

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจ
ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุน
ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

THE RELATIONSHIP BETWEEN MARKETING STRATEGY AND
THE CONSUMER DECISION PROCESS IN INVESTMENT ON
LONG-TERM EQUITY FUNDS OF THE EASTERN
IN THAILAND

นางลักษณ์ ทรัพย์สมบูรณ์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจ
ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุน
ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

นางลัดขันธ์ ทรัพย์สมบูรณ์

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการตลาด

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2559

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย
ชื่อ - นามสกุล	นางสาวนงลักษณ์ ทรัพย์สมบูรณ์
วิชาเอก	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสานนท์, บธ.ม.
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด และปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent Sample t-test, One-Way ANOVA, LSD และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการวิจัย พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ บลจ. ไทยพาณิชย์ จำกัด เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี รายได้ 10,000-50,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการลงทุนน้อยกว่า 1 ปี และมีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ 5% และผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด กระบวนการตัดสินใจ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว

Thesis Title	The Relationship Between Marketing Strategy and the Consumer Decision Process in Investment on Long-Term Equity Mutual Funds of the Eastern in Thailand
Name - Surname	Miss Nongluk Subsomboon
Major Subject	Marketing
Thesis Advisor	Associate Professor Apirada Suttisanon, M.B.A.
Academic Year	2016

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the various factors consisting of demographic factors, marketing strategies factors, and personal economic factors, had relationship with the decision making process for investors' Long Term Equity Fund Investment (LTF) in the Eastern Thailand.

The sample group included 400 investors investing in the Long Term Equity Fund (LTF) in the Eastern Thailand. The research instrument was a questionnaire. The Descriptive statistics included Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation, and inferential statistics included Independent Sample t-test, One-Way ANOVA, LSD, and Pearson's Correlation Coefficient were used for data analysis.

The research result revealed that most of the investors investing in the Long Term Equity Fund (LTF) of the Siam Commercial Bank Asset Management Co. Ltd. were single female aged 30-39 holding a bachelor's degree and having a monthly income 10,000-50,000 baht. They have been working in a state enterprise with the personal income tax base at 5% and had less than 1 year of experience. The analysis result of hypothesis test indicated that the marketing strategy factors including Price, Distribution, Marketing Promotion, Personnel, Service Process and Physical Characteristics had relationship with the decision making process in the Long Term Equity Fund (LTF).

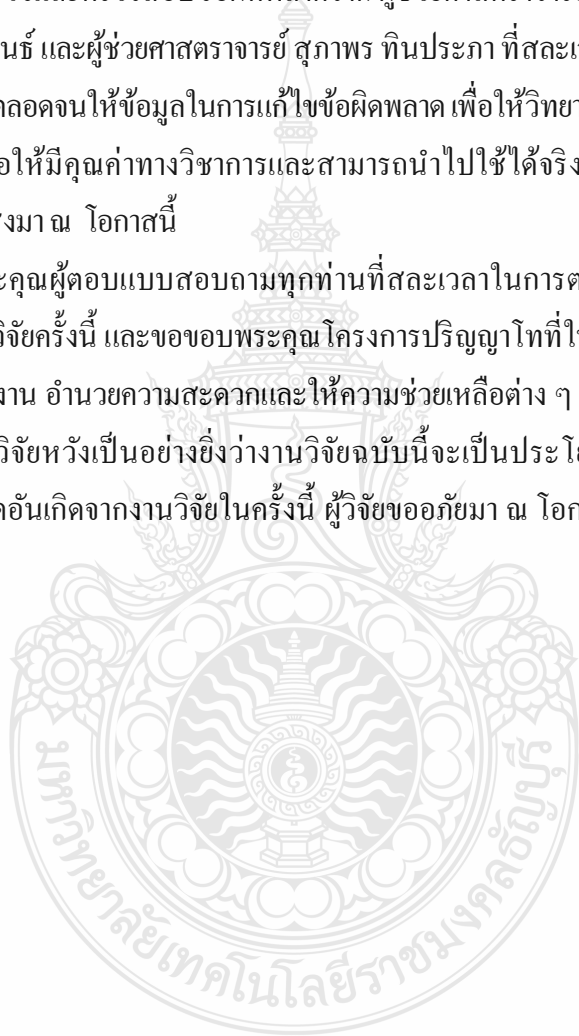
Keywords: marketing strategies, consumer decision process, Long-Term Equity Mutual Funds

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จากความอนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือ และคำแนะนำจาก ดร.เฉลิมศักดิ์ เลิศวงศ์เสถียร ประธานกรรมการ การให้ข้อคิด วิธีการ เพื่อนำมาแก้ไข ปรับปรุงงานวิจัยจาก รองศาสตราจารย์อภิธา สุทธิสานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ การให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางในการแก้ไขและตรวจสอบข้อผิดพลาดจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพร นิลาภรณ์กุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาพร ทินประภา ที่สละเวลาให้คำแนะนำการใช้สถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนให้ข้อมูลในการแก้ไขข้อผิดพลาด เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เพื่อให้มีคุณค่าทางวิชาการและสามารถนำไปใช้ได้จริงในเชิงธุรกิจ ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้ ได้มา ซึ่งข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณ โครงการปริญญาโทที่ให้แหล่งค้นคว้าข้อมูลเนื้อหา ตลอดจน การประสานงาน อำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับทุกท่าน หากมี ข้อบกพร่องประการใดอันเกิดจากงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขออภัยมา ณ โอกาสนี้



นงลักษณ์ ทรัพย์สมบูรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(18)
บทที่ 1 บทนำ	19
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	19
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	22
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	23
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	23
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	24
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	26
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	27
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	28
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	31
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ	46
2.4 ความรู้เกี่ยวกับกองทุนรวมและการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF).....	56
2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม	68
2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย.....	73
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	77
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	86
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	86
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	87
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	92

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	92
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	95
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	95
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	96
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	185
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	185
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย	191
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	193
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	194
บรรณานุกรม	195
ภาคผนวก	199
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	200
ภาคผนวก ข การทดสอบ 30 ตัวอย่าง	209
ภาคผนวก ค การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)	214
ภาคผนวก ง การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	222
ประวัติผู้เขียน	253

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงความแตกต่างระหว่างกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	20
ตารางที่ 1.2 แสดงการเจริญเติบโตของธุรกิจการจัดการกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ปี 2554-2558.....	21
ตารางที่ 2.1 ตารางสรุปการลดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	30
ตารางที่ 2.2 แสดงสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างของกองทุนปิดและกองทุนเปิด	63
ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม	69
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่ลงทุน	97
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	97
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	98
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	98
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้	99
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ	99
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	100
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการลงทุน	100
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุน กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	101

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญเกี่ยวกับ กลยุทธ์ทางการตลาดในภาพรวม	101
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านผลิตภัณฑ์	102
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านราคา	103
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	104
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการส่งเสริมการตลาด	106
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านบุคคลากร	107
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านกระบวนการบริการ	108
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	109
ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ เกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ในภาพรวม	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ด้านรายได้	111
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ด้านค่าใช้จ่าย	112
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ด้านสินเชื่อก	113
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ด้านการออม	114
ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวม	115
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน	116
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	117
ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก	118
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน	119
ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังกการลงทุน.....	120

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)	121
ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อ กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)	122
ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน	123
ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูล	124
ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดทางเลือก	125
ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน	126
ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน	127
ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันส่งผล ต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF).....	128
ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูล	130
ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดทางเลือก	131
ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน	132
ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน	133
ตารางที่ 4.42 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกันส่งผล ต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF).....	135
ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน	136
ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	137

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก	138
ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน	139
ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน	140
ตารางที่ 4.48 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผล ต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	141
ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	142
ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน	143
ตารางที่ 4.51 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผล ต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	144
ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน	145

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่ต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	156
ตารางที่ 4.54 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่ต่างกันส่งผล ต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	147
ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่ต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน	148
ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่ต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	149
ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่ต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก	150
ตารางที่ 4.58 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่ต่างกัน กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน	151
ตารางที่ 4.59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่ต่างกัน กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน	152
ตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่ต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	153

สารบัญตาราง (ต่อ)

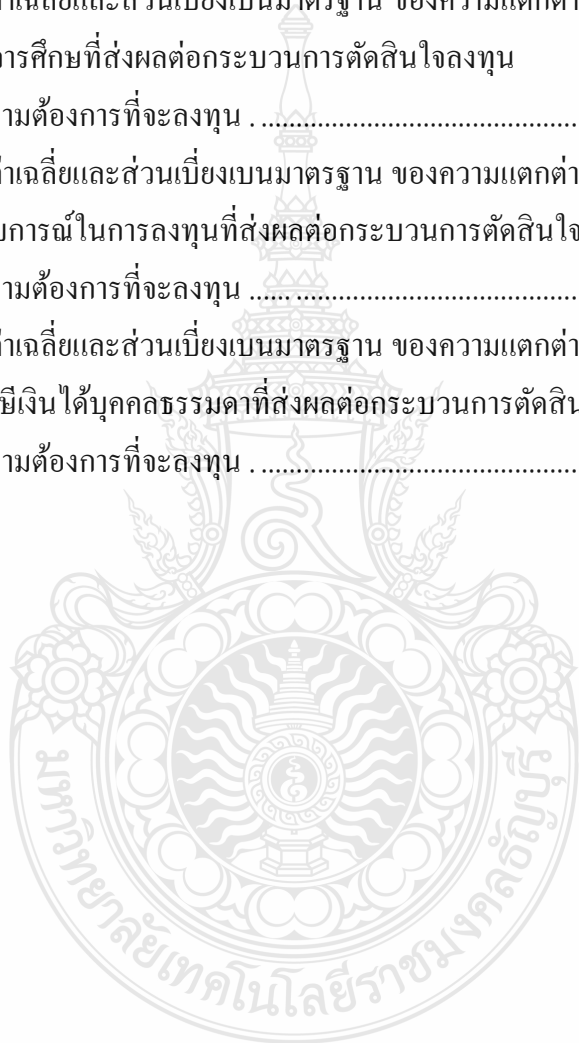
	หน้า
ตารางที่ 4.61 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	154
ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก	156
ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน	157
ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน	158
ตารางที่ 4.65 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน	160
ตารางที่ 4.66 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	161
ตารางที่ 4.67 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก	163
ตารางที่ 4.68 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน	164
ตารางที่ 4.69 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมภาย	166
ตารางที่ 4.70 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน	168

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.71 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	169
ตารางที่ 4.72 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก	170
ตารางที่ 4.73 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน	171
ตารางที่ 4.74 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมภายหลังกการลงทุน	172
ตารางที่ 4.75 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่าง ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	173
ตารางที่ 4.76 แสดงผลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน	174
ตารางที่ 4.77 แสดงผลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน	175
ตารางที่ 4.78 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างเพศ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน	176
ตารางที่ 4.79 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างอายุ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน.....	177
ตารางที่ 4.80 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างอาชีพ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน	178
ตารางที่ 4.81 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างรายได้ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน	179

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.82 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างสถานภาพ ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน	180
ตารางที่ 4.83 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่าง ระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน	181
ตารางที่ 4.84 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่าง ประสบการณ์ในการลงทุนที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน	182
ตารางที่ 4.85 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่าง ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน	183



สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	แสดงมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ปี 2554-2558	21
ภาพที่ 1.2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	26
ภาพที่ 2.1	ขั้นตอนระหว่างการประชุมทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ	53
ภาพที่ 2.2	แสดงกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ	56
ภาพที่ 2.3	แสดงกระบวนการทำงานของกองทุนรวม	59



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในตลาดการเงินปัจจุบันมีเครื่องมือในการลงทุนหลากหลายชนิด เพื่อตอบสนองรูปแบบและความต้องการในการลงทุนของผู้ลงทุน กองทุนรวมก็เป็นเครื่องมือในการลงทุนอีกชนิดหนึ่งของผู้ลงทุนรายย่อยที่มีข้อจำกัดในการลงทุนในตลาดเงินสามารถลงทุนได้โดยการซื้อหน่วยลงทุน หรือหลักทรัพย์ที่ออกขายโดยบริษัทจัดการลงทุน การลงทุนในกองทุนรวมมีข้อดีดังนี้ กองทุนรวมจัดการลงทุน โดยผู้จัดการกองทุนมืออาชีพ

1. กองทุนรวมสามารถลดความเสี่ยงในการลงทุนได้ดีกว่าด้วยการกระจายการลงทุน
2. กองทุนรวมมีนโยบายการลงทุนที่หลากหลายให้เลือกลงทุน
3. กองทุนรวมช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในกระบวนการลงทุน
4. กองทุนรวมให้ความสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อขาย
5. กองทุนรวมมีสภาพคล่อง
6. กองทุนรวมได้รับประโยชน์ทางภาษี
7. กองทุนรวมเป็นผู้ลงทุนประเภทสถาบัน
8. กองทุนรวมมีกลไกปกป้องผู้ถือหน่วยลงทุน
9. กองทุนรวมบางประเภทมีการนำผลตอบแทนที่ได้ไปลงทุนต่อ

ข้อดีของกองทุนรวมมีหลากหลายด้านนอกจากยังมีกองทุนรวมพิเศษที่ได้รับการจัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการออมการลงทุนในระยะปานกลาง-ยาว เป็นการลดภาระงบประมาณด้านการดูแลสุขภาพให้กับภาครัฐ เนื่องจากสังคมไทยกำลังเข้าสู่ยุคสังคมผู้สูงอายุ (Aging Population) ประกอบกับปัจจุบันประชาชนมีความรู้เรื่องทางการเงิน (Finance Literacy) มากขึ้น ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากประชาชนมีความรู้ด้านการลงทุนที่เหมาะสม ส่งผลให้มีความมั่งคั่งมากขึ้น พร้อมกับเสถียรภาพของเศรษฐกิจประเทศดีขึ้นในระยะยาว เนื่องจากมีตลาดทุนที่เข้มแข็ง รวมถึงมีเงินออมแบบผูกพันระยะยาวและทำให้ประเทศมีแหล่งเงินลงทุนระยะยาวเพิ่มขึ้น สามารถนำเงินดังกล่าวไปใช้ในการลงทุนเพื่อพัฒนาประเทศและลดการพึ่งพาเงินลงทุนจากต่างประเทศได้ ปัจจุบันมีกองทุน 2 ประเภทได้แก่ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long-term Equity Fund) และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund: RMF) กองทุน 2 ประเภทนี้มีแรงจูงใจผู้ลงทุนที่เหมือนกัน คือ สิทธิประโยชน์ทางภาษีแต่มีเงื่อนไขที่แตกต่างกัน ดังนี้ (ตลาดการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์, 2555)

ตารางที่ 1.1 แสดงความแตกต่างระหว่างกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวม
หุ้นระยะยาว (LTF)

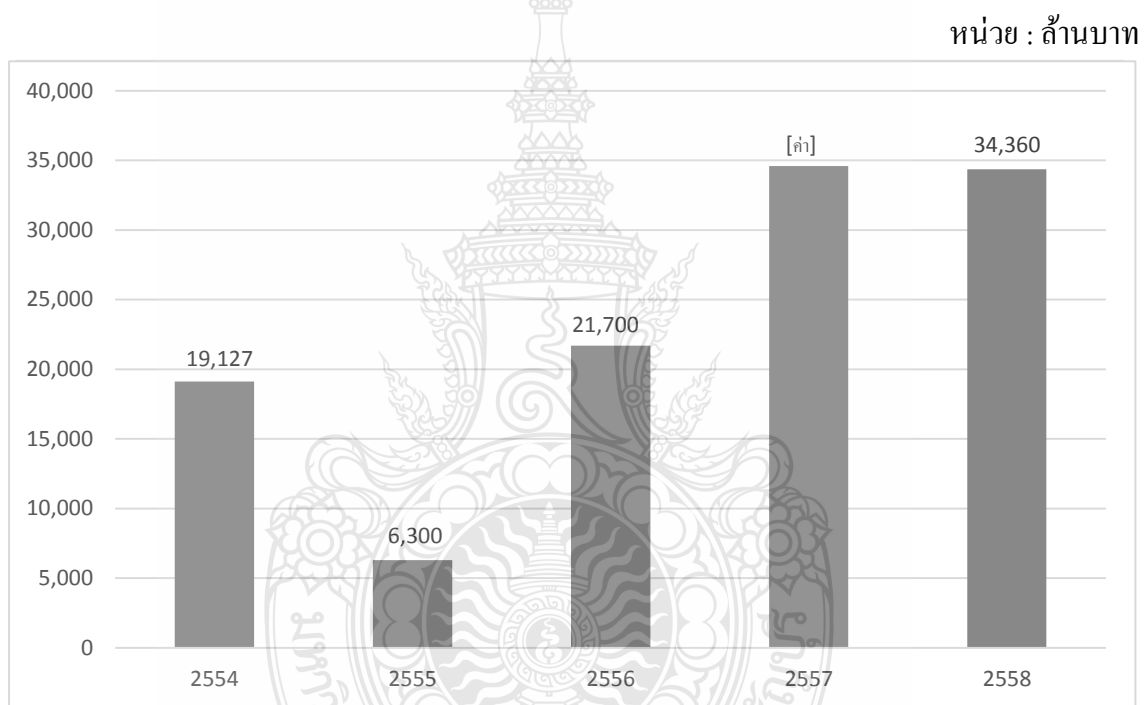
เปรียบเทียบ	กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ(RMF)
นโยบายการลงทุน	ลงทุนในหุ้นระยะยาวไม่ต่ำกว่า 65%	มีการลงทุนที่หลากหลายเน้นเพื่อมีเงินออมไว้ใช้หลังเกษียณ
การจ่ายเงินปันผล	มีทั้งที่จ่ายเงินปันผลและไม่จ่ายเงินปันผล	ไม่มีการจ่ายเงินปันผล
เงื่อนไขการซื้อ	ไม่จำเป็นต้องซื้อต่อเนื่องทุกปี	ซื้อต่อเนื่องทุกปี
เงื่อนไขการขายคืน	ลงทุนมากกว่า 5 ปีปฏิทิน	ลงทุนมากกว่า 5 ปีและอายุเกิน 55 ปี
การลงทุนสูงสุด	15%ของเงินได้พึงประเมินไม่เกิน 500,000 บาท	15%ของเงินได้พึงประเมินไม่เกิน 500,000 บาท (เมื่อรวมกับกองทุนสำรองเลี้ยงชีพทบข.,ประกันชีวิตชนิดบำนาญ,กองทุนสงเคราะห์ครูเอกชน)
การลงทุนขั้นต่ำ	ไม่มี ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ บลจ.กำหนด	3%ของเงินได้พึงประเมินหรือ 5,000 บาทโดยเลือกจำนวนที่ต่ำกว่า
การนับปี	ซื้อช่วงไหนของปีก็นับเป็น 1 ปี	นับวันชนวนที่ลงทุนถึงจะคิดเป็น 1 ปี

ที่มา : ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (โครงการให้เงินทำงานผ่านกองทุนรวม) (2558)

จากตารางที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของเงื่อนไขต่างในการลงทุนระหว่างกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กองทุนทั้ง 2 ประเภทนี้มีลักษณะเด่นที่เหมือนกันคือผู้ลงทุนจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี แต่ก็ยังมีความแตกต่างกันในเรื่องของการจ่ายเงินปันผล เงื่อนไขการซื้อ การขายคืน การลงทุนขั้นต่ำ และการนับปีของการลงทุน จึงทำให้การเติบโตของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) รวดเร็วกว่ากองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) เพราะการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มีทั้งที่จ่ายเงินปันผลและไม่จ่ายเงินปันผล ไม่มีการกำหนดเงินลงทุนขั้นต่ำ ไม่จำเป็นต้องซื้อต่อเนื่องทุกปี และการนับปีปฏิทินแม้ซื้อช่วงไหนก็นับเป็น 1 ปี ซึ่งเห็นได้จากมีจำนวนผู้ลงทุนรายใหม่ที่สนใจในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มากขึ้นในปัจจุบัน อีกทั้งผู้ลงทุนรายเดิมที่เคยลงทุนอยู่แล้วมีการลงทุนเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้มูลค่าทรัพย์สินสุทธิกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในช่วงปี 2554-2558 ซึ่งแสดงในรายละเอียด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.2 แสดงการเจริญเติบโตของธุรกิจการจัดการกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ปี 2554-2558

รายการ	ข้อมูล ณ สิ้นปี				
	2558	2557	2556	2555	2554
จำนวนบริษัทจัดการที่มี LTF	18	20	20	20	20
จำนวนกองทุน	53	53	52	52	52
มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (พันล้านบาท)	277.31	271.023	213.912	199.605	148.25



ภาพที่ 1.1 แสดงมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ปี 2554-2558

ที่มา : บริษัท มอร์นิ่งสตาร์ รีเสิร์ช (ประเทศไทย) (2558)

จากตารางที่ 1.2 และภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นถึงสถิติการเจริญเติบโตของธุรกิจการจัดการกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ปี 2554-2558 มีมูลค่าทรัพย์สินสุทธิเพิ่มมากขึ้น นอกจากผู้ลงทุนจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีแล้วปัจจุบันกองทุนรวมเป็นรูปแบบการออมเงินที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับ ซึ่งสมาคมตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีโครงการส่งเสริมการออมเงินผ่านกองทุนรวมเพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานของกองทุนรวม พร้อมทั้งมีการพัฒนาเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น นอกจากนี้ผลกระทบจากการปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ ส่งผลให้นักลงทุนใช้กองทุนรวมเป็นทางเลือกหลัก

ในการบริหารเงิน ประกอบกับการลดวงเงินการคุ้มครองเงินฝากของสถาบันคุ้มครองเงินฝากที่สำคัญการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลายของธนาคารพาณิชย์และบริษัทจัดการกองทุนรวมเพื่อสามารถตอบโจทย์นักลงทุนที่กำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นกองทุนรวมที่เกิดขึ้นโดยมติคณะรัฐมนตรีเมื่อ วันที่ 27 เมษายน 2557 ตามแผนพัฒนาตลาดทุนไทยและมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มสัดส่วนนักลงทุนสถาบันในประเทศ ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้นในระยะยาวเพื่อลดความผันผวนของดัชนีตลาดหลักทรัพย์จากแรงซื้อขายของนักลงทุนต่างประเทศรวมถึงส่งเสริมทักษะการลงทุนระยะยาวในหุ้นด้วย (สภาพตลาดธุรกิจตลาดทุนไทย, 2557) กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จึงเป็นเครื่องมือทางการเงินอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถส่งเสริมในเรื่องของการออมเงินระยะยาวเหมาะสำหรับบุคคลทำงานที่มีรายได้และเสถียรภาพ มีเป้าหมายในการลงทุน เช่น สร้างโอกาสในการรับผลตอบแทนจากการลงทุนในหุ้น ลดหย่อนภาษี และเป็นการสร้างวินัยในการลงทุนได้ ปัจจุบันมีกลุ่มผู้ที่สนใจลงทุนมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ต่างกันปรับกลยุทธ์ทางการตลาดกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ที่มีบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม นโยบายการลงทุนในรูปแบบต่าง ๆ ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยศึกษาเก็บข้อมูลจากนักลงทุนของบและด้วยปัจจุบันภาคตะวันออกของประเทศไทย มีความก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งนิคมอุตสาหกรรมสำหรับการผลิตสินค้าส่งออกยังต่างประเทศ ประกอบกับมีการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ถือเป็นภาคที่มีประชากรที่มีศักยภาพในการลงทุนสูง ซึ่งสามารถนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจของนักลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพได้ นอกจากนี้เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.2.2 เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

1.3.2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.3.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเป้าหมายและประชากร เป็นการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่ลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม 4 แห่ง ได้แก่

- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม กสิกรไทย จำกัด
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม กรุงศรี จำกัด
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ไทยพาณิชย์ จำกัด

1.4.2 ขอบเขตพื้นที่การศึกษา การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากประชากรในภาคตะวันออกประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี ชลบุรี ตราด ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก และ

สระแก้ว กลุ่มตัวอย่างกำหนดจากจำนวนนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน โดยวิธีการคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย เฉพาะผู้ที่เคยลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ระหว่าง เมษายน-พฤษภาคม 2560

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

กองทุนรวม หมายถึง การลงทุนที่นำเงินของผู้ซื้อหน่วยลงทุนหลาย ๆ รายมารวมกันและมีการบริหารจัดการกองทุน โดยมีอาชีพในการจัดการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับกองทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จากนั้นนำผลตอบแทนที่ได้มาเฉลี่ยกลับคืนให้กับผู้ซื้อหน่วยลงทุนตามสัดส่วนการลงทุนในกองทุนรวม

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long-Term Equity Fund: LTF) หมายถึง เป็นกองทุนรวมที่มีความพิเศษคือมีจุดมุ่งหมาย เพื่อส่งเสริมการลงทุนในตลาดหุ้นระยะยาว ผู้ลงทุนจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีตามเงื่อนไขที่กรมสรรพากรกำหนด และเพื่อเป็นการออมเงินไว้ใช้ในอนาคต

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน หมายถึง บริษัทที่ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ที่เกี่ยวกับการบริหารเงินแก่ลูกค้าในรูปแบบของการจัดการแบบกองทุนรวม (Mutual Fund) กองทุนรวมส่วนบุคคล (Private Fund) และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ (Provident Fund)

กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง การวางแผน วิธีการ และเทคนิคในการบริหารกิจกรรมทางการตลาดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของตลาดกองทุนรวม ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ

1. ผลิตภัณฑ์กองทุนรวม หมายถึง กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ที่มีนโยบายการลงทุนที่แตกต่างกันในแต่ละบริษัทจัดการกองทุนรวม

2. ราคากองทุนรวม หมายถึง ราคาซื้อและราคาขายต่อหน่วย เมื่อนักลงทุนต้องการลงทุนก็จะดูราคาซื้อ แต่เมื่อนักลงทุนต้องการผลตอบแทนจากการลงทุนก็จะดูราคาขาย

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายกองทุนรวม หมายถึง ช่องทางในการเสนอขายกองทุนรวมให้แก่ นักลงทุนในเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม นักลงทุนสามารถลงทุนได้สะดวกและรวดเร็ว

4. การส่งเสริมการตลาดกองทุนรวม หมายถึง การสร้างแรงจูงใจ โดยใช้เครื่องมือทางการตลาด เพื่อกระตุ้นนักลงทุนให้เกิดความสนใจ ตระหนักรู้ และเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจลงทุน

5. บุคคลากรผู้ให้บริการด้านกองทุนรวม หมายถึง ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในกระบวนการให้บริการด้านกองทุนรวม ซึ่งต้องผ่านการฝึกอบรมและทดสอบเพื่อได้รับใบอนุญาตในการแนะนำการลงทุนด้านหลักทรัพย์ เพื่อสามารถให้คำแนะนำที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้า

6. กระบวนการให้บริการด้านกองทุนรวม หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการกองทุนรวม เช่น การเปิดบัญชีกองทุนรวม การสับเปลี่ยน การซื้อ และการขายกองทุนรวม เพื่อส่งมอบการบริการอย่างมีคุณภาพ รวดเร็วและถูกต้องแก่นักลงทุน

7. ลักษณะทางกายภาพด้านกองทุนรวม หมายถึง สถานที่ บรรยากาศ บริเวณที่ให้บริการด้านกองทุนรวม เป็นสิ่งจูงใจที่สามารถมองเห็น ดึงดูดความสนใจและทำให้นักลงทุนมองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน

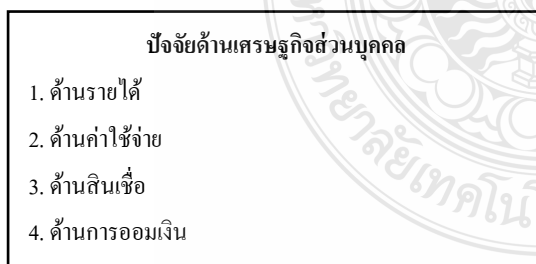
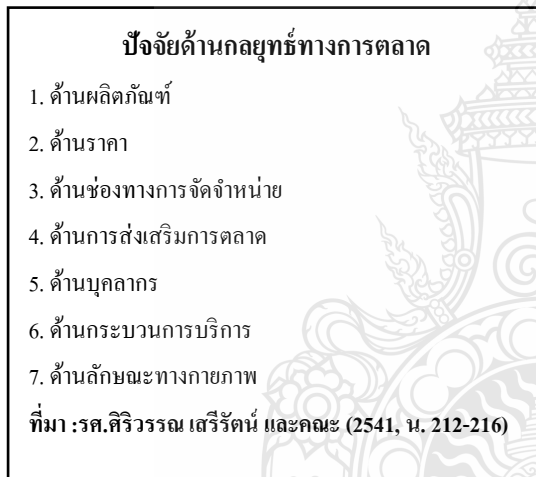
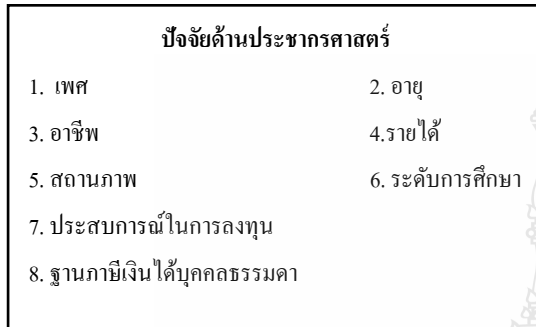
กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค หมายถึง การที่ผู้บริโภคตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม โดยมีกระบวนการตั้งแต่การรับรู้ถึงปัญหา การแสวงหาทางเลือก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจลงทุน และพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

ภาคตะวันออก หมายถึง เป็นภูมิภาคย่อยทางตะวันออกของประเทศไทย เดิมถือเป็นส่วนหนึ่งของภาคกลาง อยู่ติดชายฝั่งอ่าวไทยด้านตะวันออก นับเป็นอีกภูมิภาคหนึ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นแหล่งอุตสาหกรรมของประเทศ

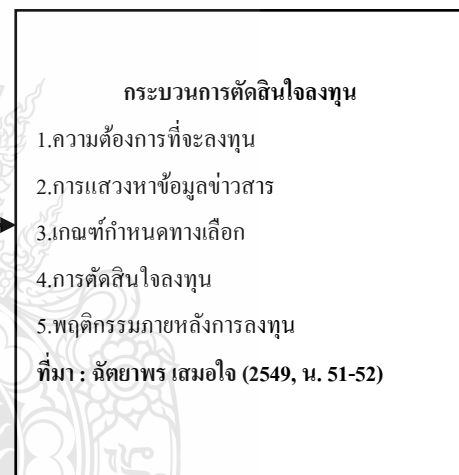
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล หมายถึง ภาวะต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน สร้างกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มจำนวนนักลงทุนและกลุ่มเป้าหมายใหม่ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

1.7.2 เพื่อทราบถึงความสามารถของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย

1.7.3 ผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน สามารถนำผลการศึกษาเป็นข้อมูลในการบริหารและการพัฒนารูปแบบการลงทุนเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ลงทุนได้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษางานวิจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเพื่อให้สอดคล้องกับกรอบแนวความคิดและเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อการรวบรวมข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์ต่อไป มีดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ
- 2.4 ความรู้เกี่ยวกับกองทุนรวมและการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
- 2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

Bearden, Ingram และ LaFong (2005, p. 23) ได้อธิบายว่า สิ่งแวดล้อมด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Environment) หมายถึง ขนาดของประชากร การกระจายตัวของประชากรและอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรในแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นที่น่าสนใจของนักการตลาดเพราะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ประชากรจากประเทศที่ต่างต่างกัน วัฒนธรรมต่างกัน กลุ่มอายุต่างกัน หรือความแตกต่างกันของครัวเรือน แสดงถึงพฤติกรรมการซื้อที่ต่างกัน

สมจิตร ล้วนจำเริญ (2548) ได้อธิบายว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะประชากรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา ขนาดของครอบครัว ที่อยู่อาศัย เชื้อชาติ และการใช้เวลา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2541, น. 38) ได้อธิบายว่า การประชากรศาสตร์เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถิติที่อธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึง อายุ เพศ วงจรชีวิตของครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ในการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์จะชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่และช่วยคาดคะเนความต้องการของประชากรได้เป็นอย่างดี

ปณิศา มีจินดา (2556) ได้อธิบายว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึงข้อมูลสำมะโน เป็นข้อมูลสำหรับนักการตลาดทางด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา จำนวนประชากร ลักษณะครอบครัว เชื้อชาติ ศาสนา และสีผิว เพื่อศึกษาความเข้าใจในพฤติกรรมของนักลงทุนเพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ (2548) ได้อธิบายว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติและสัญชาติ ซึ่งโดยรวมจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณในการการลงทุน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549) ได้อธิบายว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาถึง ประสบการณ์ในการลงทุนและฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ส่งผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายและสามารถเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมายได้ โดยมีลักษณะส่วนบุคคลที่ต่างกันจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนที่ต่างกันด้วย สามารถวิเคราะห์แต่ละปัจจัยได้ดังนี้

1. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในด้านของพฤติกรรมในการบริโภคที่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากมีอารมณ์ ความรู้สึก การรับรู้และกระบวนการตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ที่ต่างกัน

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคแต่ละรายมีพฤติกรรมการใช้บริการที่ต่างกัน เนื่องจากการมีประสบการณ์ชีวิตที่ต่างกัน เช่น ผู้สูงอายุจะพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ประกอบการตัดสินใจลงทุนมากกว่าวัยรุ่นที่มีการตัดสินใจรวดเร็วและใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ยังไม่เพียงพอ

3. ระดับการศึกษา (Education) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความคิด ค่านิยม พฤติกรรมแตกต่างกัน ซึ่งคนที่มีการศึกษาระดับสูงอาจมีมุมมอง ทักษะที่ดีกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

4. อาชีพ (Occupation) อาชีพของคนแต่ละคนนั้น จะนำไปซึ่งความต้องการในผลิตภัณฑ์และบริการที่ต่างกัน เช่น ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพื่อสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีแต่ผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น เช่น ธุรกิจส่วนตัวหรือพนักงานเอกชน นอกจากจะได้รับประโยชน์ด้านภาษีแล้วแล้ว เป็นลงทุนเพื่อเป็นการออมเงินไว้ใช้ในอนาคต

5. รายได้ (Income) ส่งผลต่ออำนาจการตัดสินใจและปริมาณเงินของการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เช่นผู้ที่มีรายได้มากก็จะมีปริมาณเงินในการลงทุนมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

6. สถานภาพ (Status) สถานภาพ โสด สมรส หม้าย หรือหย่าร้าง ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นส่วนที่ทำให้เกิดความต้องการในสินค้าและบริการนั้น ๆ โดยที่มีกระบวนการตัดสินใจที่ต่างกัน ด้วย เช่น ผู้ที่มีครอบครัวแล้วจะมีการใช้จ่ายที่ประหยัดมากขึ้น เป็นต้น

7. ประสบการณ์ในการลงทุน ความรู้ ความชำนาญ เกิดจากการที่นักลงทุนเคยลงทุนหรือพบเห็นมาก่อน ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจของนักลงทุน

8. ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ภาษีที่จัดเก็บจากบุคคลทั่วไปหรือจากหน่วยภาษีที่มีลักษณะพิเศษ ตามที่กฎหมายกำหนดและมีรายได้เกิดขึ้นตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยปกติจัดเก็บเป็นรายปี รายได้ที่เกิดขึ้นในปีใด ๆ ผู้มีรายได้มีหน้าที่ต้องนำไปแสดงรายการตนเองตามแบบแสดงรายการภาษีที่กำหนดภายในเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคมของปีถัดไป ในการลดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางสรุปการลดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ขั้นที่	เงินได้สุทธิ (ต่อปี)	อัตรา (ร้อยละ)
1	ไม่เกิน 300,000 บาท	5
2	300,000 บาท-500,000 บาท	10
3	500,000 บาท-750,000 บาท	15
4	750,000 บาท-1,000,000 บาท	20
5	1,000,000 บาท-2,000,000 บาท	25
6	2,000,000 บาท-4,000,000 บาท	30
7	ส่วนที่เกิน 4,000,000 บาท	35

ที่มา: กรมสรรพากร (2558)

จากตารางที่ 2.1 สรุปการลดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาเห็นว่า ฐานภาษีรายได้บุคคลธรรมดามีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ซึ่งแต่ละบุคคลมีรายได้แต่ละปีภาษีไม่เท่ากันผู้ที่มีรายได้มากต้องเสียภาษีเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดปริมาณการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพิ่มขึ้น

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory)

DeFleur M.L. (1996) ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาบุคคล

2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างกันที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกชုပ်เลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกัน ไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อถือที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องส่วนประสมทางการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, น. 311-314) กลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วยทางเลือกเป้าหมายและการจัดทำส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดของการบริการมีองค์ประกอบ 4 อย่าง หรือ 4P's เพื่อลักษณะพิเศษของการบริการที่ทำให้การสร้างส่วนประสมทางการตลาดของการบริการเป็นเรื่องที่น่าสนใจมากขึ้น จึงต้องเพิ่มอีก 3P's ในธุรกิจขายบริการ ได้แก่ บุคคล (People) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) และ กระบวนการ (Processes)

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550, น. 20-24) ในการดำเนินงานทางการตลาดไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการชนิดใดก็ตามย่อมจะต้องมีวิธีการในการบริหารงานให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ โดยมีการใช้เครื่องมือต่าง ๆ มาเป็นกลยุทธ์เพื่อให้เข้าสู่เป้าหมายตามความต้องการในแผนการตลาดของบริษัท เครื่องมือทางการตลาดที่นิยมนำมาใช้ในกิจการที่เป็นธุรกิจบริการด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะงานด้านการตลาด เพื่อที่จะให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้ก็คือ ส่วนประสมการตลาดที่ประกอบไปด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานบริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการที่ดี ซึ่งเครื่องมือทั้ง 7 ตัวดังที่กล่าวมา จะมีความสำคัญเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนักการตลาดที่จะนำเอามาใช้ในการบริหารงานและผันแปรไปตามสิ่งแวดล้อมทางการตลาดที่เป็นอยู่ในขณะนั้นจะเป็นตัวกำหนดว่าจะใช้ส่วนประสมแต่ละตัวเป็นเช่นไรดี

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 19-23) ได้อธิบายว่า แม้ว่าโดยทั่วไปแล้วส่วนประสมทางการตลาดจะประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หรือที่เรียกว่า 4P's แต่หากเป็นธุรกิจบริการ จะมีส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มขึ้นคือ พนักงาน (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งต่าง ๆ ภายในสำนักงาน (Physical Evidence) รวมเรียกว่า 7P's สิ่งนี้นักการตลาดควรให้ความสำคัญ คือ ทรัพยากรทาง

การตลาดหรือทักษะความรู้และประสบการณ์ของนักการตลาด ที่นักการตลาดจะเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดแต่ละตัว เพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยลูกค้าในการสร้างคุณค่า

ฉัตรพร เสมอใจ (2549, น. 23-25) ในการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า เราต้องคำนึงถึงส่วนประสมทางการตลาด 7 ประการ หรือ 7P's ในการตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า เป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, น. 212-216) กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing Mix 7P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมี รรถประโยชน์ (Utility) และคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ในการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ 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) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงความแตกต่างและมีคุณค่าในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย

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

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความทันสมัยอยู่เสมอและสามารถทำกำไรให้ธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงกลยุทธ์ทางการตลาดเป็นสำคัญ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, น. 311-314) การสร้างบริการ เพื่อให้บริการที่ทรงคุณภาพ จึงต้อง “ปรับแต่ง” บริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าเฉพาะรายและต้องสร้างคุณค่า (Value) ให้เกิดขึ้นด้วย

สินค้านอกจากจะหมายถึง สินค้าที่จับต้องได้แล้ว ยังรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตนก็ได้ ประกอบด้วย การบริการหรือความคิด เมื่อพิจารณาถึงคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองและสร้างมูลค่าแก่ลูกค้ายังสามารถแบ่งออกได้ 5 ระดับ (Five Product) ได้แก่

1. ประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ (Core Benefit) เป็นสิ่งที่ลูกค้าได้รับโดยตรงจากผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง ๆ เช่น ในธุรกิจร้านอาหาร ผู้บริโภครับประทานอาหารเพื่อประทังความหิว เป็นต้น

2. ผลิตภัณฑ์พื้นฐานหรือรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Basic Product / Tangible Product) เป็นสิ่งที่นักการตลาดจะต้องแปลงประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ให้เป็นสิ่งที่เห็นชัด

3. เงื่อนใจหรือสิ่งที่คาดหวังของลูกค้า (Expected Product) เป็นความคาดหวังของลูกค้าในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เช่น คาดหวังว่าอาหารจะมีรสชาติที่อร่อย ถูกหลักอนามัย เป็นต้น

4. ผลประโยชน์เพิ่มเติม (Augmented Product) เป็นสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ

5. คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ (Potential Product) เป็นสิ่งสำหรับตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550, น. 21) ได้อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์จะหมายรวมถึงตัวสินค้าและบริการที่กิจการมีไว้เพื่อเสนอขายแก่ผู้ซื้อและผู้บริโภคที่มีอยู่ในตลาดหนึ่ง ๆ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้จะประกอบไปด้วยการจัดให้สายผลิตภัณฑ์หรือการมีสินค้าหลากหลายไว้เสนอขายแก่ลูกค้าในหลาย ๆ กลุ่มที่มีความต้องการแตกต่างกันไปตามระดับความชอบและประโยชน์ที่ได้รับ คุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ โครงสร้างและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ประเภทของตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์ ขนาด การบริการ การรับประกันผลิตภัณฑ์ และการรับประกันผลิตภัณฑ์

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 21) ได้อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ได้แก่ สินค้าและบริการที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าและบริการนั้นมีทั้งที่จับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า (Brand) การบรรจุหีบห่อ (Packaging) การรับประกัน (Guarantee) คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Quality) บางธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้เพียงอย่างเดียว ไม่มีบริการเสริม เช่น สินค้าสะดวกซื้อ ได้แก่ สบู่ แชมพูสระผม เป็นต้น บางผลิตภัณฑ์รวมไปถึงบริการเสริม หรือบางธุรกิจมีแต่การบริการเท่านั้นที่จำหน่ายให้กับลูกค้า เช่น ร้านตัดผม เป็นต้น

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549, น. 23) ได้อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าโดยการตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน

หรือไม่ก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้า บริการ และความคิด ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) และมีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)
2. ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)
3. ส่วนประกอบผลิตภัณฑ์ (Product Component)
4. การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
6. ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือ P ตัวที่สองที่เกิดถัดขึ้นมาจาก Product ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ราคาอาจเป็นคุณค่าในรูปตัวเงินหรือราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่ากับราคาผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ (Kotler, 1984 น. 8)

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 ภาวะการแข่งขัน การเป็นผู้นำด้านราคา

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, น. 311-314) ได้อธิบายว่า การตั้งราคาบริการ มีการเรียกราคาของบริการได้หลายแบบ คือ ค่าบริการ ค่าเช่า ค่าธรรมเนียม ค่าทางด่วน ค่าคอมมิสชั่น ค่าเล่าเรียน ค่าโดยสาร เป็นต้น ไม่ว่าจะเรียกอย่างไรราคาที่ตั้งขึ้นสำหรับคิดค่าบริการมักได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมต้นทุนและสร้างกำไร

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550, น. 20-24) ได้อธิบายว่า การกำหนดราคาเป็นสิ่งสำคัญของเครื่องมือการตลาดที่เป็นส่วนประสมการตลาดอันถัดมา เพราะการตั้งราคาที่จะเสนอขายสินค้าและบริการไปยังตลาดเป้าหมายที่ได้มีการกำหนดไว้นั้นจะต้องคำนึงถึงที่จะซื้อว่า จำนวนเงินที่เป็นราคาควรกำหนดระดับไว้สูงหรือต่ำ มากหรือน้อยเท่าใด ที่จะพอดีกับคุณภาพหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่จัดนำมาเสนอขาย

คิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 21) ได้อธิบายว่า ราคาเป็นจำนวนเงินที่ลูกค้าต้องชำระให้กับผู้ขายเพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการ โดยธุรกิจต้องกำหนดราคาให้อยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถซื้อได้ การกำหนดราคานั้นมีจุดมุ่งหมาย เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในระดับที่ธุรกิจยังคงได้กำไรและลูกค้าสามารถซื้อได้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549, น. 23-24) ได้อธิบายว่า ราคาหมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน อันเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าในการตัดสินใจ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างมูลค่า (Value) กับราคาของผลิตภัณฑ์ ถ้ามูลค่าสูงกว่าหรือเหมาะสมกับราคา ลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. การยอมรับของลูกค้าในมูลค่าผลิตภัณฑ์ว่าสูงหรือเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น
2. ต้นทุนผลิตภัณฑ์และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. การแข่งขันในตลาด
4. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น กลยุทธ์การตั้งราคาของกลุ่มแข่งขัน สภาพเศรษฐกิจ และนโยบายของธุรกิจ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายกรรมสิทธิ์ในผลิตภัณฑ์หรือเป็นการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางธุรกิจหรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง (Direct Channel) เป็นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยไม่มีคนกลาง หรือใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม (Indirect Channel) เป็นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยผ่านคนกลาง ซึ่งจะสามารถกระจายสินค้าได้อย่างกว้างขวาง

3.2 การกระจายตัวสินค้าหรือการสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด (Physical Distribution หรือ Market Logistics) หมายถึง การเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Armstrong & Kotle, 2003, p. 5) หรือหมายถึง การขนส่งและการเก็บรักษาตัว

สินค้าภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น การกระจายตัวสินค้า 5 ระบบที่สำคัญ ดังนี้

3.2.1 ท่าเลที่ตั้งสินค้าและคลังสินค้า

3.2.2 การจัดการวัสดุ

3.2.3 การควบคุมสินค้าคงเหลือ

3.2.4 การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, น. 311-314) ได้อธิบายว่า การจัดจำหน่ายบริการ กลยุทธ์การจัดจำหน่ายสำหรับบริการเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาจัดให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพของการบริการและสิ่งที่ลูกค้าให้คุณค่า ซึ่งจะกำหนดว่าลูกค้าอาจไปที่บริษัทเพื่อรับบริการ การส่งทางไปรษณีย์ หรือการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ในการให้บริการนั้น สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี ได้แก่

1. การให้บริการผ่านร้าน (Outlet) การให้บริการแบบนี้เป็นแบบที่ทำกันมานาน โดยมีการเปิดหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าได้เข้ามาใช้บริการถึงสถานที่ เหมือนที่นัดหมายให้ลูกค้า ได้มาพบกับผู้ให้บริการ เช่น ร้านอาหาร ร้านตัดผม ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

2. การให้บริการถึงที่บ้านหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เป็นการบริการโดยส่งพนักงานไปให้บริการตามสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ เพื่อความสะดวกของลูกค้า เช่น การบริการจัดส่งอาหารตามสั่ง การจ้างวิทยากรมาสอนพนักงานบริษัท เป็นต้น

3. การให้บริการผ่านตัวแทน เป็นการบริการแบบขยายธุรกิจแฟรนไชส์ เป็นการขยายสาขา โดยแบ่งออกเป็นสาขาย่อยหรือมีการจัดตั้งตัวแทนในการให้บริการ เช่น บริษัทसानการบินขยายบัตรผ่านช่องทางไทยทิคเก็ตเมเจอร์ เป็นต้น

4. การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการบริการที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย เป็นการลดต้นทุนในการจ้างพนักงาน ทำให้การบริการเป็นไปได้อย่างสะดวก ครอบคลุมทุกพื้นที่และทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง เป็นการเสนอขายสินค้าและบริการ โดยให้ลูกค้าสั่งซื้อผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์หรือเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การให้บริการผ่าน Internet Banking , Mobil Application เป็นต้น

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550, น. 22) ได้อธิบายว่า เครื่องถัดมาของส่วนประสมทางการตลาดก็คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ เป็นการที่จะเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ระดับชั้นและแต่ละระดับชั้นจะมีจำนวนคนกลางมากน้อยก็ราย ที่จะเพียงพอต่อการกระจายสินค้าและบริการให้มีการเข้าไปอย่างทั่วถึงกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ในตลาดเป้าหมาย จะจัดตั้งสถานที่จัดจำหน่ายที่สามารถกระจายสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

คิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 21-22) ได้อธิบายว่า การจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้มีความสะดวกสบายและปลอดภัยสูงสุด ด้วยการนำสินค้าและบริการไปส่งมอบให้กับลูกค้าภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งมีรูปแบบที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า พฤติกรรมของลูกค้า สถานที่ตั้งของธุรกิจ และที่ตั้งของลูกค้า โดยมีความเกี่ยวข้องกับงานของนักการตลาดในการออกแบบและพัฒนาระบบการจัดการช่องทางการตลาดให้เหมาะสมกับตัวสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย

นิตยาพร เสมอใจ (2549, น. 24) ได้อธิบายว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นโครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาด โดยสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันทางการตลาด ส่วนกิจกรรมในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง เราสามารถแบ่งองค์ประกอบหลักของการจัดจำหน่ายออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) คือ เส้นทางผลิตภัณฑ์หรือกรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ที่ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด โคนเริ่มต้นจากแหล่งผลิต ผ่านผู้ขาย ไปสู่ผู้บริโภค ดังนั้นในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบไปด้วย ผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภค

