



การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิกอระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจ  
ภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.

ธนาคารกรุงไทย

โดย

นางสาวนุช ประเสริฐผล



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานิคอระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจ  
ภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน  
รัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2562  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE CANONICAL CORRELATION ANALYSIS BETWEEN SERVICE MARKETING MIX  
AND DOMESTIC ECONOMY FOR THE INVESTMENT DECISION IN LONG TERM  
EQUITY FUND OF KRUNGTHAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED STATE  
ENTERPRISE EMPLOYEES



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
PROGRAM)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2019

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ค่าโคออร์ดิเนตระหว่างส่วนประสมทาง  
การตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจ  
ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.  
ธนาคารกรุงไทย  
โดย นุช ประเสริฐผล  
สาขาวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2  
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์

---

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิรินุช อินละคร )

59602349 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, เศรษฐกิจภายในประเทศ, สหสัมพันธ์คานอนิคอล, กองทุนรวมหุ้นระยะยาว

นางสาว นุช ประเสริฐผล: การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำนวนทั้งหมด 400 คน ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าสหสัมพันธ์คานอนิคอล

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ของพนักงานบมจ.ธนาคารกรุงไทย เมื่อพิจารณาระดับความเห็นแล้ว พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับของปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว เมื่อพิจารณาระดับความเห็นแล้วพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย พบว่าตัวแปรคานอนิคอลของส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศ มีความสัมพันธ์กัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล ( $R_c$ ) เท่ากับ 0.737 โดยค่าน้ำหนักคานอนิคอลของชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.432 - 0.861 และค่าน้ำหนักคานอนิคอลของชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.373 - 0.828

59602349 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)

Keyword : SERVICE MARKETING MIX, DOMESTIC ECONOMY, CANONICAL CORRELATION, LONG TERM EQUITY FUND

MISS NUCH PRASERTPHOL : THE CANONICAL CORRELATION ANALYSIS BETWEEN SERVICE MARKETING MIX AND DOMESTIC ECONOMY FOR THE INVESTMENT DECISION IN LONG TERM EQUITY FUND OF KRUNGTHAI BANK PUBLIC COMPANY LIMITED STATE ENTERPRISE EMPLOYEES THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR PRASOPCHAI PASUNON, Ph.D.

This research aims to study the level of service marketing mix and domestic economy, including the canonical correlation between service marketing mix and domestic economy for the investment decision in Long Term Equity Fund (LTF) of Krungthai Bank public company limited state enterprise employees. The sample size in this research was 400 employees. The questionnaire was used as a tool to collect data and analyze data by frequency, percentage, mean, standard deviation, pearson correlation and canonical correlation analysis.

The results of the study found that 1) The level of service marketing mix for the investment decision in Long Term Equity Fund, the overall were rated at the high level. 2) The level of domestic economy for the investment decision in Long Term Equity Fund, the overall were rated at the high level. 3) Analyzing the canonical correlation service marketing mix was related to domestic economy for the investment decision in Long Term Equity Fund (LTF) and the canonical correlation coefficient was 0.737. The factors loading of service marketing mix were between 0.432 - 0.861 and the factors loading of domestic economy were between 0.373 - 0.828.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. ประสพชัย พสุนนท์ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา คำแนะนำ สนับสนุน และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ส่งผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบ ขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูง

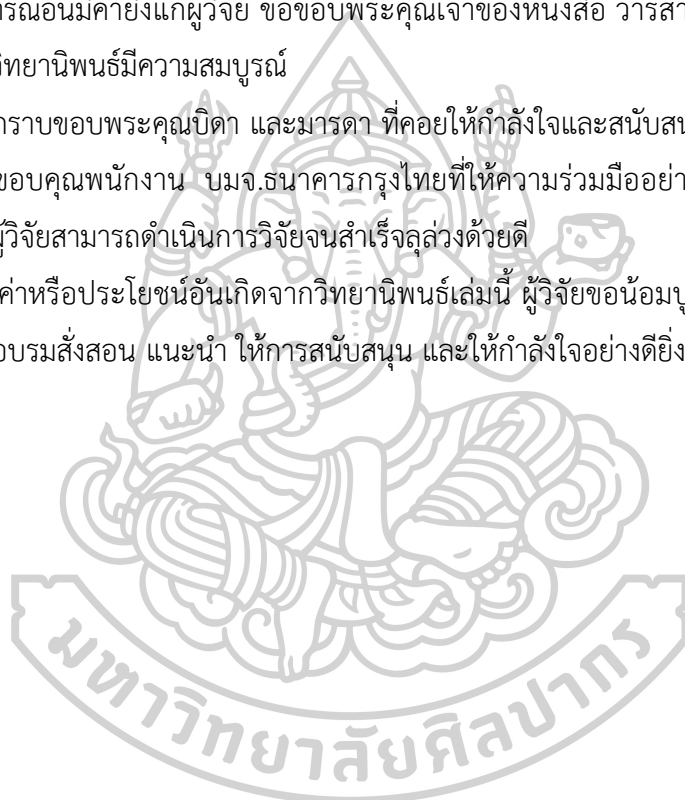
ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการประกอบการทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์ทุก เล่ม ที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณบิดา และมารดา ที่คอยให้กำลังใจและสนับสนุนทุนการศึกษาแก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทยที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บข้อมูลการ วิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา

นุช ประเสริฐผล



## สารบัญ

|                                                       | หน้า |
|-------------------------------------------------------|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย.....                                  | ง    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....                               | จ    |
| กิตติกรรมประกาศ.....                                  | ฉ    |
| สารบัญ.....                                           | ช    |
| สารบัญตาราง.....                                      | ฌ    |
| สารบัญรูปภาพ.....                                     | ฎ    |
| บทที่ 1 บทนำ.....                                     | 1    |
| ความสำคัญของปัญหา.....                                | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....                          | 4    |
| ขอบเขตของการวิจัย.....                                | 5    |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย.....                             | 6    |
| ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....                     | 7    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ.....                                  | 7    |
| บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....                    | 9    |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ..... | 9    |
| แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ.....                 | 17   |
| ความรู้เกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF).....       | 21   |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                            | 25   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....                       | 28   |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....                          | 28   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....                       | 29   |



|                                                                                                                                                                                                                       |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....                                                                                                                                                                               | 31  |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล.....                                                                                                                                                                                              | 32  |
| การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....                                                                                                                                                                       | 33  |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....                                                                                                                                                                                     | 34  |
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม.....                                                                                                                                                      | 36  |
| ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจใน<br>ประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว.....                                                                         | 43  |
| ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจ<br>ภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน<br>รัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย.....                        | 68  |
| ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานานิคอระหว่างชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการและชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้น<br>ระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย..... | 80  |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....                                                                                                                                                                             | 84  |
| สรุปผลการวิจัย.....                                                                                                                                                                                                   | 84  |
| อภิปรายผลการวิจัย.....                                                                                                                                                                                                | 90  |
| ข้อเสนอแนะ.....                                                                                                                                                                                                       | 92  |
| ภาคผนวก.....                                                                                                                                                                                                          | 94  |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....                                                                                                                                                                                              | 95  |
| ภาคผนวก ข การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือตามแนวคิดของครอนบาร์ค.....                                                                                                                                              | 103 |
| ภาคผนวก ค หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย.....                                                                                                                                                             | 108 |
| รายการอ้างอิง.....                                                                                                                                                                                                    | 112 |
| ประวัติผู้เขียน.....                                                                                                                                                                                                  | 116 |

## สารบัญตาราง

หน้า

|                                                                                                                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม<br>ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน.....                    | 36 |
| ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม<br>อัตราภาษีที่เสียในปัจจุบัน .....                                                         | 39 |
| ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม<br>ประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว .....                                           | 40 |
| ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม<br>วัตถุประสงค์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว.....                                          | 41 |
| ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม<br>ระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้ .....                                              | 42 |
| ตารางที่ 6 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการ<br>ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว .....                  | 44 |
| ตารางที่ 7 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการ<br>ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว .....                       | 46 |
| ตารางที่ 8 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการ<br>ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว .....       | 48 |
| ตารางที่ 9 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการ<br>ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว .....         | 50 |
| ตารางที่ 10 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการด้านพนักงานหรือบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว .....        | 52 |
| ตารางที่ 11 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว. .... | 54 |
| ตารางที่ 12 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว.....         | 56 |

|                                                                                                                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| ตารางที่ 13 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว .....                       | 58 |
| ตารางที่ 14 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว.....                                          | 60 |
| ตารางที่ 15 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้านอัตราเงินเฟ้อที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว.....                                          | 62 |
| ตารางที่ 16 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้านอัตราการว่างงานที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว .....                                       | 64 |
| ตารางที่ 17 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ..... | 66 |
| ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย .....                          | 68 |
| ตารางที่ 19 สหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย .....        | 80 |
| ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์คานอนิคอลมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์โครงสร้างระหว่างชุดตัวแปรฟังก์ชันที่ 1.....                                                                                            | 81 |

## สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 6

ภาพที่ 2 โมเดลสหสัมพันธ์คาโนนิกอระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจ  
ภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ ..... 82



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความสำคัญของปัญหา

การออมเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเป็นการช่วยสนับสนุนการลงทุน การผลิต การจ้างงาน และการบริโภคของประเทศ ทำให้เกิดการกระจายรายได้ ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศอย่างต่อเนื่อง ประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย ยิ่งต้องการเงินลงทุนจำนวนมากในการพัฒนาประเทศ โดยจะระดมเงินออมจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งประเทศไทยประสบปัญหาจากการระดมเงินออมภายในประเทศ เนื่องจากรายได้เฉลี่ยของประชาชนในแต่ละครัวเรือนไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย และอัตราหนี้สินภาคครัวเรือนมีอัตราที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งสวนทางกับอัตราการออมเงินของประชาชน เรวัตี รักษาชล (2558) ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2560 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าครัวเรือนในประเทศไทย มีรายได้และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 26,973 และ 21,897 บาท ตามลำดับ โดยมีหนี้สินเฉลี่ยสูงถึง 177,128 บาทต่อครัวเรือน ซึ่งคิดเป็น 6.6 เท่าของรายได้ และภาวะการเป็นหนี้ของครัวเรือนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น คือ จำนวนครัวเรือนที่เป็นหนี้เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 49.1 ในปี 2558 เป็น 51.0 ในปี 2560 ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากการที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผนทางการเงิน จึงส่งผลกระทบต่อตนเองและครอบครัว กลายเป็นภาระทางสังคมในอนาคต (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561)

ปัจจุบันการออมและการลงทุนที่ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การออมเงินฝากทุกประเภทผ่านธนาคารพาณิชย์ การลงทุนในพันธบัตรและตราสารหนี้ภาครัฐบาล การลงทุนในกองทุนรวม การลงทุนในตราสารทุนหรือหุ้น และการซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิต (สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์, 2561) ซึ่งปัจจุบันพบว่า การออมโดยการลงทุนผ่านกองทุนรวม มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น นับตั้งแต่วันจัดตั้งกองทุน พ.ศ. 2535 มีมูลค่าทรัพย์สินสุทธิในกองทุนรวม 73,930.00 ล้านบาท จนถึงปัจจุบัน พ.ศ.2560 มีมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ เพิ่มขึ้นเป็น 4,648,984.64 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโต ประมาณร้อยละ 6,416 ซึ่งนับว่าเป็นอัตราการเจริญเติบโตที่สูงมาก (สมาคมบริษัทจัดการลงทุน, 2561b) ถึงแม้จะมีบางปีที่ตกต่ำ

ในช่วงปี 2540 ที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจในประเทศ ที่มูลค่าทรัพย์สินสุทธิลดลงไปร้อยละ 58.9 แต่หลังจากนั้นก็เติบโตมาโดยตลอด มีปีที่ลดลงไปเล็กน้อยบ้าง แต่ก็ไม่ได้ถือว่าเป็นประเด็นสำคัญ

ดังนั้นภาพรวมของอุตสาหกรรมกองทุนรวม จึงถือว่ามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้จำนวนผู้ออมผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมกองทุนรวมเมื่อเทียบเป็นสัดส่วนต่อจำนวนประชากรทั้งประเทศแล้ว ยังถือว่ามีจำนวนน้อยมาก แต่ตัวเลขนี้ได้เพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง จากที่เริ่มในปี 2540 มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.61 เท่านั้น หากมองในแง่ดีคือผู้มีรายได้อื่นได้เริ่มให้ความสนใจในการออมการลงทุนผ่านกองทุนรวมมากขึ้น ประกอบกับสมาคมตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้มีการจัดตั้งโครงการส่งเสริมการออมเงินผ่านกองทุนรวมขึ้น ในชื่อโครงการว่า “ให้เงินทำงานผ่านกองทุนรวม” เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นฐานการลงทุนในกองทุนรวมให้แก่ประชาชน อีกทั้งยังมีการพัฒนาเครื่องมือเพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่สำคัญได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น และจากนโยบายการลดวงเงินการคุ้มครองเงินฝากของสถาบันคุ้มครองเงินฝาก ตามพระราชบัญญัติสถาบันคุ้มครองเงินฝาก พ.ศ. 2551 จึงทำให้ประชาชนให้ความสนใจในการลงทุนผ่านกองทุนรวมกันมากขึ้น (นงลักษณ์ ทรัพย์สมบูรณ์, 2559) เนื่องจากกองทุนรวมเป็นเครื่องมือทางการเงินที่ให้อัตราผลตอบแทนสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคาร ในสถานการณ์ที่อัตราดอกเบี้ยเงินฝากมีแนวโน้มลดลงในอนาคต และอัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้น ผู้ลงทุนจึงพยายามหาทางเลือกที่จะสร้างผลตอบแทนที่สูงสุดให้กับตนเอง (สุนทรี่ จึงประเสริฐกุล, 2552)

โดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยออกกองทุนรวมมา 2 ประเภท เพื่อส่งเสริมการออมและการลงทุนในระยะยาว และเพื่อเป็นการวางแผนการเงินไว้ใช้ยามเกษียณ และสามารถนำไปลดหย่อนภาษีประจำปีได้ (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558) ได้แก่ 1. กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund : RMF) เป็นกองทุนรวมที่ส่งเสริมให้เกิดการออมเงินระยะยาวไว้ โดยใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นตัวจูงใจให้ออมสำหรับไว้ใช้จ่ายตอนเกษียณอายุ และเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนที่อยู่ในอาชีพซึ่งไม่มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หรือกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ ได้มีเงินออมไว้ใช้ในอนาคตด้วย โดยผู้ลงทุนจะต้องลงทุนอย่างต่อเนื่องจนอายุครบ 55 ปี บริบูรณ์ 2. กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Equity Fund : LTF) เป็นกองทุนรวมที่เน้นลงทุนในหุ้น รัฐบาลมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดเสถียรภาพในระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์ ป้องกันความผันผวนในตลาดหลักทรัพย์ โดยใช้สิทธิประโยชน์ทางภาษีเป็นตัวจูงใจให้ลงทุนระยะยาวในตลาดหุ้น โดย

กองทุนจะนำเงินไปลงทุนในตลาดหุ้น โดยจะลงทุนในหุ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65 (จิรัศย์ชา รัตนเพียร, 2557)

ปัจจุบัน มีบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนรวมมีทั้งสิ้น 25 บริษัท และจำนวนบริษัทจัดการที่มีกองทุนรวมหุ้นระยะยาวทั้งสิ้น 20 บริษัท จำนวนรวม 83 กองทุน คิดเป็นมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ 397.13 พันล้านบาท และจำนวนบริษัทจัดการที่มีกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพมีทั้งสิ้น 20 บริษัท จำนวนรวม 180 กองทุน คิดเป็นมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ 251.44 พันล้านบาท ซึ่งมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวมหุ้นระยะยาวสูงกว่ากองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ คิดเป็นร้อยละ 57.94 จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่านักลงทุนทั่วไปส่วนใหญ่จะให้ความสนใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) (สมาคมบริษัทจัดการลงทุน, 2561a)

การที่ผู้ลงทุนให้ความสนใจในการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวเป็นจำนวนมากนั้น อาจเนื่องมาจากปัจจัยหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องผลตอบแทนจากการลงทุนในระยะยาว ที่สูงกว่าผลตอบแทนที่ได้จากการฝากเงินกับสถาบันการเงิน และปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ทั้งนี้การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ต้องพิจารณาจากปัจจัยในหลายๆด้าน ประกอบกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยพื้นฐานการลงทุน ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เสีย ประสบการณ์การลงทุน ระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้ และเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ในการลงทุนของแต่ละบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงานผู้ให้คำแนะนำหรือให้บริการเกี่ยวกับการลงทุน สภาพแวดล้อมในการให้บริการ และกระบวนการในการให้บริการ ทั้งนี้ในส่วนของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการนั้น จะมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ผู้ลงทุนจะทำการเปรียบเทียบและตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง (จิรัศย์ชา รัตนเพียร, 2557)

นอกจากนี้ในการตัดสินใจลงทุน ยังควรให้ความสำคัญกับปัจจัยสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจะเป็ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพรวมการลงทุนมากที่สุด เนื่องจากการเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจในระดับโลก หรือระดับภูมิภาคแต่ละครั้ง ล้วนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในประเทศของเราค่อนข้างมาก ซึ่งสามารถรับรู้ได้จากข้อมูลที่เป็นตัวเลขและตัวชี้วัดต่างๆที่แสดงอัตราการ

เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็น ตัวเลข GDP อัตราเงินเฟ้อ อัตราการว่างงาน อัตราดอกเบี้ย ดัชนีตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เป็นต้น โดยการเปลี่ยนแปลงของ ตัวเลขเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจลงทุนที่แตกต่างกัน (มานะ เงินศรีสุข, 2561)

จากความสำคัญของปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการ ตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว เพื่อนำมาอธิบายและวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของปัจจัย การตัดสินใจที่มีต่อการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว เพื่อให้ได้ทราบว่าผู้ลงทุนมีระดับความ คิดเห็นและให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ภายในประเทศเป็นไปในแนวทางใด ในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ซึ่งจะเป็น ประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาประยุกต์ใช้ เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุนในอนาคตได้ และเพื่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนได้ทราบถึง ระดับของปัจจัยที่ผู้ลงทุนให้ความสำคัญในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ซึ่งจะเป็น ประโยชน์ในด้านการวางแผนกลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์กองทุนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อ การตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจ ภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ. ธนาคารกรุงไทย
3. เพื่อศึกษาสหสัมพันธ์ค่านอนิคอระหว่างชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการและ ชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของ พนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย



## ขอบเขตของการวิจัย

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงระดับและสหสัมพันธ์คาโนนิกอลระหว่างเศรษฐกิจภายในประเทศ (ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน, 2556) และส่วนประสมทางการตลาดบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550) ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

### ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้วิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำนวน 23,236 คน (ฝ่ายทรัพยากรบุคคล สำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย, 2561) เริ่มตั้งแต่เดือน มกราคม 2562 ถึง เมษายน 2562

### ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานหรือบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

ตัวแปรด้านเศรษฐกิจภายในประเทศ ประกอบด้วย ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สะท้อนภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศ โดยในงานวิจัยนี้ ทำการศึกษาถึงระดับความเห็นที่มีต่อปัจจัยทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ดังนี้คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) อัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) และดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

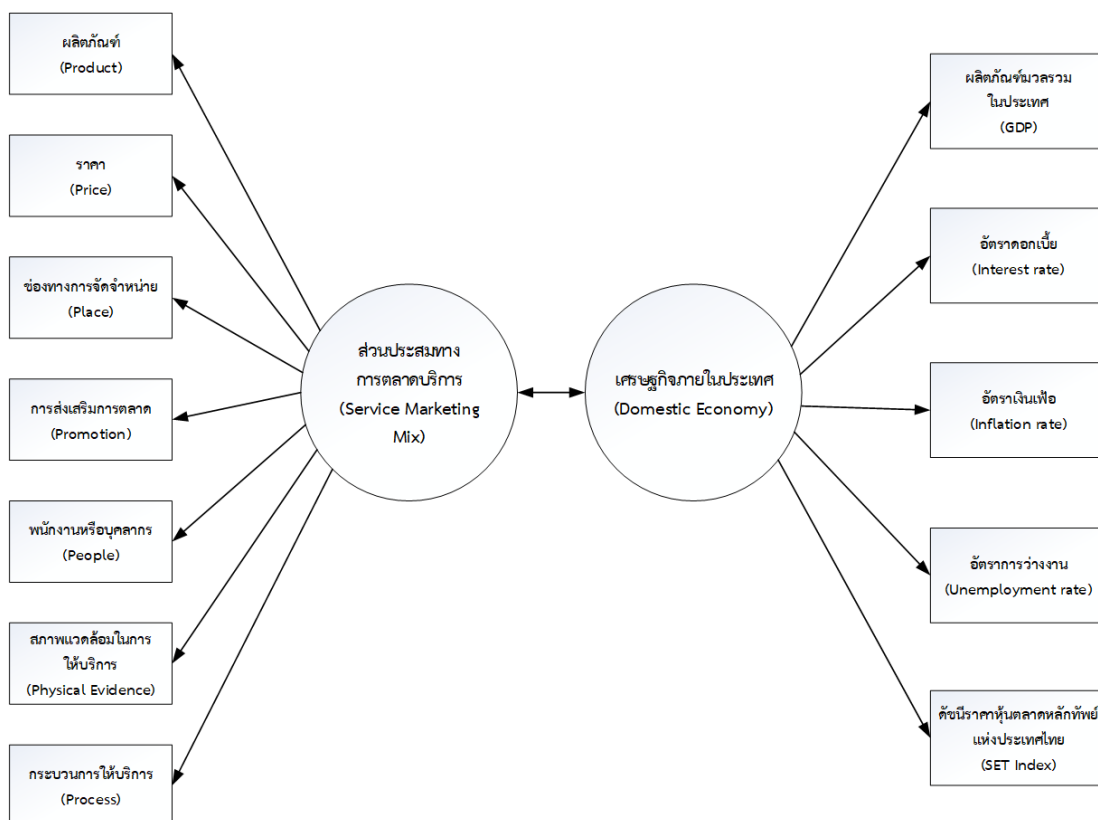
ทั้งนี้ ตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศ จะนำไปศึกษาระดับความเห็นและสหสัมพันธ์คาโนนิกอลระหว่างชุดตัวแปรดังกล่าวที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย แล้วนำมาวิเคราะห์อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยดังกล่าว

