

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อย ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors affecting the decision to invest in mutual funds of retail investors in Bangkok

นายสุพรรณชัย กุลรัตน์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับให้มีค่าความคลาดเคลื่อนได้ในระดับร้อยละ ± 5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การทดสอบค่าที (T-Test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-60,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด อันดับ 1 คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X}=4.18$) รองลงมา อันดับ 2 ด้านกระบวนการบริการ ($\bar{X}=4.16$) อันดับ 3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.10$) อันดับ 4 ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=4.00$) อันดับ 5 ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=3.94$) อันดับ 6 ด้านราคา ($\bar{X}=3.91$) และอันดับ 7 ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.80$) ตามลำดับระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุและการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ ในขณะที่การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร สัมพันธ์กับ การให้ความสำคัญต่อกระบวนการบริการ และการให้ความสำคัญต่อบุคลากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ สัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด , การตัดสินใจลงทุน , กองทุนรวม , นักลงทุนรายย่อย

Abstracts

The objective of this study is to study the factors affecting investment decision of mutual funds of 400 retail investors in Bangkok by Taro Yamane using the formula of At the 95 percent confidence level and tolerance levels can be ± 5 , the convenient sampling method was used. The research instruments were questionnaires. The statistics used in the research were descriptive statistics by Analysis, frequency, percentage, mean and standard deviation, and use inferential statistics to test the hypothesis by using the (T – test) to test the variance. One- way ANOVA and multiple regression analysis.

The results show that most of the respondents were female, aged between 41 to 50 years, had a bachelor degree, occupation, private company employees. The average monthly income is 30,000 baht to 60,000 baht. The marketing mix factors that have the highest decision to invest in mutual funds of retail investors in Bangkok are the personnel. Followed in second is service process, 3rd in distribution channel, 4th in physical characteristics, 5th in product , 6th in price and 7th in marketing promotion respectively. The level of investment decisions in retail funds of retail investors in Bangkok is at a high level.

The hypothesis test found that individual differences in age and education affect the decision to invest in mutual funds of retail investors in Bangkok with statistical significance at the level of .01 and .05 respectively, while the investment decisions in the mutual funds of retail investors in Bangkok are related to the importance of management processes and the importance of personnel. With statistical significance at the level of .01 and in relation to the importance of the product at the statistical significance of .05

Keyword : Marketing mix , Investment decision, Mutual fund , Retail investors

1. บทนำ

ในปัจจุบันรูปแบบการออมเงินของประชาชนได้พัฒนาจากอดีตไปมาก จากอดีตที่ออมเงินด้วยวิธีการฝากเงินในธนาคารที่รับผลตอบแทนจากดอกเบี้ยเป็นหลัก ด้วยอัตราดอกเบี้ยที่เคยได้รับสูงสุด ร้อยละ 16-17 ต่อปี ในปี พ.ศ.2534-2535 ทำให้คนไทยในอดีตนิยมฝากเงินไว้ที่ธนาคาร หรือนิยมให้ลูกหลานฝากเงินไว้ที่ธนาคารออมสิน แต่หลังจากประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งในปี พ.ศ.2540 ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยปรับตัวลงอยู่ในระดับต่ำเป็นเวลายาวนานถึงปัจจุบัน ล่าสุดในปี พ.ศ.2562 อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์อยู่ที่ ร้อยละ 0.5 ต่อปี อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำอยู่ที่ ร้อยละ 1.75 ต่อปี และล่าสุดเมื่อวันที่ 7 ส.ค.2562 นายทิตินันท์ มัลลิกะมาส ผู้ช่วยผู้ว่าการสายนโยบายการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในฐานะเลขานุการ คณะกรรมการนโยบายการเงิน(กนง.) แถลงผลการประชุม กนง. มีมติด้วยคะแนน 5 ต่อ 2 เสียงให้ลดอัตราดอกเบี้ยลงร้อยละ 0.25 ต่อปี จากร้อยละ 1.75 ต่อปี เป็นร้อยละ 1.5 ต่อปี โดยให้มีผลทันที (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 8 ส.ค.2562) ไม่เพียงแต่ในสถานการณ์ที่อัตราดอกเบี้ยลดต่ำลง แต่ยังคงต้องเผชิญกับสถานการณ์อัตราเงินเฟ้อที่ทำให้ค่าของเงินลดลงจากการที่สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น ประชาชนที่มีเงินออมเหลือจึงพยายามหาทางเลือกที่จะสร้างผลตอบแทนสูงขึ้นให้กับตัวเอง โดยการนำเงินออมไปลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินต่างๆ เช่น ลงทุนในพันธบัตรรัฐบาล หุ้นกู้ หุ้นสามัญ ทองคำ เป็นต้น นอกจากนี้สถาบันการเงินต่างๆ ได้เสนอ

ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลายรูปแบบมากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักลงทุนที่แตกต่างกัน เช่น การออกกองทุนรวมประเภทต่างๆทำให้นักลงทุนประเภทบุคคลธรรมดาสามารถเลือกลงทุนผ่านกองทุนเหล่านั้นได้ การลงทุนผ่านกองทุนรวมเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น เนื่องจากผู้ลงทุนเข้าใจถึงประโยชน์ของการลงทุนผ่านบุคคลกรที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ได้แก่ ผู้แนะนำการลงทุน(IC) , ผู้วางแผนการลงทุน(IP) และนักวางแผนการเงิน(CFP) ซึ่งจะลดความเสี่ยงจากการลงทุนด้วยตนเอง

ดังนั้นกองทุนรวม คือ เครื่องมือในการลงทุน (Investment Vehicle) สำหรับผู้ลงทุนรายย่อยที่ประสงค์จะนำเงินมาลงทุนในตลาดเงินตลาดทุน แต่ติดขัดด้วยอุปสรรคหลายประการ ที่ทำให้การลงทุนด้วยตนเองไม่สามารถได้ผลลัพธ์ตามเป้าหมายที่ต้องการ เช่น มีทุนทรัพย์จำนวนจำกัด ไม่สามารถกระจายการลงทุนในหลักทรัพย์ต่างประเทศได้มากพอ เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุน หรือไม่มีประสบการณ์ ความรู้ ความชำนาญในการลงทุน หรือไม่มีเวลาจะศึกษาค้นหา และติดตามข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจลงทุน กองทุนรวม จึงเป็นเครื่องมือในการลงทุนที่มีประสิทธิภาพ มีการจัดการลงทุนอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดมุ่งหมายให้การลงทุนได้รับผลตอบแทนที่ดีที่สุด ภายใต้กรอบความเสี่ยงที่ผู้ลงทุนยอมรับได้ (Thaimutualfund.com , 2562) ซึ่งลักษณะของกองทุนรวม คือ การนำเงินจากนักลงทุนรายย่อยเพื่อรวมเป็นเงินก้อนขนาดใหญ่ แล้วนำไปลงทุนผ่านกองทุนรวมที่บริหารกองทุนโดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน(บลจ.) ที่เป็นมืออาชีพบริหารการลงทุนแทนนักลงทุนหรือผู้ถือหน่วยลงทุนโดยนำเงินไปลงทุนตามวัตถุประสงค์และนโยบายการลงทุนของแต่ละโครงการที่ตั้งไว้ อีกทั้งมีการจัดตั้งผู้ดูแลผลประโยชน์เพิ่มขึ้นมาอีกตามที่กฎหมายกำหนดไว้