2. การกระจายสินค้า (Channel of Distribution) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค การกระจายสินค้านี้ ประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษาหรือการคลังสินค้า และการบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication : IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกับ 1. กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising tactics) 2. กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy) และการจัดการหน่วยงานขาย (Salesforce management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) หมายถึงกิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ

4.3.1 การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค

4.3.2 การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง

4.3.3 การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

4.3.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

การให้ข่าวสารเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.4 การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ direct response marketing) และการตลาดเชื่อมต่อตรง (Online marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย

1. การขายทางโทรศัพท์

2. การขายโดยจดหมายตรง

3. การขายโดยใช้แคตตาล็อก

4. การขายทางอินเทอร์เน็ต

5. การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, น. 311-314) ได้อธิบายว่า การส่งเสริมการจำหน่ายบริการ สิ่งหนึ่งที่ท้าทายการตลาดของการบริการ คือ การที่ต้องแน่ใจว่าตลาดเป้าหมายเข้าใจและให้คุณค่าแก่สิ่งที่เสนอขาย ความไม่มีตัวตนของบริการมักทำให้เป็นไปได้ที่จะมีประสบการณ์ก่อนที่จะทำการซื้อ ดังนั้น ในการส่งเสริมการตลาดจำเป็นต้องอธิบายว่าบริการคืออะไรและให้คุณประโยชน์แก่ผู้ซื้ออย่างไร ส่วนมากใช้การโฆษณาและการขายโดยใช้พนักงาน เพื่ออธิบายประโยชน์และต้นทุนของการบริการ

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550, น. 22) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาดตัวสุดท้ายที่นำมาใช้จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิธีการติดต่อสื่อสารทางการตลาด จากผู้ผลิตไปยังผู้ซื้อรายสุดท้าย โดยมีกิจกรรมที่นำมาใช้สำหรับการส่งเสริมการตลาดหลาย ๆ รูปแบบด้วยกันหรือที่เรียกว่าส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือใช้การส่งเสริมการขาย โดยการลด แลก แจก แถม ชิงโชค ประกวดแข่งขัน คุปอง หรือใช้วิธีการขายโดยใช้พนักงานขายหรือจะใช้วิธีการประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว วิธีการตลาดทางตรง เช่น การขายผ่านอินเทอร์เน็ต การขายทางโทรทัศน์ และการส่งจดหมายเสนอขาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ อาจเรียกว่าการใช้สื่อผสมผสานในการติดต่อสื่อสารทางการตลาด

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 22) ได้อธิบายว่า การกำหนดแนวทางในการสื่อสารไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ราคา และข้อมูลอื่น ๆ ของสินค้าและบริการโดยมุ่งหมายให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ด้วยการประสมประสานส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง และการขายโดยใช้พนักงานขาย นักการตลาดจะใช้การส่งเสริมการตลาดในการแจ้งข่าว กระตุ้นจิตใจ และการย้ำเตือนลูกค้า โดยมุ่งหวังให้เกิดการตัดสินใจซื้อหรือในบางครั้งต้องการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้นในระยะสั้นด้วยซึ่งแนวคิดปัจจุบันเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด ได้มีนักวิชาการประยุกต์แนวคิดและทฤษฎีให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น เป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ด้วยการใช้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดทั้ง 5 อย่างประสมประสานกันตามกลุ่มเป้าหมายและงบประมาณของธุรกิจ โดยมุ่งเน้นให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เช่น ในธุรกิจรถยนต์ บางครั้งไม่จำเป็นต้องโฆษณาทางโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว อาจใช้กิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งจะก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้

นิตยาพร เสมอใจ (2549, น. 24-25) ได้อธิบายว่า การส่งเสริมการตลาด คือ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายโดยตรง (Personal Selling) หรือใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Nonpersonal Selling) การส่งเสริมการตลาด สามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ บุคคล หรือองค์กร โดยสร้างสรรค์งานโฆษณาและโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่ต่าง ๆ และป้ายโฆษณา เป็นต้น

2. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการแจ้งข่าวสารและจูงใจด้านการตลาด โดยใช้บุคคล ซึ่งมีงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- กลยุทธ์การขายโดยพนักงานขาย
- การบริหารทีมขาย (Salesforce Management)

3. การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการขาย โดยใช้พนักงานขาย โดยการส่งเสริมการขายแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

- การส่งเสริมการขายมุ่งผู้บริโภค
- การส่งเสริมการขายมุ่งที่คนกลาง
- การส่งเสริมการขายมุ่งที่พนักงานขาย

4. การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ คือ การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือข้อมูลบริษัทโดยผ่านสื่อ ซึ่งการให้ข่าวมีลักษณะที่แตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

- การให้ข่าว เป็นการให้ข้อมูลความจริงหรือแก้ข่าวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กร โดยที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อแต่อย่างใด

- การประชาสัมพันธ์ เป็นการวางแผนในการให้ข้อมูล เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือองค์กร การประชาสัมพันธ์อาจต้องมีการใช้จ่ายสำหรับสื่อ

5. การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจได้ทันที ซึ่งสามารถทำการตลาดทางตรงผ่านสื่อต่าง ๆ ดังนี้

- การขายทางโทรศัพท์
- การขายโดยใช้แคตตาล็อก
- การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ
- การขายโดยใช้จดหมายทางตรง
- การขายผ่านทางอินเทอร์เน็ต

5. บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้แก่บริษัท เพื่อศึกษา ขณะลูกค้ารับบริการ ผู้ให้บริการและลูกค้าจะมีการเผชิญหน้ากัน มีปฏิริยาต่อกันประสบการณ์ของผู้ให้บริการมีส่วนสำคัญมากในระยะนี้ ลูกค้าคาดหวังที่จะให้พนักงานบริการปฏิบัติงานตามบทบาทที่

กำหนดไว้ ถ้าพนักงานไม่สามารถปฏิบัติได้ก็จะมีผลกระทบต่อคุณภาพของการบริการและความพอใจของลูกค้า ดังนั้นพนักงานผู้ให้บริการควรมีคุณสมบัติที่เอื้ออำนวยต่องานบริการนั้น ๆ การฝึกอบรม การปฏิบัติงาน ตามบทบาทที่กำหนดไว้ และปฏิริยาตอบสนองต่อกันกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ สิ่งจูงใจและผลตอบแทนจะช่วยให้พนักงานให้บริการที่มีคุณภาพสูงขึ้นได้

พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมถึงตั้งแต่ ผู้บริหาร ผู้จัดการ พนักงานทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ มีรายละเอียดดังนี้

5.1 ผู้บริหารและผู้จัดการ มีส่วนสำคัญอย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานทุกระดับ กระบวนการในการให้บริการ รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และการปรับปรุงการให้บริการ

5.2 พนักงานผู้ให้บริการและพนักงานในส่วนสนับสนุน เป็นบุคคลที่ต้องมีการติดต่อสื่อสาร บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนมีหน้าที่ให้สนับสนุนในด้านต่าง ๆ กิจกรรมต่างธุรกิจ ที่จะทำให้บริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, น. 311-314) ได้อธิบายว่า บุคคล (People) จำเป็นต้องมีการเลือก การฝึกอบรมและการจูงใจพนักงาน ซึ่งจะทำให้เกิดความแตกต่างในการทำให้ลูกค้าพอใจได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากบุคลากรผู้ให้บริการ เป็นส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งวด โดยเฉพาะในกลุ่มพนักงานแถวหน้า (Frontline Employee) ซึ่งทำหน้าที่ในการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้า ณ จุดติดต่อ ไม่ว่าจะเป็น รมภ.ที่หน้าประตู พนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานหน้าเคาน์เตอร์ พนักงานบริการลูกค้า ผู้เชี่ยวชาญที่ทำหน้าที่ให้คำแนะนำลูกค้า ฯลฯ บุคลากรในตำแหน่งต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้า หมายความว่าพวกเขาเหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องทำหน้าที่ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550, น. 228) ได้อธิบายว่า เป็นการสร้างความแตกต่างด้านบุคลากรให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง เช่น การแต่งกายที่เรียบร้อย พูดยิ้มแย้ม มีความรู้ในบริการที่ดี

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 22) ได้อธิบายว่า พนักงาน หมายถึงการจัดการบริการอย่างมีประสิทธิภาพด้วยบุคลากรของธุรกิจ โดยเริ่มตั้งแต่การสรรหาคัดเลือก การพัฒนา และฝึกอบรม รวมไปถึงการจูงใจและปลุกฝังลักษณะที่จำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด ได้แก่ ด้านทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า วิธีการเข้าทักทายหรือต้อนรับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การขอบคุณทุกครั้งเมื่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมาใช้บริการ

พนักงานนับว่าเป็นส่วนหนึ่งในทรัพยากรการตลาดที่มีค่ายิ่งของธุรกิจ เนื่องจากว่าปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจเกี่ยวข้องกับความเร็วและความมีประสิทธิภาพในการรับรู้ จังหวะทางการให้คุณค่าและความต้องการของลูกค้าและตอบสนอง (Sense-and-Respond) ได้อย่างดี

ดังนั้นสาเหตุที่พนักงานเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือพนักงานนั้นเป็นผู้ที่ลูกค้าพบเป็นอันดับแรกหลังจากเข้ามาติดต่อในบริเวณสำนักงานหรือบริเวณที่ให้บริการ ดังนั้น ลูกค้าจะรับรู้และเข้าใจถึงภาพลักษณ์ของธุรกิจจากบุคลิกของพนักงานเป็นอันดับแรก ธุรกิจจึงต้องมีการพัฒนาและฝึกอบรมพนักงานให้มีบุคลิกภาพที่ดี

นิตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2550, น. 226) ได้อธิบายว่า การบริการต้องมีความเกี่ยวข้อง โดยตรงกับทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ บุคคลเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพหรือเป็นผู้ทำลายคุณภาพก็ได้ บริษัทต้องเตรียมกระบวนการเกี่ยวกับคนหรือบุคลากรเป็นสำคัญ ตั้งแต่การสรรหา ฝึกอบรม กระตุ้นพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานในส่วนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง บุคลากรเป็นส่วนที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ จนสามารถกล่าวได้ว่าบุคลากรเป็นสิ่งที่สำคัญในองค์กร

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management: TQM) ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, น. 311-314) ได้อธิบายว่า หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการโดยผ่านการใช้หลักฐานที่มองเห็นได้

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเอทีเอ็ม เคาน์เตอร์ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ลานจอดรถ ห้องน้ำ การตกแต่งป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และแบบฟอร์มต่าง ๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ถ้ามีความหยาบช้า สะอาด การบริการก็จะยิ่งมีคุณภาพขึ้นด้วย

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพในแต่ละธุรกิจไม่เหมือนกัน ทั้งในด้านการให้ความสำคัญ ด้านการออกแบบ การจัดวาง สิ่งที่ผู้บริหารต้องทำคือ การศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า ว่าลูกค้านั้นคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพสิ่งใดก่อนและควรตั้งอยู่ที่ใด เนื่องจากต้องไม่ลืมว่าสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าประทับใจครั้งแรก (First Impression) สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งแรก นักการตลาดที่ดีจะต้องสร้างให้สิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความเหมาะสมกับ

คุณภาพในการให้บริการ แต่คงไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของธุรกิจนั้น ๆ เช่น คลินิกทันตแพทย์ ลักษณะเฉพาะของร้าน คือ สามารถมองเห็นภายใน ต้องสะอาด โปร่งใส เนื่องจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเหล่านี้จะเป็นตัวแทนของความเป็นทันตแพทย์ หากร้านสกปรก ดูไม่สดใส ลูกค้าน่าจะมีความคิดกลัวหรือมโนภาพไม่กล้าเข้าไปใช้บริการ เนื่องจากจะเกิดความกลัวว่าเครื่องมือไม่ทันสมัย อาจเกิดโรคติดต่ออันเกิดจากความไม่สะอาด ซึ่งหากต้องการลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพทางด้านการเงิน ในการตกแต่งร้านต้องดูสะอาด หรูหรา ซึ่งจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจของการให้บริการเกี่ยวกับฟัน เป็นต้น

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550, น. 228) ได้อธิบายว่า การจัดสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการบริการให้มีบรรยากาศที่น่าดึงดูดใจแก่ลูกค้า เช่น สถานที่สะอาดเรียบร้อย สวยงาม มีกลิ่นหอมสดชื่น มีที่นั่งสะดวกสบาย รวมถึงอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ นอกจากนี้กิจการสามารถสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ขององค์กรได้โดยการใช้ตราสินค้า สัญลักษณ์ โลโก้ เพื่อให้เห็นได้เด่นชัดต่อการบอกถึงสถานที่ตั้งในการให้บริการ การใช้โฆษณาหรืออาจแจกของสมนาคุณเนื่องในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลต่าง ๆ เช่นเดียวกับธนาคารพาณิชย์มักจะนิยมนำเอาวิธีการเหล่านี้มาสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ขององค์กรและการให้บริการ

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 23) ได้อธิบายว่า สิ่งต่าง ๆ ในสำนักงาน หมายถึง การออกแบบวางผังสำนักงานอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในสำนักงาน การจัดวางโต๊ะทำงาน เฟอร์นิเจอร์ภายในสำนักงาน กระดาษต้นไม้ ฯลฯ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจ เพราะในปัจจุบันการสร้างตราสินค้าหรือภาพลักษณ์ของธุรกิจไม่ได้อยู่ที่การสื่อสารการตลาดเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมไปถึงอาคารสำนักงาน ที่จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งของธุรกิจ โดยมุมมองนี้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจะรับรู้และเข้าใจภาพลักษณ์การให้บริการของธุรกิจจากสิ่งเหล่านี้ (Schroeder, 2009) เนื่องจากเมื่อลูกค้ามาติดต่อกับธุรกิจลูกค้าจะมองไปรอบ ๆ ตัว ธุรกิจใดมีการตกแต่งสถานที่ได้อย่างเหมาะสม จะทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากขึ้น และอุปกรณ์สำนักงานไม่จำเป็นต้องมีราคาแพง เพียงแต่ให้สอดคล้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายในธุรกิจ

นิตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2550, น. 225) ได้อธิบายว่า กระบวนการเป็นการสร้างสรรค์และการส่งมอบส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยกระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี ดิจิทัลที่สำคัญสำหรับการบริการ ได้แก่ เวลาและประสิทธิภาพในการให้บริการ ดังนั้นกระบวนการบริการที่ดีจึงควรมีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการส่งมอบ รวมถึงต้องง่ายต่อการปฏิบัติ เพื่อที่พนักงานจะได้ไม่เกิดความสับสน ทำงานได้อย่างถูกต้องและมีมาตรฐานเดียวกัน

7. กระบวนการ (Process) การใช้กระบวนการบางอย่างเพื่อจัดส่งบริการของตนเองให้กับลูกค้า ประกอบด้วย บริการส่วนหน้าที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและบริการสนับสนุนอยู่เบื้องหลังที่ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นได้และเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction) ในการศึกษาการประเมินคุณภาพของการบริการที่ได้รับรวมทั้งระดับความพอใจหรือไม่พอใจ สำหรับลูกค้าที่พอใจปฏิริยาการแสดงออกจะอยู่ในรูปการซื้อซ้ำ ความเชื่อสัจต่อกิจการ และการพูดแบบบอกต่อในเชิงบวก ส่วนลูกค้าที่ไม่พอใจก็จะเปลี่ยนไปใช้บริการของผู้ให้บริการรายอื่นและเกิดการบอกต่อในเชิงลบ เพื่อศึกษาขั้นตอนการบริการให้ถูกต้องและมีระบบการทำงานปฏิบัติตามในรูปแบบเดียวกัน คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) มีลักษณะดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา สถานที่แก่ลูกค้า
2. คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม เอแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้าการติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในงาน
4. ความมีน้ำใจ บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง และมีวิจารณ์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจในบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า
6. ความไว้วางใจ บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า
8. ความปลอดภัย บริการที่มอบแก่ลูกค้าต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยงและปัญหาต่าง ๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก บริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการดังกล่าวได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าและให้ความสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

อตุลย์ จาตุรงค์กุล (2542, น. 311-314) ได้อธิบายว่า นอกจากนี้เพื่อให้พิจารณาธุรกิจบริการมีความสะดวกมากขึ้น นักวิชาการสมัยใหม่แนะนำว่าการตลาดบริการประกอบด้วยการตลาด 3 ประเภท ได้แก่

1. External Market เป็นการตลาดที่เกี่ยวกับภายนอก เป็นงานเพื่อเตรียมบริการ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดให้กับตัวบริการเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า

2. Internal Marketing การดำเนินงานภายในที่ถือว่าเป็นการตลาดภายใน เช่น การฝึกอบรมและจูงใจพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า

3. Interactive Marketing ความชำนาญของพนักงานในการให้บริการแก่ลูกค้าทั้งในด้านเทคนิค (Technical Quality) เป็นต้น

กระบวนการในการให้บริการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ มักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตรงตามความต้องการลูกค้า การชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งถ้าการประสานงานระหว่างกิจกรรมไม่มีประสิทธิภาพ ย่อมจะส่งผลให้การบริการไม่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าได้

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550, น. 228) ได้อธิบายว่า การออกแบบกระบวนการให้บริการให้มีการปฏิบัติงานได้รวดเร็วกว่า ไม่เสียเวลานาน เช่น ธนาคารมีการจัดตู้ถอนเงินอัตโนมัติไว้ตามสถานที่ต่าง ๆ หรือมีการอำนวยความสะดวกในการจ่ายเงินทางโทรศัพท์ได้ เป็นต้น

สิวกุทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 23) ได้อธิบายว่า กระบวนการ หมายถึง การวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมากที่สุด เพื่อลดขั้นตอนที่ทำให้ผู้บริโภคต้องรอนาน การจัดระบบไหลของการบริการ (Service Flow) ให้มีอุปสรรคน้อยที่สุดเนื่องจากการรอคอยการให้บริการนาน ๆ อาจทำให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ โดยยึดแนวคิด One Stop Service ให้ลูกค้าอยู่ที่จุดเดียวคือบริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์และให้บริการลูกค้าตามแนวคิดที่ว่า “ลูกค้าคือคนที่เรารัก” รวมทั้งการพัฒนา Standard of Service หรือ SOS นั่นคือมาตรฐานในการให้บริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2550, น. 226) ได้อธิบายว่า การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่มองไม่เห็นซึ่งองค์ประกอบของธุรกิจบริการที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและตัดสินใจซื้อบริการได้ เช่น อาคารสำนักงานของบริษัททำเลที่ตั้ง เครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ และสิ่งที่มองเห็นต่าง ๆ เหล่านี้จะสะท้อนถึงรูปแบบและคุณภาพของบริษัทได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546, น. 134) ได้อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (The Buyer Decision Process) การซื้อสินค้านั้นประกอบไปด้วยขั้นตอนต่าง ๆ หลายขั้นตอน ผู้ซื้อจะต้องผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ดังกล่าว อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 120) ได้อธิบายว่า ในส่วนของกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้า มีอยู่ 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยลูกค้าจะทำการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการตามกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนหรือไม่ครบกระบวนการทั้งหมด ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า ถ้าเป็นสินค้าหรือบริการที่มีราคาแพง มีกระบวนการซับซ้อนมาก ลูกค้าต้องใช้เวลาและการตัดสินใจนานมาก เพราะสินค้านั้นมีราคาแพงและลูกค้าต้องการได้สิ่งที่ดีที่สุด เหมาะสมกับเงินที่จ่ายไป

ศุภิสรา วิไลรักษ์และสุปัญญา ไชยชาญ (2538, น. 92-95) ได้อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process) หมายถึง กรรมวิธีหรือลำดับการกระทำซึ่งดำเนินต่อเนื่องกันไปจนสำเร็จ ณ ระดับหนึ่ง ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจย่อยอย่างเป็นกระบวนการ ซึ่งกระบวนการนี้แบ่งออกเป็น 5 ลำดับขั้น ได้แก่ การยอมรับปัญหา การแสวงหาสารสนเทศ การประเมินค่าทางเลือก การซื้อ และการประเมินค่าภายหลังการซื้อ

นิเวศน์ ธรรมะและคณะ (2552, น. 88-90) ได้อธิบายว่า กระบวนการของการซื้อสินค้าของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 5 ลำดับขั้น โดยเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่มีการซื้อสินค้าจริง ๆ จนถึงเหตุการณ์ภายหลังจากการซื้อ ได้แก่ พฤติกรรมก่อนการซื้อ แสวงหาทางเลือก การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2549, น. 51-52) ได้อธิบายว่า ในกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ถึงแม้ผู้ซื้อจะมีลักษณะการซื้อ เหตุผล หรือความชอบที่แตกต่างกัน แต่ผู้ซื้อจะมีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อที่เหมือนกัน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการ

ผู้บริโภคคนหนึ่ง ๆ จะตระหนักถึงความต้องการในสิ่งที่ตนเองรู้สึกว่ายังขาดหายไปในชีวิตของตนและจะมองหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถมาเติมเต็มให้กับความต้องการนั้น เช่น ผู้บริโภคคนหนึ่งตระหนักถึงความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อที่จะสามารถทำรายงาน สืบค้นข้อมูล และใช้ติดต่อกับผู้อื่นผ่านอินเทอร์เน็ตได้สะดวกมากขึ้น เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546, น. 134) จุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ คือ การตระหนักถึงความต้องการ ซึ่งผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ผู้ซื้อที่มีความรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่าง

สภาวะที่ผู้ซื้อเป็นอยู่จริงกับสภาวะที่เขาปรารถนา ความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยตัวกระตุ้นจากภายใน-Internal Stimuli (กระตุ้นความต้องการที่มีอยู่ปกติ เช่น ความหิว กระจาย เพศ เป็นต้น) ในระดับสูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อน (Drive) นอกจากนี้ความต้องการอาจถูกกระตุ้นจากตัวกระตุ้นภายนอก (External Stimuli)

นิเวศน์ ธรรมะและคณะ (2552, น. 89) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมก่อนการซื้อเป็นกระบวนการเริ่มต้น โดยมีแรงจูงใจหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ซึ่งความต้องการนั้นอาจเกิดขึ้นจากตัวผู้บริโภคเองหรือเกิดจากตัวกระตุ้นภายนอกเข้าไปกระตุ้นให้เกิดความต้องการ กระบวนการในขั้นนี้ เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคตระหนักถึงความต้องการต่อตัวสินค้า โดยมองว่าสินค้านั้นเริ่มมีความจำเป็นสำหรับตนหรือสินค้าที่มีใช้อยู่เดิมนั้นเสื่อมคุณภาพ มีประโยชน์ใช้สอยไม่เต็มที่จึงทำให้เกิดความต้องการสินค้าหรือบริการใหม่ ดังนั้นนักการตลาดจะต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น อาจจะใช้พนักงานขาย การบรรจุภัณฑ์ สื่อโฆษณา ฯลฯ เป็นตัวส่งเสริมแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้านั้น

2. การค้นหาข้อมูล

ผู้บริโภคจะพยายามหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการให้มากที่สุด เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ เช่น เมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อคอมพิวเตอร์ ก็จะทำการหารายละเอียดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ โดยการสอบถามจากร้านค้า เพื่อน ผู้รู้ เพื่อให้ได้ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่คาดว่าจะเหมาะสมกับตนเอง เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546, น. 135) ได้อธิบายว่า ผู้บริโภคที่ถูกกระตุ้นแล้วอาจจะหรืออาจจะไม่เสาะแสวงหาข่าวสารมากขึ้น ถ้าแรงผลักดันของผู้บริโภคแข็งแกร่งและสินค้าที่จะตอบสนองอยู่ใกล้ “แค่เอื้อม” ผู้บริโภคมักจะทำการซื้อทันที มิฉะนั้นแล้ว ผู้บริโภคอาจจะเก็บความต้องการนั้นไว้ในความทรงจำหรือไม่ก็ทำการเสาะแสวงหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความต้องการดังกล่าว ผู้บริโภคอาจหาข่าวสารได้จากหลายแหล่ง เช่น

- 2.1 แหล่งข่าวส่วนบุคคล : ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน ผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ
- 2.2 แหล่งพาณิชย์ : โฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย หีบห่อ การตั้งแสดงสินค้า
- 2.3 แหล่งสาธารณะ : สื่อมวลชน องค์กรเพื่อผู้บริโภค
- 2.4 แหล่งที่เกิดจากความชำนาญ : การจับถือ การตรวจ การใช้สินค้า

จะเห็นได้ว่า อิทธิพลของแหล่งข่าวสารเหล่านี้แตกต่างกันไปตามผลิตภัณฑ์และผู้ซื้อ โดยทั่วไปผู้บริโภคจะรับข่าวสารเกี่ยวกับสินค้านั้นมากที่สุด คือ แหล่งพาณิชย์ แหล่งข่าวที่นักการตลาดควบคุมได้ แหล่งข่าวที่มีความสัมฤทธิ์ผลสูงสุด ได้แก่ แหล่งข่าวส่วนบุคคล โดยเฉพาะแหล่งข่าวนี้นี้

อิทธิพลต่อการซื้อบริการมาก แหล่งข่าวพหุวิชาชีพ มักแจ้งข่าวสารแก่ผู้ซื้อ แหล่งข่าวส่วนบุคคลใช้ประเมินสินค้า เป็นต้น

คีวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 120) ได้อธิบายว่า เมื่อลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ขั้นตอนไปลูกค้าจะหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้านั้นว่าจะซื้อได้จากที่ไหน ซึ่งอย่างไร ถ้าลูกค้าเคยรับรู้หรือรู้จักหรือใช้สินค้าและบริการนั้นมาก่อน ลูกค้าจะใช้ข้อมูลภายในความทรงจำมาเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ แต่ถ้าข้อมูลจากความทรงจำไม่เพียงพอ ลูกค้าจะต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข้อมูลภายนอก เพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้น โดยแหล่งข้อมูลที่ลูกค้าสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการมี 5 แหล่ง ได้แก่

- แหล่งด้านบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน ญาติพี่น้องที่เป็นคนรู้จัก

- แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ การโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนจำหน่าย การบรรจุหีบห่อ การจัดแสดงสินค้า

- แหล่งสาธารณะ (Public Sources) ได้แก่ การสื่อสารมวลชนต่าง ๆ หน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชน

- แหล่งทดลอง (Experiential Sources) ได้แก่ การทดลองใช้สินค้าหรือบริการหรือห้องทดลองต่าง ๆ ที่รับทดสอบสินค้าและบริการ เช่น โตโยต้า ได้ใช้การทดลองชนที่ความเร็ว 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เพื่อพิสูจน์ความแข็งแรง

- แหล่งเทคโนโลยี (Technology Sources) ได้แก่ การค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตหรือชุมชนลูกค้าออนไลน์ต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่า นักการตลาดจำเป็นต้องทราบแหล่งข้อมูลของลูกค้า เพื่อนำไปกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด ให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและกำหนดช่องทางการสื่อสารทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สุนิสา วิไลรักษ์ และสุปัญญา ไชยชาญ (2538, น. 93-94) ได้อธิบายว่า การแสวงหาสารสนเทศที่เกี่ยวกับวิธีหรือทางเลือกในการแก้ปัญหาที่ผู้บริโภคแสวงหา ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดที่นักการตลาดจากมาหลายบริษัทนำออกเสนอนั้นเอง ส่วนประสมการตลาดเหล่านี้ผู้บริโภคจะไปแสวงหามาจากแหล่งต่าง ๆ 4 แหล่ง ได้แก่

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ แหล่งที่เป็นบุคคลอื่น เช่น สมาชิกในครอบครัว ญาติ มิตร เพื่อนบ้าน หรือคนแปลกหน้า เป็นต้น

2.2 แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ แหล่งซึ่งนักการตลาดจัดให้มีขึ้น เช่น การโฆษณา พนักงานขาย ผู้แทนจำหน่าย บรรจุกัมภ์ หรือการตั้งแสดงสินค้า เป็นต้น

2.3 แหล่งสาธารณะ (Public Sources) ได้แก่ แหล่งที่มีสารสนเทศไว้สำหรับประชาชนทั่วไป เช่น สื่อสารมวลชนต่าง ๆ หรือองค์การของรัฐบาล เป็นต้น

2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) แหล่งที่มีอยู่ในตัวผู้บริโภคเอง ซึ่งเกิดจากการที่เคยใช้ เคยตรวจสอบ หรือเคยสัมผัสเกี่ยวข้องกับวิธีอื่น ๆ เป็นต้น

นิเวศน์ ธรรมะและคณะ (2552, น. 89) ได้อธิบายว่า เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการในสินค้าและบริการแล้ว ก็จะต้องมองหาทางเลือก ในช่วงนี้เองการหาข้อมูลจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการค้นหาข้อมูลนั้น จะพิจารณาข้อมูลทางด้านชนิดของสินค้า รูปลักษณะของสินค้า วิธีการใช้ ประสิทธิภาพการทำงาน ความคงทนถาวร ราคา และความน่าเชื่อถือที่มีแต่ผู้ขาย ซึ่งการใช้เวลาในการหาข้อมูลเพื่อหาทางเลือกนั้น จะใช้เวลามากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภค ในช่วงนี้เองนักการตลาดก็จะพยายามเข้ามาเกี่ยวข้องและให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของตนเองแก่ผู้บริโภค ข้อมูลนั้นอาจจะเกี่ยวกับคุณสมบัติ ข้อดี ความคงทนถาวร รูปลักษณะ และอาจมีการสาธิตให้ทดลองใช้ ในการหาข้อมูลของผู้บริโภคนั้นสามารถหาได้จากแหล่งต่าง ๆ เช่น เพื่อน คนใกล้ชิด หนังสือ ร้านค้าที่จำหน่าย เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นข้อมูลสำหรับประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค

3. การประเมินทางเลือก

ผู้บริโภคจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาทำการเปรียบเทียบเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดและเหมาะสมกับตนเองที่สุด เช่น เมื่อผู้บริโภคที่ต้องการซื้อคอมพิวเตอร์ เมื่อได้ข้อมูลที่ต้องการทั้งหมดแล้ว ก็จะทำการเปรียบเทียบถึงขนาดของเครื่อง คุณสมบัติ ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุดในการใช้งานและความสามารถที่จะจ่ายได้ของผู้บริโภค โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างตราสินค้าว่ามีลักษณะแตกต่างกันอย่างไร มีข้อโดดเด่นหรือข้อเสียแตกต่างกันอย่างไร

อคุลย์ จาตุรงค์กุล (2546, น. 136-138) ได้อธิบายว่า นักการตลาดจะต้องรู้เกี่ยวกับการประเมินค่าทางเลือก (Alternative evaluation) นั่นก็คือ วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข่าวสารเลือกตราหือ แต่ปรากฏว่าผู้บริโภคมิได้ใช้กระบวนการประเมินที่ง่ายและมีวิธีเดียวในสถานการณ์การซื้อทุกครั้ง ตรงกันข้ามผู้บริโภคใช้วิธีการประเมินหลายวิธี แนวความคิดเบื้องต้นที่จะช่วยอธิบายกระบวนการประเมินผู้บริโภค มีดังนี้

ประการแรก เรามีสมมติฐานว่าผู้บริโภคแต่ละรายมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวบรวมของลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ ในกรณีกล้องถ่ายรูป ลักษณะของผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณภาพของรูปถ่าย

ง่ายต่อการใช้ ขนาดของกล่อง ราคาและลักษณะอื่น ผู้บริโภคแตกต่างกันในการมองลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเพียงใดและเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเขา

ประการที่สอง ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกัน ความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

ประการที่สาม ผู้บริโภคสร้างความเชื่อในตราหือขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตราหือ ความเชื่อที่ผู้บริโภคมักมีกับตราใดตราหนึ่งนั้นเราเรียกว่า ภาพพจน์ของตราหือ (Brand Image) โดยการมีประสบการณ์และผลที่ได้รับจากการมีการเลือกรับรู้ เลือกรับซื้อและเลือกเก็บรักษาความเชื่อของผู้บริโภคจึงแตกต่างไปจากลักษณะจริงของผลิตภัณฑ์

ประการที่สี่ ความพอใจในตัวผลิตภัณฑ์ทั้งหมดที่ผู้บริโภครู้จักจะได้รับแตกต่างกันไปตามความแตกต่างของลักษณะของตัวสินค้า

ประการที่ห้า ผู้บริโภคเกิดมีทัศนคติต่อตราทั้งหลายก็โดยวิธีการประเมิน (Evaluation Procedure) บางวิธี ผู้บริโภคมักใช้วิธีประเมินบางวิธีขึ้นอยู่กับตัวผู้บริโภคและการตัดสินใจของเขา

บริษัทสามารถใช้กลยุทธ์ต่อไปนี้เพื่อกระตุ้นให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจในตราสินค้าของตนเองมากขึ้นได้ ดังนี้

1. การปรับผลิตภัณฑ์ (Modify Product) นักการตลาดต้องออกแบบผลิตภัณฑ์เสียใหม่เพื่อที่จะได้เพิ่มความทรงจำหรือเพิ่มลักษณะอื่นที่ผู้ซื้อต้องการ เทคนิคนี้เรียกว่า “Real Repositioning”

2. การเปลี่ยนความเชื่อเกี่ยวกับตราหือ (Alter beliefs about the brand) เป็นการเปลี่ยนความเชื่อของผู้ซื้อเกี่ยวกับลักษณะสำคัญของตราสินค้า ยุทธวิธีนี้เหมาะถ้าผู้ซื้อคาดหวังคุณภาพตราสินค้าต่ำไป แต่ถ้าผู้ซื้อประเมินตราสินค้าถูกต้องอยู่แล้ววิธีนี้จะใช้ไม่ได้ เพราะการอ้างคุณภาพเกินความจริงจะทำให้ผู้ซื้อเกิดความไม่พอใจและอาจจะแพร่คำพูดในทางที่ไม่ดีได้ การพยายามเปลี่ยนความเชื่อเกี่ยวกับตราสินค้าเรียกว่า “Psychological repositioning”

3. การเปลี่ยนความเชื่อในตราหือของกลุ่มแข่งขัน (Alter beliefs about the competitor brand) เป็นการเปลี่ยนความเชื่อของผู้ซื้อเกี่ยวกับลักษณะสำคัญในตราของกลุ่มแข่งขัน กลยุทธ์นี้เรียกว่า “Competitive depositioning” จะใช้ได้ต่อเมื่อผู้ซื้อเชื่อว่าตราของกลุ่มแข่งขันมีคุณภาพมากกว่าความเป็นจริง มักจะทำโค่นโฆษณาเปรียบเทียบ

4. เปลี่ยนการให้น้ำหนักความสำคัญ (Alter the important weights) นักการตลาดอาจพยายามชักชวนผู้ซื้อให้ความสำคัญแก่ลักษณะของตราที่ถูกละเลย เช่น นักการตลาดอาจชวนให้พิจารณาคูณประโยชน์ของกล่องถ่ายรูป โดยการเสนอกล่องถ่ายรูปที่มีขนาดในอุดมคติและมีน้ำหนักในอุดมคติ โดยที่ตราสินค้าเขามีความเหนือกว่าลักษณะนั้น เป็นต้น

5. เรียกร้องให้สนใจในลักษณะที่ถูกหลงลืม (Call attention to neglected attributes) เป็นการชักชวนลูกค้าให้เห็นคุณประโยชน์ของความทนทานของสินค้า

6. การเปลี่ยนอุดมคติลูกค้า (Shift the buyer's ideals) เป็นการพยายามชักชวนให้ผู้ซื้อเปลี่ยนระดับในอุดมคติเกี่ยวกับลักษณะบางประการของผลิตภัณฑ์

ในการใช้กลยุทธ์เหล่านี้ นักการตลาดต้องก่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ แต่ผู้บริโภคในปัจจุบันมีความรู้มากในเรื่องที่นักโฆษณาและพนักงานขายพยายามจูงใจ ดังนั้น ความรู้ในเรื่องผู้บริโภคจะมีประโยชน์ในการทำการรณรงค์ทางการโฆษณาและการเสนอขาย

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 121-122) ได้อธิบายว่า ลูกค้าจะนำข้อมูลที่ได้รับมาประเมินผลทางเลือกว่าจะใช้บริการหรือสินค้าใด โดยเกณฑ์ในการประเมินผลจะเป็นคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ราคา การบริการ การจัดจำหน่าย เป็นต้น ลูกค้าจะจัดลำดับความสำคัญของตราสินค้าและทำการเลือกตราสินค้าที่มีคุณสมบัติที่ดีที่สุด แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับระดับความเกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าด้วย หากสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวข้องในการซื้อสินค้านั้นๆ เช่น ลูกค้าต้องการซื้อน้ำอัดลมมากระปรี้กระเปร่าในอดีตรู้สึกว่าสามารถตัดสินใจซื้อโดยอาศัยความทรงจำที่เคยบริโภคน้ำอัดลมมา กระบวนการประเมินผลนี้จะไม่จำเป็นสำหรับลูกค้าคนนั้น แต่ถ้าเป็นสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวข้องในการซื้อสูง เช่น รถยนต์ เนื่องจากมีราคาสูง ลูกค้าจึงจำเป็นต้องมีการประเมินทางเลือกนี้และถ้าลูกค้าซื้อและใช้สินค้านั้นแล้วเกิดความประทับใจ ครั้งต่อไปก็ไม่จำเป็นที่จะต้องประเมินทางเลือกอีกเพราะลูกค้ามีความจงรักภักดีในตราสินค้านั้นแล้ว ในการประเมินทางเลือกของลูกค้าแล้ว ลูกค้าจะประเมินผลจากผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Benefit) ที่แตกต่างกันระหว่างผลิตภัณฑ์ หรือที่เรียกว่าคุณสมบัติของผลประโยชน์ผลิตภัณฑ์ (Bundle of Attributes) เนื่องจากในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นลูกค้าจะอาศัยประสบการณ์และข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มาจากการเรียนรู้หรือรับรู้ หรือค้นหาจากแหล่งภายนอกและตัดสินใจว่าจะใช้เกณฑ์อะไรในการพิจารณาซื้อสินค้านั้นบ้าง เช่นการประเมินผลจากคุณสมบัติของสินค้าต่อไปนี้

โรงแรม : สถานที่ตั้ง บรรยากาศ ความสะอาด ราคา

รถยนต์ : สมรรถนะ การประหยัดน้ำมัน ภาพลักษณ์ ราคา

เสื้อผ้า : ราคา ตราสินค้า การออกแบบ เนื้อผ้า

ลูกค้าจะนำคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หลายตราสินค้ามาเปรียบเทียบกันเพื่อหามูลค่าที่รับรู้ได้ (Perceived Values) ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องหาเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ในการประเมินผลทางเลือกซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ในการตัดสินใจซื้อ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

ที่สอดคล้องกับเกณฑ์เหล่านี้และใช้เป็นจุดขายในการจูงใจและกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้

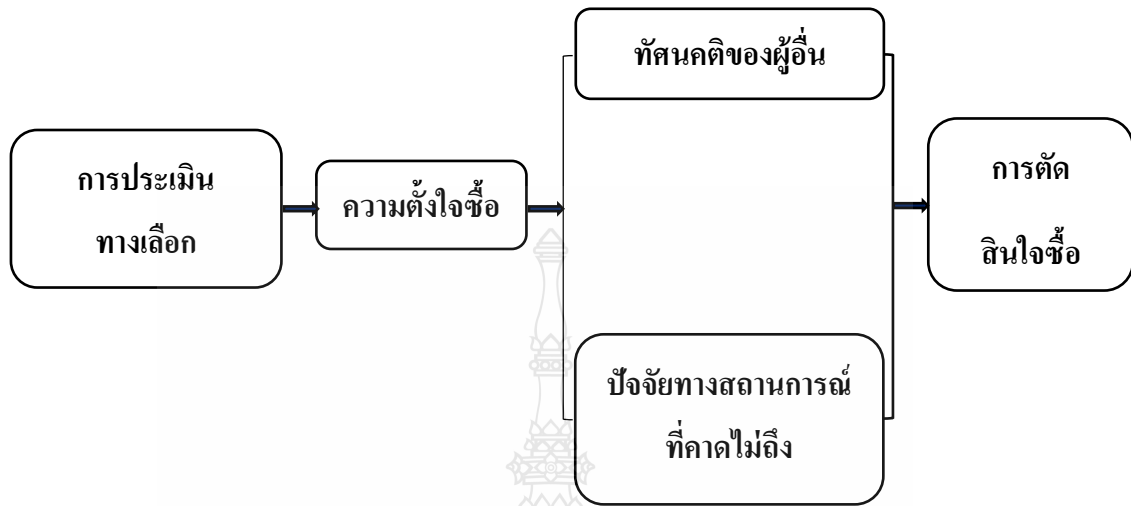
สุนิสา วิลัยรักษ์ และสุบัญญัติ ไชยชาญ (2538, น. 94) ได้อธิบายว่า ในขั้นตอนนี้ผู้บริโภคจะกำหนดเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อทำการวัดและเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่รวบรวมมาเกณฑ์เหล่านี้ได้แก่รายละเอียดของส่วนประสมการตลาดที่พึงประสงค์หรือไม่พึงประสงค์

นิเวศน์ ธรรมะและคณะ (2552, น. 89) ได้อธิบายว่า เมื่อมีทางเลือกแล้วขั้นต่อไปจะต้องมีการประเมินทางเลือกเพื่อการตัดสินใจ การหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เป็นการหาข้อมูลเพื่อใช้ประเมินทางเลือก ถ้าจำเป็นต้องมีการตัดสินใจอย่างรีบด่วนทางเลือกก็มีน้อย ถ้าสินค้านั้นเป็นสินค้าที่มีค่า ผู้บริโภคอาจใช้เวลาในการตัดสินใจมาก ผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงหรือมีรายได้สูง มักจะหาข้อมูลมาเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจมากกว่าผู้ที่มีความรู้ต่ำ เกณฑ์ที่ผู้บริโภคนำมาใช้ประกอบการประเมินทางเลือก ได้แก่ ประสิทธิภาพเกี่ยวกับสินค้าในอดีต ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราหือสินค้า รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากครอบครัว กลุ่มอ้างอิง เมื่อหาข้อมูลแล้วผู้บริโภคจะมีการกำหนดเกณฑ์เพื่อเปรียบเทียบ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการเปรียบเทียบระหว่างคุณสมบัติของสินค้า รูปลักษณ์ ราคา อย่างไรก็ตามเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละคนจะแตกต่างกัน

4. การตัดสินใจ

เป็นการตัดสินใจทำการซื้อจริง ซึ่งผู้ซื้อต้องตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ผู้ขาย เวลาในการซื้อ และปริมาณการซื้อ เช่น เลือกระบบโทรศัพท์ เลือกยี่ห้อโทรศัพท์ เลือกร้านที่จะซื้อ เลือกช่วงเวลาที่จะซื้อ (รอช่วงเวลาที่มีการส่งเสริมการตลาด ซื้อช่วงปลายเดือนหรือรอซื้อพร้อมเพื่อน) และจำนวนเหมาะสมที่จะซื้อ ผลิตภัณฑ์บางอย่างมีระยะเวลาในการใช้งานไม่นานนัก หากพิจารณาซื้อในปริมาณที่มากขึ้นอาจได้รับส่วนลด พิจารณาจากระยะเวลาในการใช้งานและระยะเวลาที่จะต้องซื้อครั้งต่อไป เป็นต้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546, น. 138-139) ได้อธิบายว่า ในขั้นตอนการประเมินผู้บริโภคจะจัดลำดับความชอบตราหือต่าง ๆ ใน Choice Set และก็จะสร้างความตั้งใจซื้อขึ้น โดยทั่วไปการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักจะทำการซื้อตราหือที่ชอบมากที่สุด แต่มี 2 ปัจจัย อาจเข้ามาขวางกั้นความตั้งใจกับการตัดสินใจซื้อ ดังรูป



ภาพที่ 2.1 ขั้นตอนระหว่างการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจซื้อ

ตามรูปดังกล่าวจะเห็นได้ว่าปัจจัยแรก คือ ทัศนคติของผู้อื่น ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยทางสถานการณ์ที่คาดไม่ถึง ผู้บริโภคอาจสร้างความตั้งใจซื้อขึ้นมา โดยอิงปัจจัยต่าง ๆ เช่น รายได้ที่คาดว่าจะได้ ราคาที่คาดหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะได้รับ อย่างไรก็ตามเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงอาจเปลี่ยนความตั้งใจซื้อได้

ในการทำการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคอาจต้องทำการตัดสินใจย่อย 5 ประการเพื่อการซื้อสินค้า ดังนี้

1. การตัดสินใจเลือกตราสินค้า
2. การตัดสินใจเลือกผู้ขาย
3. การตัดสินใจเลือกจำนวน
4. การตัดสินใจเลือกจังหวะเวลา
5. การตัดสินใจเกี่ยวกับวิธีการจ่ายเงิน

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 122-123) ได้อธิบายว่า เมื่อลูกค้าทำการประเมินผลทางเลือก ก็จะได้ตราสินค้าที่ดีที่สุดตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ลูกค้าจะซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งเป็นการตอบสนอง (Response) ต่อสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้ ลูกค้าจะตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าอะไร ตราสินค้าใด จากที่ไหน ซึ่งธุรกิจร้านค้าปลีกหรือร้านจำหน่ายสินค้าต้องให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อของลูกค้าและค้นหาว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อจากร้านค้า เช่น ท่าเลที่ตั้ง ความหลากหลายของสินค้า

และบริการ การบริการเสริม และนำมาวางแผนพัฒนาร้านค้าตนเอง รวมทั้งกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย ในช่วงเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม

สุนิสา วิลัยรักษ์ และสุปัญญา ไชยชาญ (2538, น. 95) ได้อธิบายว่า การซื้อเป็นขั้นตอนที่ ผู้บริโภคจะเลือกผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า ทั้งนี้ จะอาศัยผลการประเมินค่าทางเลือกในขั้นตอนที่แล้ว กับปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาประกอบการพิจารณา เช่น ผู้บริโภคที่กำลังจะซื้อรถยนต์คันใหม่ โดยหลังจาก การประเมินค่าทางเลือกแล้ว ปรากฏว่ารถยนต์ตราเบนซออยู่ในอันดับหนึ่ง บีเอ็มดับเบิลยูอยู่ในอันดับ สอง และเปอโยต์อยู่ในอันดับสาม ซึ่งรถยนต์ตราเบนซอควรจะถูกเลือกซื้อมากที่สุด แต่มีอุปสรรคอื่น ๆ เข้า มาขัดขวาง เช่นรถยนต์ตราเบนซอต้องรอนาน 7 เดือน บีเอ็มดับเบิลยูรอนาน 5 เดือน และเปอโยต์รอนาน 2 เดือน จึงจะได้รับรถ ดังนั้นอาจทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์รายี่ห้อเปอโยต์ก็ได้ ในขั้นตอน การซื้อนี้เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคลงมือซื้อจริง

นิเวศน์ ธรรมะและคณะ (2552, น. 90) ได้อธิบายว่า หลังจากแสวงหาทางเลือกและ ประเมินผลทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะต้องทำการตัดสินใจว่า ถ้าเขาซื้อสินค้านั้นจะสามารถบำบัดความ ต้องการและความพอใจให้กับตัวเองได้หรือไม่ ถ้าการซื้อสินค้าหรือบริการนั้นสามารถบำบัดความ ต้องการได้ กระบวนการซื้อจะโยนไปสู่ขั้นของการตัดสินใจเลือกตัวผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ราคา ร้านที่ จะซื้อ และปริมาณสินค้าที่จะซื้อ นักการตลาดจะต้องจับความสนใจตรงนี้และพยายามให้ข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของตนแก่ผู้บริโภค จึงต้องพยายามศึกษาผู้บริโภคว่า มีพฤติกรรมการซื้อเป็น อย่างไร ชอบสินค้าที่ไหน การเลือกซื้อมีกลไกอย่างไรบ้าง เมื่อผู้บริโภคเลือกสินค้าหรือตรายี่ห้อใด ในช่วงของการตัดสินใจซื้อที่ขึ้นอยู่กับประเมินผลทางเลือกและขั้นตอนต่าง ๆ ที่ผ่านมาแล้ว ถ้า สินค้าตรายี่ห้อนั้นได้รับการประเมินว่าอยู่ในเกรดที่สูงกว่าและราคาแพงกว่าที่ผู้บริโภคจะซื้อได้ ผู้บริโภคอาจยอมรับตรายี่ห้ออื่นที่คิดว่าอยู่ในวิสัยที่จะซื้อได้ ในระหว่างการตัดสินใจซื้อนั้น ผู้ขายเป็น ผู้ที่มีบทบาทอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ภายหลังการซื้อจะมีพฤติกรรมในการตอบสนองความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจจากการซื้อ และการใช้ กล่าวคือ

- หากพึงพอใจ ก็จะทำให้การซื้อซ้ำและอาจจะกลายเป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์และ บริการนั้น นอกจากนี้อาจมีการบอกต่อถึงบุคคลอื่น ๆ ที่ใกล้ชิดด้วย

- ก็จะเลิกใช้และอาจประจานให้ผู้อื่นฟังต่อไปหรือทำการเรียกร้องให้ผู้ขายรับผิดชอบ นอกจากนี้แล้ว ข้อมูลหลังการซื้อและการใช้จะกลายเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ที่สำคัญสำหรับ ลูกค้าในการพิจารณาการตัดสินใจซื้อในครั้งต่อไป