### ขอบเขตด้านเวลาและสถานที่ที่ใช้ในการวิจัย

กำหนดระยะเวลาในการวิจัย ระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561 ถึง 30 เมษายน 2562

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ทำให้เห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว จึงนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศของผู้ลงทุนที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว นำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการเงินการลงทุน ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ เพื่อให้เกิดมาตรฐานการให้บริการขององค์กร นำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า และสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มลูกค้าได้

2. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนได้แก่ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินต่างๆ สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบการวางแผนพัฒนากลยุทธ์การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุน ให้สามารถเพิ่มจำนวนฐานลูกค้าและกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ที่สนใจด้านการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนขององค์กรต่อไป

3. เพื่อใช้เป็นแนวทางการวิเคราะห์สถานการณ์การลงทุนของผู้จัดการกองทุน และผู้ที่สนใจลงทุนในกองทุนรวม สามารถวางแผนบริหารเงินลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงการลงทุนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

## นิยามศัพท์เฉพาะ

กองทุนรวม (Mutual fund) หมายถึง การนำเอาเงินของผู้ลงทุนรายย่อยทั้งหลาย มารวมกันให้เป็นเงินก้อนใหญ่ แล้วนำไปจดทะเบียนให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล จากนั้นก็จะนำเงินที่ระดมทุนได้ไปลงทุนในหลักทรัพย์หรือทรัพย์สินประเภทต่างๆ ตามนโยบายการลงทุนที่ได้ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวนเสนอขายแก่ผู้ลงทุน

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long Term Equity Fund) หมายถึง กองทุนรวมที่เน้นลงทุนในหุ้น โดยทางการสนับสนุนให้จัดตั้งขึ้นเพื่อเพิ่มสัดส่วนผู้ลงทุนสถาบัน ที่จะลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยผู้ลงทุนในกองทุนรวมประเภทนี้ จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี คือสามารถนำเงินลงทุนในกองทุน LTF มาหักลดหย่อนภาษีได้ตามที่จ่ายจริงสูงสุดไม่เกิน 15% ของเงินได้ในปีภาษีนั้น แต่ต้องไม่เกิน 500,000 บาท เพื่อเป็นแรงจูงใจในการลงทุน โดยต้องถือหน่วยลงทุนอย่างน้อย 7 ปี

กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (Retirement Mutual Fund) หมายถึง กองทุนรวมที่ส่งเสริมให้เกิดการออมเงินระยะยาวไว้สำหรับใช้จ่ายยามเกษียณอายุ โดยผู้ลงทุนในกองทุนรวมประเภทนี้ จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี คือสามารถนำมาหักลดหย่อนภาษีได้ตามที่จ่ายจริงสูงสุดไม่เกิน 15% ของเงินได้ในปีภาษีนั้น และเมื่อรวมเข้ากับเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพหรือกองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ (กบข.) และประกันชีวิตแบบบำนาญที่ผู้ลงทุนมีอยู่ แต่จะต้องไม่เกิน 500,000 บาท โดยต้องลงทุนขั้นต่ำ 5,000 บาทต่อปี และลงทุนอย่างต่อเนื่อง 5 ปีขึ้นไป

ปัจจัยพื้นฐานการลงทุน หมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคลแต่ละคน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เสีย ประสบการณ์การลงทุน วัตถุประสงค์ในการลงทุน และระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง ปัจจัยที่ใช้ประกอบการพิจารณาตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศ หมายถึง ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สะท้อนภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศ โดยในงานวิจัยนี้ ทำการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจ ดังนี้คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) อัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) และดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอระหว่างส่วนประสมทางการตลาด บริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน รัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ผู้วิจัยขอแนะนำเสนอแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller (2009) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้ในการวางแผนทางการตลาดเพื่อให้สินค้าและบริการ สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เป็นแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ ที่เรียกว่า 7Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางในการ จัดจำหน่าย (Place) กิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงานหรือบุคลากร (People) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการบริการ (Process)

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550) ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของสินค้าและบริการ ต้องอาศัยวิธีการหรือเครื่องมือในการบริหารงานเพื่อให้กิจกรรมแต่ละกิจกรรมบรรลุเป้าหมายตามที่ วางแผนไว้ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางในการจำหน่าย (Place) การ ส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล หรือพนักงานขาย หรือพนักงานบริการ (People) ลักษณะ ทางกายภาพของสถานที่บริการ (Physical Evidence) และกระบวนการในการให้บริการ (Process) ปัจจัยทุกตัวมีความสำคัญแทบทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับว่านักการตลาดจะนำมาบริหารอย่างไรเพื่อให้บรรลุผล ตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่วางไว้ ทั้งนี้การตลาดควรคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาด ณ ขณะนั้น ประกอบการวางแผนด้วย

คิวกุทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) กล่าวว่า โดยทั่วไปส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) จะประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด แต่ถ้าเป็นธุรกิจเกี่ยวกับบริการ จะมีส่วนของ พนักงาน สภาพแวดล้อมของสถานที่ และกระบวนการให้บริการเพิ่มขึ้นมา รวมเป็น 7Ps นอกจาก 4Ps แล้ว ในการวางแผนทางการตลาด นักการตลาดควรคำนึงถึงปัจจัยด้านทรัพยากรทางการตลาด ทักษะความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของนักการตลาด มาพิจารณาร่วมด้วย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของสินค้าทั่วไป หรือ 4Ps เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนทางการตลาด เพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ หรือเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการในตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ โดยทั่วไป ถ้าเป็นตัวสินค้า จะประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) แต่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ต้องการที่จะศึกษาเพิ่มเติมอีก 3 ปัจจัยหรือ 3Ps โดยเน้นไปที่ ด้านพนักงานที่ให้บริการ (People) กระบวนการในการให้บริการ (Process) และสภาพแวดล้อมในการให้บริการ (Physical Evidence) เนื่องจากการแนะนำการลงทุนเป็นการส่งมอบทั้งสินค้าและบริการในเวลาเดียวกัน ซึ่งการบริการเป็นกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า จะเห็นได้จากการนำเสนอขายกองทุนต้องอาศัยการให้คำแนะนำและคำปรึกษาในการลงทุนของที่ปรึกษาการลงทุนหรือพนักงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้นำเสนอขาย ต้องสามารถที่จะให้คำแนะนำที่สร้างให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ผู้ลงทุน นำไปสู่การปิดการขายที่สัมฤทธิ์ผล ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ และมีความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ จนตัดสินใจลงทุนในที่สุด โดยส่วนประสมทางการตลาดบริการ หรือ 7Ps มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจนำเสนอขายแก่ลูกค้า เป็นได้ทั้งสิ่งที่จับต้องได้ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ นั่นคือ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ โดยสิ่งนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของมนุษย์ได้ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริโภคสินค้าหรือการได้รับบริการนั้นๆ ผลิตภัณฑ์นั้น ต้องมีประโยชน์และคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขายได้ ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผลิตภัณฑ์ในแง่ของสินค้าจะหมายถึงกองทุนรวมหุ้นระยะยาว และการบริการจะหมายถึงการนำเสนอขายโดยการให้คำแนะนำและปรึกษาด้านการลงทุนแก่ลูกค้า

Kotler et al. (2009) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอขายให้แก่ลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า แล้วสิ่งนั้นทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ อาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ ผลิตภัณฑ์อาจเป็นตัวสินค้าที่สามารถจับต้องได้ หรืออาจเป็นการให้บริการ สิ่งที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้นั้น ต้องเกิดจากการที่ลูกค้าเห็นถึงอรรถประโยชน์ คือประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้สินค้าหรือได้รับการบริการจากบริการนั้นๆ และคุณค่าของสินค้าและบริการนั้นๆ ที่เกิดจากความรู้สึกภายในจิตใจของลูกค้า จึงจะทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ หากลูกค้ามีความรู้สึกว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆ ไม่ได้มีคุณค่าหรือไม่ได้รับประโยชน์จากสินค้าและบริการ ก็อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ เพราะลูกค้าจะรู้สึกว่าไม่คุ้มค่าที่จะจ่ายเงินเพื่อให้ได้สิ่งนั้นมา โดยกลยุทธ์ที่จะต้องคำนึงถึงในการวางแผนด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่

- การทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่ง (Product Differentiation)
- คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Component)
- การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในใจลูกค้า (Product Positioning) เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพมากขึ้น ตรงกับ ความต้องการของลูกค้ามากขึ้น

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ หมายความว่า ความรวมถึงสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย เพื่อให้สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีมีความชอบหรือความต้องการที่แตกต่างกันได้ โดยสิ่งที่ลูกค้าคำนึงถึงการเลือกซื้อ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ที่ได้รับ การบริการหลังการขาย การรับประกันตัวผลิตภัณฑ์

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าและบริการที่ธุรกิจพัฒนาและผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยสินค้าและบริการนั้น มีทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการรับประกันตัวผลิตภัณฑ์ บางผลิตภัณฑ์ อาจมีแค่ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว ไม่ต้องมีการบริการหลังการขาย ก็สามารถขายได้ เช่น สบู่ ยาสระผม น้ำยาซักผ้า เป็นต้น บางผลิตภัณฑ์มีทั้งตัวสินค้าและบริการหลังการขาย เพื่อดูแลลูกค้า บางผลิตภัณฑ์ก็อาศัยแค่การบริการเพียงอย่างเดียว ลูกค้าจะไม่ได้รับตัวสินค้าหรือสิ่งที่จับต้องได้ไปเมื่อเข้ารับบริการ เช่น ร้านตัดผม เป็นต้น

2. ราคา (Price) เป็นการวัดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ออกมาในรูปของตัวเงิน โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับกับราคาที่จะต้องจ่าย ถ้าผู้บริโภครู้สึกว่าคุ้มค่ากับประโยชน์ที่ตนจะได้รับ ก็ยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ

Kotler et al. (2009) อธิบายว่า ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้ายินดีจะจ่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าและบริการ โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์กับราคา ซึ่งหมายถึงเงินที่จะต้องจ่าย หากลูกค้ารู้สึกว่าจะได้รับประโยชน์และความคุ้มค่ามากกว่าเงินที่จะต้องจ่าย ก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น โดยกลยุทธ์ด้านราคาที่ต้องคำนึงถึง มีดังต่อไปนี้

- คุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ได้
- ต้นทุนในการผลิตและส่งมอบสินค้า
- ภาวะการแข่งขันในตลาด เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
- ปัจจัยด้านอื่นๆ

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550) อธิบายไว้ว่า เครื่องมือที่สำคัญในการวางแผนการตลาดอีกอย่างหนึ่ง คือ การตั้งราคาขาย ซึ่งการตั้งราคาขายควรจะต้องกำหนดให้สูงหรือต่ำนั้น เราต้องพิจารณาให้ราคานั้นสมเหตุสมผลกับคุณค่าและอรรถประโยชน์ของสินค้าและบริการที่ลูกค้าจะได้รับด้วย

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) อธิบายว่า ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าจะต้องจ่าย เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของตน โดยการกำหนดราคานั้น จะต้องอยู่ในระดับราคาที่คุณค่ามีความสามารถจะจ่ายได้ โดยจุดมุ่งหมายของการตั้งราคาขายนั้น คือ ต้องการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยที่ธุรกิจยังสามารถสร้างกำไรจากการขายได้

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง สถานที่หรือทำเลที่ตั้งที่ใช้ในการนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งมีผลต่อการรับรู้และกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่งเป็นการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งของธุรกิจบริการ โดยเฉพาะส่วนในการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการข้อมูลต่อลูกค้าเพื่อให้สามารถเป็นส่วนหนึ่งที่ใช้ในการตัดสินใจในการลงทุนซื้อกองทุน ดังนั้นการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมจะช่วยให้ลูกค้าได้เข้าถึงได้ง่าย

Kotler et al. (2009) ได้อธิบายว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นหน่วยหรือกิจกรรมที่ใช้เคลื่อนสินค้าและบริการไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้



- ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือหน่วยธุรกิจ ที่มีหน้าที่เคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการไปสู่กลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ กลุ่มคนกลาง หรือ ผู้ผลิตคนกลาง ที่อาจจะใช้ช่องทางตรง หรือทางอ้อม เพื่อเคลื่อนสินค้าและบริการไปยังกลุ่มผู้บริโภค

- การกระจายสินค้าและบริการออกสู่ตลาด (Market logistic) หมายถึงการควบคุมตั้งแต่การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบหรือทรัพยากรที่ใช้ในการผลิต เข้าสู่กระบวนการผลิต จนได้เป็นสินค้าสำเร็จรูปพร้อมกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคลำดับสุดท้าย

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550) ได้อธิบายว่า สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การวางแผนช่องทางในการจำหน่ายว่าจะเลือกใช้ช่องทางใดที่จะเพียงพอต่อการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ เพื่อให้ถึงมือกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และสถานที่ในการจัดจำหน่ายควรมีความใกล้และสะดวกต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) ได้อธิบายว่า นักการตลาดควรพัฒนาและออกแบบช่องทางในการจัดจำหน่ายให้มีความเหมาะสมระหว่างตัวผลิตภัณฑ์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสนับสนุนการนำเสนอขายสินค้าและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ หรือชักจูงให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ให้เกิดความสนใจในสินค้าและบริการมากขึ้น และจะมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่ลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความผูกพันทางด้านอารมณ์ เกิดความจงรักภักดีในตัวสินค้าและบริการ หรือองค์กรธุรกิจ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า

Kotler et al. (2009) ได้อธิบายว่า การส่งเสริมการขาย เป็นการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติ แนวคิด ความเชื่อ ระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ การสื่อสารอาจจะใช้คน หรือ ไม่ใช้คน ก็ได้ หรืออาจใช้การสื่อสารแบบบูรณาการ คือใช้สื่อหลายๆชนิดร่วมกัน ที่เรียกว่า IMC (Integrated Marketing Communication) ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเครื่องมือที่นิยมใช้ในการส่งเสริมการขาย มีดังนี้

- การโฆษณา (Advertising) เป็นการสื่อสารเพื่อนำเสนอสารเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ บริการ หรือข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจ ทั้งนี้จะต้องมีการจ่ายเงินค่าเวลาในการลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสารต่างๆ

- การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personnel selling) เป็นการใช้บุคคล หรือพนักงานขาย เพื่อทำหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสารถึงตัวผลิตภัณฑ์ โดยตรงแก่ผู้บริโภค

- การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นกิจกรรมอื่นๆ นอกเหนือจากการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย โดยมีจุดประสงค์หลัก เพื่อกระตุ้นความอยากใช้ ความสนใจ การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550) อธิบายว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นการสื่อสารจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคลำดับสุดท้าย โดยอาศัยกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือใช้การส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม การชิงโชค การประกวดแข่งขัน เพื่อชิงรางวัล หรืออาจใช้พนักงานขายเป็นผู้ติดต่อกับผู้บริโภคโดยตรง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ หรือใช้หลายๆสื่อ ร่วมกัน ที่เรียกว่า สื่อแบบผสมผสาน

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) อธิบายว่า นักการตลาดจะใช้การส่งเสริมการตลาด เพื่อสื่อสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ลูกค้าเป้าหมายเกิดการตัดสินใจซื้อ เพื่อต้องการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ ในปัจจุบัน นักวิชาการทางการตลาดจะมีการคิดและประยุกต์ช่องทางการสื่อสารให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ ทั้งนี้ต้องอาศัยการผสมผสานกันของเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงงบประมาณขององค์กรและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อก่อให้เกิดการสื่อสารที่ตรงกัน เกิดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างการรับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์กับลูกค้า และเกิดการตัดสินใจซื้อได้ในอนาคต

5. บุคลากร หรือ พนักงาน (People) หรือผู้แนะนำด้านการลงทุน (Investment Advisory) หมายถึงพนักงานผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมาก บุคคลที่จะมาทำหน้าที่ในการให้คำแนะนำด้านการลงทุนนั้นจะต้องผ่านการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานผู้ให้บริการกับลูกค้า ทั้งนี้พนักงานต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานและองค์กร

Kotler et al. (2009) อธิบายว่า ในงานบริการ ต้องอาศัยความสามารถของพนักงานที่มีความแตกต่างเหนือจากคู่แข่งในตลาด เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทั้งนี้ ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม และการจูงใจอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดี ในการให้บริการ จึงจะสามารถส่งมอบการบริการที่ดีมีคุณค่าสู่ลูกค้าได้

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550) อธิบายว่า การสร้างการบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง ต้องมาจากการสร้างความแตกต่างทางด้านพนักงานหรือบุคคลที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ เช่น มีใจรักการบริการ มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี เป็นต้น

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) อธิบายว่า พนักงาน เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่ง ในธุรกิจบริการ จึงต้องอาศัยกระบวนการในการคัดเลือก การฝึกอบรม และการปลูกฝังทักษะที่จำเป็นต่อการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นทักษะในการสื่อสาร การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การทักทายและการต้อนรับ เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจบริการมีการแข่งขันที่สูงมาก ดังนั้นองค์กรธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างของพนักงานผู้ให้บริการ ให้มีความสามารถโดดเด่นและมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

6. กระบวนการในการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบสินค้าและบริการ ที่เกี่ยวข้องกับระบบการปฏิบัติงาน ในการให้บริการหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ กระบวนการให้บริการถือเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญ โดยจะต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ และเครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้แต่ละขั้นตอนในกระบวนการมีการเชื่อมโยงระหว่างกันได้เป็นอย่างดี

Kotler et al. (2009) อธิบายว่า กระบวนการให้บริการ เป็นระบบ หรือขั้นตอน วิธีการในการให้บริการ ที่ต้องอาศัยความรวดเร็วและทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550) อธิบายว่า กระบวนการให้บริการ ต้องมีการออกแบบการปฏิบัติงานให้มีความสะดวกรวดเร็วเป็นหลัก เช่น ธนาคารมีการจัดวางตู้ถอนเงินอิเล็กทรอนิกส์ ไว้บริการลูกค้าในสถานที่ต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ หรือมีการพัฒนาการจ่ายเงินเพื่อชำระค่าบริการต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) อธิบายว่า กระบวนการบริการ หมายถึง การออกแบบและจัดวางระบบการไหลของการบริการ (Service flow) โดยยึดหลักการ one stop service คือการให้บริการทุกอย่างแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดบริการเดียว เพื่อลดขั้นตอนในการทำงานให้เหลือน้อยที่สุด ลดระยะเวลาในการรอคอยของลูกค้าให้สั้นลง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด รวมถึงมีการพัฒนามาตรฐานในการให้บริการ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2558) อธิบายว่า การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการออกแบบกระบวนการผลิตและการนำเสนอการบริการนั้น ควรคำนึงถึงทั้งข้อดีและข้อเสียของเทคโนโลยีที่จะมาใช้ด้วยความรอบคอบ ควรให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้าและพนักงาน เพื่อให้การบริหารงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ผศ.ดร.กฤษติกา คงสมพงษ์ (2550) อธิบายว่า กระบวนการ หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนหรือวิธีการในการให้บริการ ต้องมีการออกแบบกระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันของทุกคนในองค์กร ว่าขั้นตอนในการให้บริการตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้าย มีกระบวนการทำงานอย่างไร ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยที่ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการให้บริการ หากกระบวนการให้บริการมีความยุ่งยากซับซ้อน อาจทำให้ลูกค้าเกิดความสับสน ซึ่งอาจเกิดผลเสียต่อภาพลักษณ์ขององค์กรได้

7. สภาพแวดล้อมในการให้บริการ (Physical Evidence) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพสิ่งของที่ปรากฏแก่สาธารณชนโดยทั่วไป อันได้แก่ ความสะอาด การออกแบบตกแต่งของพื้นที่ภายในอาคาร เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ สามารถดึงดูดลูกค้าให้มองเห็นภาพรวมของการบริการได้อย่างชัดเจน รวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ที่มีไว้ให้บริการ ทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและคุณภาพของการบริการ

Kotler et al. (2009) อธิบายว่า ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ที่ให้บริการจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า ทั้งนี้หมายถึงการตกแต่งสถานที่ สีของร้าน บรรยากาศภายใน และความสะอาดเป็นระเบียบในส่วนที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้

วิมลศรี แสนสุข และคณะ (2550) อธิบายว่า การสร้างความแตกต่างให้ภาพลักษณ์ขององค์กร สามารถทำได้โดยการนำเอาตราสินค้า หรือสัญลักษณ์ขององค์กร มาติดตั้งไว้ในบริเวณที่สามารถเห็นได้ชัดเจน รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมภายในสถานที่ที่ให้บริการ ควรมีความสะอาดเรียบร้อย และมีการตกแต่งอย่างสวยงาม เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้กับลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการ

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) อธิบายว่า การออกแบบวางผังของสำนักงานก็มีความสำคัญ การจัดวางของอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในสำนักงาน ควรมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรธุรกิจ หากองค์กรมีการจัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ได้อย่างเหมาะสม ก็จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวธุรกิจและการให้บริการแก่ลูกค้าได้

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2558) อธิบายว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพ เป็นส่วนที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ และเป็นสิ่งที่ค้ำประกันในการตัดสินใจใช้บริการ องค์กรควรนำเสนอสิ่งที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค เช่น เครื่องแบบพนักงาน เอกสารการแนะนำผลิตภัณฑ์ ป้ายแสดงตราสัญลักษณ์ขององค์กรที่ดูทันสมัยแข็งแรง และมีความน่าเชื่อถือ อาคารและที่ตั้ง ควรมีความสะอาด เป็นระเบียบ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการแต่ละด้านล้วนมีความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า เป็นสิ่งที่ผู้ลงทุนต้องให้ความสำคัญ ผู้วิจัยจึงต้องการนำตัวแปรดังกล่าวมาศึกษาถึงระดับความเห็นและความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

#### **แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ**

การพิจารณาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจ นับว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวม ในการวิเคราะห์เศรษฐกิจ ผู้ลงทุนควรพิจารณาทั้งภาวะเศรษฐกิจในประเทศ และภาวะเศรษฐกิจโลก เนื่องจากสถานการณ์การเงินในปัจจุบัน มีการเปิดเสรีมากขึ้น มีความเชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น ภาวะเศรษฐกิจในประเทศอื่น สามารถส่งผลกระทบต่อตลาดการเงินและการลงทุนในประเทศได้ ดังนั้น ผู้ลงทุนจึงจำเป็นต้องรู้สถานการณ์ของโลก เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์การลงทุนด้วย (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558)