การที่มีทางเลือกในการลงทุนที่หลากหลายทำให้แต่ละคนก็จะจัดสรรเงินเพื่อการลงทุนที่แตกต่างกันซึ่งการลงทุนแต่ละแบบก็ให้ผลตอบแทนและมีความเสี่ยงในการลงทุนที่แตกต่างกัน ยิ่งในปัจจุบันยังมีทางเลือกในการลงทุนมากขึ้น มีตราสารทางการเงินที่โครงสร้างซับซ้อนมากขึ้น การให้ผลตอบแทนที่มีเงื่อนไขแตกต่างกัน ผู้ลงทุนก็ต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับตนเอง จากประชากรไทยประมาณ 66 ล้านคน มีผู้ลงทุนในกองทุนรวมประมาณ 2.2 ล้านคน และมีผู้ลงทุนในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพอีกประมาณ 2.1 ล้านคน ซึ่งอาจเป็นคนกลุ่มเดียวกันได้ โดยมีการประมาณอย่างคร่าวๆที่ 3.5 ล้านคน ก็คิดเป็นเพียงร้อยละ 5.3 ของประชากรคนไทยทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมกองทุนรวมของประเทศไทยกับประเทศอื่นๆการลงทุนในกองทุนรวมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของประเทศไทย (AUM/GDP) ยังอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำที่ร้อยละ 23.01 ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมกองทุนรวมของไทยยังมีโอกาสเติบโตไปได้อีกมาก หากเมื่อจะนำไปเปรียบเทียบกับเงินที่ลงทุนสินทรัพย์ทางการเงิน (AUM) ของโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 9.21 ต่อปี หากนักลงทุนในประเทศไทยมองเห็นโอกาส รู้จักการใช้กองทุนรวมเป็นเครื่องมือทางการเงินในการเพิ่มรายได้ สร้างผลตอบแทนในการลงทุนให้กองทุนรวมของประเทศไทยขยายตัวตามเศรษฐกิจของประเทศต่างๆตามภูมิภาคหรือตามเศรษฐกิจของเศรษฐกิจโลก ซึ่งหากประเทศไทยสามารถทำให้กองทุนรวมเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มีประสิทธิภาพ เป็นเครื่องมือในการลงทุนที่สำคัญของคนไทย สร้างให้ตลาดเงินและตลาดทุนมีความแข็งแกร่ง มั่นคง มีเสถียรภาพได้ ทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่น ส่งเสริมให้นักลงทุนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการลงทุนซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาตลาดทุนในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน (คอลัมน์ Smart Money, Smart Life, สมาคมบริษัทจัดการลงทุน 2557)

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวข้างต้นดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อนำมาเป็นข้อมูลให้แก่นักลงทุนเพื่อตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม หรือเพื่อให้บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการวางแผนการตลาดและใช้เป็นแนวทางกลยุทธ์ในการดำเนินการของบริษัทที่สามารถออกผลิตภัณฑ์กองทุนรวมให้มีความเหมาะสมและตรงตามความต้องการของนักลงทุนรายย่อยได้ และเพื่อให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการ

กำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้กำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมและช่วยกระตุ้นให้เกิดการออมการลงทุนของประชาชนผ่านการลงทุนในกองทุนรวม

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร

3. สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักลงทุนรายย่อยที่ลงทุนในกองทุนรวมของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Simple Size) โดยใช้สูตรการคำนวณของ Taro Yamane ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับให้มีค่าความคาดเคลื่อน(e) ของการประมาณค่าเฉลี่ยเกิดขึ้นได้ในระดับร้อยละ ± 5 เมื่อขนาดของประชากรไม่จำกัดจำนวน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการแบบสะดวก (Convenience Sampling)

4.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

4.2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อย
- ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อย

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อย

4.2.2 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

(1) การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test)

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Concordance : IOC) โดยกำหนดว่าค่าแต่ละข้อต้องมากกว่า 0.5 และดำเนินการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเที่ยงตรงชัดเจนถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์และสมบรูณ์ยิ่งขึ้นตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

(2) การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test)

นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ได้ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

จากการคำนวณค่า โดยโปรแกรม SPSS โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 40 ชุด จะได้ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.941 โดยค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละด้าน มีดังนี้

4.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน

4.3.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ไม่ได้เก็บรวบรวมเอง แต่มีผู้อื่นหรือหน่วยงานอื่นทำการเก็บรวบรวมไว้แล้ว เช่น จากรายงานของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม สำนักงานวิจัย มหาวิทยาลัย เป็นต้น โดยทางผู้วิจัยได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตำรา หนังสือ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความจากวารสาร หนังสือพิมพ์ และข้อมูลเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องทางอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมากำหนดกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่กำหนดขอบเขตข้อมูล และจัดทำแบบสอบถาม