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2546, น. 139-140) ได้อธิบายว่า หลังจากที่ที่มีการซื้อสินค้า ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจและจะก่อพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้น ถ้าผู้บริโภคเกิดความพอใจเขาก็จะสร้างความซื้อสัตย์ต่อตราหือ แต่ถ้าไม่พอใจก็อาจจะเลิกเป็นลูกค้าเราหรือทำการคืนสินค้าหรือเดือนเพื่อนไม่ให้ซื้อหรือใช้บริการ ดังนั้น จะเป็นการฉลาดถ้าบริษัทจำทำการวัดความพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งตัวกำหนดว่าผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหมายของผู้บริโภค (Consumer's expectation) กับการปฏิบัติการของสินค้า (Product's perceived performance) ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหมายผู้บริโภคจะผิดหวัง ถ้าตรงกับความคาดหมายผู้บริโภคจะพอใจ ถ้าดีเกินความคาดหมายผู้บริโภคจะปลื้มยินดีมาก

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555, น. 123) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมหลังการซื้อ เกี่ยวข้องกับความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออกภายหลังการซื้อและใช้สินค้า เมื่อลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการที่ซื้อไปแล้วจะเกิดผล 2 ทางคือ พึงพอใจและไม่พึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ภายลักษณ์ของสินค้าหรือการบอกต่อไปยังลูกค้าคนอื่น ซึ่งในความไม่พอใจนี้จะทำลายความจงรักภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) ของลูกค้า ภายหลังการขายสินค้าหรือบริการ นักการตลาดหรือธุรกิจควรมีการติดตามเอาใจใส่ลูกค้า เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและลดความไม่พึงพอใจที่อาจจะเกิดขึ้น เพราะในการรักษาลูกค้าเก่าจะสามารถกระทำได้ง่ายกว่าและประหยัดกว่าการหาลูกค้ารายใหม่ เช่น ศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ฮอนด้าได้โทรศัพท์กลับมาสอบถามการให้บริการหลังจากลูกค้าซื้อรถยนต์ไปแล้วหรือภายหลังการนำรถยนต์เข้าใช้บริการในศูนย์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการติดตามวัดความพึงพอใจของลูกค้าและยังสร้างความรู้สึที่ดีด้วย

สุนิสา วิไลรักษ์ และสุปัญญา ไชยชาญ (2538, น. 95) ได้อธิบายว่า หลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์มาใช้และได้บริโภคแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ว่าผลิตภัณฑ์สามารถแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่ สร้างความพึงพอใจได้มากน้อยเพียงใด ในกรณีผู้บริโภครู้สึกพอใจหรือพอใจมาก โอกาสที่จะซื้อซ้ำอีกย่อมมีมาก นอกจากนี้ผู้บริโภคยังจะบอกต่อ ๆ กันถึงความดีเด่นและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจให้ ซึ่งนักการตลาดถือกันว่าเป็นสื่อโฆษณาที่ยอดเยี่ยมที่สุด เพราะ “ความพอใจของลูกค้า คือการโฆษณาที่ดีที่สุด” ในกรณีผู้บริโภครู้สึกไม่พอใจในผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคอาจจะมีปฏิกิริยาตอบโต้ ซึ่งเป้าหมายของการตอบโต้อาจจะอยู่ที่ผู้ขายหรือผลิตภัณฑ์ก็ได้ (บรรคัชช อนุปาน, 2533, น. 65)

นิเวศน์ ธรรมะและคณะ (2552, น. 90) ได้อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจในการซื้อจะต้องรวมเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนหรือหลังซื้อด้วย เพราะหลังจากที่ตัดสินใจซื้อสินค้านั้นไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีการประเมินผลหลังการซื้อว่าสินค้าหรือบริการที่ซื้อไปแล้วนั้น สามารถตอบสนองความต้องการ

ได้หรือไม่ ซึ่งจะส่งผลต่อการซื้อสินค้าหรือบริการในคราวต่อไปและบางครั้งนำข้อมูลเหล่านี้ไปบอกผู้บริโภครายอื่น ๆ เป็นที่ยอมรับกันว่า เมื่อผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้าไปแล้วจะเกิดความลังเลใจว่าการตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ เป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าหากเป็นไปตามความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้าหรือบริการนั้นซ้ำอีก



ภาพที่ 2.2 แสดงกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (อดุลย์ จาตุรงคกุล, 2546, น. 134)

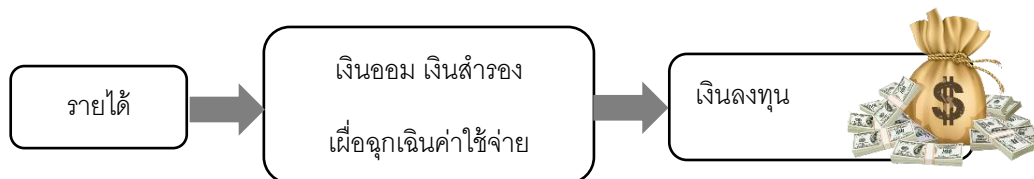
2.4 ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนในกองทุนรวมและกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) แนวคิดเกี่ยวกับการลงทุน

2.4.1 ความหมายของการลงทุน

การลงทุน หมายถึง การกักเงินไว้จำนวนหนึ่ง ในช่วงระยะเวลาหนึ่งเพื่อก่อให้เกิดกระแสเงินสดรับในอนาคต ซึ่งจะชดเชยให้แก่ผู้กักเงิน โดยกระแสเงินสดรับนี้ควรคุ้มกับอัตราเงินเฟ้อและคุ้มกับความไม่แน่นอนที่จะเกิดแก่กระแสเงินสดรับในอนาคต (จิรัตน์ สังข์แก้ว ,2554, น. 7)

การลงทุน คือ การนำเงินที่เก็บสะสมไปสร้างผลตอบแทนที่สูงกว่าการออม โดยการลงทุนในพันธบัตรรัฐบาลหรือหลักทรัพย์ต่าง ๆ ซึ่งจะมีความเสี่ยงที่สูงขึ้น โดยปกติรายได้ที่บุคคลได้รับจะถูกจัดสรรออกเป็น 2 ด้านใหญ่ ๆ คือ ส่วนหนึ่งเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวันและอีกส่วนหนึ่งเก็บออมไว้สำหรับใช้จ่ายในวันข้างหน้า

ข้อควรคำนึงในการจัดสรรเงินเพื่อการลงทุน คือ เราควรมีเงินออมและเงินสำรองเพื่อฉุกเฉินในจำนวนที่เพียงพอสำหรับการใช้จ่ายประมาณ 3-6 เดือน ซึ่งเงินสำหรับการลงทุนควรเป็นเงินส่วนที่เกินจากเงินออมและเงินสำรอง เพราะการลงทุนมีความเสี่ยงที่เราอาจสูญเสียเงินลงทุนไป การนำเงินออมหรือเงินสำรองมาลงทุน จึงอาจจะทำให้เราประสบปัญหาได้ดังภาพประกอบ :



การลงทุนสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การลงทุนในสินทรัพย์ที่มีตัวตนเห็นประโยชน์จากการใช้ได้อย่างชัดเจน (Tangible Investment) เป็นการลงทุนที่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินที่ลงทุนเป็นเจ้าของไว้โดยตรงได้อย่างเต็มที่ เช่น การลงทุนซื้อบ้าน รถยนต์ เพชรพลอยของมีค่า เป็นต้น

2. การลงทุนในสินทรัพย์ที่ไม่เห็นประโยชน์การใช้ได้โดยชัดเจน (Intangible Investment) เป็นการลงทุนในหุ้นพันธบัตรตราสารการเงินอื่น ๆ ซึ่งผู้ซื้อไม่มีสิทธิเรียกร้องและมีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการถือกรรมสิทธิ์ในตราสารเหล่านี้ไว้ การลงทุนประเภทนี้จัดอยู่ในประเภทของการลงทุนทางการเงิน (Financial Investment) หมายถึง การที่ผู้ลงทุนนำเงินที่มีอยู่ไปซื้อหลักทรัพย์ต่าง ๆ ซึ่งหลักทรัพย์ดังกล่าวก่อให้เกิดรายได้กับผู้ลงทุน ซึ่งการลงทุนทางการเงินโดยทั่วไปมักจะผ่านกลไกของตลาดการเงิน โดยมีวัตถุประสงค์ของการลงทุนทางการเงิน เพื่อจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนในรูปแบบของดอกเบี้ย (Interest) เงินปันผล (Dividend) กำไรจากการซื้อขายหุ้น (Capital gain) และสิทธิพิเศษอื่น ๆ กล่าวโดยสรุปก็คือ มุ่งผลตอบแทนจากการใช้ทุนในรูปแบบของผลตอบแทนทางการเงิน (Monetary return)

เพชร ชุมทรัพย์ (2544, น. 6) ได้กำหนดปัจจัยที่เป็นกำหนดจุดมุ่งหมายของการลงทุนไว้ดังต่อไปนี้

1. อายุของผู้ลงทุน (The age of the investor) ผู้ลงทุนที่อายุน้อยหรือระหว่าง 25-40 ปี มักกล้าเสี่ยงและสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความงอกเงยแก่เงินลงทุน แต่ผู้ลงทุนที่มีอายุระหว่าง 40-50 ปี อาจสนใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้ประจำ ทั้งนี้เนื่องจากภาระทางครอบครัวและผู้ลงทุนที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ยิ่งพอใจลงทุนในหลักทรัพย์ที่ให้รายได้แน่นอน

2. การมีครอบครัวและความรับผิดชอบที่มีต่อครอบครัว (Marital status and family responsibilities) ผู้ลงทุนที่มีครอบครัวแล้วต้องรับผิดชอบต่อความเป็นอยู่ครอบครัว ต้องให้การศึกษาแก่บุตร ทำให้เขาเกิดความจำเป็นที่จะต้องลงทุนในหลักทรัพย์ที่มั่นคง ให้รายได้แน่นอน ส่วนคนโสดไม่มีภาระผูกพัน ย่อมลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยงได้

3. สุขภาพของผู้ลงทุน (The health of the investor) ปัญหาเรื่องสุขภาพของผู้ลงทุนมีต่อการกำหนดนโยบายลงทุนของผู้ลงทุน ผู้ลงทุนที่มีสุขภาพไม่สมบูรณ์ย่อมต้องการรายได้ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมากกว่าหวังผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

4. นิสัยส่วนตัวของผู้ลงทุน (Personal Habit) ผู้ลงทุนที่มีนิสัยตระหนี่อาจไม่มีความจำเป็นต้องใช้รายได้ที่ได้รับจากการลงทุนในหลักทรัพย์ เขาอาจลงทุนในหลักทรัพย์ของธุรกิจที่มีการขยายตัวในอนาคตก็ได้ ในทางตรงกันข้ามผู้ลงทุนที่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือย ย่อมต้องการได้รายได้ที่แน่นอนเพื่อมาจุนเจือรายจ่ายที่เกิดขึ้น

5. ความสมัครใจในการลงทุน (Willingness to Accept Risk of Investment) ผู้ลงทุนบางท่านอาจต้องการลงทุนในหลักทรัพย์ที่มีความเสี่ยง ซึ่งความเสี่ยงในที่นี้มีหลายลักษณะด้วยกัน เช่น ความเสี่ยงธุรกิจ ความเสี่ยงตลาด และความเสี่ยงในอัตราดอกเบี้ย เป็นต้น ผู้ลงทุนในลักษณะนี้ได้เตรียมตัวเตรียมใจที่จะเผชิญกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตแล้ว

6. ความจำเป็นของผู้ลงทุน (Investor's Needs) ความจำเป็นของผู้ลงทุนอาจแตกต่างกัน บางท่านอาจมีความจำเป็นทางการเงิน บางท่านอาจมีความจำเป็นในแง่ของความรู้สึกละเอียดและจิตใจแน่นอนที่สุดสิ่งสำคัญที่เร่งเร้าให้เกิดการลงทุนก็คือกำไร ซึ่งอาจเก็บสะสมไว้เพื่อใช้ในยามชราเพื่อการศึกษาหรือเพื่อปรับฐานะการครองชีพของตนเองให้ดีขึ้น

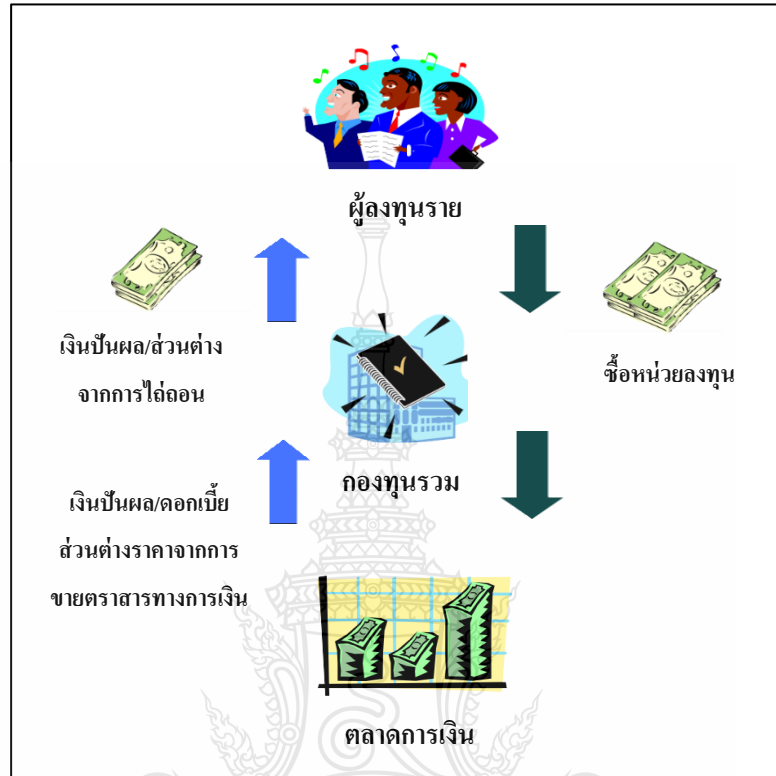
2.4.2 ความหมายของกองทุนรวม

กองทุนรวม คือ โครงการลงทุนที่นำเงินของผู้ซื้อหน่วยลงทุนหลาย ๆ รายมารวมกันและมีการบริหารจัดการกองทุนโดยมืออาชีพในการจัดการลงทุน เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับกองทุน จากนั้นจึงนำผลตอบแทนที่ได้มาเฉลี่ยกลับคืนให้กับผู้ซื้อหน่วยลงทุนตามสัดส่วนการลงทุนในกองทุนรวมนั้น

ในอีกแง่หนึ่งกองทุนรวม คือ เครื่องมือในการลงทุน (Investment Vehicle) สำหรับผู้ลงทุนรายย่อย ที่ประสงค์จะนำเงินมาลงทุนในตลาดเงินตลาดทุน แต่ติดขัดด้วยอุปสรรคหลายประการ ที่ทำให้การลงทุนด้วยตนเองไม่สามารถได้ผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ต้องการ ได้แก่

1. มีทุนทรัพย์จำนวนจำกัด ไม่สามารถกระจายการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเภทได้มากพอ เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุน หรือ
2. ไม่มีประสบการณ์ ความรู้ ความชำนาญ ในการลงทุน หรือ
3. ไม่มีเวลาในการศึกษาค้นคว้าและติดตามข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุน

ดังนั้น กองทุนรวมจึงเป็นเครื่องมือในการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ มีการจัดการลงทุนอย่างเป็นระบบ โดยจุดมุ่งหมายให้การลงทุนได้รับผลตอบแทนที่ดีที่สุด ภายใต้กรอบความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนยอมรับได้



ภาพที่ 2.3 แสดงกระบวนการทำงานของกองทุนรวม

ที่มา : สถาบันพัฒนาความรู้ (TSD) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2548, น. 528)

กระบวนการทำงานของกองทุนรวม มีดังนี้

นำเงินที่ได้จากการระดมทุนไปลงทุน โดยผู้จัดการกองทุนรวมจะลงทุนได้เฉพาะในหลักทรัพย์และทรัพย์สินที่กำหนดไว้ในโครงการหรือหนังสือชี้ชวนเท่านั้น รวมทั้งกองทุนรวมไม่สามารถให้กิจการใดกู้ยืมได้ (การลงทุนในตราสารหนี้ไม่จัดว่าเป็นการให้กู้ยืม)

การคำนวณและประกาศมูลค่าเงินลงทุนของกองทุนรวม บริษัทจัดการต้องคำนวณมูลค่าหลักทรัพย์และสินทรัพย์สุทธิที่กองทุนรวมถือไว้ในขณะนั้น ๆ ตามมูลค่าตลาดหรือตามมูลค่ายุติธรรมที่ทางสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. กำหนดในกรณีที่สินทรัพย์นั้นไม่สามารถหาราคาตลาดในขณะนั้นได้และต้องประกาศมูลค่าสินทรัพย์สุทธิและมูลค่าต่อหน่วยเป็นรายวันสำหรับกองทุนเปิดและรายสัปดาห์สำหรับกองทุนปิดลงในหนังสือพิมพ์รายวันอย่างน้อย 1 ฉบับ เนื่องจากมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวมอาจสูงขึ้นหรือลดลงได้ตามราคาตลาดหลักทรัพย์หรือสินทรัพย์ที่กองทุนรวมถือไว้

3. การแบ่งกำไรจากการลงทุน ผลกำไรที่ได้จากการลงทุน(ถ้ามี) จะถูกนำมาเฉลี่ยเป็นเงินปันผลให้แก่ผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุนตามสัดส่วนของจำนวนหน่วยลงทุนที่ผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุนแต่ละคนได้ลงทุนไว้ หากกองทุนรวมไม่มีนโยบายในการจ่ายเงินปันผล ผลกำไรจากการลงทุนจะถูกสะสมและเพิ่มค่าอยู่ในมูลค่าทรัพย์สินของกองทุนรวม

2.4.3 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดการกองทุนรวม ในการจัดการกองทุนรวม มีผู้รับผิดชอบทั้งที่เป็นองค์กรของภาครัฐ สถาบันการเงิน สมาคมหรือบุคคลต่าง ๆ สามารถแบ่งออกได้ 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการกองทุนรวม ได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมและตัวแทนสถาบัน
2. กลุ่มผู้ลงทุน
3. กลุ่มตรวจสอบกำกับดูแลและรักษาผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุน ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์ หรือ ก.ล.ต. ผู้ดูแลผลประโยชน์ นายทะเบียน ผู้สอบบัญชีกองทุนและสมาคมบริษัทจัดการลงทุน

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม หรือ บลจ. หรือ บริษัทจัดการ

ต้องเป็นบริษัทหลักทรัพย์ที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงการคลังให้ทำธุรกิจการจัดการกองทุนรวมและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. การดำเนินธุรกิจการจัดการกองทุนรวมนั้นบริษัทจัดการจะต้องดำเนินการให้อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ โดยบลจ.มีหน้าที่เป็นผู้จัดตั้งและจัดการกองทุนรวมให้เป็นไปตามรายละเอียดโครงการที่ยื่นไว้กับสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต.และในหนังสือชี้ชวนที่แจกจ่ายให้กับผู้ลงทุน บริษัทจัดการจะต้องมีหน่วยงานบริหารหรือจัดการกองทุน โดยมิผู้จัดการกองทุนที่มีความรู้และประสบการณ์ในด้านการลงทุนและที่สำคัญต้องเข้ารับการฝึกอบรมความรู้ทางกฎหมายและจรรยาบรรณในการเป็นผู้จัดการกองทุน พร้อมทั้งขึ้นทะเบียนเป็นผู้จัดการกองทุนกับสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. บริษัทจัดการจะได้รับค่าธรรมเนียมในการจัดการกองทุนเป็นค่าตอบแทนในการจัดการลงทุน

ตัวแทนสถาบัน

ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทจัดการในการแจกจ่ายหนังสือชี้ชวนและเสนอขายหน่วยลงทุนแก่ประชาชนหรือผู้ที่สนใจทั่วไปหรือรับซื้อคืนหน่วยลงทุนจากผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุน ตัวแทนสถาบันอาจจะเป็นสถาบันการเงิน บริษัทหลักทรัพย์ หรือนิติบุคคลที่จัดตั้งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการขายหน่วยลงทุนหรือเป็นบุคคลธรรมดาก็ได้ ทั้งนี้ตัวแทนสถาบันประเภทสถาบันต้องจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่ได้ผ่านการสอบและขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. เป็นผู้ทำ

หน้าที่ให้คำแนะนำการลงทุนในกองทุนรวม และในกรณีที่เป็นบุคคลธรรมดา บุคคลดังกล่าวก็ต้องผ่านการสอบและขึ้นทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต.เท่านั้น ผู้ทำหน้าที่ขายหรือรับซื้อคืนหน่วยลงทุนกองทุนรวม มี 2 ระดับ ได้แก่

1. ตัวแทนสนับสนุนการขาย-ระดับหนึ่ง (Investment Planner: IP) หมายถึง บุคคลที่สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนในหน่วยลงทุนของกองทุนรวมแก่ผู้ถือหน่วยลงทุนและผู้สนใจลงทุนทั่วไปทั้งที่เป็นคำแนะนำทั่วไปและคำแนะนำเฉพาะเจาะจง

2. ตัวแทนสนับสนุนการขาย-ระดับสอง (Fundamental Guide: FG) หมายถึง บุคคลที่สามารถให้คำแนะนำในการลงทุนในหน่วยลงทุนของกองทุนรวมแก่ผู้ถือหน่วยลงทุนและผู้สนใจลงทุนทั่วไป เฉพาะที่เป็นคำแนะนำทั่วไปเท่านั้น

ผู้ถือหน่วยลงทุน

ผู้ที่เข้ามาซื้อหน่วยลงทุนหรือมาลงทุนในกองทุนรวม อาจจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล ถือสัญญาใดก็ได้ ผู้ถือหน่วยลงทุนมีสิทธิที่จะได้รับผลตอบแทนการลงทุนหรือมีสิทธิออกความเห็นในกรณีที่มีการขอมติผู้ถือหุ้นหน่วยเพื่อที่จะแก้ไขเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการกองทุนรวม โดยสิทธิของผู้ถือหุ้นหน่วยแต่ละรายจะมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับสัดส่วนในการถือหุ้นหน่วยลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ หรือสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต.

สำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. มีหน้าที่เป็นผู้กำกับดูแลให้บริษัทจัดการปฏิบัติหน้าที่ในการจัดการลงทุนให้กับกองทุนรวมเป็นไปตามพระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ประกาศสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. รวมถึงประกาศกฎเกณฑ์ต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการพัฒนารูทกิจการจัดการกองทุนรวมให้เจริญก้าวหน้าต่อไปด้วย

ผู้ดูแลผลประโยชน์

บริษัทจัดการต้องแต่งตั้งผู้ดูแลผลประโยชน์ทำหน้าที่เสมือนตัวแทนของผู้ถือหน่วยลงทุนในการติดตามดูแลจัดการกองทุนรวม การตรวจทานและรับรองการคำนวณมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ มูลค่าหน่วยลงทุน ราคาขายและราคารับซื้อคืนหน่วยลงทุน นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการเก็บรักษาทรัพย์สินของกองทุนโดยแยกเด็ดขาดจากสินทรัพย์ของผู้ดูแลผลประโยชน์ ผู้ดูแลผลประโยชน์อาจจะเป็นธนาคารพาณิชย์ไทยหรือสำนักงานสาขาของธนาคารพาณิชย์ต่างประเทศก็ได้ แต่ต้องไม่เป็นบริษัทในเครือของบริษัทจัดการที่เป็นผู้จัดตั้งและจัดการกองทุนรวมนั้น เพื่อเป็นการป้องกันความขัดแย้งทางผลประโยชน์

นายทะเบียน

ทำหน้าที่เป็นผู้บันทึกชื่อ ที่อยู่ จำนวนหน่วยลงทุนคงเหลือและข้อมูลสำคัญต่าง ๆ ของผู้ถือหน่วยลงทุนแต่ละรายและแก้ไขการเพิ่มหรือลดจำนวนหน่วยลงทุนในบัญชีกองทุนของผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุน พร้อมทั้งออกหนังสือรับรองยืนยันการถือหน่วยลงทุนให้แก่ผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุน

ผู้สอบบัญชีกองทุน

ต้องเป็นบุคคลที่ได้รับอนุญาตให้เป็นผู้สอบบัญชีและมีรายชื่อที่ขึ้นทะเบียนไว้กับสำนักงานคณะกรรมการ ก.ล.ต. โดยผู้สอบบัญชีมีหน้าที่ตรวจสอบและรับรองงบการเงินกองทุนรวมให้ถูกต้องตามมาตรฐานบัญชีเป็นประจำทุกปี ก่อนที่บริษัทจัดการจะจัดทำเป็นรายงานประจำปีเพื่อเสนอต่อผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุน

ผู้ชำระบัญชี

บริษัทจัดการจะต้องแต่งตั้งผู้ชำระบัญชีกองทุนรวมเพื่อทำหน้าที่จำหน่ายหรือขายทรัพย์สินที่ยังคงค้างอยู่ในกองทุนรวมและแจกจ่ายเงินที่ได้จากการชำระบัญชีคืนแก่ผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุนทุกรายหลังจากหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ในกรณีที่มีการยกเลิกกองทุน เช่น ครบอายุโครงการหรือถูกไถ่ถอนจนมีมูลค่ากองทุนรวมต่ำกว่ามูลค่าขั้นต่ำที่กฎหมายกำหนด เป็นต้น

สมาคมบริษัทจัดการลงทุน

จัดตั้งขึ้นภายใต้พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2535 เป็นสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลักทรัพย์ จัดทะเบียนสมาคมกับสำนักงาน ก.ล.ต. มีบริษัทจัดการที่ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทการจัดการกองทุนรวม การจัดการกองทุนส่วนบุคคล และการจัดการกองทุนส่วนบุคคลที่เป็นกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเป็นสมาชิก สมาคมมีหน้าที่กำหนดจรรยาบรรณและวางมาตรฐานในการปฏิบัติ ให้บริษัทสมาชิกยึดถือและปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกันทุกราย กำหนดบทลงโทษเมื่อบริษัทสมาชิกฝ่าฝืนและไม่ปฏิบัติตาม

2.4.4 ประเภทกองทุนรวม ด้วยกองทุนรวมเป็นเสมือนเครื่องมือประเภทหนึ่งในการลงทุนของผู้ลงทุน ดังนั้น จึงต้องมีความหลากหลายเพื่อให้มีความเหมาะสมกับแต่ละลักษณะของผู้ลงทุน โดยทั่วไปกองทุนรวมสามารถแบ่งออกได้ดังนี้

กองทุนปิด (Closed-End Fund) กองทุนรวมที่มีหน่วยลงทุนคงที่ ไม่เพิ่มขึ้นและไม่ลดลง จะเปิดให้มีการจองซื้อเพียงครั้งเดียวเมื่อจัดตั้งโครงการ มีกำหนดอายุโครงการแน่นอนและบริษัทจัดการไม่รับซื้อคืนหน่วยลงทุนก่อนครบกำหนดอายุโครงการ ผู้ถือหุ้นหน่วยลงทุนไม่สามารถไถ่ถอนหน่วยลงทุนก่อนครบกำหนดอายุโครงการได้ โดยส่วนใหญ่แล้วอายุโครงการของกองทุนรวมใน

ประเทศไทยจะมีกำหนด 3ปี 5ปี หรือ 10ปี และเพื่อเพิ่มสภาพคล่อง ให้แก่ผู้ถือหน่วยลงทุนบริษัทจัดการอาจนำหน่วยลงทุนกองทุนปิดไปจดทะเบียนซื้อขายในตลาดรอง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) หรือจัดให้มีตัวแทนจัดการซื้อขาย (Market maker)

กองทุนเปิด (Open-End Fund) กองทุนรวมที่สามารถเพิ่มหรือลดหน่วยลงทุนได้ ไม่มีกำหนดอายุโครงการและบริษัทจัดการรับซื้อคืนหน่วยลงทุนตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน เช่น ทุกวัน ทุกสัปดาห์ ทุกสองสัปดาห์ ทุกเดือนทุกไตรมาส หรือทุกหกเดือน กองทุนเปิดจึงเป็นที่นิยมมากกว่ากองทุนปิดเพราะมีสภาพคล่องมากกว่า ดังนั้น ในการศึกษางานวิจัยครั้งจึงทำการศึกษากองทุนเปิด ซึ่งกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จัดอยู่ในประเภทดังกล่าว

ตารางที่ 2.2 แสดงสรุปเปรียบเทียบความแตกต่างของกองทุนปิดและกองทุนเปิด

เงื่อนไข	กองทุนปิด	กองทุนเปิด
1. อายุโครงการ	ส่วนใหญ่มีอายุโครงการแน่นอน เช่น 3ปี 5ปี 7ปี เป็นต้น	อาจจะมีอายุโครงการหรือไม่ก็ได้
2. จำนวนหน่วยลงทุน	จำนวนหน่วยลงทุนคงที่เพราะเสนอขายเพียงครั้งเดียว	จำนวนหน่วยลงทุนเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ หากมีผู้มาซื้อหรือขายคืนหน่วยลงทุน
3. การซื้อหน่วยลงทุน	ในระหว่างอายุโครงการบริษัทจัดการจะไม่รับซื้อคืนหน่วยลงทุน โดยส่วนใหญ่บริษัทจัดการจะนำเอาหน่วยลงทุนไปจดทะเบียนเพื่อให้ผู้ลงทุนซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเพิ่มสภาพคล่องให้กับผู้ลงทุน	ผู้ลงทุนสามารถซื้อหรือขายคืนหน่วยลงทุนกับบริษัทจัดการหรือผ่านตัวแทน
4. ราคาซื้อขายหน่วยลงทุน	ราคาซื้อและราคาขายในแต่ละวันขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขาย	ราคาซื้อขายคำนวณตามมูลค่าหน่วยลงทุนในแต่ละวันที่ทำการ
5. การขายคืนหน่วยลงทุน	ผู้ถือหน่วยลงทุนจะขายคืนหน่วยลงทุนได้ตามมูลค่าหน่วยลงทุนเมื่อครบอายุโครงการ	บริษัทจัดการหรือตัวแทนจะรับซื้อคืนหน่วยลงทุนตามกำหนดเวลาที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน
6. การจดทะเบียนซื้อขาย	ในตลาดรอง เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย	ไม่นิยมจดทะเบียนซื้อขายหน่วยลงทุนในตลาดรอง เพราะสามารถซื้อขายผ่านตัวแทนสนับสนุนการขายได้อยู่แล้ว

ที่มา : ตลาดการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์ (2557, น. 541)

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

2.4.5 ความหมายของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long-Term Equity Fund: LTF) หรือกองทุนรวม LTF เป็นกองทุนรวมที่กำหนดให้มีนโยบายลงทุนในหุ้นสามัญที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเฉลี่ยในรอบปีบัญชีไม่น้อยกว่าร้อยละ 65% ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม ดังนั้นกองทุนรวม LTF มีนโยบายการลงทุนเพียงนโยบายเดียวคือให้ลงทุนในหุ้นสามัญ และต้องเป็นหุ้นสามัญจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นหลัก กองทุนรวม (LTF) จัดตั้งขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อเพิ่มสัดส่วนผู้ลงทุนสถาบัน (ผู้ลงทุนสถาบันในที่นี้หมายถึงกองทุนรวม) เพื่อช่วยให้ตลาดทุนไทยมีเสถียรภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากกองทุนรวมจะเน้นการลงทุนในระยะยาวมากกว่าการลงทุนของผู้ลงทุนรายย่อยซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นการลงทุนในระยะสั้นและเน้นการลงทุนเพื่อเก็งกำไรในระยะสั้นและมีสัดส่วนประมาณ 60%-70% ของปริมาณการซื้อขายทั้งหมดในตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงผลให้ตลาดหลักทรัพย์ไทยอาจไม่มีเสถียรภาพทางราคาหลักทรัพย์เท่าเทียมกับตลาดหลักทรัพย์ของประเทศที่พัฒนาไปมากแล้ว ทั้งนี้ หากสามารถเพิ่มสัดส่วนของผู้ลงทุนสถาบัน เช่น กองทุนรวมให้เพิ่มมากขึ้น ก็น่าจะส่งผลให้ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีเสถียรภาพด้านราคามากยิ่งขึ้น ซึ่งจะก่อเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศและเพื่อเป็นการพัฒนาตลาดทุนโดยรวม

2.4.6 ประเภทของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

แบ่งตามสัดส่วนการลงทุน วิธีนี้แบ่งได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กองทุนรวม (LTF) ที่ลงทุนในหุ้นเต็มรูปแบบที่แบบกองทุนหุ้น คือ กลุ่มนี้ผู้จัดการกองทุนจะบริหารกองทุนรวม LTF ของตนเหมือนกับกองทุนหุ้นและลงทุนเต็มที่เป็นหุ้น เพื่อสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ลงทุนมากที่สุดภายใต้ความเสี่ยงที่ยอมรับได้

2. กองทุนรวม (LTF) ที่ลงทุนในหุ้นบางส่วนและกำหนดสัดส่วนไว้ชัดเจน คือ กองทุนรวม LTF ในกลุ่มนี้จะมีความเสี่ยงน้อยกว่ากลุ่มแรก เพราะเงินที่มีจะถูกนำไปลงทุนในหุ้นเพียงบางส่วนและบอกให้ผู้ลงทุนรู้ว่าจะลงทุนกี่เปอร์เซ็นต์ เช่น ลงทุนในหุ้นเพียง 70% และอีก 30% ลงทุนในตราสารหนี้ ทำให้มีความผันผวนน้อยกว่า ทั้งขาขึ้นและขาลง ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ต้องการลงทุนในระดับความเสี่ยงที่ต่ำกว่ากองทุนหุ้นทั่วไป แต่สามารถยอมรับโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนน้อยลงได้

3. กองทุนรวม LTF ที่ลงทุนในหุ้นเพียงบางส่วนแต่ไม่กำหนดสัดส่วนที่ชัดเจน คือ กองทุนรวม LTF กลุ่มนี้คล้ายกับกลุ่มที่ 2 คือเงินที่มีในกองทุนจะลงทุนในหุ้นเพียงบางส่วนแต่ไม่กำหนด

ชัดเจนว่าเท่าไร กองทุนรวม LTF กลุ่มนี้จะมีเป้าหมายในการดูแลรักษาเงินต้นของผู้ลงทุนไม่ให้ขาดทุนมากกว่ามุ่งหาผลตอบแทน เหมาะสำหรับผู้ลงทุนที่ต้องการให้เงินต้นไม่ขาดทุนมากกว่า เน้นเรื่องผลตอบแทน

แบ่งตามนโยบายการจ่ายเงินปันผล สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กองทุนรวม (LTF) ที่มีนโยบายจ่ายเงินปันผล คือ กลุ่มนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการกำไรคืนบ้างในระหว่างการลงทุน ซึ่งเงินปันผลที่ได้รับจะต้องเสียภาษี

2. กองทุนรวม (LTF) ที่ไม่มีนโยบายจ่ายเงินปันผล คือ กลุ่มนี้เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ต้องการเสียผลประโยชน์จากภาษีเงินปันผล โดนยอมที่จะไม่รับผลตอบแทนคืนในระหว่างการลงทุน

แบ่งตามนโยบายการลงทุน สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. กองทุนรวม LTF ที่บริหารเชิงรุก หมายถึง ผู้จัดการกองทุนเน้นบริหารให้ได้ผลตอบแทนเต็มที่ มีเป้าหมายในการสร้างผลตอบแทนให้สูงที่สุด ภายใต้ความเสี่ยงที่ประเมินแล้วยอมรับได้ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนในหุ้นที่เชื่อในความสามารถในการคัดเลือกหุ้นของผู้จัดการกองทุน

2. กองทุนรวม LTF ที่บริหารเชิงรับ หรือ กองทุนรวม LTF ที่เป็นกองทุนรวมดัชนี หมายถึง ผู้จัดการกองทุนจะบริหารกองทุนรวมให้ได้ผลตอบแทนขึ้นลงตามการขึ้นลงของดัชนีอ้างอิง เหมาะสำหรับผู้ลงทุนที่เชื่อว่าผลตอบแทนของดัชนีอ้างอิงจะเพิ่มขึ้นในระยะเวลาที่ลงทุน โดยไม่ต้องการเสี่ยงกับการบริหารและการเลือกหุ้นของผู้จัดการกองทุน

2.4.7 เงื่อนไขของการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

ผู้ลงทุนในกองทุนรวม LTF จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้

1. ต้องถือครองหน่วยลงทุนแต่ละก้อนที่ลงทุนในระยะเวลาที่ต่างกันได้ไม่น้อยกว่า 7 ปี ปฏิทิน (มีผลบังคับใช้ระหว่างปี 2559-2562)

2. ไม่กำหนดเงื่อนไขขั้นต่ำในการลงทุน โดยสามารถลงทุนในกองทุนรวม LTF กองทุนใด กองทุนหนึ่งหรือทุกกองทุนรวมกัน ในบริษัทจัดการเดียวกันหรือหลายบริษัทจัดการรวมกันก็ได้

3. ไม่จำเป็นต้องลงทุนต่อเนื่องทุกปี หากปีไหนต้องการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี จึงค่อยลงทุน

4. สามารถขายคืนหน่วยลงทุนได้ปีละ 2 ครั้ง ตามระยะเวลาที่ระบุในหนังสือชี้ชวนเสนอขายหน่วยลงทุน LTF แต่ละกองทุน

5. หน่วยลงทุนของกองทุนรวม LTF ไม่สามารถนำไปจำหน่าย โอน จำนอง หรือนำไปเป็นหลักประกัน เนื่องจากมีผลผูกพันกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ลงทุนแต่ละราย

6. ในระหว่างปี ผู้ลงทุนสามารถเลือกลงทุนกี่ครั้ง ก็กองทุน ก็บริษัทจัดการก็ได้ และไม่จำเป็นต้องลงทุนเท่ากันในแต่ละปี

7. ไม่ควรลงทุนในจำนวนเงินเกินกว่าที่ได้รับสิทธิลดหย่อน (เนื่องจากต้องมีภาระภาษีเกิดขึ้นหากขายในตอนนี้แล้วมีกำไร ไม่ว่าจะขายเมื่อใดก็ตาม) หากต้องการลงทุนมากเกินที่กำหนด ให้ไปซื้อกองทุนรวมตราสารทุนทั่วไปแทน

2.4.8 ข้อแตกต่างระหว่างกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับกองทุนรวมทั่วไป

1. ผู้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี หากมีการลงทุนเป็นไปตามเงื่อนไขที่ทางการกำหนด

2. หากผู้ลงทุนผิดเงื่อนไขการลงทุน เช่น การขายหน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ออกไปก่อนกำหนดที่ระบุ และมีกำไรจากการขาย กำไรที่ได้รับ (Capital Gain) นั้น ๆ ผู้ลงทุนมีหน้าที่จะต้องนำไปคำนวณเพื่อเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

3. หน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ไม่สามารถ จำนำ หรือนำหน่วยลงทุนไปเป็นหลักประกันได้

4. กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นกองทุนรวม ที่มีสภาพคล่องน้อย เพราะกำหนดให้ผู้ลงทุนที่ต้องการขายคืน สามารถขายคืนหน่วยลงทุนได้ไม่เกินปีละ 2 ครั้ง โดยแต่ละกองทุนของแต่ละบริษัทจัดการจะมีการกำหนดวันที่อนุญาตให้ลูกค้าขายคืน (ไม่ว่าจะเป็นการขายคืนโดยคิดหรือไม่คิดเงินปันผลก็ตาม) แตกต่างกัน

2.4.9 ผู้ที่เหมาะสมที่จะลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการลงทุนเพื่อได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี ควบคู่ไปกับโอกาสในการสร้างผลตอบแทนได้สูงในระยะยาวและสามารถยอมรับความเสี่ยงจากการลงทุนและเงื่อนไขเกี่ยวกับระยะเวลาในการลงทุนได้ ที่สำคัญ ผู้ลงทุนจะต้องเข้าใจในสถานะของตลาดหุ้นและสามารถรับความผันผวนของตลาดหุ้นได้ นอกจากนี้ผู้ลงทุนต้องสามารถถือครองหน่วยลงทุนที่ลงทุนแต่ละก้อน ได้อย่างน้อย 7 ปีปฏิทิน

2.4.10 สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ผู้ลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวม (LTF) จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีต่อไปอีก 3 ปี จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และเพิ่มระยะเวลาการถือครองหน่วยลงทุน เพื่อให้ได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจาก 5 ปีปฏิทิน เป็น 7 ปี ปฏิทินสำหรับ LTF ที่ซื้อ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 ถึง 31 ธันวาคม 2562 ส่วน กองทุนรวม (LTF) ที่ซื้อก่อนวันที่ 1 มกราคม 2559 ยังคงระยะเวลาการถือครองหน่วยลงทุน

เพื่อให้ได้สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ 5 ปี ปฏิทินเช่นเดิม เงื่อนไขการลงทุนที่ผู้ลงทุนจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี มีดังนี้

1. เงินซื้อหน่วยลงทุนของกองทุนรวม (LTF) สามารถนำไปยกเว้นภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามที่จ่ายจริงสูงสุดไม่เกิน 15% ของเงินได้ในแต่ละปีและไม่เกิน 500,000 บาทต่อปี โดยไม่ต้องเอาไปนับรวมกับเงินลงทุนในกองทุนรวม RMF เงินสะสมเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพหรือกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการแต่อย่างใด

2. กองทุนรวม (LTF) เป็นกองทุนรวมที่กำไรและผลตอบแทนซึ่งเกิดจากการลงทุนของกองทุนรวมไม่ต้องเสียภาษี ทำให้กองทุนรวมได้รับผลประโยชน์ในส่วนนี้เพิ่มเติมเม็ดเต็มหน่วย

3. เงินลงทุนที่ผู้ลงทุนได้ถอนออกจากกองทุนรวม (LTF) หากเงินลงทุนก้อนนั้น ๆ อยู่ในกองทุนรวม LTF มาไม่น้อยกว่า 5 ปีปฏิทิน ทั้งเงินลงทุนและกำไรที่ได้รับจากการขายคืนหน่วยลงทุน จะได้รับการยกเว้นภาษีทั้งจำนวน (สำหรับผู้ลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวม (LTF) มากกว่า 1 กองทุน ระบบงานกองทุนรวม (LTF) ของทุกบริษัทจัดการจะกำหนดให้ทุกครั้งที่คุณผู้ลงทุนมีการไถ่ถอนหน่วยลงทุน จะตัดขายเงินลงทุนที่เป็นก้อนแรก ๆ ไปก่อนตามลำดับ (FIFO BASIS) เพราะกองทุนรวม LTF จะนับอายุของแต่ละก้อนที่ลงทุนแยกออกจากกัน

4. กรณีไถ่ถอนเนื่องจากผู้ลงทุนทุพพลภาพหรือเสียชีวิต เงินที่ไถ่ถอนจะได้รับยกเว้นไม่ต้องเสียภาษีทั้งจำนวน

2.4.11 การคืนสิทธิประโยชน์ทางภาษีของผู้ลงทุนหากผิดเงื่อนไขการลงทุน

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เป็นเครื่องมือการลงทุนที่มุ่งเน้นส่งเสริมให้มีการลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้กับผู้ลงทุนเป็นแรงจูงใจให้มีการลงทุนผ่านนักลงทุนสถาบัน ซึ่งคือกองทุนรวมให้มาขึ้น เพื่อเป็นการสร้างเสถียรภาพให้ตลาดทุนไทยในระยะยาว ซึ่งจะส่งผลดีต่อการลงทุนกับผู้ถือหน่วยลงทุนมากกว่าการซื้อขายแบบเก็งกำไรระยะสั้น ๆ ดังนั้นสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ภาครัฐได้ให้แก่ผู้ลงทุนจึงมีเงื่อนไขระบุไว้ หากผู้ลงทุนไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไข ผู้ลงทุนต้องปฏิบัติ ดังนี้

1. ผู้ลงทุนจะต้องคืนสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่เคยได้รับการลดหย่อนไปแล้วให้แก่กรมสรรพากรเฉพาะส่วนของเงินก้อนที่นำออกมาจากกองทุนก่อนครบ 7 ปีปฏิทิน

2. ผู้ลงทุนจะต้องเสียเงินเพิ่มเฉพาะยอดเงินลงทุนที่ขายคืนให้แก่กรมสรรพากรในอัตรา 1.50% ต่อเดือนของเงินภาษีที่ต้องนำส่ง โดยนับตั้งแต่เดือนเมษายนของปีที่ผู้ลงทุนยื่นขอยกเว้นภาษีจนถึงเดือนที่มีการยื่นคืนเงินภาษี ดังนั้น ผู้ลงทุนจึงควรยื่นขอคืนเงินภาษีพร้อมเงินเพิ่มทันทีที่มีการทำผิดเงื่อนไขการลงทุน โดยไม่จำเป็นต้องรอให้ถึงรอบชำระภาษีตามปกติ

3. ผู้ลงทุนจะต้องนำกำไรจากการขายคืนหน่วยลงทุน (ถ้ามี) ไปรวมกับเงินได้อื่น ๆ ที่ผู้ลงทุนได้รับในปีภาษีนั้น เพื่อเสียภาษีเงินได้ ในทางปฏิบัติเมื่อผู้ลงทุนขายคืนหน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ทางบริษัทจัดการจะหักภาษี ณ ที่จ่าย 3% ของกำไรส่วนเกินทุนไว้ก่อนเพื่อนำส่งสรรพากร แต่ผู้ลงทุนก็ต้องนำกำไรส่วนนี้ไปรวมเป็นเงินได้เพื่อคำนวณภาษีในปีนั้น ๆ ด้วย

2.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม

2.5.1 ความเป็นมาของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมในประเทศไทย

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งแรกของประเทศไทย ได้จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2518 โดยร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลไทยและบรรษัทการเงินระหว่างประเทศ (International Finance Corporation : IFC) ซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งของธนาคารโลกและได้มีการจัดตั้งและจัดการกองทุนรวมโครงการแรกในปี พ.ศ.2520 ภายใต้ชื่อ “โครงการกองทุนสินกัญญา” ด้วยขนาดกองทุน 100 ล้านบาท และมีอายุโครงการ 10 ปี

ในปี พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ.2535 มีผลบังคับใช้ จึงได้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ขึ้น เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมพัฒนาธุรกิจหลักทรัพย์ธุรกิจจัดการลงทุนและตลาดทุนของประเทศ โดยในวันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2535 กระทรวงการคลังได้พิจารณาให้ใบอนุญาตการจัดการกองทุนรวมแก่บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่จัดตั้งขึ้นใหม่เพิ่มอีก 7 บริษัท รวมกับบริษัทเดิมอีก 1 บริษัท เป็น 8 บริษัท มีผลให้ธุรกิจการจัดการกองทุนรวมขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วและกลายเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาตลาดทุนของประเทศไทย

ปลายปี พ.ศ. 2538 สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้เปิดให้ยื่นคำขอรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทการจัดการกองทุนรวมเพิ่มเติม ซึ่งมีกลุ่มผู้ผ่านการพิจารณาของสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ จำนวน 7 กลุ่ม (ไม่นับรวมผู้จัดตั้ง บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม เพื่อผู้ลงทุนต่างด้าว จำกัด) โดยต่อมาในปี พ.ศ.2539-2540 กลุ่มผู้ผ่านการพิจารณาดังกล่าว ได้ทยอยจัดตั้งบริษัทขึ้น เพื่อรับใบอนุญาตประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทการจัดการกองทุนรวมจากกระทรวงการคลัง ซึ่งมีกลุ่มที่สามารถดำเนินการจัดตั้งบริษัทได้เพียง 6 บริษัท รวมกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่จัดตั้งแล้วก่อนหน้านี้ เป็น 14 บริษัท

ตารางที่ 2.3 แสดงข้อมูลส่วนแบ่งการตลาดกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม

บริษัทจัดการกองทุน	จำนวน (กองทุน)	มูลค่าสินทรัพย์สุทธิ 30 ธันวาคม 2559	ส่วนแบ่ง การตลาด
1. บลจ. กรุงไทย จำกัด (มหาชน)	6	12,570,189,785.78	3.73%
2. บลจ. กรุงศรี จำกัด	8	53,373,767,128.93	15.83%
3. บลจ. กสิกรไทย จำกัด	8	76,256,159,453.01	22.61%
4. บลจ. ภัทร จำกัด	2	2,001,269,248.46	0.59%
5. บลจ. ทหารไทย จำกัด	3	11,127,639,612.39	3.30%
6. บลจ. ทีเอสไอ จำกัด	7	2,738,754,336.50	0.81%
7. บลจ. ไทยพาณิชย์ จำกัด	6	45,764,138,588.06	13.57%
8. บลจ. ธนชาติ จำกัด	4	6,396,758,064.78	1.90%
9. บลจ. ซีไอเอ็มบี – พรินซิเพิล จำกัด	3	455,383,885.83	0.14%
10. บลจ. แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด	3	153,071,414.79	0.05%
11. บลจ. อเบอร์ดีน จำกัด	2	12,127,245,039.35	3.60%
12. บลจ. เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน)	4	2,714,482,332.02	0.80%
13. บลจ. แอสเซท พลัส จำกัด	2	491,746,112.58	0.15%
14. บลจ. ยูโอบี (ประเทศไทย) จำกัด	6	18,305,747,791.73	5.43%
15. บลจ. โซลาริส จำกัด	1	44,802,313.63	0.01%
16. บลจ. บัวหลวง จำกัด	3	90,626,746,169.81	26.88%
17. บลจ. ฟิลลิป จำกัด	1	251,297,508.09	0.07%
18. บลจ. วรรณ จำกัด	5	1,104,286,104.06	0.33%
19. บลจ. ทาลิส จำกัด	1	101,000,735.19	0.03%
รวม	75	337,205,876,801.31	100.00%