การวิเคราะห์เศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ถือเป็นขั้นตอนแรกที่จะต้องกระทำก่อน เพื่อให้ทราบว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม เป็นไปในทิศทางใด มีแนวโน้มอย่างไรในอนาคต และผู้ลงทุนควรวางแผนการลงทุนอย่างไรเพื่อให้เหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในแต่ละช่วงสถานการณ์ โดยมีตัวชี้วัดที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจที่สำคัญ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เป็นเครื่องมือวัดภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลมูลค่าของผลผลิตสินค้าและบริการทั้งหมดที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ โดยไม่คำนึงถึงว่าทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการจะเป็นของในประเทศหรือต่างประเทศก็ตาม ซึ่งค่า GDP เป็นตัวชี้วัดที่ชี้วัดความเคลื่อนไหวของภาพรวมทางเศรษฐกิจได้ชัดเจนที่สุด เพราะ GDP จะเคลื่อนไหวขึ้นลงในทิศทางเดียวกับวัฏจักรธุรกิจ กล่าวคือ ถ้า GDP เพิ่มขึ้น หมายความว่า มูลค่าของผลผลิตสินค้าและบริการทั้งหมดที่ผลิตขึ้นในประเทศในปี

นั้นเพิ่มขึ้น แสดงว่าเศรษฐกิจในปีนั้นมีแนวโน้มดีขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้า GDP มีค่าลดลง หมายความว่ามูลค่าของผลผลิตสินค้าและบริการทั้งหมดที่ผลิตขึ้นในประเทศปีนั้นลดลง แสดงว่าเศรษฐกิจในปีนั้นมีแนวโน้มชะลอตัว ดัชนีตัวนี้ สามารถบ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศได้

2. ผลผลิตอุตสาหกรรม (Industrial Production) เป็นมูลค่าผลผลิตของอุตสาหกรรมมวลรวม โดยจำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ โดยปกติผลผลิตอุตสาหกรรมมักจะไปในทิศทางเดียวกันกับวัฏจักรเศรษฐกิจ หมายความว่า ถ้าผลผลิตอุตสาหกรรมมีมูลค่าเพิ่มขึ้น แสดงว่าเศรษฐกิจในปีนั้นมีแนวโน้มขยายตัว แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าผลผลิตอุตสาหกรรมมีมูลค่าลดน้อยลง แสดงว่าเศรษฐกิจในปีนั้นมีแนวโน้มหดตัวหรือหยุดชะงัก

3. ดัชนีราคาผู้ผลิต (Producer Price Index: PPI) เป็นดัชนีที่แสดงการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าจากผู้ผลิต โดยจำแนกเป็นราคาตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ และราคาในแต่ละช่วงของการผลิต ตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงสินค้าสำเร็จรูป กล่าวคือ ถ้าดัชนี PPI เพิ่มขึ้น แสดงว่าราคาสินค้าประเภทวัตถุดิบมีการปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปที่จำหน่ายแก่ผู้บริโภคจะมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ถ้าดัชนี PPI ลดลง แสดงว่าราคาสินค้าประเภทวัตถุดิบมีการปรับตัวลดลง ซึ่งจะส่งผลให้ระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปที่จำหน่ายแก่ผู้บริโภคจะมีการปรับต่ำลงด้วย

4. อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) เป็นภาวะที่ระดับราคาสินค้าและบริการโดยทั่วไปเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งหากเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นมากจะกระทบต่อฐานะและความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งเกิดจากสาเหตุหลัก 2 ประการคือ ประการแรก ประชาชนต้องการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ประกอบกับสินค้าและบริการนั้นๆ ในตลาดมีไม่เพียงพอ ทำให้ผู้ขายปรับราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น ประการที่สอง สินค้าและบริการมีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น กล่าวคือ หากผู้ผลิตไม่สามารถแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้นได้ จะทำให้ผู้ผลิตต้องปรับราคาสินค้าและบริการให้สูงขึ้นด้วย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประชาชนในด้านรายจ่ายหรือภาระค่าครองชีพสูงขึ้น ทำให้ประชาชนมีอำนาจซื้อน้อยลง มีความสามารถในการจับจ่ายสินค้าและบริการได้น้อยลง และอาจทำให้รายได้ที่มีหรือเงินที่หามาได้ไม่เพียงพอต่อการยังชีพ และหากอัตราเงินเฟ้อยิ่งสูง จะส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยที่หักเงินเฟ้อออก หรือที่เรียกว่า อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริง จะมีค่าลดลงไป เนื่องจากดอกเบี้ยที่เราได้รับเอาไปใช้ซื้อสินค้าและบริการได้น้อยลง ยกตัวอย่างเช่น กรณีอัตราดอกเบี้ยเงินฝากอยู่ที่ร้อยละ 1.50 ต่อปี แต่หากอัตราเงินเฟ้อหรือราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นมาร้อยละ 1.00 อาจกล่าวได้ว่าอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงหรือ

ผลตอบแทนสุทธิที่ได้รับจริงๆ อยู่ที่ร้อยละ 0.50 ต่อปี เท่านั้น แต่หากปีต่อไป อัตราดอกเบี้ยเงินฝากยังเท่าเดิม แต่อัตราเงินเฟ้อสูงขึ้นไปอยู่ที่ร้อยละ 2.00 อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงจะกลายเป็นร้อยละ - 0.50 ต่อปี ซึ่งถือว่ากำลังซื้อของผู้ฝากเงินลดลง การฝากเงินทำให้ได้รับผลตอบแทนที่แท้จริง ติดลบ ทำให้ผู้ฝากเงินไม่ยอมออมเงิน และอาจหันไปลงทุนในสินทรัพย์ประเภทอื่นที่ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า เช่น ทองคำ อสังหาริมทรัพย์และหุ้นสามัญ เป็นต้น ทำให้ประชาชนต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่สูงขึ้นด้วย หากไม่มีความมากเพียงพอในการบริหารจัดการ ก็อาจทำให้ประสบกับภาวะการมีหนี้สินได้ นอกจากนี้อัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นยังส่งผลกระทบต่อประเทศด้วย หากประชาชนซื้อสินค้าและบริการลดน้อยลง ธุรกิจไม่สามารถขายสินค้าได้ การลงทุนเพื่อการผลิตสินค้าและบริการก็จะชะลอออกไป ทำให้การพัฒนาศักยภาพการผลิตของประเทศในระยะยาวอาจชะลอตามไปด้วย และถ้าอัตราเงินเฟ้อสูงจนทำให้อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงติดลบนานๆ ประชาชนก็จะหันไปเก็บกำไรในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง สะสมปัญหาฟองสบู่ในสินทรัพย์ต่างๆ และจะเกิดภาวะไม่สมดุลในภาคการเงินของประเทศได้ เช่น หนี้ภาคครัวเรือน

5. อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) อัตราดอกเบี้ยที่ผู้ลงทุนควรนำมาพิจารณา ควรเป็นอัตราดอกเบี้ยที่เคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลง และสามารถสะท้อนสภาพคล่องของตลาดเงินได้ดี เช่น อัตราดอกเบี้ยในตลาดซื้อคืนพันธบัตรรัฐบาล (Repurchase rate) กล่าวคือ ในช่วงที่อัตราดอกเบี้ยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ต้นทุนในการกู้ยืมของกิจการส่วนใหญ่เพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงถึงภาระทางการเงินที่มากขึ้น ในขณะที่ถ้าอัตราดอกเบี้ยมีการปรับตัวลดลง จะส่งผลให้ต้นทุนในการกู้ยืมของกิจการลดลง ทำให้ภาระทางการเงินของกิจการต่ำลง และในช่วงที่ภาวะอัตราดอกเบี้ยมีการปรับตัวลงนี้ กิจการส่วนใหญ่จะมีการกู้ยืมมากขึ้นเพื่อนำเงินไปลงทุนเพิ่ม

6. อัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) เป็นตัวเลขแสดงอัตราร้อยละของผู้ว่างงานในระบบเศรษฐกิจเปรียบเทียบกับกำลังแรงงานรวม ซึ่งเป็นตัวที่บ่งบอกได้ว่าสภาพเศรษฐกิจโดยรวมจะเป็นไปในทิศทางใด ขยายตัวหรือหดตัว นั่นหมายความว่า หากเศรษฐกิจอยู่ในภาวะขยายตัว อัตราการว่างงานมักจะต่ำ เนื่องจากธุรกิจมียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น ทำให้มีการเพิ่มกำลังการผลิต จึงต้องมีการจ้างงานเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แต่ในช่วงที่เศรษฐกิจอยู่ในช่วงซบเซาหรือหดตัว อัตราการว่างงานมักจะสูง เนื่องจากธุรกิจมียอดการสั่งซื้อสินค้าในปริมาณที่ลดลง จึงต้องมีการลดกำลังการผลิต ลดจำนวนพนักงาน และไม่มีการจ้างพนักงานเพิ่ม เนื่องจากจะต้องหาทางที่จะลดค่าใช้จ่ายภายในองค์กรนั่นเอง เพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่ได้ โดยในปัจจุบัน อัตราการว่างงานอยู่ที่ร้อยละ 1.3 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากช่วง

เดียวกันของปีก่อน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) อาจกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่ออัตราการว่างงาน ซึ่งปัจจุบันเผชิญกับภาวะราคาน้ำมันขายปลีกปรับตัวสูงขึ้นเป็นผลกระทบมาจากราคาน้ำมันในตลาดโลก ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการของภาคธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรม

7. ดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) เป็นดัชนีที่สะท้อนการเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ทั้งหมด (Composite index) ซึ่งดัชนี SET Index เป็นดัชนีราคาหุ้นชนิดถ่วงน้ำหนักด้วยมูลค่าหลักทรัพย์ตามราคาตลาด (Market Capitalization Weighted) โดยดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$\text{ดัชนีตลาดหลักทรัพย์} = \frac{\text{มูลค่าตลาดรวมของหุ้นสามัญทั้งหมด ณ ปัจจุบัน} \times 100}{\text{มูลค่าตลาดรวมของหุ้นสามัญทั้งหมด ณ วันฐาน}}$$

โดยมีเกณฑ์ในการคำนวณ คือ

1) คำนวณโดยใช้หุ้นสามัญที่จดทะเบียนทุกตัวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (รวมหน่วยลงทุนของกองทุนรวมอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ) และไม่นำหลักทรัพย์ที่ถูกขึ้นเครื่องหมาย SP เกิน 1 ปี มารวมในการคำนวณ (เครื่องหมาย SP หมายถึง เครื่องหมายแสดงการห้ามซื้อขายหลักทรัพย์จดทะเบียนเป็นการชั่วคราว) และ

2) เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าของหลักทรัพย์ที่ใช้ในการคำนวณ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงจำนวนหุ้นของหลักทรัพย์ที่เป็นผลมาจากเหตุการณ์ต่างๆ เช่น การเพิ่มทุนของบริษัท การแปลงสภาพหุ้นกู้เป็นหุ้นสามัญ และการใช้สิทธิตามใบสำคัญแสดงสิทธิเพื่อซื้อหุ้นสามัญของบริษัท จะมีการปรับฐานในการคำนวณ

3) ค่าดัชนีเริ่มต้น คือ 100 จุด

4) วันฐาน คือ วันที่ 30 เมษายน 2518

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจภายในประเทศ ทุกตัวชี้วัดไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ผลผลิตอุตสาหกรรม ดัชนีราคาผู้ผลิต อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย อัตราการว่างงาน และดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ตัวชี้วัดทุกตัวล้วนมีความสำคัญและมีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) เนื่องจากกองทุนรวมหุ้นระยะยาว มีนโยบายเน้นลงทุนในหุ้นไทยเป็นหลัก โดยเฉลี่ยรอบปีบัญชีไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65



ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิ โดยปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวล้วนส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย แต่ยังไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่าตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวหรือไม่ ผู้วิจัยจึงต้องการนำตัวแปรดังกล่าว มาศึกษาถึงระดับความเห็นและความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจภายในประเทศกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

### **ความรู้เกี่ยวกับกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)**

กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (Long-Term Equity Fund) หรือกองทุนรวม LTF เป็นกองทุนรวมที่กำหนดให้มีนโยบายการลงทุนในหุ้นสามัญที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเฉลี่ยในรอบปีบัญชีไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม กล่าวคือ กองทุนรวม LTF มีนโยบายการลงทุนเพียงนโยบายเดียว คือ ให้ลงทุนในหุ้นสามัญ และต้องเป็นหุ้นสามัญที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นหลัก

กองทุนรวม LTF จัดตั้งขึ้นโดยได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อเพิ่มสัดส่วนในการลงทุนของผู้ลงทุนสถาบัน เพื่อช่วยให้ตลาดทุนไทยมีเสถียรภาพมากขึ้น เนื่องจากกองทุนรวมประเภทนี้จะเน้นการลงทุนในระยะยาวมากกว่าการลงทุนของผู้ลงทุนรายย่อย ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ลงทุนรายย่อยจะเน้นลงทุนเพื่อเก็งกำไรในระยะสั้นๆ เท่านั้น และมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 60 – 70 ของปริมาณการซื้อขายทั้งหมดในตลาดหลักทรัพย์ฯ จึงส่งผลให้ตลาดหลักทรัพย์ไทยมีเสถียรภาพทางราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศที่พัฒนาไปมากแล้วไม่ได้ ทั้งนี้ รัฐบาลจึงมีแนวคิดว่า หากสามารถเพิ่มสัดส่วนของผู้ลงทุนสถาบัน เช่น การลงทุนในกองทุนรวมให้มากขึ้น ก็น่าจะส่งผลให้ตลาดหลักทรัพย์ฯ มีเสถียรภาพด้านราคามากยิ่งขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศและเป็นการพัฒนาภาพรวมของตลาดทุนให้เป็นไปในแนวโน้มที่ดีขึ้น ดังนั้น ภาครัฐจึงได้อนุญาตให้บริษัทจัดการต่างๆ จัดตั้งกองทุนรวม LTF ขึ้น โดยสร้างแรงจูงใจให้กับภาคประชาชน คือ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ลงทุนรายย่อย ควบคู่ไปกับโอกาสในการสร้างผลตอบแทนได้สูงในระยะยาว โดยผู้ลงทุนจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานะของตลาดหุ้น ความเสี่ยงจากการลงทุน และสามารถรับความผันผวนของตลาดหุ้นได้ รวมถึงต้องทราบเกี่ยวกับเงื่อนไขของการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาวด้วย

### เงื่อนไขของการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

ผู้ลงทุนจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

1. ต้องถือครองหน่วยลงทุนแต่ละก้อนที่ลงทุนในระยะเวลาที่ต่างกัน ไม่น้อยกว่า 7 ปีปฏิทิน เริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม 2559 โดยผู้ที่ซื้อหน่วยลงทุนก่อนวันที่ 1 มกราคม 2559 ยังคงถือครองไม่น้อยกว่า 5 ปีปฏิทินตามเงื่อนไขเดิม
2. ไม่กำหนดเงื่อนไขขั้นต่ำในการลงทุน โดยสามารถลงทุนในกองทุนรวม LTF กองทุนใด กองทุนหนึ่งหรือทุกกองทุนรวมกัน ในบริษัทจัดการเดียวกันหรือหลายบริษัทจัดการรวมกันก็ได้
3. ไม่จำเป็นต้องลงทุนต่อเนื่องทุกปี หากปีไหนต้องการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี จึงค่อยซื้อหน่วยลงทุน
4. สามารถขายคืนหน่วยลงทุนได้ปีละ 2 ครั้ง ตามระยะเวลาที่ระบุในหนังสือชี้ชวนเสนอขาย หน่วยลงทุน LTF ของแต่ละกองทุน
5. หน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ไม่สามารถนำไปจำหน่าย โอน จำน่า หรือนำไปเป็นหลักประกันใดๆได้ เนื่องจากมีผลผูกพันกับภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้ลงทุนแต่ละราย
6. ในระหว่างปี ผู้ลงทุนสามารถลงทุนได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง ไม่จำกัดจำนวนกองทุน ไม่จำกัดจำนวนบริษัทจัดการ และไม่จำเป็นต้องลงทุนเป็นจำนวนเงินลงทุนที่เท่ากันในแต่ละปี
7. ไม่ควรลงทุนเกินกว่าจำนวนเงินที่ได้รับสิทธิลดหย่อน เนื่องจากต้องรับภาระภาษีที่เกิดขึ้น หากขายในส่วนที่เกินสิทธิแล้วมีกำไร ไม่ว่าจะขายเมื่อใดก็ตาม หากต้องการลงทุนมากเกินที่กำหนด ให้ไปลงทุนในกองทุนรวมตราสารทุนทั่วไปแทน

### สิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว มีดังนี้

1. เงินซื้อหน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว สามารถนำไปยกเว้นภาษีเงินได้บุคคล ธรรมดาตามที่จ่ายจริงสูงสุด ไม่เกินร้อยละ 15 ของเงินได้ที่ต้องเสียภาษี และไม่เกิน 500,000 บาทต่อ ปี โดยไม่เอาไปนับรวมกับเงินลงทุนในกองทุนรวม RMF เงินสะสมเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ หรือ กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ แต่อย่างใด
2. กองทุนรวมหุ้นระยะยาว เป็นกองทุนรวมที่กำไรและผลตอบแทน ที่เกิดจากการลงทุนของ กองทุนรวมไม่ต้องเสียภาษี ทำให้กองทุนรวมได้รับผลประโยชน์ในส่วนนี้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วย
3. เงินลงทุนที่ผู้ลงทุนไถ่ถอนออกจากกองทุนรวมหุ้นระยะยาว หากเงินลงทุนก้อนนั้นๆ อยู่ใน กองทุนรวมหุ้นระยะยาวไม่น้อยกว่า 7 ปีปฏิทิน ทั้งเงินลงทุนและกำไรที่ได้รับจากการขายคืนหน่วย

ลงทุนจะได้รับการยกเว้นภาษีทั้งจำนวน สำหรับผู้ลงทุนที่ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวมากกว่า 1 กองทุน ระบบงานกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของทุกบริษัทจัดการจะกำหนดให้ทุกครั้งที่มีผู้ลงทุนมีการไถ่ถอนหน่วยลงทุน จะตัดขายเงินลงทุนที่เป็นก้อนแรกๆ ไปก่อนตามลำดับ (FIFO Basis) เพราะกองทุนรวมหุ้นระยะยาวจะนับอายุของแต่ละก้อนที่ลงทุนแยกออกจากกัน

4. กรณีไถ่ถอน เนื่องจากผู้ลงทุนทุพพลภาพหรือเสียชีวิต เงินที่ไถ่ถอนจะได้รับการยกเว้นไม่ต้องเสียภาษีทั้งจำนวน

#### **การคืนสิทธิประโยชน์ทางภาษีของผู้ลงทุน กรณีผู้ลงทุนผิดเงื่อนไขการลงทุน**

กองทุนรวมหุ้นระยะยาวเป็นเครื่องมือการลงทุนที่มุ่งเน้นส่งเสริมให้มีการลงทุนระยะยาวในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ลงทุน เพื่อเป็นแรงจูงใจให้มีการลงทุนผ่านผู้ลงทุนสถาบัน ทั้งนี้เพื่อสร้างเสถียรภาพในระยะยาวให้ตลาดทุนไทย ดังนั้นสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ภาครัฐให้แก่ผู้ลงทุนจึงมีเงื่อนไขระบุไว้ หากผู้ลงทุนไม่สามารถปฏิบัติตามเงื่อนไขได้ ผู้ลงทุนต้องตระหนักว่า

- ผู้ลงทุนจะต้องคืนสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่เคยได้รับการลดหย่อนไปแล้วให้แก่กรมสรรพากร เฉพาะส่วนของเงินก้อนที่นำออกมาจากกองทุนก่อนครบ 7 ปีปฏิทิน
- ผู้ลงทุนจะต้องเสียเงินเพิ่มให้แก่กรมสรรพากรในอัตราร้อยละ 1.5 ต่อเดือนของเงินภาษีที่ต้องนำส่ง แต่ทั้งนี้ไม่เกินจำนวนภาษีที่ต้องเสีย โดยเริ่มนับเมื่อพ้นกำหนดระยะเวลาการยื่นรายการหรือนำส่งภาษีจนถึงวันชำระหรือนำส่งภาษีเพิ่มเติม ดังนั้น ผู้ลงทุนควรดำเนินการชำระคืนโดยเร็วที่สุด
- ผู้ลงทุนจะต้องนำกำไรจากการขายคืนหน่วยลงทุน (ถ้ามี) ไปรวมกับเงินได้อื่นๆ ที่ผู้ลงทุนได้รับในปีภาษีนั้น เพื่อเสียภาษีเงินได้ ซึ่งในทางปฏิบัติเมื่อผู้ลงทุนขายคืนหน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว บริษัทจัดการจะหักภาษี ณ ที่จ่ายในอัตราร้อยละ 3 ของกำไรส่วนเกินทุนไว้ก่อนเพื่อนำส่งกรมสรรพากร แต่ผู้ลงทุนก็ต้องนำกำไรส่วนนี้ไปรวมเป็นเงินได้เพื่อคำนวณภาษีในปีนั้นๆ ด้วย

## ข้อดีและข้อควรระวังในการลงทุนผ่านกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

### ข้อดี

1. ผู้ลงทุนไม่จำเป็นต้องลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ติดต่อกันทุกปี โดยหากผู้ลงทุนต้องการได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีในปีใด ก็สามารถลงทุนได้ในปีนั้น
2. การลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว มีเงื่อนไขโดยกำหนดระยะเวลาการถือครองหน่วยลงทุนแต่ละหน่วยเพียง 7 ปีปฏิทิน ก็สามารถขายหน่วยลงทุนได้โดยไม่ผิดเงื่อนไขการลงทุน
3. ผู้ที่มีรายได้สูงที่ถูกหักเงินเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพเกิน 500,000 บาทต่อปี ซึ่งจะไม่ได้รับประโยชน์จากการลงทุนในกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) แต่สามารถได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวได้
4. การลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว จะมีผลตอบแทนที่คาดหวังสูง เนื่องจากเป็นกองทุนที่เน้นลงทุนในหุ้นสามัญที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม

### ข้อควรระวัง

1. กองทุนรวมหุ้นระยะยาวอาจมีความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาหลักทรัพย์ค่อนข้างสูง เนื่องจากเน้นการลงทุนในหุ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม
2. ผู้ลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว สามารถขายคืนหน่วยลงทุนได้เพียงปีละ 2 ครั้ง เฉพาะช่วงเวลาที่บริษัทจัดการเป็นผู้กำหนดไว้ล่วงหน้าในหนังสือชี้ชวน จึงอาจเกิดความเสี่ยงในเรื่องของสภาพคล่องในการลงทุนได้ นอกจากนี้ผู้ลงทุนยังอาจมีความเสี่ยงจากการขายคืนหน่วยลงทุนในช่วงเวลาที่บริษัทจัดการกำหนด ซึ่งอาจเป็นช่วงเวลาที่ตลาดหลักทรัพย์โดยรวมมีแนวโน้มไม่ดี หมายความว่า ขายหน่วยลงทุนตอนที่หุ้นส่วนมากมีราคาลดลง
3. ผู้ลงทุนควรพิจารณาผลประโยชน์ของบริษัทจัดการในระยะยาว โดยเน้นถึงนโยบายการลงทุนของบริษัทจัดการนั้นๆ คุณภาพในการให้บริการ รวมถึงการคิดค่าธรรมเนียมการจัดการ และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เหมาะสมต่อกองทุน

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงระดับความคิดเห็น ความสัมพันธ์และสหสัมพันธ์คาโนนิคอล ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว พบว่า งานวิจัยของฉัตรแพร พูนเอียด (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวศิน อินทรผูก (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ เห็นว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ โสภารัตน์ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสาขาสวีต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบึงกุ่มสาขาสวีต มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chawla (2014) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีผลต่อการลงทุนในกองทุนรวมในประเทศอินเดีย พบว่า นักลงทุนให้ความสำคัญกับการดำเนินงานในอดีตของบริษัทผู้ออกกองทุน สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี และอัตราการเติบโตของมูลค่าหน่วยลงทุน นักลงทุนส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 54 ของนักลงทุนทั้งหมดต้องการเงินลงทุนที่เหมาะสม ผลตอบแทนที่สูงมาพร้อมกับการได้รับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีและระดับความเสี่ยงของกองทุนที่ต่ำ และปัจจัยที่นักลงทุนส่วนใหญ่นำมาพิจารณาคือด้านผลิตภัณฑ์ เน้นพิจารณาความน่าเชื่อถือของกองทุน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับสิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Singal (2018) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลการลงทุนในกองทุนรวม พบว่าการลงทุนในกองทุนรวมเป็นที่นิยมอย่างมากในอินเดีย ปัจจุบันในอินเดียมีบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนมากถึง 33 บริษัท โดยปัจจัยพื้นฐานที่นักลงทุนนำมาพิจารณาในการ

ลงทุน คือ ผลการดำเนินงานในอดีต ประสบการณ์ของผู้จัดการกองทุน สภาพคล่องและความผันผวนของกองทุน นอกจากนี้ นักลงทุนยังให้ความสำคัญกับที่ปรึกษาทางการลงทุน เนื่องจากผู้ลงทุนยังขาดความรู้ที่จริงจังในรายละเอียดของกองทุนและการจัดการความเสี่ยงของการลงทุนในกองทุน นักลงทุนยังวิเคราะห์ถึงมูลค่าของหน่วยลงทุนที่ผ่านมาในอดีตก่อนที่จะตัดสินใจซื้อหน่วยลงทุน และนักลงทุนสามารถเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของแต่ละกองทุนได้จากนายหน้า ที่ปรึกษาทางการเงิน สถาบันทางการเงิน อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ การที่นักลงทุนให้ความสนใจในการลงทุนในกองทุนรวมนั้น เพราะเชื่อว่าการลงทุนในกองทุนรวมนั้นจะนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่นักลงทุนให้ความสำคัญคือ ผลการดำเนินงานในอดีตของกองทุน ซึ่งจัดอยู่ในด้านผลิตภัณฑ์ของส่วนประสมทางการตลาดบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Paul (2013) ที่ได้ศึกษาเรื่องบัญชีพื้นฐานและส่วนประสมทางการตลาดของนักลงทุนกองทุนรวม กล่าวว่า การตลาดจะประสบความสำเร็จได้ บริษัทจะต้องมีการผสมผสานของ 4Ps ในส่วนประสมทางการตลาดอย่างลงตัว ได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนในกองทุนรวมจำนวน 260 คน ในเมืองกุวาฮาตี ผลการวิจัยพบว่า นักลงทุนมีความคิดเห็นระดับมาก ในเรื่องผลิตภัณฑ์กองทุนรวม รองลงมาคือ ต้นทุนในการลงทุนกองทุนรวม ความสะดวกสบายในการซื้อขาย และการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลในการลงทุนกองทุนรวม ตามลำดับ แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Vyas (2013) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของเมืองอินดอร์ ประเทศอินเดีย พบว่า การลงทุนในกองทุนรวมในตลาดการเงินกลายเป็นที่นิยมในหมู่นักลงทุน เพราะมีความเหมาะสม มีกระบวนการในการลงทุนที่ง่ายและทันสมัย รวมถึงกองทุนรวมนั้นให้ผลตอบแทนที่ดี จึงทำให้เกิดการแข่งขันกันในกลุ่มบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนด้วยกันเอง ที่จะต้องพยายามสรรหาและออกแบบพอร์ตการลงทุนในผลิตภัณฑ์ทางการเงินภายใต้ความคาดหวังของนักลงทุน โดยบริษัทจะต้องพยายามหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์มาเผยแพร่แก่นักลงทุน และให้การสนับสนุนผู้ลงทุนโดยจัดหาบริการทางการเงิน เช่น ที่ปรึกษาทางการลงทุน การให้ผู้ลงทุนสามารถมีส่วนร่วมในการออกแบบพอร์ตการลงทุน อธิบายข้อตกลงและเงื่อนไขในการลงทุนที่ชัดเจน รวมถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความเสี่ยงจากการลงทุนแก่ผู้ลงทุน จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับกระบวนการในการให้บริการ

จากการศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจภายในประเทศพบว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจลงทุน โดยผู้วิจัยได้ทบทวนงานวิจัยของณภาพักษ์ พายุเลิศ (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการลงทุน

ของพนักงานบริษัทเอกชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ คือภาวะเศรษฐกิจ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก หากเศรษฐกิจภายในประเทศมีความผันผวน ก็จะส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ให้ผันผวนตามไปด้วย มีผลทำให้นักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในการลงทุน ทำให้ปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ลดลง ซึ่งกระทบกับการลงทุนเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพนมพร อัครชยานันต์ และคณะ (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทางการเงิน พบว่า นักลงทุนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทางการเงินในระดับมาก ซึ่งหากเศรษฐกิจภายในประเทศอยู่ในภาวะเจริญเติบโต สถานการณ์การเมืองมีความมั่นคง ได้รับข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมองว่าเป็นโอกาสที่ดีในการลงทุน อาจมีการตัดสินใจลงทุนเพิ่มได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของมานะ เงินศรีสุข (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีผลต่อการลงทุนของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุด

จากการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านเศรษฐกิจที่มีต่อการตัดสินใจลงทุน พบว่าเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการลงทุน โดยงานวิจัยของจงจิตต์ แซ่ลี (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องตัวแปรทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์รายหมวดธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ตัวแปรทางเศรษฐกิจสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ถึงร้อยละ 84.32 โดยอัตราเงินเฟ้อเป็นเพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิษญ์ บรรลือฤทธิ (2554) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาปิดของหลักทรัพย์กลุ่มธนาคารพาณิชย์ ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่ออัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นจะมีผลกระทบทำให้ราคาปิดของหลักทรัพย์กลุ่มธนาคารพาณิชย์เพิ่มสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพิชชา ตรีพัฑฒม์ (2556) ที่ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีราคาหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหุ้นอาหารและเครื่องดื่ม

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงระดับและสหสัมพันธ์คาโนนิกอระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey Research) และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมายและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อสรุปผลการวิจัย โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำนวน 23,236 คน (ฝ่ายทรัพยากรบุคคล สำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย, 2561) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างนี้เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จัดอยู่ในกลุ่มรัฐวิสาหกิจประเภทที่ 1 ซึ่งมีโครงสร้างของเงินเดือนในระดับสูง รวมถึงมีการจ่ายเงินตอบแทนพิเศษหรือโบนัสให้แก่พนักงาน พิจารณาตามผลการปฏิบัติงาน ตามระบบการประเมินผลของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ, 2562) จึงทำให้พนักงานกลุ่มนี้มีรายได้ค่อนข้างสูง พนักงานส่วนใหญ่จึงให้ความสำคัญกับการวางแผนการเงินเพื่อลดหย่อนภาษี เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 ถึง มีนาคม 2562



กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของ Yamane 1967 (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

$$n \geq \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ประชากรทั้งหมด

e แทน ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร จากประชากรจำนวน 23,236 คน แทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} \text{จะได้ } n &\geq \frac{23,236}{(1 + 23,236 (0.05)^2)} \\ n &\geq 393.23 \text{ หรือ ประมาณ } 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยแจกแบบสอบถามออนไลน์ 20 วัน วันละ 20 ตัวอย่าง โดยทำการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 2 มกราคม 2562 ถึง วันที่ 30 เมษายน 2562

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และออกแบบตามกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ตำแหน่งงานในปัจจุบัน ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เสีย ประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว วัตถุประสงค์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว และระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้ ลักษณะคำถามเป็น

คำถามแบบปลายปิด คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice) โดยให้เลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับความเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรหรือพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

ส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับระดับความเห็นที่มีต่อปัจจัยทางเศรษฐกิจภายในประเทศต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) อัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) และดัชนีราคาตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)

ส่วนที่ 4 เป็นการสอบถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยแบบสอบถามในส่วนที่ 2, 3 เป็นการถามระดับความคิดเห็น ใช้มาตราส่วนแบบประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งระดับของความเห็นออกเป็น 5 ระดับ (Likert Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลซึ่งสามารถคำนวณโดยใช้สูตรการหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5-1)}{5} = 0.80 \end{aligned}$$

จึงกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นดังนี้

|             |                                 |
|-------------|---------------------------------|
| ระดับคะแนน  | ความหมาย                        |
| 4.21 – 5.00 | มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด  |
| 3.41 – 4.20 | มีความเห็นด้วยในระดับมาก        |
| 2.61 – 3.40 | มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง    |
| 1.81 – 2.60 | มีความเห็นด้วยในระดับน้อย       |
| 1.00 – 1.80 | มีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด |

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องต่างๆ
2. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยอาศัยเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นคำถามและจำนวนข้อคำถามในแต่ละประเด็น จากนั้นสร้างคำถามตามกรอบประเด็นที่กำหนดให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา
3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหา และความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา โดยเกณฑ์การให้คะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิมีดังนี้

หากผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม จะให้คะแนนเท่ากับ 1

หากผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่าข้อคำถามมีความไม่เหมาะสม จะให้คะแนนเท่ากับ -1

หากผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่าไม่แน่ใจความเหมาะสมของข้อคำถาม จะให้คะแนนเท่ากับ 0

โดยค่าดัชนี IOC มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 ข้อคำถามที่ดีจะต้องมีค่า IOC ใกล้เคียงกับ 1 โดยกำหนดเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่าสอดคล้องในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (ประสพชัย พสุนนท์, 2555)

5. วิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ไปทดลองกับพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ปรากฏว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เฉลี่ยเท่ากับ 0.732 โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ดี ต้องมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ซึ่งแปลว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับรายงานวิจัยมีความเชื่อมั่นเพียงพอในการนำผลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือวิจัยนี้ไปทำการวิเคราะห์ผลการวิจัย

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้แล้วมาตรวจสอบความถูกต้องเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์แล้วนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

#### **การเก็บรวบรวมข้อมูล**

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมุ่งศึกษาถึงระดับและสหสัมพันธ์คาโนนิคระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการศึกษแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำนวน 400 ราย โดยผู้วิจัยใช้ Google form ในการสร้างแบบสอบถามและแจกแบบสอบถามผ่านทางอีเมลล์ แอปพลิเคชัน Line และ Facebook

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการทำวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วารสารต่างๆ และสืบค้นข้อมูลจากระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดและทฤษฎีที่จะนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้คำตอบจากกลุ่มตัวอย่างครบถ้วนและสมบูรณ์แล้ว จะนำข้อมูลมาประมวลผลทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เวอร์ชัน 22 โดยสถิติที่ใช้ มีดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของผู้แปรปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงานในปัจจุบัน สถานภาพเงินได้บุคคลธรรมดา ประสบการณ์การลงทุน วัตถุประสงค์ในการลงทุน และระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้ และใช้เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

3. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการกับชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์คาโนนิคอล (Canonical Correlation)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคัลระหว่างส่วนประสมทางการตลาด บริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน รัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย และเพื่อศึกษาสหสัมพันธ์คาโนนิคัลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำนวน 400 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว โดยวิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน รัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยวิเคราะห์ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคัลระหว่างชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด บริการและชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยวิเคราะห์ค่าสถิติสหสัมพันธ์คาโนนิคัล (Canonical Correlation)

### สัญลักษณ์ทางสถิติ

|                |                                                           |
|----------------|-----------------------------------------------------------|
| n              | แทน จำนวนตัวอย่าง                                         |
| $\bar{X}$      | แทน ค่าเฉลี่ย                                             |
| S.D.           | แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน                                  |
| Sig.           | แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติ                                   |
| **             | แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01                   |
| X <sub>1</sub> | แทน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์               |
| X <sub>2</sub> | แทน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา                    |
| X <sub>3</sub> | แทน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย  |
| X <sub>4</sub> | แทน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด      |
| X <sub>5</sub> | แทน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร      |
| X <sub>6</sub> | แทน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ |
| X <sub>7</sub> | แทน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ      |
| Y <sub>1</sub> | แทน ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)                      |
| Y <sub>2</sub> | แทน อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate)                         |
| Y <sub>3</sub> | แทน อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate)                        |
| Y <sub>4</sub> | แทน อัตราการว่างงาน (Unemployment Rate)                   |
| Y <sub>5</sub> | แทน ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)  |

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานการลงทุน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ในการลงทุน วัตถุประสงค์ในการลงทุน และระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้ ผลการศึกษา มีดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้ต่อเดือน

| เพศ                 | จำนวน      | ร้อยละ        |
|---------------------|------------|---------------|
| ชาย                 | 128        | 32.00         |
| หญิง                | 272        | 68.00         |
| <b>รวม</b>          | <b>400</b> | <b>100.00</b> |
| อายุ                | จำนวน      | ร้อยละ        |
| 20 – 29 ปี          | 104        | 26.00         |
| 30 – 39 ปี          | 192        | 48.00         |
| 40 – 49 ปี          | 40         | 10.00         |
| 50 – 59 ปี          | 56         | 14.00         |
| 60 ปีขึ้นไป         | 8          | 2.00          |
| <b>รวม</b>          | <b>400</b> | <b>100.00</b> |
| สถานภาพ             | จำนวน      | ร้อยละ        |
| โสด                 | 232        | 58.00         |
| สมรส                | 168        | 42.00         |
| หม้าย               | 0          | 0.00          |
| หย่าร้าง            | 0          | 0.00          |
| <b>รวม</b>          | <b>400</b> | <b>100.00</b> |
| ระดับการศึกษาสูงสุด | จำนวน      | ร้อยละ        |
| ปริญญาตรี           | 277        | 69.25         |
| ปริญญาโท            | 123        | 30.75         |



| ระดับการศึกษาสูงสุด                       | จำนวน      | ร้อยละ        |
|-------------------------------------------|------------|---------------|
| ปริญญาเอก                                 | 0          | 0.00          |
| <b>รวม</b>                                | <b>400</b> | <b>100.00</b> |
| ตำแหน่งงานในปัจจุบัน                      | จำนวน      | ร้อยละ        |
| ระดับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/<br>สินเชื่อ | 128        | 32.00         |
| ระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส                    | 125        | 31.25         |
| ระดับหัวหน้าส่วน/รองผู้จัดการ             | 119        | 29.75         |
| ระดับผู้บริหารขึ้นไป                      | 28         | 7.00          |
| <b>รวม</b>                                | <b>400</b> | <b>100.00</b> |
| รายได้ต่อเดือน                            | จำนวน      | ร้อยละ        |
| 10,000 – 50,000 บาท                       | 309        | 77.25         |
| 50,001 – 90,000 บาท                       | 49         | 12.25         |
| 90,001 – 130,000 บาท                      | 42         | 10.50         |
| 130,000 บาทขึ้นไป                         | 0          | 0.00          |
| <b>รวม</b>                                | <b>400</b> | <b>100.00</b> |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 และเป็นเพศชาย จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00

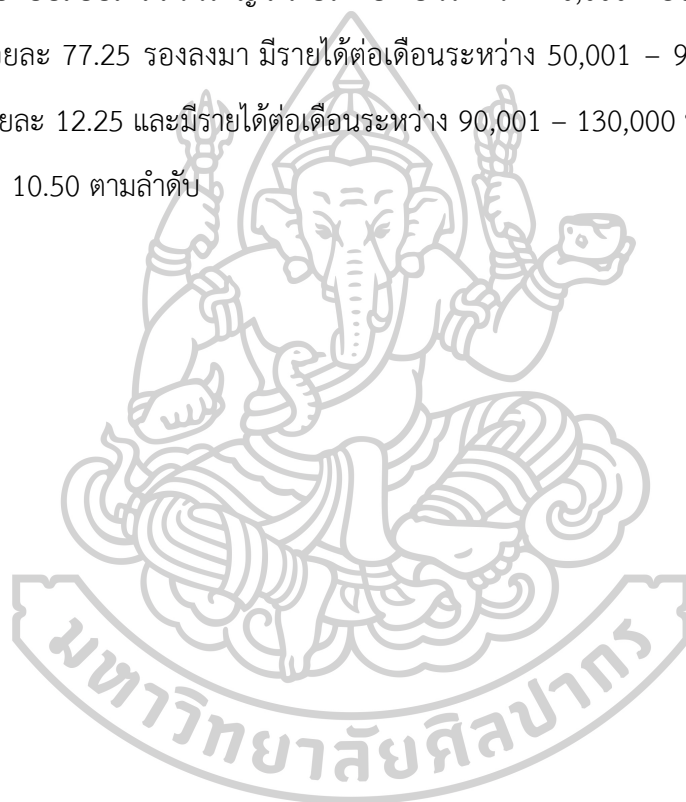
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา มีอายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 อายุระหว่าง 50 – 59 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.25 รองลงมาเป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นระดับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/ สินเชื่อ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาเป็นระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 ระดับหัวหน้าส่วน/รองผู้จัดการ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 และระดับผู้บริหารขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 50,000 บาท จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.25 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 50,001 – 90,000 บาท จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 90,001 – 130,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ตามลำดับ



ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อัตราภาษีที่เสียในปัจจุบัน

| อัตราภาษีที่เสียในปัจจุบัน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------|-------|--------|
| 5%                         | 22    | 5.50   |
| 10%                        | 180   | 45.00  |
| 15%                        | 185   | 46.25  |
| 20%                        | 10    | 2.50   |
| 25%                        | 3     | 0.75   |
| 30%                        | 0     | 0.00   |
| 35%                        | 0     | 0.00   |
| รวม                        | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาปัจจุบันใน อัตรา 15% จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมาอัตรา 10% จำนวน 180 คน คิดเป็น ร้อยละ 45.00 อัตรา 5% จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 อัตรา 20% จำนวน 10 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.50 และอัตรา 25% จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม  
ประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

| ประสบการณ์ในการลงทุน<br>กองทุนรวมหุ้นระยะยาว | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------|-------|--------|
| น้อยกว่า 1 ปี                                | 218   | 54.50  |
| 1 – 3 ปี                                     | 84    | 21.00  |
| 4 – 6 ปี                                     | 49    | 12.25  |
| มากกว่า 6 ปีขึ้นไป                           | 49    | 12.25  |
| รวม                                          | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวม  
หุ้นระยะยาว น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา มีประสบการณ์ในการ  
ลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ระหว่าง 1 – 3 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ระหว่าง  
4 – 6 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 และมากกว่า 6 ปีขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 12.25 ตามลำดับ



ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

| วัตถุประสงค์ในการลงทุนกองทุนรวม<br>หุ้นระยะยาว | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------------------|-------|--------|
| เพื่อออมเงิน                                   | 105   | 26.25  |
| เพื่อสร้างผลตอบแทนในระยะยาว                    | 56    | 14.00  |
| เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี                           | 218   | 54.50  |
| เพื่อเก็งกำไร                                  | 21    | 5.25   |
| รวม                                            | 400   | 100.00 |

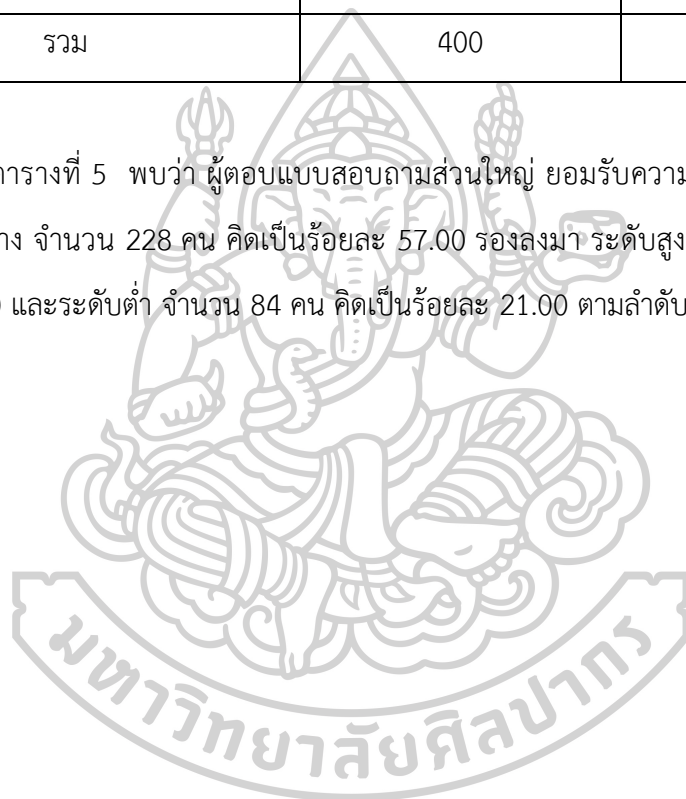
จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา เพื่อออมเงินจำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 เพื่อสร้างผลตอบแทนในระยะยาว จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และเพื่อเก็งกำไร จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ



ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้

| ระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------|-------|--------|
| ระดับสูง                              | 88    | 22.00  |
| ระดับปานกลาง                          | 228   | 57.00  |
| ระดับต่ำ                              | 84    | 21.00  |
| รวม                                   | 400   | 100.00 |

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ยอมรับความเสี่ยงในการลงทุนได้ในระดับปานกลาง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 รองลงมา ระดับสูง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 และระดับต่ำ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ



## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว โดยมีคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานหรือบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว โดยมีคำถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) อัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) และดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยนำเสนอผลการศึกษาด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)



ตารางที่ 6 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| ส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการ<br>ด้านผลิตภัณฑ์                          | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |               |                |                |                | (X̄) | S.D.  | แปลผล |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|------|-------|-------|
|                                                                         | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย          | ปาน<br>กลาง    | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |      |       |       |
| 1. กองทุนมีความหลากหลาย<br>ทางด้านนโยบายการลงทุน                        | 48<br>(12.00)                    | 32<br>(8.00)  | 56<br>(14.00)  | 88<br>(22.00)  | 176<br>(44.00) | 3.78 | 1.392 | มาก   |
| 2. ความมั่นคงและความ<br>น่าเชื่อถือของบริษัท<br>หลักทรัพย์จัดการกองทุน  | 18<br>(4.50)                     | 30<br>(7.50)  | 72<br>(18.00)  | 91<br>(22.80)  | 189<br>(47.30) | 4.01 | 1.167 | มาก   |
| 3. ผลการดำเนินงานในอดีต<br>ของกองทุน                                    | 24<br>(6.00)                     | 40<br>(10.00) | 66<br>(16.50)  | 108<br>(27.00) | 162<br>(40.50) | 3.86 | 1.222 | มาก   |
| 4. กองทุนลงทุนในหุ้นที่มี<br>พื้นฐานดี                                  | 20<br>(5.00)                     | 30<br>(7.50)  | 43<br>(10.80)  | 145<br>(36.30) | 162<br>(40.50) | 4.00 | 1.125 | มาก   |
| 5. กองทุนให้ผลตอบแทนดี<br>จ่ายเงินปันผลสม่ำเสมอ                         | 20<br>(5.00)                     | 20<br>(5.00)  | 34<br>(8.50)   | 136<br>(34.00) | 190<br>(47.50) | 4.14 | 1.092 | มาก   |
| 6. กองทุนมีการปรับพอร์ต<br>การลงทุนเพื่อให้สอดคล้องกับ<br>สภาวะเศรษฐกิจ | 48<br>(12.00)                    | 32<br>(8.00)  | 104<br>(26.00) | 80<br>(20.00)  | 136<br>(34.00) | 3.56 | 1.346 | มาก   |
| รวม                                                                     |                                  |               |                |                |                | 3.89 | 0.541 | มาก   |

จากตารางที่ 6 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณา  
ความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (X̄) เท่ากับ 3.89 และค่าส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.541 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์  
โดยให้ความสำคัญกับกองทุนให้ผลตอบแทนดี จ่ายเงินปันผลสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย  
(X̄) เท่ากับ 4.14 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.092



ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.01 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.167

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับกองทุนลงทุนในหุ้นที่มีพื้นฐานดี อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.00 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.125

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานในอดีตของกองทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.86 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.222

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับกองทุนมีความหลากหลายทางด้านนโยบายการลงทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.78 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.392

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับกองทุนมีการปรับพอร์ตการลงทุนเพื่อให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.56 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.346



ตารางที่ 7 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| ส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการ<br>ด้านราคา             | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |               |                |                |                | (X̄) | S.D.  | แปลผล |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|------|-------|-------|
|                                                       | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย          | ปาน<br>กลาง    | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |      |       |       |
| 1. ค่าธรรมเนียมในการซื้อขายไม่สูงเกินไป มีความเหมาะสม | 16<br>(4.00)                     | 12<br>(3.00)  | 32<br>(8.00)   | 188<br>(47.00) | 152<br>(38.00) | 4.12 | 0.963 | มาก   |
| 2. มูลค่าในการซื้อขายขั้นต่ำมีความเหมาะสม             | 24<br>(6.00)                     | 32<br>(8.00)  | 40<br>(10.00)  | 96<br>(24.00)  | 208<br>(52.00) | 4.08 | 1.215 | มาก   |
| 3. ผลตอบแทนที่ได้คุ้มค่างับการลงทุน                   | 16<br>(4.00)                     | 32<br>(8.00)  | 144<br>(36.00) | 96<br>(24.00)  | 112<br>(28.00) | 3.64 | 1.092 | มาก   |
| 4. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนไม่เสียภาษี             | 32<br>(8.00)                     | 32<br>(8.00)  | 64<br>(16.00)  | 152<br>(38.00) | 120<br>(30.00) | 3.74 | 1.198 | มาก   |
| 5. มูลค่าหน่วยลงทุนไม่ปรับตัวเหวี่ยงเกินไป            | 15<br>(3.80)                     | 29<br>(7.30)  | 132<br>(33.00) | 110<br>(27.50) | 114<br>(28.50) | 3.70 | 1.074 | มาก   |
| 6. ไม่มีค่าธรรมเนียมการขายคืน                         | 48<br>(12.00)                    | 40<br>(10.00) | 80<br>(20.00)  | 104<br>(26.00) | 128<br>(32.00) | 3.56 | 1.346 | มาก   |
| รวม                                                   |                                  |               |                |                |                | 3.81 | 0.591 | มาก   |

จากตารางที่ 7 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (X̄) เท่ากับ 3.81 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.591 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับค่าธรรมเนียมในการซื้อขายไม่สูงเกินไป มีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (X̄) เท่ากับ 4.12 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.963

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับมูลค่าในการซื้อขายขั้นต่ำมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (X̄) เท่ากับ 4.08 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.215

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนไม่เสียภาษี อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.74 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.198

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับมูลค่าหน่วยลงทุนไม่ปรับตัวเหวี่ยงเกินไป อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.70 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.074

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับผลตอบแทนที่ได้คุ้มค่ากับการลงทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.64 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.092

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา โดยให้ความสำคัญกับไม่มีค่าธรรมเนียมการขายคืน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.56 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.346



ตารางที่ 8 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| ส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการ                                                                            | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |                |                |                |                | $(\bar{X})$ | S.D.  | แปลผล   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------|---------|
|                                                                                                          | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย           | ปาน<br>กลาง    | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |             |       |         |
| 1. สถานที่จำหน่ายกองทุน<br>เข้าถึงได้ง่ายและสะดวก                                                        | 14<br>(3.50)                     | 44<br>(11.00)  | 90<br>(22.50)  | 108<br>(27.00) | 144<br>(36.00) | 3.81        | 1.143 | มาก     |
| 2. มีช่องทางในการซื้อขายที่<br>หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต<br>สาขาของธนาคาร Mobile<br>Application เป็นต้น | 24<br>(6.00)                     | 24<br>(6.00)   | 80<br>(20.00)  | 152<br>(38.00) | 120<br>(30.00) | 3.80        | 1.115 | มาก     |
| 3. รูปแบบเว็บไซต์ใช้งานง่าย                                                                              | 32<br>(8.00)                     | 24<br>(6.00)   | 48<br>(12.00)  | 160<br>(40.00) | 136<br>(34.00) | 3.86        | 1.185 | มาก     |
| 4. แอปพลิเคชันสามารถทำ<br>ธุรกรรมได้หลายอย่าง                                                            | 16<br>(4.00)                     | 32<br>(8.00)   | 200<br>(50.00) | 56<br>(14.00)  | 96<br>(24.00)  | 3.46        | 1.064 | มาก     |
| 5. สามารถลงทุนรายเดือน<br>แบบหักบัญชีธนาคารอัตโนมัติ<br>ได้                                              | 40<br>(10.00)                    | 88<br>(22.00)  | 128<br>(32.00) | 96<br>(24.00)  | 48<br>(12.00)  | 3.06        | 1.158 | ปานกลาง |
| 6. ใช้บัตรเครดิตในการซื้อ<br>หน่วยลงทุนได้                                                               | 88<br>(22.00)                    | 136<br>(34.00) | 56<br>(14.00)  | 80<br>(20.00)  | 40<br>(10.00)  | 2.62        | 1.296 | ปานกลาง |
| รวม                                                                                                      |                                  |                |                |                |                | 3.44        | 0.456 | มาก     |

จากตารางที่ 8 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.44 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.456 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับรูปแบบเว็บไซต์ใช้งานง่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.86 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.185

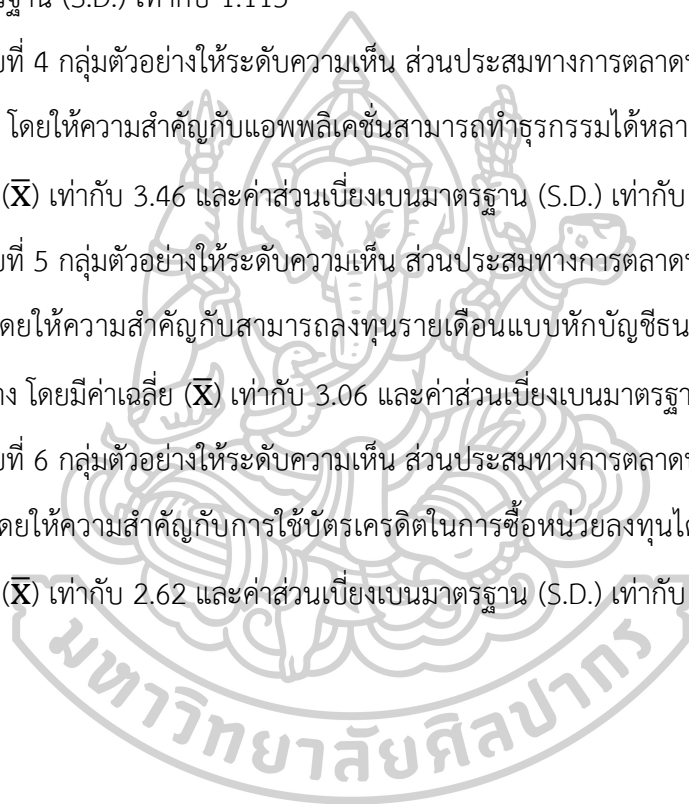
ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายกองทุนเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.81 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.143

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับมีช่องทางในการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต สาขาของธนาคาร Mobile Application เป็นต้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.80 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.115

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับแอปพลิเคชันสามารถทำธุรกรรมได้หลายอย่าง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.46 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.064

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับสามารถลงทุนรายเดือนแบบหักบัญชีธนาคารอัตโนมัติได้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.06 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.158

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยให้ความสำคัญกับการใช้บัตรเครดิตในการซื้อหน่วยลงทุนได้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 2.62 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.296



ตารางที่ 9 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาดบริการ  
ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| ส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการ<br>ด้านการส่งเสริมการตลาด     | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |                |                |                |               | $(\bar{X})$ | S.D.  | แปลผล   |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-------------|-------|---------|
|                                                             | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย           | ปาน<br>กลาง    | มาก            | มาก<br>ที่สุด |             |       |         |
| 1. มีการจัดอบรมให้ความรู้<br>เกี่ยวกับการลงทุนแก่ลูกค้า     | 32<br>(8.00)                     | 16<br>(4.00)   | 72<br>(18.00)  | 216<br>(54.00) | 64<br>(16.00) | 3.66        | 1.052 | มาก     |
| 2. สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับ<br>การลงทุนได้ง่าย               | 40<br>(10.00)                    | 40<br>(10.00)  | 152<br>(38.00) | 72<br>(18.00)  | 96<br>(24.00) | 3.36        | 1.230 | ปานกลาง |
| 3. มีการจัดรายการส่งเสริม<br>การขาย เช่น ส่วนลด ส่วน<br>แถม | 158<br>(39.50)                   | 128<br>(32.00) | 80<br>(20.00)  | 16<br>(4.00)   | 18<br>(4.50)  | 2.02        | 1.078 | น้อย    |
| 4. มีการประชาสัมพันธ์ผ่าน<br>สื่อหลายทาง                    | 72<br>(18.00)                    | 96<br>(24.00)  | 88<br>(22.00)  | 96<br>(24.00)  | 48<br>(12.00) | 2.88        | 1.292 | ปานกลาง |
| 5. มีการแจกหนังสือชี้ชวน<br>แนะนำรายละเอียดกองทุน           | 32<br>(8.00)                     | 40<br>(10.00)  | 96<br>(24.00)  | 144<br>(36.00) | 88<br>(22.00) | 3.54        | 1.171 | มาก     |
| 6. มีการแจกของที่ระลึก                                      | 112<br>(28.00)                   | 112<br>(28.00) | 80<br>(20.00)  | 56<br>(14.00)  | 40<br>(10.00) | 2.50        | 1.301 | น้อย    |
| รวม                                                         |                                  |                |                |                |               | 2.99        | 0.578 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 9 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 2.99 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.578 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนแก่ลูกค้า อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.66 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.052

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการแจกหนังสือชี้ชวนแนะนำรายละเอียดกองทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.54 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.171

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนได้ง่าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.36 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.230

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายทาง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 2.88 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.292

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการแจกของที่ระลึก อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 2.50 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.301

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยให้ความสำคัญกับการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด ส่วนแถม อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 2.02 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.078



ตารางที่ 10 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด  
บริการด้านพนักงานหรือบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| ส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการ<br>ด้านพนักงานหรือบุคลากร           | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |               |                |                |                | $(\bar{X})$ | S.D.  | แปลผล   |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------|---------|
|                                                                   | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย          | ปาน<br>กลาง    | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |             |       |         |
| 1. พนักงานมีความรู้<br>ความสามารถในการให้<br>คำปรึกษาด้านการลงทุน | 24<br>(6.00)                     | 16<br>(4.00)  | 128<br>(32.00) | 136<br>(34.00) | 96<br>(24.00)  | 3.66        | 1.071 | มาก     |
| 2. ความรวดเร็วในการ<br>ให้บริการของพนักงาน                        | 32<br>(8.00)                     | 32<br>(8.00)  | 96<br>(24.00)  | 40<br>(10.00)  | 200<br>(50.00) | 3.86        | 1.329 | มาก     |
| 3. พนักงานมีความ<br>กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ                  | 32<br>(8.00)                     | 48<br>(12.00) | 104<br>(26.00) | 80<br>(20.00)  | 136<br>(34.00) | 3.60        | 1.282 | มาก     |
| 4. พนักงานมีความสุภาพ<br>อ่อนโยน                                  | 24<br>(6.00)                     | 32<br>(8.00)  | 64<br>(16.00)  | 160<br>(40.00) | 120<br>(30.00) | 3.80        | 1.133 | มาก     |
| 5. พนักงานให้ข้อมูลเพียงพอ<br>ต่อการตัดสินใจ                      | 56<br>(14.00)                    | 40<br>(10.00) | 64<br>(16.00)  | 160<br>(40.00) | 80<br>(20.00)  | 3.42        | 1.299 | มาก     |
| 6. พนักงานใช้คำพูดที่เข้าใจ<br>ง่าย                               | 32<br>(8.00)                     | 96<br>(24.00) | 40<br>(10.00)  | 200<br>(50.00) | 32<br>(8.00)   | 3.26        | 1.147 | ปานกลาง |
| รวม                                                               |                                  |               |                |                |                | 3.60        | 0.508 | มาก     |

จากตารางที่ 10 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.60 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.508 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.86 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.329



ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับพนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.80 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.133

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากรโดยให้ความสำคัญกับพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.66 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.071

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับพนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.60 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.282

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับพนักงานให้ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.42 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.299

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร โดยให้ความสำคัญกับพนักงานใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.26 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.147



ตารางที่ 11 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด  
บริการด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว  
(n=400)

| ส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการ<br>ด้านสภาพแวดล้อมในการ<br>ให้บริการ | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |                |               |                |                | $(\bar{X})$ | S.D.  | แปลผล   |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------|----------------|---------------|----------------|----------------|-------------|-------|---------|
|                                                                    | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย           | ปาน<br>กลาง   | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |             |       |         |
| 1. สถานที่จำหน่ายมีความ<br>ทันสมัย น่าเชื่อถือ                     | 56<br>(14.00)                    | 72<br>(18.00)  | 64<br>(16.00) | 160<br>(40.00) | 48<br>(12.00)  | 3.18        | 1.262 | ปานกลาง |
| 2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้<br>ลูกค้า                               | 48<br>(12.00)                    | 96<br>(24.00)  | 56<br>(14.00) | 88<br>(22.00)  | 112<br>(28.00) | 3.30        | 1.405 | ปานกลาง |
| 3. มีที่จอดรถเพียงพอแก่<br>ลูกค้าที่มาใช้บริการ                    | 136<br>(34.00)                   | 112<br>(28.00) | 64<br>(16.00) | 40<br>(10.00)  | 48<br>(12.00)  | 2.38        | 1.357 | น้อย    |
| 4. สถานที่จำหน่ายมีความ<br>เป็นระเบียบเรียบร้อย                    | 40<br>(10.00)                    | 56<br>(14.00)  | 96<br>(24.00) | 160<br>(40.00) | 48<br>(12.00)  | 3.30        | 1.155 | ปานกลาง |
| 5. สถานที่จัดจำหน่าย<br>กว้างขวาง ปลอดภัย                          | 112<br>(28.00)                   | 64<br>(16.00)  | 56<br>(14.00) | 80<br>(20.00)  | 88<br>(22.00)  | 2.92        | 1.536 | ปานกลาง |
| 6. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใน<br>ละแวกชุมชน มองเห็นได้ชัด             | 48<br>(12.00)                    | 56<br>(14.00)  | 56<br>(14.00) | 208<br>(52.00) | 32<br>(8.00)   | 3.30        | 1.172 | ปานกลาง |
| รวม                                                                |                                  |                |               |                |                | 3.06        | 0.651 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 11 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.06 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.651 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.405

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.155

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในละแวกชุมชน มองเห็นได้ชัด อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.30 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.172

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จำหน่ายมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.18 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.262

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับสถานที่จัดจำหน่ายกว้างขวาง ปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 2.92 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.536

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับมีที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 2.38 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.357

ตารางที่ 12 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด  
บริการด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| ส่วนประสมทางการตลาด<br>บริการ<br>ด้านกระบวนการให้บริการ                                   | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |               |                |                |                | $(\bar{X})$ | S.D.  | แปลผล   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------|---------|
|                                                                                           | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย          | ปาน<br>กลาง    | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |             |       |         |
| 1. ระบบในการให้บริการมี<br>ความรวดเร็วและถูกต้อง                                          | 51<br>(12.80)                    | 67<br>(16.80) | 119<br>(29.80) | 85<br>(21.30)  | 78<br>(19.50)  | 3.18        | 1.281 | ปานกลาง |
| 2. มีการให้บริการหลังการ<br>ขาย เช่น แจ้งวันครบกำหนด<br>ของกองทุน แนะนำผลิตภัณฑ์<br>ใหม่ๆ | 32<br>(8.00)                     | 56<br>(14.00) | 96<br>(24.00)  | 56<br>(14.00)  | 160<br>(40.00) | 3.64        | 1.340 | มาก     |
| 3. สามารถสั่งซื้อขายกองทุน<br>ได้ตลอดเวลา                                                 | 64<br>(16.00)                    | 81<br>(20.30) | 81<br>(20.30)  | 141<br>(35.30) | 33<br>(8.30)   | 3.00        | 1.236 | ปานกลาง |
| 4. ระยะเวลาในการรับเงินคืน<br>จากการขายกองทุน                                             | 80<br>(20.00)                    | 40<br>(10.00) | 96<br>(24.00)  | 152<br>(38.00) | 32<br>(8.00)   | 3.04        | 1.266 | ปานกลาง |
| 5. เอกสารที่ใช้ประกอบการ<br>ซื้อขายไม่ยุ่งยาก                                             | 48<br>(12.00)                    | 80<br>(20.00) | 136<br>(34.00) | 32<br>(8.00)   | 104<br>(26.00) | 3.16        | 1.334 | ปานกลาง |
| 6. ให้ข่าวสารเกี่ยวกับกร<br>ลงทุนแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ                                   | 56<br>(14.00)                    | 96<br>(24.00) | 88<br>(22.00)  | 96<br>(24.00)  | 64<br>(16.00)  | 3.04        | 1.297 | ปานกลาง |
| รวม                                                                                       |                                  |               |                |                |                | 3.18        | 0.575 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 12 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อ  
พิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.18 และค่าส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.575 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้าน  
กระบวนการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย เช่น แจ้งวันครบกำหนดของ  
กองทุน แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.64 และค่าส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.340

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับระบบในการให้บริการมีความรวดเร็วและถูกต้อง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.18 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.281

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับเอกสารที่ใช้ประกอบการซื้อขายไม่ยุ่งยาก อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.16 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.334

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการรับเงินคืนจากการขายกองทุน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.04 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.266

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับให้ข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.04 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.297

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้ความสำคัญกับสามารถสั่งซื้อขายกองทุนได้ตลอดเวลา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.00 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.236

ตารางที่ 13 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| ดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)                                                               | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |              |               |                |                | $(\bar{X})$ | S.D.  | แปลผล     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|---------------|----------------|----------------|-------------|-------|-----------|
|                                                                                                     | น้อยที่สุด                       | น้อย         | ปานกลาง       | มาก            | มากที่สุด      |             |       |           |
| 1. มูลค่าส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น                                                    | 7<br>(1.80)                      | 8<br>(2.00)  | 72<br>(18.00) | 173<br>(43.30) | 140<br>(35.00) | 4.08        | 0.874 | มาก       |
| 2. มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศน้อยลง                                                             | 5<br>(1.30)                      | 14<br>(3.50) | 91<br>(22.80) | 182<br>(45.50) | 108<br>(27.00) | 3.94        | 0.865 | มาก       |
| 3. รัฐบาลจัดเก็บรายได้ได้มากขึ้น                                                                    | 5<br>(1.30)                      | 7<br>(1.80)  | 49<br>(12.30) | 182<br>(45.50) | 157<br>(39.30) | 4.20        | 0.813 | มาก       |
| 4. ค่าใช้จ่ายของรัฐบาลเพิ่มสูงขึ้น เช่น เงินเดือนข้าราชการ การซื้ออาวุธทางทหาร และการลงทุนของภาครัฐ | 0<br>(0.00)                      | 14<br>(3.50) | 63<br>(15.80) | 203<br>(50.80) | 120<br>(30.00) | 4.07        | 0.771 | มาก       |
| 5. ความต้องการสินค้าภายในประเทศมากขึ้น                                                              | 0<br>(0.00)                      | 8<br>(2.00)  | 80<br>(20.00) | 128<br>(32.00) | 184<br>(46.00) | 4.22        | 0.833 | มากที่สุด |
| 6. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตได้ดี                                                               | 0<br>(0.00)                      | 8<br>(2.00)  | 72<br>(18.00) | 152<br>(38.00) | 168<br>(42.00) | 4.20        | 0.801 | มาก       |
| รวม                                                                                                 |                                  |              |               |                |                | 4.12        | 0.379 | มาก       |