4.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีรายละเอียดตรงตามที่ผู้ต้องการโดยทางผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย และเก็บรวบรวมแบบสอบถาม หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลแล้วจึงนำแบบสอบถามทั้งหมดไปวิเคราะห์ผล โดยใช้สถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลมาประมวลผล แล้วนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาทดสอบกับกรอบแนวคิดของการวิจัย ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในช่วงวันที่ 18 สิงหาคม 2562 ถึง วันที่ 8 ตุลาคม 2562 ใช้ระยะเวลา 50 วัน

4.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อย โดยการอธิบายในรูปแบบแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าอัตราการ้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐานทั้งสองข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

- สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (T-Test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-Test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance One-way : ANOVA) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่.05จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่(Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ SLD (Least Square Difference)
- สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ทดสอบหาความสัมพันธ์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ผลการวิจัย

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58 มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 29.5 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา คือ อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.5

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ลงทุนในกองทุนรวม 1 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.3 มีวัตถุประสงค์ในการลงทุนในกองทุนรวมอันดับ 1 เพื่อออมเงินในอนาคต คิดเป็นร้อยละ 39.0 อันดับ 2 เพื่อลดหย่อนภาษี คิดเป็นร้อยละ 25.5 และอันดับ 3 เพื่อหาผลตอบแทนมากกว่าเงินฝาก คิดเป็นร้อยละ 24.3 มีเงินลงทุนในกองทุนรวมน้อยกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา จำนวน 20,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.3 มีสัดส่วนเงินลงทุนในกองทุนรวมร้อยละ 10-30 คิดเป็นร้อยละ 47.0 รองลงมาสัดส่วนน้อยกว่าร้อยละ 10 คิดเป็นร้อยละ 43.0 ใช้ระยะเวลาในการลงทุนในกองทุนรวม 4-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาระยะเวลา 1-3 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.8 บุคคลที่ช่วยให้คำปรึกษาเพื่อการตัดสินใจในการลงทุนในกองทุนรวมมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา คือ ที่ปรึกษาการเงิน คิดเป็นร้อยละ 32.5

5.3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม

จากการศึกษา พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีความสำคัญมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านมีความสำคัญในระดับมากทุกด้าน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ ด้านกระบวนการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญกับบริษัทมีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาให้ความสำคัญกับมีผลตอบแทนมากกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ด้านราคา มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญกับราคาหน่วยลงทุนมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลตอบแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 รองลงมาให้ความสำคัญกับการสามารถลงทุนแบบรายเดือนหรือ Dollar Cost Average (DCA) ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญกับการสามารถชำระค่าหน่วยลงทุนได้สะดวก เช่น ชำระผ่าน ATM , Counter Service , Internet Banking , Mobile Banking มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาให้ความสำคัญกับการสามารถทำรายการซื้อ/ขาย/สับเปลี่ยนหน่วยลงทุนผ่านทาง Web Site / Mobile Application ได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางที่หลากหลาย เช่น โทรทัศน์ , สื่อหนังสือพิมพ์ , Internet , Direct Mail , SMS , E-mail , Web Site , Mobile Application มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 รองลงมาให้ความสำคัญเท่ากัน คือ มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มี Gift Voucher , แจกของที่ระลึก , ได้รับเชิญเข้าร่วมงานเปิดตัวกองทุนใหม่ และ มีการจัดอบรม/สัมมนาให้ความรู้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ เช่น สัมมนาวางแผนการเงิน , สัมมนาวางแผนลงทุน , สัมมนาวางแผนภาษี , สัมมนาวางแผนเกษียณ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ด้านบุคลากร มีความสำคัญในระดับมาก 3 ข้อ และระดับมากที่สุด 1 ข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดกับการมีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ จรรยาบรรณ และให้คำแนะนำเพื่อการลงทุนได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาให้ความสำคัญกับการสามารถวางแผนทางการเงินครอบคลุมทุกด้านเพื่อให้บรรลุเป้าหมายชีวิต ประกอบด้วย แผนการใช้จ่าย , แผนจัดการความเสี่ยง , แผนการลงทุน , แผนจัดการภาษี , แผนการเกษียณ และแผนจัดการมรดก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญกับการมีแอปพลิเคชันที่สามารถดูข้อมูลกองทุนของตนเองได้บน Smart Phone มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมาให้ความสำคัญกับรูปแบบการนำเสนอข้อมูลประกอบการลงทุนง่ายต่อการเข้าใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ด้านกระบวนการบริการ มีความสำคัญในระดับมาก 3 ข้อ และมากที่สุด 1 ข้อ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าให้ความสำคัญมากที่สุดกับการส่งคำสั่งซื้อขายหน่วยลงทุนมีความปลอดภัย ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาให้ความสำคัญกับการทำธุรกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกองทุนรวม เช่น เปิดบัญชี , ซื้อ-ขาย สามารถทำได้สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