ที่มา: บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม (2559) การทำการศึกษาข้อมูลบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม

ในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาข้อมูลบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่มีมูลค่าสินทรัพย์สุทธิและส่วนแบ่งทางการตลาด 4 อันดับแรก เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนของแต่ละบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ได้แก่

1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน บัวหลวง จำกัด
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด
3. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด
4. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด

2.5.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด (BBLAM)

กองทุนบัวหลวง ก่อตั้งในปี พ.ศ.2535 โดยธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เพื่อดำเนินธุรกิจจัดการลงทุน ให้บริการจัดการลงทุน 4 ธุรกิจ คือ กองทุนรวม กองทุนอสังหาริมทรัพย์ กองทุนส่วนบุคคล และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ เพื่อสนองตอบความต้องการการบริหารทางการเงินของประชาชน เนื่องจากผู้ฝากเงินจะต้องการช่องทางบริหารเงินและการลงทุนที่มากกว่าการฝากเงิน และลูกหนี้ก็ต้องการแหล่งเงินทุนที่นอกเหนือจากสินเชื่อ อีกทั้งเพื่อสืบสานนโยบายภาครัฐที่ให้การจัดตั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม เพื่อเป็นเครื่องมือในการลงทุนสำหรับประชาชนทั่วไป และเพื่อเป็นการส่งเสริมตลาดเงินและตลาดทุนซึ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ หลักสำคัญสำหรับธุรกิจกองทุน หรือ 3P ได้แก่

1. ปรัชญาการลงทุน (Philosophy) เน้นแสวงหาผลตอบแทนในระยะยาวอย่างสม่ำเสมอด้วยการลงทุนอย่างรอบครอบไม่เสี่ยงมากเกินไป

2. กระบวนการ (Process) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบแทนที่ดี (Good Performance) ใช้หลักการการคัดเลือกตราสารทุนโดยมุ่งที่ปัจจัยพื้นฐานที่ดี มีความชัดเจนของความสามารถในการทำกำไรและสามารถลงทุนได้ในระยะยาว (Good Stock) รวมกับการจับจังหวะการเข้าซื้อขายที่ดี (Good Trade) ตรงกับสิ่งที่เรายึดถือมาตลอดคือ $Good\ Stock + Good\ Trade = Good\ Performance$

3. บุคลากร (People) ทำงานเป็นทีมเวิร์ค (Teamwork) ต้องรักการลงทุนและมีความสุขในการทำงานต้องเข้าใจและเชื่อมั่นในปรัชญากับสไตล์การลงทุนและมีความกระตือรือร้นที่จะสร้างผลผลิตที่ดีต่อผู้ลงทุน มีการติดตามการเคลื่อนไหวของสถานการณ์ทั้งต่างประเทศและในประเทศ ซึ่งมีการจัดสรรบุคลากรที่มีความสนใจและความชำนาญพิเศษ (Specialize) ไปตามชนิดของหลักทรัพย์/ตราสาร (Asset Class) ที่จะลงทุน

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด ได้แก่

1. กองทุนเปิดหุ้นบัวหลวงระยะยาว (Bualuang Long-Term Equity Found: B-LTF)
2. กองทุนเปิดบัวหลวงหุ้นระยะยาว75/25 (Bualuang Long-Term Equity Found: BLTF75)
3. กองทุนบัวหลวงปัจจัย4 หุ้นระยะยาวปันผล (Bualuang Basic Dividend LTF: BBASICDLTF)

2.5.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด (KASSET)

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด หนึ่งในบริษัทเครือธนาคารกสิกรไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2535 เพื่อให้บริการด้านการจัดการกองทุนครบวงจร ได้แก่ กองทุนรวม กองทุนส่วนบุคคล และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ ประเภทกิจการจัดการลงทุนจากกระทรวงการคลัง เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2535 ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจการจัดการกองทุนสำรองเลี้ยงชีพในเดือนมิถุนายน 2539 และได้รับใบอนุญาตให้ประกอบธุรกิจการจัดการกองทุนรวมส่วนบุคคล ในเดือนมีนาคม 2540 โดยยึดมั่นปรัชญาในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. ดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต มีจรรยาบรรณ ปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด
2. เน้นความสำคัญของการพัฒนาเทคโนโลยี
3. ดำเนินธุรกิจด้วยบุคลากรที่มีคุณภาพและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
4. มุ่งเน้นผลประโยชน์ของผู้ลงทุนเป็นสำคัญมีการป้องกันและบริหารความขัดแย้งทางผลประโยชน์

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกสิกรไทย จำกัด ได้แก่

1. กองทุนเปิดเค โกรทหุ้นระยะยาวปันผล (K Growth LTF: KGLTF)
2. กองทุนเปิดเคหุ้นระยะยาว (K Equity LTF: KEQLTF)
3. กองทุนเปิดเคหุ้นระยะยาวปันผล (K Equity Dividend LTF: KDLTF)
4. กองทุนเปิดเค 70:30 หุ้นระยะยาวปันผล (K Equity 70:30 LTF: K70LTF)
5. กองทุนเปิดเค 20 ซีเล็คท์หุ้นระยะยาวปันผล (K20 Select LTF: K20SLTF)
6. กองทุนเปิดเค Mid Small Cap หุ้นระยะยาว (K Mid Small Cap LTF:KMSLTF)
7. กองทุนเปิดเคเซ็ท 50 หุ้นระยะยาว (K SET50 LTF : KS50LTF)
8. กองทุนเปิดเค มินิมัม โวลาคิลิตี้ หุ้นระยะยาว (K Minimum Volatility Quantitative LTF : KMVLTF)

2.5.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด (KSAM)

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด เป็นหนึ่งในบริษัทจัดการกองทุนชั้นนำของประเทศไทย ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการการลงทุนประเภทต่าง ๆ ได้แก่ กองทุนรวมส่วนบุคคล กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และการจัดการลงทุนสัญญาซื้อขายล่วงหน้า กองทุนรวมของบริษัทมีความหลากหลายให้ลูกค้าเลือกลงทุน ได้แก่ กองทุนตราสารทุน กองทุนตราสารหนี้ กองทุนดัชนีสินค้าโภคภัณฑ์ กองทุนที่ลงทุนในต่างประเทศ (FIF) และกองทุนอสังหาริมทรัพย์

บริษัทก่อตั้งขึ้นในปี 2539 ภายใต้ชื่อ บลจ.อยุธยา จาร์ดินเฟลมมิ่ง และเริ่มเสนอขายหน่วยลงทุน “อยุธยาทุนทวีปันผล” เป็นครั้งแรกในกลางปี 2540 ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจถดถอยและในปี 2544 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด (บลจ.กรุงศรี) เพื่อให้สอดคล้องและเป็นหนึ่งเดียวกับบริษัทแม่ คือ บลจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา

ปัจจุบัน บลจ.กรุงศรีมีผู้ถือหุ้นรายใหญ่ คือ บลจ.ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ซึ่งเป็นธนาคารชั้นนำของประเทศไทยมีสาขามากกว่า 650 สาขาทั่วประเทศ อีกทั้ง การมีธนาคารได้พินิจกำลังกับธนาคารแห่งโตเกียว มิทซูบิชิ ยูเอฟเจ ตั้งแต่ปลายปี 2556 ถือเป็นโอกาสที่ดีของบริษัทที่จะขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มลูกค้าทั้งนิติบุคคลและลูกค้าบุคคลธรรมดารายใหญ่ของธนาคารแห่งโตเกียว มิทซูบิชิ ยูเอฟเจ ซึ่งบริษัทมีความเชื่อมั่นว่าจะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการเติบโตตลอดจนเสริมความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด ได้แก่

1. กองทุนเปิดกรุงศรีหุ้นระยะยาว ไทยสมอ (Krungsri Thai Small-Mid Cap Dividend LTF : KFLTFTSM-D)
2. กองทุนเปิดกรุงศรีหุ้นระยะยาว (Krungsri SET50 LTF : KFLT50)
3. กองทุนเปิดกรุงศรีหุ้นระยะยาวอิกวิดี (Krungsri Equity LTF : KFLTFEQ)
4. กองทุนเปิดกรุงศรีหุ้นระยะยาวอิกวิดี 70 ปันผล (Krungsri Equity Dividend 70/30 LTF : KFLTFEQ70D)
5. กองทุนเปิดกรุงศรีหุ้นระยะยาวออลสตาร์ปันผล (Krungsri All Stars Dividend LTF : KFLTFAST-D)
6. กองทุนเปิดกรุงศรีหุ้นระยะยาวแอ็คทีฟ SET50 ปันผล (Krungsri Active SET50 Dividend LTF : KFLTFA50-D)
7. กองทุนเปิดกรุงศรีหุ้นระยะยาวปันผล (Krungsri Dividend Stock LTF : KFLTFDIV)
8. กองทุนเปิดกรุงศรีหุ้นระยะยาวปันผล 70/30 (Krungsri Dividend Stock LTF : KFLTFD70)

2.5.5 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด (SCBAM)

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ.2538 เป็นบริษัทในเครือธนาคารไทยพาณิชย์ ได้รับใบอนุญาตจกกระทรวงการคลังให้ประกอบธุรกิจหลักทรัพย์ประเภทธุรกิจจัดการกองทุนรวม กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ และกองทุนส่วนบุคคล จากความพร้อม ความเชี่ยวชาญในการเสนอผลิตภัณฑ์ ประกอบกับผลงานการบริหารกองทุนที่มั่นคง และอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง โดยยึดหลักจรรยาบรรณและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดต่อผู้ลงทุน

แนวทางการบริหารการลงทุนเป็นการบริหารทั้งแบบจากบนสู่ล่าง (Top Down) ผ่านการกำหนดกลยุทธ์การกระจายความเสี่ยงในแต่ละประเภทสินทรัพย์และจากล่างสู่บน (Bottom Up) ผ่านกระบวนการวิเคราะห์หลักทรัพย์ของทีมผู้จัดการกองทุนและนักวิเคราะห์ ยึดหลักการบริหารงานเป็นทีม โดยมีคณะกรรมการลงทุนเป็นศูนย์กลางการบริหารการลงทุน กระบวนการบริหารการลงทุนเน้นหลักการบริหารความเสี่ยงผ่านคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงและมีวินัยในการลงทุน ผู้จัดการกองทุนยึดหลักความรอบคอบระมัดระวังและคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของผู้ลงทุนเป็นสำคัญ กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด ได้แก่

1. กองทุนเปิดไทยพาณิชย์หุ้นระยะยาวปันผล 70/30 (SCB Dividend Stock 70/30 Long Term Equity Fund: SCBLT1)
2. กองทุนเปิดไทยพาณิชย์หุ้นระยะยาว พลัส (SCB Stock plus Long Term Equity Fund: SCBLT2)
3. กองทุนเปิดไทยพาณิชย์หุ้นระยะยาว เอ็มเอไอ (SCB MAI Stock Long Term Equity Fund: SCBLT3)
4. กองทุนเปิดไทยพาณิชย์หุ้นระยะยาวอินเตอร์ (SCB Inter Long Term Equity Fund: SCBLT4)
5. กองทุนเปิดไทยพาณิชย์หุ้นระยะยาวสมาร์ต (SCB Smart Long Term Equity Fund: SCBLT5)
6. กองทุนเปิดไทยพาณิชย์หุ้นระยะยาวทาร์เก็ต (SCB Target Long Term Equity Fund: SCBLT6)

2.6 ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการลงทุนของผู้ลงทุน และผลการดำเนินงาน ความสามารถในการทำกำไรของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ลงทุนใช้ประกอบการตัดสินใจลงทุน กล่าวคือ ถ้าการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจมีแนวโน้มในด้านลบ ก็จะส่งผลให้ราคาต่อหน่วยกองทุนรวมลดลง หรือถ้าการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจมีแนวโน้มในด้านบวก ก็จะส่งผลให้ราคาต่อหน่วยกองทุนรวมเพิ่มขึ้น ดังนั้น ในการสังเกตภาวะเศรษฐกิจ ณ ขณะนั้นระบบเศรษฐกิจอยู่ในช่วงใดสามารถพิจารณาได้จาก วัฏจักรเศรษฐกิจ (Economic Cycle) ซึ่งจะบอกถึงลักษณะการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

วัฏจักรเศรษฐกิจสามารถแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ได้แก่

1. ระยะเศรษฐกิจรุ่งเรือง (Economic Prosperity) เป็นระยะที่เศรษฐกิจเฟื่องฟูมีบรรยากาศการลงทุนที่ดี การลงทุนต่าง ๆ จะขยายตัวอย่างรวดเร็ว การจ้างงานจะเพิ่มขึ้นมากประชาชนมีรายได้ที่สูงขึ้น

2. ระยะเศรษฐกิจถดถอย (Economic Recession) เนื่องจากที่ต้นทุนการผลิตโดยรวมสูงขึ้น เพราะเกิดการแข่งขันกันในการแย่งทรัพยากรการผลิตมาใช้ผลิตสินค้าและบริการในกิจการของตน

สภาพการแข่งขันนี้ทำให้ราคาและผลตอบแทนลดต่ำลง ผู้ผลิตเกิดความไม่มั่นใจในอนาคตทำให้ลดการลงทุน ส่งผลให้การผลิตและการจ้างงานลดลงรายได้ของประชาชนน้อยลง สภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไปเริ่มมีแนวโน้มลดลง

3. ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (Economic Depression) เป็นระยะที่ต่อเนื่องจากระยะเศรษฐกิจถดถอย การลงทุนลดลงมาก ประกอบกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จะสูงขึ้น การจ้างงานเกิดภาวะการว่างงาน ประชาชนไม่ค่อยมีกำลังซื้อเพราะมีรายได้ลดลงมาก

4. ภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัว (Economic Discovery) เป็นภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นหลังจากเศรษฐกิจตกต่ำถึงขีดสุด ในระยะนี้เศรษฐกิจทั่วไปเริ่มดีขึ้น การจ้างงานเพิ่มสูงขึ้น ผู้ผลิตหันมาลงทุนในกิจการมากขึ้น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำลงเพื่อกระตุ้นการลงทุนเพิ่มขึ้น ประกอบกับประชาชนเริ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2549, น. 37) เศรษฐกิจนั้นมีผลต่อรายได้และอำนาจซื้อของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจจึงส่งผลถึงพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้า ดังนั้นจึงต้องพิจารณาถึงสิ่งที่ส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงของรายได้ที่แท้จริง การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการบริโภคสามารถวัดได้จากดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจ ดังนั้นในการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ได้พิจารณาจากภาวะเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ยรายได้ประชาชาติ การใช้จ่ายของผู้บริโภคและสินเชื่อผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยในการคาดคะเนแนวโน้มของเศรษฐกิจในอนาคต บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนต้องติดตามความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจและให้ความสนใจต่อการพยากรณ์ภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิด

2.7.1 ภาวะเงินเฟ้อ (Inflation)

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543, น. 38) ได้อธิบายว่า เงินเฟ้อเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับระดับราคาสินค้าที่สูงขึ้น ในภาวะเงินเฟ้อนี้ทางเศรษฐศาสตร์ หมายความว่า การมีปริมาณเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากเกินไปและเป็นปัจจัยที่ทำให้ราคาสินค้าแพงสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในช่วงที่มีภาวะเงินเฟ้อธุรกิจจะมีการซื้อและขายอย่างรวดเร็ว ถ้าหากมีการคาดคะเนว่าจะมีภาวะเงินเฟ้อเกิดขึ้น อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้มีการกักตุนสินค้าเพื่อรอจำหน่ายในช่วงราคาสูงขึ้น ในช่วงภาวะเงินเฟ้อนี้ผู้บริโภคอาจหาวิธีการที่จะประหยัดในการซื้อสินค้าจากแหล่งที่ขายสินค้าในราคาถูก ซื้อสินค้าโดยไม่สนใจในเรื่องของการให้บริการ เน้นความสำคัญที่กลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นสำคัญ ในช่วงที่เกิดภาวะเงินเฟ้อนั้นรัฐบาลจะต้องใช้นโยบายการเงิน (Money Policies) โดยการจำกัดปริมาณเงินในตลาด ลดการจ้างงาน ลดรายได้ของประชากรลง เพื่อทำให้ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจลดลงด้วย

อัญญา ชันวิทย์ (2546, น. 192) ได้อธิบายว่า ภาวะเงินเฟ้อ คือภาวะราคาสินค้าและบริการโดยทั่วไปเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามภาวะเงินเฟ้ออาจไม่ใช่สิ่งไม่ดีเสมอไปเพราะหากเงินเฟ้อ

เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยจะเป็นการสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการ แต่ถ้าหากเพิ่มขึ้นมากและผันผวน ภาวะเงินเฟ้อ ก็จะก่อให้เกิดความไม่แน่นอนและเป็นปัญหาต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะค่าครองชีพ ของประชาชนที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้ประชาชนหาได้ไม่พอเลี้ยงชีพและการขาดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ นั้นเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การเกิดเงินเฟ้อ แบ่งได้เป็น 2 สาเหตุ คือ

1. ประชาชนต้องการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น (Demand-Pull Inflation) ประกอบกับ สินค้าและบริการนั้น ๆ ในตลาดมีไม่เพียงพอ ทำให้ผู้ขายปรับราคาสูงขึ้น

2. ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น (Cost - Push Inflation) กล่าวคือถ้าผู้ผลิตไม่สามารถแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้นได้ จะทำให้ผู้ผลิตต้องปรับราคาสินค้าและบริการสูงขึ้นด้วย

2.7.2 อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate)

ณัฐชัย คหัทธนา (2556, น. 58) ได้อธิบายว่า อัตราดอกเบี้ย เป็นสิ่งที่นักลงทุนควรนำมาพิจารณา ควรเป็นอัตราดอกเบี้ยที่เคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลง และสามารถสะท้อนสภาพคล่องของตลาดการเงินได้ดี กล่าวคือ ในช่วงที่อัตราดอกเบี้ยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ต้นทุนในการกู้ยืมของกิจการส่วนใหญ่เพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงถึงภาระทางการเงินที่มากขึ้น ในขณะที่อัตราดอกเบี้ยมีการปรับลดลง ก็จะส่งผลให้ต้นทุนในการกู้ยืมของบริษัทส่วนใหญ่ลดลง ทำให้ภาระทางการเงินของบริษัทลดลงและในช่วงนี้บริษัทส่วนใหญ่จะมีการกู้ยืมเพิ่มขึ้นเพื่อนำเงิน ไปลงทุน

อัญญา ชันชวิทย์ (2546, น. 193) ได้อธิบายว่า อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง (Reference Rate) เป็นอัตราดอกเบี้ยที่ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศทุกวันศุกร์เพื่อใช้ในการอ้างอิงสำหรับการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารพาณิชย์ไทยในสัปดาห์ถัดไป ประกอบด้วยอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำระยะสั้น 3 เดือน 6 เดือน และ 12 เดือน อัตราดอกเบี้ยอ้างอิงจะคำนวณมาจากอัตราดอกเบี้ยล่าสุดเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ 5 ธนาคาร ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ธนาคารกรุงไทย ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกรุงศรีอยุธยา

2.7.3 รายได้ประชาชาติ (National Income)

รายได้ประชาชาติ หมายถึง ผลรวมของรายได้ประเภทต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับในฐานะที่เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตในระยะเวลา 1 ปีนั้น จะเห็นได้ว่า รายได้ประชาชาติจะเกิดขึ้นเมื่อมีการผลิตสินค้าและบริการ โดยเจ้าของปัจจัยในการผลิตมีส่วนร่วมในการผลิตสินค้าและบริการ ย่อมได้รับรายได้ในรูปค่าแรง ค่าเช่า ดอกเบี้ย กำไร และรายได้ที่เจ้าของปัจจัยการผลิตได้รับบางส่วนอาจถูกใช้ไปเพื่อซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภค

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543, น. 37) ได้อธิบายว่า ในการศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ผู้บริหาร การตลาดจำเป็นต้องศึกษาถึงแนวโน้มของรายได้ประชาชาติ ถึงแม้ว่าผู้บริหารการตลาดจะมีการวาง

กลยุทธ์ทางการตลาดได้ดีเพียงใดก็ตาม ถ้าหากว่าประชากรกลุ่มนั้นมีรายได้น้อยแต่สินค้าและบริการนั้นมีราคาสูง ก็จะไม่สามารถขายสินค้าและบริการนั้นได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้บริหารการตลาดจึงไม่สามารถจะละเลยการศึกษาถึงแหล่งและการเปลี่ยนแปลงของรายได้ประชาชาติได้ จำเป็นต้องมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการณ์ซื้อของประชากรในระบบเศรษฐกิจทั้งหมด จำนวนเงินที่หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ โดยศึกษาจากเงินลงทุนของธุรกิจภาคเอกชนและรายจ่ายของภาครัฐบาล

2.7.4 การใช้จ่ายของผู้บริโภค (consumer Expenditure)

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543, น. 38) ได้อธิบายว่า รายได้ของผู้บริโภคเป็นตัวกำหนดอำนาจในการซื้อสินค้าและบริการ เป็นตัวกำหนดความต้องการของตลาดเมื่อผู้บริโภคได้รายได้มาก็จะแบ่งรายได้ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนหนึ่งเพื่อการบริโภค อีกส่วนหนึ่งเก็บไว้เพื่อการออมและจะมีผลต่อการลงทุนในอนาคต การบริโภคและการออมเป็นสัดส่วนกลับซึ่งกันและกัน ถ้ารายได้ที่ได้มานำไปบริโภคเป็นส่วนมาก เงินที่เหลือสำหรับการออมก็น้อย แต่ถ้าผู้บริโภคนำเงินรายได้ไปเก็บออมมาก จำนวนเงินที่เหลือเพื่อซื้อสินค้าและบริการนั้นก็ลดลง ดังนั้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคจึงขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงของรายได้

2.7.5 สินเชื่อผู้บริโภค (Consumer Credit)

สุดาตวง เรืองรุจิระ (2543, น. 38) ได้อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์บางชนิดที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายอาจไม่สามารถจำหน่ายจำนวนมากได้ เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาสูงและเป็นสินค้าที่คงทนถาวร ดังนั้นการนำนโยบายสินเชื่อมาใช้จะสามารถขยายความเจริญเติบโตให้เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจได้ เนื่องจากสามารถเลื่อนอำนาจซื้อให้เร็วขึ้น ทำให้สามารถซื้อสินค้าได้เร็วขึ้นจากรายได้ที่จะเกิดในอนาคต การใช้นโยบายสินเชื่อทำให้ผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อสินค้ามากกว่ารายได้ที่รับ การนำนโยบายสินเชื่อเข้ามาใช้ก่อให้เกิดผลดีแก่ทั้งธุรกิจและผู้บริโภค ในส่วนธุรกิจจะได้รับประโยชน์ในแง่ของการขายสินค้าและบริการจำนวนมากขึ้น เป็นการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ประชากรกลุ่มหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ สำหรับผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์ในแง่ความสะดวกสบายจากตัวสินค้าและบริการนั้น ถึงแม้ว่าต้นทุนของสินค้าจะค่อนข้างสูงกว่าปกติเพราะบวกอัตราดอกเบี้ยที่จะต้องจ่ายด้วย

ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจยังมีส่วนเกี่ยวข้องต่อกระบวนการตัดสินใจทางการตลาด เนื่องจากเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการกำหนดอำนาจในการซื้อ (Purchasing Power) สินค้าและบริการของผู้บริโภคอีกด้วย

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เรวดี รักษาชล (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) โดยกำหนดคุณลักษณะของกองทุนรวม LTF ออกเป็น 5 คุณลักษณะ ได้แก่ วัตถุประสงค์ ความเสี่ยง เงินปันผล ช่องทางการลงทุน ความต่อเนื่องในการลงทุน พบว่า ผู้ลงทุนพึงพอใจอัตราผลตอบแทนในรูปแบบเงินปันผลเป็นอันดับแรก มีความสำคัญร้อยละ 29.992 รองลงมา คือ ระดับความเสี่ยง มีความสำคัญร้อยละ 19.054 ความต่อเนื่องในการลงทุน มีความสำคัญร้อยละ 17.455 วัตถุประสงค์ในการลงทุน มีความสำคัญร้อยละ 17.125 และช่องทางการลงทุนซึ่งผู้ลงทุนในกองทุนรวม (LTF) ให้มีความสำคัญน้อยที่สุด มีค่า Importance ต่ำสุดร้อยละ 16.375 จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Conjoint Analysis โดยกำหนดคุณลักษณะของกองทุนรวม RMF แบ่งออกเป็น 4 คุณลักษณะ ได้แก่ วัตถุประสงค์ ความเสี่ยง ค่าธรรมเนียมในการสับเปลี่ยนในกองทุน ช่องทางการลงทุน พบว่า ผู้ลงทุนพึงพอใจในเรื่องของความเสี่ยงเป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 34.057 รองลงมา คือ วัตถุประสงค์ มีความสำคัญร้อยละ 24.658 ค่าธรรมเนียมในการลงทุน มีความสำคัญร้อยละ 21.370 และช่องทางการลงทุน ผู้ลงทุนในกองทุนรวม RMF ให้มีความสำคัญน้อยที่สุด มีค่า Importance ต่ำสุด คิดเป็นร้อยละ 19.915

จิรัศย์ชา รัตนเพียร (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายกย.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า 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 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ปัจจัยด้านทัศนคติในการลงทุน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้ายกย.ธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทรรศวรณ จันทร์สาย (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับบลจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้

เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 20,001-60,000 บาท มีภรรยา คู่สมรสซึ่งทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน เช่นเดียวกัน มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ย 100,001-250,000 บาท ในครอบครัวไม่มีเด็กในวัยเรียนใช้บริการ กับธนาคารกรุงเทพ 2 บริการ ใช้บริการในนามส่วนบุคคลทั้งที่สำนักงานใหญ่และสาขาเป็นลูกค้ำของ ธนาคาร 10 ปี ขึ้นไป ใช้บริการธนาคารหลายธนาคารแต่ใช้ธนาคารกรุงเทพเป็นหลัก วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการลงทุนคือ เพื่อประโยชน์ในการหักลดหย่อนภาษี รองลงมาได้แก่ เพื่อหวังผลตอบแทนจากการลงทุน และเพื่อการออมเพื่ออนาคต ตามลำดับ การลงทุนผ่านสาขาของธนาคารคือช่องทางที่สำคัญที่สุด เหตุผลที่สำคัญที่สุดในการเลือกลงทุนในกองทุนรวมก็ คือ ผลประกอบการของกองทุนที่ผ่านมา การตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเอง และผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อลงทุนแล้ว มีการติดตามข่าวคราวผลประกอบการของกองทุนในบางครั้ง

ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุน RMF และ LTF ที่อยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการและด้านภาพลักษณ์องค์กร ในการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการบริการแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกด้านยกเว้นด้านราคาแตกต่างกันและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดวงเพ็ญ เงินเมือง (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวและกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของลูกค้ำบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างลูกค้ำของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี สถานภาพโสด ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยที่ 42,000 บาทต่อเดือน ฐานภาษีเงิน ได้ที่ต้องเสียอยู่ที่อัตราร้อยละ 15

2. ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มุ่งเน้นลงทุนในกองทุนที่สามารถลดหย่อนภาษีได้ พิจารณาค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการกองทุนที่เหมาะสม เลือกลงทุนผ่านตัวแทนของบริษัทและต้องการให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงสิ้นปี

3. ด้านปัจจัยการลงทุนให้ความสำคัญกับเงื่อนไขและนโยบายการลงทุนรวมถึงความเป็นมืออาชีพของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนเป็นที่น่าเชื่อถือ

4. พฤติกรรมการลงทุนเลือกลงทุนเมื่อระดับราคาหลักทรัพย์มีแนวโน้มลดลง คำแนะนำของผู้ดูแลบัญชีถือเป็นข้อมูลที่ดีในการลงทุน เลือกลงทุนหลายรูปแบบการลงทุนและนโยบายที่มีความหลากหลายมากกว่าการฝากเงิน ปัจจัยดังกล่าวสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวและกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของลูกค้า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด ได้ร้อยละ 47 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ณัฐชัย คหัทธนา (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนเปิดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี พนักงานเอกชนและมีรายได้ต่อเดือน 15,002-35,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจการลงทุนในกองทุนเปิดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด พบว่าส่วนใหญ่เลือกไม่ลงทุนเพราะเลือกฝากเงินธนาคาร/สถาบันทางการเงิน หากจะเลือกจะเลือกกองทุนเปิดหุ้นระยะยาว ซึ่งกองทุนปีละ 1 ครั้งนิยมซื้อจากสาขาของธนาคารกรุงเทพ ลงทุนในกองทุนเปิด เป็นจำนวนเงิน 50,000 -500,000 บาท ต้องการซื้อเพื่อการออมระยะยาว เลือกซื้อหน่วยลงทุนตามความคิดเห็นของตนเอง มีความพอใจในผลตอบแทนอยู่ในระดับปานกลางและรู้จักกองทุนเปิดจากสื่อต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต

3. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจการลงทุนในกองทุนเปิดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด พบว่าปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ซึ่งอยู่ในระดับความสำคัญมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีค่าเฉลี่ย 4.31 ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 4.13, 3.91, 3.83, 3.70, 3.50 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางและด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.24 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง

4. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจการลงทุนในกองทุนเปิดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด พบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 ซึ่งอยู่ในระดับความสำคัญปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศดี (GDP) สูงและผลผลิตอุตสาหกรรม

มีแนวโน้มที่สูงขึ้น แสดงว่าเศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.76 และ 3.95 ซึ่งอยู่ในระดับมาก ส่วนทางด้านอัตราเงินเพื่อมีผลต่อการลงทุน อัตราดอกเบี้ยในตลาดซื้อคืนพันธบัตรรัฐบาล มีอัตราดอกเบี้ยปรับตัวเพิ่มขึ้นและรายได้ส่วนบุคคลอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมีค่าเฉลี่ย 3.03, 2.79 และ 2.71 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางและด้านอัตราการว่างงานที่ลดน้อยลง มีค่าเฉลี่ย 1.85 ซึ่งอยู่ในระดับน้อย

ฉัฐกร เลาสงคราม (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. นักลงทุนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ระหว่าง 21-30 สถานภาพโสด มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ (ต่อเดือน) 75,001 บาทขึ้นไป

2. ความคิดเห็นของนักลงทุนเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมีอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านราคาและต้นทุนอยู่ในระดับมีอิทธิพลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านช่องทางจัดจำหน่ายอยู่ในระดับอิทธิพลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 และด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับอิทธิพลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.20

3. ความสำคัญของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมปัจจัยภายนอก ด้านผลกระทบจากต่างประเทศอยู่ในระดับอิทธิพลมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63 ด้านปัจจัยภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศอยู่ในระดับอิทธิพลมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 และปัจจัยด้านภาวะการเมืองมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67

4. พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ทำการลงทุนโดยฝากธนาคารพาณิชย์ โดยมีตัวนักลงทุนเองที่เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการลงทุนมากที่สุด ปัจจัยหลักที่ใช้ในการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวคือ ต้องการสิทธิในการหักลดหย่อนภาษี และจะทำการซื้อผ่านธนาคารพาณิชย์ โดยบริษัทที่นักลงทุนซื้อหน่วยลงทุนมากที่สุดคือ บริษัททศกรไทย จำกัดและยังพบว่านักลงทุนมีจำนวนเงินลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวเฉลี่ย 295,776 บาท มีจำนวนเงินลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวในครั้งล่าสุดเฉลี่ย 105,006 บาท และมีระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุนเฉลี่ย 3.704 ปี

5. นักลงทุนที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ด้านจำนวนเงินลงทุนรวมและระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุน แตกต่างกัน

6. นักลงทุนที่มีสถานภาพโสดและสมรสแตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ด้านจำนวนเงินลงทุนและระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุนแตกต่างกัน

7. นักลงทุนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ด้านจำนวนเงินลงทุนรวมและระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุนแตกต่างกัน

8. นักลงทุนที่มีระดับรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ด้านจำนวนเงินลงทุนรวมและระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุนแตกต่างกัน

9. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในรายชื้อนโยบายการจ่ายเงินปันผล มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม

10. ปัจจัยด้านราคาและต้นทุนโดยรวม มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

11. ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

12. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม

13. ปัจจัยด้านผลกระทบจากต่างประเทศโดยรวม มีความสัมพันธ์กับจำนวนเงินลงทุนรวม โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม

14. ปัจจัยด้านผลกระทบจากต่างประเทศโดยรวม มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม

15. ปัจจัยด้านภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศในรายชื้อด้านภาวะเงินเพื่อค่าคุ้มครองและอัตราแลกเปลี่ยนค่าเงินบาท มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการถือครองหน่วยลงทุน โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม

สุนทรีย์ จึงประเสริฐกุล (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงลักษณะการออม ความสนใจที่มีต่อการลงทุน เหตุผลของการตัดสินใจในการออม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านต่าง ๆ อันประกอบด้วยปัจจัยด้านผลตอบแทน ปัจจัยด้านภาษี และความเสี่ยงจากการลงทุน ปัจจัยด้านความน่าสนใจในการลงทุนและตัวแทนจำหน่ายกองทุนและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (LTF) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญในตัวแปรทุกตัว โดยให้ความสนใจอยู่ในระดับความสำคัญมากและยอมรับสมมติฐานทั้ง 4 ข้อ เนื่องจากมีระดับคะแนนค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 (Sig.) จึงแสดงว่า ตัวแปรทั้ง 4 ตัวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร

ชมฉรรณ ศรีคำ (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม พรีเมาเวสท์ จำกัด ผ่านบริการจัดจำหน่ายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 30-39 ปี สถานภาพสมรสแล้ว โดยมีการศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000-80,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ฐานภาษีรายได้บุคคลธรรมดา 10% และมีประสบการณ์ในการลงทุน 1-5 ปี

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม พรีเมาเวสท์ จำกัด ผ่านบริการจัดจำหน่ายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านฐานะทางการเงิน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ รายได้ของผู้ใช้บริการมีมากกว่ารายจ่ายที่มีอยู่ในปัจจุบัน ด้านการรับรู้ข่าวสาร ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ รับรู้ข่าวสารผ่านตัวแทนจำหน่ายของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม พรีเมาเวสท์ จำกัด ด้านการดำเนินงานของบริษัทจัดการ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสามารถในการบริหารงานของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม พรีเมาเวสท์ จำกัด ด้านเงื่อนไขการลงทุน ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การได้รับสิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เมื่อกระทำตามเงื่อนไขที่กำหนดและในด้านสภาพแวดล้อม ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ทิศทางของอัตราดอกเบี้ย

3. การตัดสินใจซื้อกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม พรีเมาเวสท์ จำกัด ผ่านบริการจัดจำหน่ายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ซื้อผ่านสาขาของตัวแทนจำหน่าย (ธนาคารกรุงศรีฯ) โดยเลือกนโยบายการลงทุนแบบกองทุนเปิดพรีเมาเวสท์ตราสารหนี้เพื่อการเลี้ยงชีพ เหตุผลหลักสำคัญที่เลือกลงทุนคือได้รับสิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา การตัดสินใจลงทุนจะตัดสินใจลงทุนด้วยตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ผู้ลงทุนส่วนใหญ่จะลงทุนเฉลี่ยปีละ 5,000-75,000 บาท เฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้งและช่วงที่ลงทุนมากที่สุดคือช่วงไตรมาสที่ 4 (ตุลาคม-ธันวาคม) นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และประสบการณ์ในการลงทุน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม พรีเมาเวสท์ จำกัด จำกัด ผ่านบริการ

จัดจำหน่ายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ฐานะทางการเงินและการรับรู้ข่าวสาร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ปริมาเวสต์ จำกัด จำกัด ผ่านบริการจัดจำหน่ายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การดำเนินงานของ บลจ.และการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ปริมาเวสต์ จำกัด จำกัด ผ่านบริการจัดจำหน่ายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. สภาพแวดล้อม มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ปริมาเวสต์ จำกัด จำกัด ผ่านบริการจัดจำหน่ายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กัณทร ชัยยืน (2557) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางทางระบบอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจเครื่องสำอางทางระบบอินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2. ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางทางระบบอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การรับรู้ปัญหา การตัดสินใจ การประเมินทางเลือก ทศนคติ และการค้นหาข้อมูล

3. ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางทางระบบอินเทอร์เน็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. กลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางทางระบบอินเทอร์เน็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 58.80

ชวีพร สีสนิท (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ำของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 405 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า

1. ลูกค้ำบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 40-49 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท อาชีพเจ้าของกิจการ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว/พนักงานบริษัทเอกชน ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสูงสุดที่เสีย 10% และมีประสบการณ์ในการลงทุน 1-5 ปี

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลดหย่อนภาษีของลูกค้ำ พบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจระดับมาก

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุน ประกอบด้วย ปัจจัยภายในโดยรวม ปัจจัยภายนอกโดยรวมของลูกค้ำพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับสำคัญมาก

4. ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาโดยรวม การค้นคว้าข้อมูลโดยรวม และการประเมินผลทางเลือกโดยรวมของลูกค้ำพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การรับรู้ปัญหาโดยรวม ด้านการค้นหาข้อมูลโดยรวม อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนในด้านการประเมินผลทางเลือกโดยรวม อยู่ในระดับดี

5. แนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของลูกค้ำฯ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อในอนาคตคาดว่าจะลงทุนในกองทุนรวม LTF เพิ่มเติม ลูกค้ำมีแนวโน้มในระดับลงทุน ข้อช่องทางการซื้อขายกองทุนผ่านอินเทอร์เน็ต E-Trade เปิดบริการ 24 ชั่วโมง สามารถอำนวยความสะดวก ลูกค้ำมีแนวโน้มในระดับสะดวก ข้อช่วงไตรมาสที่สี่ ระหว่างเดือน ต.ค.-ธ.ค. นิยมลงทุนในกองทุนรวม LTF เพิ่มเติม ลูกค้ำมีแนวโน้มในระดับลงทุนและข้อเสนอแนะให้ผู้อื่นลงทุนในกองทุนรวม LTF ลูกค้ำมีแนวโน้มในระดับแนะนำให้ผู้อื่นซื้อ ตามลำดับ

ศุภาพร ประเสริฐศิริเจริญ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์ไทยที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า สัดส่วนรายได้จากการดำเนินงานต่อค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์ (TEC) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (ROA) ของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบและธนาคารขนาดใหญ่ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ (ROA) และสัดส่วนเงินให้สินเชื่อต่อเงินฝาก (LD) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ (ROA) ของธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบ สำหรับสัดส่วนรายได้จากค่าธรรมเนียมและบริการต่อรายได้ทั้งหมด (FBI) และสัดส่วนรายได้จากการบริหารเงินตราต่อรายได้ทั้งหมด (GFFE) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของ (ROA) ในกลุ่มธนาคารขนาดใหญ่เท่านั้น ส่วนกลุ่มธนาคารขนาดกลาง

และขนาดเล็ก ไม่มีปัจจัยใดเลยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง (ROA) อัตราส่วนค่าเผื่อนี้สงสัยจะสูญต่อเงินให้สินเชื่อ (PLL) และส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยรับและจ่าย (IS)



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ นักลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน 4 แห่ง ได้แก่

1. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน บัวหลวง จำกัด
2. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด
3. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด
4. บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด

ในภาคตะวันออกของประเทศไทยประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี ชลบุรี ตราด ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก และสระแก้ว

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรที่เป็นนักลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรของนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมทั้ง 4 แห่ง ในภาคตะวันออกของประเทศไทย จึงใช้วิธีการคำนวณขนาดของตัวอย่าง โดยใช้สูตรไม่ทราบจำนวนประชากรของ (W.G. Cochran, 1963) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ดังนี้

สูตร

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

โดยให้

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P = สัดส่วนประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่มสามารถนำค่าสถิติในอดีตมาใช้แทนได้

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้น

Z = ความมั่นใจที่กำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญสถิติ 0.05
มีค่าเท่ากับ 1.96

จากสูตร สามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ได้ดังนี้

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.160 \text{ หรือ ประมาณ } 400 \text{ คน}$$

จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จึงกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรนักลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสร้างเครื่องมือวัด ผู้ศึกษาดำเนินการสร้างตามขั้นตอน ดังนี้

1.1 ศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 สร้างแบบสอบถามและนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบคุณภาพและเนื้อหา เพื่อแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

1.3 นำแบบสอบถามที่สร้างและได้เสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของภาษาและคำศัพท์ที่ใช้ตลอดจนความสอดคล้องของคำถามของแต่ละข้อไปหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

1.4 ทดสอบเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) โดยนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha-Coefficient) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

1.5 ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์อีกครั้งก่อนนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาแล้วจัดพิมพ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2. การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

2.1 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) โดยการทำ Per-test กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดไว้ จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเข้าใจตรงกันในข้อคำถามต่าง ๆ และหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha-Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความน่าเชื่อถือได้เป็นค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, น. 34)

2.2 สถิติที่ใช้ในการตรวจคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Object-Congruence: IOC) อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยและเสนอแนะเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข โดยผู้วิจัยนำคะแนนจากการประเมินมาวิเคราะห์คุณภาพของข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยกำหนดคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- +1 หมายถึง เห็นว่าสอดคล้อง
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง
- 1 หมายถึง เห็นว่าไม่สอดคล้อง

จากนั้นนำคะแนนที่ได้ ทำการทดสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามสูตร (กฤษณา ทัพวงศ์, 2559, น. 68) ดังนี้

สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดยที่

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยได้ตั้งขึ้นตามแนวทางของวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วยรายละเอียดสามารถแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนในกองทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทยมีลักษณะคำถามดังนี้

เพศ อาชีพ และสถานภาพ มีคำตอบให้เลือกตอบ เนื่องจากไม่สามารถนำข้อมูลมาบวก ลบ คูณ หารกันได้ จึงใช้การวัดข้อมูลแบบ Nominal Scale

อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการลงทุน และฐานบุคคลธรรมดาที่เสียอยู่ปัจจุบัน ใช้การวัดข้อมูลแบบ Ordinal Scale

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยคำถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ ความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบให้คำจำกัดความของไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญที่ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับความสำคัญที่ 4 หมายถึง มาก

ระดับความสำคัญที่ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับความสำคัญที่ 2 หมายถึง น้อย

ระดับความสำคัญที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างระหว่างชั้น (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544, น. 25) สำหรับเกณฑ์เฉลี่ยการแปลความหมายเพื่อจัดระดับความคิดเห็นของประชากรใช้เกณฑ์ดังนี้

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

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ (Interval Scale) มีช่วงคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 - 5.00 หมายถึงมีระดับความสำคัญมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20 หมายถึงมีระดับความสำคัญมาก

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40 หมายถึงมีระดับความสำคัญปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.60 หมายถึงมีระดับความสำคัญน้อย

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.80 หมายถึงมีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นสเกลที่แสดงถึงระดับความสำคัญ โดยคำถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ ความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบให้คำจำกัดความของไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับความสำคัญที่ 5 หมายถึง มากที่สุด

ระดับความสำคัญที่ 4 หมายถึง มาก

ระดับความสำคัญที่ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับความสำคัญที่ 2 หมายถึง น้อย

ระดับความสำคัญที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างระหว่างชั้น (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544, น. 25) สำหรับเกณฑ์เฉลี่ยการแปลความหมายเพื่อจัดระดับความคิดเห็นของประชากรใช้เกณฑ์ดังนี้

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

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ (Interval Scale) มีช่วงคะแนนดังนี้

- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 - 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยคำถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่าความคิดเห็น 5 ระดับ ความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบให้คำจำกัดความของไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- ระดับความสำคัญที่ 5 หมายถึง มากที่สุด
- ระดับความสำคัญที่ 4 หมายถึง มาก
- ระดับความสำคัญที่ 3 หมายถึง ปานกลาง
- ระดับความสำคัญที่ 2 หมายถึง น้อย
- ระดับความสำคัญที่ 1 หมายถึง น้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างระหว่างชั้น (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2544 น. 25) สำหรับเกณฑ์เฉลี่ยการแปลความหมายเพื่อจัดระดับความคิดเห็นของประชากรใช้เกณฑ์ดังนี้

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

การอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีช่วงคะแนนดังนี้

- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 - 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20 หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40 หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.60 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
- คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.80 หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การกำหนดแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่สามารถอ้างอิงได้ศึกษาจากตำรา วารสาร สิ่งพิมพ์ บทความ ทฤษฎีหลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการสร้างแบบสอบถาม

3. เมื่อผู้ศึกษารวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จึงทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อแจกแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล ผู้ศึกษาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม โดยทำการคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามกำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์

3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาบันทึก โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ หลังจากดำเนินการกับข้อมูลเรียบร้อยแล้วมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย นำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ในการคำนวณค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายให้เห็นถึงลักษณะทั่วไปของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย นำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่ได้ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ในการคำนวณค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เพื่อวัดระดับความสำเร็จของปัจจัยทางการตลาดและวัดการกระจายของข้อมูล

แบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย นำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่ได้ใช้ค่าความถี่ (Frequency) ในการคำนวณค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แล้วนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เพื่อวัดระดับความสำเร็จของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลและวัดการกระจายของข้อมูล

แบบสอบถามตอนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย นำข้อมูลมาวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความถี่ (Frequency) การคำนวณค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อวัดระดับความสำเร็จของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจและวัดการกระจายของข้อมูล

การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อทดสอบปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน ด้วยสถิติ t-test และ One-Way ANOVA: F-Test ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และกระบวนการตัดสินใจลงทุน

สมมติฐานที่ 2 ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อทดสอบปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน: Pearson's Product Moment Correlation Coefficients ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจลงทุน

สมมติฐานที่ 3 ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inference Statistics) เพื่อทดสอบปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมในภาคตะวันออกของประเทศไทย ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน: Pearson's Product

Moment Correlation Coefficients ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลและกระบวนการตัดสินใจลงทุน

เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ โดยที่

- | | | |
|----------------------------------|---------|-------------------------------------------------------------|
| ถ้าค่า r เป็น - | หมายถึง | การมีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางตรงกันข้าม |
| ถ้าค่า r เป็น + | หมายถึง | การมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน |
| ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หรือ -1 | หมายถึง | การมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง |
| ถ้าค่า r มีค่าเท่ากับ 0 | หมายถึง | การมีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยหรือไม่มี
ความสัมพันธ์กัน |

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, น. 324)

ค่า (r)	ระดับของความสัมพันธ์
0.91-1.00	มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก
0.71-0.90	มีความสัมพันธ์ระดับสูง
0.31-0.70	มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง
0.01-0.30	มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ
น้อยกว่า 0.01	ไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย” ผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วนำมาทำการวิเคราะห์ ด้วยวิธีทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่ลงทุน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการลงทุนและฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่ และด้านการออมเงิน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วย ความต้องการที่จะลงทุน การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เกณฑ์กำหนดทางเลือก การตัดสินใจลงทุน และพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมุติฐาน

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

สำหรับสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในบทนี้มีความหมายดังต่อไปนี้

\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F-Ratio	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	หมายถึง	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sun of Squares)
MS	หมายถึง	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	หมายถึง	องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
LSD	หมายถึง	Least Significant Difference
H_0	หมายถึง	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	หมายถึง	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
Sig.	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
r	หมายถึง	ค่าสถิติการทดสอบเพียร์สัน (Pearson Correlation)
N	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากจำนวน 400 ตัวอย่าง

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่ลงทุน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการลงทุนและฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จำนวน 400 คน ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมที่ลงทุน

