\bar{x} = 3.873$) ต่อมา คือ ท่านสอบถามบุคคลรอบข้างก่อนตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ($\bar{x} = 3.858$) ต่อมา คือ ท่านมีการเปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ของกองทุนรวม LTF ผลการดำเนินงานและนโยบายการลงทุนของแต่ละบลจ.ก่อนการเลือกลงทุนแต่ละครั้ง ($\bar{x} = 3.803$) ต่อมา คือ การกำหนดอัตราภาษีมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน ($\bar{x} = 3.775$) ต่อมา คือ ท่านจะแนะนำให้ผู้รอบข้างลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ($\bar{x} = 3.725$) ต่อมา คือ การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานสาขานาการ ($\bar{x} = 3.690$) ต่อมา คือ ท่านลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพื่อกระจายความเสี่ยงในการลงทุน ($\bar{x} = 3.570$) ต่อมา คือ เพื่อใช้ชีวิตหลังเกษียณงานอย่างมีคุณภาพ ($\bar{x} = 3.508$) และเพื่อเก็บเป็นเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคต ($\bar{x} = 3.350$) ตามลำดับ

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การหาวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตารางที่ 4.14 ตามสมมติฐานดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ทักษะการตัดสินใจลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.14 : การศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะการตัดสินใจลงทุน ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	B	Beta	T	Sig.
การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	0.388	0.442	9.821	0.000*
ทักษะการตัดสินใจลงทุน	0.424	0.502	11.566	0.000*
ส่วนประสมทางการตลาด	0.448	0.539	12.779	0.000*
คุณภาพการบริการ	0.525	0.633	16.331	0.000*

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทักษะการตัดสินใจลงทุน ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่าค่าสถิติทดสอบได้ค่าอยู่ที่ $F = 96.444$ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน พบว่าค่าสถิติทดสอบได้ค่าอยู่ที่ $F = 133.73$ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่าค่าสถิติทดสอบได้ค่าอยู่ที่ $F = 163.293$ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่าค่าสถิติทดสอบได้ค่าอยู่ที่ $F = 266.687$ มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งทุกปัจจัยมีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติในการลงทุน ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ (Beta = 0.633) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (Beta = 0.539) ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน (Beta = 0.502) และปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Beta = 0.442) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 : สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 2 ทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง
สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร	สอดคล้อง

ผลการทดสอบสมมติฐานตามตารางที่ 4.15 สรุปได้ว่า ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมติฐานคือ

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคติในการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร



บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มุ่งศึกษาข้อมูลตามวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทักษะคติ ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานครและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และได้กลับคืนมาครบทั้ง 400 ชุด ตรงตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ประกอบกับผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยเสนอสรุปผลการศึกษา การอภิปราย และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การสรุปผลการศึกษาของการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะทำการสรุปผลโดยมีรายละเอียดต่างๆ ดังนี้

5.1.1 การสรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นลำดับแรก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50 มีสถานภาพ คือ สมรส มากที่สุด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมา คือ โสด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 มีการประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมา คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 มีรายได้โดยเฉลี่ย คือ 20,001 - 50,000 บาท จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมา คือ 50,001 - 80,000 บาท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 มีจำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุนรวมฯ 5,000 - 20,000 บาท มากที่สุด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมา คือ ลงทุน 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 และผู้ที่มีอิทธิพล

ต่อการตัดสินใจลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ พนักงานธนาคาร จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมา คือ ตนเอง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 เป็นต้น

5.1.2 การสรุปผลความคิดเห็นของปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.621$) โดยเฉพาะความสามารถนำประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆได้ รวมไปถึงเป้าหมายจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว และการศึกษาข้อมูลของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ได้ด้วยตนเองเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ

5.1.3 การสรุปผลความคิดเห็นของปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.529$) โดยเฉพาะการเปรียบเทียบผลประกอบการย้อนหลังของบริษัทหลักทรัพย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถาม จะลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ รวมไปถึงการที่เงินออมในรูปของกองทุนมีความมั่นคงกว่าการออมในรูปแบบอื่น และความรู้สึกรู้สึกว่าบมจ.ธนาคารกรุงเทพมีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

5.1.4 การสรุปผลความคิดเห็นของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.555$) โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของธนาคารกรุงเทพที่มีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศมีการร่วมออกบูธตามงานมหกรรมการเงินต่างๆ อย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย สามารถชำระค่าจองซื้อหน่วยลงทุนด้วยบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพได้รวมถึงสื่อโฆษณาต่างๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เชิญชวนให้ตัดสินใจลงทุน จึงเป็นเหตุผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดของการลงทุนอยู่ในระดับมาก