5.4 ข้อมูลระดับการตัดสินใจ

จากการศึกษา พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างมีระดับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมในระดับมาก ซึ่งถ้าให้กลุ่มตัวอย่างทำการตัดสินใจในการลงทุนใหม่ก็仍将เลือกลงทุนในกองทุนรวมเช่นเดิม ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.98 คะแนน

5.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.5.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

พบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความแตกต่างของการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ระหว่างชายและหญิง ระหว่างกลุ่มอาชีพต่างกัน ระหว่างกลุ่มรายได้ต่างกัน ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.5.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อยู่ที่ร้อยละ 39.10 และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการบริการ ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ โดยเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 , .01 และ .05 ตามลำดับ ซึ่งตัวแปรอิสระส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมได้มากที่สุด คือ กระบวนการบริการ บุคลากร และผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-60,000 บาท ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของ Kotler (1997, p.151) กล่าวว่า ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อาชีพ อายุ รายได้ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ และสัญชาติ เป็นตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนแบ่งตลาด เพื่อใช้วัดความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคและความถี่ในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านประชากรสูง ซึ่งการศึกษาวิจัยด้านประชากรศาสตร์ ทำให้ทราบขนาดของตลาดเป้าหมายและสื่อที่ใช้ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของอดุลย์ สาลีฟา (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในกรุงเทพฯและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท และสอดคล้องกับผลการศึกษา

ของทรรศวรณ จันท์สาย (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ(RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)กับ บลจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ครอบครัวรวมเฉลี่ยต่อเดือน 100,001-250,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการลงทุนในกองทุนรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการลงทุน 1-5 ปี มีวัตถุประสงค์การลงทุน อันดับ1เพื่อออมเงินในอนาคต อันดับ2เพื่อลดหย่อนภาษี อันดับ3เพื่อหาผลตอบแทนมากกว่าเงินฝาก มีเงินลงทุนน้อยกว่า 20,000 บาท สัดส่วนเงินลงทุน ร้อยละ 10-30 ระยะเวลาในการลงทุน 4-10 ปี บุคคลที่มีส่วนช่วยให้คำปรึกษาเพื่อการตัดสินใจในการลงทุนในกองทุนรวมมากที่สุด คือ ตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพรชกร จิรภิญโญ(2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนมีความคิดเห็นในเรื่องเพื่อเก็บเป็นออมเงินหรือเงินลงทุนในอนาคตมากที่สุดและสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรรศวรณ จันท์สาย (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ(RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)กับ บลจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ที่สำคัญของการลงทุน คือ เพื่อประโยชน์ในการหักลดหย่อนภาษี รองลงมาได้แก่ เพื่อหวังผลตอบแทนจากการลงทุน และเพื่อเป็นการออมเพื่ออนาคต ตามลำดับ

3. ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีความสำคัญมากและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านมีความสำคัญในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของKotler & Keller (2006, p.16) อธิบายว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งบริษัทนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และสอดคล้องตามแนวคิดของ Kotler (1997, p.92) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียง 4 ตัวเท่านั้น ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ตัวแปรได้แก่ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps และจากการศึกษา ยังพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านกระบวนการบริการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ โสภารัตน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มซีสุขสวัสดิ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มซีสุขสวัสดิ์ มากที่สุด ดังนี้ อันดับที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{X} =4.60) อันดับที่ 2 ด้านบุคคล (\bar{X} =4.48) อันดับที่ 3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (\bar{X} =4.43) อันดับที่ 4 ด้านกระบวนการ (\bar{X} =4.34) อันดับที่ 5 ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (\bar{X} =4.33) อันดับที่ 6 ด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{X} =4.23) อันดับที่ 7 ด้านราคา (\bar{X} =4.17) ตามลำดับ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรรศวรณ จันท์สาย (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ(RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)กับ บลจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ(RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริหาร และด้านภาพลักษณ์องค์กร

4. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน พบว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสรัญญา เปล่งฉวี (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความต้องการซื้อหน่วยลงทุนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับผลการศึกษาของทรรศวรรณ จันทร์สาย (2557) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ(RMF) และกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF)กับ บลจ.บัวหลวงผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

5. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อยู่ที่ร้อยละ 39.10 และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการบริการ ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ โดยเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 , .01 และ .05 ตามลำดับซึ่งตัวแปรอิสระส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมได้มากที่สุดคือ กระบวนการบริการ บุคลากร และผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปาริชาติ โสภารัตน์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุขสวัสดิ์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล และด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุขสวัสดิ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับผลการศึกษาของพรพรรณ จิรภิญโญ (2559) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลส่งผลถึงการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานครขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อยู่ที่ร้อยละ 39.10 และการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านกระบวนการบริการ ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ โดยเป็นความสัมพันธ์ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 , .01 และ .05 ตามลำดับซึ่งตัวแปรอิสระส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมได้มากที่สุดคือ กระบวนการบริการ บุคลากร และผลิตภัณฑ์ ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางให้กับบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม สถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจ วางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ และการกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับ

ความต้องการใช้บริการของประชาชนในแต่ละด้านโดยเรียงตามส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม ควรดำเนินการโดยมีแนวทาง ดังนี้

1.ด้านกระบวนการบริการ พบว่า เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมมากที่สุดอันดับ 1 โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการส่งคำสั่งซื้อขายหน่วยลงทุนมีความปลอดภัย ถูกต้อง และสามารถตรวจสอบได้ ดังนั้นบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมควรพัฒนากระบวนการบริการส่งรายการซื้อขายรวมถึงช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วไม่ยุ่งยากซับซ้อน รวมทั้งในเรื่องการขอเอกสารกองทุนจนถึงการออกหนังสือยืนยันหน่วยลงทุน กระทั่งการให้บริการเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนรวดเร็ว จะส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุน เนื่องจากนักลงทุนสามารถทำการเปรียบเทียบและทำธุรกรรมได้รวดเร็วและไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการซื้อขายหน่วยลงทุน และในอนาคตบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม หรือผู้ประกอบการ Starup ควรพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินที่ทำให้คำแนะนำด้านการลงทุนส่วนบุคคลขึ้นมาที่เรียกว่า Robo Advisor ซึ่งประกอบด้วยอัลกอริทึม(Algorithm) การจัดการข้อมูลจำนวนมาก(Big Data Management) และสมองกล(Artificial Intelligence)มาใช้ร่วมกับการให้คำปรึกษาด้านการเงิน (Financial Advisor) เพื่อวางแผนการเงินและการลงทุนในสินทรัพย์ทางการเงินประเภทต่างๆ เพื่อตอบโจทย์เป้าหมายทางการเงินของผู้ลงทุน