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม	จำนวน	ร้อยละ
บลจ. บัวหลวง จำกัด	75	18.75
บลจ. กสิกรไทย จำกัด	72	18.00
บลจ. ไทยพาณิชย์ จำกัด	144	36.00
บลจ. กรุงศรี จำกัด	109	27.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ลงทุนใน บลจ.ไทยพาณิชย์ จำกัด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมา คือ บลจ. กรุงศรี จำกัด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 บลจ.บัวหลวง จำกัด 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และน้อยที่สุด บลจ.กสิกรไทย จำกัด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	168	42.00
หญิง	232	58.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 และเพศชาย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	103	27.25
30 – 39 ปี	192	48.00
40 – 49 ปี	21	5.25
50- 59 ปี	84	21.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อายุ 30-39 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา คือ อายุ 20-29 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 และน้อยที่สุดคือ อายุ 40-49 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	75	18.80
ข้าราชการ	31	7.80
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	199	49.60
พนักงานบริษัทเอกชน	74	18.50
เกษียณอายุงานและอื่น ๆ	21	5.30
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.60 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 และน้อยที่สุดคือ อาชีพอื่น ๆ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
10,000 - 50,000 บาท	273	68.25
50,001 - 90,000 บาท	64	16.00
90,001 - 130,000 บาท	43	10.75
130,001 - 170,000 บาท ขึ้นไป	20	5.00
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000-50,000 บาท จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 รองลงมาคือ 50,001-90,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 และน้อยที่สุดคือ ผู้ที่มีรายได้ 130,001-170,000 บาทขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	234	58.50
สมรส	157	39.25
หม้ายและหย่าร้าง	9	2.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 รองลงมาคือสถานภาพสมรส จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.25 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพหม้ายและหย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ปวช. / ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรี	13	3.25
ปริญญาตรี	237	59.25
ปริญญาโท	145	36.25
ปริญญาเอก	5	1.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 และน้อยที่สุดคือ ปริญญาเอก จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการลงทุน

ประสบการณ์ในการลงทุน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	201	50.20
1-3 ปี	95	23.80
4-6 ปี	46	11.50
มากกว่า 6 ปี	58	14.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการลงทุนน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 รองลงมาคือ 1-3 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และน้อยที่สุด 4-6 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักลงทุนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา

ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	จำนวน	ร้อยละ
5%	129	32.25
10%	95	23.75
15%	73	18.25
20%	85	21.25
25% , 30% และ 35%	18	4.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 5% จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมา คือ 10% จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.75 และน้อยที่สุดคือ ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25%, 30% และ 35% จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนี้

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดในภาพรวม

กลยุทธ์ทางการตลาด	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.02	0.520	มาก	6
2. ด้านราคา	4.13	0.531	มาก	5
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.42	0.387	มากที่สุด	4
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.02	0.804	มาก	7
5. ด้านบุคลากร	4.49	0.553	มากที่สุด	1
6. ด้านกระบวนการบริการ	4.48	0.529	มากที่สุด	2
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.44	0.489	มากที่สุด	3
รวม	4.28	0.361	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (SD = 0.361) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.49 (SD = 0.553) มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการบริการมีค่าเฉลี่ย 4.48 (SD = 0.529) มีระดับความสำคัญมากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 4.02 (SD = 0.804) มีระดับความสำคัญมาก ส่วนระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นรายด้าน สรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านผลิตภัณฑ์									
กองทุนมีความหลากหลายที่สามารถเลือกลงทุน	105 (26.3)	251 (62.7)	22 (5.5)	22 (5.5)	-	4.10	0.728	มาก	(2)
มีกองทุนออกใหม่ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ	32 (8.0)	198 (49.5)	137 (34.3)	33 (8.3)	-	3.57	0.756	มาก	(3)
สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ	234 (58.5)	103 (25.8)	52 (13.0)	11 (2.8)	-	4.40	0.816	มากที่สุด	(1)
ค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม						4.02	0.520	มาก	

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (SD = 0.520) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.40 (SD = 0.816) อันดับ 2 คือ กองทุนมีความหลากหลายที่สามารถเลือกลงทุน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (SD = 0.782)

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านราคา

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านราคา									
ราคา (ผลตอบแทนที่ได้รับ)	201	178	21	-	-	4.45	0.594	มากที่สุด	(1)
คุ่มค่าต่อการลงทุน	(50.2)	(44.5)	(5.3)						
ค่าธรรมเนียมการซื้อขาย กองทุนอยู่ในเกณฑ์ที่ เหมาะสม	106	242	52	-	-	4.14	0.615	มาก	(2)
ราคาต่อหน่วยของกองทุนไม่ เปลี่ยนแปลงบ่อย	86	252	51	11	-	4.03	0.673	มาก	(3)
ความเหมาะสมของมูลค่าขึ้น ต่ำในการซื้อหน่วยลงทุน	75	239	53	33	-	3.89	0.800	มาก	(4)
ค่าเฉลี่ยด้านราคาโดยภาพรวม						4.13	0.531	มาก	

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคาในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (SD = 0.531) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ ราคา (ผลตอบแทนที่ได้รับ) คุ่มค่าต่อการลงทุนมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.45 (SD = 0.594) อันดับ 2 คือ ค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (SD = 0.615)

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาด
 ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย									
มีช่องทางในการซื้อขายที่ หลากหลาย เช่น Internet , Mobil Application และ เคาน์เตอร์รับบริการลูกค้า ของธนาคาร	162 (40.5)	221 (55.3)	11 (2.8)	1 (0.3)	5 (1.3)	4.34	0.666	มากที่สุด	(5)
สถานที่จำหน่ายกองทุนอยู่ ในทำเลที่เหมาะสม การ เดินทางสะดวก	147 (36.8)	199 (49.8)	43 (10.8)	11 (2.8)	-	4.21	0.738	มากที่สุด	(7)
บริเวณพื้นที่และสถานที่ ให้บริการมีความปลอดภัย	179 (44.8)	155 (38.8)	55 (13.8)	11 (2.8)	-	4.26	0.795	มากที่สุด	(6)
ความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ในการทำรายการผ่านทาง Internet , Mobil Application	223 (55.8)	156 (39.0)	21 (5.3)	-	-	4.51	0.597	มากที่สุด	(2)
ความน่าเชื่อถือของตัวแทน จำหน่าย	227 (56.8)	155 (38.8)	11 (2.8)	2 (0.5)	5 (1.3)	4.49	0.697	มากที่สุด	(4)

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาด
 ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)									
ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ของบริษัทจัดการกองทุน	270 (67.5)	121 (30.3)	4 (1.0)	1 (0.3)	4 (1.0)	4.63	0.624	มากที่สุด	(1)
ความน่าเชื่อถือของระบบการ ซื้อ - ขายกองทุน	213 (53.3)	175 (43.8)	8 (2.0)	2 (0.5)	2 (0.5)	4.49	0.617	มากที่สุด	(3)
ค่าเฉลี่ยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวม						4.42	0.387	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด
 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย
 เท่ากับ 4.42 (SD = 0.387) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ
 ของบริษัทจัดการกองทุน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.63
 (SD = 0.624) อันดับ 2 คือ ความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ในการทำรายการผ่านทาง Internet, Mobil
 Application มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (SD = 0.597)

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านการส่งเสริมการตลาด									
มีการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงปลายปี เช่น กิจกรรมการลดหย่อนภาษีช่วงปลายปี , Money Expro , Set in City เป็นต้น	137 (34.3)	165 (41.3)	64 (16.0)	32 (8.0)	2 (0.5)	4.01	0.933	มาก	(2)
มีการส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต เช่น การสะสมคะแนน	147 (36.8)	163 (40.8)	63 (15.8)	21 (5.3)	6 (1.5)	4.06	0.932	มาก	(1)
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Website วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เพื่อเชิญชวนให้ตัดสินใจ	129 (32.3)	172 (43.0)	74 (18.5)	11 (2.8)	14 (3.5)	3.98	0.967	มาก	(3)
ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวม						4.02	0.804	มาก	

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 (SD = 0.804) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ มีการส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต เช่น การสะสมคะแนน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.06 (SD = 0.932) อันดับ 2 คือ มีการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงปลายปี เช่น กิจกรรมการลดหย่อนภาษีช่วงปลายปี, Money Expro, Set in City เป็นต้น มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 (SD = 0.933)

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านบุคลากร

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านบุคลากร									
เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นในกาให้บริการ	227 (56.8)	123 (30.8)	43 (10.8)	1 (0.3)	6 (1.5)	4.41	0.808	มากที่สุด	(3)
เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	187 (46.8)	178 (44.5)	33 (8.3)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.37	0.677	มากที่สุด	(4)
เจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน	251 (62.7)	136 (34.0)	11 (2.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.59	0.856	มากที่สุด	(1)
เจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต	251 (62.7)	128 (32.0)	21 (5.3)	-	-	4.57	0.592	มากที่สุด	(2)
ค่าเฉลี่ยด้านบุคลากรโดยภาพรวม						4.49	0.553	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านบุคลากร ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (SD = 0.553) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.59 (SD = 0.856) อันดับ 2 คือ เจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (SD = 0.592)

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาด
 ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
 ด้านกระบวนการบริการ

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านกระบวนการบริการ									
ขั้นตอนการคำนวณจำนวน เงินลงทุนที่ถูกต้องชัดเจน	219 (54.8)	156 (39.0)	22 (5.5)	2 (0.5)	1 (0.3)	4.48	0.648	มากที่สุด	(3)
ขั้นตอนในการให้บริการมี ความรวดเร็ว	207 (51.7)	179 (44.8)	12 (3.0)	1 (0.3)	1 (0.3)	4.48	0.596	มากที่สุด	(2)
มีการให้บริการหลังการขาย เช่น มีการแจ้งวันครบกำหนด ของกองทุน การแนะนำ กองทุนออกใหม่ เป็นต้น	250 (62.5)	125 (31.3)	24 (6.0)	1 (0.3)	-	4.56	0.618	มากที่สุด	(1)
สามารถสั่งซื้อกองทุนได้ ตลอดเวลา	209 (52.3)	156 (39.0)	32 (8.0)	1 (0.3)	2 (0.5)	4.42	0.693 0	มากที่สุด	(4)
ค่าเฉลี่ยด้านกระบวนการบริการโดยภาพรวม						4.48	0.529	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้าน
 กระบวนการบริการ ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
 4.48 (SD = 0.529) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 มีการให้บริการหลังการขาย เช่น มีการแจ้ง
 วันครบกำหนดของกองทุน การแนะนำกองทุนออกใหม่ เป็นต้น มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก
 ที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.56 (SD = 0.618) อันดับ 2 คือ ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว
 มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (SD = 0.596)

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านลักษณะทางกายภาพ

กลยุทธ์ทางการตลาด	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านลักษณะทางกายภาพ									
สำนักงานที่ให้บริการมีความทันสมัย	201 (50.2)	188 (47.0)	10 (2.5)	-	1 (0.3)	4.47	0.574	มากที่สุด	(2)
เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ต่าง ๆ จัดวางเป็นระเบียบ	176 (44.0)	190 (47.5)	32 (8.0)	-	2 (0.5)	4.35	0.669	มากที่สุด	(3)
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าได้ใช้บริการ	209 (52.3)	180 (45.0)	11 (2.8)	-	-	4.49	0.553	มากที่สุด	(1)
ค่าเฉลี่ยด้านลักษณะทางกายภาพโดยภาพรวม						4.44	0.489	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (SD = 0.489) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าได้ใช้บริการ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.449 (SD = 0.553) อันดับ 2 คือ สำนักงานที่ให้บริการมีความทันสมัย มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (SD = 0.574)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ประกอบด้วย ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน ดังนี้

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ในภาพรวม

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1.ด้านรายได้	4.22	0.682	มากที่สุด	2
2.ด้านค่าใช้จ่าย	4.18	0.656	มาก	3
3.ด้านสินเชื่อ	3.84	0.853	มาก	4
4.ด้านการออม	4.23	0.537	มากที่สุด	1
รวม	4.33	0.439	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (SD = 0.439) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการออมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.23 (SD = 0.537) มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านรายได้มีค่าเฉลี่ย 4.22 (SD = 0.685) มีระดับความสำคัญมากที่สุด และด้านสินเชื่อมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.84 (SD = 853) มีระดับความสำคัญมาก ส่วนระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นรายด้าน สรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนบุคคล ด้านรายได้

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านรายได้									
การลงทุนในกองทุนรวม สามารถสร้างรายได้ของท่าน เพิ่มขึ้นได้ในระดับใด	170 (42.5)	157 (39.3)	62 (15.5)	11 (2.8)	-	4.21	0.803	มากที่สุด	(2)
การลงทุนในกองทุนรวมจาก รายได้ที่คงเหลือในปัจจุบัน มี ความสำคัญในระดับใด	128 (32.0)	209 (52.3)	63 (15.8)	-	-	4.16	0.672	มาก	(3)
การจัดสรรรายได้ที่ได้รับใน แต่ละเดือน เพื่อนำมาลงทุนใน กองทุนรวม มีความสำคัญใน ระดับใด	180 (45.0)	167 (41.8)	42 (10.5)	11 (2.8)	-	4.29	0.762	มากที่สุด	(1)
ค่าเฉลี่ยด้านรายได้โดยภาพรวม						4.22	0.682	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านรายได้ ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (SD = 0.682) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 มีการจัดสรรรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน เพื่อนำมาลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญในระดับใด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.22 (SD = 0.682) อันดับ 2 คือ การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างรายได้ของท่านเพิ่มขึ้นได้ในระดับใด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (SD = 0.803)

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ด้านค่าใช้จ่าย

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านค่าใช้จ่าย									
การวางแผนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล มีความสำคัญต่อการลงทุนในกองทุนรวมในระดับใด	127 (31.8)	262 (65.5)	11 (2.8)	-	-	4.29	0.511	มากที่สุด	(1)
ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญต่อการนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในระดับใด	147 (36.8)	177 (44.3)	65 (16.3)	11 (2.8)	-	4.15	0.787	มาก	(2)
ปริมาณเงินที่ใช้ในการลงทุนในกองทุนรวมมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของท่านในระดับใด	148 (37.0)	177 (44.3)	44 (11.0)	31 (7.8)	-	4.11	0.884	มาก	(3)
ค่าเฉลี่ยด้านค่าใช้จ่ายโดยภาพรวม						4.18	0.656	มาก	

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านค่าใช้จ่าย ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 (SD = 0.656) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 การวางแผนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล มีความสำคัญต่อการลงทุนในกองทุนรวมในระดับใด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.29 (SD = 0.511) อันดับ 2 คือ ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญต่อการนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในระดับใด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (SD = 0.803)

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนบุคคล ด้านสินเชื่อ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านสินเชื่อ									
การกู้ยืมเงินสามารถทำให้ท่าน เกิดการตัดสินใจลงทุนใน กองทุนรวมได้เร็วขึ้นในระดับ ใด	83 (20.8)	146 (36.5)	116 (29.0)	43 (10.8)	12 (3.0)	3.61	1.025	มาก	(3)
ท่านให้ความสำคัญของอัตรา ดอกเบี้ยเงินกู้ เมื่อเทียบกับ ผลตอบแทนที่ท่านจะได้รับ จากการลงทุนในกองทุนรวม ระดับใด	168 (42.0)	167 (41.8)	45 (11.3)	11 (2.8)	9 (2.3)	4.19	0.902	มาก	(1)
ท่านให้ความสำคัญกับการกู้ยืม เงิน เพื่อเพิ่มปริมาณเงินในการ ลงทุนในกองทุนรวมระดับใด	92 (23.0)	166 (41.5)	96 (24.0)	32 (8.0)	14 (3.5)	3.72	1.016	มาก	(2)
ค่าเฉลี่ยด้านสินเชื่อโดยภาพรวม						3.84	0.853	มาก	

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านสินเชื่อ ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (SD = 0.853) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 ท่านให้ความสำคัญของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่ท่านจะได้รับจากการลงทุนในกองทุนรวมระดับใด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.19 (SD = 0.902) อันดับ 2 คือ ท่านให้ความสำคัญกับการกู้ยืมเงิน เพื่อเพิ่มปริมาณเงินในการลงทุนในกองทุนรวมระดับใด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 (SD = 1.016)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ด้านการออม

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ด้านการออม									
การลงทุนในกองทุนรวมมี									
ความมั่นคงมากกว่าการออม	99	247	42	5	7	4.07	0.746	มาก	(3)
เงินในสถาบันการเงินมี	(24.8)	(61.8)	(10.5)	(1.3)	(1.8)				
ความสำคัญในระดับใด									
การลงทุนในกองทุนรวม									
สามารถสร้างวินัยในการออม	132	251	10	4	3	4.26	0.628	มากที่สุด	(2)
เงินอย่างสม่ำเสมอมี	(33.0)	(62.7)	(2.5)	(1.0)	(0.8)				
ความสำคัญในระดับใด									
การออมเงินเป็นการเพิ่มความ									
มั่งคั่งให้กับตัวท่านมี	175	206	10	3	6	4.35	0.710	มากที่สุด	(1)
ความสำคัญในระดับใด	(43.8)	(51.5)	(2.5)	(0.8)	(1.5)				
ค่าเฉลี่ยด้านการออมโดยภาพรวม						4.23	0.537	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านการออม ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (SD = 0.537) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 การออมเงินเป็นการเพิ่มความมั่งคั่งให้กับตัวท่านมีความสำคัญในระดับใด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.23 (SD = 0.537) อันดับ 2 คือ การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างวินัยในการออมเงินอย่างสม่ำเสมอมีความสำคัญในระดับใด มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (SD = 0.628)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจลงทุน ประกอบด้วย ความต้องการที่จะลงทุน การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เกณฑ์กำหนดทางเลือก การตัดสินใจลงทุน และพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ดังนี้

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวม

กระบวนการตัดสินใจลงทุน	\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
1. ความต้องการที่จะลงทุน	4.43	0.588	มากที่สุด	2
2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	4.20	0.616	มาก	4
3. เกณฑ์กำหนดการเลือก	4.41	0.485	มากที่สุด	3
4. การตัดสินใจลงทุน	4.16	0.631	มาก	5
5. พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	4.43	0.504	มากที่สุด	1
รวม	4.43	0.738	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (SD = 0.738) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ความต้องการที่จะลงทุนและพฤติกรรมภายหลังการลงทุน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.43 (SD = 0.588) และ 4.43 (SD = 0.504) มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ เกณฑ์กำหนดการเลือก มีค่าเฉลี่ย 4.41 (SD = 0.485) มีระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนระดับความสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ของผู้ตอบแบบสอบถามแยกเป็นรายด้านสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

กระบวนการตัดสินใจลงทุน	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
ความต้องการที่จะลงทุน									
เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี	248 (62.0)	103 (25.8)	34 (8.5)	11 (2.8)	4 (1.0)	4.45	0.839	มากที่สุด	(2)
เพื่อเป็นการออมระยะยาว	215 (53.8)	178 (44.5)	2 (0.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.50	0.592	มากที่สุด	(1)
เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ	208 (52.0)	136 (34.0)	43 (10.8)	11 (2.8)	2 (0.5)	4.34	0.817	มากที่สุด	(3)
ค่าเฉลี่ยด้านความต้องการที่จะลงทุนโดยภาพรวม						4.43	0.588	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน ในภาพรวมพบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (SD = 0.588) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ เพื่อเป็นการออมระยะยาว มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.50 (SD = 0.592) อันดับ 2 คือ เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (SD = 0.839)

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

กระบวนการตัดสินใจลงทุน	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร									
ค้นหาข้อมูลจาก Internet เช่น Website ของบริษัท หลักทรัพย์	219 (54.8)	160 (40.0)	21 (5.3)	-	-	4.49	0.597	มากที่สุด	(1)
สอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร / ตัวแทนจำหน่าย	159 (39.8)	190 (47.5)	31 (7.8)	11 (2.8)	9 (2.3)	4.20	0.866	มาก	(2)
สอบถามข้อมูลจากเพื่อน / บุคคลในครอบครัว	145 (36.3)	177 (44.3)	53 (13.3)	14 (3.5)	11 (2.8)	4.08	0.937	มาก	(3)
การมีประสบการณ์ในการลงทุนมาก่อน	114 (28.5)	206 (51.5)	54 (16.0)	13 (3.3)	3 (0.8)	4.04	0.802	มาก	(4)
ค่าเฉลี่ยด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวม						4.20	0.616	มาก	

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (SD = 0.616) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ ค้นหาข้อมูลจาก Internet เช่น Website ของบริษัทหลักทรัพย์ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.49 (SD = 0.597) อันดับ 2 คือ สอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร / ตัวแทนจำหน่าย มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (SD = 0.866)

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก

กระบวนการตัดสินใจลงทุน	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
เกณฑ์กำหนดการเลือก									
พิจารณาจากความเสี่ยงของบริษัทหลักทรัพย์	140 (35.0)	239 (59.8)	11 (2.8)	6 (1.5)	4 (1.0)	4.26	0.678	มากที่สุด	(3)
ผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น เงินปันผล , ดอกเบี้ย	201 (50.2)	188 (47.0)	5 (1.3)	2 (0.5)	4 (1.0)	4.45	0.651	มากที่สุด	(2)
พิจารณาจากความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์	226 (56.5)	166 (41.5)	2 (0.5)	3 (0.8)	3 (0.8)	4.52	0.629	มากที่สุด	(1)
ค่าเฉลี่ยด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกโดยภาพรวม						4.41	0.485	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (SD = 0.485) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ พิจารณาจากความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.52 (SD = 0.629) อันดับ 2 คือ ผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น เงินปันผล ดอกเบี้ย มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (SD = 0.651)

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

กระบวนการตัดสินใจลงทุน	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
การตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง	241 (60.3)	146 (36.5)	8 (2.0)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.56	0.615	มากที่สุด	(1)
บุคคลใกล้ชิด ได้แก่ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว ญาติ เป็นต้น	95 (23.8)	211 (52.8)	86 (21.5)	1 (0.3)	7 (1.8)	3.97	0.788	มาก	(2)
ตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ธนาคาร เป็นต้น	135 (33.8)	167 (41.8)	54 (13.5)	35 (8.8)	9 (2.3)	3.96	1.013	มาก	(3)
ค่าเฉลี่ยด้านการตัดสินใจลงทุนโดยภาพรวม						4.16	0.631	มาก	

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (SD = 0.631) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ การตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.56 (SD = 0.615) อันดับ 2 คือ บุคคลใกล้ชิด ได้แก่ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว ญาติ เป็นต้น มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (SD = 0.788)

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวน คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

กระบวนการตัดสินใจลงทุน	ระดับความสำคัญ					\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญ	อันดับ
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)				
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน									
การลงทุนซ้ำในครั้งต่อไป	175	203	10	8	4	4.34	0.719	มากที่สุด	(2)
เกิดขึ้นจากความพึงพอใจหลังการลงทุน	(43.8)	(50.7)	(2.5)	(2.0)	(1.0)				
การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ในการชักชวนให้ลงทุนในช่วงเวลาที่เหมาะสม	187	185	14	2	12	4.33	0.827	มากที่สุด	(4)
การติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวม	(56.8)	(46.3)	(3.5)	(0.5)	(3.0)				
การติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวม	214	176	3	4	3	4.48	0.645	มากที่สุด	(1)
การแนะนำให้ผู้อื่นลงทุนในกองทุนรวม	(53.5)	(44.0)	(0.8)	(1.0)	(0.8)				
การแนะนำให้ผู้อื่นลงทุนในกองทุนรวม	177	204	2	14	3	4.34	0.733	มากที่สุด	(3)
กองทุนรวม	(44.3)	(51.0)	(0.5)	(3.5)	(0.8)				
ค่าเฉลี่ยด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุนโดยภาพรวม						4.43	0.504	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในภาพรวม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (SD = 0.504) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อันดับ 1 คือ การติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวม มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.48 (SD = 0.645) อันดับ 2 คือ การลงทุนซ้ำในครั้งต่อไปเกิดขึ้นจากความพึงพอใจหลังการลงทุน มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (SD = 0.719)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมใน

ภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ t-test และ One-way ANOVA: F-test โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม

ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กระบวนการตัดสินใจลงทุน	t-test for Equality of Means				
	เพศ	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
ความต้องการที่จะลงทุน	ชาย	4.43	0.631	-2.102	0.956
	หญิง	4.43	0.555		
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ชาย	4.09	0.801	-3.517	0.004*
	หญิง	4.28	0.418		
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ชาย	4.41	0.460	-0.365	0.971
	หญิง	4.41	0.504		
การตัดสินใจลงทุน	ชาย	3.91	0.705	-7.219	0.000*
	หญิง	3.34	0.502		
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ชาย	4.40	0.570	-1.053	0.311
	หญิง	4.45	0.450		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า t-test พบว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและด้านการตัดสินใจลงทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับ

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการแสวงหาข้อมูลและพฤติกรรมภายหลังการลงทุนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กระบวนการตัดสินใจลงทุนใน กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	5.598	3	1.866	5.592	0.001*
	ภายในกลุ่ม	132.135	396			
	รวม	137.733	399	0.334		
การแสวงหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	8.548	3	2.849	7.899	0.000*
	ภายในกลุ่ม	142.838	396			
	รวม	151.386	399	0.361		
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ระหว่างกลุ่ม	20.179	3	6.726	36.088	0.000*
	ภายในกลุ่ม	73.811	396			
	รวม	93.990	399	0.186		
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	5.429	3	1.810	4.677	0.003*
	ภายในกลุ่ม	153.220	396			
	รวม	158.649	399	0.387		
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	7.348	3	2.449	10.312	0.000*
	ภายในกลุ่ม	94.067	396			
	รวม	101.415	399	0.238		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุนโดยภาพรวม ด้านความต้องการที่จะลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านเกณฑ์การกำหนดทางเลือก ด้านการตัดสินใจลงทุน และด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001, 0.000, 0.000, 0.003 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยทดสอบค่า LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
อายุ	กลุ่ม I	กลุ่ม J			
		20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี
	Mean	4.24	4.48	4.52	4.54
20-29 ปี	4.24	-	-0.243 (0.001*)	0.288 (0.038*)	-0.307 (0.000*)
30-39 ปี	4.48	-	-	-0.045 (0.737)	-0.064 (0.394)
40-49 ปี	4.52	-	-	-	-0.020 (0.888)
50-59 ปี	4.54	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 30-39 ปี 40-49 ปี และ 50-59 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.001, 0.038 และ 0.000 มีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.24, 0.28 และ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูล

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
อายุ	Mean	กลุ่ม J			
		20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.08	4.35	4.00	4.05
20-29 ปี	4.08	-	-0.270 (0.073)	0.083 (0.144)	0.299 (0.088)
30-39 ปี	4.35	-	-	0.353 (0.011*)	0.299 (0.000*)
40-49 ปี	4.00	-	-	-	-0.54 (0.715)
50-59 ปี	4.05	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูล ในภาพรวมจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 40-49 ปี และ 50-59 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.011 และ 0.000 ตามลำดับ มีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.00 และ 0.05

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดทางเลือก

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
อายุ	Mean	กลุ่ม J			
		20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.12	4.56	3.90	4.56
20-29 ปี	4.12	-	-0.439 (0.000*)	0.215 (0.038*)	-0.440 (0.000*)
30-39 ปี	4.56	-	-	0.654 (0.000*)	0.000 (0.993)
40-49 ปี	3.90	-	-	-	-0.655 (0.000*)
50-59 ปี	4.56	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ในภาพรวมจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 30-39 ปี และ 50-59 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 มีค่าเฉลี่ยแตกต่าง เท่ากัน คือ 0.44 แต่มีค่าเฉลี่ยมากกว่า อายุ 40-49 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.038 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.22

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 40-49 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.66

ผู้ที่มีอายุ 40-49 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 50-59 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.66

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
อายุ	Mean	กลุ่ม J			
		20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.26	4.20	4.17	3.94
20-29 ปี	4.26	-	0.062 (0.411)	0.088 (0.557)	-0.322 (0.000*)
30-39 ปี	4.20	-	-	0.025 (0.861)	0.259 (0.002*)
40-49 ปี	4.17	-	-	-	-0.234 (0.124)
50-59 ปี	3.94	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี และ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอายุ 50-59 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และ 0.002 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.32 และ 0.26

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุที่แตกต่างกันกับกระบวนการ
ตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
อายุ	Mean	กลุ่ม J			
		20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.22	4.53	4.26	4.49
20-29 ปี	4.22	-	-0.311 (0.000*)	-0.039 (0.741)	-0.265 (0.000*)
30-39 ปี	4.53	-	-	0.273 (0.016*)	0.046 (0.473)
40-49 ปี	4.26	-	-	-	-0.226 (0.058)
50-59 ปี	4.49	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน
ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 30-39 ปี และ 50-59 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 มีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.31 และ 0.27

ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอายุ 40-49 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.016 มีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.27

สมมติฐานที่ 1.3 อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม
หุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว
(LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว
(LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการ
ตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กระบวนการตัดสินใจลงทุนใน กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	28.129	5	5.626	20.223	0.000*
	ภายในกลุ่ม	109.604	394	0.278		
	รวม	137.733	399			
การแสวงหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	37.908	5	7.582	26.324	0.000*
	ภายในกลุ่ม	113.478	394	0.288		
	รวม	151.386	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ระหว่างกลุ่ม	7.092	5	1.418	6.431	0.000*
	ภายในกลุ่ม	86.898	394	0.221		
	รวม	93.990	399			
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	37.489	5	7.498	24.382	0.000*
	ภายในกลุ่ม	121.160	394	0.308		
	รวม	158.649	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	14.489	5	2.898	13.135	0.000*
	ภายในกลุ่ม	86.925	394	0.221		
	รวม	101.415	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อ
กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุนใน
กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยภาพรวม ด้านความต้องการที่จะลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูล

ด้านเกณฑ์การกำหนดทางเลือก ด้านการตัดสินใจลงทุน และด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยทดสอบค่า LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
อาชีพ		เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษียณอายุงาน	อื่นๆ
กลุ่ม I	Mean	4.10	4.96	4.59	4.27	3.94	4.00
เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ	4.10	-	-0.859 (0.000*)	-0.488 (0.000*)	-0.172 (0.047*)	0.158 (0.353)	0.098 (0.582)
ข้าราชการ	4.96	-	-	0.371 (0.000*)	0.687 (0.000*)	1.018 (0.000*)	0.957 (0.000*)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.59	-	-	-	0.316 (0.000*)	0.647 (0.000*)	0.586 (0.001*)
พนักงานบริษัทเอกชน	4.27	-	-	-	-	0.331 (0.053)	0.270 (0.129)
เกษียณอายุงาน	3.94	-	-	-	-	-	-0.061 (0.793)
อื่นๆ	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทเอกชน โดยมี

ค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.047 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.86, 0.49 และ 0.17 ตามลำดับ

ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เกษียณอายุงานและอื่น ๆ โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีค่าเฉลี่ยแตกต่างกัน เท่ากับ 0.37, 0.69, 1.02 และ 0.96 ตามลำดับ ผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เกษียณอายุงานและอื่น ๆ โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.001 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.32, 0.65 และ 0.59

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูล

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
อาชีพ		เจ้าของ กิจการ/ อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เกษียณ อายุงาน	อื่น ๆ
กลุ่ม I	Mean	4.31	4.23	4.37	3.88	2.75	4.00
เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ	4.31	-	0.076 (0.507)	-0.058 (0.425)	0.435 (0.000*)	1.560 (0.000*)	0.310 (0.087)
ข้าราชการ	4.23	-	-	-0.134 (0.196)	0.359 (0.002*)	1.484 (0.000*)	0.234 (0.232)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.37	-	-	-	0.493 (0.000*)	1.618 (0.000*)	0.368 (0.035*)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.88	-	-	-	-	1.125 (0.000*)	-0.125 (0.490)
เกษียณอายุงาน	2.75	-	-	-	-	-	-1.250 (0.000)
อื่น ๆ	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูล ในภาพรวมจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชนและเกษียณอายุงาน โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.43, 0.35, 0.49, 1.56, 1.48, 1.62 และ 1.13 ตามลำดับ

ผู้ที่เกษียณอายุงานมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.25

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดทางเลือก

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
อาชีพ		เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษียณอายุงาน	อื่น ๆ
กลุ่ม I	Mean	4.25	4.43	4.48	4.39	4.00	4.90
เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ	4.25	-	-0.181 (0.071)	-0.227 (0.000*)	-0.143 (0.064)	0.249 (0.102)	-0.651 (0.000*)
ข้าราชการ	4.43	-	-	-0.046 (0.615)	0.038 (0.704)	0.430 (0.009*)	-0.470 (0.006*)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.48	-	-	-	0.084 (0.191)	0.476 (0.001*)	-0.424 (0.006*)
พนักงานบริษัทเอกชน	4.39	-	-	-	-	0.392 (0.010*)	-0.508 (0.001*)
เกษียณอายุงาน	4.00	-	-	-	-	-	-0.900 (0.000*)
อื่น ๆ	4.90	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ในภาพรวมจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และเกษียณอายุงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.006, 0.006, 0.001 และ 0.000 ตามลำดับ และมีค่าเฉลี่ยแตกต่าง เท่ากับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.65, 0.47, 0.42, 0.51 และ 0.90

ผู้ที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพเกษียณอายุงาน โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.009, 0.001 และ 0.010 ตามลำดับ และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.43, 0.48 และ 0.39 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอาชีพอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.05

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

อาชีพ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)						
	Mean	กลุ่ม J					
		เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เกษียณ อายุงาน	อื่น ๆ
กลุ่ม I	Mean	4.11	4.54	4.34	3.77	3.00	4.00
เจ้าของกิจการ/อาชีพ อิสระ	4.11	-	-0.427 (0.000*)	-0.227 (0.003*)	0.345 (0.000*)	1.111 (0.000*)	0.111 (0.552)
ข้าราชการ	4.54	-	-	0.199 (0.63)	0.772 (0.000*)	1.538 (0.000*)	0.538 (0.008*)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.34	-	-	-	0.573 (0.000*)	1.338 (0.000*)	0.338 (0.060)
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.77	-	-	-	-	0.766 (0.000*)	-0.234 (0.211)
เกษียณอายุงาน	3.00	-	-	-	-	-	-1.000 (0.000*)
อื่น ๆ	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ แต่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชนและเกษียณอายุงาน โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 0.003, 0.000 และ 0.00 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.43, 0.23, 0.34 และ 1.11 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอาชีพ ข้าราชการ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน เกษียณอายุงานและอื่น ๆ โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.008 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.77, 1.54 และ 0.54 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและเกษียณอายุงาน โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากันคือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.57 และ 1.34

ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าเกษียณอายุงาน โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.77

ผู้ที่มีอาชีพเกษียณอายุงาน มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.00 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.00

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
อาชีพ		เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เกษียณอายุงาน	อื่น ๆ
กลุ่ม I	Mean	4.50	4.67	4.51	4.20	3.75	4.00
เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ	4.50	-	-0.169 (0.92)	-0.13 (0.844)	0.304 (0.000*)	0.750 (0.000*)	0.500 (0.002*)
ข้าราชการ	4.67	-	-	0.157 (0.085)	0.473 (0.000*)	0.919 (0.000*)	0.669 (0.000*)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.51	-	-	-	0.317 (0.000*)	0.763 (0.000*)	0.513 (0.001*)

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน(ต่อ)

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)					
		กลุ่ม J					
อาชีพ		เจ้าของ กิจการ/ อาชีพอิสระ	ข้าราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เกษียณ อายุงาน	อื่น ๆ
กลุ่ม I	Mean	4.50	4.67	4.51	4.20	3.75	4.00
พนักงาน บริษัทเอกชน	4.20	-	-	-	-	0.446 (0.003*)	0.196 (0.216)
เกษียณอายุงาน	3.75	-	-	-	-	-	-0.250 (0.224)
อื่น ๆ	4.00	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.30, 0.47 และ 0.31 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพเกษียณอายุงาน โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.003 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.75, 0.92, 0.76 และ 0.45 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ ข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่ค่าเฉลี่ยมากกว่าอาชีพอื่น ๆ โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน 0.002, 0.000 และ 0.001 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.50, 0.67 และ 0.51 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	22.921	4	5.730	19.714	0.000*
	ภายในกลุ่ม	114.812	395	0.291		
	รวม	137.733	399			
การแสวงหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	13.291	4	3.323	9.505	0.000*
	ภายในกลุ่ม	138.291	395	0.350		
	รวม	151.386	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ระหว่างกลุ่ม	10.727	4	2.682	12.723	0.000*
	ภายในกลุ่ม	83.263	395	0.211		
	รวม	93.990	399			
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	16.118	4	4.030	11.167	0.000*
	ภายในกลุ่ม	142.531	395	0.361		
	รวม	158.649	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	8.889	4	2.222	9.487	0.000*
	ภายในกลุ่ม	92.526	395	0.234		
	รวม	101.415	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยภาพรวม ด้านความต้องการที่จะลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านเกณฑ์การกำหนดทางเลือก ด้านการตัดสินใจลงทุน และด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมี

ค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยทดสอบค่า LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
		กลุ่ม J				
รายได้	Mean	10,000-50,000 บาท	50,001-90,000 บาท	90,001-130,000 บาท	130,001-170,000 บาท	170,000 บาทขึ้นไป
		4.36	4.20	4.95	5.00	5.00
10,000-50,000 บาท	4.36	-	0.166 (0.027)	-0.590 (0.000*)	-0.636 (0.000*)	-0.636 (0.000*)
50,001-90,000 บาท	4.20	-	-	-0.756 (0.000*)	-0.802 (0.000*)	-0.802 (0.000*)
90,001-130,000 บาท	4.95	-	-	-	-0.047 (0.806)	-0.047 (0.806)
130,001-170,000 บาท	5.00	-	-	-	-	0.000 (1.000)
170,000 บาทขึ้นไป	5.00	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่รายได้ 10,000-50,000 บาท และ 50,001-90,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 90,001-130,000 บาท, 130,001-170,000 บาท และ 170,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.59, 0.64, 0.64, 0.75, 0.80 และ 0.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
		กลุ่ม J				
รายได้	Mean	10,000-50,000 บาท	50,001-90,000 บาท	90,001-130,000 บาท	130,001-170,000 บาท	170,000 บาทขึ้นไป
		Mean	Mean	Mean	Mean	Mean
กลุ่ม I	Mean	4.22	4.21	4.42	3.25	3.75
10,000-50,000 บาท	4.22	-	0.000 (0.997)	-0.209 (0.032*)	0.965 (0.000*)	0.465 (0.015*)
50,001-90,000 บาท	4.21	-	-	-0.210 (0.73)	0.965 (0.000*)	0.465 (0.021*)
90,001-130,000 บาท	4.42	-	-	-	1.174 (0.000*)	0.674 (0.001*)
130,001-170,000 บาท	3.25	-	-	-	-	-0.500 (0.059)
170,000 บาทขึ้นไป	3.75	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวมจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่รายได้ 10,000-50,000 บาท และ 90,001-130,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ 170,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.015 และ 0.001 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.47 และ 0.67

ผู้ที่รายได้ 10,000-50,000 บาท, 50,001-90,000 บาท และ 90,001-130,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ 130,001-170,000 บาท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.97, 0.96 และ 1.17 ตามลำดับ

ผู้ที่รายได้ 10,000-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 90,001-130,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.032 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.20

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
		กลุ่ม J				
รายได้	Mean	10,000-50,000 บาท	50,001-90,000 บาท	90,001-130,000 บาท	130,001-170,000 บาท	170,000 บาทขึ้นไป
		Mean	Mean	Mean	Mean	Mean
กลุ่ม I	Mean	4.45	4.08	4.54	4.93	4.47
10,000-50,000 บาท	4.45	-	0.365 (0.000*)	-0.096 (0.204)	-0.486 (0.001*)	-0.020 (0.894)
50,001-90,000 บาท	4.08	-	-	-0.459 (0.000*)	-0.850 (0.000*)	-0.383 (0.015*)
90,001-130,000 บาท	4.54	-	-	-	-0.391 (0.016*)	0.076 (0.638)
130,001-170,000 บาท	4.93	-	-	-	-	0.467 (0.024*)
170,000 บาทขึ้นไป	4.47	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ในภาพรวมจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,000-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ 50,001-90,000 บาท แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 130,001-170,000 บาท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และ 0.001 มีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.37 และ 0.48

ผู้ที่มีรายได้ 50,001-90,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 90,001-130,000 บาท 130,001-170,000 บาท และ 170,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.000 และ 0.015 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.46, 0.85 และ 0.39 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 90,001-130,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 130,001-170,000 บาท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.016 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.39

ผู้ที่มีรายได้ 130,001-170,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ 170,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.024 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.46

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
รายได้	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		10,000-50,000 บาท	50,001-90,000 บาท	90,001-130,000 บาท	130,001-170,000 บาท	170,000 บาทขึ้นไป
	Mean	4.19	3.94	4.49	3.27	4.33
10,000-50,000 บาท	4.19	-	0.243 (0.004*)	-0.303 (0.002*)	0.919 (0.000*)	-0.148 (0.445)
50,001-90,000 บาท	3.94	-	-	-0.546 (0.000*)	0.676 (0.001*)	-0.391 (0.057)
90,001-130,000 บาท	4.49	-	-	-	1.222 (0.000*)	0.155 (0.463)
130,001-170,000 บาท	3.27	-	-	-	-	-1.067 (0.000*)
170,000 บาทขึ้นไป	4.33	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,000-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ 50,001-90,000 บาท และ 130,001-170,000 บาท แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 90,001-130,000 บาท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.004, 0.000 และ 0.002 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.25, 0.92 และ 0.30 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 50,001-90,000 บาท และ 90,001-130,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ 130,001-170,000 บาท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.001 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.67 และ 1.22

ผู้ที่มีรายได้ 50,001-90,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 90,001-130,000 บาท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.55

ผู้ที่มีรายได้ 130,000-170,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 170,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.06

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ที่แตกต่างกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
รายได้	กลุ่ม I	กลุ่ม J				
		10,000-50,000 บาท	50,001-90,000 บาท	90,001-130,000 บาท	130,001-170,000 บาท	170,000 บาทขึ้นไป
	Mean	4.46	4.21	4.55	5.00	4.00
10,000-50,000 บาท	4.46	-	0.241 (0.000*)	-0.096 (0.226)	-0.544 (0.001*)	0.456 (0.004*)
50,001-90,000 บาท	4.21	-	-	-0.337 (0.000*)	-0.785 (0.000*)	0.215 (0.192)
90,001-130,000 บาท	4.55	-	-	-	-0.448 (0.009*)	0.552 (0.001*)
130,001-170,000 บาท	5.00	-	-	-	-	1.000 (0.000*)
170,000 บาทขึ้นไป	4.00	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายผู้ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,000-50,000 บาท, 90,001-130,000 บาท และ 130,001-170,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ 170,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.004, 0.001 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.46, 0.55 และ 1.00 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-50,000 บาท, 50,001-90,000 บาท และ 90,001-130,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 130,001-170,000 บาท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.001, 0.000 และ 0.009 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.54, 0.79 และ 0.45 ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 50,001-90,000 บาท มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ารายได้ 90,001-130,000 บาทขึ้นไป โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.34

ผู้ที่มีรายได้ 10,000-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยมากกว่ารายได้ 50,001-90,000 บาท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.25

สมมติฐานที่ 1.5 สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	1.43	3	0.474	1.378	0.249
	ภายในกลุ่ม	136.310	396	0.344		
	รวม	137.733	399			
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	4.18	3	1.396	3.756	0.011*
	ภายในกลุ่ม	147.198	396	0.372		
	รวม	151.386	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ระหว่างกลุ่ม	0.256	3	0.085	0.360	0.782
	ภายในกลุ่ม	93.734	396	0.237		
	รวม	93.990	399			
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	1.496	3	0.499	1.257	0.289
	ภายในกลุ่ม	157.153	396	0.397		
	รวม	158.649	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	2.944	3	0.981	3.947	0.009*
	ภายในกลุ่ม	98.471	396	0.249		
	รวม	101.415	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างสถานภาพแตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยภาพรวม ด้านการแสวงหาข้อมูลและด้านพฤติกรรมภายหลังการ

ลงทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 และ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและพฤติกรรมภายหลังการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยทดสอบค่า LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
สถานภาพ	Mean	กลุ่ม J			
		โสด	สมรส	หม้าย	หย่าร้าง
กลุ่ม I	Mean	4.26	4.14	3.50	4.00
โสด	4.26	-	0.127 (0.044*)	0.764 (0.006*)	0.264 (0.391)
สมรส	4.14	-	-	0.637 (0.022*)	0.137 (0.658)
หม้าย	3.50	-	-	-	-0.500 (0.222)
หย่าร้าง	4.00	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวมจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสดและสมรส มีค่าเฉลี่ยมากกว่าสถานภาพหม้าย โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.006 และ 0.022 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.76 และ 0.64

ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยมากกว่าสถานภาพสมรส โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.044 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.12

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
สถานภาพ	Mean	กลุ่ม J			
		โสด	สมรส	หม้าย	หย่าร้าง
กลุ่ม I	Mean	4.37	4.53	4.10	4.50
โสด	4.37	-	-0.159 (0.002*)	0.270 (0.232)	-0.130 (0.604)
สมรส	4.53	-	-	0.429 (0.059)	0.029 (0.910)
หม้าย	4.10	-	-	-	-0.400 (0.233)
หย่าร้าง	4.50	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามสถานภาพ พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพโสด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าสถานภาพสมรส โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.002 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.16

สมมติฐานที่ 1.6 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อ
กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	5.147	3	1.716	5.124	0.002*
	ภายในกลุ่ม	132.586	396	0.335		
	รวม	137.733	399			
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	4.47	3	1.490	4.016	0.008*
	ภายในกลุ่ม	146.916	396	0.371		
	รวม	151.386	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ระหว่างกลุ่ม	0.549	3	0.102	0.775	0.508
	ภายในกลุ่ม	93.441	396	0.400		
	รวม	93.990	399			
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	0.306	3	0.102	0.255	0.857
	ภายในกลุ่ม	158.342	396	0.400		
	รวม	158.649	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	2.709	3	0.903	3.623	0.130
	ภายในกลุ่ม	101.4198.7065	396	0.249		
	รวม	101.415	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยภาพรวม ด้านความต้องการที่จะลงทุนและด้านแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 และ 0.008 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุนและด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยทดสอบค่า LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
ระดับการศึกษา	Mean	กลุ่ม J			
		ปวช./ปวส.หรือต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่ม I					
Mean	4.59	4.59	4.34	4.56	4.67
ปวช./ปวส.หรือต่ำกว่าปริญญาตรี	4.59	-	0.251 (0.129)	0.027 (0.874)	-0.077 (0.801)
ปริญญาตรี	4.34	-	-	-0.224 (0.000*)	-0.328 (0.211)
ปริญญาโท	4.56	-	-	-	-0.103 (0.694)
ปริญญาเอก	4.67	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าปริญญาโท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีค่าเฉลี่ยแตกต่าง เท่ากับ 0.03 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.22

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่แตกต่างกันที่กระบวนการ
การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
ระดับการศึกษา	Mean	กลุ่ม J			
		ปวช./ปวส.หรือ ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
กลุ่ม I	Mean	4.21	4.28	4.06	4.40
ปวช./ปวส.หรือต่ำกว่า ปริญญาตรี	4.21	-	-0.70 (0.686)	0.148 (0.403)	-0.188 (0.557)
ปริญญาตรี	4.28	-	-	0.218 (0.001*)	-0.118 (0.667)
ปริญญาโท	4.06	-	-	-	-0.336 (0.226)
ปริญญาเอก	4.40	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน
ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวมจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา
ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าปริญญาโท โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
เท่ากับ 0.001 และมีค่าเฉลี่ยแตกต่าง เท่ากับ 0.22 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.22

สมมติฐานที่ 1.7 ระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน จากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	2.801	3	0.934	2.740	0.043*
	ภายในกลุ่ม	134.932	396	0.341		
	รวม	137.733	399			
การแสวงหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	24.409	3	8.136	25.374	0.000*
	ภายในกลุ่ม	126.978	396	0.321		
	รวม	151.386	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ระหว่างกลุ่ม	6.086	3	2.029	9.139	0.000*
	ภายในกลุ่ม	87.904	396	0.222		
	รวม	93.990	399			
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	17.340	3	5.780	16.198	0.000*
	ภายในกลุ่ม	141.309	396	0.357		
	รวม	158.649	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	11.985	3	3.995	16.690	0.000*
	ภายในกลุ่ม	89.430	396	0.226		
	รวม	101.415	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนแตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยภาพรวม ด้านความต้องการที่จะลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้าน

เกณฑ์กำหนดการเลือก ด้านการตัดสินใจลงทุน และด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน มีค่า Sig. เท่ากับ 0.043, 0.000, 0.000, 0.000 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยทดสอบค่า LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ระยะเวลาการลงทุน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	4-6 ปี	มากกว่า 6 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.35	4.48	4.57	4.52
น้อยกว่า 1 ปี	4.35	-	-0.127 (0.080)	-0.219 (0.022*)	-0.164 (0.060)
1-3 ปี	4.48	-	-	-0.092 (0.382)	-0.37 (0.707)
4-6 ปี	4.57	-	-	-	0.055 (0.632)
มากกว่า 6 ปี	4.52	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามระยะเวลาการลงทุน พบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาการลงทุน น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระยะเวลาการลงทุน 4-6 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.022 และมีค่าเฉลี่ยแตกต่าง เท่ากับ 0.22 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.22

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันกับ
กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหา
ข้อมูลข่าวสาร

ระยะเวลา การลงทุน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	4-6 ปี	มากกว่า 6 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.29	4.46	3.70	3.90
น้อยกว่า 1 ปี	4.28	-	-0.179 (0.011*)	0.580 (0.000*)	0.380 (0.000*)
1-3 ปี	4.46	-	-	0.759 (0.000*)	0.560 (0.000*)
4-6 ปี	3.70	-	-	-	-0.200 (0.075)
มากกว่า 6 ปี	3.90	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน
ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวมจำแนกตามระยะเวลาการลงทุน พบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาการ
ลงทุน น้อยกว่า 1 ปี และ 1-3 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระยะเวลาการลงทุน 4-6 ปี และ มากกว่า 6 ปี โดยมี
ค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.58,
0.76, 0.38 และ 0.56 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระยะเวลาการลงทุน น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระยะเวลาการลงทุน 1-3 ปี โดยมี
ค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.011 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.18

ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันกับ
กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนด
การเลือก

ระยะเวลา การลงทุน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	4-6 ปี	มากกว่า 6 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.32	4.62	4.43	4.36
น้อยกว่า 1 ปี	4.32	-	-0.303 (0.000*)	-0.106 (0.170)	-0.040 (0.566)
1-3 ปี	4.62	-	-	0.197 (0.020*)	0.262 (0.001*)
4-6 ปี	4.43	-	-	-	0.065 (0.482)
มากกว่า 6 ปี	4.36	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน
ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ในภาพรวมจำแนกตามระยะเวลาการลงทุน พบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาการ
ลงทุน 1-3 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระยะเวลาการลงทุน 4-6 ปี และ มากกว่า 6 ปีโดยมีค่าน้อยกว่าระดับ
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.020 และ 0.001 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.19 และ 0.26

ผู้ที่มีระยะเวลาการลงทุน น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระยะเวลาการลงทุน 1-3 ปีโดยมี
ค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.30

ตารางที่ 4.58 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันกับ
กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
ด้านการตัดสินใจลงทุน

ระยะเวลา การลงทุน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
	Mean	กลุ่ม J			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	4-6 ปี	มากกว่า 6 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.14	4.47	3.78	4.01
น้อยกว่า 1 ปี	4.14	-	-0.331 (0.000*)	0.360 (0.000*)	0.137 (0.125)
1-3 ปี	4.47	-	-	0.691 (0.000*)	0.468 (0.000*)
4-6 ปี	3.78	-	-	-	0.468 (0.000*)
มากกว่า 6 ปี	4.01	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุนในภาพรวมจำแนกตามระยะเวลาการลงทุน พบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาการลงทุนน้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระยะเวลาการลงทุน 1-3 ปี แต่มากกว่าระยะเวลาการลงทุน 4-6 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.33 และ 0.36

ผู้ที่มีระยะเวลาการลงทุน 1-3 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระยะเวลาการลงทุน 4-6 ปี และมากกว่า 6 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.069 และ 0.46

ผู้ที่มีระยะเวลาการลงทุน 4-6 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าระยะเวลาการลงทุน มากกว่า 6 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.23

ตารางที่ 4.59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันกับ กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลัง การลงทุน

ระยะเวลา การลงทุน	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)				
		กลุ่ม J			
		น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	4-6 ปี	มากกว่า 6 ปี
กลุ่ม I	Mean	4.44	4.67	4.25	4.14
น้อยกว่า 1 ปี	4.44	-	-0.230 (0.000*)	0.192 (0.014*)	0.304 (0.000*)
1-3 ปี	4.67	-	-	0.421 (0.000*)	0.533 (0.000*)
4-6 ปี	4.25	-	-	-	0.112 (0.233)
มากกว่า 6 ปี	4.14	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามระยะเวลาการลงทุน พบว่า ผู้ที่มีระยะเวลาการลงทุน น้อยกว่า 1 ปี มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 1-3 ปี แต่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระยะเวลาการลงทุน 4-6 ปีและมากกว่า 6 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.14 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.23, 0.19 และ 0.30 ตามลำดับ

ผู้ที่มีระยะเวลาการลงทุน 1-3 ปี มีค่าเฉลี่ยมากกว่าระยะเวลาการลงทุน 4-6 ปีและมากกว่า 6 ปี โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.42 และ 0.53

สมมติฐานที่ 1.8 ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกันจากสมมติฐานข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

กระบวนการตัดสินใจลงทุนใน กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	2.473	6	0.412	1.198	0.306
	ภายในกลุ่ม	135.260	393	0.344		
	รวม	137.733	399			
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ระหว่างกลุ่ม	21.81	6	3.635	11.025	0.000*
	ภายในกลุ่ม	129.576	393	0.330		
	รวม	151.386	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ระหว่างกลุ่ม	6.448	6	1.075	4.825	0.000*
	ภายในกลุ่ม	87.542	393	0.223		
	รวม	93.990	399			
การตัดสินใจลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	15.069	6	2.511	6.874	0.000*
	ภายในกลุ่ม	143.580	393	0.365		
	รวม	158.649	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ระหว่างกลุ่ม	19.600	6	3.267	15.692	0.000*
	ภายในกลุ่ม	81.815	393	0.208		
	รวม	101.415	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) โดยภาพรวม

ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ด้านการตัดสินใจลงทุน และด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน มีค่า Sig. เท่ากัน คือ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ด้านการตัดสินใจลงทุน และด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยทดสอบค่า LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.61 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ฐานภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)						
		กลุ่ม J						
		5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%
กลุ่ม I	Mean	4.34	4.41	3.96	4.06	3.40	4.75	4.67
5%	4.34	-	-0.68 (0.381)	0.382 (0.000*)	0.278 (0.001*)	0.941 (0.000*)	-0.413 (0.219)	-0.329 (0.326)
10%	4.41	-	-	0.450 (0.000*)	0.346 (0.000*)	1.009 (0.000*)	-0.345 (0.307)	-0.261 (0.438)
15%	3.96	-	-	-	-0.103 (0.260)	0.560 (0.002*)	-0.795 (0.019*)	-0.711 (0.036*)
20%	4.06	-	-	-	-	0.663 (0.000*)	-0.691 (0.041*)	-0.608 (0.072)
25%	3.40	-	-	-	-	-	-1.354 (0.000*)	-1.271 (0.001*)
30%	4.75	-	-	-	-	-	-	0.083 (0.859)
35%	4.67	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวมจำแนกตามฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 5% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15%, 20% และ 25% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.001 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.38, 0.28 และ 0.94 ตามลำดับ

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15%, 20% และ 25% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.45, 0.35 และ 1.01 ตามลำดับ

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25% แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 30% และ 35% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.002, 0.019 และ 0.036 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.56, 0.79 และ 0.71 ตามลำดับ

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 20% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25% แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 30% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และ 0.041 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.66 และ 0.69

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25% มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 35% และ 35% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และ 0.001 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย เท่ากับ 1.35 และ 1.27

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกัน
 กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์
 กำหนดการเลือก

ฐานภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)						
		กลุ่ม J						
		5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%
กลุ่ม I	Mean	4.47	4.45	4.32	4.26	4.81	4.78	5.00
5%	4.47	-	0.020 (0.751)	0.153 (0.027*)	0.210 (0.002*)	-0.333 (0.020*)	-0.305 (0.269)	-0.527 (0.057)
10%	4.45	-	-	0.133 (0.071)	0.190 (0.007*)	-0.353 (0.015*)	-0.325 (0.241)	-0.547 (0.049*)
15%	4.32	-	-	-	0.057 (0.450)	-0.486 (0.001*)	-0.458 (0.100)	-0.680 (0.015)
20%	4.26	-	-	-	-	-0.543 (0.000*)	-0.515 (0.064)	-0.737 (0.008*)
25%	4.81	-	-	-	-	-	0.028 (0.927)	-0.194 (0.524)
30%	4.78	-	-	-	-	-	-	0.028 (0.927)
35%	5.00	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน
 ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ในภาพรวมจำแนกตามฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ผู้ที่มีฐานภาษี
 เงินได้บุคคลธรรมดา 10%, 15% และ 20% มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 35% โดยมี
 ค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.049, 0.015 และ 0.008 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย
 0.55, 0.68 และ 0.74 ตามลำดับ

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 5%, 10%, 15% และ 20% มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าฐานภาษี
 เงินได้บุคคลธรรมดา 25% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.020, 0.015,
 0.001 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.34, 0.36, 0.49 และ 0.55 ตามลำดับ

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 5% และ 10% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคล
 ธรรมดา 20% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.002 และ 0.007 และมี
 ผลต่างค่าเฉลี่ย 0.21 และ 0.19

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 5% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.027 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.15

ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

ฐานภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)						
		กลุ่ม J						
		5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%
กลุ่ม I	Mean	4.32	4.25	3.93	4.11	3.42	4.44	4.22
5%	4.32	-	0.077 (0.344)	0.391 (0.000*)	0.217 (0.011*)	0.906 (0.000*)	-0.121 (0.731)	0.101 (0.775)
10%	4.25	-	-	0.314 (0.001*)	0.140 (0.122)	0.829 (0.000*)	-0.199 (0.575)	0.023 (0.947)
15%	3.93	-	-	-	-0.174 (0.071)	0.515 (0.007*)	-0.513 (0.151)	-0.291 (0.415)
20%	4.11	-	-	-	-	0.689 (0.000*)	-0.339 (0.341)	-0.116 (0.743)
25%	3.42	-	-	-	-	-	-1.028 (0.009*)	-0.806 (0.040*)
30%	4.44	-	-	-	-	-	-	0.222 (0.653)
35%	4.22	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 5% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15%, 20% และ 25% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.011 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.39, 0.21 และ 0.90 ตามลำดับ

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15% และ 25% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.001 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.32 และ 0.83

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15% และ 20% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.007 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.51 และ 0.69

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25% มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 30% และ 35% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.009 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 1.02 และ 0.80

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

ฐานภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)						
		กลุ่ม J						
		5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%
กลุ่ม I	Mean	4.47	4.66	4.05	4.35	4.88	5.00	4.67
5%	4.47	-	-0.191 (0.002*)	0.416 (0.000*)	0.114 (0.074)	-0.408 (0.003*)	-0.533 (0.046*)	-0.200 (0.454)
10%	4.66	-	-	0.607 (0.000*)	0.305 (0.000*)	-0.217 (0.121)	-0.342 (0.202)	-0.09 (0.974)
15%	4.05	-	-	-	-0.302 (0.000*)	-0.824 (0.000*)	-0.949 (0.000*)	-0.615 (0.023*)
20%	4.35	-	-	-	-	-0.522 (0.000*)	-0.647 (0.016*)	-0.314 (0.243)
25%	4.88	-	-	-	-	-	-0.125 (0.671)	0.208 (0.480)
30%	5.00	-	-	-	-	-	-	0.333 (0.371)
35%	4.67	-	-	-	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในภาพรวมจำแนกตามฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา พบว่า ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 5% มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10%, 25% และ 30% แต่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.002, 0.010, 0.046 และ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.19, 0.41, 0.43 และ 0.42 ตามลำดับ

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 10% มีค่าเฉลี่ยมากกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15% และ 20% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากัน คือ 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.61 และ 0.31

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 15% มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 20%, 25%, 30% และ 35% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000, 0.000 0.000 และ 0.023 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.30, 0.83, 0.95 และ 0.62 ตามลำดับ

ผู้ที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 20% มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25% และ 30% โดยมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เท่ากับ 0.000 และ 0.016 และมีผลต่างค่าเฉลี่ย 0.53 และ 0.65

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

การวิเคราะห์ส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์สมมติฐานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน โดยทำการทดสอบสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน: Pearson's Product Moment Correlation Coefficients ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

H_1 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.65 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์	0.312	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.335	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.439	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.231	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.342	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการบริการ	0.385	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.218	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า ด้านความต้องการที่จะลงทุนมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านความต้องการที่จะลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านความต้องการที่จะลงทุนมีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการบริการ ด้านบุคลากร ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.439, 0.385, 0.342, 0.335 และ 0.312 ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับต่ำ คือ 0.231 และ 0.218 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

H_1 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.66 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์	0.076	0.130	ไม่มีความสัมพันธ์กัน	
ด้านราคา	0.114	0.023*	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.213	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.403	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.189	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านกระบวนการบริการ	0.267	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.443	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร พบว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จึงปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคา จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านราคาในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.443, 0.403 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับต่ำ คือ 0.267, 0.213, 0.189 และ 0.114 ตามลำดับ

และด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก

H_1 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก

ตารางที่ 4.67 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์	0.168	0.001**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านราคา	0.114	0.023*	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.417	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.182	0.000*	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.284	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านกระบวนการบริการ	0.355	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.343	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน

** .Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

*.Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก พบว่า ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกมีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

ระดับปานกลาง คือ 0.417, 0.355, 0.343 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับต่ำ คือ 0.284, 0.182, 0.168 และ 0.114 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

H_1 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

ตารางที่ 4.68 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์	0.320	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านราคา	0.199	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.129	0.010**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.342	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.209	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านกระบวนการบริการ	0.314	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.290	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน พบว่า ด้านการตัดสินใจลงทุนมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านความต้องการที่จะลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทาง

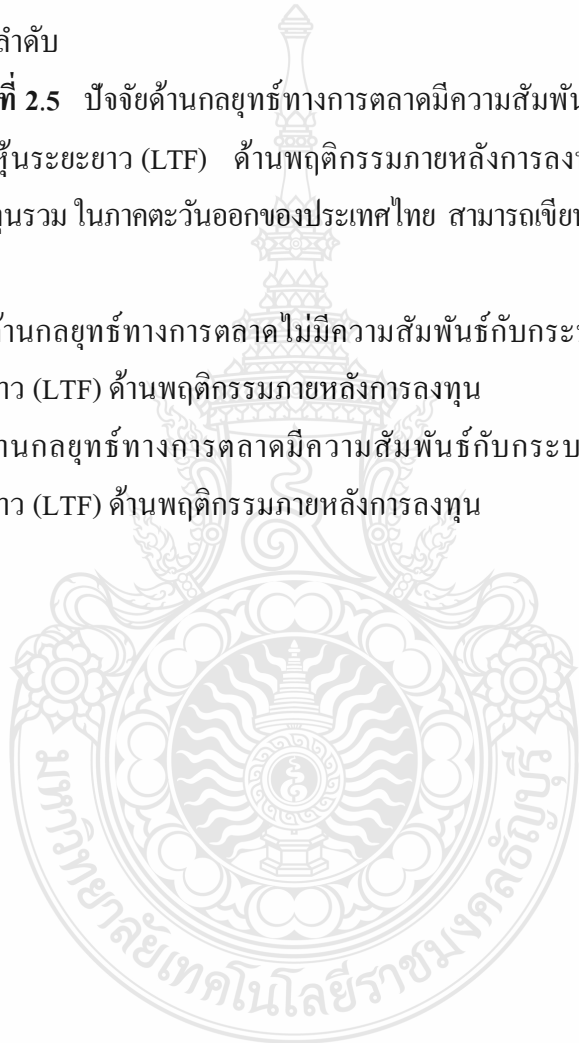
การตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านการตัดสินใจลงทุนมีความสัมพันธ์กับด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.342, 0.320, 0.314 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับต่ำ คือ 0.290, 0.209, 0.199 และ 0.129 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

H_1 : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน



ตารางที่ 4.69 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการ

ตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านผลิตภัณฑ์	- 0.014	0.773	ไม่มีความสัมพันธ์กัน	
ด้านราคา	0.130	0.009**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.320	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.372	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านบุคลากร	0.317	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านกระบวนการบริการ	0.212	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.372	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน พบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุนมีความสัมพันธ์กับด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านกระบวนการบริการและด้านราคาในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.372, 0.372, 0.320, 0.317 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับต่ำ คือ 0.212 และ 0.130 ตามลำดับ

และด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุนมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 กับปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า

ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

การวิเคราะห์ส่วนนี้ เป็นการวิเคราะห์สมมติฐานเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน โดยทำการทดสอบสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน: Pearson's Product Moment Correlation Coefficients ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ก็ต่อเมื่อ ค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

H_1 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.70 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านรายได้	0.305	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านค่าใช้จ่าย	0.154	0.002**	ต่ำ	เดียวกัน
ด้านสินเชื่อ	0.053	0.288	ไม่มีความสัมพันธ์กัน	
ด้านการออมเงิน	0.239	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.70 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า ด้านความต้องการที่จะลงทุน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย และด้านการออมเงิน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านความต้องการที่จะลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย และด้านการออมเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านความต้องการที่จะลงทุนมีความสัมพันธ์กับด้านรายได้ การออมเงิน และด้านค่าใช้จ่าย ในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.305 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับต่ำ คือ 0.239 และ 0.154 ตามลำดับ

และด้านความต้องการที่จะลงทุน มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านสินเชื่อ จึงยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 และปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านความต้องการที่จะลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านสินเชื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

H_1 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 4.71 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านรายได้	0.651	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านค่าใช้จ่าย	0.648	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านสินเชื่อ	0.468	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการออมเงิน	0.420	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.71 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร พบว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน ในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.651, 0.648, 0.468 และ 0.420 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก

H_1 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก

ตารางที่ 4.72 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านรายได้	0.357	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านค่าใช้จ่าย	0.448	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านสินเชื่อ	0.334	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการออมเงิน	0.254	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.72 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก พบว่า ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านรายได้ ด้านสินเชื่อ และการออมเงินในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.448, 0.357 และ 0.334 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับต่ำ คือ 0.254 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.4 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

H_1 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน

ตารางที่ 4.73 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านรายได้	0.470	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านค่าใช้จ่าย	0.546	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านสินเชื่อ	0.541	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการออมเงิน	0.524	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.73 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน พบว่า ด้านการตัดสินใจลงทุน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านการตัดสินใจลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านการตัดสินใจลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ การออมเงินและด้านรายได้ ในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.546, 0.541, 0.524 และ 0.470 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

H_1 : ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

ตารางที่ 4.74 แสดงการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน			
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านรายได้	0.461	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านค่าใช้จ่าย	0.402	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านสินเชื่อ	0.416	0.000**	ปานกลาง	เดียวกัน
ด้านการออมเงิน	0.296	0.000**	ต่ำ	เดียวกัน

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

จากตารางที่ 4.74 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน พบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.01 กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า ด้านการตัดสินใจลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออมเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ พบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุนมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านสินเชื่อ ด้านค่าใช้จ่าย และการออมเงิน ในทิศทางเดียวกันมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับปานกลาง คือ 0.461, 0.416, 0.402 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระดับต่ำ คือ 0.296 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.75 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

ปัจจัยทางด้าน ประชากรศาสตร์	กระบวนการตัดสินใจลงทุน				
	ความ	การแสวงหา	เกณฑ์	การ	พฤติกรรม
	ต้องการที่	ข้อมูล	กำหนดการ	ตัดสินใจ	ภายหลังการ
	จะลงทุน	ข่าวสาร	เลือก	ลงทุน	ลงทุน
เพศ	-	√	-	√	-
อายุ	√	√	√	√	√
อาชีพ	√	√	√	√	√
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	√	√	√	√	√
สถานภาพ	-	√	-	-	√
ระดับการศึกษา	√	√	-	-	-
ระยะเวลาการลงทุน	√	√	√	√	√
ฐานภาษีเงินได้	-	√	√	√	√

โดยที่ √ คือ มีกระบวนการตัดสินใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- คือ มีกระบวนการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.75 แสดงสรุปผลผลได้ดังนี้ ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารและพฤติกรรมภายหลังการลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านเกณฑ์ กำหนดการเลือก ด้านการตัดสินใจลงทุนและพฤติกรรมภายหลังการลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านฐานภาษีเงินได้ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.76 แสดงผลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด	กระบวนการตัดสินใจลงทุน				
	1. ด้านความต้องการที่จะลงทุน	2. การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	3. เกณฑ์กำหนดการเลือก	4. การตัดสินใจลงทุน	5. พฤติกรรมภายหลังการลงทุน
ด้านผลิตภัณฑ์	√	-	√	√	-
ด้านราคา	√	√	√	√	√
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	√	√	√	√	√
ด้านการส่งเสริมการตลาด	√	√	√	√	√
ด้านบุคลากร	√	√	√	√	√
ด้านกระบวนการบริการ	√	√	√	√	√
ด้านลักษณะทางกายภาพ	√	√	√	√	√

โดยที่

- หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- √ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน

จากตารางที่ 4.76 แสดงสรุปผลได้ดังนี้ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน และด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก และด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

ตารางที่ 4.77 แสดงผลสรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ส่วนบุคคล	กระบวนการตัดสินใจลงทุน				
	1. ด้านความ ต้องการที่จะลงทุน	2. การแสวงหา ข้อมูลข่าวสาร	3. เกณฑ์ กำหนดการเลือก	4. การตัดสินใจ ลงทุน	5. พฤติกรรม ภายหลังการลงทุน
ด้านรายได้	√	√	√	√	√
ด้านค่าใช้จ่าย	√	√	√	√	√
ด้านสินเชื่อ	-	√	√	√	√
ด้านการออมเงิน	√	√	√	√	√

โดยที่

- หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

√ หมายถึง มีความสัมพันธ์กัน

จากตารางที่ 4.77 แสดงสรุปผลได้ดังนี้ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย และด้านการออมมีความสัมพันธ์กันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน และด้านสินเชื่อมีความสัมพันธ์กันกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ด้านการตัดสินใจลงทุนและด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน โดยการทดสอบด้วยสถิติ t-test และ One-Way ANOVA: F-test ซึ่งสามารถจำแนกในแต่ละด้านได้ ดังนี้

1. ความแตกต่างระหว่างเพศที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.78 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างเพศที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

เพศ	N	ด้านความต้องการที่จะลงทุน					
		เพื่อนำไป		เพื่อเป็น		เพื่อไว้ใช้	
		หักลดหย่อนภาษี		การออมระยะยาว		หลังเกษียณอายุ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ชาย	168	4.43	0.879	4.50	0.609	4.36	0.872
หญิง	232	4.47	0.810	4.51	0.581	4.33	0.776

จากตารางที่ 4.78 แสดงความแตกต่างระหว่างเพศที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า เพศหญิงมีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี และเพื่อเป็นการออมระยะยาว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.47 (SD = 0.810) และ 4.51 (SD = 0.581) และเพศชายมีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.36 (SD = 0.776)

2. ความแตกต่างระหว่างอายุที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.79 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างอายุที่ส่งผลต่อ
กระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

อายุ	N	ด้านความต้องการที่จะลงทุน					
		เพื่อนำไป หักลดหย่อนภาษี		เพื่อเป็น การออมระยะยาว		เพื่อไว้ใช้ หลังเกษียณอายุ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
20-29 ปี	103	4.29	0.651	4.29	0.457	4.13	0.737
30-39 ปี	192	4.53	0.954	4.59	0.641	4.32	0.953
40-49 ปี	21	4.52	0.512	4.52	0.512	4.52	0.512
50-59 ปี	84	4.44	0.812	4.57	0.587	4.62	0.489

จากตารางที่ 4.79 แสดงความแตกต่างระหว่างอายุที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า นักลงทุนอายุช่วง 30 - 39 ปี มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษีและเพื่อเป็นการออมระยะยาว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.53 (SD = 0.954) และ 4.59 (SD = 0.641) และนักลงทุนอายุช่วง 50 - 59 ปี มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.62 (SD = 0.489)

3. ความแตกต่างระหว่างอาชีพที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.80 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างอาชีพที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

อาชีพ	N	ด้านความต้องการที่จะลงทุน					
		เพื่อนำไป		เพื่อเป็น		เพื่อไว้ใช้	
		หักลดหย่อนภาษี		การออมระยะยาว		หลังเกษียณอายุ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
เจ้าของกิจการ/ อาชีพอิสระ	75	3.83	1.132	4.37	0.564	4.09	0.903
ข้าราชการ	31	5.00	0.000	5.00	0.000	4.87	0.718
พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	199	4.65	0.693	4.53	0.601	4.58	0.597
พนักงาน บริษัทเอกชน	74	4.43	0.742	4.54	0.578	3.84	1.007
เกษียณอายุงาน	11	4.00	0.000	3.82	0.603	4.00	0.000
อื่น ๆ	10	4.00	0.000	4.00	0.000	4.00	0.000

จากตารางที่ 4.80 แสดงความแตกต่างระหว่างอาชีพที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า นักลงทุนที่ประกอบอาชีพข้าราชการมีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี เพื่อเป็นการออมระยะยาวและเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.00 (SD = 0.000), 5.00 (SD = 0.000) และ 4.87 (SD = 0.718) ตามลำดับ

4. ความแตกต่างระหว่างรายได้ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.81 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างรายได้ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

รายได้	N	ด้านความต้องการที่จะลงทุน					
		เพื่อนำไป		เพื่อเป็น		เพื่อไว้ใช้	
		หักลดหย่อนภาษี		การออมระยะยาว		หลังเกษียณอายุ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
10,000 – 50,000 บาท	273	4.44	0.843	4.46	0.587	4.19	0.895
50,0001 – 90,000 บาท	64	4.00	0.836	4.25	0.617	4.34	0.479
90,001 – 130,000 บาท	43	4.91	0.610	4.95	0.305	5.00	0.000
130,001 – 170,000 บาท	10	5.00	0.000	5.00	0.000	5.00	0.000
170,000 บาทขึ้นไป	10	5.00	0.000	5.00	0.000	5.00	0.000

จากตารางที่ 4.81 แสดงความแตกต่างระหว่างรายได้ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า นักลงทุนที่มีรายได้ 130,0001-170,000 บาท และ 170,000 บาทขึ้นไป มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี เพื่อเป็นการออมระยะยาวและเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากัน คือ 5.00 (SD = 0.000) และนักลงทุนที่มีรายได้ 90,001-130,000 บาท มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.00 (SD = 0.000)

5. ความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.82 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

สถานภาพ	N	ด้านความต้องการที่จะลงทุน					
		เพื่อนำไป		เพื่อเป็น		เพื่อไว้ใช้	
		หักลดหย่อนภาษี		การออมระยะยาว		หลังเกษียณอายุ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
โสด	234	4.50	0.793	4.51	0.595	4.25	0.908
สมรส	157	4.34	0.911	4.48	0.595	4.46	0.625
หม้าย	5	5.00	0.000	4.80	0.477	4.40	1.342
หย่าร้าง	4	5.00	0.000	4.75	0.500	5.00	0.000

จากตารางที่ 4.82 แสดงความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า นักลงทุนที่มีสถานภาพหม้ายและหย่าร้าง มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากัน คือ 5.00 (SD = 0.000) นักลงทุนที่มีสถานภาพหม้าย มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อเป็นการออมระยะยาว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.80 (SD = 0.477) และนักลงทุนที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.00 (SD = 0.000)

6. ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.83 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ระดับการศึกษา	N	ด้านความต้องการที่จะลงทุน					
		เพื่อนำไป		เพื่อเป็น		เพื่อไว้ใช้	
		หักลดหย่อนภาษี	การออมระยะยาว	หลังเกษียณอายุ			
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	13	4.54	0.877	4.69	0.480	4.54	0.877
ปริญญาตรี	237	4.34	0.895	4.45	0.562	4.23	0.898
ปริญญาโท	145	4.62	0.708	4.58	0.642	4.49	0.636
ปริญญาเอก	5	4.60	0.894	4.60	0.548	4.80	0.447

จากตารางที่ 4.83 แสดงความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า นักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากัน คือ 4.62 (SD = 0.708) นักลงทุนที่มีระดับการศึกษา ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรี มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อเป็นการออมระยะยาว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.69 (SD = 0.480) และนักลงทุนที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก มีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.80 (SD = 0.447)

7. ความแตกต่างระหว่างประสบการณ์ในการลงทุนที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.84 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความแตกต่างระหว่างประสบการณ์
ในการลงทุนที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ประสบการณ์ ในการลงทุน	N	ด้านความต้องการที่จะลงทุน					
		เพื่อนำไป		เพื่อเป็น		เพื่อไว้ใช้	
		หักลดหย่อนภาษี	การออมระยะยาว	หลังเกษียณอายุ			
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
น้อยกว่า 1 ปี	201	4.29	0.910	4.46	0.557	4.30	0.802
1 - 3 ปี	95	4.48	0.886	4.53	0.543	4.43	0.709
4 - 6 ปี	46	5.00	0.000	4.67	0.701	4.04	1.228
มากกว่า 6 ปี	58	4.50	0.628	4.48	0.682	4.57	0.500

จากตารางที่ 4.84 แสดงความแตกต่างระหว่างประสบการณ์ในการลงทุนที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า นักลงทุนที่มีประสบการณ์ในการลงทุน 4 - 6 ปี มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษีและเพื่อเป็นการออมระยะยาว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.00 (SD = 0.000) และ 4.67 (SD = 0.701) และนักลงทุนที่มีประสบการณ์ในการลงทุนมากกว่า 6 ปี มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.57 (SD = 0.500)

8. ความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ตารางที่ 4.85 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ฐานภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดา	N	ด้านความต้องการที่จะลงทุน					
		เพื่อนำไป หักลดหย่อนภาษี		เพื่อเป็น การออมระยะยาว		เพื่อไว้ใช้ หลังเกษียณอายุ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
5%	129	4.39	0.930	4.53	0.501	4.19	0.849
10%	95	4.55	0.696	4.32	0.704	4.43	0.694
15%	73	4.53	0.883	4.68	0.550	4.27	1.058
20%	85	4.29	0.828	4.45	0.588	4.48	0.526
25%	12	4.75	0.622	4.83	0.389	4.75	0.622
30%	3	5.00	0.000	5.00	0.000	3.67	2.309
35%	3	4.67	0.577	4.67	0.577	4.67	0.577

จากตารางที่ 4.85 แสดงความแตกต่างระหว่างฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า นักลงทุนที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 30% มีความต้องการที่จะลงทุน เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษีและเพื่อเป็นการออมระยะยาว โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากัน คือ 5.00 (SD = 0.000) และนักลงทุนที่มีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25% มีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.75 (SD = 0.622)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1). ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน 2). กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน 3). ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ในภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่างโดยผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษาดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

จากการศึกษา พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ บลจ.ไทยพาณิชย์ จำกัด เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ 10,000-50,000 บาท มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการลงทุนน้อยกว่า 1 ปี และมีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ 5%

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา พบว่าผู้ ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 กองทุนมีความหลากหลายที่สามารถเลือกลงทุน ในระดับมาก และอันดับ 3 มีกองทุนออกใหม่ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ในระดับความสำคัญมาก

2.2 ด้านราคา จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคา ในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับราคา (ผลตอบแทนที่ได้รับ) คู่แข่งต่อการลงทุน ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 ค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมในระดับมาก อันดับ 3 ราคาต่อหน่วยของกองทุนไม่

เปลี่ยนแปลงบ่อย ในระดับความสำคัญมาก และอันดับ 4 ความเหมาะสมของมูลค่าขั้นต่ำในการซื้อ หน่วยลงทุน ในระดับสำคัญมาก

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุน ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 ความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ในการทำรายการผ่านทาง Internet , Mobil Application ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่ายกับความน่าเชื่อถือของระบบการซื้อขายกองทุน ในระดับความสำคัญมากที่สุด อันดับ 4 มีช่องทางในการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น Internet, Mobil Application และเคาน์เตอร์รับบริการลูกค้าของธนาคาร ในระดับสำคัญมากที่สุด อันดับ 5 บริเวณพื้นที่และสถานที่ให้บริการมีความปลอดภัย ในระดับมากที่สุด และอันดับ 6 สถานที่จำหน่ายกองทุนอยู่ในทำเลที่เหมาะสม การเดินทางสะดวก ในระดับความสำคัญมากที่สุด

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต เช่น การสะสมคะแนน ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 มีการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงปลายปี เช่น กิจกรรมการลดหย่อนภาษีช่วงปลายปี , Money Expro, Set in City เป็นต้น ในระดับมาก และอันดับ 3 มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Website วิทยู โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เพื่อเชิญชวนให้ตัดสินใจ ในระดับความสำคัญมาก

2.5 ด้านบุคลากร จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านบุคลากร ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 มีเจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 มีเจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ในระดับความสำคัญมากที่สุด และอันดับ 4 เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ ในระดับความสำคัญมากที่สุด

2.6 ด้านกระบวนการบริการ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านกระบวนการบริการ ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย เช่น มีการแจ้งวันครบกำหนดของกองทุน การแนะนำกองทุนออกใหม่ เป็นต้น ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็วกับขั้นตอนการคำนวณจำนวนเงินลงทุนที่ถูกต้องชัดเจน ในระดับมากที่สุด และอันดับ 3 สามารถสั่งซื้อกองทุนได้ตลอดเวลา ในระดับความสำคัญมากที่สุด

2.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าได้ใช้บริการ ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 สำนักงานที่ให้บริการมีความทันสมัย ในระดับมากที่สุด และอันดับ 3 เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ต่าง ๆ จัดวางเป็นระเบียบ ในระดับความสำคัญมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคล

3.1 ด้านรายได้ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านรายได้ ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการจัดสรรรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน เพื่อนำมาลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญในระดับใด ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างรายได้ของท่านเพิ่มขึ้นได้ในระดับใด ในระดับมากที่สุด และอันดับ 3 การลงทุนในกองทุนรวมจากรายได้ที่คงเหลือในปัจจุบัน มีความสำคัญในระดับใด ในระดับความสำคัญมาก

3.2 ด้านค่าใช้จ่าย จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านค่าใช้จ่าย ในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับการวางแผนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล มีความสำคัญต่อการลงทุนในกองทุนรวมในระดับใด ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญต่อการนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในระดับใด ในระดับมาก และอันดับ 3 ปริมาณเงินที่ใช้ในการลงทุนในกองทุนรวมมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของท่านในระดับใด ในระดับความสำคัญมาก

3.3 ด้านสินเชื่อ จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านสินเชื่อ ในภาพรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับท่านให้ความสำคัญของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่ท่านจะได้รับจากการลงทุนในกองทุนรวมระดับใดในระดับมาก เป็นอันดับแรก อันดับ 2 ท่านให้ความสำคัญกับการกู้ยืมเงิน เพื่อเพิ่มปริมาณเงินในการลงทุนในกองทุนรวมระดับใด ในระดับมาก และอันดับ 3 การกู้ยืมเงินสามารถทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมได้เร็วขึ้นในระดับใด ในระดับความสำคัญมาก

3.4 ด้านการออม จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลด้านการออม ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการออมเงินเป็นการเพิ่มความมั่งคั่งให้กับตัวท่านมีความสำคัญในระดับใด ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก อันดับ 2 การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างวินัยในการออมเงินอย่างสม่ำเสมอมีความสำคัญ

ในระดับใด ในระดับมากที่สุด และอันดับ 3 การลงทุนในกองทุนรวมมีความมั่นคงมากกว่าการออมเงินในสถาบันการเงินมีความสำคัญในระดับใดในระดับความสำคัญมาก

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุน

4.1 ด้านความต้องการที่จะลงทุน จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านความต้องการที่จะลงทุน ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับเพื่อเป็นการออมระยะยาว ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก อันดับ 2 เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี ในระดับมากที่สุด และอันดับ 3 เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ ในระดับความสำคัญมากที่สุด

4.2 ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับค้นหาข้อมูลจาก Internet เช่น Website ของบริษัทหลักทรัพย์ ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก อันดับ 2 สอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร / ตัวแทนจำหน่าย ในระดับมากที่สุด อันดับ 3 สอบถามข้อมูลจากเพื่อน / บุคคลในครอบครัว ในระดับความสำคัญมาก และอันดับ 4 การมีประสบการณ์ในการลงทุนมาก่อน ในระดับมากที่สุด

4.3 ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับพิจารณาจากความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก อันดับ 2 ผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น เงินปันผล, ดอกเบี้ย ในระดับมากที่สุด และอันดับ 3 พิจารณาจากความเสี่ยงของบริษัทหลักทรัพย์ ในระดับความสำคัญมากที่สุด

4.4 ด้านการตัดสินใจลงทุน จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านการตัดสินใจลงทุน ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก อันดับ 2 บุคคลใกล้ชิด ได้แก่ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว ญาติ เป็นต้น ในระดับมากที่สุด และอันดับ 3 ตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ธนาคาร เป็นต้น ในระดับความสำคัญมาก

4.5 ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน ในภาพรวมในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับการติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวม ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก อันดับ 2 การลงทุนซ้ำในครั้งต่อไปเกิดขึ้นจากความพึงพอใจหลังการลงทุนและ

การแนะนำให้ผู้อื่นลงทุนในกองทุนรวมในระดับมากที่สุด และอันดับ 3 การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ในการชักชวนให้ลงทุนในช่วงเวลาที่เหมาะสมในระดับความสำคัญมากที่สุด

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. การทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ รายได้ และระยะเวลาการลงทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและด้านการตัดสินใจลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารและด้านพฤติกรรมภายหลังการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุนและด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือกและด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการบริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านลักษณะทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน โดยมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ปานกลาง ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านค่าใช้จ่ายและด้านการออมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน โดยมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านสินเชื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน

ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออม มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย และด้านสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการออมเงิน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านเกณฑ์กำหนดการเลือก โดยมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสินเชื่อ และด้านการออม มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านการตัดสินใจลงทุน โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านรายได้ ด้านค่าใช้จ่าย และด้านสินเชื่อ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน โดยมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านการออมเงิน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านพฤติกรรมภายหลังการลงทุน โดยมีระดับความสัมพันธ์ต่ำ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน

จากการศึกษา พบว่า นักลงทุนเพศหญิง อายุ 30-39 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ รายได้ 130,001-170,000 บาทขึ้นไป สถานภาพ หม้ายและหย่าร้าง ระดับการศึกษา ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาโท มีประสบการณ์ในการลงทุน 4-6 ปี และมีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 30% มีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษีและเพื่อเป็นการออมระยะยาว

ส่วนนักลงทุนเพศชาย อายุ 50-59 ปี รายได้ 90,001-130,000 บาท สถานภาพหย่าร้าง ระดับการศึกษาปริญญาเอก มีประสบการณ์ในการลงทุน มากกว่า 6 ปี และมีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา 25% มีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อไว้ใช้เกษียณอายุ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 จากการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของ บลจ.ไทยพาณิชย์ จำกัด เป็นเพศหญิง มีอายุ 30-39 ปี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้ 10,000-50,000 บาท มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูริพร สีสนิท (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของลูกค้า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 40-49 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 40,000 บาท อาชีพเจ้าของกิจการ/ประกอบธุรกิจส่วนตัว/พนักงานบริษัทเอกชน ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสูงสุดที่เสีย 10% และมีประสบการณ์ในการลงทุน 1-5 ปี

5.2.2 จากการศึกษาปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ ในระดับมากที่สุดเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรรศวรณ จันทรสาข (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RME) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับบลจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการลงทุนคือ เพื่อประโยชน์ในการหักลดหย่อนภาษี รองลงมาได้แก่ เพื่อหวังผลตอบแทนจากการลงทุน และเพื่อการออมเพื่ออนาคต และสอดคล้องกับฉัตรกร เลาสงคราม (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่ใช้ในการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวคือ ต้องการสิทธิในการหักลดหย่อนภาษี และจะทำการซื้อผ่านธนาคารพาณิชย์ ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลหลักสำคัญที่เลือกลงทุนคือ ได้รับสิทธิในการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และสอดคล้องกับดวงเพ็ญ เงินเมือง (2556) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวและกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงศรี จำกัด ผลการวิจัยพบว่าด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มุ่งเน้นลงทุนในกองทุนที่สามารถลดหย่อนภาษีได้ พิจารณาค่าใช้จ่ายการบริหารจัดการกองทุนที่เหมาะสม เลือกลงทุนผ่านตัวแทนของบริษัทและต้องการให้มีการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงสิ้นปี

5.2.3 จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจลงทุน ด้านการตัดสินใจลงทุน พบว่า ผู้ตอบให้ความสำคัญกับการตัดสินใจลงทุนด้วยตนเองในระดับมากที่สุด เป็นอันดับแรก สอดคล้องกับฉัตรกร เลาสงคราม (2555) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของคน

วัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนส่วนใหญ่ทำการลงทุนโดยฝากธนาคารพาณิชย์ โดยมีตัวนักลงทุนเองที่เป็นผู้มีอิทธิพลต่อการลงทุนมากที่สุด กับบัญชี คหิฎฐา (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนเปิดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม บัวหลวง จำกัด เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อเพื่อการออมระยะยาว เลือกซื้อหน่วยลงทุนตามความคิดเห็นของตนเอง

5.2.4 จากการทดสอบสมมติฐานปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า ในภาพรวม ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของทศวรรษ จันทร์สาย (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) กับบจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพ ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุน RMF และ LTF ที่อยู่ในระดับมากได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการและด้านภาพลักษณ์องค์กร จะเห็นได้ว่า ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุน

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.3.1 จากผลการวิจัย ส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนเพศหญิง อายุ 30-39 ปี ประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ 10,000-50,000 บาท ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับนักลงทุนในกลุ่มนี้ โดยการให้บริการหลังการขาย การให้คำแนะนำที่ตรงความต้องการ เพื่อให้ นักลงทุนในกลุ่มนี้เกิดความพึงพอใจและสามารถตอบสนองความต้องการได้

5.3.2 ผลจากการศึกษา พบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับมากที่สุด จึงควรมีการส่งเสริมการตลาด โดยการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงปลายปี เช่น กิจกรรมการลดหย่อนภาษีร่วมกับงาน Money Expro เป็นต้นและมีการส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต เช่น การสะสมแต้ม และควรมีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน มีการให้บริการหลังการขาย เช่น มีการแจ้งวันครบกำหนดของกองทุน หรือการแนะนำกองทุนออกใหม่ เป็นต้น

5.3.3 ผลจากการศึกษา พบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญกับการจัดสรรรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือนเพื่อการวางแผนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล และการออมเงินเพื่อเป็นการเพิ่มความมั่งคั่ง ดังนั้น

ตัวแทนจำหน่ายกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ควรให้บริการในการและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการวางแผนการลงทุนให้กับลูกค้าอย่างละเอียด

5.3.4 ผลจากการศึกษา พบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อเป็นการออมเงินระยะยาว โดยค้นหาข้อมูลจาก Internet และพิจารณาเกณฑ์กำหนดการเลือกจากความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์ จากนั้นตัดสินใจลงทุนด้วยตนเองเป็นหลัก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้การตัดสินใจลงทุนที่เกิดจากตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ธนาคาร เป็นอันดับหลังสุด เมื่อมีการตัดสินใจลงทุนแล้ว นักลงทุนจะมีการติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวม ดังนั้น ตัวแทนจำหน่ายควรมีการตีพิมพ์ประกาศผลการดำเนินงานของกองทุนรวมย้อนหลัง สำหรับนักลงทุน

5.3.5 ผลจากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ด้านความต้องการที่จะลงทุน พบว่า นักลงทุนเพศหญิงอายุ 30-39 ปี ประกอบอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญกับการลงทุนเพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษีและเพื่อเป็นการออมระยะยาว ดังนั้นควรมีการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นนักลงทุนในกลุ่มนี้เป็นพิเศษเพื่อสามารถใช้เครื่องมือทางการตลาดได้อย่างเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด ในการเพิ่มจำนวนและปริมาณเงินลงทุน ของนักลงทุน และควรส่งเสริมการลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ ในกลุ่มนักลงทุนที่เป็นเพศชาย อายุ 50-59 ปี เพื่อเป็นการขยายกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น

5.3.6 ผลจากการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) พบว่า นักลงทุนเพศชายมีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ ส่วนนักลงทุนเพศหญิงมีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษีและเพื่อเป็นการออมระยะยาว โดยมีจำนวนนักลงทุนในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมาก ด้านอายุ จะเห็นได้ว่า ในช่วงอายุ 20-29 ปี, 30-39 ปี และ 40-49 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยทำงานมีความต้องการลงทุนเพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษีและเพื่อเป็นการออมระยะยาว และในช่วงอายุ 50-59 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยใกล้เกษียณอายุมีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม จึงยังคงใช้นโยบายการลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุไว้ ด้านรายได้ผู้ที่มียาได้ 10,000-50,000 บาท เป็นกลุ่มที่ยังมียาได้ไม่สูงมากนัก ส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อเป็นการออมระยะยาว ส่วนในกลุ่มผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไปนั้น มีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ ด้านการศึกษา จะเห็นได้ว่า กลุ่มของผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อเป็นการออมระยะยาว กลุ่มของผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี และกลุ่มของผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอกมีความต้องการที่จะลงทุนเพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ จะเห็นได้ว่าในแต่ละกลุ่มนักศึกษามีความต้องการที่จะลงทุนแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้บริหาร

และผู้ที่เกี่ยวข้องควรใช้เครื่องมือทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เพื่อเป็นการรักษารฐานลูกค้าเดิม พร้อมกับเป็นการสร้างลูกค้าให้เพิ่มขึ้น

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 ควรมีการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ในการใช้สื่อต่าง ๆ เช่น โซเชียล มีเดีย ทีวี ปาต่อปาก และการโฆษณาว่าสื่อประเภทใดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนักลงทุนในยุค 4.0

5.4.2 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการลงทุน เช่น ทักษะคิด การรับรู้ และความพึงพอใจในการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เพื่อสามารถนำไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ



บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณา ทัพวงษ์. (2559). ปัจจัยทางการตลาดสำหรับธุรกิจคาร์แคร์ที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภค
ในจังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- กฤษณา คงบรรทัด. (2554). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากร้านแฟมิลี่มาร์ชใน
เขตรังสิต. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- กนกพรรณ สุขฤทธิ. (2557). ส่วนประสมการตลาดบริการและพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหาร
ญี่ปุ่น ย่าน Community Mall ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- กัณกร ยิ่งยืน. (2557). กลยุทธ์ทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ
เครื่องสำอางค์ทางระบบอินเทอร์เน็ต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ).
- กรมสรรพากร. (2558). บัญชีอัตราภาษีเงินได้. สืบค้นจาก <http://www.rd.go.th/publish>
- คณาจารย์สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2553). หลักการตลาด
(พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- จันทนา เสียงเจริญ. (2554). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด
(มหาชน). (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- จิรัชยา รัตนเพียร. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุน
รวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร.
(การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูชั่น.
- ชุตินันท์ ชุตินันท์. (2554). พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มเพิ่มคุณค่า
เพื่อสุขภาพ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ชวีพร สีสันทิต. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของ
ลูกค้า บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมแห่งหนึ่ง ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

บรรณานุกรม (ต่อ)

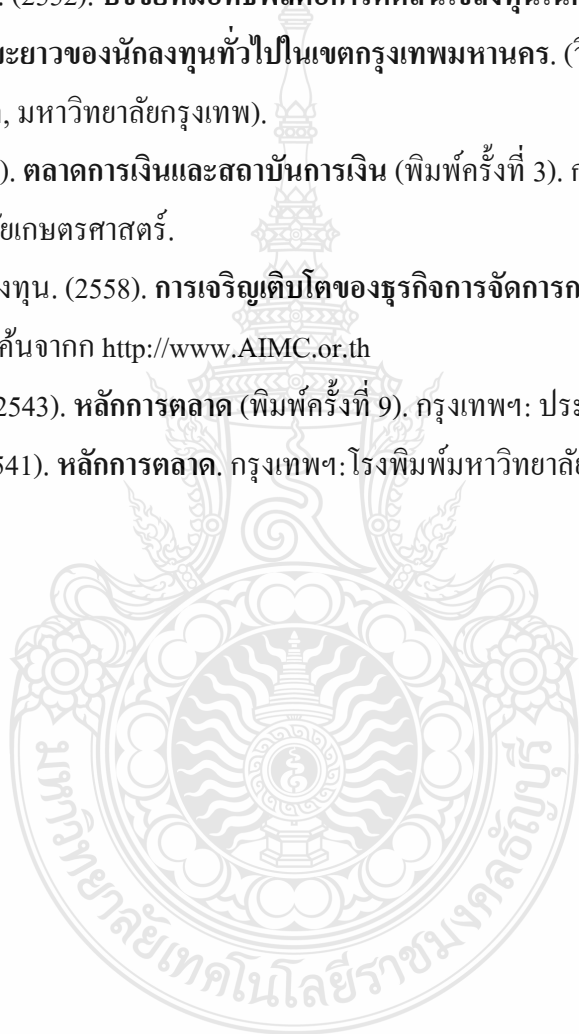
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชลัษฏ์พร อมรวัฒนา. (2538). เศรษฐศาสตร์มหภาค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติพรรณ ศิริตระกูลวงศ์. (2553). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียตะวันออก: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวเกาหลี จีน ญี่ปุ่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ณัฐพล ต้นติววงศ์ตระกูล. (2544). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานท่องเที่ยว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).
- ณัฐกร เลาสงคราม. (2555). พฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ณัฐชัย คหัญฐา. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนเปิดของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมบัวหลวง จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด).
- ดวงเพ็ญ เงินเมือง. (2556). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวและกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพของลูกค้ายุติการหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ทรรศวรรณ จันทร์สาย. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับบลจ.บัวหลวง: กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเนชั่น).
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2559). อัตราเงินเฟ้อ. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th/Thai>
- ธมลวรรณ ศรีคำ. (2550). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ของบริษัทจัดการกองทุนพรีมาเวสต์ จำกัด ผ่านบริการจัดจำหน่ายของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- นิเวศน์ ธรรมะ. (2552). การจัดการตลาด. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- บริษัท มอร์นิ่งสตาร์ รีเสิร์ช (ประเทศไทย). (2558). มูลค่าสินทรัพย์สุทธิของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ปี 2554-2558. สืบค้นจาก <http://www.morningstarthailand.com>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด. (2559). กองทุนรวมหุ้นระยะยาว.
สืบค้นจาก <http://www.kasikornasset.com/TH/MutualFund/Pages/LTF.aspx>
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2559). กองทุนรวมหุ้นระยะยาว.
สืบค้นจาก <https://www.ktam.co.th/th/mutualfund/Default.aspx?FundID=75&FundMenuID=4>
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด (มหาชน). (2559). กองทุนรวมหุ้นระยะยาว.สืบค้นจาก
<https://www.krungsriasset.com/th/FundGroupDetail.html?gid=114>
- บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด. (2559). กองทุนรวมหุ้นระยะยาว.สืบค้นจาก
<http://www.scb.co.th/th/personal-banking/investment/funds/long-term-equity>
- ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน. กรุงเทพฯ: บริษัท
ธรรมสาร จำกัด.
- พรนพ พุกกะพันธ์ – ประเสริฐชัย ไตรเสถียรพงศ์. (2554). การบริหารธนาคารพาณิชย์. กรุงเทพฯ:
จามจุรีโปรดักส์.
- เรวดี รักษาพล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) เพื่อลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- วิมลศรี แสนสุข และคณะ. (2550). หลักการตลาด: คณะการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เรวดี รักษาพล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว
(LTF)และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) เพื่อลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ท็อป จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ปรับปรุงล่าสุด). กรุงเทพฯ:
เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สมชาย ศิริสูตร. (2552). พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการรับรู้ข่าวสารที่มีผลต่อการจัดองค์ประกอบ
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: กรณีศึกษา พิพิธภัณฑ์บัว ในเขตจังหวัดปทุมธานี.
(การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุภาพร ประเสริฐศิริเจริญ. (2551). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวมของธนาคารพาณิชย์ไทยที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).
- สุนทรี่ จึงประเสริฐกุล. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- สิตาภา บัวเกษ. (2556). ตลาดการเงินและสถาบันการเงิน (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมาคมบริษัทจัดการลงทุน. (2558). การเจริญเติบโตของธุรกิจการจัดการกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF). สืบค้นจาก <http://www.AIMC.or.th>
- สุดาวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ประกายพริ้ง.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2541). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจลงทุน ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จึงขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามข้อมูลชุดนี้แบ่งเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