5.1.5 การสรุปผลความคิดเห็นของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.857$) โดยเฉพาะการที่พนักงานติดต่อไปยังผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อเชิญชวนให้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว รวมไปถึงความสามารถของพนักงาน ที่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะได้ดีสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ อีกทั้งพนักงานสามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการลงทุนได้เป็นอย่างดีถูกต้อง เหมาะสม เป็นต้น

5.1.6 การสรุปผลความคิดเห็นของปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.703$) โดยเฉพาะทางด้านการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน เป็นอย่างมาก รวมไปถึงการส่งเสริมการลงทุนของธนาคาร สามารถสร้างแรงจูงใจในการลงทุนให้กับนักลงทุนเข้ามาตัดสินใจลงทุน

เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพราะมีการนำเสนอรายละเอียด และมีการเปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ของกองทุนรวม LTF ผลการดำเนินงานและนโยบายการลงทุนของแต่ละบลจ.ก่อนการเลือกลงทุน อย่างเป็นระบบ

5.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีการกำหนดสมมติฐานไว้ จำนวน 4 ข้อ คือ

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ทักษะคติในการลงทุนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การวิเคราะห์ด้วยด้วยสถิติ Multiple Regression ในด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Sig.= 0.00) และสามารถพยากรณ์ได้ถึงร้อยละ 44.6 ส่วนการวิเคราะห์ด้านทักษะคติ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.3 การอภิปรายผล

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะทำการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

5.3.1 การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากปัจจุบัน ธนาคารกรุงเทพได้มีการให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ให้กับนักลงทุนต่างๆ เป็นอย่างมาก เช่น

การที่ธนาคารกรุงเทพมีระบบการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจและทิศทางของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET INDEX) ให้กับกลุ่มผู้สนใจและนักลงทุนต่างๆ อีกทั้ง ธนาคารกรุงเทพ ยังมีระบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ของธนาคาร อีกทั้ง ยังมีการจัดการให้ความรู้ และให้คำปรึกษาในการลงทุนต่อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับกลุ่มนักลงทุนทั้งรายเก่า และรายใหม่ ตลอดจนธนาคารกรุงเทพ ก็ได้มีการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงาน ที่จะต้องมีความรู้ และมีทักษะในด้านต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการตอบคำถาม การให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์กับนักลงทุนเพิ่มมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของพรณวดี ขำจริง (2553) และภัทรภาพันท์ หุ่นรักวิทย์ (2556) ที่พบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เป็นกระบวนการที่องค์กรทางการค้า หรือผู้ให้บริการ จะต้องมีการจัดทำขึ้น เพื่อให้ความรู้ หรือการแจ้งข่าวสาร ประกาศ หรือการโฆษณาต่างๆ เพื่อให้กับผู้ให้บริการได้รับทราบ อันจะส่งผลต่อประโยชน์ในการค้า และการลงทุน อีกทั้งจะช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ดี เพราะมีการรับรู้ข่าวสารขององค์กรตลอดเวลา รวมไปถึงทำให้ผู้ใช้บริการได้ทราบถึงผลการดำเนินการโดยเฉพาะกิจการที่เกี่ยวข้องกับตลาดหลักทรัพย์ หรือการลงทุนต่างๆ เป็นต้น

5.3.2 การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้ายกย.ธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานครที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ผู้วิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เนื่องจากปัจจุบัน นักลงทุนส่วนใหญ่ที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของธนาคารกรุงเทพ จะเป็นนักลงทุนที่มีประสบการณ์ในการลงทุนอยู่แล้ว อีกทั้งนักลงทุนเหล่านี้ มีความเข้าใจเกี่ยวกับเงื่อนไขการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นอย่างดี และจะใช้กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นการเก็บออมเงิน เนื่องจากสามารถนำไปใช้ในการหักลดหย่อนภาษีต่างๆ ได้ ซึ่งเหตุผลที่สำคัญของนักลงทุนในการเลือกลงทุนกับธนาคารกรุงเทพ คือ ธนาคารกรุงเทพ เป็นธนาคารที่มีความเชื่อมั่น และมีชื่อเสียงเกี่ยวกับการลงทุนประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นอย่างมาก อีกทั้งธนาคารกรุงเทพ ก็มีระบบการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักลงทุนได้ในทุกๆ ด้าน จึงเป็นเหตุผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับการศึกษาของดารุณณี อินดาวง (2555) ที่พบว่า ผู้ลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทัศนคติมาก โดยองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจมากที่สุด รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านความคิดเห็น และองค์ประกอบด้านพฤติกรรมตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของนิวัฒน์ วณิชตีสวรรณ (2553) ที่พบว่า ผู้ลงทุนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทัศนคติมาก โดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจและองค์ประกอบด้านความคิดเห็นมาก