2.ด้านบุคลากร พบว่า เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมมากเป็นอันดับ2 โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ จรรยาบรรณ และให้คำแนะนำเพื่อการลงทุนได้ ซึ่งบุคลากรที่มีคุณวุฒิวิชาชีพ ได้แก่ ผู้แนะนำการลงทุน (Investment Consultant : IC) ผู้วางแผนการลงทุน (Investment Planner : IP) นักวางแผนการเงิน (Certified Financial Planner : CFP) และจากข้อมูลสมาคมนักวางแผนการเงินไทย ณ เดือนมีนาคม 2562 ที่มีที่ปรึกษาการเงิน AFPT จำนวน 859 และนักวางแผนการเงิน จำนวน 286 คน ซึ่งยังถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับสัดส่วนประชากรส่วนใหญ่ทั่วประเทศ และการเข้าถึงการบริการก็ยังน้อยอยู่ยังพบข้อมูลอีกว่าความรู้ทางการเงินคนไทยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของคนทั่วโลก อยู่ที่ร้อยละ 27 ค่าเฉลี่ยทั่วโลก อยู่ที่ร้อยละ 33 (อ้างอิง:http://gec.org/wpcontent/uploads/2015/11/Finlit_paper_16_F2_single.pdf) และข้อมูลสุขภาพการเงินคนไทยป่วยขั้นวิกฤต TMB เจาะลึกสถานการณ์ทางการเงินของคนไทย พบอาการน่าเป็นห่วง ทั้งมีเงินออมไม่พอ ดินสัยใช้จ่ายเรื่องไม่จำเป็น รวมทั้งส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ในการออม และไม่มีแผนการวางแผนหรือป้องกันความเสี่ยงทางการเงินไว้ล่วงหน้า ที่สำคัญมี 1 ใน 5 หากเกิดเหตุฉุกเฉินหรือตกงานจะมีเงินใช้ได้ไม่ถึง 1 เดือน (ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ และ TMB Analytics 24 มิ.ย.2018) จะเห็นได้ว่าบุคลากรที่มีคุณวุฒิวิชาชีพที่ให้คำแนะนำให้คำปรึกษามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจการลงทุน ดังนั้น บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวม สถาบันการเงิน และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ควรส่งเสริมการสร้างบุคลากรที่เป็นมืออาชีพให้มากขึ้นเพียงพอต่อความต้องการของประชาชนในประเทศ และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้จักและเข้าถึงการบริการให้มากขึ้น นอกเหนือจากพนักงานธนาคาร และส่งเสริมให้บุคลากรที่มีคุณวุฒิวิชาชีพออกไปให้ความรู้ทางการเงินให้กับบริษัท องค์กร หน่วยงานต่างๆ เพื่อช่วยให้คนไทยในสังคมไทยและครอบครัวไทยมีระดับความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ที่เพิ่มมากขึ้น

3.ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมมากเป็นอันดับ3 โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับบริษัทมีความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง และให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีผลตอบแทนมากกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก ดังนั้นบริษัทจัดการกองทุนรวมจะต้องดำเนินการศึกษาภาพลักษณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงการสร้างแบรนด์ สร้างการบริการ สร้างการรับรู้ และสร้างคุณค่าให้ลูกค้า เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงแก่บริษัท และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ด้วยช่องทางที่หลากหลายเข้าถึงกลุ่มประชากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะเดียวกันควรออกผลิตภัณฑ์กองทุนรวมที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบโจทย์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ลงทุน โดยเฉพาะกองทุนรวมที่ให้ผลตอบแทนมากกว่าดอกเบี้ยเงินฝากอาจจะมีหลายกองทุน และมีหลายนโยบายการลงทุนให้กับผู้ลงทุนได้เลือกหลายๆทางเลือก หรือในอนาคตอาจจะมี Robo Advisor มาช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมกับผู้ลงทุนแต่ละรายเป็นรายบุคคล ตามระดับความเสี่ยง และตามเป้าหมายทางการเงินของแต่ละบุคคล รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่กระจายการลงทุนในพอร์ตโฟลิโอ การกระจายการลงทุนนี้มีผลต่อสถิติในการลดความเสี่ยงโดยรวม