จากตารางที่ 13 พบว่าเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.12 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.379 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับความต้องการสินค้าภายในประเทศมากขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.22 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.833

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับรัฐบาลจัดเก็บรายได้ได้มากขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.20 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.813

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตได้ดี อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.20 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.801

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับมูลค่าส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.08 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.874

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายของรัฐบาลเพิ่มสูงขึ้น เช่น เงินเดือนข้าราชการ การซื้ออาวุธทางทหาร และการลงทุนของภาครัฐอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.07 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.771

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศน้อยลง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.94 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.865

ตารางที่ 14 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้านอัตราดอกเบี้ยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| อัตราดอกเบี้ย                                                             | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |              |                |                |                | ( $\bar{X}$ ) | S.D.  | แปลผล     |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|---------------|-------|-----------|
|                                                                           | น้อยที่สุด                       | น้อย         | ปานกลาง        | มาก            | มากที่สุด      |               |       |           |
| 1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารปรับตัวลดลง                                  | 0<br>(0.00)                      | 16<br>(4.00) | 64<br>(16.00)  | 128<br>(32.00) | 192<br>(48.00) | 4.24          | 0.863 | มากที่สุด |
| 2. ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศขึ้นอัตราดอกเบี้ย                             | 0<br>(0.00)                      | 16<br>(4.00) | 96<br>(24.00)  | 104<br>(26.00) | 184<br>(46.00) | 4.14          | 0.918 | มาก       |
| 3. ผลตอบแทนของเงินฝากธนาคารลดลง                                           | 0<br>(0.00)                      | 8<br>(2.00)  | 80<br>(20.00)  | 112<br>(28.00) | 200<br>(50.00) | 4.26          | 0.845 | มากที่สุด |
| 4. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลง                                        | 8<br>(2.00)                      | 0<br>(0.00)  | 96<br>(24.00)  | 112<br>(28.00) | 184<br>(46.00) | 4.16          | 0.926 | มาก       |
| 5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารน้อยกว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในกองทุน | 12<br>(3.00)                     | 23<br>(5.80) | 104<br>(26.00) | 110<br>(27.50) | 151<br>(37.80) | 3.91          | 1.064 | มาก       |
| 6. การปรับตัวของอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ                 | 13<br>(3.30)                     | 28<br>(7.00) | 113<br>(28.30) | 86<br>(21.50)  | 160<br>(40.00) | 3.88          | 1.115 | มาก       |
| รวม                                                                       |                                  |              |                |                |                | 4.10          | 0.694 | มาก       |

จากตารางที่ 14 พบว่า เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.10 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.694 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย โดยให้ความสำคัญกับผลตอบแทนของเงินฝากธนาคารลดลง อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.26 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.845



ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย โดยให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารปรับตัวลดลง อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.24 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.863

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย โดยให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.16 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.926

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย โดยให้ความสำคัญกับธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศขึ้นอัตราดอกเบี้ย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.14 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.918

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย โดยให้ความสำคัญกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารน้อยกว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในกองทุน อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.91 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.064

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย โดยให้ความสำคัญกับการปรับตัวของอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.88 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.115



ตารางที่ 15 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้าน  
อัตราเงินเฟ้อที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| อัตราเงินเฟ้อ                                                   | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |               |                |                |                | $(\bar{X})$ | S.D.  | แปลผล     |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------|-----------|
|                                                                 | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย          | ปาน<br>กลาง    | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |             |       |           |
| 1. ราคาสินค้าและบริการมี<br>การปรับตัวสูงขึ้นอย่าง<br>ต่อเนื่อง | 46<br>(11.50)                    | 57<br>(14.30) | 123<br>(30.80) | 83<br>(20.80)  | 91<br>(22.80)  | 3.29        | 1.281 | ปานกลาง   |
| 2. ค่าครองชีพมีการปรับตัว<br>สูงขึ้น                            | 4<br>(1.00)                      | 8<br>(2.00)   | 36<br>(9.00)   | 200<br>(50.00) | 152<br>(38.00) | 4.22        | 0.770 | มากที่สุด |
| 3. ค่าจ้างแรงงานขึ้นต่ำต่อวัน<br>มีการปรับสูงขึ้น               | 0<br>(0.00)                      | 24<br>(6.00)  | 96<br>(24.00)  | 160<br>(40.00) | 120<br>(30.00) | 3.94        | 0.882 | มาก       |
| 4. ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน<br>ปรับตัวสูงขึ้น                  | 7<br>(1.80)                      | 0<br>(0.00)   | 98<br>(24.50)  | 111<br>(27.80) | 184<br>(46.00) | 4.16        | 0.916 | มาก       |
| 5. รายได้ปรับตัวสูงขึ้น                                         | 0<br>(0.00)                      | 14<br>(3.50)  | 91<br>(22.80)  | 126<br>(31.50) | 169<br>(42.30) | 4.13        | 0.881 | มาก       |
| 6. ความต้องการบริโภคสินค้า<br>มีมากขึ้น                         | 6<br>(1.50)                      | 6<br>(1.50)   | 66<br>(16.50)  | 126<br>(31.50) | 196<br>(49.00) | 4.25        | 0.889 | มากที่สุด |
| รวม                                                             |                                  |               |                |                |                | 4.00        | 0.424 | มาก       |

จากตารางที่ 15 พบว่า เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ เมื่อพิจารณาความเห็น  
โดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.00 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)  
เท่ากับ 0.424 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ โดย  
ให้ความสำคัญกับความต้องการบริโภคสินค้ามีมากขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ  
4.25 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.889

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ โดยให้ความสำคัญกับค่าครองชีพมีการปรับตัวสูงขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.22 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.770

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ โดยให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันปรับตัวสูงขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.16 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.916

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ โดยให้ความสำคัญกับรายได้ปรับตัวสูงขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.13 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.881

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ โดยให้ความสำคัญกับค่าจ้างแรงงานขึ้นต่ำต่อวันมีการปรับตัวสูงขึ้น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.94 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.882

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ โดยให้ความสำคัญกับราคาสินค้าและบริการมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.29 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.281



ตารางที่ 16 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้าน  
อัตราการว่างงานที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| อัตราการว่างงาน                                                            | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |               |               |                |                | (X̄) | S.D.  | แปลผล     |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|------|-------|-----------|
|                                                                            | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย          | ปาน<br>กลาง   | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |      |       |           |
| 1. นักศึกษาจบใหม่หางานทำ<br>ยากขึ้น                                        | 56<br>(14.00)                    | 56<br>(14.00) | 93<br>(23.30) | 112<br>(28.00) | 83<br>(20.80)  | 3.28 | 1.319 | ปานกลาง   |
| 2. องค์กรธุรกิจมีการปรับลด<br>พนักงานลง                                    | 56<br>(14.00)                    | 24<br>(6.00)  | 48<br>(12.00) | 96<br>(24.00)  | 176<br>(44.00) | 3.78 | 1.420 | มาก       |
| 3. ผู้ว่างงานหางานทำใหม่ได้<br>โดยเร็ว                                     | 0<br>(0.00)                      | 14<br>(3.50)  | 77<br>(19.30) | 168<br>(42.00) | 141<br>(35.30) | 4.09 | 0.824 | มาก       |
| 4. ประชากรส่วนใหญ่ใน<br>ประเทศมีอาชีพการงานที่ไม่<br>มั่นคง                | 0<br>(0.00)                      | 7<br>(1.80)   | 63<br>(15.80) | 130<br>(32.50) | 200<br>(50.00) | 4.31 | 0.800 | มากที่สุด |
| 5. แรงงานไม่เพียงพอในภาค<br>ธุรกิจ                                         | 64<br>(16.00)                    | 56<br>(14.00) | 96<br>(24.00) | 88<br>(22.00)  | 96<br>(24.00)  | 3.24 | 1.381 | ปานกลาง   |
| 6. นักศึกษาจบใหม่ส่วนใหญ่<br>อยากเป็นนายตัวเองมากกว่า<br>เป็นลูกจ้างคนอื่น | 24<br>(6.00)                     | 48<br>(12.00) | 80<br>(20.00) | 120<br>(30.00) | 128<br>(32.00) | 3.70 | 1.206 | มาก       |
| รวม                                                                        |                                  |               |               |                |                | 3.73 | 0.510 | มาก       |

จากตารางที่ 16 พบว่า เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน เมื่อพิจารณา  
ความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย (X̄) เท่ากับ 3.73 และค่าส่วนเบี่ยงเบน  
มาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.510 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน  
โดยให้ความสำคัญกับประชากรส่วนใหญ่ในประเทศมีอาชีพการงานที่ไม่มั่นคง อยู่ในระดับมากที่สุด  
โดยมีค่าเฉลี่ย (X̄) เท่ากับ 4.31 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.800

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน โดยให้ความสำคัญกับผู้ว่างงานหางานทำใหม่ได้โดยเร็ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.09 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.824

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน โดยให้ความสำคัญกับองค์กรธุรกิจมีการปรับลดพนักงานลง อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.78 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.420

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน โดยให้ความสำคัญกับนักศึกษาจบใหม่ส่วนใหญ่อยากเป็นนายตัวเองมากกว่าเป็นลูกจ้างคนอื่น อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.70 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.206

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน โดยให้ความสำคัญกับนักศึกษาจบใหม่หางานทำยากขึ้น อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.28 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.319

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน โดยให้ความสำคัญกับแรงงานไม่เพียงพอในภาคธุรกิจ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.24 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.381



ตารางที่ 17 ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเศรษฐกิจภายในประเทศด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

(n=400)

| ดัชนีราคาหุ้นตลาด<br>หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย            | ความถี่ของระดับความเห็น (ร้อยละ) |               |                |                |                | $(\bar{X})$ | S.D.  | แปลผล     |
|---------------------------------------------------------|----------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-------------|-------|-----------|
|                                                         | น้อย<br>ที่สุด                   | น้อย          | ปาน<br>กลาง    | มาก            | มาก<br>ที่สุด  |             |       |           |
| 1. ดัชนี SET มีการปรับตัว<br>ลดลงมาก                    | 32<br>(8.00)                     | 56<br>(14.00) | 120<br>(30.00) | 80<br>(20.00)  | 112<br>(28.00) | 3.46        | 1.254 | มาก       |
| 2. ดัชนี SET ปรับตัวสูงขึ้น<br>ติดต่อกัน 3 วันขึ้นไป    | 0<br>(0.00)                      | 14<br>(3.50)  | 50<br>(12.50)  | 144<br>(36.00) | 192<br>(48.00) | 4.29        | 0.816 | มากที่สุด |
| 3. ดัชนี SET มีการปรับฐาน<br>การคำนวณ                   | 0<br>(0.00)                      | 7<br>(1.80)   | 63<br>(15.80)  | 114<br>(28.50) | 216<br>(54.00) | 4.35        | 0.805 | มากที่สุด |
| 4. มีหลักทรัพย์จดทะเบียน<br>เข้าตลาดหุ้นใหม่            | 0<br>(0.00)                      | 0<br>(0.00)   | 96<br>(24.00)  | 112<br>(28.00) | 192<br>(48.00) | 4.24        | 0.815 | มากที่สุด |
| 5. หุ้นในตลาดหลักทรัพย์มี<br>การเพิ่มหรือลดทุนจดทะเบียน | 0<br>(0.00)                      | 7<br>(1.80)   | 70<br>(17.50)  | 112<br>(28.00) | 211<br>(52.80) | 4.32        | 0.821 | มากที่สุด |
| 6. การไหลเข้าของเงินลงทุน<br>จากต่างประเทศ              | 0<br>(0.00)                      | 0<br>(0.00)   | 64<br>(16.00)  | 160<br>(40.00) | 176<br>(44.00) | 4.28        | 0.723 | มากที่สุด |
| รวม                                                     |                                  |               |                |                |                | 4.16        | 0.529 | มาก       |

จากตารางที่ 17 พบว่า เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.16 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.529 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า

ลำดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยให้ความสำคัญกับดัชนี SET มีการปรับฐานการคำนวณ

อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.35 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.805

ลำดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยให้ความสำคัญกับหุ้นในตลาดหลักทรัพย์มีการเพิ่มหรือลดทุนจดทะเบียน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.32 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.821

ลำดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยให้ความสำคัญกับดัชนี SET ปรับตัวสูงขึ้นติดต่อกัน 3 วันขึ้นไป อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.29 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.816

ลำดับที่ 4 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยให้ความสำคัญกับการไหลเข้าของเงินลงทุนจากต่างประเทศ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.28 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.723

ลำดับที่ 5 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยให้ความสำคัญกับมีหลักทรัพย์จดทะเบียนเข้าตลาดหุ้นใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.24 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.815

ลำดับที่ 6 กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความเห็น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) โดยให้ความสำคัญกับดัชนี SET มีการปรับตัวลดลงมาก อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.46 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 1.254

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

|                | X <sub>1</sub> | X <sub>2</sub> | X <sub>3</sub> | X <sub>4</sub> | X <sub>5</sub> | X <sub>6</sub> | X <sub>7</sub> | Y <sub>1</sub> | Y <sub>2</sub> | Y <sub>3</sub> | Y <sub>4</sub> | Y <sub>5</sub> |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| X <sub>1</sub> | 1.000          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| X <sub>2</sub> | .588**         | 1.000          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| X <sub>3</sub> | .181**         | .182**         | 1.000          |                |                |                |                |                |                |                |                |                |
| X <sub>4</sub> | .406**         | .598**         | .114**         | 1.000          |                |                |                |                |                |                |                |                |
| X <sub>5</sub> | .225**         | .344**         | .010           | .422**         | 1.000          |                |                |                |                |                |                |                |
| X <sub>6</sub> | .343**         | .444**         | .004           | .135**         | .230**         | 1.000          |                |                |                |                |                |                |
| X <sub>7</sub> | .321**         | .479**         | .133**         | .371**         | .227**         | .067**         | 1.000          |                |                |                |                |                |
| Y <sub>1</sub> | .365**         | .417**         | .141**         | .172**         | .147**         | .300**         | .225**         | 1.000          |                |                |                |                |
| Y <sub>2</sub> | .593**         | .489**         | .146**         | .334**         | .175**         | .381**         | .257**         | .528**         | 1.000          |                |                |                |
| Y <sub>3</sub> | .290**         | .349**         | .018           | .294**         | .210**         | .210**         | .236**         | .382**         | .245**         | 1.000          |                |                |
| Y <sub>4</sub> | .074           | .232**         | .288**         | .122**         | .065           | .111           | .199**         | .274**         | .134**         | .336**         | 1.000          |                |
| Y <sub>5</sub> | .284**         | .516**         | .187**         | .397**         | .331**         | .399**         | .368**         | .300**         | .281**         | .560**         | .362**         | 1.000          |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย พบว่า

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (X<sub>1</sub>) และด้านราคา (X<sub>2</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.588 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (X<sub>1</sub>) และด้านราคา (X<sub>2</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (X<sub>1</sub>) และ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (X<sub>3</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.181 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (X<sub>1</sub>) และด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (X<sub>3</sub>) มีความสัมพันธ์กัน





และค่า Sig. เท่ากับ 0.142 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (X<sub>1</sub>) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) (Y<sub>4</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (X<sub>1</sub>) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) (Y<sub>5</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เท่ากับ 0.284 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ (X<sub>1</sub>) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) (Y<sub>5</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (X<sub>3</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.182 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (X<sub>3</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และด้านการส่งเสริมการตลาด (X<sub>4</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.598 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (X<sub>4</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และด้านพนักงานหรือบุคลากร (X<sub>5</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.344 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และ ด้านพนักงานหรือบุคลากร (X<sub>5</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ (X<sub>6</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.444 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ (X<sub>6</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และด้านกระบวนการให้บริการ (X<sub>7</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.479 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และ ด้านกระบวนการให้บริการ (X<sub>7</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (Y<sub>1</sub>) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.417 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา (X<sub>2</sub>) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (Y<sub>1</sub>) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.489 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.349 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.232 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.516 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.114 และค่า Sig. เท่ากับ 0.023 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.010 และค่า Sig. เท่ากับ 0.845 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.004 และค่า Sig.

เท่ากับ 0.930 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.133 และค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.141 และค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.146 และค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.018 และค่า Sig. เท่ากับ 0.725 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.288 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.187 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ )และด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.422 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ )และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.135 และค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.371 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.172 และค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.334 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.294 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.122 และค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.397 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.230 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.227 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.147 และค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงาน

หรือบุคลากร ( $X_5$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.175 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.210 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.065 และค่า Sig. เท่ากับ 0.196 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.331 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) และ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.067 และค่า Sig. เท่ากับ 0.182 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.300 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.381 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.210 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.111 และค่า Sig. เท่ากับ 0.026 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.399 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์



เพียร์สันเท่ากับ 0.225 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.257 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.236 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.199 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.368 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) และเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) และด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.528 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) และด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) และด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.382 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) และด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) และด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.274 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) และด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.300 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตรดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) และด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.245 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตรดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) และด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กัน

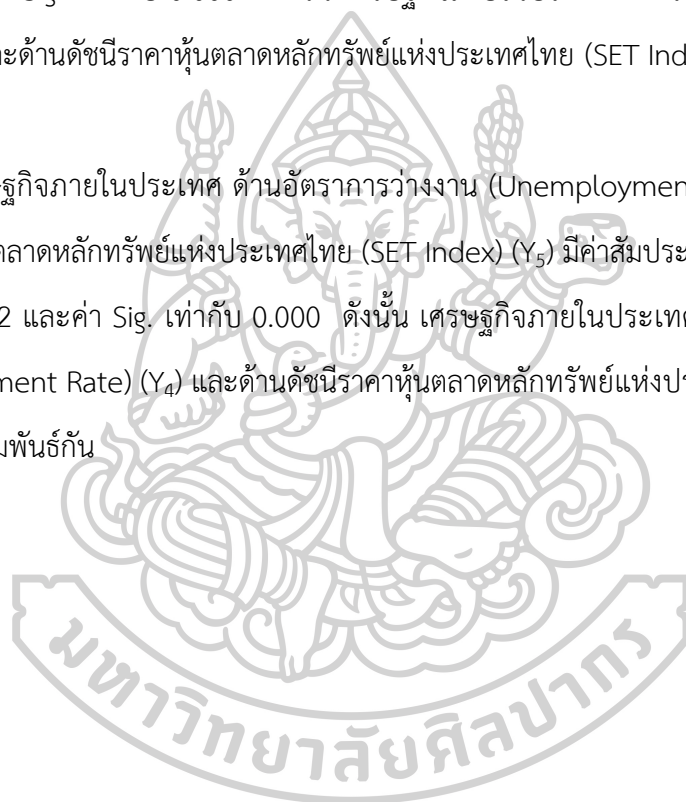
เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตรดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) และด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.134 และค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตรดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) และด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตรดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.281 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตรดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) และด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.336 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) และด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.560 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากับ 0.362 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ดังนั้น เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์กัน



ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคัลระหว่างชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาด  
บริการและชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะ  
ยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย

ตารางที่ 19 สหสัมพันธ์คาโนนิคัลระหว่างชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจ  
ภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.  
ธนาคารกรุงไทย

| Canonical<br>Function | Canonical<br>Correlation<br>( $R_c$ ) | Square<br>Correlation<br>( $R_c^2$ ) | Wilks'<br>Lambda | Eigenvalues | df | p-value |
|-----------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|------------------|-------------|----|---------|
| 1                     | 0.737                                 | 0.543                                | 0.288            | 1.189       | 35 | 0.00    |
| 2                     | 0.542                                 | 0.294                                | 0.630            | 0.416       | 24 | 0.00    |
| 3                     | 0.239                                 | 0.057                                | 0.892            | 0.060       | 15 | 0.00    |