5.3.3 การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายกย.ธนาคาร

กรุงเทพในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจาก ปัจจุบันเงื่อนไขของการลงทุนตามนโยบายการลงทุนต่างๆ ของธนาคาร จะมีการให้ความสำคัญต่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นอย่างมาก และมีศักยภาพ และการเจริญเติบโตที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของธนาคารกรุงเทพ ถือได้ว่าเป็นกองทุนฯ ที่มีผลประกอบการติดอันดับ 1 ใน 5 ของผลการประเมินต่างๆ อีกทั้งในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จะมีความมั่นคง และความปลอดภัย เพราะการที่ธนาคารกรุงเทพ จะนำเงินทุนของนักลงทุนไปใช้ในการลงทุนต่างๆ จะมีการพิจารณาอย่างรอบคอบ จึงทำให้เงินลงทุนที่นักลงทุนซื้อหุ้นกับธนาคารกรุงเทพ ส่วนใหญ่จะได้รับผลกำไรกลับมา อีกทั้งในการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ ก็มีระบบการให้บริการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ หรือผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ จึงทำให้นักลงทุนเกิดความสะดวกสบายในการใช้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของบัณฑิตา วจนานนท์ (2553) และสิริพร ปวนคำมา (2555) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการค้า และการลงทุนต่างๆ เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวนี้ เป็นปัจจัยที่องค์กรทุกแห่ง จะมุ่งตอบสนองต่อกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการนำเอาหลัก 7P เข้ามาใช้ เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารงานขององค์กร เช่น การจัดการบริหารสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกองทุนต่างๆ ขององค์กร ให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักลงทุนมากยิ่งขึ้น และการนำหลักส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ จะทำให้ความยืดหยุ่นในการบริหารงานขององค์กร อีกทั้งจะสามารถนำข้อมูลต่างๆ มาปรับปรุงกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อทำให้เกิดประสิทธิผลในการบริหารจัดการทางด้านต่างๆ ต่อไป

5.3..4 การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เนื่องจากปัจจัยคุณภาพการบริการของธนาคารกรุงเทพ จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่างๆ เช่น การส่งเสริมให้พนักงานที่ให้บริการเกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มีความรู้ มีทักษะในการบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน สามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการลงทุนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งพนักงานในธนาคารกรุงเทพ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะได้ดี สามารถตอบสนองความต้องการของนักลงทุนประเภทต่างๆ ได้ อีกทั้งการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก เช่น การที่พนักงานมีการส่งจดหมายหรือติดต่อไปยังนักลงทุนเพื่อเชิญชวนให้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นต้น จึงทำให้เกิดกระบวนการส่งเสริมทำให้นักลงทุน มีแรงจูงใจ และให้ความสนใจในการเข้ามาลงทุนกองทุนรวมหุ้น

ระยะยาว (LTF) กับธนาคารกรุงเทพ เพิ่มมากยิ่งขึ้น การศึกษาดังกล่าว มีความสอดคล้องกับการศึกษาของธัญลักษณ์ ประกอบกิจ (2555) ความคาดหวังกับการรับรู้ของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการต่างๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมาก โดยเฉพาะทางด้านพนักงาน ที่มีการแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย อุปกรณ์และเครื่องใช้สำนักงานสภาพพร้อมใช้งานได้เป็นอย่างดีและพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น และสอดคล้องกับการศึกษาของศราวุธ พันธุ์ยง (2556) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการของร้าน ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการเข้าถึงบริการ การอำนวยความสะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการให้บริการ ซึ่งหากธนาคารหรือองค์กรต่างๆ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

5.4.1 ข้อเสนอแนะสำหรับปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร โดยธนาคารกรุงเทพ ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านการให้ข้อมูลข่าวสารของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยอาจจะทำในรูปแบบของหนังสือชี้ชวน แผ่นพับ หรือการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ประกอบกับการนำเสนอผลการดำเนินงานของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ที่ธนาคารกรุงเทพกำกับดูแล เพื่อทำให้เกิดการสร้าง ความพึงพอใจ และสร้างความเชื่อมั่น เพื่อทำให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้ามาลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และกองทุนประเภทอื่นๆ ต่อไปในอนาคต