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระหัวข้อ “การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร” ฉบับนี้สามารถสำเร็จเรียบร้อยได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.สุรพัฒน์ มังคะลี ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำงานค้นคว้าอิสระที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนให้ความช่วยเหลือแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการการสอบทั้ง 2 ท่าน ได้แก่ อาจารย์ ดร.สุรพัฒน์ มังคะลี และ อาจารย์ ดร.จิตรัตน์ มีเพิ่มพูนศรี ที่ให้ความอนุเคราะห์และสละเวลาเพื่อมาให้คำแนะนำและชี้แนะแก้ไข เพื่อให้รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา บ่มเพาะจนผู้ศึกษาสามารถนำเอาหลักการต่างๆมาประยุกต์และอ้างอิงในงานค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ คุณอภิพงศ์ พงศ์เสาวภาคย์, คุณพนิต ปัญญาบดีกุล CFP® และ ดร.วรวงษ์ สว่างศรี รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาและขอบคุณครอบครัวภรรยากับลูกชายที่เป็นกำลังใจให้ตลอดเวลาที่ทำการศึกษาครั้งนี้ และขอขอบพระคุณพระเจ้า สำหรับทุกเรื่องราวดีๆ ที่เกิดขึ้น และขอบคุณพี่น้องในพระคริสต์ทุกท่านที่คอยช่วยอธิษฐานเพื่อให้การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จ

อนึ่ง ผู้จัดทำหวังว่า การค้นคว้าอิสระฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อท่านผู้อ่าน หรือผู้ที่กำลังศึกษาค้นคว้างานวิจัยในอนาคต หากมีข้อผิดพลาดประการใดที่เกิดขึ้น ผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ ศรีนวล. (2558). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการลงทุน และแรงจูงใจในการลงทุน ที่มีผล*

ต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหา

บัณฑิต , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- จตุพร อินทร์อักษร. (2560). การตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว *LTF* เพื่อลดหย่อนภาษีของ นักศึกษาโครงการพิเศษ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จตุรงค์ศักดิ์ ชัยประสิทธิ์จินดา. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย *ไทยของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จีรวรรณ พิสุทธิพันธ์. (2561). การตัดสินใจเลือกลงทุนกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ(*RMF*) ของบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (หน้า 1-14) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทรรศวรรณ จันทร์สาย. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม *RMF* และ *LTF* กับ บลจ.บัวหลวง : กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- ปาริชาติ โสภารัตน์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสุขสวัสดิ์. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยสยาม.
- พระพร จิรปัญญา. (2559). ปัจจัยการลงทุนและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไป ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มนินทร์ปภา จีรวิทย์บุพผา. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในกองทุนของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มานะ เงินศรีสุข. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 14(1) : 128-145.
- เรวดี รัชชาชล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพเพื่อลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ลักษณะมี กรลขิตไพศาล. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของนักลงทุนในกองทุนรวม *LTF/RMF* ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- วิไลลักษณ์ จัยช่วย. (2561). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุนของกลุ่มเอเนอเรนซ์หน่วย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภสิทธิ์ อัสภาหุ. (2560). *ปัจจัยพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่มคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สรัญญา เป่างฉวี. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการซื้อหน่วยลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว(LTF) และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ(RMF)*. การค้นคว้าอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุกานดา รักธวารนนท์. (2560). *ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุนา บุปผา. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนทางการเงินของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองศรีราชาจังหวัดชลบุรี*. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 7(3) : 115-124.
- อดุลย์ สาลิฟา. (2559). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถเดช เทพชัยระวงศ์. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในหน่วยลงทุนประเภทกองทุนต่างประเทศของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต , มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Kotler,P.(1997). *Marketing management : Analysis,planning,implementation and control*. (9thed.). New Jersey : A Simon & Schuster Company.
- Kotler,P.(2003). *Marketing management*. (11thed.). Upper Saddle River, NJ : Prentice-Hall.
- Kotler,P.,& Lane,K. (2012). *Marketing management*. (14thed.). New Jersey : Pearson Education.
- Yamane,T.(1973).*Statistic : An introductory analysis*.(3rd ed.). New York : Haper & Row.