ตอนที่ 4 ระดับความสำคัญของกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

ปัจจุบันท่านลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมใด

- 1) บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน บัวหลวง จำกัด
- 2) บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กสิกรไทย จำกัด
- 3) บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน กรุงศรี จำกัด
- 4) บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ไทยพาณิชย์ จำกัด
- 5) อื่นๆ โปรดระบุ

1. เพศ

- 1) ชาย
- 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี
- 2) 20-29 ปี
- 3) 30 – 39 ปี
- 4) 40 – 49 ปี
- 5) 50- 59 ปี
- 6) 60 ปี หรือมากกว่า

3. อาชีพ

- 1) เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ
- 2) ข้าราชการ
- 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4) พนักงานบริษัทเอกชน
- 5) เกษียณอายุงาน
- 6) อื่นๆ โปรดระบุ

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 2) 10,000 - 50,000 บาท
- 3) 50,001 – 90,000 บาท
- 4) 90,001 – 130,000 บาท
- 5) 130,001 – 170,000 บาท
- 6) 170,000 บาทขึ้นไป

5. สถานภาพ

- 1) โสด
- 2) สมรส
- 3) หม้าย
- 4) หย่าร้าง
- 5) อื่นๆ โปรดระบุ

6. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1) ปวช. / ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี
 3) ปริญญาโท 4) ปริญญาเอก

7. ปัจจุบันท่านลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มาเป็นระยะเวลานานเท่าใด

- 1) น้อยกว่า 1 ปี 2) 1-3 ปี
 3) 4-6 ปี 4) มากกว่า 6 ปี

8. ฐานภาษีบุคคลธรรมดาที่ท่านเสียอยู่ในปัจจุบัน

- 1) 5% 2) 10% 3) 15% 4) 20%
 5) 25% 6) 30% 7) 35%



**ตอนที่ 2 ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุน
ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)**

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับระดับความสำคัญในการตัดสินใจของท่านมากที่สุด
โดยที่ มากที่สุด = 5 , มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1

กลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. กองทุนมีความหลากหลายที่สามารถเลือกลงทุน					
2. มีกองทุนออกใหม่ในช่วงเทศกาลต่างๆ					
3. สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ					
ด้านราคา					
4. ราคา (ผลตอบแทนที่ได้รับ) คู้มค่าต่อการลงทุน					
5. ค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม					
6. ราคาต่อหน่วยของกองทุนไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย					
7. ความเหมาะสมของมูลค่าขึ้นต่ำในการซื้อหน่วยลงทุน					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
8. มีช่องทางในการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น Internet , Mobil Application และเคาน์เตอร์รับบริการลูกค้าของธนาคาร					
9. สถานที่จำหน่ายกองทุนอยู่ในทำเลที่เหมาะสม การเดินทาง สะดวก					
10. บริเวณพื้นที่และสถานที่ให้บริการมีความปลอดภัย					
11. ความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ในการทำรายการผ่านทาง Internet , Mobil Application					
12. ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย					
13. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุน					
14. ความน่าเชื่อถือของระบบการซื้อ - ขายกองทุน					

กลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับ กระบวนการตัดสินใจลงทุน	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
15. มีการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงปลายปี เช่น กิจกรรมการลดหย่อนภาษีช่วงปลายปี , Money Expro , Set in City เป็นต้น					
16. มีการส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต เช่น การสะสมคะแนน					
17. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น Website วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เพื่อเชิญชวนให้ตัดสินใจ					
ด้านบุคลากร					
18. เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
19. เจ้าหน้าที่ที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ					
20. เจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน					
21. เจ้าหน้าที่ที่มีความซื่อสัตย์สุจริต					
ด้านกระบวนการบริการ					
22. ขั้นตอนการคำนวณจำนวนเงินลงทุนที่ถูกต้องชัดเจน					
23. ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว					
24. มีการให้บริการหลังการขาย เช่น มีการแจ้งวันครบกำหนดของกองทุน การแนะนำกองทุนออกใหม่ เป็นต้น					
25. สามารถสั่งซื้อกองทุนได้ตลอดเวลา					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
26. สำนักงานที่ให้บริการมีความทันสมัย					
27. เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆจัดวางเป็นระเบียบ					
28. มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าได้ใช้บริการ					

ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับข้อมูลปัจจุบันของท่านมากที่สุด โดยที่ มากที่สุด = 5, มาก = 4 , ปานกลาง = 3 , น้อย = 2 , น้อยที่สุด = 1

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ด้านรายได้					
1. การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างรายได้ของท่านเพิ่มขึ้นได้ในระดับใด					
2. การลงทุนในกองทุนรวมจากรายได้ที่คงเหลือในปัจจุบัน มีความสำคัญในระดับใด					
3. การจัดสรรรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน เพื่อนำมาลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญในระดับใด					
ด้านค่าใช้จ่าย					
4. การวางแผนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล มีความสำคัญต่อการลงทุนในกองทุนรวมในระดับใด					
5. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญต่อการนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในระดับใด					
6. ปริมาณเงินที่ใช้ในการลงทุนในกองทุนรวมมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของท่านในระดับใด					
ด้านสินเชื่อ					
7. การกู้ยืมเงินสามารถทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมได้เร็วขึ้นในระดับใด					
8. ท่านให้ความสำคัญของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่ท่านจะได้รับจากการลงทุนในกองทุนรวมระดับใด					
9. ท่านให้ความสำคัญกับการกู้ยืมเงิน เพื่อเพิ่มปริมาณเงินในการลงทุนในกองทุนรวมระดับใด					

ตอนที่ 3 (ต่อ)

ด้านการออมเงิน					
10. การลงทุนในกองทุนรวมมีความมั่นคงมากกว่าการออมเงินในสถาบันการเงินมีความสำคัญในระดับใด					
11. การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างวินัยในการออมเงินอย่างสม่ำเสมอมีความสำคัญในระดับใด					
12. การออมเงินเป็นการเพิ่มความมั่งคั่งให้กับตัวท่านมีความสำคัญในระดับใด					

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในหน้าข้อที่ตรงกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของท่านมากที่สุด โดยที่ มากที่สุด=5, มาก=4, ปานกลาง=3, น้อย=2, น้อยที่สุด=1

กระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
ความต้องการที่จะลงทุน					
1. เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี					
2. เพื่อเป็นการออมระยะยาว					
3. เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ					
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร					
4. ค้นหาข้อมูลจาก Internet เช่น Website ของบริษัทหลักทรัพย์					
5. สอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร / ตัวแทนจำหน่าย					
6. สอบถามข้อมูลจากเพื่อน / บุคคลในครอบครัว					
7. การมีประสบการณ์ในการลงทุนมาก่อน					
เกณฑ์กำหนดการเลือก					
8. พิจารณาจากความมีชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์					
9. ผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น เงินปันผล , ดอกเบี้ย					

ตอนที่ 4 (ต่อ)

เกณฑ์กำหนดการเลือก (ต่อ)					
10. พิจารณาจากความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์					
การตัดสินใจลงทุน					
11. การตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง					
12. บุคคลใกล้ชิด ได้แก่ เพื่อน สมาชิกในครอบครัว ญาติ เป็นต้น					
13. ตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ธนาคาร เป็นต้น					
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน					
14. การลงทุนซ้ำในครั้งต่อไปเกิดขึ้นจากความพึงพอใจหลังการลงทุน					
15. การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ในการชักชวนให้ลงทุนในช่วงเวลาที่เหมาะสม					
16. การติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวม					
17. การแนะนำให้ผู้อื่นลงทุนในกองทุนรวม					

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

**** ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม ****



ภาคผนวก ข
การทดสอบ 30 ตัวอย่าง

**Reliability Analysis- Scale (Alpha)
Item-Total Statistics**

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
บลจ.ที่ลงทุน	266.32	642.967	-.055	.813
เพศ	267.64	632.386	.332	.808
อายุ	266.00	643.926	-.078	.812
อาชีพ	266.54	648.258	-.148	.814
รายได้	266.71	639.249	.018	.811
สถานภาพ	267.86	636.571	.173	.809
ศึกษา	266.86	635.905	.200	.809
ระยะเวลา	267.39	641.210	-.025	.812
ภาษี	266.96	646.925	-.121	.814
กองทุนมีความหลากหลายที่สามารถเลือกลงทุน	265.11	625.136	.366	.806
มีกองทุนออกใหม่ในช่วงเทศกาลต่างๆ	265.64	634.312	.144	.809
สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ	264.68	627.115	.336	.806
ราคา (ผลตอบแทนที่ได้รับ) คุ่มค่าต่อการลงทุน	264.71	633.915	.234	.808
ค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม	265.00	633.926	.238	.808
ราคาต่อหน่วยของกองทุนไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	265.07	635.624	.139	.809
ความเหมาะสมของมูลค่าขั้นต่ำในการซื้อหน่วยลงทุน	265.36	622.757	.415	.805
มีช่องทางในการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น Internet	264.82	634.745	.210	.808
สถานที่จำหน่ายกองทุนอยู่ในทำเลที่เหมาะสม การเดินทางสะดวก	265.04	613.073	.716	.802
บริเวณพื้นที่และสถานที่ให้บริการมีความปลอดภัย	265.04	610.406	.701	.801
ความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ในการทำรายการผ่านทาง Internet , Mobil Application	264.64	634.016	.233	.808
ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	264.71	639.175	.053	.810
ความน่าเชื่อถือของระบบการซื้อ - ขายกองทุน	264.61	640.618	.008	.810

**Reliability Analysis- Scale (Alpha)
Item-Total Statistics**

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ความน่าเชื่อถือของระบบการซื้อ - ขาย กองทุน	264.61	640.618	.008	.810
มีการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงปลายปี เช่น กิจกรรมการลดหย่อนภาษีช่วงปลายปี , Money Expro , Set in City เป็นต้น	265.21	613.878	.539	.802
มีการส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต เช่น การสะสมคะแนน	265.04	612.332	.655	.802
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น Website วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เพื่อเชิญชวนให้ ตัดสินใจ	265.21	613.508	.526	.802
เจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้นในการ ให้บริการ	264.79	624.619	.429	.805
เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอในการ ให้บริการ	264.79	629.804	.311	.807
เจ้าหน้าที่มีความเชี่ยวชาญในการให้ คำปรึกษาด้านการลงทุน	264.54	632.258	.309	.808
เจ้าหน้าที่มีความซื่อสัตย์สุจริต	264.57	627.884	.460	.806
ขั้นตอนการคำนวณจำนวนเงินลงทุนที่ ถูกต้องชัดเจน	264.71	626.434	.445	.806
ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว การให้บริการหลังการขายเช่น มีการแจ้ง วันครบกำหนดของกองทุน การแนะนำ กองทุนออกใหม่ เป็นต้น	264.68	626.226	.503	.806
สามารถตั้งซื้อกองทุนได้ตลอดเวลา	264.57	624.624	.517	.805
สำนักงานที่ให้บริการมีความทันสมัย	264.68	624.374	.511	.805
เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆจัด วางเป็นระเบียบ	264.61	626.173	.588	.805
มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับ ลูกค้าได้ใช้บริการ	264.75	625.824	.465	.806
การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้าง รายได้ ของท่านเพิ่มขึ้นได้ในระดับใด	264.68	623.634	.594	.805
การลงทุนในกองทุนรวมจากรายได้ที่หลงเหลือ ในปัจจุบัน มีความสำคัญในระดับใด	264.93	617.550	.568	.803
	265.00	622.148	.539	.804

Reliability Analysis- Scale (Alpha)

Item-Total Statistics

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
การจัดสรรรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน เพื่อนำมาลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญในระดับใด	264.82	614.152	.675	.802
การวางแผนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล มีความสำคัญต่อการลงทุนในกองทุนรวมในระดับใด	264.89	628.692	.439	.806
ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญต่อการนำมาเป็นค่าใช้จ่าย	265.00	613.185	.659	.802
การกู้ยืมเงินสามารถทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมได้เร็วขึ้นในระดับใด	265.64	614.164	.470	.803
ท่านให้ความสำคัญของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เมื่อเทียบกับ	265.04	614.702	.500	.803
ท่านให้ความสำคัญกับการกู้ยืมเงิน เพื่อเพิ่มปริมาณเงินในการลงทุนในกองทุนรวมระดับใด	265.54	619.888	.396	.805
การลงทุนในกองทุนรวมมีความมั่นคงมากกว่าการออมเงินในสถาบันการเงินมีความสำคัญในระดับใด	265.04	630.258	.340	.807
การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างวินัยในการออมเงินอย่างสม่ำเสมอมีความสำคัญในระดับใด	264.79	631.656	.361	.807
การออมเงินเป็นการเพิ่มความมั่งคั่งให้กับตัวท่านมีความสำคัญในระดับใด	264.79	627.508	.461	.806
เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี	262.93	454.439	.232	.931
เพื่อเป็นการออมระยะยาว	264.64	627.571	.524	.806
เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ	264.89	616.099	.565	.803
ค้นหาข้อมูลจาก Internet เช่น Website ของบริษัทหลักทรัพย์	264.68	625.782	.519	.805
สอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร / ตัวแทนจำหน่าย	264.93	605.772	.746	.799
สอบถามข้อมูลจากเพื่อน / บุคคลในครอบครัว	265.04	614.628	.502	.803
การมีประสบการณ์ในการลงทุนมาก่อน	265.11	623.803	.399	.805

Reliability Analysis- Scale (Alpha)

Item-Total Statistics

ข้อคำถาม	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
พิจารณาจากความเสี่ยงของบริษัท หลักทรัพย์	264.86	624.571	.579	.805
ผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น เงิน ปันผล , ดอกเบี้ย	264.68	625.485	.603	.805
พิจารณาจากความน่าเชื่อถือของบริษัท หลักทรัพย์				
การตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง	264.64	628.238	.498	.806
บุคคลใกล้ชิด ได้แก่ เพื่อน สมาชิกใน ครอบครัว ญาติ เป็นต้น	264.61	630.766	.350	.807
ตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ ธนาคาร เป็นต้น	265.21	613.434	.600	.802
การลงทุนซ้ำในครั้งต่อไปเกิดขึ้นจาก ความพึงพอใจหลังการลงทุน	265.25	598.935	.733	.798
การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ ในการ ชักชวนให้ลงทุนในช่วงเวลาที่ เหมาะสม	264.79	628.471	.427	.806
การแนะนำให้ผู้อื่นลงทุนในกองทุน รวม	264.82	618.671	.524	.804

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	66
N of Case	30

ภาคผนวก ก
การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)



ตารางการหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC)

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจ ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย

คำชี้แจง: ให้ท่านพิจารณาข้อความสำหรับการวิจัยในแต่ละข้อว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษาหรือไม่ โดยที่

- | | | |
|------------------------|------------------------------|-----|
| 1. เห็นว่าสอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง | + 1 |
| 2. ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง | 0 |
| 3. เห็นว่าไม่สอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง | - 1 |

ผลประเมินความสอดคล้องเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ (IOC)

ข้อที่	รายการพิจารณา	ผศ.ดร.นภภรณ์ นิลกรณกุล	ผศ.ดร.ดารณี ช่างพิมพ์ทอง	ผศ.ดร.กัลยาณู ฒ นาน	IOC	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม							
1	เพศ	1	1	1	1	✓	
	<input type="checkbox"/> 1) ชาย <input type="checkbox"/> 2) หญิง						
2	อายุ	1	1	1	1	✓	
	<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 20 ปี						
	<input type="checkbox"/> 2) 20-29 ปี						
	<input type="checkbox"/> 3) 30 – 39 ปี						
	<input type="checkbox"/> 4) 40 – 49 ปี						

ข้อที่	รายการพิจารณา	ผศ.ดร.นภภรณ์ นิลภากรณ์กุล	ผศ.ดร.ดารณี ช่างพิมพ์ทอง	ผศ.ดร.กัลยาณน น่าน	IOC	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
	อายุ (ต่อ) <input type="checkbox"/> 5) 50- 59 ปี <input type="checkbox"/> 6) 60 ปี หรือมากกว่า						
	อาชีพ <input type="checkbox"/> 1) เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ <input type="checkbox"/> 2) ข้าราชการ 3 <input type="checkbox"/> 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> 4) พนักงานบริษัทเอกชน <input type="checkbox"/> 5) เกษียณอายุงาน <input type="checkbox"/> 6) อื่นๆ.....	1	1	1	1	√	
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท <input type="checkbox"/> 2) 10,000 - 50,000 บาท 4 <input type="checkbox"/> 3) 50,001 – 90,000 บาท <input type="checkbox"/> 4) 90,001 – 130,000 บาท <input type="checkbox"/> 5) 130,001 – 170,000 บาท <input type="checkbox"/> 6) 170,000 บาทขึ้นไป	1	1	1	1	√	
	สถานภาพ 5 <input type="checkbox"/> 1) โสด <input type="checkbox"/> 2) สมรส <input type="checkbox"/> 3) หม้าย <input type="checkbox"/> 4) หย่าร้าง	1	1	1	1	√	
	ระดับการศึกษาสูงสุด 6 <input type="checkbox"/> 1) ปวช. / ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 2) ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 3) ปริญญาโท <input type="checkbox"/> 4) ปริญญาเอก	1	1	1	1	√	

ข้อที่	รายการพิจารณา	ผศ.ดร.นภกรณัฐ นิลภากรณ์กุล	ผศ.ดร.ดารณี ช่างพิมพ์ทอง	ผศ.ดร.กล้าหาญ ญ น่าน	IOC	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
7	ปัจจุบันท่านลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มาเป็นระยะเวลาานานเท่าใด <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 1 ปี <input type="checkbox"/> 2) 1-3 ปี <input type="checkbox"/> 3) 4-6 ปี <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 6 ปี	1	1	1	1	√	
8	ฐานภาษีบุคคลธรรมดาที่ท่านเสียอยู่ในปัจจุบัน <input type="checkbox"/> 1) 5% <input type="checkbox"/> 2) 10% <input type="checkbox"/> 3) 15% <input type="checkbox"/> 4) 20% <input type="checkbox"/> 5) 25% <input type="checkbox"/> 6) 30% <input type="checkbox"/> 7) 35%	1	1	1	1	√	
ตอนที่ 2 ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)							
ด้านผลิตภัณฑ์							
1	กองทุนมีความหลากหลายที่สามารถเลือกลงทุน	1	1	1	1	√	
2	มีกองทุนออกใหม่ในช่วงเทศกาลต่างๆ	0	1	1	0.67	√	
3	สิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับ	1	1	1	1	√	
ด้านราคา							
4	ราคา (ผลตอบแทนที่ได้รับ) คู่มีค่าต่อการลงทุน	1	1	1	1	√	
5	ค่าธรรมเนียมการซื้อขายกองทุนอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม	1	1	1	1	√	
6	ราคาต่อหน่วยของกองทุนไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	0	1	1	0.67	√	
7	ความเหมาะสมของมูลค่าขั้นต่ำในการซื้อหน่วยลงทุน	1	1	1	1	√	

ข้อที่	รายการพิจารณา	ผศ.ดร.นภภรณ์ นิลภากรณ์กุล	ผศ.ดร.ดารณี ช่างพิมพ์ทอง	ผศ.ดร.กล้าหาญ นาน	IOC	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							
8	มีช่องทางในการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น Internet , Mobil Application และเคาน์เตอร์รับบริการลูกค้าของธนาคาร	1	1	1	1	√	
9	สถานที่จำหน่ายกองทุนอยู่ในทำเลที่เหมาะสม การเดินทางสะดวก	1	1	1	1	√	
10	บริเวณพื้นที่และสถานที่ให้บริการมีความปลอดภัย	1	1	1	1	√	
11	ความปลอดภัย น่าเชื่อถือ ในการทำรายการผ่านทาง Internet , Mobil Application	1	0	1	0.67	√	
12	ความน่าเชื่อถือของตัวแทนจำหน่าย	1	0	1	0.67	√	
13	ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของบริษัทจัดการกองทุน	1	1	1	1	√	
14	ความน่าเชื่อถือของระบบการซื้อ - ขายกองทุน	1	1	1	1	√	
ด้านการส่งเสริมการตลาด							
15	มีการจัดกิจกรรมพิเศษช่วงปลายปี เช่น กิจกรรมการลดหย่อนภาษีช่วงปลายปี , Money Expro , Set in City เป็นต้น	1	1	1	1	√	
16	มีการส่งเสริมการขายร่วมกับบัตรเครดิต เช่น การสะสมคะแนน	1	1	1	1	√	
17	มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น Website วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เพื่อเชิญชวนให้ตัดสินใจ	1	1	1	1	√	
ด้านบุคลากร							
18	เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	1	1	1	1	√	
19	เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	1	1	1	1	√	
20	เจ้าหน้าที่มีความเชี่ยวชาญในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน	1	1	1	1	√	

ข้อที่	รายการพิจารณา	ผศ.ดร.นภภรณ์ นิลภากรณ์กุล	ผศ.ดร.ดารณี ช่างพิมพ์ทอง	ผศ.ดร.กัลยาณูณ น่าน	IOC	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
ด้านกระบวนการบริการ							
22	ขั้นตอนการคำนวณจำนวนเงินลงทุนที่ต้องชดเชยเงิน	1	1	1	1	√	
23	ขั้นตอนในการให้บริการมีความรวดเร็ว	1	1	1	1	√	
24	มีการให้บริการหลังการขาย เช่น มีการแจ้งวันครบกำหนดของกองทุน มีการแนะนำกองทุนออกใหม่ เป็นต้น	1	1	1	1	√	
25	สามารถสั่งซื้อกองทุนได้ตลอดเวลา	1	1	1	1	√	
ด้านลักษณะกายภาพ							
26	เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆจัดวางเป็นระเบียบ	1	1	1	1	√	
27	เครื่องใช้สำนักงานและอุปกรณ์ต่างๆจัดวางเป็นระเบียบ	1	1	1	1	√	
28	มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการ	1	1	1	1	√	
ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)							
ด้านรายได้							
1	การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างรายได้ให้ท่านเพิ่มขึ้นได้ในระดับใด	1	1	1	1	√	
2	การลงทุนในกองทุนรวมจากรายได้ที่ลดลงเหลือในปัจจุบันมีความสำคัญในระดับใด	1	1	1	1	√	
3	การจัดสรรรายได้ที่ได้รับในแต่ละเดือน เพื่อนำมาลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญในระดับใด	1	1	1	1	√	
ด้านค่าใช้จ่าย							
4	การวางแผนค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล มีความสำคัญต่อการลงทุนในกองทุนรวมในระดับใด	1	1	1	1	√	
5	ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนรวม มีความสำคัญต่อการนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในระดับใด	1	1	1	1	√	
6	ปริมาณเงินที่ใช้ในการลงทุนในกองทุนรวมมีผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของท่านในระดับใด	1	1	1	1	√	

ข้อที่	รายการพิจารณา	ผศ.ดร.นภภรณ์ นิลภากรณ์กุล	ผศ.ดร.ดารณี ช่างพิมพ์ทอง	ผศ.ดร.กล้าหาญ นาน	IOC	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
ด้านสินเชื่อ							
7	การกู้ยืมเงินสามารถทำให้ท่านเกิดการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมได้เร็วขึ้นในระดับใด	1	-1	1	0.33	√	
8	ท่านให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ เมื่อเทียบกับผลตอบแทนที่ท่านจะได้รับจากการลงทุนในกองทุนรวมระดับใด	1	1	1	1	√	
9	ท่านให้ความสำคัญของการกู้ยืมเงิน เพื่อเพิ่มปริมาณเงินในการลงทุนในกองทุนรวมระดับใด	1	1	1	1	√	
ด้านการออมเงิน							
10	การลงทุนในกองทุนรวมมีความมั่นคงมากกว่าการออมเงินในสถาบันการเงินมีความสำคัญในระดับใด	1	-1	1	0.33	√	
11	การลงทุนในกองทุนรวมสามารถสร้างวินัยในการออมเงินอย่างสม่ำเสมอมีความสำคัญในระดับใด	1	0	1	0.67	√	
12	การออมเงินเป็นการเพิ่มความมั่งคั่งให้กับตัวท่านมีความสำคัญในระดับใด	1	1	1	1	√	
ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)							
ความต้องการที่จะลงทุน							
1	เพื่อนำไปหักลดหย่อนภาษี	1	1	1	1	√	
2	เพื่อเป็นการออมระยะยาว	1	1	1	1	√	
3	เพื่อไว้ใช้หลังเกษียณอายุ	1	1	1	1	√	
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร							
4	ค้นหาข้อมูลจาก Internet เช่น Website ของบริษัทหลักทรัพย์	1	1	1	1	√	
5	สอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ธนาคาร/ตัวแทนจำหน่าย	1	0	1	0.67	√	
6	สอบถามข้อมูลจากเพื่อน/บุคคลในครอบครัว	1	0	1	0.67	√	

ข้อที่	รายการพิจารณา	ผศ.ดร.นภภรณ์ นิลภากรณ์กุล	ผศ.ดร.ดารณี ช่างพิมพ์ทอง	ผศ.ดร.กัลยาหยาญ น่าน	IOC	ผลการประเมิน	
						ใช้ได้	ใช้ไม่ได้
7	การมีประสบการณ์ในการลงทุนมาก่อน	1	1	1	1	√	
เกณฑ์กำหนดการเลือก							
8	พิจารณาจากควมมีชื่อเสียงของบริษัทหลักทรัพย์	1	1	1	1	√	
9	ผลตอบแทนจากการลงทุน เช่น เงินปันผล , ดอกเบี้ย	1	1	1	1	√	
10	พิจารณาจากความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์	1	1	1	1	√	
การตัดสินใจลงทุน							
11	การตัดสินใจลงทุนด้วยตนเอง	1	1	1	1	√	
12	บุคคลใกล้ชิด ได้แก่ เพื่อน สมาชิกในครอบครัวญาติ เป็นต้น	1	1	1	1	√	
13	ตัวแทนจำหน่าย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ธนาคาร เป็นต้น	1	1	1	1	√	
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน							
14	การลงทุนซ้ำในครั้งต่อไปเกิดขึ้นจากความพึงพอใจหลังการลงทุน	1	1	1	1	√	
15	การดูแลเอาใจใส่ของเจ้าหน้าที่ในการชักชวนให้ลงทุนในช่วงเวลาที่เหมาะสม	1	1	1	1	√	
16	การติดตามผลการดำเนินงานของกองทุนรวม	1	1	1	1	√	
17	การแนะนำให้ผู้อื่นลงทุนในกองทุนรวม	1	1	1	1	√	



ภาคผนวก ง

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

T-Test

Group Statistics					
	เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ความต้องการที่จะลงทุน	ชาย	168	4.45	.629	.049
	หญิง	232	4.91	2.788	.183
การแสวงหาข้อมูล	ชาย	168	4.08	.824	.064
	หญิง	232	4.30	.412	.027
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ชาย	168	4.47	.408	.031
	หญิง	232	4.48	.447	.029
การตัดสินใจลงทุน	ชาย	168	3.90	.728	.056
	หญิง	232	4.34	.500	.033
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ชาย	168	4.40	.570	.044
	หญิง	232	4.45	.450	.030
รวม	ชาย	168	4.26	.519	.040
	หญิง	232	4.56	.842	.055

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Differ ence	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ความต้องการ ที่จะลงทุน	Equal variances assumed	3.488	.063	-2.102	398	.036	-.461	.219	-.891	-.030
	Equal variances not assumed			-2.432	262.805	.016	-.461	.189	-.833	-.088

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Differ ence	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
การแสวงหา ข้อมูล	Equal variances assumed	66.833	.000	-3.517	398	.000	-.221	.063	-.344	-.097
	Equal variances not assumed			-3.193	227.562	.002	-.221	.069	-.357	-.084
เกณฑ์ กำหนดการ เลือก	Equal variances assumed	12.045	.001	-.365	398	.715	-.016	.044	-.102	.070
	Equal variances not assumed			-.370	377.288	.711	-.016	.043	-.101	.069
การตัดสินใจ ลงทุน	Equal variances assumed	29.931	.000	-7.219	398	.000	-.443	.061	-.564	-.322
	Equal variances not assumed			-6.815	277.340	.000	-.443	.065	-.571	-.315
พฤติกรรม ภายหลังการ ลงทุน	Equal variances assumed	8.478	.004	-1.053	398	.293	-.054	.051	-.154	.047
	Equal variances not assumed			-1.015	306.748	.311	-.054	.053	-.158	.051

สมมุติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

		Descriptives							
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
						Lower Bound	Upper Bound		
ความต้องการที่ จะลงทุน	20-29 ปี	103	4.24	.523	.052	4.13	4.34	3	5
	30 – 39 ปี	192	4.48	.614	.044	4.39	4.57	3	5
	40 – 49 ปี	21	4.52	.512	.112	4.29	4.76	4	5
	50- 59 ปี	84	4.54	.571	.062	4.42	4.67	3	5
	Total	400	4.43	.588	.029	4.37	4.49	3	5
การแสวงหา ข้อมูล	20-29 ปี	103	4.08	.162	.016	4.05	4.11	3	4
	30 – 39 ปี	192	4.35	.668	.048	4.26	4.45	2	5
	40 – 49 ปี	21	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
	50- 59 ปี	84	4.05	.813	.089	3.88	4.23	3	5
	Total	400	4.20	.616	.031	4.14	4.26	2	5

Descriptives									
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
						Lower Bound	Upper Bound		
เกณฑ์กำหนดการเลือก	20-29 ปี	103	4.12	.291	.029	4.06	4.18	3	5
	30 – 39 ปี	192	4.56	.476	.034	4.49	4.63	3	5
	40 – 49 ปี	21	3.90	.301	.066	3.77	4.04	3	4
	50- 59 ปี	84	4.56	.491	.054	4.45	4.67	3	5
	Total	400	4.41	.485	.024	4.36	4.46	3	5
การตัดสินใจลงทุน	20-29 ปี	103	4.26	.392	.039	4.19	4.34	4	5
	30 – 39 ปี	192	4.20	.695	.050	4.10	4.30	2	5
	40 – 49 ปี	21	4.17	.171	.037	4.10	4.25	4	4
	50- 59 ปี	84	3.94	.734	.080	3.78	4.10	3	5
	Total	400	4.16	.631	.032	4.10	4.22	2	5
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	20-29 ปี	103	4.22	.324	.032	4.16	4.29	4	5
	30 – 39 ปี	192	4.53	.546	.039	4.46	4.61	3	5
	40 – 49 ปี	21	4.26	.256	.056	4.15	4.38	4	5
	50- 59 ปี	84	4.49	.550	.060	4.37	4.61	4	5
	Total	400	4.43	.504	.025	4.38	4.48	3	5

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	Between Groups	45.503	3	15.168	3.271	.021
	Within Groups	1836.463	396	4.638		
	Total	1881.966	399			
การแสวงหาข้อมูล	Between Groups	8.749	3	2.916	7.776	.000
	Within Groups	148.525	396	.375		
	Total	157.274	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	Between Groups	21.370	3	7.123	53.579	.000
	Within Groups	52.649	396	.133		
	Total	74.020	399			
การตัดสินใจลงทุน	Between Groups	4.978	3	1.659	4.099	.007
	Within Groups	160.309	396	.405		
	Total	165.286	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	Between Groups	7.348	3	2.449	10.312	.000
	Within Groups	94.067	396	.238		
	Total	101.415	399			

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ความต้องการที่จะลงทุน	20-29 ปี	30 – 39 ปี	-.243 [*]	.071	.001	-.38	-.10
		40 – 49 ปี	-.288 [*]	.138	.038	-.56	-.02
		50- 59 ปี	-.307 [*]	.085	.000	-.47	-.14
	30 – 39 ปี	20-29 ปี	.243 [*]	.071	.001	.10	.38
		40 – 49 ปี	-.045	.133	.737	-.31	.22
		50- 59 ปี	-.064	.076	.394	-.21	.08
	40 – 49 ปี	20-29 ปี	.288 [*]	.138	.038	.02	.56
		30 – 39 ปี	.045	.133	.737	-.22	.31
		50- 59 ปี	-.020	.141	.888	-.30	.26
	50- 59 ปี	20-29 ปี	.307 [*]	.085	.000	.14	.47
		30 – 39 ปี	.064	.076	.394	-.08	.21
		40 – 49 ปี	.020	.141	.888	-.26	.30
การแสวงหาข้อมูล	20-29 ปี	30 – 39 ปี	-.270 [*]	.073	.000	-.41	-.13
		40 – 49 ปี	.083	.144	.566	-.20	.37
		50- 59 ปี	.029	.088	.743	-.14	.20
	30 – 39 ปี	20-29 ปี	.270 [*]	.073	.000	.13	.41
		40 – 49 ปี	.353 [*]	.138	.011	.08	.62
		50- 59 ปี	.299 [*]	.079	.000	.14	.45
	40 – 49 ปี	20-29 ปี	-.083	.144	.566	-.37	.20
		30 – 39 ปี	-.353 [*]	.138	.011	-.62	-.08
		50- 59 ปี	-.054	.147	.715	-.34	.23
	50- 59 ปี	20-29 ปี	-.029	.088	.743	-.20	.14
		30 – 39 ปี	-.299 [*]	.079	.000	-.45	-.14
		40 – 49 ปี	.054	.147	.715	-.23	.34
20-29 ปี	30 – 39 ปี	-.439 [*]	.053	.000	-.54	-.34	
	40 – 49 ปี	.215 [*]	.103	.038	.01	.42	
	50- 59 ปี	-.440 [*]	.063	.000	-.56	-.32	
เกณฑ์กำหนดการเลือก	30 – 39 ปี	20-29 ปี	.439 [*]	.053	.000	.34	.54
		40 – 49 ปี	.654 [*]	.099	.000	.46	.85
		50- 59 ปี	.000	.056	.993	-.11	.11
	40 – 49 ปี	20-29 ปี	-.215 [*]	.103	.038	-.42	-.01
		30 – 39 ปี	-.654 [*]	.099	.000	-.85	-.46
		50- 59 ปี	-.655 [*]	.105	.000	-.86	-.45
50- 59 ปี	20-29 ปี	.440 [*]	.063	.000	.32	.56	
	30 – 39 ปี	.000	.056	.993	-.11	.11	

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
การตัดสินใจลงทุน	20-29 ปี	40 – 49 ปี	.655 [*]	.105	.000	.45	.86	
		30 – 39 ปี	.062	.076	.411	-.09	.21	
		40 – 49 ปี	.088	.149	.557	-.21	.38	
		50- 59 ปี	.322 [*]	.091	.000	.14	.50	
		20-29 ปี	-.062	.076	.411	-.21	.09	
	30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	.025	.143	.861	-.26	.31	
		50- 59 ปี	.259 [*]	.081	.002	.10	.42	
		20-29 ปี	-.088	.149	.557	-.38	.21	
		40 – 49 ปี	-.025	.143	.861	-.31	.26	
		50- 59 ปี	.234	.152	.124	-.06	.53	
	50- 59 ปี	20-29 ปี	-.322 [*]	.091	.000	-.50	-.14	
		30 – 39 ปี	-.259 [*]	.081	.002	-.42	-.10	
		40 – 49 ปี	-.234	.152	.124	-.53	.06	
		30 – 39 ปี	-.311 [*]	.060	.000	-.43	-.19	
		20-29 ปี	40 – 49 ปี	-.039	.117	.741	-.27	.19
พฤติกรรมภายหลัง การลงทุน	20-29 ปี	50- 59 ปี	-.265 [*]	.072	.000	-.41	-.12	
		20-29 ปี	.311 [*]	.060	.000	.19	.43	
		30 – 39 ปี	40 – 49 ปี	.272 [*]	.112	.016	.05	.49
		50- 59 ปี	.046	.064	.473	-.08	.17	
		20-29 ปี	-.039	.117	.741	-.19	.27	
	40 – 49 ปี	30 – 39 ปี	-.272 [*]	.112	.016	-.49	-.05	
		50- 59 ปี	-.226	.119	.058	-.46	.01	
		20-29 ปี	.265 [*]	.072	.000	.12	.41	
		50- 59 ปี	30 – 39 ปี	-.046	.064	.473	-.17	.08
		40 – 49 ปี	.226	.119	.058	-.01	.46	

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

สมมติฐานที่ 1.3 อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	Between Groups	88.780	5	17.756	3.901	.002
	Within Groups	1793.186	394	4.551		
	Total	1881.966	399			
การแสวงหาข้อมูล	Between Groups	40.974	5	8.195	27.762	.000
	Within Groups	116.301	394	.295		
	Total	157.274	399			

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เกณฑ์กำหนดการเลือก	Between Groups	7.958	5	1.592	9.493	.000
	Within Groups	66.062	394	.168		
	Total	74.020	399			
การตัดสินใจลงทุน	Between Groups	41.108	5	8.222	26.086	.000
	Within Groups	124.179	394	.315		
	Total	165.286	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	Between Groups	14.489	5	2.898	13.135	.000
	Within Groups	86.926	394	.221		
	Total	101.415	399			

Descriptives								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
					Lower Bound	Upper Bound		
					ความต้องการที่จะลงทุน	75		
เข้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	31	4.96	.239	.043	4.87	5.04	4	5
ข้าราชการ	199	4.59	.480	.034	4.52	4.65	4	5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	74	4.27	.483	.056	4.16	4.38	4	5
พนักงานบริษัทเอกชน	11	3.94	.201	.061	3.80	4.07	3	4
เกษียณอายุงาน	10	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
อื่นๆ	400	4.43	.588	.029	4.37	4.49	3	5
การแสวงหาข้อมูล	75	4.31	.448	.052	4.21	4.41	4	5
เข้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	31	4.23	.273	.049	4.13	4.33	3	5
ข้าราชการ	199	4.37	.512	.036	4.30	4.44	3	5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	74	3.88	.781	.091	3.69	4.06	2	5
พนักงานบริษัทเอกชน	11	2.75	.000	.000	2.75	2.75	3	3
เกษียณอายุงาน	10	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
อื่นๆ	400	4.20	.616	.031	4.14	4.26	2	5
เกณฑ์กำหนดการเลือก	75	4.25	.399	.046	4.16	4.34	3	5
เข้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	31	4.43	.496	.089	4.25	4.61	3	5
ข้าราชการ	199	4.48	.481	.034	4.41	4.54	3	5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	74	4.39	.536	.062	4.27	4.52	3	5
พนักงานบริษัทเอกชน	11	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
เกษียณอายุงาน	10	4.90	.316	.100	4.67	5.13	4	5
อื่นๆ	400	4.41	.485	.024	4.36	4.46	3	5

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval		Min	Max
						for Mean			
						Lower Bound	Upper Bound		
การตัดสินใจลงทุน	เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	75	4.11	.672	.078	3.96	4.27	3	5
	ข้าราชการ	31	4.54	.428	.077	4.38	4.69	4	5
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	199	4.34	.470	.033	4.27	4.40	3	5
	พนักงานบริษัทเอกชน	74	3.77	.727	.085	3.60	3.93	2	5
	เกษียณอายุงาน	11	3.00	.000	.000	3.00	3.00	3	3
	อื่นๆ	10	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
	Total	400	4.16	.631	.032	4.10	4.22	2	5
	พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	75	4.50	.351	.041	4.42	4.58	4
ข้าราชการ		31	4.67	.312	.056	4.55	4.78	4	5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ		199	4.51	.471	.033	4.45	4.58	4	5
พนักงานบริษัทเอกชน		74	4.20	.651	.076	4.05	4.35	3	5
เกษียณอายุงาน		11	3.75	.000	.000	3.75	3.75	4	4
อื่นๆ		10	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
Total		400	4.43	.504	.025	4.38	4.48	3	5

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	อาชีพอิสระ	ข้าราชการ	-.859 [*]	.113	.000	-1.08	-.64
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.488 [*]	.071	.000	-.63	-.35
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.172 [*]	.086	.047	-.34	.00
		เกษียณอายุงาน	.158	.170	.353	-.18	.49
		อื่นๆ	.098	.178	.582	-.25	.45
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.859 [*]	.113	.000	.64	1.08
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.371 [*]	.102	.000	.17	.57
		พนักงานบริษัทเอกชน	.687 [*]	.113	.000	.46	.91
ความต้องการที่จะลงทุน	ข้าราชการ	พนักงานบริษัทเอกชน	1.018 [*]	.185	.000	.65	1.38
		อื่นๆ	.957 [*]	.192	.000	.58	1.33
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.488 [*]	.071	.000	.35	.63
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.371 [*]	.102	.000	-.57	-.17
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	.316 [*]	.072	.000	.17	.46
		เกษียณอายุงาน	.647 [*]	.163	.000	.33	.97

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
พนักงานบริษัทเอกชน		อื่นๆ	.586 [*]	.171	.001	.25	.92
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.172 [*]	.086	.047	.00	.34
		ข้าราชการ	-.687 [*]	.113	.000	-.91	-.46
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.316 [*]	.072	.000	-.46	-.17
		เกษียณอายุงาน	.331	.170	.053	.00	.67
		อื่นๆ	.270	.178	.129	-.08	.62
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.158	.170	.353	-.49	.18
		ข้าราชการ	-1.018 [*]	.185	.000	-1.38	-.65
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.647 [*]	.163	.000	-.97	-.33
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.331	.170	.053	-.67	.00
เกษียณอายุงาน		อื่นๆ	-.061	.230	.793	-.51	.39
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.098	.178	.582	-.45	.25
		ข้าราชการ	-.957 [*]	.192	.000	-1.33	-.58
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.586 [*]	.171	.001	-.92	-.25
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.270	.178	.129	-.62	.08
		เกษียณอายุงาน	.061	.230	.793	-.39	.51
		ข้าราชการ	.076	.115	.507	-.15	.30
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.058	.073	.425	-.20	.08
		พนักงานบริษัทเอกชน	.435 [*]	.088	.000	.26	.61
		เกษียณอายุงาน	1.560 [*]	.173	.000	1.22	1.90
อื่นๆ		อื่นๆ	.310	.181	.087	-.05	.67
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.076	.115	.507	-.30	.15
		ข้าราชการ	-.134	.104	.196	-.34	.07
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.359 [*]	.115	.002	.13	.58
		เกษียณอายุงาน	1.484 [*]	.188	.000	1.11	1.85
		อื่นๆ	.234	.195	.232	-.15	.62
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.058	.073	.425	-.08	.20
		ข้าราชการ	.134	.104	.196	-.07	.34
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.493 [*]	.073	.000	.35	.64
		เกษียณอายุงาน	1.618 [*]	.166	.000	1.29	1.94
การแสวงหาข้อมูล		อื่นๆ	.368 [*]	.174	.035	.03	.71
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.435 [*]	.088	.000	-.61	-.26
		ข้าราชการ	-.359 [*]	.115	.002	-.58	-.13
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.493 [*]	.073	.000	-.64	-.35
		เกษียณอายุงาน	1.125 [*]	.173	.000	.78	1.47
		อื่นๆ	.234	.195	.232	-.15	.62
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.058	.073	.425	-.08	.20
		ข้าราชการ	.134	.104	.196	-.07	.34
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.493 [*]	.073	.000	.35	.64
		เกษียณอายุงาน	1.618 [*]	.166	.000	1.29	1.94

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
เกษียณอายุงาน	อื่นๆ	อื่นๆ	-.125	.181	.490	-.48	.23
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-1.560 [*]	.173	.000	-1.90	-1.22
		ข้าราชการ	-1.484 [*]	.188	.000	-1.85	-1.11
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-1.618 [*]	.166	.000	-1.94	-1.29
		พนักงานบริษัทเอกชน	-1.125 [*]	.173	.000	-1.47	-.78
		อื่นๆ	-1.250 [*]	.234	.000	-1.71	-.79
	อื่นๆ	เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.310	.181	.087	-.67	.05
		ข้าราชการ	-.234	.195	.232	-.62	.15
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.368 [*]	.174	.035	-.71	-.03
		พนักงานบริษัทเอกชน	.125	.181	.490	-.23	.48
เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	เกษียณอายุงาน	1.250 [*]	.234	.000	.79	1.71	
	ข้าราชการ	-.181	.100	.071	-.38	.02	
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.227 [*]	.064	.000	-.35	-.10	
	พนักงานบริษัทเอกชน	-.143	.077	.064	-.29	.01	
	เกษียณอายุงาน	.249	.152	.102	-.05	.55	
	อื่นๆ	-.651 [*]	.158	.000	-.96	-.34	
ข้าราชการ	เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.181	.100	.071	-.02	.38	
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.046	.091	.615	-.22	.13	
	พนักงานบริษัทเอกชน	.038	.100	.704	-.16	.24	
	เกษียณอายุงาน	.430 [*]	.165	.009	.11	.75	
	อื่นๆ	-.470 [*]	.171	.006	-.81	-.13	
	เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.227 [*]	.064	.000	.10	.35	
เกณฑ์กำหนดการเลือก	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	-.046	.091	.615	-.13	.22
		พนักงานบริษัทเอกชน	.084	.064	.191	-.04	.21
		เกษียณอายุงาน	.476 [*]	.145	.001	.19	.76
	อื่นๆ	เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.424 [*]	.152	.006	-.72	-.13
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.143	.077	.064	-.01	.29
		ข้าราชการ	-.038	.100	.704	-.24	.16
พนักงานบริษัทเอกชน	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.084	.064	.191	-.21	.04	
	เกษียณอายุงาน	.392 [*]	.152	.010	.09	.69	
	อื่นๆ	-.508 [*]	.158	.001	-.82	-.20	
	เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.249	.152	.102	-.55	.05	
	เกษียณอายุงาน	ข้าราชการ	-.430 [*]	.165	.009	-.75	-.11
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.476 [*]	.145	.001	-.76	-.19

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
การตัดสินใจลงทุน	อื่นๆ	พนักงานบริษัทเอกชน	-.392 [*]	.152	.010	-.69	-.09
		อื่นๆ	-.900 [*]	.205	.000	-1.30	-.50
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.651 [*]	.158	.000	.34	.96
		ข้าราชการ	.470 [*]	.171	.006	.13	.81
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.424 [*]	.152	.006	.13	.72
		พนักงานบริษัทเอกชน	.508 [*]	.158	.001	.20	.82
		เกษียณอายุงาน	.900 [*]	.205	.000	.50	1.30
		ข้าราชการ	-.427 [*]	.118	.000	-.66	-.19
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.227 [*]	.075	.003	-.37	-.08
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.345 [*]	.091	.000	.17	.52
		เกษียณอายุงาน	1.111 [*]	.179	.000	.76	1.46
		การตัดสินใจลงทุน	ข้าราชการ	อื่นๆ	.111	.187	.552
เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.427 [*]			.118	.000	.19	.66
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.199			.107	.063	-.01	.41
พนักงานบริษัทเอกชน	.772 [*]			.119	.000	.54	1.01
เกษียณอายุงาน	1.538 [*]			.195	.000	1.16	1.92
อื่นๆ	.538 [*]			.202	.008	.14	.93
เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	.227 [*]			.075	.003	.08	.37
ข้าราชการ	-.199			.107	.063	-.41	.01
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.573 [*]			.076	.000	.42	.72
เกษียณอายุงาน	1.338 [*]			.172	.000	1.00	1.68
อื่นๆ	-.338			.180	.060	-.01	.69
การตัดสินใจลงทุน	พนักงานบริษัทเอกชน			เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.345 [*]	.091	.000
		ข้าราชการ	-.772 [*]	.119	.000	-1.01	-.54
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.573 [*]	.076	.000	-.72	-.42
		เกษียณอายุงาน	.766 [*]	.179	.000	.41	1.12
		อื่นๆ	-.234	.187	.211	-.60	.13
		เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-1.111 [*]	.179	.000	-1.46	-.76
		ข้าราชการ	-1.538 [*]	.195	.000	-1.92	-1.16
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-1.338 [*]	.172	.000	-1.68	-1.00
		พนักงาน	-.766 [*]	.179	.000	-1.12	-.41
		บริษัทเอกชน	-.766 [*]	.179	.000	-1.12	-.41
		อื่นๆ	-1.000 [*]	.242	.000	-1.48	-.52
		การตัดสินใจลงทุน	อื่นๆ	เจ้าของกิจการ / อาชีพอิสระ	-.111	.187	.552