5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน โดยธนาคารกรุงเทพ ควรจะต้องมีการส่งเสริมและสร้างเข้าใจต่างๆ เช่น รายละเอียด วิธีการลงทุน รวมไปถึงอัตราผลตอบแทนต่างๆ ของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ให้กับนักลงทุนรายใหม่เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อให้นักลงทุนรายใหม่เกิดความเข้าใจต่อกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นอย่างดี และส่งผลต่อการลงทุนในกองทุนประเภทต่างๆ ของธนาคารกรุงเทพต่อไปในอนาคต

5.4.3 ข้อเสนอแนะสำหรับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยธนาคารกรุงเทพควรมีการนำเสนอความหลากหลายของกองทุนให้เลือกลงทุน ให้กับนักลงทุนต่างๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น และควรมีการนำเสนอกระบวนการบริหารกองทุน ที่เป็นหลักปฏิบัติ และเป็นจุดเด่นของธนาคารกรุงเทพ ให้กับกลุ่มนักลงทุนได้รับทราบ รวมถึงการนำเอาหลักการให้ส่วนลด เช่น การลดค่าธรรมเนียมต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการสร้างเสริม และสร้างแรงจูงใจในการซื้อกองทุนต่างๆ ของธนาคารกรุงเทพ เพิ่มมากยิ่งขึ้น

5.4.4 ข้อเสนอแนะสำหรับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ โดยธนาคารกรุงเทพ ควรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีทักษะ และความรู้กับกองทุนต่างๆ ให้อยู่ในระดับดีเยี่ยม เพื่อทำให้เกิดการนำเสนอข้อมูล และรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งจะต้องส่งเสริมให้พนักงานมีใจรักงาน

บริการ มีความเคารพต่อลูกค้า และมีการเก็บความรู้สึกต่างๆ ที่ไม่พึงพอใจกับลูกค้า เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจต่อไป

5.4.5 ข้อเสนอแนะสำหรับปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน โดยธนาคารกรุงเทพ ควรมีการให้ความสำคัญกับความเสี่ยงต่างๆ ในการลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และนำความเสี่ยงต่างๆ มาใช้ โดยนำเสนอว่า กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นกองทุนที่มีความเสี่ยงต่ำ และสามารถหักลดหย่อนภาษี อีกทั้งจะสามารถนำไปใช้ในการเก็บออมเงินเพื่อให้นักลงทุนใช้ชีวิตหลังเกษียณงานได้

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.5.1 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างต่างๆ เพื่อให้ทราบข้อคิดเห็น หรือได้รับข้อมูลในเชิงลึกมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลประโยชน์ต่อการอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

5.5.2 ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอื่นๆ เช่น ค่า t-test และ ANOVA เพื่อหาความแตกต่างของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อไป