\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

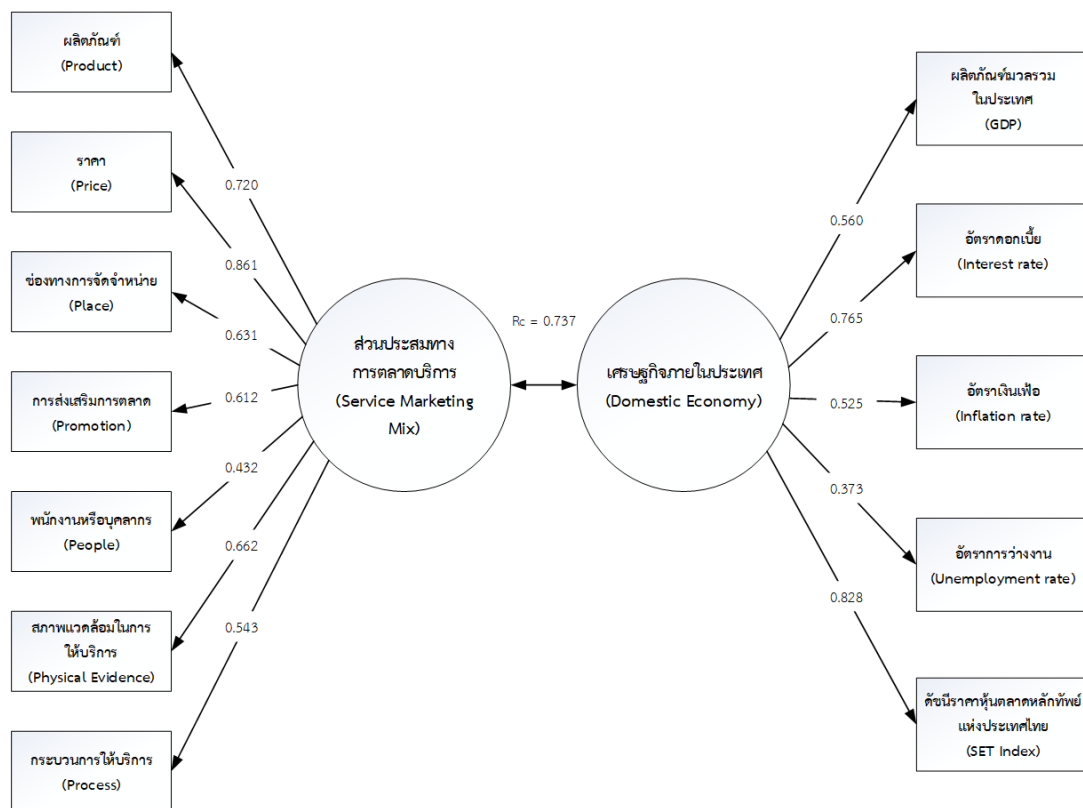
จากตารางที่ 19 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคัลระหว่างชุดตัวแปรส่วนประสมทาง  
การตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว  
ของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย มีฟังก์ชันคาโนนิคัล 3 ฟังก์ชันที่มีนัยสำคัญทางสถิติ  
ที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ผู้วิจัยเลือกพิจารณาเพียงฟังก์ชันที่ 1 ตามเกณฑ์พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้าง  
ของ Sherry and Henson ที่ได้เสนอไว้ว่า จะต้องมีความมากกว่าหรือเท่ากับค่าสัมบูรณ์ของ 0.45 จึง  
จะเพียงพอต่อการแปลความหมายรูปแบบความสัมพันธ์ตามฟังก์ชันนั้น ทั้งนี้พิจารณาจากช่วงเกณฑ์  
คือ อยู่ในช่วง 0.30 – 0.50 หมายถึง มีขนาดความสัมพันธ์ปานกลาง 0.50 – 0.70 หมายถึง มีขนาด  
ความสัมพันธ์สูง และ 0.70 – 1.00 หมายถึง มีขนาดความสัมพันธ์สูงมาก (เมธาสิทธิ์ ธัญรัตนศรีสกุล,  
2559) โดยฟังก์ชันที่ 1 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคัล เท่ากับ 0.737 และมีค่า ( $R_c^2$ ) เท่ากับ 0.543  
แสดงว่ามีความแปรปรวนร่วมกันระหว่างตัวแปรคาโนนิคัลทำนาย (Predictor Composite) กับตัว  
แปรคาโนนิคัลเกณฑ์ (Criterion Composite) อยู่ร้อยละ 54.30 และสำหรับคาโนนิคัลฟังก์ชันที่ 2  
และ 3 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคัล เท่ากับ 0.542 และ 0.239 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ค่าสัมประสิทธิ์คานอนิคอลมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์โครงสร้างระหว่างชุดตัวแปรฟังก์ชันที่ 1

| ตัวแปร                                    | ค่าสัมประสิทธิ์คานอนิคอลมาตรฐาน | ค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้าง |
|-------------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| <b>ชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ</b> |                                 |                          |
| ผลิตภัณฑ์                                 | 0.281                           | 0.720                    |
| ราคา                                      | 0.366                           | 0.861                    |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย                      | 0.226                           | 0.631                    |
| การส่งเสริมการตลาด                        | 0.156                           | 0.612                    |
| พนักงานหรือบุคลากร                        | 0.049                           | 0.432                    |
| สภาพแวดล้อมในการให้บริการ                 | 0.356                           | 0.662                    |
| กระบวนการให้บริการ                        | 0.215                           | 0.543                    |
| <b>ชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศ</b>       |                                 |                          |
| ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ                | 0.071                           | 0.560                    |
| อัตราดอกเบี้ย                             | 0.544                           | 0.765                    |
| อัตราเงินเฟ้อ                             | 0.013                           | 0.525                    |
| อัตราการว่างงาน                           | 0.053                           | 0.373                    |
| ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย  | 0.642                           | 0.828                    |

จากตารางที่ 20 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์คานอนิคอลที่มีความหมายเชิงสถิติและขนาดใหญ่ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคานอนิคอลฟังก์ชันที่ 1 ซึ่งเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้าง พบว่า ค่าน้ำหนักคานอนิคอลของชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.432 - 0.861 โดยค่าน้ำหนักคานอนิคอลที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านพนักงานหรือบุคลากร ตามลำดับ และค่าน้ำหนักคานอนิคอลของชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.373 - 0.828 โดยค่าน้ำหนักคานอนิคอลที่มีค่า

น้ำหนักสูงสุด คือ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ และอัตราการว่างงาน ตามลำดับ จากความสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาเขียนเป็นโมเดลสหสัมพันธ์คาโนนิคระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โมเดลสหสัมพันธ์คาโนนิคระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย

จากภาพที่ 2 กล่าวได้ว่า ตัวแปรคาโนนิคของส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศ มีความสัมพันธ์กันสูง โดยค่าน้ำหนักคาโนนิคของชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านพนักงานหรือบุคลากร ตามลำดับ และค่าน้ำหนักคาโนนิคของชุด

ตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศ ที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ และอัตราการว่างงาน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอลระหว่างตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน และเศรษฐกิจภายในประเทศ 5 ด้าน ได้ฟังก์ชันคาโนนิคอล 1 ฟังก์ชัน โดยฟังก์ชันคาโนนิคอลมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคอล ( $R_c$ ) เท่ากับ 0.737



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย และเพื่อศึกษาสหสัมพันธ์คาโนนิคระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้วยสถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's correlation) และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศด้วยสถิติสหสัมพันธ์คาโนนิค ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 และเพศชาย จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 ด้านอายุ ส่วนใหญ่ มีอายุช่วง 30 - 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.00 ด้านสถานภาพ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 58.00 ด้านตำแหน่งงานในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็น



พนักงานในระดับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/สินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 32.0 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน อยู่ที่ 10,000 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.25 และมีอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่เสียในปัจจุบัน อยู่ที่ร้อยละ 15.00 เป็นส่วนใหญ่ ด้านประสบการณ์ในการลงทุน ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับน้อยกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.50 ด้านวัตถุประสงค์ในการลงทุน ส่วนใหญ่มีการลงทุนในกองทุนเพื่อนำไปลดหย่อนภาษี คิดเป็นร้อยละ 54.50 และด้านระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้ ส่วนใหญ่ยอมรับความเสี่ยงได้ที่ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.00

## ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยพิจารณาระดับความเห็นแล้ว พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านพนักงานหรือบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.89 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.541

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.81 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.591

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.60 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.508

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.44 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.456

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.18 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.575

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.06 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.651

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 2.99 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.578

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยพิจารณาระดับความเห็นแล้ว พบว่า ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) มีระดับความเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ และอัตราว่างงาน ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.16 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.529

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.12 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.379

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.10 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.694

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 4.00 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.424

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราว่างงาน เมื่อพิจารณาความเห็นโดยรวมแล้ว อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) เท่ากับ 3.73 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.510

**ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย**

สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $X_1$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านราคา ( $X_2$ ) ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) และด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ )

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์กับด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $X_1$ ) มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ ) มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านพนักงานหรือบุคลากร ( $X_5$ ) มีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และด้านดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ( $X_6$ ) มีความสัมพันธ์กับ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $X_7$ ) มีความสัมพันธ์กับ เศรษฐกิจภายในประเทศ ด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ( $Y_1$ ) ด้านอัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) ( $Y_2$ ) ด้านอัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) ( $Y_3$ ) ด้านอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) ( $Y_4$ ) และดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ( $Y_5$ )

#### ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างส่วนประสมทางการตลาด บริการและเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของ พนักงานรัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย

สรุปผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและ เศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน รัฐวิสาหกิจบมจ.ธนาคารกรุงไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวแปรคานอนิคอลของส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจภายในประเทศ มีความสัมพันธ์กันสูง โดยค่าน้ำหนักคานอนิคอลของชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีค่า น้ำหนักสูงสุด คือ ด้านราคา รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านพนักงานหรือ บุคลากร ตามลำดับ และค่าน้ำหนักคานอนิคอลของชุดตัวแปรเศรษฐกิจภายในประเทศ ที่มีค่าน้ำหนัก สูงที่สุด คือ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รองลงมาคือ อัตราดอกเบี้ย ผลิตภัณฑ์ มวลรวมภายในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ และอัตราการว่างงาน ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์ ค่าสหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน และเศรษฐกิจ ภายในประเทศ 5 ด้าน ได้ฟังก์ชันคานอนิคอล 1 ฟังก์ชัน โดยฟังก์ชันคานอนิคอลมีระดับนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า ชุดตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับชุดตัว แปรเศรษฐกิจภายในประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล ( $R_c$ ) เท่ากับ 0.737

## อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิกอระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการ กับเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน รัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย อภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้น้ำหนักความสำคัญกองทุนรวมหุ้นระยะยาวที่ให้ผลตอบแทนดี สม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรแพร พูนเอียด (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากการลงทุน

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวศิน อินทรผูก (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้บริหารบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ โสภารัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบิกซีสุขสวัสดิ์ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบิกซีสุขสวัสดิ์ มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ด้านผลิตภัณฑ์

2. จากผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นของเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย พบว่า มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนโยบายการลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาว เป็นกองทุนรวมที่เน้นลงทุนในหุ้นสามัญที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ 65 ของมูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุน ทำให้

เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จึงกระทบกับมูลค่าหน่วยลงทุนของกองทุนรวมหุ้นระยะยาวตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณภักษ์ พายุเลิศ (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการลงทุนของพนักงานบริษัทเอกชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ คือภาวะเศรษฐกิจ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก หากเศรษฐกิจภายในประเทศมีความผันผวน ก็จะส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ให้ผันผวนตามไปด้วย มีผลทำให้นักลงทุนขาดความเชื่อมั่นในการลงทุน ทำให้ปริมาณการซื้อขายหลักทรัพย์ลดลง ซึ่งกระทบกับการลงทุนเป็นอย่างมาก

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพนมพร อัครชยานันต์ และคณะ (2557) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทางการเงิน พบว่า นักลงทุนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทางการเงินในระดับมาก ซึ่งหากเศรษฐกิจภายในประเทศอยู่ในภาวะเจริญเติบโต สถานการณ์การเมืองมีความมั่นคง ได้รับข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น นักลงทุนจะมองว่าเป็นโอกาสที่ดีในการลงทุน อาจมีการตัดสินใจลงทุนเพิ่มเติมได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของมานะ เงินศรีสุข (2561) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจมีผลต่อการลงทุนของกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมากที่สุด

3. จากผลการวิเคราะห์ในส่วนของการสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงาน บมจ.ธนาคารกรุงไทย พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กันทั้งหมด โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอัตราเงินเฟ้อสูงสุดคือ ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจงจิตต์ แซ่ลี (2561) ได้ศึกษาเรื่องตัวแปรทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์รายหมวดธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ตัวแปรทางเศรษฐกิจสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้ถึงร้อยละ 84.32 โดยอัตราเงินเฟ้อเป็นเพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิษญ์ บรรลือฤทธิ์ (2554) ได้ศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่ง

ประเทศไทย พบว่า อัตราเงินเพื่อมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับราคาปิดของหลักทรัพย์กลุ่มธนาคารพาณิชย์ ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่ออัตราเงินเพื่อเพิ่มสูงขึ้นจะมีผลกระทบทำให้ราคาปิดของหลักทรัพย์กลุ่มธนาคารพาณิชย์เพิ่มสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพิชชา ตีรพัทธ์ (2556) ที่ศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีราคาหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า อัตราเงินเพื่อมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีราคาหุ้นอาหารและเครื่องดื่ม

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้และเป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการลงทุน จึงแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ประการ คือ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาวิจัย และข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัย พบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงสุดกับด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือรูปแบบการลงทุนในกองทุน ให้มีความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในด้านนโยบายการลงทุนของกองทุน การเลือกลงทุนในหลักทรัพย์รายตัว ผู้บริหารกองทุนควรใช้ความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ในการลงทุนที่ผ่านมา เพื่อคัดเลือกหลักทรัพย์ที่มีผลการดำเนินงานที่ดีมาไว้ในพอร์ตการลงทุน และสามารถปรับเปลี่ยนพอร์ตการลงทุนให้มีความเหมาะสมกับภาวะการลงทุน และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ผู้ลงทุนได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม

2. ในการวางแผนการลงทุน นอกจากจะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยทางเศรษฐกิจแล้ว ผู้ลงทุนควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการติดตามข่าวสารและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนอยู่เสมอ เนื่องจากในปัจจุบันสถานการณ์การลงทุนมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของรูปแบบการลงทุนใหม่ๆ เช่น การลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล อย่างคริปโทเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลประเภทหนึ่ง ที่สามารถใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการได้หากผู้ใช้ยอมรับ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์กลางใดในโลกรับรองว่าสามารถชำระหนี้ได้ตามกฎหมาย คริปโทเคอร์เรนซีที่รู้จักกันแพร่หลาย เช่น บิทคอยน์ (Bitcoin) ซึ่งให้ผลตอบแทนที่สูงมาก ในขณะที่เดียวกันก็มีความเสี่ยงที่สูงและมีความผันผวนของราคา



สูงเหมือนกัน ผู้ลงทุนควรศึกษาอย่างถ่องแท้ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการลงทุนดังกล่าว มิฉะนั้น อาจก่อให้เกิดความเสียหายกับเงินลงทุนของท่านได้

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมการลงทุนและการวางแผนทางการเงินในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน นักศึกษาเพิ่มเติม เนื่องจากงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา จะเน้นสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ลงทุนในวัยทำงาน ซึ่งในสังคมปัจจุบัน วัยที่เป็นนักเรียน นักศึกษา สามารถประกอบอาชีพหรือทำกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับตัวเองได้ จึงควรมีการวางแผนทางการเงินตั้งแต่อายุน้อย เพื่อปลูกฝังและเสริมสร้างวินัยทางการเงินให้เติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีความมั่นคงทางการเงินได้ในอนาคต และเป็นประโยชน์ต่อบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน ธนาคารพาณิชย์ สถาบันการเงินต่างๆ ในด้านการพัฒนารูปแบบการลงทุนและผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของกลุ่มลูกค้าได้





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม

## แบบสอบถาม

เรื่อง การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับเศรษฐกิจ  
ภายในประเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของ  
พนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความกรุณาจากท่าน โปรดตอบแบบสอบถามให้  
ครบถ้วนและตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอขอบพระคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามฉบับนี้ ประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการต่อการตัดสินใจลงทุน  
ในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศต่อการตัดสินใจลงทุนใน  
กองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม



### ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง  ที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

#### 1. เพศ

- 1) ชาย  2) หญิง

#### 2. อายุ

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

#### 3. สถานภาพ

- 1) โสด  2) สมรส  
 3) หม้าย  4) หย่าร้าง

#### 4. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1) ปริญญาตรี  2) ปริญญาโท  
 3) ปริญญาเอก

#### 5. ตำแหน่งงานในปัจจุบัน

- 1) ระดับเจ้าหน้าที่บริการลูกค้า/สินเชื่อ  2) ระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส  
 3) ระดับหัวหน้าส่วน/รองผู้จัดการ  4) ระดับผู้บริหารขึ้นไป

#### 6. รายได้ต่อเดือน

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

#### 7. ฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ท่านเสียในปัจจุบัน

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

#### 8. ประสบการณ์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

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

#### 9. วัตถุประสงค์ในการลงทุนกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

- 1) เพื่อออมเงิน  2) เพื่อหวังผลตอบแทนระยะยาว  
 3) เพื่อนำไปลดหย่อนภาษี  4) เพื่อเก็งกำไร

## 10. ระดับความเสี่ยงในการลงทุนที่ยอมรับได้

- 1) ความเสี่ยงระดับสูง  2) ความเสี่ยงระดับปานกลาง
- 3) ความเสี่ยงระดับต่ำ

ส่วนที่ 2 ระดับความเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนใน  
กองทุนรวมหุ้น ระยะยาว (LTF)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่าน  
มากที่สุด

โดย มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ                                     | ระดับความสำคัญ |   |   |   |   |
|---------------------------------------------------------------------|----------------|---|---|---|---|
|                                                                     | 5              | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>                                                |                |   |   |   |   |
| 1. กองทุนมีความหลากหลายทางด้านนโยบายการลงทุน                        |                |   |   |   |   |
| 2. ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์<br>จัดการกองทุน  |                |   |   |   |   |
| 3. ผลการดำเนินงานในอดีตของกองทุน                                    |                |   |   |   |   |
| 4. กองทุนลงทุนในหุ้นที่มีพื้นฐานดี                                  |                |   |   |   |   |
| 5. กองทุนให้ผลตอบแทนดี จ่ายเงินปันผลสม่ำเสมอ                        |                |   |   |   |   |
| 6. กองทุนมีการปรับพอร์ตการลงทุนเพื่อให้สอดคล้องกับ<br>สถานะเศรษฐกิจ |                |   |   |   |   |
| <b>ด้านราคา</b>                                                     |                |   |   |   |   |
| 1. ค่าธรรมเนียมในการซื้อขายไม่สูงเกินไป มีความ<br>เหมาะสม           |                |   |   |   |   |
| 2. มูลค่าในการซื้อขายขั้นต่ำมีความเหมาะสม                           |                |   |   |   |   |
| 3. ผลตอบแทนที่ได้คุ้มค่ากับการลงทุน                                 |                |   |   |   |   |
| 4. ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนไม่เสียภาษี                           |                |   |   |   |   |
| 5. มูลค่าหน่วยลงทุนไม่ปรับตัวเหวี่ยงเกินไป                          |                |   |   |   |   |
| 6. ไม่มีค่าธรรมเนียมการขายคืน                                       |                |   |   |   |   |
| <b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>                                     |                |   |   |   |   |
| 1. สถานที่จำหน่ายกองทุนเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก                       |                |   |   |   |   |

|                                                                                                |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| <b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>                                                                |  |  |  |  |  |
| 2. มีช่องทางในการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต สาขาของธนาคาร Mobile Application เป็นต้น |  |  |  |  |  |
| 3. รูปแบบเว็บไซต์ใช้งานง่าย                                                                    |  |  |  |  |  |
| 4. แอปพลิเคชันสามารถทำธุรกรรมได้หลายอย่าง                                                      |  |  |  |  |  |
| 5. สามารถลงทุนรายเดือนแบบหักบัญชีธนาคารอัตโนมัติได้                                            |  |  |  |  |  |
| 6. ใช้บัตรเครดิตในการซื้อหน่วยลงทุนได้                                                         |  |  |  |  |  |
| <b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>                                                                  |  |  |  |  |  |
| 1. มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนแก่ลูกค้า                                            |  |  |  |  |  |
| 2. สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนได้ง่าย                                                      |  |  |  |  |  |
| 3. มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด ส่วนแถม                                            |  |  |  |  |  |
| 4. มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายทาง                                                           |  |  |  |  |  |
| 5. มีการแจกหนังสือชี้ชวนแนะนำรายละเอียดกองทุน                                                  |  |  |  |  |  |
| 6. มีการแจกของที่ระลึก                                                                         |  |  |  |  |  |
| <b>ด้านบุคลากร</b>                                                                             |  |  |  |  |  |
| 1. พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาด้านการลงทุน                                      |  |  |  |  |  |
| 2. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน                                                         |  |  |  |  |  |
| 3. พนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ                                                   |  |  |  |  |  |
| 4. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน                                                                   |  |  |  |  |  |
| 5. พนักงานให้ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจ                                                       |  |  |  |  |  |
| 6. พนักงานใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย                                                                |  |  |  |  |  |
| <b>ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ</b>                                                           |  |  |  |  |  |
| 1. สถานที่จำหน่ายมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ                                                     |  |  |  |  |  |
| 2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า                                                               |  |  |  |  |  |
| 3. มีที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ                                                    |  |  |  |  |  |
| 4. สถานที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย                                                    |  |  |  |  |  |
| 5. สถานที่จัดจำหน่ายกว้างขวาง ปลอดภัย                                                          |  |  |  |  |  |
| 6. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในละแวกชุมชน มองเห็นได้ชัด                                             |  |  |  |  |  |

| ด้านกระบวนการให้บริการ                                                       |  |  |  |  |  |
|------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 1. ระบบในการให้บริการมีความรวดเร็วและถูกต้อง                                 |  |  |  |  |  |
| 2. มีการให้บริการหลังการขาย เช่น แจกวันครบกำหนดของกองทุน แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ |  |  |  |  |  |
| 3. สามารถสั่งซื้อขายกองทุนได้ตลอดเวลา                                        |  |  |  |  |  |
| 4. ระยะเวลาในการรับเงินคืนจากการขายกองทุน                                    |  |  |  |  |  |
| 5. เอกสารที่ใช้ประกอบการซื้อขายไม่ยุ่งยาก                                    |  |  |  |  |  |
| 6. ให้ข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ                         |  |  |  |  |  |

ส่วนที่ 3 ระดับความเห็นด้านปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF)

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจของท่านมากที่สุด

โดย มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1

| ปัจจัยเศรษฐกิจภายในประเทศ                                                                           | ระดับความสำคัญ |   |   |   |   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|---|---|---|---|
|                                                                                                     | 5              | 4 | 3 | 2 | 1 |
| <b>ดัชนีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)</b>                                                        |                |   |   |   |   |
| 1. มูลค่าส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น                                                    |                |   |   |   |   |
| 2. มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศน้อยลง                                                             |                |   |   |   |   |
| 3. รัฐบาลจัดเก็บรายได้ได้มากขึ้น                                                                    |                |   |   |   |   |
| 4. ค่าใช้จ่ายของรัฐบาลเพิ่มสูงขึ้น เช่น เงินเดือนข้าราชการ การซื้ออาวุธทางทหาร และการลงทุนของภาครัฐ |                |   |   |   |   |
| 5. ความต้องการสินค้าภายในประเทศมากขึ้น                                                              |                |   |   |   |   |
| 6. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตได้ดี                                                               |                |   |   |   |   |
| <b>อัตราดอกเบี้ย</b>                                                                                |                |   |   |   |   |
| 1. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารปรับตัวลดลง                                                            |                |   |   |   |   |
| 2. ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศขึ้นอัตราดอกเบี้ย                                                       |                |   |   |   |   |
| 3. ผลตอบแทนของเงินฝากธนาคารลดลง                                                                     |                |   |   |   |   |



|                                                                           |  |  |  |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| <b>อัตราดอกเบี้ย</b>                                                      |  |  |  |  |  |
| 4. อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลง                                        |  |  |  |  |  |
| 5. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารน้อยกว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในกองทุน |  |  |  |  |  |
| 6. การปรับตัวของอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ                 |  |  |  |  |  |
| <b>อัตราเงินเฟ้อ</b>                                                      |  |  |  |  |  |
| 1. ราคาสินค้าและบริการมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง                   |  |  |  |  |  |
| 2. ค่าครองชีพมีการปรับตัวสูงขึ้น                                          |  |  |  |  |  |
| 3. ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำต่อวันมีการปรับสูงขึ้น                             |  |  |  |  |  |
| 4. ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันปรับตัวสูงขึ้น                                |  |  |  |  |  |
| 5. รายได้ปรับตัวสูงขึ้น                                                   |  |  |  |  |  |
| 6. ความต้องการบริโภคสินค้ามีมากขึ้น                                       |  |  |  |  |  |
| <b>อัตราการว่างงาน</b>                                                    |  |  |  |  |  |
| 1. นักศึกษาจบใหม่หางานทำยากขึ้น                                           |  |  |  |  |  |
| 2. องค์กรธุรกิจมีการปรับลดพนักงานลง                                       |  |  |  |  |  |
| 3. ผู้ว่างงานหางานทำใหม่ได้โดยเร็ว                                        |  |  |  |  |  |
| 4. ประชากรส่วนใหญ่ในประเทศมีอาชีพการงานที่ไม่มั่นคง                       |  |  |  |  |  |
| 5. แรงงานไม่เพียงพอในภาคธุรกิจ                                            |  |  |  |  |  |
| 6. นักศึกษาจบใหม่ส่วนใหญ่อยากเป็นนายตัวเองมากกว่าเป็นลูกจ้างคนอื่น        |  |  |  |  |  |
| <b>ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET Index)</b>               |  |  |  |  |  |
| 1. ดัชนี SET มีการปรับตัวลดลงมาก                                          |  |  |  |  |  |
| 2. ดัชนี SET ปรับตัวสูงขึ้นติดต่อกัน 3 วันขึ้นไป                          |  |  |  |  |  |
| 3. ดัชนี SET มีการปรับฐานการคำนวณ                                         |  |  |  |  |  |
| 4. มีหลักทรัพย์จดทะเบียนเข้าตลาดหุ้นใหม่                                  |  |  |  |  |  |
| 5. หุ้นในตลาดหลักทรัพย์มีการเพิ่มหรือลดทุนจดทะเบียน                       |  |  |  |  |  |
| 6. การไหลเข้าของเงินลงทุนจากต่างประเทศ                                    |  |  |  |  |  |

## ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

---

---

---

---

\*\*\*ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้\*\*\*





ภาคผนวก ข

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือตามแนวคิดของครอนบาร์ค

## Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 30 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 30 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .732             | 72         |

## Item-Total Statistics

|                                                                  | Scale Mean<br>if Item<br>Deleted | Scale Variance<br>if Item<br>Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if<br>Item<br>Deleted |
|------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------|
| กองทุนมีความหลากหลายทางด้านนโยบายการลงทุน                        | 252.500                          | 245.638                              | .763                                   | .702                                      |
| ความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของบริษัทหลักทรัพย์<br>จัดการกองทุน  | 251.433                          | 258.944                              | .789                                   | .714                                      |
| ผลการดำเนินงานในอดีตของกองทุน                                    | 252.267                          | 268.409                              | .210                                   | .728                                      |
| กองทุนลงทุนในหุ้นที่มีพื้นฐานดี                                  | 251.033                          | 283.551                              | -.228                                  | .741                                      |
| กองทุนให้ผลตอบแทนดี จ่ายเงินปันผลสม่ำเสมอ                        | 251.567                          | 288.047                              | -.298                                  | .747                                      |
| กองทุนมีการปรับพอร์ตการลงทุนเพื่อให้สอดคล้องกับ<br>สถานะเศรษฐกิจ | 252.767                          | 249.082                              | .826                                   | .704                                      |
| ค่าธรรมเนียมในการซื้อขายไม่สูงเกินไป มีความเหมาะสม               | 250.767                          | 287.702                              | -.646                                  | .743                                      |
| มูลค่าในการซื้อขายขั้นต่ำมีความเหมาะสม                           | 251.133                          | 250.395                              | .585                                   | .709                                      |
| ผลตอบแทนที่ได้คุ้มค่ากับการลงทุน                                 | 252.500                          | 269.155                              | .281                                   | .726                                      |
| ผลตอบแทนจากการลงทุนในกองทุนไม่เสียภาษี                           | 252.300                          | 277.321                              | -.027                                  | .737                                      |
| มูลค่าหน่วยลงทุนไม่ปรับตัวเหวี่ยงเกินไป                          | 251.833                          | 266.971                              | .655                                   | .722                                      |
| ไม่มีค่าธรรมเนียมการขายคืน                                       | 252.633                          | 251.826                              | .717                                   | .708                                      |
| สถานที่จำหน่ายกองทุนเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก                       | 252.267                          | 271.444                              | .227                                   | .728                                      |

| Item-Total Statistics                                                                          |                                  |                                      |                                        |                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------|
|                                                                                                | Scale Mean<br>if Item<br>Deleted | Scale Variance<br>if Item<br>Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if<br>Item<br>Deleted |
| มีช่องทางในการซื้อขายที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต<br>สาขาของธนาคาร Mobile Application เป็นต้น | 252.033                          | 266.516                              | .250                                   | .726                                      |
| รูปแบบเว็บไซต์ใช้งานง่าย                                                                       | 251.867                          | 249.016                              | .580                                   | .708                                      |
| แอปพลิเคชันสามารถทำธุรกรรมได้หลายอย่าง                                                         | 251.633                          | 272.033                              | .126                                   | .731                                      |
| สามารถลงทุนรายเดือนแบบหักบัญชีธนาคารอัตโนมัติได้                                               | 251.767                          | 278.047                              | -.037                                  | .735                                      |
| ใช้บัตรเครดิตในการซื้อหน่วยลงทุนได้                                                            | 252.167                          | 305.799                              | -.791                                  | .762                                      |
| มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการลงทุนแก่ลูกค้า                                               | 252.000                          | 275.448                              | .017                                   | .736                                      |
| สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุนได้ง่าย                                                         | 252.133                          | 285.913                              | -.217                                  | .747                                      |
| มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด ส่วนแถม                                               | 253.067                          | 276.547                              | .002                                   | .735                                      |
| มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลายทาง                                                              | 252.533                          | 294.395                              | -.371                                  | .756                                      |
| มีการแจกหนังสือชี้ชวนแนะนำรายละเอียดกองทุน                                                     | 251.833                          | 292.351                              | -.368                                  | .752                                      |
| มีการแจกของที่ระลึก                                                                            | 252.333                          | 280.092                              | -.098                                  | .739                                      |
| พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้คำปรึกษาด้าน<br>การลงทุน                                     | 251.633                          | 286.585                              | -.295                                  | .744                                      |
| ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน                                                            | 251.533                          | 285.223                              | -.199                                  | .747                                      |
| พนักงานมีความกระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ                                                      | 251.767                          | 274.944                              | .020                                   | .736                                      |
| พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยน                                                                      | 251.533                          | 288.602                              | -.287                                  | .749                                      |
| พนักงานให้ข้อมูลเพียงพอต่อการตัดสินใจ                                                          | 251.967                          | 265.068                              | .271                                   | .725                                      |
| พนักงานใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย                                                                   | 252.467                          | 273.706                              | .064                                   | .733                                      |
| สถานที่จำหน่ายมีความทันสมัย น่าเชื่อถือ                                                        | 252.000                          | 284.345                              | -.220                                  | .743                                      |
| มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า                                                                  | 252.167                          | 289.178                              | -.287                                  | .750                                      |
| มีที่จอดรถเพียงพอแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ                                                       | 252.433                          | 293.426                              | -.373                                  | .754                                      |
| สถานที่จำหน่ายมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย                                                       | 252.033                          | 296.033                              | -.514                                  | .754                                      |
| สถานที่จัดจำหน่ายกว้างขวาง ปลอดภัย                                                             | 252.600                          | 282.386                              | -.138                                  | .745                                      |
| สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ในละแวกชุมชน มองเห็นได้ชัด                                                | 251.967                          | 292.792                              | -.442                                  | .751                                      |
| ระบบในการให้บริการมีความรวดเร็วและถูกต้อง                                                      | 252.500                          | 284.879                              | -.200                                  | .746                                      |
| มีการให้บริการหลังการขาย เช่น แจ้งวันครบกำหนดของ<br>กองทุน แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ                 | 251.733                          | 272.754                              | .075                                   | .734                                      |
| สามารถส่งซื้อขายกองทุนได้ตลอดเวลา                                                              | 251.967                          | 280.240                              | -.105                                  | .738                                      |
| ระยะเวลาในการรับเงินคืนจากการขายกองทุน                                                         | 252.100                          | 281.472                              | -.133                                  | .741                                      |
| เอกสารที่ใช้ประกอบการซื้อขายไม่ยุ่งยาก                                                         | 251.700                          | 276.010                              | .023                                   | .734                                      |
| ให้ข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ                                              | 252.333                          | 273.816                              | .051                                   | .735                                      |

| Item-Total Statistics                                                                            |                                  |                                      |                                        |                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------|-------------------------------------------|
|                                                                                                  | Scale Mean<br>if Item<br>Deleted | Scale Variance<br>if Item<br>Deleted | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation | Cronbach's<br>Alpha if<br>Item<br>Deleted |
| มูลค่าส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้น                                                    | 252.067                          | 268.823                              | .230                                   | .727                                      |
| มีการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศน้อยลง                                                             | 251.700                          | 268.769                              | .620                                   | .724                                      |
| รัฐบาลจัดเก็บรายได้ได้มากขึ้น                                                                    | 251.833                          | 267.592                              | .338                                   | .724                                      |
| ค่าใช้จ่ายของรัฐบาลเพิ่มสูงขึ้น เช่น เงินเดือนข้าราชการ การซื้ออาวุธทางทหาร และการลงทุนของภาครัฐ | 251.600                          | 272.041                              | .486                                   | .727                                      |
| ความต้องการสินค้าภายในประเทศมากขึ้น                                                              | 251.767                          | 264.254                              | .568                                   | .720                                      |
| อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตได้ดี                                                               | 251.700                          | 264.079                              | .720                                   | .719                                      |
| อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารปรับตัวลดลง                                                            | 251.733                          | 255.857                              | .846                                   | .711                                      |
| ธนาคารแห่งประเทศไทยประกาศขึ้นอัตราดอกเบี้ย                                                       | 251.900                          | 256.852                              | .817                                   | .712                                      |
| ผลตอบแทนของเงินฝากธนาคารลดลง                                                                     | 251.700                          | 259.597                              | .702                                   | .715                                      |
| อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ปรับตัวลดลง                                                                  | 251.867                          | 256.947                              | .770                                   | .712                                      |
| อัตราดอกเบี้ยเงินฝากธนาคารน้อยกว่าผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนในกองทุน                           | 252.067                          | 259.237                              | .521                                   | .716                                      |
| การปรับตัวของอัตราดอกเบี้ยมีผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ                                           | 252.233                          | 251.495                              | .692                                   | .708                                      |
| ราคาสินค้าและบริการมีการปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง                                             | 252.867                          | 270.671                              | .113                                   | .732                                      |
| ค่าครองชีพมีการปรับตัวสูงขึ้น                                                                    | 250.900                          | 266.369                              | .674                                   | .721                                      |
| ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำวันมีการปรับตัวสูงขึ้น                                                       | 252.000                          | 263.517                              | .676                                   | .719                                      |
| ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันปรับตัวสูงขึ้น                                                          | 251.700                          | 258.424                              | .862                                   | .713                                      |
| รายได้ปรับตัวสูงขึ้น                                                                             | 251.667                          | 261.264                              | .815                                   | .716                                      |
| ความต้องการบริโภคสินค้ามีมากขึ้น                                                                 | 251.233                          | 265.082                              | .665                                   | .720                                      |
| นักศึกษาจบใหม่หางานทำยากขึ้น                                                                     | 252.467                          | 291.223                              | -.346                                  | .751                                      |
| องค์กรธุรกิจมีการปรับลดพนักงานลง                                                                 | 252.133                          | 249.361                              | .575                                   | .709                                      |
| ผู้ว่างงานหางานทำได้โดยเร็ว                                                                      | 251.600                          | 268.455                              | .637                                   | .723                                      |
| ประชากรส่วนใหญ่ในประเทศมีอาชีพการงานที่ไม่มั่นคง                                                 | 251.467                          | 259.499                              | .859                                   | .714                                      |
| แรงงานไม่เพียงพอในภาคธุรกิจ                                                                      | 252.167                          | 269.040                              | .227                                   | .727                                      |
| นักศึกษาจบใหม่ส่วนใหญ่อยากเป็นนายตัวเองมากกว่าเป็นลูกจ้างคนอื่น                                  | 251.533                          | 262.740                              | .601                                   | .718                                      |
| ดัชนี SET มีการปรับตัวลดลงมาก                                                                    | 251.800                          | 262.441                              | .384                                   | .721                                      |
| ดัชนี SET ปรับตัวสูงขึ้นติดต่อกัน 3 วันขึ้นไป                                                    | 251.533                          | 259.154                              | .881                                   | .714                                      |
| ดัชนี SET มีการปรับฐานการคำนวณ                                                                   | 251.433                          | 258.944                              | .789                                   | .714                                      |
| มีหลักทรัพย์จดทะเบียนเข้าตลาดหุ้นใหม่                                                            | 251.667                          | 257.402                              | .863                                   | .712                                      |
| หุ้นในตลาดหลักทรัพย์มีการเพิ่มหรือลดทุนจดทะเบียน                                                 | 251.400                          | 259.352                              | .803                                   | .714                                      |

| Item-Total Statistics               |                            |                                |                                  |                                  |
|-------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
|                                     | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| การไหลเข้าของเงินลงทุนจากต่างประเทศ | 251.600                    | 262.041                        | .829                             | .717                             |





ภาคผนวก ค

หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย





## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.032-594-107

ที่ ศธ 6806 (ทบ)/104

วันที่ 4 มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์

ด้วย นางสาวนุช ประเสริฐผล รหัสประจำตัว 59602349 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย”

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากजूย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.032-594-107

ที่ ศธ 6806 (ทบ)/405

วันที่ 4 มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ

ด้วย นางสาวนุช ประเสริฐผล รหัสประจำตัว 59602349 นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย”

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากजूย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศธ 6806 (พป)/103

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา  
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

4 มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกตุวดี สมบูรณ์ทวี

ด้วย นางสาวนุช ประเสริฐผล รหัสประจำตัว 59602349 นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชา  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การวิเคราะห์  
ปัจจัยการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของพนักงานรัฐวิสาหกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย”

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญ  
เป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากจู้)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย  
เพชรบุรี โทร.032-594-107

## รายการอ้างอิง

- Chawla, D. (2014). An Empirical Analysis of Factors Influencing Investment in Mutual Funds in India. *Global Business Review*, 15(3), 493-503.
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2009). *Marketing Management* (13 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Paul, T. (2013). Mental Accounting of Mutual Fund Investors and Marketing Mix. *Asia Pacific Journal of Marketing & Management Review*, 2(2), 12-22.
- Singal, V. S. (2018). Factors Affecting Investment in Mutual Funds. *JOURNAL OF GENERAL MANAGEMENT RESEARCH*, 5(2), 96-107.
- Vyas, D. R. (2013). Factors Influencing Investment Decision in Mutual Funds (with special reference to Indore City). *ZENITH International Journal of Business Economics & Management Research*, 3(7), 276-290.
- จงจิตต์ แซ่ลี. (2561). ตัวแปรทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์รายหมวดธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, 14(2), 71-90.
- จิรัญญา รัตน์เพียร. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมประเภทกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของลูกค้าบมจ.ธนาคารกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2558). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉัตรแพรว พูนเอียด. (2558). ปัจจัยและพฤติกรรมในการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนในเขตกรุงเทพมหานคร. (เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณภักซ์ พายุเลิศ. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของพนักงานบริษัทเอกชนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วิจัย มช. มส. (บศ)*, 2(2), 63-73.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2558). การวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานในการลงทุน. Retrieved from [https://www.set.or.th/education/th/begin/stock\\_content04.pdf](https://www.set.or.th/education/th/begin/stock_content04.pdf)
- นงลักษณ์ ทรัพย์สมบูรณ์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) ของนักลงทุนในภาคตะวันออกของประเทศไทย. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยานิพนธ์), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ท้อป.

- ปาริชาติ โสภารัตน์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของธนาคารกรุงเทพ สาขาบิ่กซีสุขสวัสดิ์. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยสยาม.
- ผศ.ดร.กฤษติกา คงสมพงษ์. (2550). *Modern Marketing*. กรุงเทพฯ: เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป.
- ฝ่ายทรัพยากรบุคคล สำนักงานใหญ่ บมจ.ธนาคารกรุงไทย. (2561). จำนวนพนักงาน. Retrieved from intranet of Krungthai Bank Co., Ltd.
- พนมพร อัครชยานันต์ และคณะ. (2557). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในตราสารทางการเงิน. การเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 4(1), 568-581.
- มานะ เงินศรีสุข. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของนักลงทุนรายย่อยในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์, 14(1), 128-145.
- เมธาสิทธิ์ ธัญรัตนศรีสกุล. (2559). การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์คานอนิคอลสำหรับงานวิจัยทางคณิตศาสตร์ศึกษา. วารสารคณิตศาสตร์ MJ-MATH, 61(690), 13-26.
- เรวดี รักษาชล. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาว (LTF) และกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) เพื่อลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา. (เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยานิพนธ์), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วศิน อินทรผูก. (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอำเภอเมืองลำปางในการลงทุนกับกองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพหรือกองทุนรวมหุ้นระยะยาว. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2558). ตำราหลักการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิมลศรี แสนสุข และคณะ. (2550). หลักการตลาด. คณะการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ตลาดทุน. (2556). ตลาดการเงินและการลงทุนในหลักทรัพย์ (15 ed.). ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- สมาคมบริษัทจัดการลงทุน. (2561a). มูลค่าทรัพย์สินสุทธิของกองทุนรวม RMF และ กองทุนรวม LTF. Retrieved from [http://oldweb.aimc.or.th/21\\_overview\\_detail.php?nid=10&subid=0&ntype=2](http://oldweb.aimc.or.th/21_overview_detail.php?nid=10&subid=0&ntype=2).
- สมาคมบริษัทจัดการลงทุน. (2561b). มูลค่าทรัพย์สินสุทธิและอัตราการเติบโตของกองทุนรวม ปี 2535 – 2560. Retrieved from [http://oldweb.aimc.or.th/21\\_overview\\_detail.php?nid=39&subid=0&ntype=2](http://oldweb.aimc.or.th/21_overview_detail.php?nid=39&subid=0&ntype=2).

สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์. (2561). การออมและการลงทุน.

Retrieved from <https://www.sec.or.th/TH>

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ. (2562). ระบบแรงจูงใจตามระบบประเมินผลฯ.

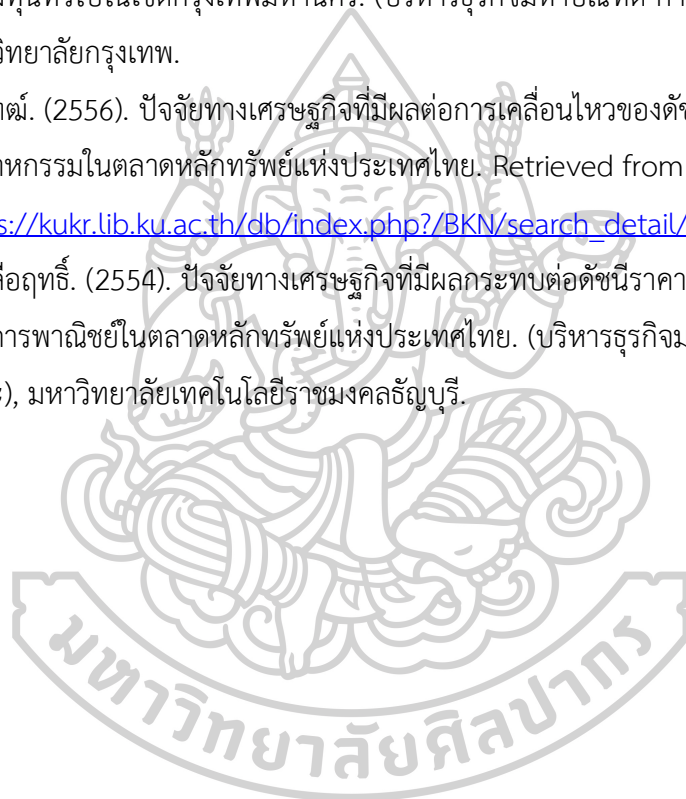
Retrieved from [http://www.sepo.go.th/assets/document/file/1392610152\\_1.pdf](http://www.sepo.go.th/assets/document/file/1392610152_1.pdf)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). ภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ.2560. Retrieved from <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages>.

สุนทรี จีงประเสริฐกุล. (2552). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวมหุ้นระยะยาวของนักลงทุนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การศึกษาเฉพาะบุคคล), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุพิชชา ตีรพัทธ์. (2556). ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการเคลื่อนไหวของดัชนีราคาหุ้นกลุ่มอุตสาหกรรมในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. Retrieved from [https://kukr.lib.ku.ac.th/db/index.php?/BKN/search\\_detail/result/13486](https://kukr.lib.ku.ac.th/db/index.php?/BKN/search_detail/result/13486).

สุวพิชญ์ บรรลือฤทธิ์. (2554). ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อดัชนีราคาหลักทรัพย์ของกลุ่มธนาคารพาณิชย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.





## ประวัติผู้เขียน

|                   |                                                                            |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ-สกุล         | นางสาวนุช ประเสริฐผล                                                       |
| วัน เดือน ปี เกิด | 11 เมษายน 2529                                                             |
| สถานที่เกิด       | จังหวัดราชบุรี                                                             |
| วุฒิการศึกษา      | บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์          |
| ที่อยู่ปัจจุบัน   | 124/402 ซอยมนตรีสุริยวงศ์ 3 ตำบลหน้าเมือง อำเภอเมืองราชบุรี จังหวัดราชบุรี |