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval			
						Lower Bound	Upper Bound		
พฤติกรรมภายหลังการ ลงทุน	เจ้าของกิจการ / อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ	-.538 [*]	.202	.008	-.93	-.14		
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.338	.180	.060	-.69	.01		
		พนักงานบริษัทเอกชน	.234	.187	.211	-.13	.60		
		เกษียณอายุงาน	1.000 [*]	.242	.000	.52	1.48		
		ข้าราชการ	-.169	.100	.092	-.37	.03		
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.013	.064	.844	-.14	.11		
		พนักงานบริษัทเอกชน	.304 [*]	.077	.000	.15	.46		
		เกษียณอายุงาน	.750 [*]	.152	.000	.45	1.05		
		อื่นๆ	.500 [*]	.158	.002	.19	.81		
		เจ้าของกิจการ / อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ	.169	.100	.092	-.03	.37	
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	.157	.091	.085	-.02	.34		
		พนักงานบริษัทเอกชน	.473 [*]	.100	.000	.28	.67		
		เกษียณอายุงาน	.919 [*]	.165	.000	.60	1.24		
		อื่นๆ	.669 [*]	.171	.000	.33	1.01		
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.013	.064	.844	-.11	.14
ข้าราชการ	-.157			.091	.085	-.34	.02		
พนักงานบริษัทเอกชน	.317 [*]			.064	.000	.19	.44		
เกษียณอายุงาน	.763 [*]			.145	.000	.48	1.05		
อื่นๆ	.513 [*]			.152	.001	.21	.81		
เจ้าของกิจการ / อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ			-.304 [*]	.077	.000	-.46	-.15	
พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ			-.473 [*]	.100	.000	-.67	-.28	
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ			-.317 [*]	.064	.000	-.44	-.19	
เกษียณอายุงาน	.446 [*]			.152	.003	.15	.74		
อื่นๆ	.196			.158	.216	-.12	.51		
เจ้าของกิจการ / อาชีพ อิสระ	ข้าราชการ			-.750 [*]	.152	.000	-1.05	-.45	
เกษียณอายุงาน	ข้าราชการ			ข้าราชการ	-.919 [*]	.165	.000	-1.24	-.60
				พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.763 [*]	.145	.000	-1.05	-.48
				พนักงานบริษัทเอกชน	-.446 [*]	.152	.003	-.74	-.15
				อื่นๆ	-.250	.205	.224	-.65	.15
		เจ้าของกิจการ / อาชีพ อิสระ	อื่นๆ	-.500 [*]	.158	.002	-.81	-.19	
อื่นๆ	ข้าราชการ	ข้าราชการ	-.669 [*]	.171	.000	-1.01	-.33		

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) อาชีพ	(J) อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
		พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-.513 [*]	.152	.001	-.81	-.21
		พนักงานบริษัทเอกชน	-.196	.158	.216	-.51	.12
		เกษียณอายุงาน	.250	.205	.224	-.15	.65

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

สมมติฐานที่ 1.4 รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max	
					Lower Bound	Upper Bound			
ความต้องการ ที่จะลงทุน	10,000 - 50,000 บาท	273	4.36	.584	.035	4.29	4.43	3	5
	50,001 - 90,000 บาท	64	4.20	.563	.070	4.06	4.34	4	5
	90,001 - 130,000 บาท	43	4.95	.225	.034	4.88	5.02	4	5
	130,001 - 170,000 บาท	10	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	170,000 บาทขึ้นไป	10	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	Total	400	4.43	.588	.029	4.37	4.49	3	5
การแสวงหา ข้อมูล	10,000 - 50,000 บาท	273	4.22	.651	.039	4.14	4.29	2	5
	50,001 - 90,000 บาท	64	4.21	.372	.047	4.12	4.31	4	5
	90,001 - 130,000 บาท	43	4.42	.576	.088	4.25	4.60	4	5
	130,001 - 170,000 บาท	10	3.25	.000	.000	3.25	3.25	3	3
	170,000 บาทขึ้นไป	10	3.75	.000	.000	3.75	3.75	4	4
	Total	400	4.20	.616	.031	4.14	4.26	2	5
เกณฑ์ กำหนดการ เลือก	10,000 - 50,000 บาท	273	4.45	.491	.030	4.39	4.51	3	5
	50,001 - 90,000 บาท	64	4.08	.222	.028	4.03	4.14	3	4
	90,001 - 130,000 บาท	43	4.54	.544	.083	4.38	4.71	3	5
	130,001 - 170,000 บาท	10	4.93	.211	.067	4.78	5.08	4	5
	170,000 บาทขึ้นไป	10	4.47	.450	.142	4.14	4.79	3	5
	Total	400	4.41	.485	.024	4.36	4.46	3	5
การตัดสินใจ ลงทุน	10,000 - 50,000 บาท	273	4.19	.659	.040	4.11	4.26	2	5
	50,001 - 90,000 บาท	64	3.94	.414	.052	3.84	4.05	3	5
	90,001 - 130,000 บาท	43	4.49	.560	.085	4.32	4.66	4	5
	130,001 - 170,000 บาท	10	3.27	.211	.067	3.12	3.42	3	3
	170,000 บาทขึ้นไป	10	4.33	.000	.000	4.33	4.33	4	4
	Total	400	4.19	.659	.040	4.11	4.26	2	5

Descriptives									
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval		Min	Max	
					for Mean				
					Lower Bound	Upper Bound			
Total	400	4.16	.631	.032	4.10	4.22	2	5	
พฤติกรรม ภายหลังการ ลงทุน	10,000 - 50,000 บาท	273	4.46	.526	.032	4.39	4.52	3	5
	50,001 - 90,000 บาท	64	4.21	.308	.039	4.14	4.29	4	5
	90,001 - 130,000 บาท	43	4.55	.519	.079	4.39	4.71	4	5
	130,001 - 170,000 บาท	10	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	170,000 บาทขึ้นไป	10	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
	Total	400	4.43	.504	.025	4.38	4.48	3	5

ANOVA							
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
ความต้องการที่จะลงทุน	Between Groups	22.921	4	5.730	19.714	.000	
	Within Groups	114.812	395	.291			
	Total	137.733	399				
การแสวงหาข้อมูล	Between Groups	13.291	4	3.323	9.505	.000	
	Within Groups	138.095	395	.350			
	Total	151.386	399				
เกณฑ์กำหนดการเลือก	Between Groups	10.727	4	2.682	12.723	.000	
	Within Groups	83.263	395	.211			
	Total	93.990	399				
การตัดสินใจลงทุน	Between Groups	16.118	4	4.030	11.167	.000	
	Within Groups	142.531	395	.361			
	Total	158.649	399				
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	Between Groups	8.889	4	2.222	9.487	.000	
	Within Groups	92.526	395	.234			
	Total	101.415	399				

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รายได้	(J) รายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ความต้องการที่จะลงทุน	10,000 - 50,000 บาท	50,001 - 90,000 บาท	.538	.301	.075	-.06	1.13
		90,001 - 130,000 บาท	-.233	.356	.513	-.93	.47

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รายได้	(J) รายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
การแสวงหาข้อมูล	50,001 – 90,000 บาท	130,001 – 170,000 บาท	-.233	.699	.739	-1.61	1.14
		170,000 บาทขึ้นไป	-.233	.699	.739	-1.61	1.14
		10,000 - 50,000 บาท	-.538	.301	.075	-1.13	.06
		90,001 – 130,000 บาท	-.771	.428	.072	-1.61	.07
	90,001 – 130,000 บาท	130,001 – 170,000 บาท	-.771	.738	.297	-2.22	.68
		170,000 บาทขึ้นไป	-.771	.738	.297	-2.22	.68
		10,000 - 50,000 บาท	.233	.356	.513	-.47	.93
		50,001 – 90,000 บาท	.771	.428	.072	-.07	1.61
	130,001 – 170,000 บาท	130,001 – 170,000 บาท	.000	.762	1.000	-1.50	1.50
		170,000 บาทขึ้นไป	.000	.762	1.000	-1.50	1.50
		10,000 - 50,000 บาท	.233	.699	.739	-1.14	1.61
		50,001 – 90,000 บาท	.771	.738	.297	-.68	2.22
	170,000 บาทขึ้นไป	90,001 – 130,000 บาท	.000	.762	1.000	-1.50	1.50
		170,000 บาทขึ้นไป	.000	.971	1.000	-1.91	1.91
		10,000 - 50,000 บาท	.233	.699	.739	-1.14	1.61
		50,001 – 90,000 บาท	.771	.738	.297	-.68	2.22
	10,000 - 50,000 บาท	90,001 – 130,000 บาท	.000	.762	1.000	-1.50	1.50
		130,001 – 170,000 บาท	.000	.971	1.000	-1.91	1.91
		50,001 – 90,000 บาท	.014	.084	.867	-.15	.18
		90,001 – 130,000 บาท	-.195*	.099	.049	-.39	.00
	50,001 – 90,000 บาท	130,001 – 170,000 บาท	-.979*	.194	.000	.60	1.36
		170,000 บาทขึ้นไป	-.479*	.194	.014	.10	.86
		10,000 - 50,000 บาท	-.014	.084	.867	-.18	.15
		90,001 – 130,000 บาท	-.210	.119	.079	-.44	.02
90,001 – 130,000 บาท	130,001 – 170,000 บาท	.965*	.205	.000	.56	1.37	
	170,000 บาทขึ้นไป	.465*	.205	.024	.06	.87	
	10,000 - 50,000 บาท	.195*	.099	.049	.00	.39	
	50,001 – 90,000 บาท	.210	.119	.079	-.02	.44	
130,001 – 170,000 บาท	130,001 – 170,000 บาท	1.174*	.212	.000	.76	1.59	
	170,000 บาทขึ้นไป	.674*	.212	.002	.26	1.09	
	10,000 - 50,000 บาท	-.979*	.194	.000	-1.36	-.60	
	50,001 – 90,000 บาท	-.965*	.205	.000	-1.37	-.56	
170,000 บาทขึ้นไป	90,001 – 130,000 บาท	-1.174*	.212	.000	-1.59	-.76	
	170,000 บาทขึ้นไป	-.500	.270	.065	-1.03	.03	

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รายได้	(J) รายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
เกณฑ์กำหนดการเลือก	170,000 บาทขึ้นไป	10,000 - 50,000 บาท	-.479*	.194	.014	-.86	-.10
		50,001 - 90,000 บาท	-.465*	.205	.024	-.87	-.06
		90,001 - 130,000 บาท	-.674*	.212	.002	-1.09	-.26
		130,001 - 170,000 บาท	.500	.270	.065	-.03	1.03
	10,000 - 50,000 บาท	50,001 - 90,000 บาท	.393*	.055	.000	.29	.50
		90,001 - 130,000 บาท	-.151*	.064	.020	-.28	-.02
		130,001 - 170,000 บาท	-.492*	.126	.000	-.74	-.24
		170,000 บาทขึ้นไป	-.159	.126	.210	-.41	.09
	50,001 - 90,000 บาท	10,000 - 50,000 บาท	-.393*	.055	.000	-.50	-.29
		90,001 - 130,000 บาท	-.544*	.077	.000	-.70	-.39
		130,001 - 170,000 บาท	-.885*	.133	.000	-1.15	-.62
		170,000 บาทขึ้นไป	-.552*	.133	.000	-.81	-.29
	90,001 - 130,000 บาท	10,000 - 50,000 บาท	.151*	.064	.020	.02	.28
		50,001 - 90,000 บาท	.544*	.077	.000	.39	.70
		130,001 - 170,000 บาท	-.341*	.138	.014	-.61	-.07
		170,000 บาทขึ้นไป	-.008	.138	.955	-.28	.26
	130,001 - 170,000 บาท	10,000 - 50,000 บาท	.492*	.126	.000	.24	.74
		50,001 - 90,000 บาท	.885*	.133	.000	.62	1.15
		90,001 - 130,000 บาท	.341*	.138	.014	.07	.61
		170,000 บาทขึ้นไป	.333	.176	.058	-.01	.68
170,000 บาทขึ้นไป	10,000 - 50,000 บาท	.159	.126	.210	-.09	.41	
	50,001 - 90,000 บาท	.552*	.133	.000	.29	.81	
	90,001 - 130,000 บาท	.008	.138	.955	-.26	.28	
	130,001 - 170,000 บาท	-.333	.176	.058	-.68	.01	
10,000 - 50,000 บาท	50,001 - 90,000 บาท	.234*	.086	.007	.07	.40	
	90,001 - 130,000 บาท	-.311*	.101	.002	-.51	-.11	
	130,001 - 170,000 บาท	.844*	.199	.000	.45	1.23	
	170,000 บาทขึ้นไป	-.156	.199	.432	-.55	.23	
50,001 - 90,000 บาท	10,000 - 50,000 บาท	-.234*	.086	.007	-.40	-.07	
	90,001 - 130,000 บาท	-.546*	.122	.000	-.78	-.31	
	130,001 - 170,000 บาท	.609*	.210	.004	.20	1.02	
	170,000 บาทขึ้นไป	-.391	.210	.063	-.80	.02	
การตัดสินใจลงทุน	90,001 - 130,000 บาท	10,000 - 50,000 บาท	.311*	.101	.002	.11	.51
		50,001 - 90,000 บาท	.546*	.122	.000	.31	.78
	130,001 - 170,000 บาท	170,000 บาทขึ้นไป	1.155*	.217	.000	.73	1.58
		170,000 บาทขึ้นไป	.155	.217	.475	-.27	.58
130,001 - 170,000 บาท	10,000 - 50,000 บาท	-.844*	.199	.000	-1.23	-.45	

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) รายได้	(J) รายได้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
170,000 บาทขึ้นไป	50,001 – 90,000 บาท	50,001 – 90,000 บาท	-.609*	.210	.004	-1.02	-.20
		90,001 – 130,000 บาท	-1.155*	.217	.000	-1.58	-.73
		170,000 บาทขึ้นไป	-1.000*	.276	.000	-1.54	-.46
	10,000 - 50,000 บาท	50,001 – 90,000 บาท	.156	.199	.432	-.23	.55
		90,001 – 130,000 บาท	-.391	.210	.063	-.02	.80
		130,001 – 170,000 บาท	1.000*	.276	.000	.46	1.54
	50,001 – 90,000 บาท	50,001 – 90,000 บาท	.241*	.067	.000	.11	.37
		90,001 – 130,000 บาท	-.096	.079	.226	-.25	.06
		130,001 – 170,000 บาท	-.544*	.156	.001	-.85	-.24
	90,001 – 130,000 บาท	170,000 บาทขึ้นไป	.456*	.156	.004	.15	.76
		10,000 - 50,000 บาท	-.241*	.067	.000	-.37	-.11
		90,001 – 130,000 บาท	-.337*	.095	.000	-.53	-.15
130,001 – 170,000 บาท	130,001 – 170,000 บาท	-.785*	.165	.000	-1.11	-.46	
	170,000 บาทขึ้นไป	.215	.165	.192	-.11	.54	
	10,000 - 50,000 บาท	-.096	.079	.226	-.06	.25	
170,000 บาทขึ้นไป	50,001 – 90,000 บาท	-.337*	.095	.000	.15	.53	
	130,001 – 170,000 บาท	-.448*	.170	.009	-.78	-.11	
	170,000 บาทขึ้นไป	.552*	.170	.001	.22	.89	
130,001 – 170,000 บาท	10,000 - 50,000 บาท	.544*	.156	.001	.24	.85	
	50,001 – 90,000 บาท	-.785*	.165	.000	.46	1.11	
	90,001 – 130,000 บาท	-.448*	.170	.009	.11	.78	
170,000 บาทขึ้นไป	170,000 บาทขึ้นไป	1.000*	.216	.000	.57	1.43	
	10,000 - 50,000 บาท	-.456*	.156	.004	-.76	-.15	
	50,001 – 90,000 บาท	-.215	.165	.192	-.54	.11	
170,000 บาทขึ้นไป	90,001 – 130,000 บาท	-.552*	.170	.001	-.89	-.22	
	130,001 – 170,000 บาท	-1.000*	.216	.000	-1.43	-.57	

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

สมมติฐานที่ 1.5 สถานภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

		Descriptives							
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
						Lower Bound	Upper Bound		
ความต้องการที่จะลงทุน	โสด	234	4.42	.602	.039	4.34	4.50	3	5
	สมรส	157	4.43	.572	.046	4.34	4.52	3	5
	หม้าย	5	4.73	.435	.194	4.19	5.27	4	5
	หย่าร้าง	4	4.92	.167	.083	4.65	5.18	5	5
	Total	400	4.43	.588	.029	4.37	4.49	3	5
การแสวงหาข้อมูล	โสด	234	4.26	.585	.038	4.19	4.34	2	5
	สมรส	157	4.14	.643	.051	4.04	4.24	3	5
	หม้าย	5	3.50	.829	.371	2.47	4.53	2	4
	หย่าร้าง	4	4.00	.354	.177	3.44	4.56	4	4
	Total	400	4.20	.616	.031	4.14	4.26	2	5
เกณฑ์กำหนดการเลือก	โสด	234	4.41	.493	.032	4.35	4.48	3	5
	สมรส	157	4.42	.485	.039	4.34	4.49	3	5
	หม้าย	5	4.20	.183	.082	3.97	4.43	4	4
	หย่าร้าง	4	4.33	.272	.136	3.90	4.77	4	5
	Total	400	4.41	.485	.024	4.36	4.46	3	5
การตัดสินใจลงทุน	โสด	234	4.21	.600	.039	4.13	4.28	2	5
	สมรส	157	4.09	.664	.053	3.99	4.20	3	5
	หม้าย	5	4.00	.850	.380	2.94	5.06	3	5
	หย่าร้าง	4	4.33	.720	.360	3.19	5.48	3	5
	Total	400	4.16	.631	.032	4.10	4.22	2	5
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	โสด	234	4.37	.500	.033	4.31	4.43	3	5
	สมรส	157	4.53	.492	.039	4.45	4.61	4	5
	หม้าย	5	4.10	.720	.322	3.21	4.99	3	5
	หย่าร้าง	4	4.50	.354	.177	3.94	5.06	4	5
	Total	400	4.43	.504	.025	4.38	4.48	3	5

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	Between Groups	1.423	3	.474	1.378	.249
	Within Groups	136.310	396	.344		
	Total	137.733	399			
การแสวงหาข้อมูล	Between Groups	4.188	3	1.396	3.756	.011
	Within Groups	147.198	396	.372		
	Total	151.386	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	Between Groups	.256	3	.085	.360	.782
	Within Groups	93.734	396	.237		
	Total	93.990	399			
การตัดสินใจลงทุน	Between Groups	1.496	3	.499	1.257	.289
	Within Groups	157.153	396	.397		
	Total	158.649	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	Between Groups	2.944	3	.981	3.947	.009
	Within Groups	98.471	396	.249		
	Total	101.415	399			

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) สถานภาพ	(J) สถานภาพ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
การแสวงหาข้อมูล	โสด	สมรส	.127*	.063	.044	.00	.25
		หม้าย	.764*	.276	.006	.22	1.31
		หย่าร้าง	.264	.307	.391	-.34	.87
	สมรส	โสด	-.127*	.063	.044	-.25	.00
		หม้าย	.637*	.277	.022	.09	1.18
		หย่าร้าง	.137	.309	.658	-.47	.74
	หม้าย	โสด	-.764*	.276	.006	-1.31	-.22
		สมรส	-.637*	.277	.022	-1.18	-.09
		หย่าร้าง	-.500	.409	.222	-1.30	.30
	หย่าร้าง	โสด	-.264	.307	.391	-.87	.34
		สมรส	-.137	.309	.658	-.74	.47
		หม้าย	.500	.409	.222	-.30	1.30
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	โสด	สมรส	-.159*	.051	.002	-.26	-.06
		หม้าย	.270	.225	.232	-.17	.71
		หย่าร้าง	-.130	.251	.604	-.62	.36
	สมรส	โสด	.159*	.051	.002	.06	.26
		หม้าย	.429	.227	.059	-.02	.87
		หย่าร้าง	.029	.252	.910	-.47	.53
	หม้าย	โสด	-.270	.225	.232	-.71	.17
		สมรส	-.429	.227	.059	-.87	.02
		หย่าร้าง	-.400	.335	.233	-1.06	.26
	หย่าร้าง	โสด	.130	.251	.604	-.36	.62
		สมรส	-.029	.252	.910	-.53	.47
		หม้าย	.400	.335	.233	-.26	1.06

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

สมมติฐานที่ 1.6 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max	
					Lower Bound	Upper Bound			
ความต้องการที่จะลงทุน	ปวช. / ปวส. หรือต่ำกว่า	13	4.59	.596	.165	4.23	4.95	4	5
	ปริญญาตรี	237	4.34	.630	.041	4.26	4.42	3	5
	ปริญญาโท	145	4.56	.482	.040	4.48	4.64	3	5
	ปริญญาเอก	5	4.67	.577	.258	3.95	5.38	4	5

Descriptives									
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max	
					Lower Bound	Upper Bound			
Total	400	4.43	.588	.029	4.37	4.49	3	5	
การแสวงหาข้อมูล	ปวช. / ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรี	13	4.21	.776	.215	3.74	4.68	2	5
	ปริญญาตรี	237	4.28	.593	.038	4.21	4.36	2	5
	ปริญญาโท	145	4.06	.619	.051	3.96	4.17	3	5
	ปริญญาเอก	5	4.40	.652	.292	3.59	5.21	4	5
	Total	400	4.20	.616	.031	4.14	4.26	2	5
เกณฑ์กำหนดการเลือก	ปวช. / ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรี	13	4.49	.502	.139	4.18	4.79	4	5
	ปริญญาตรี	237	4.39	.478	.031	4.33	4.45	3	5
	ปริญญาโท	145	4.43	.497	.041	4.35	4.51	3	5
	ปริญญาเอก	5	4.67	.471	.211	4.08	5.25	4	5
	Total	400	4.41	.485	.024	4.36	4.46	3	5
การตัดสินใจลงทุน	ปวช. / ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรี	13	4.08	.760	.211	3.62	4.54	3	5
	ปริญญาตรี	237	4.14	.633	.041	4.06	4.23	2	5
	ปริญญาโท	145	4.19	.612	.051	4.09	4.29	3	5
	ปริญญาเอก	5	4.13	.837	.374	3.09	5.17	3	5
	Total	400	4.16	.631	.032	4.10	4.22	2	5
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	ปวช. / ปวส. หรือต่ำกว่าปริญญาตรี	13	4.52	.544	.151	4.19	4.85	3	5
	ปริญญาตรี	237	4.48	.508	.033	4.42	4.55	3	5
	ปริญญาโท	145	4.33	.485	.040	4.25	4.41	4	5
	ปริญญาเอก	5	4.70	.326	.146	4.30	5.10	4	5
	Total	400	4.43	.504	.025	4.38	4.48	3	5
ANOVA									
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
ความต้องการที่จะลงทุน	Between Groups		5.147	3	1.716	5.124	.002		
	Within Groups		132.586	396	.335				
	Total		137.733	399					
การแสวงหาข้อมูล	Between Groups		4.470	3	1.490	4.016	.008		
	Within Groups		146.916	396	.371				
	Total		151.386	399					
เกณฑ์กำหนดการเลือก	Between Groups		.549	3	.183	.775	.508		
	Within Groups		93.441	396	.236				
	Total		93.990	399					
การตัดสินใจลงทุน	Between Groups		.306	3	.102	.255	.857		
	Within Groups		158.342	396	.400				
	Total		158.649	399					
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	Between Groups		2.709	3	.903	3.623	.013		
	Within Groups		98.706	396	.249				
	Total		101.415	399					

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ศึกษา	(J) ศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ความต้องการที่จะลงทุน	ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	ปริญญาตรี	.251	.165	.129	-.07	.57
		ปริญญาโท	.027	.168	.874	-.30	.36
		ปริญญาเอก	-.077	.304	.801	-.68	.52
	ปริญญาตรี	ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	-.251	.165	.129	-.57	.07
		ปริญญาตรี	-.224 [*]	.061	.000	-.34	-.10
		ปริญญาโท	-.328	.261	.211	-.84	.19
	ปริญญาโท	ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	-.027	.168	.874	-.36	.30
		ปริญญาตรี	.224 [*]	.061	.000	.10	.34
		ปริญญาเอก	-.103	.263	.694	-.62	.41
	ปริญญาเอก	ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	.077	.304	.801	-.52	.68
		ปริญญาตรี	.328	.261	.211	-.19	.84
		ปริญญาโท	.103	.263	.694	-.41	.62
การแสวงหาข้อมูล	ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	ปริญญาตรี	-.070	.174	.686	-.41	.27
		ปริญญาโท	-.148	.176	.403	-.20	.49
		ปริญญาเอก	-.188	.321	.557	-.82	.44
	ปริญญาตรี	ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	.070	.174	.686	-.27	.41
		ปริญญาตรี	.218 [*]	.064	.001	.09	.34
		ปริญญาโท	-.118	.275	.667	-.66	.42
	ปริญญาโท	ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	-.148	.176	.403	-.49	.20
		ปริญญาตรี	-.218 [*]	.064	.001	-.34	-.09
		ปริญญาเอก	-.336	.277	.226	-.88	.21
	ปริญญาเอก	ปวช./ปวส. หรือต่ำกว่า	.188	.321	.557	-.44	.82
		ปริญญาตรี	.118	.275	.667	-.42	.66
		ปริญญาโท	.336	.277	.226	-.21	.88

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

สมมติฐานที่ 1.7 ระยะเวลาการลงทุนที่ต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกของประเทศไทยแตกต่างกัน

Descriptives									
		N	Mean	Std.	Std.	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
				Deviation	Error	Lower Bound	Upper Bound		
ความต้องการที่จะลงทุน	น้อยกว่า 1 ปี	201	4.35	.642	.045	4.26	4.44	3	5
	1-3 ปี	95	4.48	.525	.054	4.37	4.59	4	5
	4-6 ปี	46	4.57	.454	.067	4.44	4.71	4	5
	มากกว่า 6 ปี	58	4.52	.552	.072	4.37	4.66	3	5
	Total	400	4.43	.588	.029	4.37	4.49	3	5
การแสวงหาข้อมูล	น้อยกว่า 1 ปี	201	4.28	.438	.031	4.22	4.34	3	5
	1-3 ปี	95	4.46	.430	.044	4.37	4.55	3	5
	4-6 ปี	46	3.70	.961	.142	3.42	3.99	2	5
	มากกว่า 6 ปี	58	3.90	.721	.095	3.71	4.09	3	5
	Total	400	4.20	.616	.031	4.14	4.26	2	5
เกณฑ์กำหนดการเลือก	น้อยกว่า 1 ปี	201	4.32	.444	.031	4.26	4.38	3	5
	1-3 ปี	95	4.62	.492	.050	4.52	4.72	3	5
	4-6 ปี	46	4.43	.578	.085	4.26	4.60	3	5
	มากกว่า 6 ปี	58	4.36	.434	.057	4.25	4.48	3	5
	Total	400	4.41	.485	.024	4.36	4.46	3	5
การตัดสินใจลงทุน	น้อยกว่า 1 ปี	201	4.14	.552	.039	4.07	4.22	3	5
	1-3 ปี	95	4.47	.452	.046	4.38	4.57	4	5
	4-6 ปี	46	3.78	.881	.130	3.52	4.04	2	5
	มากกว่า 6 ปี	58	4.01	.677	.089	3.83	4.18	3	5
	Total	400	4.16	.631	.032	4.10	4.22	2	5
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	น้อยกว่า 1 ปี	201	4.44	.384	.027	4.39	4.49	4	5
	1-3 ปี	95	4.67	.419	.043	4.59	4.76	4	5
	4-6 ปี	46	4.25	.822	.121	4.01	4.49	3	5
	มากกว่า 6 ปี	58	4.14	.478	.063	4.01	4.26	4	5
	Total	400	4.43	.504	.025	4.38	4.48	3	5
ANOVA									
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.		
ความต้องการที่จะลงทุน	Between Groups		2.801	3	.934	2.740	.043		
	Within Groups		134.932	396	.341				
	Total		137.733	399					
การแสวงหาข้อมูล	Between Groups		24.409	3	8.136	25.374	.000		
	Within Groups		126.978	396	.321				
	Total		151.386	399					
เกณฑ์กำหนดการเลือก	Between Groups		6.086	3	2.029	9.139	.000		
	Within Groups		87.904	396	.222				
	Total		93.990	399					
การตัดสินใจลงทุน	Between Groups		17.340	3	5.780	16.198	.000		
	Within Groups		141.309	396	.357				
	Total		158.649	399					
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	Between Groups		11.985	3	3.995	17.690	.000		
	Within Groups		89.430	396	.226				
	Total		101.415	399					

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ระยะเวลา	(J) ระยะเวลา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
ความต้องการที่จะลงทุน	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	-.127	.073	.080	-.27	.02
		4-6 ปี	-.219*	.095	.022	-.41	-.03
		มากกว่า 6 ปี	-.164	.087	.060	-.34	.01
	1-3 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.127	.073	.080	-.02	.27
		4-6 ปี	-.092	.105	.382	-.30	.11
		มากกว่า 6 ปี	-.037	.097	.707	-.23	.15
	4-6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.219*	.095	.022	.03	.41
		1-3 ปี	.092	.105	.382	-.11	.30
		มากกว่า 6 ปี	.055	.115	.632	-.17	.28
	มากกว่า 6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.164	.087	.060	-.01	.34
		1-3 ปี	.037	.097	.707	-.15	.23
		4-6 ปี	-.055	.115	.632	-.28	.17
การแสวงหาข้อมูล	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	-.179*	.071	.011	-.32	-.04
		4-6 ปี	-.580*	.093	.000	.40	.76
		มากกว่า 6 ปี	.380*	.084	.000	.21	.55
	1-3 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.179*	.071	.011	.04	.32
		4-6 ปี	.759*	.102	.000	.56	.96
		มากกว่า 6 ปี	.560*	.094	.000	.37	.75
	4-6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	-.580*	.093	.000	-.76	-.40
		1-3 ปี	-.759*	.102	.000	-.96	-.56
		มากกว่า 6 ปี	-.200	.112	.075	-.42	.02
	มากกว่า 6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	-.380*	.084	.000	-.55	-.21
		1-3 ปี	-.560*	.094	.000	-.75	-.37
		4-6 ปี	.200	.112	.075	-.02	.42
น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	-.303*	.059	.000	-.42	-.19	
	4-6 ปี	-.106	.077	.170	-.26	.05	
	มากกว่า 6 ปี	-.040	.070	.566	-.18	.10	
1-3 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.303*	.059	.000	.19	.42	
	4-6 ปี	.197*	.085	.020	.03	.36	
	มากกว่า 6 ปี	.262*	.079	.001	.11	.42	
4-6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.106	.077	.170	-.05	.26	
	1-3 ปี	-.197*	.085	.020	-.36	-.03	
	มากกว่า 6 ปี	.065	.093	.482	-.12	.25	
มากกว่า 6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.040	.070	.566	-.10	.18	
	1-3 ปี	-.262*	.079	.001	-.42	-.11	

ANOVA							
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
การตัดสินใจลงทุน	4-6 ปี	-.065	.093	.482	-.25	.12	
	น้อยกว่า 1 ปี	1-3 ปี	-.331*	.074	.000	-.48	-.18
		4-6 ปี	.360*	.098	.000	.17	.55
	1-3 ปี	มากกว่า 6 ปี	.137	.089	.125	-.04	.31
		น้อยกว่า 1 ปี	.331*	.074	.000	.18	.48
		4-6 ปี	.691*	.107	.000	.48	.90
	4-6 ปี	มากกว่า 6 ปี	.468*	.100	.000	.27	.66
		น้อยกว่า 1 ปี	-.360*	.098	.000	-.55	-.17
		1-3 ปี	-.691*	.107	.000	-.90	-.48
	มากกว่า 6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	-.223	.118	.059	-.46	.01
		1-3 ปี	-.137	.089	.125	-.31	.04
		4-6 ปี	-.468*	.100	.000	-.66	-.27
น้อยกว่า 1 ปี	4-6 ปี	.223	.118	.059	-.01	.46	
	1-3 ปี	-.230*	.059	.000	-.35	-.11	
	4-6 ปี	.192*	.078	.014	.04	.34	
1-3 ปี	มากกว่า 6 ปี	.304*	.071	.000	.16	.44	
	น้อยกว่า 1 ปี	.230*	.059	.000	.11	.35	
	4-6 ปี	.421*	.085	.000	.25	.59	
พฤติกรรมภายหลังจากการลงทุน	มากกว่า 6 ปี	.533*	.079	.000	.38	.69	
	4-6 ปี	-.192*	.078	.014	-.34	-.04	
	1-3 ปี	-.421*	.085	.000	-.59	-.25	
มากกว่า 6 ปี	น้อยกว่า 1 ปี	.112	.094	.233	-.07	.30	
	1-3 ปี	-.304*	.071	.000	-.44	-.16	
	4-6 ปี	-.533*	.079	.000	-.69	-.38	
มากกว่า 6 ปี	1-3 ปี	-.112	.094	.233	-.30	.07	
	4-6 ปี	-.112	.094	.233	-.30	.07	
	4-6 ปี	-.112	.094	.233	-.30	.07	

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

สมมติฐานที่ 1.8 ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่แตกต่างกันส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยแตกต่างกัน

Descriptives									
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max	
					Lower Bound	Upper Bound			
ความต้องการที่จะลงทุน	5%	129	4.37	.660	.058	4.26	4.49	3	5
	10%	95	4.43	.532	.055	4.32	4.54	4	5
	15%	73	4.50	.519	.061	4.38	4.62	4	5
	20%	85	4.41	.585	.063	4.28	4.53	3	5
	25%	12	4.78	.519	.150	4.45	5.11	4	5
	30%	3	4.56	.770	.444	2.64	6.47	4	5
	35%	3	4.67	.577	.333	3.23	6.10	4	5
	Total	400	4.43	.588	.029	4.37	4.49	3	5

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
						Lower Bound	Upper Bound		
การแสวงหาข้อมูล	5%	129	4.34	.386	.034	4.27	4.40	3	5
	10%	95	4.41	.547	.056	4.29	4.52	3	5
	15%	73	3.96	.758	.089	3.78	4.13	2	5
	20%	85	4.06	.678	.074	3.91	4.21	3	5
	25%	12	3.40	.345	.100	3.18	3.61	3	4
	30%	3	4.75	.433	.250	3.67	5.83	4	5
	35%	3	4.67	.577	.333	3.23	6.10	4	5
	Total	400	4.20	.616	.031	4.14	4.26	2	5
เกณฑ์กำหนดการเลือก	5%	129	4.47	.499	.044	4.39	4.56	3	5
	10%	95	4.45	.456	.047	4.36	4.55	3	5
	15%	73	4.32	.442	.052	4.22	4.42	3	5
	20%	85	4.26	.491	.053	4.16	4.37	3	5
	25%	12	4.81	.361	.104	4.58	5.04	4	5
	30%	3	4.78	.385	.222	3.82	5.73	4	5
	35%	3	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	Total	400	4.41	.485	.024	4.36	4.46	3	5
การตัดสินใจลงทุน	5%	129	4.32	.538	.047	4.23	4.42	3	5
	10%	95	4.25	.610	.063	4.12	4.37	3	5
	15%	73	3.93	.650	.076	3.78	4.08	2	5
	20%	85	4.11	.679	.074	3.96	4.25	3	5
	25%	12	3.42	.452	.131	3.13	3.70	3	5
	30%	3	4.44	.192	.111	3.97	4.92	4	5
	35%	3	4.22	.192	.111	3.74	4.70	4	4
	Total	400	4.16	.631	.032	4.10	4.22	2	5
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	5%	129	4.47	.431	.038	4.39	4.54	4	5
	10%	95	4.66	.357	.037	4.59	4.73	4	5
	15%	73	4.05	.614	.072	3.91	4.19	3	5
	20%	85	4.35	.452	.049	4.26	4.45	4	5
	25%	12	4.88	.311	.090	4.68	5.07	4	5
	30%	3	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	35%	3	4.67	.577	.333	3.23	6.10	4	5
	Total	400	4.43	.504	.025	4.38	4.48	3	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ความต้องการที่จะลงทุน	Between Groups	2.473	6	.412	1.198	.306
	Within Groups	135.260	393	.344		
	Total	137.733	399			
การแสวงหาข้อมูล	Between Groups	21.810	6	3.635	11.025	.000
	Within Groups	129.576	393	.330		
	Total	151.386	399			
เกณฑ์กำหนดการเลือก	Between Groups	6.448	6	1.075	4.825	.000
	Within Groups	87.542	393	.223		

ANOVA						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Total	93.990	399			
การตัดสินใจลงทุน	Between Groups	15.069	6	2.511	6.874	.000
	Within Groups	143.580	393	.365		
	Total	158.649	399			
พฤติกรรมภายหลังการลงทุน	Between Groups	19.600	6	3.267	15.692	.000
	Within Groups	81.815	393	.208		
	Total	101.415	399			

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ภาษี	(J) ภาษี	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
การแสวงหาข้อมูล	5%	10%	-.068	.078	.381	-.22	.08
		15%	.382*	.084	.000	.22	.55
		20%	.278*	.080	.001	.12	.44
		25%	.941*	.173	.000	.60	1.28
		30%	-.413	.335	.219	-1.07	.25
		35%	-.329	.335	.326	-.99	.33
	10%	5%	.068	.078	.381	-.08	.22
		15%	.450*	.089	.000	.27	.63
		20%	.346*	.086	.000	.18	.51
		25%	1.009*	.176	.000	.66	1.36
		30%	-.345	.337	.307	-1.01	.32
	15%	35%	-.261	.337	.438	-.92	.40
		5%	-.382*	.084	.000	-.55	-.22
		10%	-.450*	.089	.000	-.63	-.27
		20%	-.103	.092	.260	-.28	.08
		25%	.560*	.179	.002	.21	.91
		30%	-.795*	.338	.019	-1.46	-.13
		35%	-.711*	.338	.036	-1.38	-.05
		20%	5%	-.278*	.080	.001	-.44
	10%		-.346*	.086	.000	-.51	-.18
	15%		-.103	.092	.260	-.08	.28
25%	.663*		.177	.000	.31	1.01	
30%	-.691*		.337	.041	-1.35	-.03	
35%	-.608		.337	.072	-1.27	.06	
25%	5%	-.941*	.173	.000	-1.28	-.60	
	10%	-1.009*	.176	.000	-1.36	-.66	
	15%	-.560*	.179	.002	-.91	-.21	
	20%	-.663*	.177	.000	-1.01	-.31	
	30%	-1.354*	.371	.000	-2.08	-.63	
	35%	-1.271*	.371	.001	-2.00	-.54	

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ภาษี	(J) ภาษี	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
เกณฑ์กำหนดการเลือก	30%	5%	.413	.335	.219	-.25	1.07
		10%	.345	.337	.307	-.32	1.01
		15%	.795*	.338	.019	.13	1.46
		20%	.691*	.337	.041	.03	1.35
		25%	1.354*	.371	.000	.63	2.08
	35%	5%	.083	.469	.859	-.84	1.01
		10%	.329	.335	.326	-.33	.99
		15%	.261	.337	.438	-.40	.92
		20%	.711*	.338	.036	.05	1.38
		25%	.608	.337	.072	-.06	1.27
	5%	10%	1.271*	.371	.001	.54	2.00
		15%	-.083	.469	.859	-1.01	.84
		20%	.020	.064	.751	-.11	.15
		25%	.153*	.069	.027	.02	.29
		30%	.210*	.066	.002	.08	.34
	10%	35%	-.333*	.142	.020	-.61	-.05
		5%	-.305	.276	.269	-.85	.24
		15%	-.527	.276	.057	-1.07	.01
		20%	-.020	.064	.751	-.15	.11
		25%	.133	.073	.071	-.01	.28
	15%	30%	.190*	.070	.007	.05	.33
		35%	-.353*	.145	.015	-.64	-.07
		5%	-.325	.277	.241	-.87	.22
		10%	-.547*	.277	.049	-1.09	.00
		20%	-.153*	.069	.027	-.29	-.02
	20%	25%	-.133	.073	.071	-.28	.01
		30%	.057	.075	.450	-.09	.20
		35%	-.486*	.147	.001	-.77	-.20
		5%	-.458	.278	.100	-1.00	.09
		10%	-.680*	.278	.015	-1.23	-.13
	25%	15%	-.210*	.066	.002	-.34	-.08
		20%	-.190*	.070	.007	-.33	-.05
		30%	-.057	.075	.450	-.20	.09
		35%	-.543*	.146	.000	-.83	-.26
		5%	-.515	.277	.064	-1.06	.03
30%	10%	-.737*	.277	.008	-1.28	-.19	
	15%	.333*	.142	.020	.05	.61	
	20%	.353*	.145	.015	.07	.64	
	25%	.486*	.147	.001	.20	.77	
	35%	.543*	.146	.000	.26	.83	
35%	5%	.028	.305	.927	-.57	.63	
	10%	-.194	.305	.524	-.79	.40	

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ภาษี	(J) ภาษี	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
การตัดสินใจลงทุน	30%	5%	.305	.276	.269	-.24	.85
		10%	.325	.277	.241	-.22	.87
		15%	.458	.278	.100	-.09	1.00
		20%	.515	.277	.064	-.03	1.06
		25%	-.028	.305	.927	-.63	.57
	35%	5%	-.222	.385	.564	-.98	.54
		10%	.527	.276	.057	-.01	1.07
		15%	.547*	.277	.049	.00	1.09
		20%	.680*	.278	.015	.13	1.23
		25%	.737*	.277	.008	.19	1.28
	5%	10%	.194	.305	.524	-.40	.79
		15%	.222	.385	.564	-.54	.98
		20%	.077	.082	.344	-.08	.24
		25%	.391*	.089	.000	.22	.57
		30%	.217*	.084	.011	.05	.38
	10%	15%	.906*	.182	.000	.55	1.26
		20%	-.121	.353	.731	-.82	.57
		25%	.101	.353	.775	-.59	.79
		30%	-.077	.082	.344	-.24	.08
		35%	.314*	.094	.001	.13	.50
	15%	20%	.140	.090	.122	-.04	.32
		25%	.829*	.185	.000	.46	1.19
		30%	-.199	.354	.575	-.90	.50
		35%	-.023	.354	.947	-.67	.72
		5%	-.391*	.089	.000	-.57	-.22
	20%	10%	-.314*	.094	.001	-.50	-.13
		15%	-.174	.096	.071	-.36	.02
		25%	.515*	.188	.007	.14	.89
		30%	-.513	.356	.151	-1.21	.19
		35%	-.291	.356	.415	-.99	.41
	25%	5%	-.217*	.084	.011	-.38	-.05
		10%	-.140	.090	.122	-.32	.04
		15%	.174	.096	.071	-.02	.36
		20%	.689*	.186	.000	.32	1.06
		30%	-.339	.355	.341	-1.04	.36
30%	35%	-.116	.355	.743	-.81	.58	
	5%	-.906*	.182	.000	-1.26	-.55	
	10%	-.829*	.185	.000	-1.19	-.46	
	15%	-.515*	.188	.007	-.89	-.14	
	20%	-.689*	.186	.000	-1.06	-.32	
35%	30%	-1.028*	.390	.009	-1.79	-.26	
	35%	-.806*	.390	.040	-1.57	-.04	

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ภาษี	(J) ภาษี	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
พฤติกรรมภายหลังการ ลงทุน	30%	5%	.121	.353	.731	-.57	.82
		10%	.199	.354	.575	-.50	.90
		15%	.513	.356	.151	-.19	1.21
		20%	.339	.355	.341	-.36	1.04
		25%	1.028*	.390	.009	.26	1.79
	35%	5%	.222	.494	.653	-.75	1.19
		10%	-.101	.353	.775	-.79	.59
		15%	-.023	.354	.947	-.72	.67
		20%	.291	.356	.415	-.41	.99
		25%	.116	.355	.743	-.58	.81
	5%	10%	.806*	.390	.040	.04	1.57
		15%	-.222	.494	.653	-1.19	.75
		20%	-.191*	.062	.002	-.31	-.07
		25%	.416*	.067	.000	.28	.55
		30%	.114	.064	.074	-.01	.24
	10%	15%	-.408*	.138	.003	-.68	-.14
		20%	-.533*	.266	.046	-1.06	-.01
		25%	-.200	.266	.454	-.72	.32
		30%	.191*	.062	.002	.07	.31
		35%	.607*	.071	.000	.47	.75
	15%	20%	.305*	.068	.000	.17	.44
		25%	-.217	.140	.121	-.49	.06
		30%	-.342	.268	.202	-.87	.18
		35%	-.009	.268	.974	-.53	.52
		5%	-.416*	.067	.000	-.55	-.28
	20%	10%	-.607*	.071	.000	-.75	-.47
		15%	-.302*	.073	.000	-.44	-.16
		25%	-.824*	.142	.000	-1.10	-.54
		30%	-.949*	.269	.000	-1.48	-.42
		35%	-.615*	.269	.023	-1.14	-.09
	25%	5%	-.114	.064	.074	-.24	.01
		10%	-.305*	.068	.000	-.44	-.17
		15%	.302*	.073	.000	.16	.44
		20%	-.522*	.141	.000	-.80	-.25
		30%	-.647*	.268	.016	-1.17	-.12
30%	35%	-.314	.268	.243	-.84	.21	
	5%	.408*	.138	.003	.14	.68	
	10%	.217	.140	.121	-.06	.49	
	15%	.824*	.142	.000	.54	1.10	
	20%	.522*	.141	.000	.25	.80	
35%	30%	-.125	.295	.671	-.70	.45	
	35%	.208	.295	.480	-.37	.79	

Post Hoc Test

Multiple Comparisons

LSD

Dependent Variable	(I) ภาษี	(J) ภาษี	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
	30%	5%	.533*	.266	.046	.01	1.06
		10%	.342	.268	.202	-.18	.87
		15%	.949*	.269	.000	.42	1.48
		20%	.647*	.268	.016	.12	1.17
		25%	.125	.295	.671	-.45	.70
	35%	5%	.333	.373	.371	-.40	1.07
		10%	.200	.266	.454	-.32	.72
		15%	.009	.268	.974	-.52	.53
		20%	.615*	.269	.023	.09	1.14
		25%	.314	.268	.243	-.21	.84
		30%	-.208	.295	.480	-.79	.37
		35%	-.333	.373	.371	-1.07	.40

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

		Correlations				
		ความต้องการที่จะลงทุน	การแสวงหาข้อมูล	เกณฑ์กำหนดการเลือก	การตัดสินใจลงทุน	พฤติกรรมภายหลังการลงทุน
ด้านผลิตภัณฑ์	Pearson Correlation	.312**	.076	.168**	.320**	-.014
	Sig. (2-tailed)	.000	.130	.001	.000	.773
	N	400	400	400	400	400
ด้านราคา	Pearson Correlation	.335**	.114*	.114*	.199**	.130**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.023	.000	.009
	N	400	400	400	400	400
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	Pearson Correlation	.439**	.213**	.417**	.129**	.320**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.010	.000
	N	400	400	400	400	400
ด้านการส่งเสริมการตลาด	Pearson Correlation	.231**	.403**	.182**	.342**	.372**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
ด้านบุคลากร	Pearson Correlation	.342**	.189**	.284**	.209**	.317**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
ด้านกระบวนการบริการ	Pearson Correlation	.385**	.267**	.355**	.314**	.212**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
ด้านลักษณะทางกายภาพ	Pearson Correlation	.218**	.443**	.343**	.290**	.372**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

		Correlations				
		ความต้องการที่จะลงทุน	การแสวงหาข้อมูล	เกณฑ์กำหนดการเลือก	การตัดสินใจลงทุน	พฤติกรรมภายหลังการลงทุน
ด้านรายได้	Pearson Correlation	.305**	.651**	.357**	.470**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
ด้านค่าใช้จ่าย	Pearson Correlation	.154**	.648**	.448**	.546**	.402**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
ด้านสินเชื่อ	Pearson Correlation	.053	.468**	.334**	.541**	.416**
	Sig. (2-tailed)	.288	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400
ด้านการออม	Pearson Correlation	.239**	.420**	.254**	.524**	.296**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	400	400	400	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวนงลักษณ์ ทรัพย์สมบูรณ์
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 9 เมษายน 2528
ที่อยู่	95 หมู่ที่ 3 ตำบลวังกระโจม อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก 26000
การศึกษา	ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล บพิตรพิมุขมหาเมฆ
สถานที่ทำงาน	บมจ.ธนาคารกรุงไทย สาขาเทศบาลโศภิตา นครนายก ข1-150 ตำบลนครนายก อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก 26000
เบอร์โทรศัพท์	086-5424103
E-mail	nongluk_s@mail.rmutt.ac.th