บรรณานุกรม

- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. (2531). แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร. ในเอกสารประกอบการสอนวิชาพลศาสตร์ของการสื่อสาร (หน่วยที่ 2). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิตาภา วิเรศธัญ. (2551). การเปรียบเทียบระดับคุณภาพการบริการของร้านกาแฟพรีเมียมแฟรนไชส์ของต่างประเทศกับแฟรนไชส์ของไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชานนท์ รุ่งเรือง. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าและการลดต้นทุนโดยใช้เทคนิคการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมอูมิเนียม. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชีวรรณ เจริญสุข (2547). กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม (โชวห่วย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐ อีรนพโพบูลย์ (2554). ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ถวัลย์ วรเทพพุดพิงษ์. (2530). แนวความคิดกระบวนการและโครงสร้างการตัดสินใจ. เอกสารทางวิชาการประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อเพิ่มพูนความสามารถของกำนันในการบริหารงานพัฒนาชนบท. ขอนแก่น : โฆชะขอนแก่น.
- ตติยา ตาแก้ว. (2556). กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์แกนเฟิสต์. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดารุณณี อินดาวง. (2555). ทศนคติของประชาชนอำเภอเมืองหลวงพระบาง จังหวัดหลวงพระบาง ที่มีต่อการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ลาว. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ผุดผ่อง ตริบุบผา. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพบริการและความภักดีต่อการบริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัญลักษณ์ ประกอบกิจ. (2555). ความพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสินเชื่อบุคคลธรรมดาของธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาช่วงสิงห์ จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นิวัฒน์ วณิชตีสวรรณ. (2553). *ทัศนคติของนักลงทุนในบริษัท เอ็มทีเอส เซลลิ่ง เอเยน จำกัด สาขาเชียงใหม่ ที่มีต่อสัญญาซื้อขายทองคำล่วงหน้าในตลาดอนุพันธ์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- บัณฑิตา วจนานนท์. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการเลือกซื้อผักไฮโดรโปนิคส์. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- ภูตินันท์ อติพิทยางกูร. (2555). *การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพฯ : ภู. อติพิทยางกูร.*
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). *ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมายเรื่องง่ายๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. ข่าวสารการวิจัยการศึกษา, 18(3), 8-11.*
- วุฒิชัย จำนงค์. (2525). *การจูงใจในองค์การธุรกิจ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : วิสิทธ์วัฒนา.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.*
- สิริพร ปวนคำมา. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการใช้บริการสินเชื่อของบริษัทสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับธนาคารแห่งประเทศไทยในอำเภอเมืองลำพูน. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.*
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2517). *การบริหาร. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.*
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- เสกสรร โตวิวัฒน์ และวรวรรณ ธาราภูมิ. (2557). *Money Tips : ทำไมกองทุน LTF ของ บลจ.บัวหลวง จึงมีนโยบาย ไม่จ่ายเงินปันผล. สืบค้นจาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000098182>.*
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถการ ไส้ไทย. (2556). *แรงจูงใจของนักลงทุนในการตัดสินใจลงทุนในหุ้น IPO. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2003). *Marketing and introduction* (6th ed.). New Jersey: Pearson.
- Etzel, M. J., Walker, B. J., & Stanton, W. J. (2001). *Marketing* (12th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Gibson, J. L. (2000). *Organizations Behavior* (7th ed.). Boston : Irwin.
- Gronroos, C. (1990). *Service management and marketing-Managing the moments of Truth in Service Competition*. Massachusetts : Lexington.
- Hunt, T., & Ruben, B.D. (1993). *Mass Communication: Producers and Consumers*. New York : Harper College.
- Klapper, J. T. (1960). *The Effects of mass communication*. Glencoe : Free.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management : Analysis Planning, Implementation And Control*. New Jersey : Prentice – Hall.
- Rust, R. T., & Zahorik, A. J. (1993). Customer satisfaction, customer retention, and market share. *Journal of Retailing*, 69, 193-215.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (1994). *Consumer behavior*. New Jersey : Prentice Hall.



แบบสอบถาม

เรื่อง: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากทุกท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกหัวข้อตามความเป็นจริงและตามความคิดเห็นของท่าน เพื่อที่จะได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลที่ท่านตอบผู้วิจัยจะถือเป็นความลับ และขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางสาวจิรัชญา รัตนเพียร

นักศึกษาปริญญาโทมหาวิทยาลัย

กรุงเทพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียง

1. เพศ 1) ชาย 2) หญิง
2. อายุ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี 2) 26-30 ปี 3) 31-40 ปี 4) 41-50 ปี 5) 50 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ 1) โสด 2) สมรส 3) หม้าย / หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษา 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี 3) ปริญญาโท 4) ปริญญาเอก
5. อาชีพ 1) เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ 2) พนักงานบริษัทเอกชน 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ 4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท 2) 20,001 - 50,000 บาท
 3) 50,001 - 80,000 บาท 4) 80,001 - 100,000 บาท 5) 100,001 บาทขึ้นไป

7. จำนวนเงินที่ลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ต่อปีอยู่ที่ประมาณเท่าใด

- 1) 5,000 - 20,000 บาท 2) 20,001 - 30,000 บาท
 3) 30,001 - 40,000 บาท 4) 40,001 - 50,000 บาท
 5) 50,001 บาทขึ้นไป

8. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนของท่านมากที่สุด

- 1) ตนเอง 2) เพื่อน / ญาติพี่น้อง 3) พนักงานธนาคาร
 4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.ท่านมีความสนใจในการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจและทิศทางของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย(SET INDEX)					
2.ท่านสามารถดูรายละเอียดเกี่ยวกับหนังสือชี้ชวนและผลดำเนินงานของกองทุนในอดีตได้ทางWebsiteหรือสามารถสอบถามจากตัวแทนขายของบลจ.ได้					
3.ท่านมีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)					
4.ท่านมีเป้าหมายจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)					
5.ท่านสามารถศึกษาข้อมูลของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ได้ด้วยตนเอง					
6.ท่านสามารถนำประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการลงทุนในสินทรัพย์อื่นๆได้					

ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านเข้าใจเงื่อนไขการลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)					
2. ท่านคิดว่ากรณีที่เงินออมในรูปของกองทุนมีความมั่นคงกว่าการออมในรูปแบบอื่น					
3. ท่านเปรียบเทียบผลประกอบการย้อนหลังของบริษัทหลักทรัพย์ที่ท่านจะลงทุนกับบริษัทหลักทรัพย์อื่นๆ					
4. ท่านรู้สึกว่าคุณภาพ.ธนาคารกรุงเทพมีความน่าเชื่อถือ					
5. ท่านเชื่อมั่นในการบริหารกองทุนของผู้จัดการกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)					
6. ท่านพึงพอใจในการให้บริการของบมจ.ธนาคารกรุงเทพ					
7. ท่านต้องลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)ต่อไป					
8. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นที่ท่านรู้จักลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)					

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. เงื่อนไขและนโยบายในการลงทุนเช่นกองทุนจะเน้นลงทุนในหุ้นที่มีปัจจัยพื้นฐานดีและศักยภาพในการเติบโตสูง					
2. ผลการดำเนินงานของกองทุนรวม LTF มีผลประกอบการติดอันดับ TOP 5					
3. ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุนหลักทรัพย์					
4. มีความหลากหลายของกองทุนให้เลือกลงทุนซึ่งแต่ละกองทุนแบ่งตามนโยบายการลงทุนหรือตามความเสี่ยงของการลงทุน					
5. ท่านจะลงทุนในช่วงที่ทิศทางของดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย(SET INDEX) ปรับตัวลง เพื่อสามารถซื้อหน่วยลงทุนได้ในราคาถูก					
6. มีการคิดค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนอยู่ในอัตราที่เหมาะสม					
7. มีช่องทางในการซื้อที่หลากหลายเช่น ATM, Internet Banking, MBanking					
8. สามารถชำระค่าจองซื้อหน่วยลงทุนด้วยบัตรเครดิตธนาคารกรุงเทพได้					
9. ธนาคารกรุงเทพมีสาขาครอบคลุมทั่วประเทศ					
10. สื่อโฆษณาต่างๆ อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เชิญชวนให้ตัดสินใจลงทุน					
11. มีการร่วมออกบูธตามงานมหกรรมการเงินต่างๆอย่างสม่ำเสมอเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย					

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.พนักงานให้ข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขการลงทุนที่ชัดเจน					
2.พนักงานสามารถให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการลงทุนได้เป็นอย่างดี					
3.พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะได้ดีสามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้					
4.มีจดหมายหรือพนักงานติดต่อไปยังท่านเพื่อเชิญชวนให้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)					
5.มีการบริการหลังการขายที่ดี					

ปัจจัยด้านการตัดสินใจลงทุน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.ท่านมีการเปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลต่างๆของกองทุนรวม LTF ผลการดำเนินงานและนโยบายการลงทุนของแต่ละบลจ.ก่อนการเลือกลงทุนแต่ละครั้ง					
2.ท่านลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพื่อกระจายความเสี่ยงในการลงทุน					
3.การกำหนดอัตราภาษีมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน					
4.การส่งเสริมการลงทุนมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน					
5.การกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีผลต่อการตัดสินใจลงทุน					
6.เพื่อเก็บเป็นเงินออมหรือเงินลงทุนในอนาคต					
7.เพื่อใช้ชีวิตหลังเกษียณงานอย่างมีคุณภาพ					
8.การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานสาขารณาคาร					
9.ท่านสอบถามบุคคลรอบข้างก่อนตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)					
10.ท่านจะแนะนำให้บุคคลรอบข้างลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

จิรัชญา รัตนเพียร

อีเมล

jiratcha.ratt@bumail.net

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2555 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 27 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) จิรัฐย์ชา สัตยาพงษ์ อยู่บ้านเลขที่ 99/927
ซอย หทัยราษฎร์ 33 ถนน หทัยราษฎร์ ตำบล/แขวง บางเขน
อำเภอ/เขต คลองสามวา จังหวัด จกท. รหัสไปรษณีย์ 10510
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7560202835
ระดับปริญญา ตรี โท เอก
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม
ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ของลูกค้า บลจ. อชาตภัฏ กรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาอื่น ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ [REDACTED] ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
([REDACTED])

ลงชื่อ [REDACTED] ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ [REDACTED] พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลีมลาวลัย)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ [REDACTED] พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร